

EXPORTAR

ECONOMIA, NEGOCIOS & TURISMO

Año XXIV – No. 125 – Edición Internacional
XXIV – 125 – International Edition
www.exportar.com.pe

Los retos de las exportaciones 2020

Un análisis de los aspectos que definirán nuestros envíos

2020 Exports challenges

Analysis of the aspects that will define our shipments



- Guía de inversión minera 2020/2021
- Expo Perú Turismo 2020
- Para crecer hay que investigar
- 2020/2021 Mining Investment Guide
- Expo Peru Tourism 2020
- Grow is achieved through the research

**ARTURO GRANADOS
52 AÑOS**

**PROF. DE EDUCACIÓN
CONTINUA - PUCP**



CAMBIA EL FUTURO

**ÚNETE A LA DONACIÓN:
WWW.FEYALEGRIA.ORG.PE**



**EDUCACIÓN PÚBLICA
CON VALORES MÁS
INCLUSIVA E IGUALITARIA**

CONTÁCTANOS:

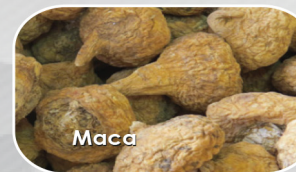
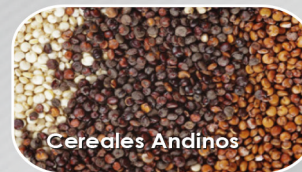
DONA EN:

JOINNUS.COM
Joinnus

BCP Cuenta Soles: 191-0222222-0-66
BBVA Cuenta Soles: 0011-0661-0100000541-61
Scotiabank Cuenta Soles: 000-3585123
Interbank Cuenta Soles: 200-3000211778



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



Jr. Teniente Romero Legua 112 - Chorrillos, Lima - Perú
Telf. (511) 409 5734
Email: ventas@nutrybody.com
Ventas internacionales: administracion@nutrybody.com



**Diseño y Fabricación
de Plantas Industriales para:**

- Molienda
- Extrusión
- Deshidratado
- Granos Andinos



GALIX TECH
Food Processing Machinery

Calle Celso Salvador 7890 San Pedro Saños, Huancayo. Paseo de la República 291, Of. 1204-B, Lima
Telf.: (064) 367149 / Cel.: +51 996 611 989 / 967 680 218 967 680 181
E-mail: contacto@galixtech.com, gerencia@galixtech.com, informes@galixtech.com
www.galixtech.com



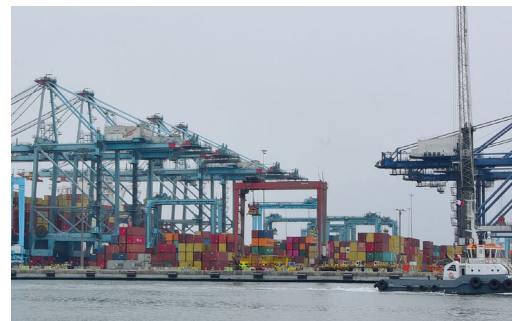
6

Comercio exterior a toda máquina
Foreign trade working at full speed

Análisis de nuestras relaciones comerciales y las exportaciones desde el contexto internacional.

Analysis of our trade relations and exports from an international perspective.

10



Una apuesta no tradicional

A non-traditional commitment

El Perú marcó récord histórico en exportaciones no tradicionales ¡Viva el Perú!

Peru set the historic record in non-traditional exports. Long Live Peru!



14

2020-2021: Minería en la mira
2020-2021: Mining in the spotlight

Guía minera es distribuida en la feria internacional PDAC 2020, en Toronto, Canadá, que reúne a empresarios mineros de todo el mundo.

The Mining Guide is distributed in the international fair PDAC 2020 in Toronto, Canada, which meets mining entrepreneurs around the world.



16

Perú, plaza para invertir

Peru, a place for investment

Minería, infraestructura y agroindustria: principales sectores para hacer negocios en nuestro país.

Mining, infrastructure and agribusiness: main sectors to do business in our country.

18



Perú: destino irresistible

Peru: An irresistible destination

Jaime Pomareda y Carlos Canales señalan el camino que tomará el Expo Perú Turismo 2020.

Jaime Pomareda and Carlos Canales lead the way the 2020 Expo Peru Tourism will take.



28

Para crecer hay que investigar

Grow is achieved through the research

Tareas pendientes en el campo científico de la investigación, sobre todo en la zona centro del país.

Pending tasks in scientific field of the research, mainly in the central zone of the country.



A bailar sobre las uvas

Dancing on the grapes

Cada marzo todo Ica disfruta de la celebración de su producto insignia: la uva.

Each March Ica enjoys the celebration of its flagship product: the grape.

30



32

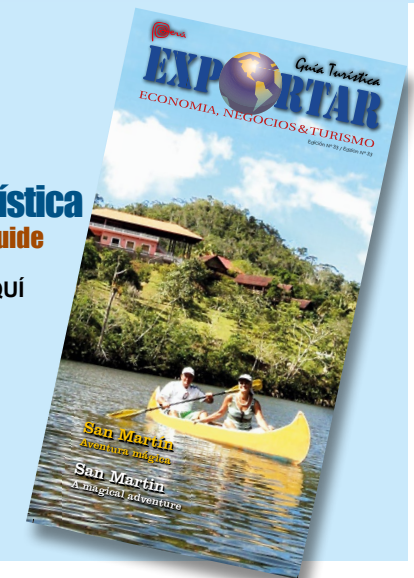


¡Pisco, cómo te queremos!

Pisco, how much we love you!

Nuestra bebida de bandera: análisis de su calidad, promoción y características.

Our Peruvian flag drink: Analysis of its quality, promotion and characteristics.



Guía turística
Touristic guide

CLICK AQUÍ



Palta peruana para todo el mundo



La Gerencia de Agroexportaciones de la Asociación de Exportadores (ADEX), destacó que los despachos de esta fruta, a la cual también se le conoce como el “oro verde o palta”, incrementan año tras año. Además, afirmó que el Perú podría ser el segundo exportador mundial de palta, lugar que Países Bajos ocupó en 2018. Se supo que para posicionar al Perú como el segundo exportador mundial de palta, se deben considerar algunos puntos clave como la disponibilidad del agua, importante para cualquier cultivo y la diversificación de mercados, por lo que se debe continuar con la firma de más protocolos fitosanitarios. La exportación de palta (752 millones 160 mil dólares) en 2019 creció 4% en comparación al 2018. Asimismo, concentró el 12% de los envíos del subsector agropecuario-agroindustrial. La palta llegó el año pasado a 33 destinos. Países Bajos con US\$ 249 millones 472 mil (-6.3%) y EE.UU. con US\$ 231 millones 748 mil (31.7%) tuvieron una participación conjunta de 64%. Les siguió España, Reino Unido, Chile, China (caída de -15%), Japón, Hong Kong, Rusia y Canadá.

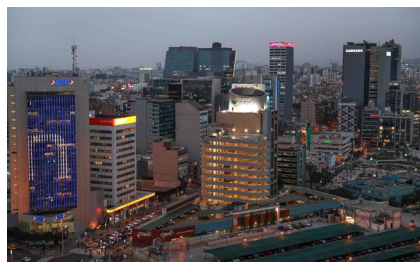
Aprovechar más el TLC con la UE



Con ocasión del séptimo año de entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio

entre el Perú y la Unión Europea, la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú), redoblará esfuerzos para lograr que las empresas peruanas alcancen un mejor aprovechamiento del acuerdo comercial vigente. Para ello, la entidad organizó el seminario Pro Unión Europea 2020, con la finalidad de difundir las oportunidades que ofrece este mercado para nuestros exportadores. El objetivo es que las empresas nacionales ingresen o consoliden sus productos en este bloque económico. Desde la entrada en vigencia del tratado en el 2013 hasta el 2019, las exportaciones no tradicionales se incrementaron en 60.7%, pasando de 2 006 millones a 3 224 millones de dólares, destacando los sectores agro con el 65% de participación, pesca con el 13% y químicos con el 7% en el último año. Los principales destinos de productos no tradicionales peruanos son Países Bajos (36% de participación), España (21%), Reino Unido (12%), Alemania (8%), Italia (7%), Francia (6%) y Bélgica (5%).

Nuestra competitividad creció



El Plan Nacional de Competitividad y Productividad (PNCP) reporta un avance de 16.6%, desde que fue presentado el 28 de julio del 2019. Este plan forma parte de una estrategia integral para mejorar la competitividad y productividad del país y, con ello, impulsar el crecimiento económico de mediano y largo plazo. Contiene 84 medidas de política pública, cuyo principal objetivo es constituir el marco y la hoja de ruta de acción que otorgue soporte a una intervención gubernamental articulada, eficaz y eficiente. El MEF detalla que los sectores de mayor avance son financiamiento (31.2%), mercado laboral (24.8%), infraestructura (21.1%) e institucionalidad (20%). En el caso de mercado laboral destaca la actualización del marco normativo laboral,

cuyo avance es de 22%. Está la aprobación del Reglamento de la Ley General de Trabajo y la revisión del impacto de la aplicación de la Ley General de Trabajo. También resalta la modernización del Régimen Mype, cuyo avance es del 33.3% (14 Centros de Formalización Laboral implementados, Revisión de impacto de la ley que reformule el sistema de aseguramiento en salud y pensiones de las Mypes, y 24 Centros de Formalización implementados).

Cacao brilla en Europa



El Perú estuvo en los ojos del mundo durante la realización de la octava edición de Chocóa, la feria de cacao y derivados más importante de Europa, que se realizó en los Países Bajos, destacó la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú). Del 19 al 23 de febrero, en la ciudad de Ámsterdam, Perú participó con un stand país donde ofreció este importante producto nacional a los profesionales y principales actores de toda la cadena comercial que asistieron a esta destacada plataforma, que fomenta la cadena de valor sostenible a escala mundial. La delegación nacional que participó en Chocóa 2020 estuvo integrada por ocho exportadores -entre productores, procesadores y chocolateros-, cinco de los cuales provienen de la región Cusco. Ellos contaron con la colaboración de la Oficina Comercial de PromPerú en los Países Bajos y la Cámara de Comercio de Lima. Asimismo, durante la cena de gala que ofrece la feria a los compradores internacionales, el chef invitado Jaime Pesaque (restaurante Callao) dio a degustar sus mejores platos inspirados en Perú, pero con toques del cacao fino de aroma.

Creceremos 3.2% entre 2020 y 2023



La agencia calificadora de riesgo Standard & Poor's S&P espera que el crecimiento del PBI se ubique en un promedio de 3.2% durante 2020-2023, por debajo de las metas del MEF. S&P otorga perspectiva estable a deuda peruana de largo plazo. S&P mantuvo para el Perú la calificación crediticia de la deuda de largo plazo en moneda extranjera (BBB+) y en moneda local (A-), con perspectiva estable para ambas, informó el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). “El fundamento de las calificaciones soberanas del Perú refleja la continuidad en la implementación de políticas macroeconómicas previsibles y pragmáticas durante administraciones sucesivas, así como los limitados déficits fiscales y externos y un bajo nivel de deuda. Estos fundamentos colocan a la economía peruana sobre una base más sólida para resistir choques imprevistos y alteraciones económicas”, sostiene S&P.

Mejoras en el puerto de Salaverry



La infraestructura del Terminal Portuario Multipropósito de Salaverry será modernizada para incrementar su eficiencia. El presidente de la República, Martín Vizcarra, y el ministro de Transportes y Comunicaciones, Carlos Lozada, dieron inicio a estos trabajos que impulsarán la economía de la región La Libertad y de la zona norte del país. “Esta inversión impactará en beneficio de los servicios del manejo de la

carga de contenedores, fraccionada, suelta y refrigerada. Redundará en la reducción de los costos logísticos y en el incremento de la competitividad de la región”, sostuvo el ministro Lozada sobre el comienzo de las obras de modernización en el puerto de Salaverry. Los trabajos en el puerto comprenden la ampliación del frente de atraque del muelle 1 de 225 a 285 metros, y de su ensanchamiento de 25 a 43 metros. En este nuevo espacio podrán operar grúas multipropósito, las cuales agilizarán la carga y descarga de productos.

Récord en exportaciones no tradicionales



Las exportaciones no tradicionales marcaron un nuevo hito histórico en el 2019

al sumar 13 791 millones de dólares, lo que implica un incremento de 4.1% en relación con lo registrado el 2018. Este monto representa el 30% del total de los envíos del Perú al exterior. “Pese a la difícil coyuntura internacional, los envíos al exterior de productos con mayor valor agregado continuaron creciendo, gracias a un trabajo articulado entre el sector empresarial y el Estado para promover la internacionalización de las empresas peruanas y el ingreso de nuestra oferta exportable a nuevos mercados”, destacó Édgar Vásquez, ministro de Comercio Exterior y Turismo. Detalló que un total de 7 678 empresas exportaron 4 643 productos no tradicionales a 177 mercados; Estados Unidos fue la principal plaza con una participación de 28% (3 919 millones de dólares).

Le siguieron Países Bajos (1 165 millones de dólares), Chile (795 millones), Ecuador (714 millones) y España (681 millones). Los principales mercados para los productos pesqueros fueron China, España, Corea del Sur y Japón, lo que muestra la relevancia de Asia para este sector.

Comer chocolate puede tener una influencia importante sobre el estado de ánimo, por lo general conduce a un aumento de sensaciones agradables y una reducción de la tensión.

Dos de Mayo 824, Moyobamba, San Martín
Phone: (51-42) 351270 / Móvil: (51) 942 970 896
E-mail: rino9756@yahoo.it
Cacao Maravillao

Comercio exterior a toda máquina

Foreign trade working at full speed

Análisis de nuestras relaciones comerciales y las exportaciones desde el contexto internacional. | Analysis of our trade relations and exports from an international perspective.

En esta entrevista, Jaime Pomareda Montenegro, viceministro de Relaciones Exteriores, analiza la economía nacional desde sus relaciones con sus principales socios comerciales. El contexto: Este año se proyecta un incremento de la tasa de crecimiento del PBI peruano de 3.8%, según cifras del Banco Central de Reserva del Perú (BCR). El funcionario también habló sobre el balance de lo que ha sido hasta ahora el TLC con Estados Unidos, así como de China a raíz del surgimiento del coronavirus (covid-19) y de otros factores que afectarán o beneficiarán las exportaciones.

¿Cuál es el balance positivo de la implementación del TLC con los Estados Unidos?

Estados Unidos es hoy nuestro segundo socio comercial. Nuestro intercambio económico creció 50% en diez años, pasando de US\$ 11 000 millones en el 2008 a más US\$ 17 000 millones en 2018. Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones no tradicionales del Perú, así como el principal mercado para nuestras frutas y textiles.

Es decir, el TLC marcó un hito histórico para la economía peruana...

Marcó el inicio de un periodo en la historia de la política comercial del Perú. Por primera vez, aún con los cambios de gobierno, la apertura comercial y la negociación de acuerdos se convirtieron en una política de Estado. Asimismo, ayudó a consolidar reformas importantes en la legislación nacional y representó un modelo para las futuras negociaciones comerciales del Perú y otros países de la región.

¿Cómo se tradujo en las relaciones entre agentes comerciales de ambos países?

Ha sido el marco ideal para un mayor acercamiento y contacto directo entre autoridades, empresarios, exportadores y ciudadanos de ambos países. Esto ha generado iniciativas conjuntas de mediano y largo plazo. Por ejemplo, en la última década se han registrado 6 498 nuevas empresas exportadoras a Estados Unidos, de las cuales el 90.5% fueron micro y pequeñas empresas.

¿Cuáles son los temas que el Perú tiene pendientes en el referido acuerdo?

En el ámbito de inversiones, el Perú continúa trabajando por captarlas en sectores como infraestructura, transporte, comunicaciones, saneamiento, energía y minería. No obstante, somos conscientes de que tenemos retos por afrontar, como la fuerte competencia internacional, consolidar nuestra oferta exportable, continuar diversificando nuestros productos e integrarnos en las cadenas globales de valor. Particularmente, hacer que las pymes incrementen su participación.

En ese acuerdo, se dice que nos falta implementar aspectos de lucha contra la piratería, la protección de los derechos de autor y las marcas registradas. El Perú viene cumpliendo con fortalecer sus acciones en la lucha contra la piratería, así como con el respeto de los derechos de autor y propiedad de intelectual, de conformidad con el acuerdo. Asimismo, las instituciones nacionales correspondientes se encuentran trabajando para continuar reforzando la legislación en esta materia.

¿Qué sectores tendrían un panorama comercial complicado este año? ¿Cuáles serían los más expectantes y/o favorecidos por el contexto internacional?

Este año la desaceleración de China y la incertidumbre internacional, como la generada por las negociaciones comerciales de Estados Unidos con este último país, podrían generar escenarios complicados para sectores tradicionales como minería, petróleo, gas y harina de pescado. Se debe considerar que una menor dinámica de la economía china afectaría la demanda de commodities utilizados en su industria, como el cobre y zinc.

¿Las diferencias entre Estados Unidos y China podrían abrir oportunidades para la oferta peruana?

Sí, por las circunstancias actuales de incertidumbre y, dada su condición de activos de refugio, los metales preciosos podrían verse favorecidos por el contexto internacional. Asimismo, la producción de la industria asiática podría verse afectada si se toman mayores restricciones de acceso por cuestiones sanitarias relacionadas con el coronavirus, por lo que sectores como las prendas de vestir de fibras sintéticas o mezclas, así como la manufactura industrial peruana, podrían cubrir temporalmente ciertas demandas.

¿Con el coronavirus (covid-19) podría verse afectado el turismo?

Naturalmente. Es aún prematuro estimar el efecto económico que tendrá su aparición. Dependerá del tiempo que tarde su contención, cura efectiva y el nivel de diseminación. Sin embargo, el primer sector afectado es el turismo, debido a las restricciones de entrada y salida en distintos países.





Ahora bien, con la guerra comercial entre China y Estados Unidos ¿por qué es importante diversificar nuestros mercados?

Si bien China es el principal socio comercial, la diferencia entre exportaciones no tradicionales es grande respecto a Estados Unidos. Al primero exportamos US\$ 700 millones, mientras que al segundo US\$ 3 900 millones. Es decir, China es nuestro principal socio comercial, básicamente, por materias primas. Con todo esto, las diferencias comerciales entre estas potencias nos afectan por ambos lados. Por eso estamos abocados en la búsqueda de mercados. Sin embargo, estamos esperanzados en que la guerra comercial no llegue a mayores.

¿Qué perspectivas de crecimiento tienen las exportaciones este año en comparación al 2019?

Este año se espera recuperar el espacio perdido por la desaceleración económica global. El Perú podría superar los US\$ 48 mil millones en exportaciones, cifra que sería mayor a la marca de US\$ 47 960 millones alcanzados en el 2018, constituyendo probablemente un año récord en exportaciones. Se proyecta que la agroindustria ofrecerá, de manera particular, resultados positivos, como también las confecciones, los productos metalúrgicos y los metalmecánicos, actividades que tienen a Estados Unidos como su mercado más importante.

Para seguir en ese camino el Perú debe seguir ampliando sus relaciones comerciales...

En ese marco, el TLC con Australia acaba de entrar en vigencia y nuestro país viene trabajando en la optimización del TLC con China, así como en la profundización del acuerdo con Argentina. Adicionalmente, el Perú se encuentra negociando un acuerdo comercial con la India. Es un contexto de recuperación de las exportaciones y de la inversión pública.

¿Qué sectores y/o productos recibirán más impulso comercial? Mencionemos tres casos desde la estrategia de promoción.

La Cancillería, tomando en consideración el Plan de Exportaciones 2020, efectuará acciones de promoción utilizando a nuestra red de misiones. Este año hemos escogido a productos emblemáticos que son producidos por pymes y brindan trabajo en un gran porcentaje a mujeres: promoción del pisco, café, cacao y chocolate.

¿Qué temas internacionales influirán decididamente en las exportaciones peruanas?

El descenso de las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China. Habiéndose alcanzado un entendimiento parcial entre dichos países, se podría contar con una mejor coyuntura para el presente año. De darse una recuperación de los términos de intercambio, podría ser favorable para países como el Perú y sus exportaciones.

¿Qué nos puede decir del Brexit y las tensiones de Medio Oriente y su impacto en el precio del petróleo?

Hay una menor incertidumbre sobre el Brexit. Hemos llegado a un acuerdo para continuar los beneficios comerciales entre el Perú y el Reino Unido, el cual permite, en términos generales, continuar comerciando con dicho país en condiciones similares previo al Brexit. De otro lado, la tensión entre Irán y Estados Unidos de enero causó la subida de los precios del petróleo. Si bien el precio se ha estabilizado, no se puede descartar una nueva subida dependiendo de cómo se desarrolle esta situación.

In this interview, Jaime Pomareda Montenegro, Vice-Minister of Foreign Affairs analyses the national economy from its relations with its main trade partners.

The context: This year an increase of the Peruvian GDP growth rate of 3.8% is projected, according to figures of the Central Reserve Bank of Peru (BCR). The official also talked about the balance of what the FTA with United States has been so far, as well as China as a result of the emergence of the coronavirus (covid-19) and other factors that will affect or benefit the exports.

Which is the positive balance of the FTA implementation with the United States?

United States is currently our second trade partner. Our economic exchange grew 50% in ten years, from US\$ 11 billion in 2008 to more than US\$ 17 billion. United States is the main destination for the non-traditional exports of Peru, as well as the main market for our fruits and textiles.

In other words, the TDA marked a historic milestone for the Peruvian economy...

It marked the beginning of a period in the history of the trade policy in Peru. For the first time, even with the government changes, the commercial openness and the negotiation of the agreements became a State policy. Also, it helped to consolidate important reforms in national legislation and represented a model for future trade negotiations in Peru and other countries of the region.

How this was translated in the relations between commercial agents of both countries?

It has been the ideal framework for a closer approach and direct contact among authorities, businessmen, exporters and citizens of both countries. This has generated jointly initiatives of medium and long term. For example, in the last decade, 6 498 new export companies to United States have been registered, from which 90.5% were micro and small countries.

What are the outstanding issues Peru has in the referred agreement?

In the area of investments, Peru is still working to attract them in sectors such as infrastructure, transportation, communications, sanitation, energy and mining. However, we are aware that we have challenges to face, as the strong international competition, consolidate our exportable supply, continue diversifying our products and integrate us in global value chains. Particularly, we have to make that the SMEs' increase their participation.

In that agreement, it is said that we need to implement aspects such as fighting against the piracy, protection of copyright and trademarks. Peru is complying to strengthen their actions against piracy, as well as to respect the copyright and trademarks, according to the agreement. Also, corresponding national institutions are working to continue reinforcing the legislation in this area.

Which sectors would have a complicated commercial perspective this year? Which would be the most expectant and/or favored by the international context?

This year the slowdown of China and the international uncertainty, such as the one generated by commercial negotiations with United States with this latter country could generate complicated scenarios to traditional sectors such as mining, oil, gas and fishmeal. It must consider that a minor dynamic of the Chinese economy would affect the commodities demand used for its industry, such as copper and zinc.

The differences between United States and China could open up opportunities for Peruvian offer?

Yes, due to the current uncertainty circumstances, and given their status of refuge assets, precious metals could be favored by the international context. Likewise, the production of Asian industry could be affected if greater access restrictions are taken due to sanitary issues related to the coronavirus, so sectors such as synthetic fiber clothing or blends, as well as Peruvian industrial manufacturing could temporarily cover certain demands.

Could the coronavirus (covid-19) affect the tourism?

Of course. It is still premature to estimate the economic effect of its appearance. This will depend on the time it takes for containment, its effective cure and the dissemination level. However, the first affected sector is the tourism, due to the entry and exit restrictions in different countries.

Meanwhile, with the trade war between China and United States, why is it important to diversify our markets?

While China is the main trade partner, the difference between non-traditional exports is big compared to United States. We export to the first US\$ 700 million, while to the latter US\$ 3 900 million. In other words, China is our main trade partner, basically of raw materials. With all this, the commercial differences between these powers affect us in both sides. For this reason, we are focused on searching markets. However, we are hopeful that the trade war will not reach greater.

What growth prospects the exports have this year compared to 2019?

It is expected that this year we could recover the space lost by the global economic slowdown. Peru could exceed the US\$ 48 billion in exports, a figure that would be greater to the mark reached on 2018 of US\$ 47 960 million, probably constituting a record year in exports. Agribusiness is projected to offer, in a particular way, positive results as well as clothing, metallurgic

products and metalworking activities that have United States as its main market.

To continue on that path, Peru must continue to expand their commercial relations...

In that framework, it has just entered into force the FTA with Australia and our country has been working on the optimization of the FTA with China, as well as the deepening of the agreement with Argentina. Also, Peru is negotiating a commercial agreement with India. It is a recovery context of exports and public investment.

Which sectors and/or products will receive more commercial boost? Mention three cases from the promotion strategy

Considering the Exports Plan for 2020, the Foreign Affairs Ministry will carry out promotional actions using our mission network. This year we have chosen representative products that are produced by SMES' providing work to a great percentage of women: promotion of pisco, coffee, cocoa and chocolate.

What international issues will decisively influence Peruvian exports?

The decline of commercial tensions between United States and China. Having achieved a partial understanding between said countries, there could be a better situation for this year. If there is a recovery of the trade terms, it could be favorable for countries such as Peru and its exports.

What can you tell us about the Brexit and the tensions in the Middle East and their impact in the oil price?

There is less uncertainty about Brexit. We have reached to an agreement to continue with the commercial benefits between Peru and United Kingdom, which enables in general conditions to continue trading with that country in similar terms previous to Brexit. On the other hand, the tension between Iran and United States in January caused the rise of the oil prices. Even though the price has been stabilized, a new rise cannot be ruled out, depending on how this situation is developed.





Una apuesta no tradicional

A non-traditional commitment

El Perú marcó récord histórico en exportaciones no tradicionales ¡Viva el Perú! | *Peru set the historic record in non-traditional exports. Long Live Peru!*

Tras el evento “Exportaciones Perú 2019”, realizado el último 20 de febrero por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú), quedó claro que vamos por una buena ruta en cuanto a los envíos de productos no tradicionales. De hecho, somos líderes mundiales en exportación de productos tan dispares como arándanos, espárragos, lacas colorantes, quinua o cemento clinker.

Eso no es todo. También estamos entre los primeros en placas de baldosas, conservas de anchoas o cáttodos de cobre. Con todos estos productos, el Perú se va abriendo paso con productos de valor agregado y dejando atrás en encasillamiento de “exportador primario”.

En ese contexto, las exportaciones no tradicionales alcanzaron un récord histórico el año pasado, con la cifra de \$13 791 millones en ese tipo de envíos, representando el 30% del total de exportaciones del Perú al exterior. Esto representa un incremento de 4.1% en comparación al año anterior, informó el ministro de Comercio Exterior y Turismo, Edgar Vásquez, durante el citado evento.

Los principales mercados de exportación fueron Estados Unidos, Países Bajos, España, Reino Unido y Ecuador, que concentraron el 68% de los envíos. Destacan los envíos de frutas como las uvas, arándanos, paltas, mandarinas, entre otros.

Para analizar este crecimiento, contactamos con las empresas que fueron reconocidas en la presentación en dicho evento, cuyo eslogan fue #ALaCazaDeOportunidades. Se trata de Talma (operador logístico), Alligator (productora cinematográfica exportadora de servicios de innovación) y la Cooperativa Agraria Cafetera Pangoa (compañía exportadora de cacao y café).

Trabajo conjunto

Arturo Cassinelli, Chief Executive Officer de TALMA Airport Services, empresa que obtuvo el premio “Facilitador Logístico Aéreo 2019”, indica que la mayor cantidad de exportaciones se registraron hacia el mercado norteamericano y a los países como Nueva Zelanda, Bélgica y España. Subraya que

el trabajo conjunto es importante para dar sostenibilidad a los envíos.

Asegura que las misiones encargadas de la promoción del mercado no tradicional constituyen una apuesta relevante. Se trata de estrategias a largo plazo que tendrán buenos frutos en la medida que se trabaje con un equipo completo capaz de darle eficacia. De otro lado, señala un ligero estancamiento en el transporte de productos no tradicionales por vía aérea durante el 2019. Las razones: la gran magnitud del transporte marítimo y la migración a ésta de varios productos que antes se transportaban por vía aérea.

La promoción es relevante

La propuesta en el sector transporte no es el único factor a tomar en cuenta al momento de colocar productos no tradicionales en el exterior, sino también la apuesta por los medios de comunicación, pues a través de ellos se realiza la crucial labor de promoción.

En ese sentido, Eduardo Schuldt, Director Ejecutivo de Alligator, menciona que, por el gran trabajo que realizaron dando pantalla al mercado de exportaciones no tradicionales a nivel global, recibieron el galardón a la mejor “Empresa Exportadora en Innovación del año”.



Arturo Cassinelli

Su labor fue mostrar las atracciones del país a los inversionistas que ven, en el mercado de las exportaciones no tradicionales, un gran potencial no solo en el Perú, sino en Latinoamérica. Alligator viene exportando el material audiovisual a más de 15 países en 3 continentes.

Apoyo del Estado

Esperanza Dionisio Castillo, Geren-

ta General de la Cooperativa Agraria Cafetera Pangoa, ganadora del premio “Mujer Exportadora 2019”, explica que su compañía viene realizando con éxito sus labores gracias al apoyo que recibe del Estado desde diversos ámbitos. Por ejemplo, gracias a las carreteras que han mejorado el traslado de productos.

Del mismo modo, resalta la modernización de los institutos y escuelas rurales. A través de ellas los productores han tenido la facilidad de exportar, gracias a los conocimientos adquiridos. Recalcó que los principales destinos de los productos son Inglaterra, Estados Unidos y Chile.

“Pese a la difícil coyuntura internacional, los envíos al exterior de productos con mayor valor agregado continuaron creciendo, gracias a un trabajo articulado entre el sector empresarial y el Estado para promover la internacionalización de las empresas peruanas y el ingreso de nuestra oferta exportable a nuevos mercados”, destacó en su momento el ministro Vásquez.



Esperanza Dionisio

After the “2019 Exports Peru” event, held on February 20th, by the Commission for the Promotion of Export and Tourism of Peru (PromPeru), it was evident that we are on the right path in terms of non-traditional products shipments. In fact,



Eduardo Schuldt

The Promotion is relevant

The proposal in transportation sector is not the only factor to take into consideration when placing non-traditional products abroad, but also the commitment of the media, because it is through them that the crucial promotional work is carried out.

In that sense, Eduardo Schuldt, Executive Director of Alligator says that for the great work they did, transmitting a good quality of non-traditional export market worldwide, they received the award to the best “Export Company in Innovation of the year”.

His job was to show country’s attractions to investments that consider the non-traditional exports, as a great potential not only in Peru but in Latin America. Alligator has been exporting audiovisual material to more than 15 countries in 3 continents.

Government Support

Esperanza Dionisio Castillo, General Manager of the Agricultural Coffee Cooperative Pangoa, winner of the award “Export Woman 2019” explains that the company is doing its job with success, thanks to the support received by the Government from different aspects. For example, thanks to the roads, the transportation of products has been improved.

Similarly, she highlights the modernization of institutes and rural schools. Through them, producers have had the facility to export, thanks to their acquired knowledges. He stressed that the main destinations of the products are England, United States and Chile.

“Despite the difficult international situation, the shipments of products abroad with greater value-added continue growing, thanks to an articulated work between the business sector and the Government to promote the internationalization of Peruvian companies and the entry of our exportable supply to new markets” said Ministry Vasquez in due course.

we are the world leaders in exports as diverse as blueberries, asparagus, colored lacquers, quinoa or clinker cement.

But that is not all. We are also among the first in tile plates, canned anchovies or copper cathodes. With all these products, Peru is making its way with value-added products and leaving behind the “primary exporter” typecasting.

In that context, last year non-traditional exports reached to an historic record, with the figure of \$ 13 791 million in that type of shipments, representing the 30% of Peru’s total exports abroad. This represents an increase of 4.1% in comparison to previous year, said the Ministry of Foreign Trade and Tourism, Edgar Vasquez, during this event.

The main export markets were United States, the Netherlands, Spain, United Kingdom and Ecuador, that concentrated the 68% of the shipments. It highlights shipments of fruits such as grapes, blackberries, avocados, mandarins, among others.

To analyze this growth, we have companies that were recognized in the presentation of this event, which slogan was #HuntingNewOpportuni-

ties. It is the case of Talma (logistics operator), Alligator (film production company exporting innovation services) and Agricultural Coffee Cooperative Pangoa (export company of cocoa and coffee).

Joint work

Arturo Cassinelli, Chief Executive Office of TALMA Airport Services, a company that won the award “Logistic Air Facilitator 2019” says that the largest number of exports were registered to the North America market and to countries such as New Zealand, Belgium and Spain. It stresses that joint work is important to give sustainability to the shipments.

He ensures that missions in charge of promoting non-traditional market constitute a relevant commitment. These are long term strategies that will bear good results, as long as they work with a complete team capable to give it effectiveness. On the other hand, he mentioned a slight stagnation in the transportation of non-traditional products by air during 2019. The reasons: the large scale of maritime transportation and the migration of this to different products that were previously transported by air.

Grupo Kampu

CAAE

Reg. RCP N° 069. SENASA

CONTROL UNION CERTIFIED

100% PERUANO

Contactos: Contact@grupokampu.com.pe
 Agrofono: 01 2578160 / 7142163
 Centro Comercial Link Tower Av. Manuel Olguín # 335 Of. 904- Santiago de Surco - Lima

Síguenos en: www.grupokampu.com.pe
 Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn

Paracas Te espera

HOTEL El Mirador

Carretera Paracas Km. 20, Paracas, Pisco, Ica, Perú
 Telf.: (51-56) 545 086
hotel@elmiradorhotel.com / www.elmiradorhotel.com [f Elmiradorhotel](https://www.facebook.com/Elmiradorhotel)



2020-2021: Minería en la mira

2020-2021: Mining in the spotlight

Guía minera es distribuida en la feria internacional PDAC 2020, en Toronto, Canadá, que reúne a empresarios mineros de todo el mundo.

The Mining Guide is distributed in the international fair PDAC 2020 in Toronto, Canada, which meets mining entrepreneurs around the world.

En febrero de este año fue presentada la Guía de Inversión Minera 2020-2021, elaborada por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Proinversión y la consultora EY Perú. Con este documento, las autoridades pretenden dotar a los empresarios extranjeros de la información clave y actualizada para invertir en la exploración de yacimientos o el desarrollo de proyectos mineros.

La guía fue publicada en inglés y consta de cuatro capítulos, que contienen información general del país (demografía, entorno económico y clima de negocios), un panorama del sector minero, aspectos legales y tributarios, los requisitos y tipos de sociedades necesarios, entre otros.

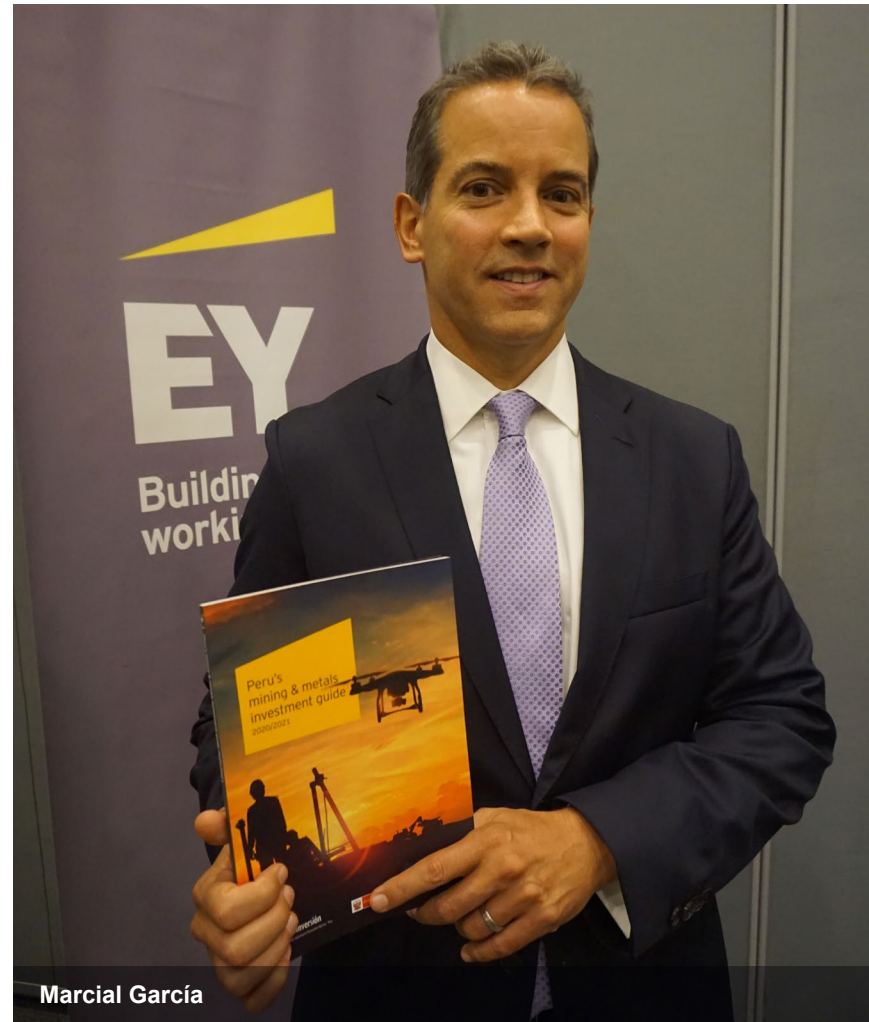
“Esta guía recopila información que conozco a través de experiencias con inversionistas. El nivel de detalle que tiene el documento en el tema tributario alcanzaría para desarrollar un estudio de prefactibilidad”, indica Marcial García, líder de Minería y Metales de EY Perú.

El ejecutivo informa que la publicación cuenta además con una sección sobre tendencias y novedades del sector, como la propuesta presidencial para la elaboración de una nueva ley general de minería.

Este documento está siendo distribuido en la última edición de la feria Prospectors & Developers Association of Canada (PDAC), uno de los eventos más importantes del sector minero en el mundo, que se celebra del 1 al 4 de marzo.

Panorama de inversiones

En el 2019 las inversiones mineras en el país crecieron 24.5%, al alcanzar los



Marcial García

US\$ 6 157 millones y superar la meta trazada por el gobierno (US\$ 6 000 millones). Se trata de un tercer año consecutivo de crecimiento.

“La inversión va a seguir creciendo el próximo año, pero a un ritmo menor. Todavía hay una inversión considerable. La inversión de año pasado fue la más alta desde el 2015. Además, Quellaveco se está concretando”, informa

Marcial García. Agrega que hay 48 proyectos en cartera, pero la ejecución de 24 de ellos todavía no ha sido confirmada.

El 69.8% de todos estos proyectos se concentran en las regiones de Cajamarca, Apurímac, Moquegua y Arequipa. Se trata de iniciativas provenientes del Reino Unido, China y Canadá.

Por su parte, las inversiones destinadas a los trabajos de exploración y descubrimiento de yacimientos cayeron en un 13.6% en el 2019. Según el Ministerio de Energía y Minas, el país cuenta con una cartera de 63 proyectos de este tipo, valorizados en US\$ 496.2 millones.

“Sin exploración no hay descubrimientos ni mayor producción. Gran parte de estas iniciativas se concentran en la búsqueda de yacimientos de cobre (uno de los metales que más se extraen en el país), oro y, en menor medida, plata”, sostiene García.

El ejecutivo de EY Perú califica de positiva la reciente prórroga por tres años de la recuperación del Impuesto General a las Ventas para este tipo de actividades, debido a que incentivaría a que las empresas “reinvertan en la exploración de nuevas reservas para así aumentar las posibilidades de un descubrimiento comercial”.

In February this year, the Mining Investment Guide 2020-2021 prepared by the Ministry of Foreign Affairs, Proinversion and EY Peru consultant was presented. With this document, the authorities pretend to provide foreign entrepreneurs with key and updated information to invest in the exploration of deposits or in the development of mining projects.

The guide was published in English and has four chapters, containing general information of the country (demography, business environment and business climate), an overview of the mining sector, legal and tax aspects, the requirements and necessary types of societies among others.

“This guide collects information that I know through the experiences with investors. The level of detail that the document has on the tax issue, would be enough to develop a prefeasibility study”, says Marcial Garcia, leader of the Mining and Metals of EY Peru.

The businessman informs that the issuance has also a section about tendencies and news of the sector, as the Pre-



sidential proposal for the preparation of a new general mining law.

This document is being distributed in the last edition of the fair Prospectors & Developers Association of Canada (PDAC), one of the most important events of the world of the mining sector, that takes place from March 1 to 4.

Investment Overview

In 2019 mining investments in the country grew 24.5%, reaching US\$ 6 157 million and exceeding the target set by the government (US\$ 6 000 million). It is the third consecutive year of growth.

“The investment will continue growing next year, but at a lower rate. There is still a considerable investment. Last year’s investment was the highest since 2015. In addition, Quellaveco is being defined”, said Marcial Garcia. He also added that there are 48 upcoming projects, but the execution of 24 of them is not confirmed yet.

The 69.8% of these projects are concentrated in the regions of Cajamarca,

Apurímac, Moquegua and Arequipa. These are initiatives from United Kingdom, China and Canada.

On the other hand, the investments destined to exploration works and the discovery of deposits fell by 13.6% in 2019. According to the Ministry of Energy and Mining, the country has a portfolio of 63 projects of this type, valued at US\$ 496.2 million.

“Without exploration there is no discoveries or greater production. A large part of these initiatives is concentrated on the search of copper deposits (one of the metals that are most extracted in the country), gold and in lesser extent silver”, said Garcia.

The official of EY Peru qualifies as positive the recent extension for three years of the recovery of the General Sales Tax for this type of activities, because it would encourage the companies “to reinvest in the exploration of new reserves and increase the possibilities of a commercial discovery”.

En casi dos décadas, el Perú ha logrado triplicar su PBI, mantener bajos niveles de inflación -cerca de 2% por año- reducir la deuda pública, alcanzar buenas reservas internacionales y mantener un nivel de riesgo país por debajo del promedio de la región.

Marco Antonio Zaldívar, expresidente de la Bolsa de Valores de Lima (BVL) y actual director de la Compañía de Minas Buenaventura, explica que los sectores con más competitividad global en el Perú son la minería (cobre, oro y plata, principalmente), infraestructura y la agroindustria. Esta última consolidada y compitiendo a nivel internacional.

Inversionistas

En Perú hay tres inversionistas históricos: China, España y Estados Unidos. Para el expresidente de la Bolsa de Valores de Lima, los países mencionados han ido focalizando sus inversiones en países que, como el nuestro, están creciendo como destinos económicos. De otro lado, subraya que Chile sigue potenciando sus inversiones en el Perú, lo cual favorece a la economía.

Con respecto a China indica que -como una de las principales potencias mundiales- apunta a superar a sus principales competidores, como Estados Unidos y Rusia. Sin embargo, indica que, debido al impacto del coronavirus (covid-19), peligran sus exportaciones. Según Zaldívar, el gigante asiático invierte mucho en nuestro país, últimamente en minería y energía eléctrica.

Respecto al financiamiento, Zaldívar sostiene que hacia el año 2000 era un gran problema para el país, pero que todo cambió en los últimos años. “Hoy en el Perú hay buena capacidad de financiar proyectos. Las AFPs tienen dinero, los fondos de inversión también.

En los roadshow de inPeru hemos visto que todos quieren invertir en el país. Se puede financiar un proyecto a tasas muy bajas, casi cero en algunos casos”.

Foco a la minería

El sector minero siempre va a ser el principal atractivo de Perú, grandes empresas multinacionales. Sin embargo, para



Marco Antonio Zaldívar

Perú, plaza para invertir

Peru, a place for investment

Minería, infraestructura y agroindustria: principales sectores para hacer negocios en nuestro país.

que las inversiones permitan cerrar brechas de acceso a los servicios básicos y elevar la calidad de vida de los más necesitados, Zaldívar subraya que se debe priorizar la construcción de hospitales, desagües y proyectos de agua potable porque tenemos los recursos necesarios.

Ahora bien -indica- que el Estado descuide esos aspectos perjudica a todos los peruanos.

¿Cuánto impactó la corrupción en la inversión pública en Perú en los últimos años?

Las noticias cotidianas hablan de es-

Mining, infrastructure and agribusiness: main sectors to do business in our country

cándalos, ex presidentes presos, obras paralizadas. Zaldívar subraya que esta situación ocasiona que la inversión pública se afecte y los planes no continúen. También asegura que hay falta de voluntad de los gobernantes para llevar a cabo los proyectos que más se necesitan.

In nearly two decades, Peru has managed to triple its GDP, keeping low inflation levels - almost 2% per year - reduce the public debt, reach good international reserves and maintain a country risk level below the average of the region.

Marco Antonio Zaldívar, former president of Lima Stock Exchange (BVL) and actual Director of the Mining company Buenaventura, explains that the sectors with the most global competitiveness in Peru are mining (copper, gold and silver mainly), infrastructure and agribusiness. This last sector consolidated and competing at international level.

Investors

In Peru there are three historic investors: China, Spain and United States. For the former president of the Lima Stock Exchange, the abovementioned countries have been focusing their investments in countries like ours, are growing as economic destinations. By the way, it states that Chile continues enhancing its investments in Peru, which benefits local economy.

Regarding China, he mentioned that -as one of the main world powers- it

aims to surpass its main competitors, as United States and Russia. However, he says, due to the coronavirus (covid-19) impact, exports are at risk. According to Zaldívar, the Asian giant invests a lot in our country, lately in mining and electricity.

At what regards financing, Zaldívar mentions that by the year 2000, it was a big problem for the country, but everything changed in the last years. “Today in Peru, there is a good capacity to finance projects. The Pension Funds Administrations (AFP) have money, the investment funds too.

In the inPeru roadshows, we have seen that everybody wants to invest in the country. You can finance a project at very low rates, almost zero in some cases”.

Mining focus

Mining sector will always be the main

attraction of Peru, big multinational companies. However, in order that the investors enable to close the gap of the access to basic services and to improve the quality of life of the most needed, Zaldívar states that the construction of hospitals, drainages and drinking water projects because we have the necessary resources.

Meanwhile -he says- that the State neglects those aspects, will affect all Peruvians.

How much did corruption impact in the public investment of Peru in recent years?

The daily news talk about scandals, former presidents in prison, paralyzed works. Zaldívar says that this situation causes that the public investment is affected and plans do not proceed. He also assures that there is a lack of willingness of the leaders to carry out the projects that are most needed.





Perú: destino irresistible

Peru: An irresistible destination

Jaime Pomareda y Carlos Canales señalan el camino que tomará el Expo Perú Turismo 2020. | Juan Pomareda and Carlos Canales lead the way the 2020 Expo Peru Tourism will take

El turismo es la tercera actividad generadora de divisas en el Perú y lleva siete años de crecimiento consecutivo, por encima del promedio mundial, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo. Para Jaime Pomareda, viceministro de Relaciones Exteriores, este avance es producto del gran patrimonio cultural que poseemos.

Toda esta riqueza será presentada en la Expo Perú Turismo 2020, que se realizará entre el próximo 22 y 25 de mayo, en el Centro de Convenciones de Lima. Este evento, que se realizará por primera vez, nació de la unión de la Feria Turismo Perú y el Perú Travel

Mart. El objetivo es potenciar su impacto económico y proyección internacional. Esta gran exposición contará, además, con un tercer componente: el Salón Internacional.

“Daremos a conocer el apoyo que brindamos a las pymes y empresarios para asegurar su inserción y participación en el ecosistema exportador. Asimismo, el trabajo por identificar compradores internacionales y difusión de la feria en el exterior a través de nuestras misiones diplomáticas”, asegura Pomareda.

El rol de Canatur

Con 50 años de existencia, la Cámara

Nacional de Turismo (Canatur) es un gremio que representa a empresarios de viajes, hoteles y demás rubros. “El año pasado, el Presidente de la República nos pidió ampliar la feria. En ese sentido, junto con PromPerú hemos elaborado Expo Perú Turismo 2020, el cual se divide en tres eventos: Perú Travel Mart, Feria Turismo Perú y el Salón Internacional” afirma Carlos Canales, presidente de Canatur.

“Nuestra política es el win to win, queremos que nuestros visitantes cierren buenos negocios al igual que nuestros empresarios peruanos. Eso ha implicado una serie de beneficios económicos

para todos”, explica Canales. Habrá seminarios, exposiciones gastronómicas y degustaciones de platos típicos. Para el evento de este año se espera contar con al menos 10 mil asistentes, los cuales podrán visitar los stands y exposiciones en el Salón de Turismo Interno y en el Salón Internacional. En el primer día será solo para profesionales, mientras que los siguientes días para el público en general. Cabe resaltar que participarán empresas certificadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, las cuales cuentan con sellos de calidad y están asociadas al gremio.

Finalmente, el Salón Internacional, que contará con un área de aproximadamente 3 500 m², se ha puesto a disposición de todas las embajadas, pero también participarán muchos compradores con gran nivel adquisitivo y bancos que puedan financiar estas visitas a diferentes países, esperándose no menos de 5 mil personas, según Canales.

Como muestra de que el trabajo conjunto genera buenos resultados, la alianza estratégica entre la Cancillería y la Canatur permitió participación del Perú en la Feria de Turismo Matka en Finlandia por primera vez. También hizo posible la primera misión exploratoria en el Holiday World Show 2020. Y próximamente se organizará un viaje para las em-

presas que participarán en la Bolsa de Turismo de Lisboa.

Tourism is the third activity that generates foreign trade in Peru, and it has grown for seven consecutive years, above the world average, according to the World Tourism Organization. According to Jaime Pomareda, Vice-Minister of Foreign Affairs, this progress is due to our great cultural heritage.

All this cultural richness will be presented in the 2020 Expo Peru Tourism, that will take place between May 22nd to 25th, in Lima Convention Center. This event, that will be held for the first place, arose from the unification of Peru Tourism Fair and Peru Travel Mart. The aim is to boost its economic impact and international exposure. This great exhibition will also have a third component: The International Lounge.

“We will share the support that we provide to the SMEs and businessmen to ensure its integration and participation in the export ecosystem. Also, the work to identify international buyers and the dissemination of the fair abroad through our diplomatic missions”, said Pomareda.

Canatur's role

With 50 years of existence, the National Chamber of Tourism (Canatur) is a tra-

de group representing businessmen of travel, hotel and other related items. “Last year, the President of the Republic of Peru asked us to expand the fair. On that sense, together with PromPeru, we have organized 2020 Expo Peru Tourism, that it is divided in three events: Peru Travel Mart, Peru Tourism Fair and the International Lounge”, said Carlos Canales, Canatur President.

“Our policy is win to win, we want that our visitors close good businesses as well as our local businessmen. This has implied a series of economic benefits to everybody”, explains Canales. There will be seminars, gastronomic exhibitions and tasting of typical dishes.

To this year's event, it is expected to have at least 10 thousand attendees, which will be able to visit the stands and expositions in the Domestic Tourism Lounge and International Lounge. In the first day, there will only be professionals, while in the following days, they will be available for general audience. It is important to stress that companies certified by the Ministry of Foreign Trade and Tourism will participate, which will have quality seals and are associated of the trade group.

Finally, the International Lounge will have an approximate area of 3 500 square meters, that it is at all embassies' disposal, but also many buyers with a high purchasing level will participate, as well as banks that can finance these visits to different countries, expecting on more than 5 thousand people, said Canales.

As a sign that the joint work generates good results, the strategic alliance between the Foreign Ministry and Canatur allowed Peru's participation for the first time in the Matka Tourism Fair in Finland. It also made possible the first exploratory mission in the Holiday World Show 2020. And soon a trip will be organized for the companies that will participate in the Tourism Exchange in Lisbon.



Canadá: oportunidad para exportar

Este país norteamericano ofrece muchas ventajas para los exportadores nacionales.



Por: José Luis Peroni*

Desde que el 29 de mayo del 2008 se firmó el Tratado de Libre Comercio entre Perú y Canadá -entró en vigencia el 1 de agosto del 2009- las exportaciones de Perú al país norteamericano han crecido en forma exponencial.

Canadá es un mercado “ideal” para los productos peruanos en general y, específicamente, para los productos no tradicionales. Las razones son diversas: mercado multicultural, con “nichos” de diferentes culturas y tradiciones que generan una corriente

de demanda específica para satisfacer sus requerimientos ancestrales.

Adicionalmente, a pesar de ser el segundo país en extensión territorial, únicamente tiene 36 millones de habitantes. Esto genera una ventaja para las pymes exportadoras, toda vez que el tamaño de los lotes es mucho más manejable, con mayor posibilidad de ser abastecido en tiempo y calidad demandada.

Los productos exportados hoy a Canadá son muchos y muy variados. Sin embargo, es importante resaltar aquellos que han tenido un gran crecimiento desde la entrada en vigencia del TLC, sobre todo los No tradicionales. Obviamente, todos conocemos que Perú es un país minero, una actividad de vital necesidad para el crecimiento del Perú y muy importante en la cadena económica: prospección, inversión, extracción y exportación.

Canadá constituye un importante socio comercial para Perú y es oportu-

na su presencia frente a la cartera de proyectos que mantiene para el periodo 2020-2022 (US 9 200 millones aprox.). Muchas de las inversiones podrían llevarse adelante con asociaciones público privadas (APP) durante esta nueva década. Finalmente, resaltando la importancia del crecimiento de los productos No tradicionales, incluimos un cuadro con la información de los primeros productos de la canasta total exportada.

Podemos ver que existen cifras con crecimiento impresionante. Por ejemplo, los arándanos. Hasta julio del 2015 estaban restringidos de ingresar a Canadá. Sin embargo, se logró levantar dicha restricción. De US\$ 686 497 en 2015, se alcanzó US\$ 60 867 231 [8 867% de crecimiento]. Esto es lo que considero una gran oportunidad para los exportadores peruanos.

(* Exconsejero económico del Perú en Toronto, Canadá.

EXPORTACIÓN A CANADÁ DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES EN US\$						
No.	Producto	2019	2018	2017	2016	2015
1	Grasas y aceites de pescado y sus fracciones, excepto los aceites de hígado	64 629 052	54 037 761	75 601 420	54 923 103	37 727 443
2	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género Vaccinium	60 867 231	42 166 708	24 779 719	12 957 896	686 497
3	Uvas, frescas	49 392 062	33 667 499	29 591 629	37 086 721	43 217 648
4	Café sin tostar, sin descafeinar	46 122 600	49 825 188	46 536 277	40 244 260	42 771 397
5	“T-shirts” y camisetas, de punto, de algodón	22 457 791	16 516 694	14 690 590	12 671 120	12 124 549
6	Espárragos frescos o refrigerados	21 464 925	23 545 012	28 297 842	28 083 077	31 512 456
7	Mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas) frescas o secas	15 446 291	18 316 218	16 188 709	14 522 072	12 577 443
8	Frutas congeladas	14 246 008	12 178 701	12 211 453	9 212 204	6 482 541
9	Semillas de hortalizas, para siembra	13 692 200	15 361 702	7 225 346	7 985 931	10 243 004
10	Quinua	10 071 040	11 102 730	11 176 032	13 715 924	16 256 323
11	Harina, polvo y “pellets”, de pescado	10 029 748	2 948 146	7 427 368	11 265 277	10 404 197
12	Guayabas, mangos y mangostano, frescos o secos	9 422 212	7 080 792	7 470 179	7 112 950	6 177 201
13	Paltas, frescas o secas	8 549 282	4 229 982	8 737 408	2 023 089	5 237 900
14	Camarones, langostinos y demás, de agua fría	8 493 274	7 900 173	5 605 030	4 061 654	4 404 759
15	Camisas de punto para hombres o niños, de algodón	6 886 495	5 081 580	4 494 473	3 615 542	5 545 878



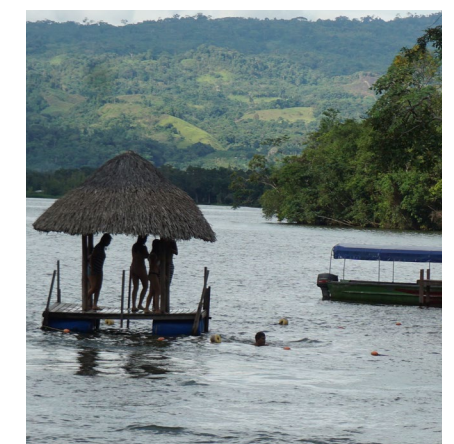
Mil aventuras en Tarapoto

El recreo turístico El Caño nos invita a descubrir las bondades de nuestra Amazonía.

En la región de San Martín, a poco más de una hora del distrito de Tarapoto, se encuentra un lugar maravilloso que solo la naturaleza puede ofrecernos. Se trata de El Caño, un centro de recreación ubicado a orillas de la Laguna Azul, en el distrito de Sauce. Fundada hace 12 años, ofrece

exquisita comida típica y actividades al aire libre, desde paseos a caballo, moto acuática y camping.

Según Enrique Medina, gerente general de El Caño, este centro turístico le debe su nombre al efluente de la Laguna Azul conocido también como



“El caño”. Además, subraya que esta laguna es responsable del 90% de los visitantes y significa un punto muy importante para el turismo de la localidad.

A su vez, El Caño ofrece deportes para todo tipo de personas, quienes pueden sumergirse en la Laguna Azul o jugar vóley en sus cercanías. Por otra parte, quienes buscan emociones más fuertes, pueden navegar en kayak o deslizarse por el canopy. “Estas actividades son totalmente seguras para todo público. También se brindan tutoriales para quienes recién empiezan en este tipo de actividades” afirma Medina.

Si bien hay señal de internet en la zona, nada mejor que disfrutar de la calma y relajación que existe en comparación de la bulliciosa ciudad. Estar en contacto directo con el cálido ambiente de El Caño, disfrutar de la exquisita gastronomía y atracciones, es una experiencia que nunca se podrá olvidar.

Un sabor maravilloso

Empresario italiano nos presenta el chocolate orgánico Cacao Maravillao, una delicia orgánica.



Salvatore Didonato

Tras contactarse con una empresa procesadora, obtuvo la primera barra de chocolate con cacao al 65%. Más adelante continuó promocionando el producto de tienda en tienda y en diferentes establecimientos comerciales. Todo con el fin de obtener la aceptación del producto. Obtuvo resultados muy positivos.

Esto permitió aumentar la producción y crear otros productos, como el chocolate con leche y con maní. Luego crearon chocolate con cacao al 70% y al 100%; pura pasta de chocolate, y con seis presentaciones exitosas. Para este año Salvatore Didonato tiene previsto el lanzamiento de dos nuevas presentaciones, chocolate Bitter 80% y chocolate 59% con macambo.

Con su marca obtuvo gran aceptación y Salvatore Didonato creó su propia tienda de chocolate, en la calle Reyes Guerra 870, en Moyobamba, siempre con la disposición de dar a conocer el producto.

Salvatore Didonato, italiano de nacimiento, agricultor y gerente de la empresa Cacao Maravillao, con sede en Moyobamba, región San Martín, llegó a esta tierra hace 14 años. Luego de conocer a quien sería su esposa, una moyobambina, se estableció de forma permanente.

Con su estadía, conoció muy bien zona del Alto Mayo. Así nació la idea de cultivar cacao. Comenzó como agricultor, un duro proceso de 10 años, donde produjo y vendió un cacao orgánico de excelente calidad. Con la seguridad de tener un gran producto, en el año 2018 se arriesgó a producir chocolate. Elegía los mejores granos y continuaba con un delicado proceso de fermentación.



Delicada producción

Las parcelas se encuentran en el valle del Alto Mayo, en Moyobamba, a una altura de 900 msnm, en la zona de la reserva de almendra. Es una zona boscosa con parcelas forestales. El grano se distingue por su calidad, como el grano de media altura, altura y forestal.

El proceso de cosecha se basa en distinguir los granos buenos, debido a que en las chacras existen deficiencias y a diario se trabaja para corregirlas. Como el clima es frío y lluvioso, el control es diario para controlar su plaga y poder conservar su armonía de desarrollo de la mazorca en su punto de maduración, aroma de bosque, de montaña y de musgo.

En la producción el grano tiene todos los requisitos para una buena selección, al entrar en el proceso de producción, exprime gran concentración de manteca de muy buena calidad, para elaborar un chocolate de primera calidad.

Todo este esfuerzo se refleja en un producto de excelente calidad. Y es que el señor Salvatore Didonato sabe cómo hacerlo de la mejor manera. Es empresario, agricultor, distribuidor, vendedor y receptor, todo para ser garante de una buena producción y calidad. Que próximamente renovará la imagen de su marca.



**SOMOS
UNA
DE LAS
MEJORES
COOPERATIVAS
DEL
PERÚ**



www.coopscb.com.pe



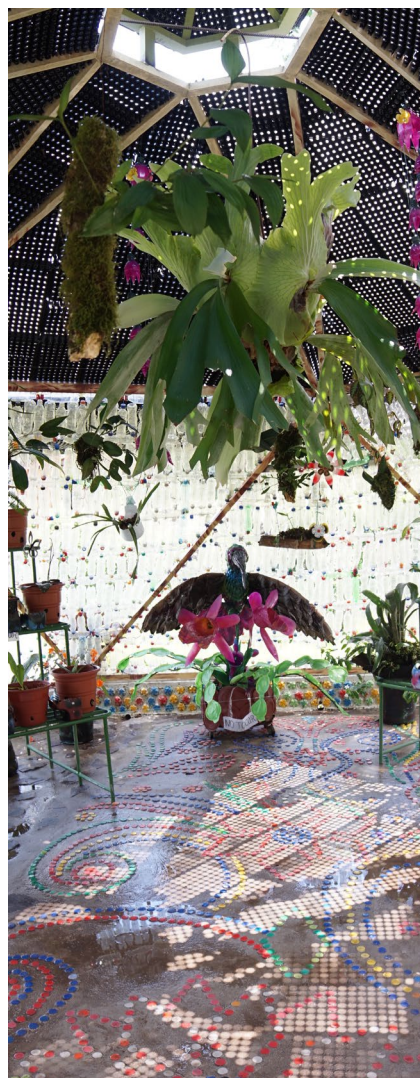
Entre orquídeas y mucho verdor

Una crónica de mi paso por la selva del Perú.

Después de dieciocho días de ardua caminata desde mi país, Venezuela, llegamos a un poblado llamado Segunda Jerusalén, en el distrito de Elías Soplín Vargas, provincia de Rioja, en la región San Martín. Llegué junto a mis dos menores hijos. Me llamó la atención que la mayoría de los habitantes eran cristianos y el inmenso templo donde asistían a sus cultos. Fue entonces cuando en realidad descubrí dónde habíamos llegado.

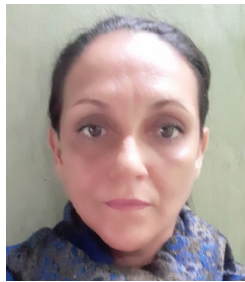
A los treinta días de nuestra llegada, la Municipalidad Distrital me notificó una oportunidad de empleo. Me ofrecían trabajar en el Orquidiario del Atractivo Turístico Naciente del Río Tioyacu. Mi contrato era por tres meses. Comencé con gran entusiasmo, el primero de octubre del 2019. Se trataba de una oportunidad para conocer a sus habitantes, su cultura, sus costumbres, junto a un grupo de excelentes compañeros, todos cristianos y con un administrador de gran calidad humana, el señor Alberto Tapia. Gracias a él y a su apoyo fue posible mi desenvolvimiento en el área que me asignaron.

En efecto, comencé por la recuperación de las plantas, la mayoría orquídeas. Me encargaba de su fumigación, mantenimiento, trasplante de semillas, etc. El 'rey' del aquel orquidiario, como así lo nombré, es un helecho que se conoce como Asta de venado, siendo su nombre científico *Platyceirium bifurcatum*. Se encontraba en malas condiciones, pero al cabo de cuatro semanas comenzó a nacerle sus nuevos parches de esporas y frondas fértiles, lo que inmediatamente hizo notar su cambio. Llamaba mu-



cho la atención de todos aquellos que venían al orquideario.

Posteriormente, mi inquietud fue conocer el mirador y a la persona que habitaba en él. Un buen día subí a la montaña, a visitar el lugar. Fue una caminata ardua de unos 15 minutos. Llegué a una humilde vivienda del señor Juan Tapia, quien en medio de la nada construyó un hospedaje para turistas. Más



Por: Yeliz Claret Mora*

adelante conseguí variedad de flora, la madriguera del maja, el nido de avispas mansas, varios portales admirables y una cueva de 15 metros de profundidad que tiene salida a mitad de esta montaña, el lugar más alto del mirador, donde se puede apreciar la comunidad de Segunda Jerusalén y parte de Nuevo Cajamarca, un lugar mágico de una extrema quietud y silencio, en verdad muy hermoso.

En este centro turístico se tiene la oportunidad de conocer visitantes de muchas otras partes, argentinos, colombianos, norteamericanos, españoles, chinos y compatriotas venezolanos de diferentes Estados de mi país, en su mayoría docentes y sobretodo alumnos, a los que tuve la oportunidad de orientar. Eso fue para mí una experiencia gratificante. Los últimos días de mi estadía en el Tioyacu ellos me pedían que hiciera todas las diligencias posibles para que pudiera regresar y darles clases, alegres, conforme se despedían de mí con nostalgia.

Es por ello que, cuando tenga la vida que haya decidido tener, también habrá días en los que me sentiré triste, estancada, frustrada o con dudas. Sin embargo, en ese momento, sólo tendré que hacer una cosa: mirar hacia atrás y recordar el pasado. Mi paso por el Tioyacu, y así compensaré la aficción que siento al decirles adiós.

Para concluir y, aprovechando la oportunidad, exhorto a todos aquellos futuros visitantes al Tioyacu, que no vacilen en hacerlo, porque realmente es una experiencia maravillosa y única. Hasta pronto.

Cooperativa con rostro social

Tarapoto abre sus puertas a la Coopac SCB Santo Cristo de Bagazán.



La emprendedora ciudad de Tarapoto, en la región San Martín, cuenta ahora con un importante aliado para el progreso de su población: la Coopac SCB Santo Cristo de Bagazán, empresa que abrió sus puertas en esta ciudad el último 14 de diciembre de 2019 con la misión de brindar a sus socios los mejores servicios y soluciones financieras. Para ello cuentan con un equipo de asesores especializados y con alto sentido de responsabilidad social.

La Coopac SCB llegó para aportar al desarrollo con sus 56 años de experiencia y con el respaldo de más 106 mil asociados a nivel nacional, lo que la convierte en la quinta cooperativa más importante del Perú, con 12 oficinas que ofrecen las tasas más bajas de interés del mercado de créditos.

Durante la apertura, María del Carmen Bartra del Águila, presidenta del Consejo de Administración de la Coopac SCB, indicó que llegan con mucho entusiasmo y ganas de promover el cooperativismo en una ciudad con gran proyección económica como Tarapoto. "Estamos seguros que los tarapotinos

van a responder favorablemente a nuestros objetivos, pues entregamos servicios con los cuales todos podrán sentirse identificados y a los cuales podrán acceder".

Por parte, Rolando Reátegui Barrera, Gerente General de la Coopac SCB, dijo que en esta ciudad proyectan contar con 4 mil socios en el primer año. "Buscamos captar diversos nichos, como productores agrícolas, amas de casa, empleados públicos y del sector privado. Vamos a mejorar su calidad de vida y ayudarles en proyectos familiares".

Reátegui indicó que las cooperativas no deben competir sino afianzarse más y demostrar que son una alternativa financiera con rostro humano. Subrayó que una de sus principales metas es colocar créditos entre los microempresarios de la región, los cuales constituyen la locomotora de la economía.

"Contamos con personal profesional capacitado para brindar una atención de calidad. Además, tenemos convenios con otras cooperativas para que nuestros clientes puedan realizar sus

depósitos y/o retiros sin inconvenientes en la costa, sierra y selva".

A su turno, el presidente del Comité de Vigilancia, Marco Antonio Ríos Romero, sostuvo que la Coopac SCB llega con mucha esperanza y con la certeza de que el auge financiero de la ciudad permita consolidar la práctica del cooperativismo y los valores que la rigen.

Fundadores

La ceremonia de inauguración tuvo una participación emotiva de Pablo Ruiz Mori, uno de los socios fundadores, quien repasó los inicios de la cooperativa, entre un grupo de maestros de educación primaria que se unieron para brindarse apoyo mutuo.

Ruiz dijo sentirse agradecido con la vida por permitirle presenciar la apertura de esta importante sede. Selmiria Ibérico Guzmán, también fundadora, fue la encargada de donar un cuadro del santo que lleva el nombre de la cooperativa.

La Coopac SCB busca consolidarse y ser un referente a nivel nacional, atendiendo con calidad y calidez las necesidades de sus socios y clientes. Bienvenidos sean todos los tarapotinos.



Elías Soplín Vargas: un distrito que avanza

El alcalde de este hermoso lugar nos cuenta los avances de su primer año de gestión y sus proyecciones a futuro.

Desde su creación, hace 32 años, el distrito de Elías Soplín Vargas, en la región San Martín, ha progresado gracias al trabajo de su gente y autoridades. Rosas Herrera Julon, alcalde distrital, tiene como prioridad la ejecución de obras que beneficien a la población.

De acuerdo con el alcalde Herrera, el trabajo municipal ha hecho posible que el 90% de la población cuente con servicios básicos. Además, en cuanto al campo educativo, el distrito cuenta con servicios de estimulación temprana (Pronoei), educación inicial, primaria, secundaria y superior (solo privada).

Autocríticas

Aunque los avances han sido importantes, el alcalde Herrera indica que hay trabajo pendiente en cuanto a transporte, sistemas de desagüe y aguas fluviales. Asimismo, subraya la necesidad



Elías Soplín Vargas

de mejorar la educación en todos sus niveles y la atención en el único puesto de salud con el que cuentan.

Del mismo modo, califica de deficiente -y en algunos casos carentes- los servicios de alumbrado público, bajo la concesión de la empresa Electro Oriente. También enfatiza el nulo servicio de gas natural en la zona y la deficiente calidad de la infraestructura en las instituciones educativas.

No obstante, no todas son críticas negativas. Para Herrera, también existen noticias reconfortantes. Por ejemplo, que se viene avanzando mucho en el tema de seguridad ciudadana gracias al trabajo conjunto de la gerencia regional.

Primer año de gestión

Desde que empezó la actual gestión se tienen importantes resultados frente a los problemas que afronta Elías Soplín Vargas. Rosas Herrera menciona que se está entregando mobiliario en las escuelas y construyendo



comedores y losas deportivas. Del mismo modo -asegura- se está trabajando junto a la UGEL para mejorar la calidad educativa de las diversas instituciones en el distrito.

En tanto, las obras en las calles no se detienen, como el mejoramiento de una trocha carrozable de 6 kilómetros, la elaboración de 11 nuevas alcantarillas y la reparación de las principales avenidas, calles, jirones y pasajes de la localidad.

Proyecciones

La actual gestión municipal tiene proyectos a corto y mediano plazo. Por ejemplo, el saneamiento básico de los caseríos de la zona (10 en total), para lo cual espera los estudios de impacto ambiental para iniciar la obra.

En esa misma línea, se tiene planeado mejorar las vías para automóviles y las veredas. También se está llevando a cabo la fase de revisión de expedientes para el mejoramiento del alma mater de Segunda Jerusalén (capital del distrito): la I.E. Divino Maestro. Es importante mencionar la construcción de la I.E. 0623 de Asunguillo, junto al gobierno regional.

Atractivo turístico

Dentro de las principales intenciones del municipio se encuentra el hacer



de Elías Soplín Vargas un gran destino para los turistas, tanto nacionales como extranjeros. Dentro del distrito se puede visitar la iglesia del centro de Segunda Jerusalén, la plaza de armas y también la gran cantidad de paisajes naturales, siendo el más popular la naciente del Tioyacu.

Es esta última es la que más visitantes atrae, ya que constituye el inicio del río Yacu, el cual se forma gracias a las aguas subterráneas. Esta naciente se caracteriza por su temperatura fría, así

como por su agua limpia y cristalina. Además, el caudal no suele ser muy fuerte, por lo que es apta para visitar en familia.

Herrera pretende hacer una mayor inversión en el Tioyacu, pues se debe mejorar las áreas verdes que lo rodean, la infraestructura del lugar, como el puente por donde se llega a la naciente. También busca implementar más puntos de venta en los alrededores para mantener satisfechos a los visitantes.





El doctor Hugo Enrique Hernández Figueroa es un reconocido científico peruano. Además de ingeniero electrónico, tiene una especialización en matemáticas, ambos títulos por la Universidad Federal de Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil; una maestría en Ingeniería de Telecomunicaciones y otra en Ciencias de la Computación, ambas por la Pontificia Universidad Católica de Rio de Janeiro y un doctorado en Física por el Imperial College of Science, Technology and Medicine de Londres, Inglaterra.

Con toda su experiencia en el campo de la investigación, subraya que cualquier sociedad en vías de desarrollo necesita que el Estado financie la formación de recursos humanos altamente calificados, es decir, en producir doctores en investigación.

“En el Perú existe entre 1 000 y 1 500 doctores, pero dado el tamaño de nuestra población debería haber 50 ó 60 mil, entre todas las áreas”, afirma el también profesor de la facultad de Ingeniería Eléctrica y Computación de la Universidad de Campinas en Sao Paulo, Brasil. El doctor Hernández afirma que el país necesita un sistema con ciclo virtuoso, capaz de inyectar dinero a la universidad para formar profesionales que realicen nuevas investigaciones. “Gracias a esto se crearían productos que generen impuestos para el Estado, lo que retorna como presupuesto para las universidades, donde el ciclo empieza otra vez”.

Investigación en el centro del país

Existe un proyecto aprobado en el Congreso de la República para que el Primer Parque Científico y Tecnológico del Centro del Perú tenga su sede en la región Junín, vinculado a la Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP). Sin embargo, el apoyo del Estado sigue siendo mínimo. En esta zona, por ejemplo, encontró a varios pequeños empresarios que necesitaban “primeros auxilios”, con problemas en sus plantaciones que, en realidad, no son difíciles de solucionar.

Aunque aún se espera la convocatoria para empezar la implementación del

Para crecer hay que investigar

Grow is achieved through the research

Tareas pendientes en el campo científico de la investigación, sobre todo en la zona centro del país.

Pending tasks in scientific field of the research, mainly in the central zone of the country.



Hugo Hernández

parque, el cual tendrá una fuerte orientación agropecuaria, Hernández está trabajando -paralelamente- con las empresas brasileñas de cosmética Natura y O Boticário, para que de la misma forma como lo hacen en Brasil, desarrollen proyectos de investigación en el Perú, país con gran biodiversidad.

De otro lado, comenta que, en parte, gracias a su colaboración, la UNCP

aumentó su número de publicaciones científicas, posicionándose mejor en el ranking nacional. “De un total de 250 artículos que recibimos, seleccionamos una muestra de 40.

Tuvimos un gran trabajo de capacitación sobre todo en lo que se refiere a técnicas de investigación, elaboración de artículos y proyectos científicos”.

Hernández también organiza, junto con el Ministerio de Relaciones Exteriores, los seminarios-taller “Perú-Brasil de Ciencia, Tecnología e Innovación”. “Tenemos que hacerlos con más anticipación. Existe poca divulgación para el excelente nivel y calidad de los ponentes que se presentan”. El trabajo por la producción de ciencia en el Perú nunca se detiene.

Dr. Hugo Enrique Hernandez is a renowned Peruvian scientist. Apart from being an Electronic Engineer, he has a specialization in mathematics, both titles obtained by the Federal University Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brazil, a master in Telecommunications Engineer and other in Computer Science, both obtained by the Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro and a doctorate in Physics by the Imperial College of Science, Technology and Medicine of London, England.

With all his experience in the research field, he says that any society in developing countries requires that the State finance the training of highly qualified human resources, in other words, producing doctors in research.

“In Peru there are between 1 000 and 1 500 doctors, but given the size of our population, it should be 50 or 60 thousand, among all areas”, says the professor of the faculty of Electric Engineer and Computer of the Campinas University in Sao Paulo, Brazil. Doctor Hernandez says that the country needs a system with a virtuous cycle, capable of injecting money to the university to form professionals to conduct new research. “Thanks to this, products that generate taxes for the State would be created, which returns as a budget for the universities, where the cycle starts again”.

Research in the central zone of the country

There is a project approved by the Congress of the Republic in order that the First Scientific and Technological Park of the Central Area of Peru has its headquarters office in Junin region, linked to



Universidad Nacional del Centro del Perú
National University of the Center of Peru

the National University of the Center of Peru (UNCP). However, it is minimum the support of the State. For example, in this zone, it was found various small businessmen needing “first aids”, with problems in their plantations that, in fact, are not difficult to solve.

Although it is expected the call to start the implementation of the park, which will have a strong agricultural orientation, Hernandez is working -in parallel- with the Brazilian cosmetic companies Natura and O Boticário, so that in the same way as they do in Brazil, develop research projects in Peru, a country with a big biodiversity.

On the other hand, he says that in part, thanks to his cooperation, the UNCP

increased its number of scientific publications, favorably positioning in the national ranking. “From a total of 250 articles that we receive, we select a sample of 40.

We had a great training job, mostly when referred to research techniques, preparation of articles and scientific projects”.

Hernandez also organizes together with the Ministry of Foreign Affairs, the seminars-workshop “Peru-Brazil of Science, Technology and Innovation”. We have to do it well in advance. There is very little divulgation for the excellent level and quality of the speakers that are presented”. The work for the production of science never stops in Peru.



A bailar sobre las uvas

Dancing on the grapes

Cada marzo todo Ica disfruta de la celebración de su producto insignia: la uva. | Each March Ica enjoys the celebration of its flagship product: the grape.

Durante la temporada de verano, la uva iqueña deleita a sus visitantes con el pisco de la zona. Y es que son muchos los paladares que reconocen su exquisito sabor y se maravillan con la festividad en honor al producto que lo hace posible: la uva. Bienvenidos a la fiesta de la Vendimia de Ica.

Esta celebración, tanto por su connotación cultural como económica, significa mucho para el poblador local. Es reconocida en el país y en el extranjero. Por ello desde 1958, cada marzo, se realiza un desfile principal donde se observan grandes carrozas, fuegos artificiales y mucha música para celebrar este producto nacional.

Pero la principal atracción de esta festividad es observar el proceso de pro-

ducción de los mejores piscos, visitando las bodegas tradicionales de Ica en la llamada Ruta de los Lagares. Este recorrido, parte fundamental de la fiesta de la Vendimia, es realizado entre el 2 al 10 de marzo.

La hermosa ciudad de Ica está situada a 303 km al sur de Lima, a unas 5 horas de recorrido. Tiene un clima cálido y seco. La temperatura promedio es de 27 °C en verano. Además, tiene una excelente infraestructura hotelera y exquisitos restaurantes.

Orígenes y celebración

La Vendimia tuvo su primera edición en el año 1998 gracias al señor Julio Valenzuela, hoy director de Turismo de la Dirección Regional de Turismo

de Ica (Dircetur Ica). Esta ruta empieza con la recolección de la uva que será posteriormente pisada.

Ya transformada en pisco, se ofrece en forma de cachina al público. “Con la participación de las bodegas productoras, desarrollamos esta ruta en sus propios locales, cuatro en un inicio. En la primera edición participaron la Reina de la Vendimia, algunos funcionarios públicos y demás visitantes locales”, asegura Valenzuela.

Hoy son ocho las bodegas participantes, cada una con un programa particular que va desde danzas típicas hasta caballos de paso, todos espectáculos gratuitos. A su vez, la Dircetur Ica brindará apoyo para la organización del evento y la seguridad del mismo.

“En buena medida, se ha mejorado la calidad de los productos gracias a la Ruta de los Lagares. La calidad del servicio y la infraestructura de las bodegas han subido de nivel. Se prevé que la afluencia de público aumente entre 6% y 7% con relación al año pasado”, afirma Valenzuela.

Del mismo modo, el presidente actual del evento, el ingeniero José Antonio Carrasco, comenta que, bajo su visión, el mercado del pisco tiene una estrecha relación con la actividad turística. A pesar de competidores como del aguardiente chileno, Carrasco asegura que eventos como la Ruta de los Lagares revalorizan nuestra bebida nacional.

Esta maravillosa ruta está enfocada en la revalorización de la cultura y de la historia de las antiguas bodegas. Por ello su fortaleza se basa en la conservación de tradiciones como la pisa de uva, garantizando al visitante una experiencia llena de valores históricos, sociales y culturales, que forman parte de esta maravillosa región.

During summer season, Ica grape delights their visitors with Pisco drink of the zone. And there are many palates that recognize their exquisite flavor and are wondered with the festivity in honor of the product that makes it possible: the grape. Welcome to Vendimia festival in Ica.

This celebration, for its cultural and economic connotation, is very significant for the local inhabitant. It is recognized in the country and abroad. That is why since 1958 each march, a main parade is taken place, where big floats, fireworks are observed and a lot of music, to celebrate this national product.

But the main attraction of this festival is to observe the process of producing the best Piscos, visiting traditional wineries of Ica in the so called “Winepresses Route”. This tour is an integral part of the Vendimia party, that takes place from March 2 to 10th.

The beautiful city of Ica is located at 303 km to the south of Lima, to almost 5 hours of trip. It has a warm a dry

weather. The average temperature reaches 27 °C in summer. Also, it has an excellent hotel infrastructure and exquisite restaurants.

Origins and celebration

Vendimia first edition was in 1998, thanks to Mr. Julio Valenzuela, actual director of Tourism of the Regional Direction of Tourism in Ica (Dircetur Ica). This route starts with the harvest of grape that will be later pressed.

Once transformed in Pisco, it is offered as “cachina” drink to the public. “With the participation of producing wineries, we develop this route in their own facilities, starting with four. In the first edition, The Queen of the Vendimia, as well as some public officers and local visitors participated”, said Valenzuela.

Actually, there are eight wineries participating in this festival, each one with a particular program that starts with typical dances until Peruvian Paso horses, all free shows. Also, the Dircetur Ica will provide support for the organization of the event and the security of said activity.

“The quality of the products has been largely improved thanks to the Winepresses Route. The quality of the service and the infrastructure of the wineries have risen their level. It is expected that the number of visitors will increase in 6% and 7% in relation to last year”, says Valenzuela.

Similarly, the actual president of the festival, the engineer Jose Antonio Carrasco, says that according to his vision, Pisco market has a close relation with the tourism activity. Despite competitors as Chilean brandy, Carrasco assures that events such as the Winepress Route will revalue our national drink.

This wonderful route is focused on the revalue of the culture and history of old wineries. Therefore, its strength is based on the preservation of traditions such as grape press, guaranteeing the visitor an experience full of historic, social and cultural values that are part of this wonderful region.

BOHORQUEZ

Tradición Pisquera desde 1968

Producción de Piscos, vinos, cremas y cerveza artesanal

La Solano D 14, Los Aguijes, Ica, Perú
Cel.: (51) 998384180
Taberna Bohorquez / Calle Junin 601, Ica, Perú
piscosbohorquez@hotmail.com
Pisco "BOHORQUEZ" - Ica - Perú
www.piscosbohorquez.com

Petro's
Restaurante

Libertad 173, Ica, Perú
Telf.: (51-56) 212-509 / Cel.: (51) 947828877
www.restaurantepetros.com | Restaurante Petros

HUACACHINA
MAXIMA DIVERSION

Viajes ICA

Urb. De Huacachina 178, Huacachina, Ica, Perú
Cel.: (51) 942159478 / Cel.: (51) 989091179
ruben1985_06@hotmail.com / rubencamargozapata



¡Pisco, cómo te queremos!

Pisco, how much we love you!

Nuestra bebida de bandera: análisis de su calidad, promoción y características. | Our Peruvian flag drink: Analysis of its quality, promotion and characteristics.



El pisco se destila solo una vez
Pisco is distilled once

El pisco, nuestra bebida de bandera, es un destilado diferente a los demás y, por su naturaleza, único en el mundo. Proviene de las uvas pisqueras. A saber: las no aromáticas, como quebranta, negra criolla, mollar, uvina; y las aromáticas: Italia, moscatel, albilla y torontel, que provienen de las regiones reconocidas por la denominación de origen: Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna.

Por sus características notables se busca que esté en estanterías de todo el mundo. ¿Cómo lograrlo? Según Johnny Schuler, CEO de la destilería La Caravedo, la be-

bida de bandera tiene tres virtudes fundamentales que la diferencian de cualquier otro destilado.

En primer lugar, el azúcar que posee es natural, proveniente de la uva. En otras bebidas el azúcar es artificial, como en aquellas hechas a base de granos o vegetales. De otro lado, el experto explica que el Pisco se destila solo una vez y se embotella con la misma graduación alcohólica con la que sale del alambique.

Esto a diferencia del whisky, ron o tequila, por ejemplo, las cuales necesitan destilar-

se dos o más veces. Incluso, en algunos casos, debe añadirse agua para alcanzar su grado de alcohol requerido.

Por último, la estructura aromática del pisco es absolutamente natural gracias a todo lo que tiene alrededor: aguas, tierra, fuerza del sol. El coñac o el whisky, en cambio, requieren agentes exógenos no relacionados con su origen y les proporcionan aromas específicos.

Promoción y educación

Schuler también destaca el trabajo que viene realizando PromPerú,

las oficinas comerciales (OCEX) y las embajadas peruanas en el mundo, cuya labor le parece bastante seria. “Están buscando la mejor manera de comunicar que nosotros tenemos una bebida única”.

De acuerdo con José Moquillaza, promotor del pisco a nivel mundial, los consejeros comerciales están realizando su trabajo de manera adecuada. Comenta que, a diferencia de la gastronomía, el pisco no se puede exportar como modelo de negocio, sino solo como bebida. “Los estándares de calidad no permiten que sea producido fuera de su zona de denominación de origen. Por tanto, el pisco siempre será una industria local”.

Sobre la educación relacionada al mundo del pisco, Moquillaza dice que el trabajo del Estado y destilerías deben ir de la mano. Por ejemplo, las embajadas en países como Estados Unidos, Francia o Italia, enseñan a los bartenders y exportadores por qué el pisco es una bebida de gran calidad. Por su parte, Schuler cuenta que La Caravedo brinda conferencias, entrevistas, talleres y demás para mostrar el potencial del pisco.

Finalmente, Moquillaza explica que se debe buscar que el pisco sea una bebida notable a nivel mundial y no popular, pues “una joya enológica como el pisco nunca llega a ser masiva”. Además, menciona que las marcas importantes, aun siendo pequeñas, deben tratar de seguir ese camino. Mientras que las grandes empresas -subraya-, deben tener en su portafolio un producto de alta gama para atender esta demanda.

Pisco, our Peruvian flag drink, is a distillate different from the others, and by its nature, unique in the world. It comes from pisco grapes. Namely: non-aromatic, such as quebranta, negra criolla, mollar, uvina; and aromatic: Italia, moscatel, albilla and torontel, that come from regions recognized by their origin denomination: Lima, Ica, Arequipa, Moquegua and Tacna.

Due to its outstanding characteristics, it is expected to be found in shop shelves around the world. How this could be achieved? According to Johnny Schuler, CEO of La Caravedo distillery, this flag drink has three main virtues that differentiates it from any other distillate.

First of all, sugar is natural, this comes from the grape. In other drinks sugar is artificial, such as those made from grains and vegetables. On the other hand, the expert explains that Pisco is distilled once, and it is bottled with the same alcoholic strength that leaves from the still.

This distinguishes from whisky, rum



or tequila, for example which need to be distilled twice. Even, in some cases, water has to be added to reach the required alcohol grade.

Finally, the aromatic structure of pisco is absolutely natural, thanks to everything around it: waters, earth, sun force. On the other hand, cognac or whisky require exogenous agents that are not related to their origin and provide specific flavours.

Promotion and Education

Schuler also outlines the work that PromPeru, commercial offices (OCEX) and Peruvian embassies around the world are doing, which efforts are very serious. “They are searching the best way to communicate that we have a unique drink”.

According to Jose Moquillaza, Pisco promoter around the world, commercial advisors are doing their work in an appropriate manner. He says that, in contrast to gastronomy, Pisco cannot be exported as a business model, but only as a drink. “The quality standards do not permit that this could be produced outside its origin denomination zone. Consequently, Pisco will always be a local industry”.

According to the education related to Pisco world, Moquillaza says that there must go together the work of the State and the distilleries. For example, the embassies in countries such as United States, France or Italy train their bartenders and exporters in order to know the reason why pisco is a high quality drink. On the other hand, Schuler says that in La Caravedo there are conferences, interviews and so, to show Pisco potential.

Finally, Moquillaza explains that Pisco drink should be sought as a notable drink worldwide, and not popular, because as an oenological jewel such as Pisco drink, it will never be massive”. Also, he mentions that important marks, even if small, must follow this path. While he underlines that big companies must have in their portfolio, a high-end product to meet this demand.





ExpoAmazónica 2020

Chachapoyas, capital de la Región Amazonas, será sede de la décima Expo Amazónica. Que traerá este año innovaciones, como la exhibición más grande de animales menores y bovinos, juzgamiento a cargo de jueces internacionales, congreso sobre ganadería y potencialidades turísticas con enfoque ecológico, sostenible y competitivo, entre otras.

En la Foto: Oscar Altamirano, Gobernador de Amazonas y Edgar Vásquez, Ministro de Comercio Exterior y Turismo.



Workshop Países Andinos

Turismo Inkaiko realizó el XXIV Workshop Países Andinos “Perú, Bolivia y Ecuador 2020”, que contó con la participación de 50 expositores nacionales y extranjeros, quienes ofrecieron sus productos y servicios turísticos a las más de 600 personas que visitaron la feria.



En las fotos: Eva García, Embajadora del Ecuador en el Perú; Hilda Paragulla, CEO de Turismo Inkaiko; Ricardo Valdivieso, Director de ProEcuador en Lima, entre otros.

Record de exportaciones no tradicionales

El Perú alcanzó en el 2019 un récord histórico en la exportación de productos no tradicionales, 13 791 millones de dólares y un crecimiento del 4.1 % en relación al año 2018, vinculados principalmente a los sectores pesquero y de agroexportación.



El ganador en la categoría Consorcios y Asociaciones, fue Crafts Council Perú, consorcio de diez empresas que en el 2019 exportó 9 millones trescientos mil dólares.



Artesanías del Perú, Historia, Tradición e Innovación

Una completa investigación de arte popular, de Shirley Ríos Acuña.



En la Foto: Guillermo Cortés, María Elena del Solar, Gerion Fernández y Javier Leturia

Ruta de Competitividad Turística

El Mincetur lanzó la Ruta de la Competitividad Turística, que fortalecerá las competencias del sector empresarial, entre las micro, pequeñas y medianas empresas del sector turismo. “A través de ella apuntamos a que los operadores turísticos aumenten su calidad en el servicio y nos ayuden a consolidar la meta de crecimiento del 10 % para el turismo”, indicó el titular del Mincetur.



XVI Feria Perú y Latinoamérica 2020

Con el objetivo de lograr el contacto comercial entre expositores y visitantes profesionales, Morochucos Rep realizó la referida feria el pasado mes de enero 2020.

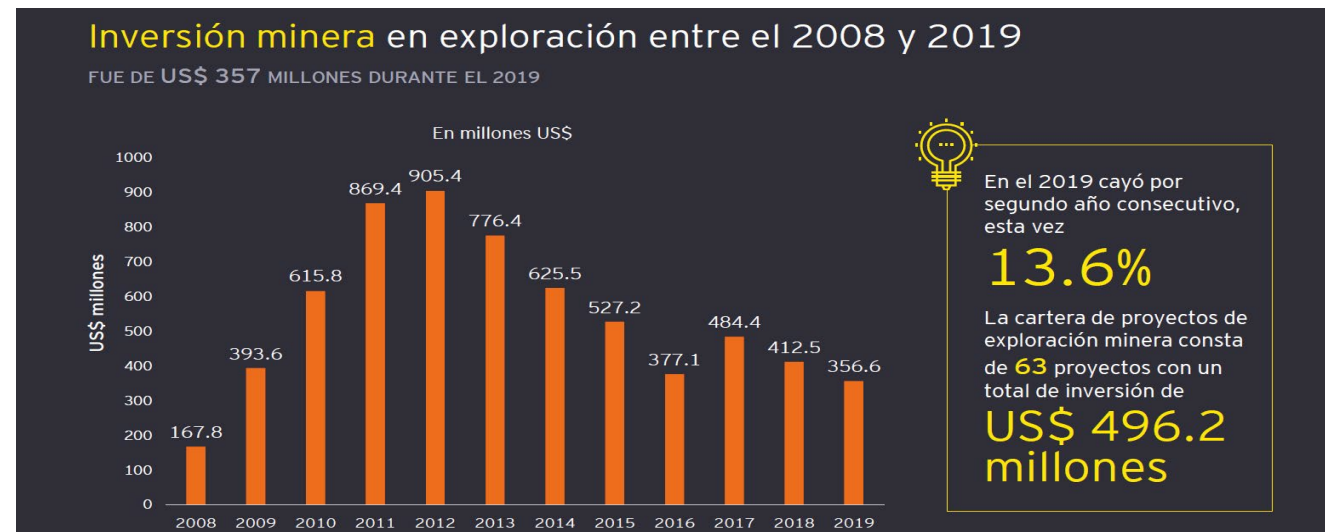


En la foto: Erik Galvez de Royal Tour Ecuador; Verónica de Iscar, de Civitatis España; Erick Guillen de Morochucos Repts, Yudy Tenesaca de Global Land Tour de Ecuador.

Una mirada a la minería peruana

Algunas de las cifras más saltantes de la Guía de Inversión Minera 2020-2021 de EY Perú.

La actividad extractiva más importante del Perú muestra un panorama expectante. Mientras la inversión en explotación ha crecido en los últimos años, la inversión en exploración cayó algunos puntos. Por ello el Estado y el sector privado deben doblegar esfuerzos para consolidar una actividad que trae desarrollo y crecimiento económico.



Fuente: Guía de Inversión Minera 2020-2021



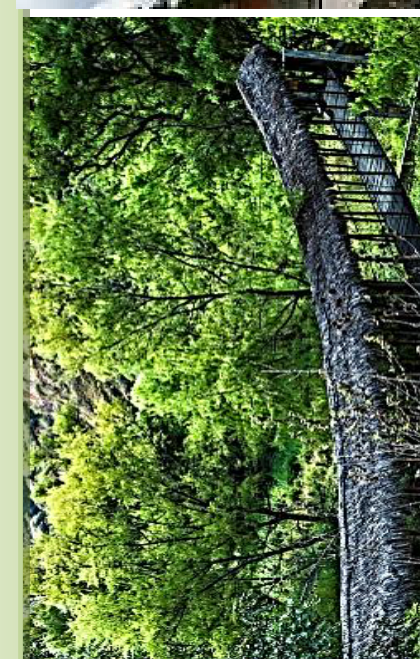
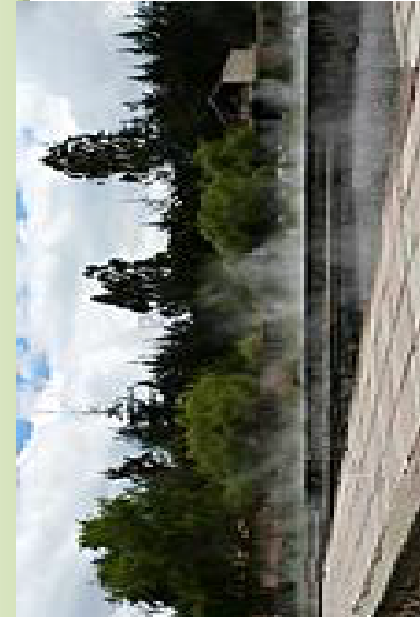
TURISMO MÉDICO

WELLNESS

TERMALISMO



PREPARATE PARA VIAJAR DE UNA MANERA DIFERENTE...



www.traweperu.com

¿Cómo te preparas hoy para invertir en la minería del futuro?

Descarga la Peru's mining & metals investment guide 2020/2021, una publicación de EY Perú que recoge los principales aspectos para desarrollar proyectos en el sector.

ey.com/pe/guia-minera



Escanea el código QR para descargar la guía

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