

# EXPORTAR

ECONOMIA, NEGOCIOS & TURISMO

Año XXVI – No. 131 – Edición Internacional  
www.exportar.com.pe



**Cacao y chocolate:**

*Sabrosa dupla peruana de exportación.*

**Cocoa and chocolate:**

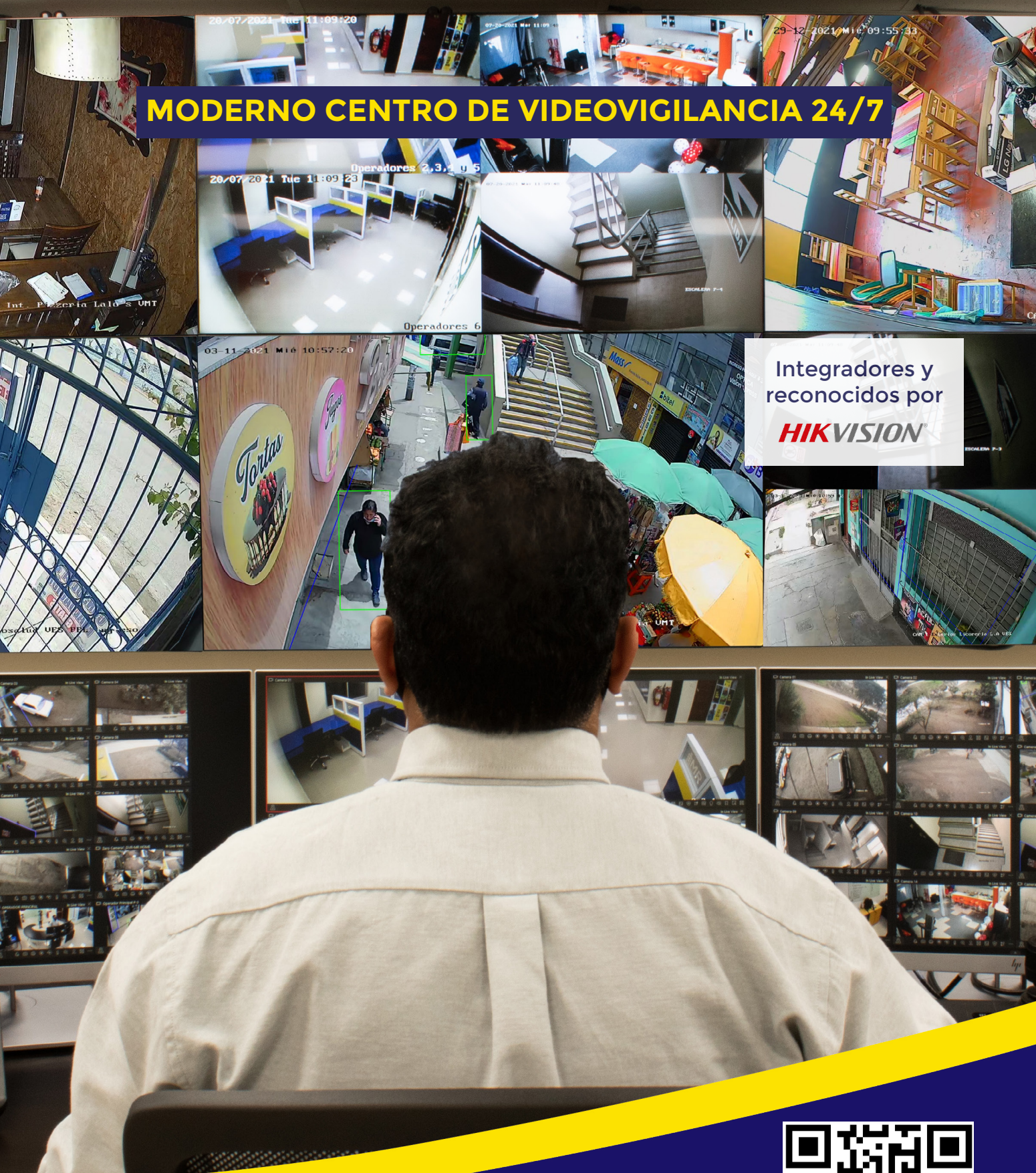
*Tasty Peruvian export duo.*

- Alemania en el horizonte
- *Germany on the horizon*

- Parque nacional del café
- *National Coffee Park*

- La innovación de Galix Tech
- *Galix Tech innovation*

# MODERNO CENTRO DE VIDEOVIGILANCIA 24/7



Integradores y reconocidos por  
**HIKVISION**



## Café y Cacao de Pangoa para el mundo

Cooperativa competitiva con presencia global y conocimiento especializado de agricultura ancestral.

- Exportación:**
  - Café y cacao
- Mercado Nacional**
  - Café tostado
  - Café y cacao en granos
  - Chocolates
  - Polvo de cacao
  - Miel de abeja
  - Licores

Desde hace 45 años **CAC Pangoa** es productora de café y cacao orgánico para consumo nacional y para la exportación. Sus productos son elaborados en base a los estándares más exigentes de calidad, con certificación orgánica y comercio justo.

Cooperativa Agraria Cafetalera Pangoa S.A.C.  
Av. Cafetaleros 600, San Martín de Pangoa, Satipo, Junín, Perú  
Phone: +51 923 761 283 / E-mail: [cacpangoa@cacpangoa.com](mailto:cacpangoa@cacpangoa.com) / [ventas@cacpangoa.com](mailto:ventas@cacpangoa.com) / WhatsApp: +51 945 078 122

## Tu casa de campo te espera...

**OFRECEMOS:**

- Alojamiento
- Restaurante
- Salón de eventos

Casablanca Huacho 999 334 626 [www.hotelcasablancahuacho.com](http://www.hotelcasablancahuacho.com)



6

## Alemania en el horizonte

Germany on the horizon

En la presente entrevista, Elmer Schialer Salcedo, Embajador del Perú en Alemania, nos actualiza sobre las relaciones económicas, culturales y de cooperación entre ambas naciones.

*In this interview, Elmer Schialer Salcedo, Ambassador of Peru in Germany, updates us on the economic, cultural and cooperation relations between both nations.*

11



## Perú con paso firme en España

Peru with a firm step in Spain

Exportaciones y empresas peruanas se recuperan tras la pandemia y logran destacar en Europa.

*Peruvian exports and companies recover after the pandemic and manage to stand out in Europe.*



## Más unidos por el cacao

More united by cocoa

Usaid promueve una agricultura cacaotera sostenible, de calidad y sin ejercer presión en los bosques, para que las miles de familias productoras que dejaron los cultivos ilícitos, puedan mejorar sus ingresos y vivir en bienestar.

*Usaid promotes sustainable, quality cocoa agriculture without exerting pressure on the forests, so that the thousands of producer families who abandoned illicit crops can improve their income and live in well-being.*

14



16

## La innovación de Galix Tech

Galix Tech innovation

La empresa industrial brinda productos de máxima calidad, exportando y buscando el desarrollo comercial del sector agroindustrial en el Perú.

*The industrial company provides top quality products, exporting and seeking the commercial development of the agro-industrial sector in Peru.*

18



## Exitosa alianza por el cacao peruano

Successful alliance for Peruvian cocoa

La Alianza Cacao Perú ha demostrado que, con trabajo y estrategias claras, se puede construir una cadena de valor del cacao y chocolate peruano competitiva, resiliente y sostenible.

*The Peru Cocoa Alliance has shown that, with work and clear strategies, a competitive, resilient and sustainable value chain for Peruvian cocoa and chocolate can be built.*



20

## Parque nacional del café

Coffee National Park

Finca Orgánica Rainforest, 27 variedades de finos café para el mundo.  
*Rainforest Organic Farm, 27 varieties of fine coffee for the world.*



24

## Pangoa, café con aroma de progreso

Pangoa, coffee with the aroma of progress

La Cooperativa Agraria Cafetalera Pangoa preserva y procesa los mejores granos de café y cacao de la zona, brindando al mundo productos de gran calidad.

*The Pangoa Coffee Farming Cooperative preserves and processes the best coffee and cocoa beans in the area, providing the world with high-quality products.*

28



## Guías para invertir en Perú

Guides to invest in Peru

Paulo Pantigoso, Country Managing Partner de EY Perú, nos habla sobre el importante trabajo editorial que realizan a favor de las inversiones.

*Paulo Pantigoso, Country Managing Partner of EY Peru, tells us about the important editorial work they do in favor of investments.*

31



## Endulzan al mundo

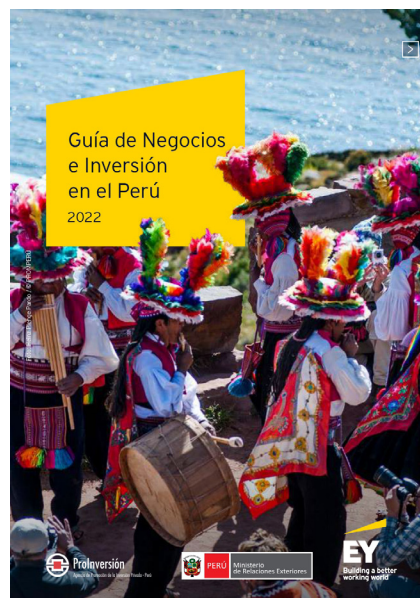
Sweeten the world

Chocolates Kareena con insumos piuranos los que le dan un valor agregado único.

*Kareena chocolates with Piuran ingredients that give it a unique added value.*



## Guía de Negocios e Inversión 2022



El Ministerio de Relaciones Exteriores, ProInversión y EY Perú ponen al alcance de inversionistas nacionales e internacionales la “Guía de Negocios e Inversión en el Perú 2022”, que busca contribuir al crecimiento económico del país. La nueva versión de la guía, estará disponible en español e inglés en la red de embajadas, consulados y representaciones peruanas en el exterior. Contiene información sobre el entorno de negocios en el país, un análisis de los principales sectores de la economía y una lista detallada de los factores a considerar para el establecimiento de empresas en el Perú. Se incluyen aspectos tributarios, legales, de régimen laboral, normas contables, regulación de la propiedad intelectual y normativa sobre el medio ambiente y cambio climático. Elaborada en el marco del Acuerdo de Cooperación Interinstitucional entre el MRE y EY Perú, constituye una importante herramienta para las labores de promoción del país que desarrollan las misiones diplomáticas del Perú alrededor del mundo.

## Exportaciones en azul



De enero a mayo del 2022, el comercio exterior peruano alcanzó los US\$ 48 180 millones, registrando un crecimiento de 17.6 % en comparación al obtenido durante el mismo periodo del 2021. Según datos publicados por la Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior, las exportaciones peruanas de bienes han acumulado 21 meses de continuo crecimiento, en gran parte por los mayores precios internacionales de materias primas y el aumento de la oferta exportable de sectores como el agropecuario. El sector minero es uno de los que más ha crecido en exportaciones de bienes. Representa el 60 % del total de exportaciones del país. De enero a mayo del 2022 ha generado US\$ 15 045 millones, es decir, 4.8 % más lo que alcanzado en el mismo periodo, en el 2021 (US\$ 14 354 millones). Otro sector de buen crecimiento ha sido el textil-confecciones. De enero a mayo del presente año, registró un crecimiento de 36.6 % respecto al 2021, generando un total de 762 millones de dólares.

## Cusco, imán de turistas



La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Tu-

rismo (PromPerú), informó que los premios World's Best Awards 2022 nombraron a Cusco como la ciudad preferida para viajar en Centro y Sudamérica. Es importante mencionar que estos premios están organizados por Travel + Leisure, revista estadounidense con sede en Nueva York desde 1937 y considerado como uno de los medios especializados en viajes más influyentes del mundo. Los premios World's Best Awards son una encuesta anual de lectores que califica aeropuertos, ciudades, cruceros, hoteles e islas. Los votos efectuados por los lectores de la revista califican sus destinos favoritos en función de las siguientes características: lugares de interés turístico, cultural, gastronómico, con amplia oferta de experiencias así como una buena atención y servicio al turista. Cada voto se toma en cuenta para reconocer a los ganadores y otorgar los premios correspondientes.

## Menos costos para exportar



Unas 40 mil empresas exportadoras e importadoras que operan en el Perú pueden incrementar su competitividad y reducir tiempos y costos, gracias al Módulo de Información sobre Servicios de Logística de Comercio Exterior (Mislo). Este servicio gratuito, se encuentra habilitado en la plataforma de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE). Allí se puede ubicar, en un

solo lugar, toda la información que requieren los prestadores de servicios logísticos que participan en la cadena logística de comercio exterior. Por ejemplo, se puede conocer información sobre la descripción, el precio y el listado de los servicios que brindan los diferentes tipos de operadores de servicios logísticos de comercio exterior del país. Esto generará un impacto positivo en la reducción de tiempos y costos de búsqueda de información de servicios logísticos.

## Más estadounidense visitan Perú



El arribo de turistas de Estados Unidos al Perú ha venido incrementándose a lo largo del 2022, una clara muestra de la confianza del viajero en recorrer nuestro país. A fines de junio han llegado al Perú un total de 206 427 turistas residentes del país norteamericano. La cifra es ascendente a lo largo de los meses. En lo que va del 2022, el arribo de turistas de Estados Unidos al Perú es equivalente al 29.5% de ingresos totales. Ellos llegaron por diversos motivos: vacaciones, recreación, negocios, asistir a eventos y otros. Desde PromPerú se continuará realizando una importante actividad de promoción de la oferta turística del país al mundo, teniendo como visión que nuestro país sea reconocido a escala mundial como un destino turístico sostenible, competitivo y de calidad.

## Australia, mercado con potencia.



Perú tiene 804 oportunidades comerciales no aprovechadas en Australia por US\$ 4 mil 194 millones de productos de diversos sectores, entre los que destaca el químico, la siderometalúrgica, agroindustria, prendas de vestir y minería no metálica, informó el director del Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales (Cien-Adex), Edgar Vásquez Vela. Preciso que son productos ya exportados por Perú al resto del mundo con gran potencial para ingresar a ese destino. En el sector químico las oportunidades son por US\$ 1 058 millones. Algunos productos son las cajas de plásticos recicladas. En la siderometalúrgica hay posibilidades con el alambre de cobre, plata aleada en bruto, barras y perfiles de cobre; en la agroindustria resaltan los alimentos para la acuicultura, preparaciones y conservas de pimiento, alcachofas, ají, gandules, galletas, entre otros. En la cadena textil-confecciones están los polos de algodón para hombres, mujeres y niños, entre otros.

## Más frutas y hortalizas al exterior



Las exportaciones de frutas y hortalizas frescas crecerán más de 15%

en el 2022, debido a las inversiones implementadas hasta el 2020, a la mayor promoción de productos con potencial en el exterior y a la apertura de nuevos mercados, estimó la Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (AGAP). En el 2021 los envíos al extranjero de frutas y hortalizas frescas sumaron un valor de US\$ 4 970 millones, según cifras de la Sunat. Entre los productos que destacan por su potencial figuran los arándanos, el banano orgánico, los espárragos, la palta, la alcachofa, la mandarina, el jengibre, el mango y la uva. También resaltan el ajo, la cebolla y la granada, productos estos últimos que ingresarán al top 5 de las frutas y hortalizas frescas más exportadas del Perú en el 2023, previó AGAP.

## La burocracia estatal



En el 2018 la Asociación de Productores de Camu Camu de Requena en la región Loreto estaba realizando un proyecto para procesar dicho producto y exportarlo a Japón y Europa, necesitando implementar máquinas para toda la línea de procesamiento. Fue así que la empresa Galix Tech se encargó de ello, con el compromiso de que lo financie el Gobierno Regional de Loreto; lamentablemente, la asociación sin el apoyo esperado, no pago las máquinas, tal como lo comenta el gerente general de Galix Tech, “No pudimos recuperar la inversión, nuestras máquinas tras año y medio se deterioraron, teniendo que pagar además los costos de traslado. Hemos apostado por el desarrollo comercial de los productos de la Amazonía, pero sin el respaldo del Estado, no se va a lograr el objetivo. Como empresarios tenemos toda la intención de que los agricultores y productores puedan beneficiarse; pero no hay capacidad, conocimiento, ni experiencia en los funcionarios del Gobierno Regional de Loreto”.

# Alemania en el horizonte

## Germany on the horizon

*En la presente entrevista, Elmer Schialer Salcedo, Embajador del Perú en Alemania, nos actualiza sobre las relaciones económicas, culturales y de cooperación entre ambas naciones.* | *In this interview, Elmer Schialer Salcedo, Ambassador of Peru in Germany, updates us on the economic, cultural and cooperation relations between both nations.*

Desde que fue nombrado embajador del Perú en Alemania, hace poco más de 5 años, Elmer Schialer se propuso varios retos para su gestión. Uno de ellos era ampliar los niveles de inversión alemana en el Perú. Si bien las cifras eran altas, consideró que debían potenciarse. En su gestión -afirma Schialer- se busca también una participación intensa y promotora en todos los ámbitos comerciales.

“Por un lado, promovemos permanentemente las oportunidades de negocios que hay en Perú para las empresas alemanas. En segundo lugar, monitoreamos los potenciales problemas, para buscar soluciones por el bien de la relación bilateral”.

### Inversiones

Entre las empresas alemanas que han invertido importantes capitales en los últimos 5 años, están Faber-Castell y Bosch. Estas dos empresas, junto a otras, se organizan a través de la Cámara de Comercio e Industria Peruana-Alemana con sede en Lima. Según el embajador, la cifra de inversiones alemanas en Perú (US\$ 390 millones, según ProInversión) está subestimada, porque muchas inversiones no vienen directamente de Alemania, sino de las casas matrices de empresas alemanas situadas en otras partes de Latinoamérica.

“Se calcula que esta cifra llega a más de US\$ 1 000 millones”, subraya. Y

agrega que, con la ampliación del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, en el cual el principal accionista es la empresa alemana Fraport, se calcula que la inversión aumentará otros US\$ 1 000 millones.

En cuanto a la inversión peruana en Alemania, Schialer indica que es limitada y se basa en torno a los productos no tradicionales en rubros como café y frutas, las que se exportan a la Unión Europea o directamente a Alemania. A esto se suma la presencia de los empresarios peruanos en importantes ferias alemanas, como Fruit Logística y Biofach, que están demostrando esfuerzo, organización y crecimiento.

### Cooperación alemana

En los últimos años, el Perú ha experimentado un crecimiento económico, convirtiéndose en un país de renta media, reconfigurando los esquemas de cooperación internacional. Hoy en día, la cooperación alemana se concentra en tres grandes áreas. Por un lado, va hacia proyectos a favor del medio ambiente, la lucha contra el cambio climático y el uso sostenible de los recursos naturales. En segundo lugar, se dirige al desarrollo urbano sostenible. Y finalmente, a todo lo relacionado a la sociedad civil, la gobernabilidad y la democracia. La Sociedad para la Cooperación Internacional (GIZ) tiene una cartera de 37 proyectos de cooperación en ejecución y un presupuesto global de un poco más 193 millones de euros en el Perú.

“Hemos sido calificados como un socio global de Alemania en temas de cooperación para el desarrollo. Eso significa que estamos absolutamente priorizados para el desarrollo de proyectos en esos tres ámbitos”, indica el embajador.

### Energía peruana

Más allá de la crisis energética por la invasión de Rusia a Ucrania, Alemania reconoce en el Perú una gran potencialidad para desarrollar energías renovables, no solamente hidroeléctrica, sino también solar, voltaica y eólica. “También existe el hidrógeno verde, que es la producción de hidrógeno a través de fuentes de energía renovable como la luz solar y el viento, algo para lo que nuestro ambiente peruano se adecua de mejor manera”.

El embajador refiere que, tras conversaciones con el viceministro alemán de Medio Ambiente, este insistió en que el Perú debía ingresar en la producción de hidrógeno verde, no solamente para la exportación a Alemania, sino sobre todo para crear una matriz energética peruana verde y ecológica.

### Lucha contra el narcotráfico

Alemania siempre ha tenido una visión social e integral de la problemática del narcotráfico. Es decir, el combate contra este problema va más allá de lo policial y la justicia, sino que recoge la tesis peruana de una responsabilidad compartida, pero diferenciada entre países donde



Elmer Schialer Salcedo.



Danzas peruanas en la Puerta de Brandeburgo.  
Peruvian dances at the Brandenburg Gate.

crece el insumo para que luego sea transformada en droga ilícita, el tráfico y el consumo.

En esta visión integral, compartida entre Perú y Alemania, está presente en los programas de ayuda económica y técnica hacia el país en temas de desarrollo alternativo. “Tenemos en Alemania un gran aliado. Esta visión conjunta nos ha llevado, por ejemplo, a presentar, junto con Alemania y Tailandia, una muy potente resolución sobre el desarrollo alternativo en la última reunión de La Comisión de Estupefacientes en Viena”.

#### El aspecto cultural

El desarrollo de una diplomacia científica, es parte sustancial de la política institucional peruana, al hacerla no solamente se promueve el conocimiento y la transferencia de este entre los dos países, sino que efectivamente se dejan redes de personas,

tanto peruanos que estudian en universidades extranjeras como investigadores extranjeros en el Perú, de forma que existe un desarrollo científico importante en beneficio del país y de la humanidad.

“Con eso en mente, participamos de la Semana de la Ciencia en Berlín, evento que concita un gran interés, pues Berlín es una de las capitales mundiales de startups y desarrollo de nuevas tecnologías”. De acuerdo con el embajador, “esto nos permitió exponer nuestros avances e intercambiar pareceres sobre la importancia de la ciencia en el desarrollo de los Estados”.

Entre otras actividades culturales, se presentó “El pequeño libro de la ciencia, la tecnología y la innovación en el Perú”, editada por el Ministerio de Relaciones Exteriores. “Se trata de una compilación de todo aquello que los peruanos, desde épocas

prehispanicas, hemos inventado, y que causó mucha sorpresa y agrado en el público y la audiencia”.

De otro lado, el Foro Humboldt es un museo de Berlín que tiene su sede en el reconstruido Palacio Real de Berlín, ubicado en la Isla del Spree. Ese lugar, además de mostrar la universalidad de la cultura Alemana y de otras del mundo, alberga 70 mil piezas de origen precolombino peruano. Precisamente, se inaugurará una muestra de esos tesoros precolombinos. “Se inaugurará a fines del segundo semestre de este año. Estamos trabajando para que la muestra de la civilización inca y pre inca sea importante, significativa y permanente”.

Asimismo, pronto se firmará un acuerdo entre el Instituto Arqueológico Alemán y la Embajada del Perú en Alemania. Sobre sus alcances, el Embajador indica que se espera que se firme un instrumento de

cooperación no vinculante entre el Ministerio de Cultura y el de Relaciones Exteriores de Perú y el Ministerio de Asuntos Exteriores de Alemania, que buscará que el Instituto Arqueológico Alemán (DAI), tenga su primera oficina de América Latina en el Perú.

“Los alemanes traen una cartera de grandes descubrimientos y grandes trabajos en las pirámides de Egipto, en la Troya de Turquía, en Grecia, en Italia. Esto solamente puede ser positivo para el país. Espero que muy pronto esté listo el memorándum de entendimiento para empezar a trabajar”.

Finalmente, Schialer afirma que nuestra relación es muy larga y sólida, no exenta de críticas y de crisis. “Varias veces hemos roto las relaciones diplomáticas, por incidentes vinculados a las dos guerras mundiales. Eso es tener relación muy abierta, honesta y sólida, porque continuamos siendo amigos”. Como ejemplo, refiere que, al inicio de la pandemia, enviaron pruebas para la Covid-19. “En ese aspecto, Alemania nos ha ido colaborando de manera impresionante, con misiones especializadas en virología, equipos médicos, respiradores y más”, finaliza.

Since he was appointed ambassador of Peru in Germany, just over 5 years ago, Elmer Schialer has set himself several challenges for his management. One of them was to increase the levels of German investment in Peru. Although the figures were high, he considered that they should be strengthened. In the management of it -says Schialer- an intense and promoting participation is also sought in all commercial areas.

“On the one hand, we constantly promote the business opportunities that exist in Peru for German companies. Secondly, we monitor potential problems, to seek solutions for the good of the bilateral relationship”.

#### Investments

Among the German companies that have invested significant capital in the last 5 years, are Faber-Castell and Bosch. These two companies, along with others, are organized through the Peruvian-German Chamber of Commerce and Industry based in Lima. According to the ambassador, the number of German investments in Peru (US\$ 390 million, according to ProInversión) is underestimated, because many investments do not come directly from Germany, but from the headquarters of German companies located in other parts of Latin America.

"It is estimated that this figure reaches more than US\$ 1 000 million", he underlines. And he adds that, with the expansion of the Jorge Chavez International Airport, in which the main shareholder is the German company Fraport, it is estimated that the investment will increase another US\$ 1 billion.

Regarding Peruvian investment in Germany, Schialer indicates that it is limited and is based around non-traditional products in areas such as coffee and fruits, which are exported to the European Union or directly to Germany. To this is added the presence of Peruvian businessmen in important German fairs, such as Fruit Logistica and Biofach, which are showing effort, organization and growth.

#### German cooperation

In recent years, Peru has experienced economic growth, becoming a middle-income country, reconfiguring international cooperation schemes. Today, German cooperation is concentrated in three main areas. On the one hand, it goes towards projects in favor of the environment, the fight against climate change and the sustainable use of natural resources. Se-

cond, it addresses sustainable urban development. And finally, everything related to civil society, governance and democracy. The Society for International Cooperation (GIZ) has a portfolio of 37 ongoing cooperation projects and a global budget of just over 193 million euros in Peru.

“We have been qualified as a global partner of Germany in development cooperation issues. This means that we are absolutely prioritized for the development of projects in these three areas”, indicates the ambassador.

#### Peruvian energy

Beyond the energy crisis due to Russia's invasion of Ukraine, Germany recognizes in Peru a great potential to develop renewable energies, not only hydroelectric, but also solar, voltaic and wind. “There is also green hydrogen, which is the production of hydrogen through renewable energy sources such as sunlight and wind, something for which our Peruvian environment is better suited”.

#### Fight against drug trafficking

Germany has always had a social and comprehensive vision of the problem of drug trafficking. That is to say, the fight against this problem goes beyond the police and the justice, but rather includes the Peruvian thesis of a shared responsibility, but differentiated between countries where the input grows so that it is later transformed into illicit drugs, trafficking and consumption.

In this comprehensive vision, shared between Peru and Germany, it is present in the economic and technical aid programs for the country on alternative development issues. “We have a great ally in Germany. This joint vision has led us, for example,



Inauguración del Pabellón de Perú en Fruit Logística 2022.  
Inauguration of the Peruvian Pavilion at Fruit Logística 2022.

to present, together with Germany and Thailand, a very powerful resolution on alternative development at the last meeting of the Commission on Narcotic Drugs in Vienna”.

### The cultural aspect

The development of a scientific diplomacy is a substantial part of the Peruvian institutional policy, by doing it not only knowledge and transfer of this between the two countries is promoted, but networks of people are effectively left, both Peruvians who study in foreign universities as foreign researchers in Peru, so that there is an important scientific development for the benefit of the country and humanity.

“With that in mind, we participated in the Science Week in Berlin, an event that arouses great interest, since Berlin is one of the world capitals for startups and the development of new technologies”. According to the ambassador, “this allowed us to present our progress and exchange views on the importance of science in the development of States”.

Among other cultural activities, “The

Little Book of Science, Technology and Innovation in Peru” was presented, edited by the Ministry of Foreign Affairs. “It is a compilation of everything that Peruvians, since pre-Hispanic times, have invented, and that caused much surprise and pleasure in the public and the audience”.

On the other hand, the Humboldt Forum is a Berlin museum that is based in the reconstructed Royal Palace of Berlin, located on the Spree Island. That place, in addition to showing the universality of German culture and others in the world, houses 70 thousand pieces of pre-Columbian Peruvian origin. Precisely, a sample of those pre-Columbian treasures will be inaugurated. “It would be inaugurated at the end of the second half of this year. We are working so that the sample of the Inca and pre-Inca civilization is important, significant and permanent”.

Likewise, an agreement will soon be signed between the German Archaeological Institute and the Embassy of Peru in Germany. Regarding its scope, the Ambassador indicates that it is expected that a non-binding cooperation instrument will be sig-

ned between the Ministry of Culture and the Ministry of Foreign Affairs of Peru and the Ministry of Foreign Affairs of Germany, which will seek that the German Archaeological Institute (DAI), have its first office in Latin America in Peru.

“The Germans bring a portfolio of great discoveries and great works in the pyramids of Egypt, in Troy in Turkey, in Greece, in Italy. This can only be positive for the country. I hope that the memorandum of understanding will be ready very soon to start working”.

Finally, Schialer affirms that our relationship is very long and solid, not exempt from criticism and crisis. “Several times we have broken off diplomatic relations, due to incidents linked to the two world wars. That is to have a very open, honest and solid relationship, because we continue to be friends”. As an example, he refers that, at the beginning of the pandemic, they sent tests for Covid-19. “In this aspect, Germany has been collaborating with us in an impressive way, with specialized missions in virology, medical equipment, ventilators and more”, he concludes.

# Perú con paso firme en España

## Peru with a firm step in Spain

*Exportaciones y empresas peruanas se recuperan tras la pandemia y logran destacar en Europa.*

*Peruvian exports and companies recover after the pandemic and manage to stand out in Europe.*

En búsqueda de conocer la situación actual de las exportaciones peruanas a España, EXPORTAR conversó con Joan Manuel Barrena Chávez, director de la Oficina Comercial del Perú en España, OCEX Madrid. Barrena afirma que los envíos han mejorado en 2021 en comparación al 2020, cuando la pandemia golpeó a varios sectores económicos. Sin embargo, subraya que también trajo buenos resultados, como en el caso de las frutas frescas del sector alimentos.

Las exportaciones en el 2019 fueron de más de US\$ 1 208 millones, en el 2020 se contrajeron a US\$ 1 108 millones, y en el 2021 volvieron a subir a US\$ 1 528 millones. Los minerales son los principales productos exportados a España, pero si nos centramos en los que generan valor agregado, el producto más exportado en 2021 fue la palta, que sumó 172 millones de dólares, frente a US\$ 130 millones en el 2020 y US\$ 115 millones en el 2019. “Otros productos destacados fueron la papa, las uvas frescas, alcachofas, mangos, cebollas y conchas de abanico”.

Sobre este último producto, cuya presencia era notoria principalmente en Francia, Barrena comenta que las exportaciones pasaron de US\$ 2 millones 300 mil a US\$ 3 millones en el 2020. Al año siguiente, se alcanzaron los US\$ 20 millones. Los langostinos también se recuperaron, pasando de US\$ 6.7 millones en 2020 a US\$ 15 millones en 2021. Sucede lo mismo con el arándano, pasando de US\$ 7 millones en 2019 a US\$ 9.7 millones en 2021.

“Hemos apostado por el sector servicios y estamos apoyando dos categorías bastante interesantes: animación digital y software. El año pasado im-



Joan Manuel Barrena

pulsamos ruedas de negocios virtuales en esos dos sectores y contratamos gestores comerciales, con los cuales acompañamos a un grupo de empresas en su proceso de internacionalización”, destaca Barrena. Y aclara que algunas empresas peruanas ya están produciendo y dando servicio en España.

### Promoción del Perú

Sobre acciones de promoción que permitan llevar turistas de alto poder adquisitivo al Perú, Barrena destaca que, en el primer semestre, se colaboró con el operador turístico TUI Spain, a través de la difusión del Perú en medios digitales e impresos. También se realizaron webinars con agentes de viaje seleccionados de las ciudades de Madrid, Barcelona y La Coruña.

Por otro lado, en mayo -en colaboración con Iberia, Latam Airlines y Belmond- se logró concretar un viaje de familiarización con 8 agencias de viajes del segmento premium, quienes visitaron Cusco, Valle Sagrado y Machu Picchu y recorrieron los andes a través del tren Andean Explorer hasta Arequipa. “Los testimonios de los participantes fueron especialmente positivos, quedando encantados con los atractivos, la hospitalidad y la autenticidad del destino”.

De otro lado, en el Seafood Expo Global en Barcelona, Perú tuvo la segunda mayor delegación de empresas de Latinoamérica, por encima de Chile y Argentina. Las 26 empresas peruanas exhibidoras -más otras 20 que llegaron en calidad de



visitantes- tuvieron la oportunidad de sostener reuniones con compradores de diferentes países, entre los que destacan España, Italia, Alemania y Francia, entre otros. Los productos más solicitados en el pabellón peruano fueron pota, conchas de abanico y langostinos congelados en diversas presentaciones. “La expectativa de ventas declaradas por las 26 empresas peruanas que exhibieron en la feria ascienden a US\$ 45 millones”.

En cuanto a la exitosa presentación de 15 empresas en Perú Moda de Madrid, Barrena dice que esta acción constituye el componente comercial de un plan integral de promoción de la alpaca en el mercado español que inició el 2021 y que ha abordado diferentes aristas como la formación, impactos en medios de comunicación, seminarios a público especializado y otros.

**Exportación de servicios**

Asimismo, subraya que el Departamento de Exportación de Servicios de PromPerú ha identificado cuatro áreas con potencial en el mercado español para las empresas peruanas exportadoras de servicios: animación, marketing digitales, software y BPO.

En esa línea, la OCEX Madrid prioriza la promoción de la exportación a España de las categorías animación digital y software. La misión contó con la participación de 2 empresas: Tunche y Makaco, entre las cuales generaron 30 reuniones en 5 ciudades (Madrid, Barcelona, Badajoz, La Coruña y Santa Cruz de Tenerife). Estas 2 empresas fueron seleccionadas por su participación en una gestoría comercial realizada en el 2021, para que conozcan el ecosistema de animación digital español y abran posibles oportunidades de negocio.

Entre el 23 y 27 de mayo, se realizó una misión comercial de páprika industrial a Murcia, Valencia y Madrid, para identificar oportunidades. Se abordó diferentes aristas: rueda de negocio y visitas guiadas a una planta de soluciones agroindustriales y al Puerto de Valencia, para que los exportadores vean el proceso logístico, así como una prospectiva comercial con foco en formatos, calidades y presentaciones comerciales. “Esta acción ha sido un buen ejemplo de colaboración interinstitucional público-privada (ADEX-OCEX Madrid) para maximizar los resultados respecto a uno de los productos que presentó un destacado crecimiento del 17% el 2020 respecto al 2019”.

**Misión comercial**

En search of knowing the current situation of Peruvian exports to Spain, EXPORTAR spoke with Joan Manuel Barrena Chávez, director of the Commercial Office of Peru in Spain, OCEX Madrid. Barrena states that shipments have improved in 2021 compared to 2020, when the pandemic hit various economic sectors. However, he underlines that it also brought good results, as in the case of fresh fruits in the food sector.

Exports in 2019 were more than US\$ 1 208 million, in 2020 they contracted to US\$ 1 108 million, and in 2021 they rose again to US\$ 1 528 million. Minerals are the main products exported to Spain, but if we focus on those that generate added value, the most exported product in 2021 was avocado, which totaled 172 million dollars, compared to US\$ 130 million in 2020

Exports in 2019 were more than US\$ 1 208 million, in 2020 they contracted to US\$ 1 108 million, and in 2021 they rose again to US\$ 1 528 million. Minerals are the main products exported to Spain, but if we focus on those that generate added value, the most exported product in 2021 was avocado, which totaled 172 million dollars, compared to US\$ 130 million in 2020

Exports in 2019 were more than US\$ 1 208 million, in 2020 they contracted to US\$ 1 108 million, and in 2021 they rose again to US\$ 1 528 million. Minerals are the main products exported to Spain, but if we focus on those that generate added value, the most exported product in 2021 was avocado, which totaled 172 million dollars, compared to US\$ 130 million in 2020



and US\$ 115 million in 2019. "Other outstanding products were squid, fresh grapes, artichokes, mangoes, onions and scallops".

Regarding this last product, whose presence was notorious mainly in France, Barrena comments that exports went from US\$ 2.3 million to US\$ 3 million in 2020. The following year, they reached US\$ 20 million. Prawns also recovered, going from US\$ 6.7 million in 2020 to US\$ 15 million in 2021. The same thing happens with blueberries, going from US\$ 7 million in 2019 to US\$ 9.7 million in 2021.

“We have opted for the services sector and we are supporting two very interesting categories: digital animation and software. Last year we promoted virtual business roundtables in these two sectors and hired commercial managers, with whom we accompanied a group of companies in their internationalization process”, highlights Barrena. And he clarifies that some Peruvian companies are already producing and providing services in Spain.

**Promotion of Peru**

Regarding promotional actions that allow high purchasing power tourists to be brought to Peru, Barrena points out that, in the first semester, he collaborated with the tour operator TUI Spain, through the dissemination of Peru in digital and printed media. Webinars were also held with selected travel agents from the cities of Madrid, Barcelona and La Coruña.



On the other hand, in May -in collaboration with Iberia, Latam Airlines and Belmond- a familiarization trip was arranged with 8 premium segment travel agencies, who visited Cusco, the Sacred Valley and Machu Picchu and toured the Andes by train Andean Explorer to Arequipa. "The testimonials of the participants were especially positive, being delighted with the attractions, the hospitality and the authenticity of the destination".

On the other hand, at the Seafood Expo Global in Barcelona, Peru had the second largest delegation of companies from Latin America, above Chile and Argentina. The 26 exhibiting Peruvian companies -plus another 20 that arrived as visitors- had the opportunity to hold meetings with buyers from different countries, including Spain, Italy, Germany and France, among others. The most requested products in the Peruvian pavilion were giant squid, scallops and frozen prawns in various presentations. "The expected sales declared by the 26 Peruvian companies that exhibited at the fair amount to US\$ 45 million".

Regarding the successful presentation of 15 companies in Perú Moda in Madrid, Barrena says that this action constitutes the commercial component of a comprehensive plan to promote alpaca in the Spanish market that began in 2021 and that has addressed different aspects such as training, impacts in the media, seminars for specialized audiences and others.

**Exportation of services**

Likewise, it underlines that PromPerú's Services Export Department has identified four areas with potential in the Spanish market for Peruvian service export companies: animation, digital marketing, software and BPO.

Along these lines, the OCEX Madrid prioritizes the promotion of exports to Spain of the digital animation and software categories. The mission had the participation of 2 companies: Tunche and Makaco, between which they generated 30 meetings in 5 cities (Madrid, Barcelona, Badajoz, La Coruña and Santa Cruz de Tenerife). These 2 companies were selected for their participation in a commercial agency carried out in 2021, so that they learn about the Spanish digital animation ecosystem and open up possible business opportunities.

**Trade mission**

Between May 23 and 27, an industrial paprika trade mission was carried out to Murcia, Valencia and Madrid, to identify opportunities. Different aspects were addressed: a business conference and guided visits to an agro-industrial solutions plant and the Port of Valencia, so that exporters can see the logistics process, as well as a commercial prospective with a focus on formats, qualities and commercial presentations. "This action has been a good example of public-private interinstitutional collaboration (ADEX-OCEX Madrid) to maximize results with respect to one of the products that presented an outstanding growth of 17% in 2020 compared to 2019."



# Más unidos por el cacao

## More united by cocoa

*Usaid promueve una agricultura cacaotera sostenible, de calidad y sin ejercer presión en los bosques, para que las miles de familias productoras que dejaron los cultivos ilícitos, puedan mejorar sus ingresos y vivir en bienestar.*

*Usaid promotes sustainable, quality cocoa agriculture without exerting pressure on the forests, so that the thousands of producer families who abandoned illicit crops can improve their income and live in well-being.*

Con motivo del XIII Salón del Cacao y Chocolate, la cual se realizará entre el 14 y 17 de julio, conversamos con José Yturrios, director de la Alianza Cacao Perú, una iniciativa público - privada apoyada por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (Usaid), que ha incrementado los ingresos de más de 24 000 familias cacaoteras en las regiones de San Martín, Huánuco, Ucayali y Pasco.

Yturrios destaca el liderazgo que está obteniendo el Perú como el segundo país exportador de cacao, después de Ecuador. “De exportar US\$ 13 millones de cacao en grano y derivados en el año 2000, nuestras ventas al exterior en el 2021 fueron de US\$ 305 millones, con la mitad de productos con valor agregado. Asimismo, hemos exportado 5 mil toneladas de chocolate y contamos con un sector chocolatero y ganador de premios, consolidado que se dedican a la producción de chocolate fino y de aroma en Lima y provincias.”

Por otro lado, también menciona que, en cuanto a la exportación de cacao fino y de aroma, esta se realiza desde Piura, Amazonas, San Martín y Ucayali. Por ejemplo, las cooperativas como Colpa de Loros y Norandino exportan a Francia; Aprocam a Italia; y la empresa Ucayali River Cacao a Norteamérica, Europa y Asia, vendiendo el kilo de cacao a US\$ 6.00, cuando el promedio está en US\$ 2.50.

“La coca es el cultivo ilícito más extendido en la Amazonía peruana, ge-



nerando distorsiones por su alta rentabilidad, pagándose altos salarios. Mientras el cacao puede pagar entre 40 o 50 soles, la coca paga hasta 100 soles”. Esta situación genera una falsa sensación de bienestar, alejando la inversión privada e impidiendo el desarrollo de sus localidades.

“Como Alianza Cacao Perú, impulsamos un modelo de negocios colaborativo basándonos en 3 pilares. El primero es la productividad, porque al ser un producto mundial, competimos con los países del África, cuyo costo de mano de obra es casi una cuarta parte de la nuestra, teniendo que aumentar los índices de productividad de forma sustancial”, afirma Yturrios.

El segundo pilar que menciona es la diferenciación, se busca la calidad del gra-

no, aprovechar la enorme biodiversidad del Perú y formar especialistas que puedan identificar perfiles de sabores. Así, con una oferta exportable más diversa y competitiva ingresaremos a mercados de alto valor.

El tercer pilar es la sostenibilidad ambiental y climática, no deforestar, invertir en tecnología y realizar prácticas agrícolas adecuadas. Yturrios afirma que el 85% de la producción de cacao peruano se exporta y sólo un 15% va al mercado interno (20 mil toneladas).

“Quisiéramos invitarlos a esta décima tercera edición del Salón del Cacao y Chocolate peruano, versión Latinoamericana, que busca convertir a Lima en la capital chocolatera de la región. Queremos traer chocolateros de Ecuador, Co-

lombia, Venezuela, Costa Rica, Bolivia y Brasil, y así entrar como conjunto en el mercado europeo y asiático”.

On the occasion of the XIII Cocoa and Chocolate Exhibition, which will take place between July 14 and 17, we spoke with Jose Yturrios, director of the Peru Cocoa Alliance, a public-private initiative supported by the United States Agency for Development International (Usaid), which has increased the income of more than 24 000 cocoa-producing families in the regions of San Martin, Huanuco, Ucayali and Pasco.

Yturrios highlights the leadership that Peru is obtaining as the second cocoa exporting country, after Ecuador. “From exporting US\$ 13 million of cocoa beans and derivatives in 2000, our sales abroad in 2021 were US\$ 305 million, with half of value-added products. Likewise, we have exported 5 000 tons of chocolate and we have a consolidated, award-winning chocolate sector that is dedicated to the production of fine and aroma chocolate in Lima and the provinces”.

On the other hand, it also mentions that, regarding the export of fine and aroma cocoa, this is done from Piura, Amazonas, San Martin and Ucayali. For example, cooperatives such as Colpa de Loros and Norandino export to France; Aprocam to Italy; and the Ucayali River Cacao company to North America, Europe and Asia, selling a kilo of cocoa at US\$ 6.00, when the average is US\$ 2.50.

“Coca is the most widespread illicit crop in the Peruvian Amazon, generating distortions due to its high profitability, paying high salaries. While cocoa can pay between 40 or 50 soles, coca pays up to 100 soles”. This situation generates a false sense of well-being, distancing private investment and preventing the development of their localities.

“As Alianza Cacao Peru, we promote a collaborative business model based on 3 pillars. The first is productivity, because being a global product, we



compete with African countries, whose labor cost is almost a quarter of ours, having to increase productivity rates substantially”, says Yturrios.

The second pillar that he mentions is differentiation, the quality of the grain is sought, taking advantage of the enormous biodiversity of Peru and training specialists who can identify flavor profiles. Thus, with a more diverse and competitive exportable offer, we will enter high-value markets.

The third pillar is environmental and climatic sustainability, not deforesting,

investing in technology and carrying out adequate agricultural practices. Yturrios states that 85% of Peruvian cocoa production is exported and only 15% goes to the domestic market (20 thousand tons).

“We would like to invite you to this thirteenth edition of the Peruvian Cocoa and Chocolate Show, Latin American version, which seeks to turn Lima into the chocolate capital of the region. We want to bring chocolatiers from Ecuador, Colombia, Venezuela, Costa Rica, Bolivia and Brazil, and thus enter the European and Asian markets together”.



# La innovación de Galix Tech

## Galix Tech innovation

*La empresa industrial brinda productos de máxima calidad, exportando y buscando el desarrollo comercial del sector agroindustrial en el Perú.*

*The industrial company provides top quality products, exporting and seeking the commercial development of the agro-industrial sector in Peru.*

Desde hace 7 años, Galix Tech fortalece a sus clientes con máquinas innovadoras y soluciones para sus procesos. Además de maximizar las ventajas de su propuesta, genera mayor rentabilidad y calidad para los productos. Gino Torres, gerente general de la empresa, asegura: "Trabajamos en el procesamiento de la maca con toda una línea de máquinas, para que el producto quede extruido, gelatinizado o en harina cruda".

Las máquinas de Galix Tech también trabajan con la quinua, cuyo mercado de hojuelas precocidas les abrió las puertas en Bolivia, replicándose a su vez con otros superfoods como la cañihua y kiwicha. "También hemos propuesto los snacks de granos andinos para trabajar grano solo o mezclas". Por la calidad de sus máquinas han sido premiados por PromPerú como empresa innovadora, así como mejor empresa de la región Junín.

Galix Tech participó de la misión Industria Perú en Bolivia, gracias a PromPerú, una oportunidad para mejorar los procesos de producción de sus máquinas, elevar la calidad y preparar a los colaboradores para exportar. "Al poco tiempo realizamos nuestra primera exportación a Bolivia en 2016, siguiendo Colombia y Centroamérica. Del mismo modo, llevamos clientes a nuestra planta y, del total que fueron a visitarnos, con casi el 80% llegamos a concretar ventas".

En el 2019, después de su participación en la Feria MacFrut, Galix Tech pudo contactar con dos fabricantes de maquinarias para obtener concentrados



Gino Torres, gerente general de Galix Tech.  
*Gino Torres, general manager of Galix Tech.*

de frutas exóticas, estando en negociaciones para crear una planta. Para la realización de este proyecto, se requiere financiación del Estado, aún pendiente.

"Creemos que para lograr una agricultura rentable se deben fortalecer las asociaciones, siendo ejemplo de ello una empresa productora de palma en Yurimaguas, que desde hace 17 años venía solicitando apoyo al Estado. Ahora están fortalecidos como grupo y pudieron lograr que el Gobierno haga realidad su proyecto de tener una planta propia".

Para este 2022, Galix Tech también está trabajando con la línea de extruidos y harinas precocidas, fortaleciendo este mercado mediante sus líneas de máquinas, donde destacan las extrusoras, rea-

condicionadoras, sistemas de molienda, laminadoras, que hacen las hojuelas, y los deshidratadores.

Finalmente, Torres comenta que, si bien las máquinas agroindustriales de origen chino están ingresando mucho a nuestro país, observa que más del 80% de estas han tenido dificultades con la operación, manejo, repuestos o garantías. "Nosotros importamos partes con la intención de bajar el costo, pero siempre ofreciendo el respaldo de Galix Tech en la calidad de los motores, el sistema eléctrico y la estructura".

For 7 years, Galix Tech has empowered its customers with innovative machines and solutions for their processes. In addition to maxi-

mizing the advantages of your proposal, it generates greater profitability and quality for the products. Gino Torres, general manager of the company, assures: "We work in the processing of maca with a whole line of machines, so that the product is extruded, gelatinized or raw flour".

Galix Tech machines also work with quinoa, whose market for precooked flakes opened the doors for them in Bolivia, replicating itself with other superfoods such as cañihua and kiwicha. "We have also proposed Andean grain snacks to work with grain alone or mixtures". Due to the quality of their machines, they have been awarded by PromPeru as an innovative company, as well as the best company in the Junin region.

Galix Tech participated in the Peru Industry mission in Bolivia, thanks to PromPeru, an opportunity to improve the production processes of its machines, raise quality and prepare employees to export. "Soon, we made our first export to Bolivia in 2016, followed by Colombia and Central America. In the same way, we brought clients to our plant and, of the total that came to visit us, with almost 80% we managed to make sales".

In 2019, after its participation in the MacFrut Fair, Galix Tech was able to contact two machinery manufacturers to obtain exotic fruit concentrates, being in negotiations to create a plant. To carry out this project, State funding is required, which is still pending.

"We believe that in order to achieve profitable agriculture, associations must be strengthened, an example of which is a palm-producing company in Yurimaguas, which had been requesting support from the State for 17 years. Now they are strengthened as a group and were able to get the Government to make their project of having their own plant a reality".

For this 2022, Galix Tech is also working with the line of extruded and precooked flours, strengthening this mar-



Grageador con tambor giratorio para cobertura homogénea.  
*Coater with rotating drum for homogeneous coverage.*

ket through its lines of machines, which include extruders, reconditioners, grinding systems, laminators, which make the flakes, and dehydrators.

Finally, Torres comments that, although agribusiness machines of Chinese origin are entering our country a lot, he

observes that more than 80% of these have had difficulties with operation, handling, spare parts or guarantees. "We import parts with the intention of lowering the cost, but always offering the support of Galix Tech in the quality of the motors, the electrical system and the structure".



Galix Tech presente en Macfrut 2019.  
*Galix Tech present at Macfrut 2019.*



El Perú ha pasado de exportar US\$ 13 millones de cacao en el año 2000, a exportar US\$ 305 millones el 2021. Más de 90 mil productores dejaron la coca ilegal para producir más de 140 000 toneladas de cacao en unas 230 mil hectáreas en ese mismo período. La mitad de la producción de cacao peruano, unas 70 mil toneladas anuales, se venden procesadas fuera y dentro del Perú. Y miles de emprendimientos de chocolate han crecido con gran éxito en los últimos años.

La Alianza Cacao Perú, una iniciativa público-privada apoyada por USAID, trabaja para crecer y hacer más competitiva la cadena de valor del cacao y chocolate peruano. José Yturrios, director de la Alianza, dice que entre los 2016 y 2022, el incremento del ingreso familiar promedio en San Martín, Huánuco, Ucayali y Pasco, regiones de implementación de esta iniciativa, ha incrementado un 60%, impulsado principalmente por el crecimiento de los ingresos en cacao.

Ucayali ha registrado un incremento del 35% anual en su producción de cacao en los últimos 10 años, el más alto del Perú; Pasco, 31%; Huánuco, 21% y San Martín, 12%. Estas regiones representan el 67% del total de la producción nacional de cacao. De todo lo exportado el 2021, la mitad corresponde a productos con valor agregado: manteca, polvo, licor de cacao y chocolates. Hoy el Perú exporta más de 6 000 toneladas de chocolate, de los cuales el 70% es orgánico con alto contenido de cacao.

“Todos estos resultados no serían posibles sin el incremento de la producción de cacao gracias al trabajo de más de 90 mil familias productoras a nivel nacional, de los cuales 70 mil están en las cuatro zonas de desarrollo alternativo donde trabajamos”, subraya Yturrios.

#### Cacao libre de deforestación

La Unión Europea, para frenar la deforestación a través de un mayor control de los productos agrícolas y maderables que importan, entre ellos el cacao, ha establecido una nueva legislación. Buscan que los importadores de cacao tengan la responsabilidad de hacer la “debida diligencia” de sus fuentes de aprovisionamiento, garantizando que no se deforeste.

# Exitosa alianza por el cacao peruano

*La Alianza Cacao Perú ha demostrado que, con trabajo y estrategias claras, se puede construir una cadena de valor del cacao y chocolate peruano competitiva, resiliente y sostenible.*



Esto implica el enorme reto, entre otros, de hacer el monitoreo de la deforestación a nivel de cada parcela. “Considerando que tenemos alrededor de 85 000 productores de cacao en la Amazonía, esto significa que se hace necesaria la geo-referenciación de todas las parcelas, dividiéndolas según su uso (cacao, otros cultivos y bosque), y su seguimiento. Este es un esfuerzo que requiere el apoyo del Estado por las dimensiones que esto significa”, aclara Yturrios.

“Esta reglamentación nos obliga a mejorar la forma cómo se ha estado cultivando el cacao en el Perú. Para ello, creemos necesario inyectar masivamente tecnología en la agricultura del cacao y con ello reducir la presión sobre los bosques”.

El Perú tiene alrededor de 230 mil hectáreas de cacao sembradas, el 95% en la Amazonía, áreas que han sido sembradas sólo con árboles de cacao. “Si se añadieran al menos 50 árboles maderables en cada hectárea sembrada de cacao, tendríamos 11 millones de nuevos árboles”.

Finalmente, Yturrios indica que se necesita un trabajo conjunto entre el sector privado, las cooperativas, el gremio de productores,



## Successful alliance for Peruvian cocoa

*The Peru Cocoa Alliance has shown that, with work and clear strategies, a competitive, resilient and sustainable value chain for Peruvian cocoa and chocolate can be built.*

los organismos del Estado y la cooperación internacional, para sumar esfuerzos y adaptarnos a esta nueva realidad. “Las estrategias para afrontar esta situación existen, lo que falta son los recursos para actuar en la línea correcta. Todo esto se pone en riesgo y tenemos que actuar convirtiendo este riesgo en una oportunidad.”, finaliza.

Peru has gone from exporting US\$ 13 million of cocoa in the year 2000, to exporting US\$ 305 million in 2021. More than 90 000 producers abandoned illegal coca to produce more than 140 000 tons of cocoa in some 230 000 hectares in that same period. Half of the Peruvian cocoa production, about 70 thousand tons per year, is sold processed outside and inside Peru. And thousands of chocolate startups have grown to great success in recent years.

Alianza Cacao Peru, a USAID supported public-private initiative, works to grow and make the Peruvian cocoa and chocolate value chain more competitive. Jose Yturrios, director of the Alliance, says that between 2016 and 2022, the increase in the average family income in San Martin, Huanuco, Ucayali and Pasco, regions of implementation of this initiative, has increased by 60%, mainly driven by growth of cocoa income.

Ucayali has registered a 35% annual increase in its cocoa production in the last 10 years, the highest in Peru; Pasco, 31%; Huanuco, 21% and San Martin, 12%. These regions represent 67% of the total national cocoa production. Of everything exported in 2021, half corresponds to products with added value: butter, powder, cocoa liquor and choco-

lates. Today Peru exports more than 6 000 tons of chocolate, of which 70% is organic with a high cocoa content.

“All these results would not be possible without the increase in cocoa production thanks to the work of more than 90 000 producing families nationwide, of which 70 000 are in the four alternative development zones where we work”, Yturrios underlines.

#### Deforestation free cocoa

The European Union, to curb deforestation through greater control of imported agricultural and timber products, including cocoa, has established new legislation. They seek that cocoa importers have the responsibility of doing “due diligence” of their supply sources, guaranteeing that there is no deforestation.

This implies the enormous challenge, among others, of monitoring deforestation at the level of each parcel. “Considering that we have around 85 000 cocoa farmers in the Amazon, this means that geo-referencing all plots is necessary, dividing them according to their use (cocoa, other crops and forest), and their monitoring. This is an effort that requires the support of the State due to the dimensions that this means”, clarifies Yturrios.

“This regulation forces us to improve the way cocoa has been grown in Peru. To do this, we believe it is necessary to massively inject technology into cocoa farming and thereby reduce the pressure on the forests”.

Peru has around 230 000 hectares of cocoa planted, 95% in the Amazon, areas that have been planted only with cocoa trees. “If at least 50 timber trees were added to each hectare planted with cocoa, we would have 11 million new trees”.

Finally, Yturrios indicates that joint work is needed between the private sector, cooperatives, the producers' union, State agencies and international cooperation, to join forces and adapt to this new reality. “The strategies to deal with this situation exist, what is missing are the resources to act in the correct line. All of this is put at risk and we have to act by turning this risk into an opportunity”, he concludes.



Foto: Henry Gines

# Parque nacional del café

## Coffee national park

*Finca Orgánica Rainforest, 27 variedades de finos cafés para el mundo. | Rainforest organic farm, 27 varieties of fine coffee for the world*

Entre las fronteras de la región Pasco y Junín, a 1 200 m.s.n.m. y con una extensión de 56 hectáreas de cultivo de café, se encuentra la Finca Orgánica Rainforest, ubicada en el Parque Nacional del Café, valle del

Palomar, distrito San Luis de Shuaro, provincia de Chanchamayo. José Jorge Durand, gerente general de Chanchamayo Highland Coffee, afirma que desde aquí se exportan 216 variedades de productos alimenticios, entre ellos

27 variedades de café, 36 líneas de chocolates, así como jugos, mermeladas y licores.

“Operamos desde el 2014. Antes, cuando llegaban empresarios de todo el

mundo, no podíamos garantizarles una planta para el procesamiento correcto del café. Esto porque, lamentablemente, los agricultores, por su limitada economía, no podían construirla con las normas técnicas internacionales”.

A raíz de ello compraron la finca y construyeron una planta de procesamiento en mayólica blanca para detectar cualquier suciedad. Hoy el café representa el 95% del cultivo total, mientras que el 5% restante corresponde a palta, guanábana, plátano, mango y otras frutas.

Además de la planta de acopio de la finca, cuentan con las de la Cooperativa Alto Palomar y de la Asociación de Productores de Santa Rosa, todas dentro del Parque Nacional del Café. “Desde este año vamos a llevar los productos directamente al terminal portuario del Callao y luego al exterior. Así el desarrollo industrial y los puestos de trabajo se quedan en su lugar de origen”, subraya José Jorge.

Y señala que, actualmente, llegan a Europa, Estados Unidos y Emiratos Árabes Unidos, y que pronto ingresarán a Taiwán, para empezar a conquistar el mercado asiático. “Tenemos 216 variedades de productos alimenticios. Nuestro café en Luna Llena, por ejemplo, ha llegado a tener entre 89 a 91 puntos, vendiéndose por pequeñas cantidades en cajas de 10 kilos”.

Por otra parte, Chanchamayo Highland Coffee ha representado a la Selva Central en Dubái, con el propósito de fortalecer su posicionamiento en los Emiratos Árabes, así como en Qatar y Arabia Saudita. José Jorge comenta que, recientemente, las mujeres de estos países ya pueden abrir negocios como cafeterías. Por ello, a través de la Asociación de Mujeres Cafetaleras del Parque Nacional, están lanzando una marca para llegar directamente hasta Arabia Saudita y Qatar, donde ya han ingresado microlotes.

### Diferentes variedades de café

En la finca podemos encontrar cafés anaeróbicos, que son fermentados sin



oxígeno; y cafés con historia, como el de Macario Izurruga, de 88 años de edad, quien en los años 50 se dedicaba al transporte cuando no existía carretera dentro del Parque Nacional del Café. Otro ejemplo es Rosalvina Quispe, que a los 15 años trabajaba de empleada doméstica para unos alemanes y a los 23 años llegó a Unión Palomar, recibiendo desde entonces a los visitantes en su pequeña casa de estilo alemán.

“También vendemos cafés caturras amarillos, los cuales, según estudios científicos, debido a su color, deben ser los primeros durante el día, ya que son suaves, ligeros y con aromas intensos, además de poseer una viscosidad que permite realizar mezclas con leche para capuchino, latte y moca. Por ello las tostadoras pagan mejores precios y nosotros les compramos estas variedades a los agricultores de manera separada”.

En cuanto a los cafés típicos, que son una variedad madre que viene de Etiopía, José Jorge comenta que tienen un alto rendimiento en taza, pero baja producción, por lo que tienen que pagar un precio superior al del mercado para evitar su desaparición. Del mismo modo, producen cafés con sabores a fruta que, mediante fermentación anaeróbica durante 96 horas, logran que el jugo de la fruta penetre en el núcleo del grano.

“Debemos entender cuánto de oxígeno nos dan los árboles y cómo estos se alimentan de lo que encuentran bajo su copa. Por ello, para que el agricultor no los tale, les pagamos un mejor precio. Así nace el café amigable con árboles nativos. Luego tenemos los cafés amigables con las abejas, entendiendo que más del 70% de los alimentos en el mundo son gracias a ellas, las cuales cumplen la función de polinizar a las frutas y verduras. Lamentablemente, por el uso excesivo de agroquímicos, estas han ido desapareciendo; por ello se le paga más al agricultor, para que puedan criar sus colmenas de abejas”.

Del mismo modo, Chanchamayo Highland Coffee tiene cafés amigables

con las aves, mariposas e insectos y muchas otras variedades de café, los cuales son bien cotizados en el mercado, no exportándose en volúmenes sino en microlotes. José Jorge afirma que, en contenedores de 275 sacos, hay 15 toneladas de café blend y 3 toneladas de cafés de especialidades, los cuales se pueden conseguir dentro de la finca orgánica.

“En cuanto al cacao, también tenemos cultivos dentro de la finca. Es diferente a los demás debido al microclima a 1 200 msnm. Este cacao tiene un sabor a durazno y se manda en microlotes a chocolaterías en Francia”.

Finalmente, otro producto que exporta la finca y a la que están dando valor agregado es la cáscara de distintos cultivos. Por ejemplo, la del cacao, que puede ayudar a la producción de leche en madres lactantes.

Between the borders of the Pasco and Junín regions, at 1,200 m.a.s.l. and with an extension of 56 hectares of coffee cultivation, is the Rainforest Organic Farm, located in the National Coffee Park, Palomar Valley, San Luis de Shuaro district, Chanchamayo province. José Jorge Durand, general manager of Chanchamayo Highland Coffee, affirms that 216 varieties of food products are exported from here, including 27 varieties of coffee, 36 lines of chocolates, as well as juices, jams and liqueurs.

“We have been operating since 2014. Before, when entrepreneurs came from all over the world, we could not guarantee them a plant for the correct processing of coffee. This is because, unfortunately, farmers, due to their limited economy, could not build it with international technical standards.”

As a result, they bought the farm and built a white majolica processing plant to detect any dirt. Today coffee represents 95% of the total crop, while the remaining 5% corresponds to avocado, soursop, banana, mango and other fruits.

In addition to the farm's collection plant, they have those of the Alto Palomar Cooperative and the Santa Rosa Producers Association, all within the National Coffee Park. “From this year we are going to take the products directly to the Callao port terminal and then abroad. Thus, industrial development and jobs remain in their place of origin”, underlines José Jorge.

And he points out that, currently, they arrive in Europe, the United States and the United Arab Emirates, and that they will soon enter Taiwan, to begin to conquer the Asian market. “We have 216 varieties of food products. Our coffee at Full Moon, for example, has reached between 89 and 91 points, being sold in small quantities in 10-kilo boxes.”

On the other hand, Chanchamayo Highland Coffee has represented the Selva Central in Dubai, with the purpose of strengthening its position in the United Arab Emirates, as well as in Qatar and Saudi Arabia. José Jorge comments that, recently, women from these countries can now open businesses such as cafeterias. For this reason, through the Association of Women Coffee Growers of the National Park, they are launching a brand to reach Saudi Arabia and Qatar directly, where micro-lots have already entered.

#### Different varieties of coffee

On the farm we can find anaerobic coffees, which are fermented without oxygen; and cafes with history, such as that of Macario Izurruga, 88 years old, who in the 50s was dedicated to transportation when there was no road within the National Coffee Park. Another example is Rosalvina Quispe, who at the age of 15 worked as a domestic worker for some Germans and at the age of 23 she arrived at Unión Palomar, receiving visitors in her small German-style house ever since.

“We also sell yellow caturra coffees, which, according to scientific studies, due to their color, should be the first during the day, since they are soft, light and with intense aromas, in addition to having a viscosity that allows mixing

with milk for cappuccino, latte and mocha. That is why the roasters pay better prices and we buy these varieties separately from the farmers.”

Regarding the typical coffees, which are a mother variety that comes from Ethiopia, José Jorge comments that they have a high yield in the cup, but low production, so they have to pay a higher price than the market price to avoid their disappearance. Similarly, they produce fruit-flavored coffees that, through 96-hour anaerobic fermentation, allow the fruit juice to penetrate the core of the bean.

“We must understand how much oxygen trees give us and how they feed on what they find under their canopy. Therefore, so that the farmer does not cut them down, we pay them a better price. This is how friendly coffee with native trees is born. Then we have bee-friendly coffees, understanding that more than 70% of the food in the world is thanks to them, which fulfill the function of pollinating fruits and vegetables. Unfortunately, due to the excessive use of agrochemicals, these have been disappearing; for this reason the farmer is paid more, so that they can raise their hives of bees”.

Similarly, Chanchamayo Highland Coffee has bird, butterfly and insect friendly coffees and many other varieties of coffee, which are well valued in the market, not exported in volumes but in micro-lots. José Jorge affirms that, in containers of 275 bags, there are 15 tons of blend coffee and 3 tons of specialty coffees, which can be obtained within the organic farm.

“As for cocoa, we also have crops on the farm. It is different from the others due to the microclimate at 1,200 meters above sea level. This cocoa has a peach flavor and is sent in micro-lots to chocolate shops in France.”

Finally, another product that the farm exports and to which they are giving added value is the peel of different crops. For example, that of cocoa, which can help milk production in lactating mothers.

# Aniversario lleno de récords

*Chanchamayo, provincia de la región Junín celebra su onomástico con eventos de talla internacional, revalorando su riqueza cultural y tradiciones ancestrales.*



En el marco del 45 aniversario de Chanchamayo, se llevarán a cabo diversos eventos entre el 23 y 25 de setiembre, tales como la Subasta Internacional de Finos Cafés Grano de Oro 2022, que contará con la presencia de empresarios de diferentes partes del mundo. Actualmente, Chanchamayo también es un destino bioseguro gracias a que cuenta con el sello Safe Travels.

Chanchamayo conmemora su aniversario ofreciendo sus paisajes, biodiversidad, gastronomía y cultura amazónica ancestral. La llamada “Capital cafetalera del Perú” será agasajada con una comparsa de carros cafetaleros y danzas típicas, un concurso de platos típicos y repostería fina a base de café, un concurso regional de baris-

mo, así como el desfile de reinas y el míster café.

También habrá espectáculos con certificación del Guinness World Records, como “el chocolate más grande del mundo” el 23 de setiembre, o “la ensalada de frutas más grande del mundo” de 18 toneladas el 24 de setiembre. Del mismo modo se preparará “el tamal más grande del mundo” el 25 de setiembre.

Estas actividades tienen como finalidad lograr la reactivación económica de la Selva Central, a través de la promoción turística y mostrando el potencial de la región. Los visitantes podrán disfrutar de la riqueza cultural, agroindustrial y gastronómica que posee Chanchamayo, observando la tradición y cultura de su población.



# Pangoa, café con aroma de progreso

## Pangoa, coffee with the aroma of progress

*La Cooperativa Agraria Cafetalera Pangoa preserva y procesa los mejores granos de café y cacao de la zona, brindando al mundo productos de gran calidad.*

*The Pangoa Coffee Farming Cooperative preserves and processes the best coffee and cocoa beans in the area, providing the world with high-quality products.*



La Cooperativa Agraria Cafetalera Pangoa, ubicada en la provincia de Satipo, región Junín, inició sus operaciones en 1977. Es reconocida por desarrollar la agricultura orgánica y el comercio justo, desde los años 2000 y 2001, respectivamente. Además, es bird friendly desde el 2015 y ha obtenido el Símbolo de Pequeños Productores (SPP) de cacao. Esperanza Dionisio, ex gerente general y actual asesora corporativa de la empresa, subraya que la cooperativa siempre ha estado enfocada en el largo plazo, por lo que decidieron ser una empresa jurídica bien conducida y administrada.

“La agricultura orgánica no solamente es vender nuestro café al mejor precio,

sino también aprender todo lo que nos da la tierra. Pasar una pandemia no ha sido fácil, pero el año de comercialización ha seguido normal”, dice Dionisio. Y agrega: “Esto en la administración es muy importante, porque los directivos saben que los socios están en diferentes comités, en las chacras, trabajando, siendo conscientes de la misión, visión y los valores para gestionar la cooperativa”.

Dionisio afirma que, antes de que la enfermedad de la roya atacara, casi la totalidad del café que cultivaban era arábico, entre caturra, borbón y típica. Debido a la enfermedad, se cambiaron variedades y las que mejor se adaptaron fueron la catuai y geisha, entre otras en menor

cantidad. Del mismo modo se sumaron los catimores, que eran cultivados en los años ochenta en la zona.

“El cacao nativo de la zona fue introducido desde Satipo, Tingo María y cruzados con cacao del bosque, teniendo muy buenas cualidades organolépticas y produciendo un chocolate muy rico y agradable, según los propios chocolateros”. Dionisio está orgullosa del trabajo, pues han ganado varias medallas y reconocimientos por sus productos, por la sostenibilidad, comercio justo y programas sociales.

Actualmente, Pangoa exporta a Estados Unidos, Francia, Alemania, In-



glaterra y Nueva Zelanda. A nivel nacional, además de Lima, que es el mercado principal, la cooperativa llega a Arequipa y al norte del país con su manteca y polvo de cacao, un magnífico producto para combatir la anemia y la pérdida de memoria.

### Investigar para crecer

Miguel Quispe, gerente general de la Cooperativa Pangoa, afirma que poseen áreas y unidades de negocios bien formadas, con un equipo humano especializado. Trabaja en la cooperativa desde hace 8 años y busca continuar con las investigaciones, para que en el futuro se valore el esfuerzo de los agricultores de café y cacao, pensando en el bienestar de todas las 661 familias socias.

“En cuanto a la exportación, lo que procesamos va en forma directa a los mercados de Estados Unidos y Europa, y productos terminados para el mercado nacional, contando con puntos centrales de venta en Pangoa y varios canales de distribución en Lima. Estamos esperando crecer con algunas maquinarias para brindar la misma calidad de siempre con nuestro café, cacao, miel, entre otros productos”.

Según Quispe, Perú es un país privilegiado por su ubicación y por lo que produce, cuenta con seis variedades de cacao de las diez que existe en el mun-

do. Esto se pudo apreciar en el Salón del Cacao y Chocolate y esperamos tener más premios para el Perú.

“La parcela de la cooperativa Pangoa, ubicada en el nexa Bajo Kiatari, en el distrito de Pangoa, cuida las variedades de cacao oriundos de esta zona, seleccionando sus mejores varetas y árboles resistentes a plagas y enfermedades. Los traemos para que no se pierda el material genético, el cual, según estudios, pertenece al grupo Contamana”.

La cooperativa tiene, en casi tres cuartos de hectárea de una parcela, 32 tipos de cacao, los cuales conservan para observar cómo se van desarrollando en ese clima y suelo, con el respectivo manejo agronómico. En el tercer año de la parcela, se observa buenos resultados. Se aprovecha la visita de clientes para que prueben esta selección de gran calidad.

“Como cooperativa, pensamos también en el potencial que tiene el Perú y la diversidad de cacao y aromas que tiene. Somos sostenibles, buscamos hacer una contribución, participando en varios eventos donde salimos ganadores. Si gana la cooperativa, también lo hacen las familias socias del distrito de Pangoa, cuya economía se mueve por el cultivo de café y cacao”.

Quispe afirma que conservar los cacaos finos de aroma no es tarea fácil, pero que, en el largo plazo, será muy provechoso y rentable. “Considero acertado el nombre que le dan al cacao como alimentos de los dioses, siento que estamos bendecidos aquí en Pangoa”.

The Pangoa Coffee Agrarian Cooperative, located in the province of Satipo, Junín region, began operations in 1977. It is recognized for developing organic agriculture and fair trade, since 2000 and 2001, respectively. In addition, it is bird friendly since 2015 and has obtained the Small Producers' Symbol (SPP) for cocoa. Esperanza Dionisio, former general manager and current corporate advisor of the company, emphasizes that the cooperative has always been focused on the long term, which is why they decided to be a well-run and managed legal company.

“Organic agriculture is not only selling our coffee at the best price, but also learning everything that the land gives us. Going through a pandemic has not been easy, but the year of commercialization has continued normally”, says Dionisio. And he adds: “This in the administration is very important, because the directors know that the partners are in different committees, in the farms, working, being aware of





the mission, vision and values to manage the cooperative".

Dionisio affirms that, before the rust disease struck, almost all the coffee they grew was Arabica, between caturra, bourbon and typical. Due to the disease, varieties were changed and the ones that best adapted were the catuai and geisha, among others in smaller quantities. In the same way, the catimores were added, which were cultivated in the eighties in the area.

"The native cocoa of the area was introduced from Satipo, Tingo María and crossed with cocoa from the forest, having very good organoleptic qualities and producing a very rich and pleasant chocolate, according to the chocolatiers themselves". Dionisio is proud of their work, as they have won several medals and awards for their products, sustainability, fair trade and social programs.

Pangoa currently exports to the United States, France, Germany, England and New Zealand. At the national level, in addition to Lima, which is the main market, the cooperative reaches Arequipa and the north of the country with its cocoa butter and powder, a magnificent product to combat anemia and memory loss.

#### Research to grow

Miguel Quispe, general manager of the Pangoa Cooperative, affirms that they have well-trained business areas and units, with a specialized human team. He has been working in the coopera-

tive for 8 years and seeks to continue with the research, so that in the future the efforts of the coffee and cocoa farmers are valued, thinking of the well-being of all the 661 member families.

"Regarding exports, what we process goes directly to the US and European markets, and finished products to the domestic market, with central sales points in Pangoa and various distribution channels in Lima. We are hoping to grow with some machinery to provide the same quality as always with our coffee, cocoa, honey, among other products."

According to Quispe, Peru is a privileged country due to its location and what it produces, it has six varieties of cocoa out of the ten that exist in the world. This could be seen in the Cocoa and Chocolate Hall and we hope to have more awards for Peru.

"The plot of the Pangoa cooperative, located in the Bajo Kiatari nexus, in the district of Pangoa, cares for the cocoa varieties native to this area, selecting their best vines and trees resistant to pests and diseases. We bring them so that the genetic material is not lost,

which, according to studies, belongs to the Contamana group".

The cooperative has, in almost three quarters of a hectare of a plot, 32 types of cocoa, which they keep to observe how they develop in that climate and soil, with the respective agronomic management. In the third year of the plot, good results are observed. Customer visits are used to try this high-quality selection.

"As a cooperative, we also think about the potential that Peru has and the diversity of cocoa and aromas that it has. We are sustainable, we seek to make a contribution, participating in various events where we are winners. If the cooperative wins, so do the member families of the Pangoa district, whose economy is driven by the cultivation of coffee and cocoa".

Quispe affirms that preserving fine aroma cocoas is not an easy task, but that, in the long term, it will be very useful and profitable. "I consider the name given to cocoa as food of the gods to be correct, I feel that we are blessed here in Pangoa".



# La globalización empieza en las aulas

*El liderazgo e importancia de una escuela de marketing permite a sus alumnos conocer el mundo y las circunstancias por las que atraviesa.*

Con motivo del 53 aniversario de la Universidad Ricardo Palma, conversamos con Carlos Cavani, Director de la Escuela de Marketing Global y Administración Comercial de la Universidad Ricardo Palma, para analizar los avances de este importante centro de formación.

Impartiendo saberes desde el 2012, la Escuela está muy bien catalogada en el mercado. "Tenemos alrededor de 300 alumnos, así como bachilleres titulados trabajando en sus propios emprendimientos y laborando en empresas de todo tipo en el sector, ocupando posiciones competitivas".

Cavani afirma que esta escuela, compuesta por dos carreras en una, es una gran oportunidad para que los jóvenes comprendan las dimensiones del marketing global, tan necesarias en estas circunstancias de crisis producidas por la guerra entre Rusia y Ucrania. "Si bien somos una carrera bilingüe, a partir del sexto semestre pedimos que también estudien a nivel avanzado idiomas como el chino mandarín, debido a que China sigue siendo el ferrocarril de la economía mundial; siempre junto al inglés que es el idioma de la globalización".

Asimismo, Cavani subraya que "tenemos alumnos franceses y chinos estudiando y buscamos que nuestros estudiantes vayan a otras universidades de diferentes partes del mundo". Actualmente, la Universidad Ricardo Palma tiene clases virtuales y semipresenciales. Y casi a finales de agosto se volverá a la presencialidad. Esta transformación digital ha permitido realizar webinars, reuniones virtuales



y clases espejo con México, Colombia, Argentina; con invitados como el consejero económico comercial del Perú en Ecuador y Centroamérica, Carlos García Benavides.

"Nuestros alumnos pueden estudiar en Francia (Lyon, Estrasburgo, Caen), en México (UNAM, Tulancingo), en la Fundación Universitaria Los Libertadores de Colombia, en la Universidad de Sao Paulo, e inclusive en la Universidad Dr. Andrés Bello de El Salvador, cuyo vicerrector académico Eduardo Umanzor nos visitará el 20 de octubre para la cristalización de un convenio. Del mismo modo, te-

nemos alumnos en las universidades chinas de Guangzhou y de Hebei, la cual nos felicitó por nuestro 53 aniversario".

Por otra parte, Cavani reconoce el trabajo de marketing que realiza PromPerú, oficina pública reconocida a nivel global. A su vez, menciona que la globalización es una poderosa tendencia que, en los últimos 50 años, ha motivado a las economías nacionales a estar autocontenidas en economías internacionales, tal y como lo decía el premio nobel de Economía, Joseph Stiglitz, quien visitó la Universidad Ricardo Palma en el 2018.

# Guías para invertir en Perú

## Guides to invest in Peru

*Paulo Pantigoso, Country Managing Partner de EY Perú, nos habla sobre el importante trabajo editorial que realizan a favor de las inversiones.*

*Paulo Pantigoso, Country Managing Partner of EY Peru, tells us about the important editorial work they do in favor of investments.*

El 18 de mayo pasado, Paulo Pantigoso, recibió la Orden al Mérito del Servicio Diplomático del Perú José Gregorio Paz Soldán, en el grado de Comendador, por su gran labor de promoción de inversiones extranjeras en el Perú. A la fecha, EY Perú ha editado más de treinta guías de negocios e inversión, ha desarrollado RoadShows, capacitaciones a funcionarios diplomáticos y ha brindado asesoramiento a inversionistas, entre otras actividades. Por ello cabe analizar el impacto del trabajo realizado.

Sobre la satisfacción que siente nuestro entrevistado por el trabajo realizado, manifestó lo siguiente: “Gracias por la pregunta, la respuesta es que sí, la consecución del propósito perseguido, el cual ha sido poner más en valor al Perú como un destino viable y rentable de inversión extranjera atraída a través de las guías de negocios publicadas por EY Perú, conjuntamente con el MRE y ProInversión, han servido y continúan sirviendo al trabajo de promoción del Perú en el exterior. Además, ha recibido el reconocimiento de inversionistas, quienes han testimoniado su valía, así como de embajadores y agregados comerciales de diversas legaciones diplomáticas en el Perú y en el extranjero, por la calidad del contenido incluido en las guías”.

A la interrogante que debe ser un motivo de orgullo el reconocimiento de la Cancillería peruana, pero también un impulso para seguir produciendo materiales valiosos para la inversión. Y sobre los nuevos proyectos que se vienen en EY Perú, así cómo potenciar el trabajo que vienen realizando. El más alto



representante de EY en el Perú, contestó así: “Efectivamente, este reconocimiento es un aliciente que testimonia el que estamos en el sentido correcto de aportar -con lo que mejor sabemos hacer en EY Perú-, con conocimiento facilitado y aplicable. Esta misma ruta es la que seguimos todos los días, en nuestro quehacer, y que es fungir de bisagra entre las normativas, exigencias, desafíos a considerar, y la puesta en marcha y éxito de los negocios. En ese sentido, continuaremos con publi-

caciones técnicas y también de formación humanista, que forman parte de nuestro propósito social”.

Consultado sobre cuales considera que han sido las claves del éxito del trabajo editorial y de asesoría realizados para atraer inversiones, Pantigoso destacó lo siguiente: “Tenemos a un equipo de profesionales que con entusiasmo “se disputan” internamente el hecho de participar en la formulación de nuestras diversas publicaciones. Nuestros forma-

tos suman a vender el Perú como destino de inversiones profesionales, lo que nos conmueve y mueve cada día”.

Por otro lado, le recordamos al representante de EY Perú que el Acuerdo de Cooperación Interinstitucional, firmado en el 2013 entre EY Perú y el MRE, está próximo a cumplir 9 años. Y le preguntamos si él consideraba que para lograr un verdadero desarrollo económico en el país son necesarios más casos donde exista una duradera y sólida cooperación entre los sectores público y privado. Interrogante a la que contestó así: “El Acuerdo mencionado ha sido renovado para una cantidad significativa de años adicionales, bajo la generosa aceptación del MRE y gratuidad permanente de parte de EY Perú. Este es un claro ejemplo de asociación público-privada en su aspecto más puro: entidades de ambos lados de la mesa que se asocian, que se juntan, con un propósito claro, noble y muy superior, que procura incrementar el bienestar e impactar positivamente en el bien común de los peruanos”.

Siendo EY Perú parte de una red de cursales de EY en todo el mundo -más de 700 oficinas en más de 150 países- pueden ayudar a difundir las oportunidades de inversión en el Perú? ¿De qué manera? ¿De qué otras formas el hecho de estar presentes afuera ayuda a las inversiones en el país? La respuesta del Country Managing Partner de EY Perú, fue esta: “En los últimos años, la Guía de la Alianza del Pacífico, por ejemplo, donde han intervenido los profesionales de EY de los cuatro países miembro de la Alianza, testimonian la ayuda obtenida y la trascendencia a la interna de EY, de cómo una buena iniciativa se logra expandir, para asociar nuevos espacios, en un nítido ejemplo de lograr un impacto en el Objetivo de Desarrollo Sostenible 17 de Naciones Unidas, relacionado con las alianzas. El soporte cognitivo de cómo se logran hacer inversiones en el Perú siempre será una buena primera carta de presentación para atraerlas, y en ese sentido el MRE está haciendo un trabajo diario, minucioso, erudito y de alto impacto, y cuyos resultados se van tejiendo poco a poco, para beneficio de

todos los peruanos, al cual se suman los propios esfuerzos del Mincetur y ProInversión, entre otros”.



On May 18, Paulo Pantigoso received the José Gregorio Paz Soldán Order of Merit from the Diplomatic Service of Peru, in the rank of Commander, for his great work in promoting foreign investment in Peru. To date, EY Peru has published more than thirty business and investment guides, has developed RoadShows, trained diplomatic officials and has provided advice to investors, among other activities. Therefore, it is necessary to analyze the impact of the work carried out.

Regarding the satisfaction that our interviewee feels for the work carried out, he stated the following: “Thank you for the question, the answer is yes, the achievement of the pursued purpose, which has been to value Peru more as a viable and profitable destination. of foreign investment attracted through the business guides published by EY Peru, together with the MRE and ProInversión, have served and continue to serve the work of promoting Peru abroad. In addition, it has received recognition from investors, who have testified to its worth, as well as from ambassadors and commercial attaches from various diplomatic missions in Peru and abroad, for the quality of the content included in the guides”.

To the question that the recognition of the Peruvian Foreign Ministry should be a source of pride, but also an impulse to continue producing valuable materials for investment. And about the new projects that are coming up at EY Peru, as well as how to enhance the work they have been doing. The highest representative of EY in Peru, replied as follows: “Indeed, this recognition is an incentive that testifies that we are in the right direction to contribute -with what we know how to do best at EY Peru-, with facilitated and applicable knowledge. This same route is the one we follow every day, in our work, and that is to act as a hinge between regulations, demands, challenges to consider, and the start-up and success of businesses. In this sense, we will continue with technical publications and also humanistic training, which are part of our social purpose”.

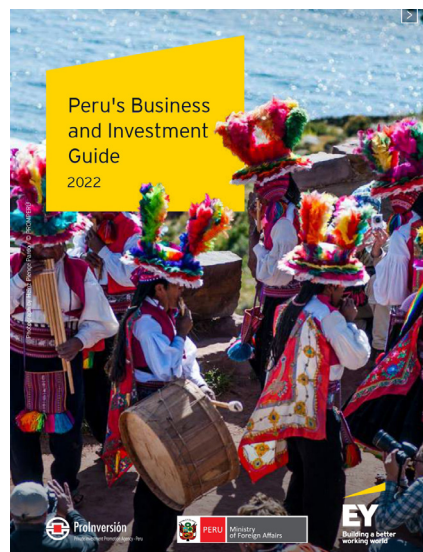
Asked about what he considers have been the keys to the success of the editorial and advisory work carried out to attract investment, Pantigoso highlighted the following: “We have a team of professionals who enthusiastically “dispute” internally the fact of participating in the formulation of our various publications. Our formats add to sell Peru as a destination for professional investments, which moves us and moves us every day”.

On the other hand, we remind the EY Peru representative that the Interinstitutional Cooperation Agreement, signed in 2013 between EY Peru and the MRE, is about to be 9 years old. And we asked him if he considered that in order to achieve true economic development in the country, more cases where there is lasting and solid cooperation between the public and private sectors are necessary. Question to which he answered as follows: “The aforementioned Agreement has been renewed for a significant number of additional years, under the generous acceptance of the MRE and permanent gratuity by EY Peru. This is a clear example of public-private association in its purest aspect: entities from both



sides of the table that are associated, that come together, with a clear, noble and much higher purpose, which seeks to increase well-being and have a positive impact on the common good of Peruvians”.

Being EY Peru part of a network of EY branches around the world - more than 700 offices in more than 150 countries - can you help spread the investment opportunities in Peru? How? In what other ways does being present abroad help investments in the country? The response of the Country Managing Partner of EY Peru was this: “In recent years, the Pacific Alliance Guide, for example, where EY professionals from the four member countries of the Alliance have participated, testify to the help obtained and the importance within EY, of how a good initiative is able to expand, to associate new spaces, in a clear example of achieving an impact on the Sustainable Development Goal 17 of the United Nations, related to alliances. The cognitive support of how investments are made in Peru will always be a good first letter of introduction to attract them, and in this sense the MRE is doing daily, meticulous, erudite and high-impact work, and whose results are gradually being woven. little by little, for the benefit of all Peruvians, to which are added the efforts of Mincetur and ProInversión, among others”.



**Q'ULTIV**  
**Chocolate Exótico Gran Pangoa**  
 Cacaos Nativo, Criollo y Finos de Aroma.

Pionera en la zona, elaborando chocolates artesanalmente. Perú concentra el 60% de variedades cultivadas en el Orbe. Desde 2013 generando valor agregado con granos de origen.

**Ventas y servicio de maquila: +51 917 677 889**

Centro de Producción Agroindustrial Gran Pangoa S.A.C. / Pje. Los Cedros s/n, Pangoa, Satipo, Junín, Perú / Teléfonos: (51) 964 511 103 / 977 709 405 Gran Pangoa

**El Sitio**  
 Anticuchos y brochetas  
 iquitos - Perú

Calle Sargento Lores 404, Iquitos, Perú  
 Telf.: (51-65) 235350 / Snack “El Sitio”  
 E-mail: sucampos24@hotmail.com



En el sabroso mundo de los chocolates, la marca Chocolates Kareena no solo destaca por sus productos orgánicos y artesanales endulzados con panela, sino también por el uso de cacao e insumos 100% piuranos. Nació hace 3 años y su nombre está inspirado en la hija del gerente general de la empresa, Irving Piñin.

“Cuando era alumno del Instituto Ceturgh Perú, la directora Katty Vegas creyó en mi y apostó por mi talento. Por ello me enviaron a Lima a seguir un curso y especializarme. En el 2015 tuve la oportunidad de viajar a Francia, donde pude constatar la demanda del cacao piurano. Así empecé a trabajar para que sea más reconocido en el mundo”, afirma Piñin.

Con la deliciosa combinación de cacao y productos de la región, se crean cremas untables, bebidas instantáneas, polvo y nibs de cacao, así como tabletas de varios sabores. Esa calidad no ha pasado desapercibida entre los especialistas. El año pasado Kareena obtuvo premios en el Concurso del Salón del Cacao y Chocolate, organizado por International Chocolate Awards.

“Ganamos dos medallas. Una de plata por nuestra tableta de algarroba y maca,

# Endulzan al mundo

## Sweeten the world

*Chocolates Kareena con insumos piuranos los que le dan un valor agregado único.* | *Kareena chocolates with Piuran ingredients that give it a unique added value.*

así como premios especiales debido al valor nutritivo de los productos y por trabajar con insumos locales. Mi sueño como piurano es que nuestros insumos sean reconocidos a nivel internacional”.

In the tasty world of chocolates, the Chocolates Kareena brand not only stands out for its organic and artisanal products sweetened with panela, but also for the use of cocoa and 100% Piuran ingredients. He was born 3 years ago and his name is inspired by the daughter of the company's general manager, Irving Piñin.

“When I was a student at Instituto Ceturgh Perú, the director Katty Vegas believed in me and bet on my talent. That is why they sent me to Lima to follow a course and specialize. In 2015 I had the opportunity to travel to France, where

I was able to verify the demand for cocoa from Piura. That's how I started working to make it more recognized in the world”, says Piñin.

With the delicious combination of cocoa and products from the region, spreadable creams, instant drinks, cocoa powder and nibs are created, as well as tablets of various flavors. That quality has not gone unnoticed among specialists. Last year Kareena won prizes in the Cocoa and Chocolate Show Contest, organized by the International Chocolate Awards.

“We won two medals. A silver one for our carob and maca tablet, as well as special prizes due to the nutritional value of the products and for working with local inputs. My dream as a Piuran is for our supplies to be recognized internationally”.

# XIII Salón del Cacao y Chocolate

## Edición Latinoamericana

El mejor cacao y chocolate peruano de este 2022 está en Echarati, La Convención, Cusco. El productor cacaotero Juan Puma Champi, de la marca “Pumatiy”, se coronó como el gran ganador del XIII Salón del Cacao y Chocolate, edición Latinoamericana. Puma Champi, se hizo merecedor del primer puesto del XVI Concurso Nacional del Cacao de Calidad y I Concurso Cacao de Oro Latinoamericano, donde participaron más de 110 muestras de las diferentes regiones cacaoteras del país.

También, con su marca Pumatiy fue calificado como “Los mejores” del VII Concurso Nacional de Chocolate Peruano, junto al ya reconocido Juan Laura, del VRAEM. Concurso organizado por la International Chocolate Awards.

Pumatiy recibió este galardón por su 70 % Chunchu Blanco- Echarati, categoría de barras de chocolate de origen. Juan Laura, por su parte, lo logró con su Chocolate Farmer Special Selection Chunchu Pichari 50%, en la categoría barras de leche.

El Salón del Cacao y Chocolate 2022, primera versión Latinoamericana, se realizó del 14 al 17 de julio, con la participación de más de 250 stands de exhibición venta de derivados de nuestro grano emblema, procedentes de todo el país. Contó con numerosas actividades como la ceremonia de premiación del XVI Concurso Nacional del Cacao de Calidad, el Primer Concurso Cacao de Oro Latinoamericano, así como el VII Concurso Nacional de Chocolate Peruano.

Esta primera versión Latinoamericana del Salón contó con la participación de Ecuador, Colombia y El Salvador, cuyos representantes han quedado sorprendidos de la importancia y magnitud de este evento anual.



Anaximandro Rojas de Appcacao con los ganadores del mejor chocolate, Sra. de Laura, Juan Laura y Rosaura Laura, y José Yturrios de Alianza Cacao Perú.



Samir Giha CEO de Cacaosuyo y Rocio Elespuru de Maraná.



Carmen Rosa Chávez de Midagri, Fatima Carranza de Bakeart, Joe Olivares de Chocolatería Sumaq Kamari y Stella Coello de Usaid.



Pumatiy ganador del primer puesto en el XVI Concurso Nacional de Cacao de Calidad.



Joel Puma de Pumatiy, ganador del mejor chocolate.



Daniella Barberis de Chocolates la Cholita, Cusco.



Irving Piñin de Chocolates Kareena.



Cristhina Salas Calvo de Nutry Body.



Juliana López gerente de Bakao.



Cooperativa Norandino, obtuvo el segundo puesto en el XVI Concurso Nacional de Cacao de Calidad.



Wilfredo Bohórquez, CEO de Piscos Bohórquez estuvo presente en el Salón del Cacao y chocolate con el lanzamiento de su nuevo y excelente producto Crema de Cacao.



Mariel Rivera de Magia Piura.



Magaly Huallpa de Kontiti, Cusco.



Estela Valdiviezo de Suyai, Cusco.



Ricardo Limo, Dick Polly Raymundo, Carlos Meگو y, Amora Carbajal, posan en el stand del Gobierno Regional de Piura.



Christian Robin, director ejecutivo de la Plataforma Suiza para el cacao sostenible.



Pablo Caballero, embajador de El Salvador.



Fernando Claudet premiado por ADEX, en la categoría "Funcionario Público Destacado", lo acompañan Cecilia Huamanchumo, Carmen Rosa Chávez, José Yturrios, Stella Coello y Víctor Saravia.



Militza Zecevich y Sergio Rios de Milan Chocolates, Tingo María.



Carlos Talavera, presidente ejecutivo de Sierra y Selva Exportadora; Mesías Guevara, gobernador de Cajamarca; Lisa Kenna, embajadora de los Estados Unidos y Luis Garibotto, director ejecutivo de Agroideas.

# Exportaciones de cacao y derivados

En el periodo 2015-2021, las exportaciones de cacao y derivados, como el chocolate, mantuvieron una ligera tendencia al alza, con un incremento de 0.5% promedio anual.

Entre 2015 y 2020, las exportaciones de cacao y sus derivados pasaron de US\$ 267 millones a US\$ 273 millones. Este incremento fue impulsado por las mayores exportaciones de pasta de cacao (24.3% promedio anual), seguido por cacao en polvo (14.6%), chocolates (9.7%) y manteca de cacao (8.9%).

En el año 2021, se exportaron US\$ 303 millones en productos de cacao y derivados, de modo que se registró un incremento de 10.6% con respecto al mismo periodo del año 2020. Esto se explicaría por la mayor demanda de chocolate, especialmente, el cual aumentó en 30%; manteca de cacao, en 15%; y el cacao en polvo, en 7.3%. En cuanto a la participación, cabe destacar que el 77% de la exportación de cacao corresponde a cacao en grano y manteca de cacao, y la diferencia corresponde al cacao procesado, tales como chocolates, cacao en polvo y pasta de cacao.



Procesa los mejores granos de finos aromas de nuestra Selva Peruana Tingo María, para obtener deliciosos chocolates con variados sabores y rellenos con frutas tropicales.

Atendemos servicio de maquila y marca blanca  
+51 935 907 737

**Agroindustrial Milan S.A.C.**  
PP.JJ Víctor Raúl Mz I Lt. 15, Tingo María, Huánuco, Perú  
Celular +51 950 617 045, E-mail: agroindustriasmilansac@gmail.com  
f Milan Peruvian Chocolates

Evolución de exportaciones de cacao y derivados 2015-2021  
(Miles de dólares)

Derivados	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Total</b>	<b>266 972</b>	<b>293 681</b>	<b>235 341</b>	<b>257 232</b>	<b>294 263</b>	<b>273 437</b>	<b>302 534</b>
Cacao en grano, entero o partido, crudo o totado.	192 274	201 569	148 357	158 503	153 463	145 747	154 778
Manteca, grasa y aceite de cacao.	42 940	54 455	50 274	66 176	88 997	65 913	76 043
Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao.	15 960	14 974	18 220	22 813	26 581	25 396	33 086
Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	10 642	12 161	13 418	12 754	15 591	21 077	22 622
Pasta de cacao, incluso desgrasado.	5 128	10 313	4 976	6 041	9 493	15 222	15 610
Cáscara, pelucas y demás residuos de cacao	28	210	97	55	137	82	395

Fuente: Sunat  
Elaboración: Midagri-DGPA-DEE

**Línea de Harinas Precocidas**

**Línea de Hojuelas Precocidas**

**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



# Expo AMAZÓNICA

Amazonas 2022

Del 18 al 21  
de agosto

**CHACHAPOYAS**

Lugar: Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas



*...en los ojos del mundo*

[f /ExpoAmazónicaAmazonas2022](https://www.facebook.com/ExpoAmazónicaAmazonas2022)

[www.expoamazonica.com](http://www.expoamazonica.com)



COORGANIZA:



OFICIALIZA:



PATROCINIO:



ALIADO ESTRATÉGICO:



APOYO INSTITUCIONAL:

