

# EXPORTAR

ECONOMIA, NEGOCIOS & TURISMO

Año XXVI – No. 133 – Edición Internacional  
XXVI – 133 – International Edition  
[www.exportar.com.pe](http://www.exportar.com.pe)



## Perú con el mundo:

*Una plataforma que conecta las empresas nacionales con el mundo.*

## Peru with the world:

*A platform that connects national companies with the world.*

- Panamá: un canal de oportunidades
- *Panama: a channel of opportunities*

- Una amistad que cruza continentes
- *A friendship that crosses continents*

- Nueva sede en Lima
- *New headquarters in Lima*



## MODERNO CENTRO DE VIDEOVIGILANCIA 24/7



Integradores y reconocidos por  
**HIKVISION**



**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  
**Tel.:** (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**

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

Cereales Andinos	Maca
Cacao	Frutas Deshidratadas
Chocolates	Frutas Deshidratadas

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



**Director / Director**  
Julio César Llaque Moreno

**Editor Periodístico / Journalistic Editor**  
César Ochoa Chávez

**Redactores / Editorial Staff**  
Alicia Alvaro  
Walter Rosas  
Diego Soto

**Diseño de Carátula / Title Page Design**  
Javier Salas

**Diseño y Diagramación / Design and Diagramming**  
Piero Pacheco

**Fotografía / Photography**  
Florenia Moreno  
Segundo Santa Cruz  
PromPerú

**Corrección / Editing**  
Guadalupe Villanueva

**Traducción / Translation**  
Consuelo Llaque

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

**Ejecutivos de Publicidad / Publicity Executives**  
Ana González

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

**Colaboradores / Collaborators**  
Pedro Gamio Aita  
Eliseo de los Ríos Perea  
César Rodríguez Villanueva

**Corresponsales en el Exterior /  
Foreign Correspondents**  
España/Spain: Romina Villanueva Llaque  
Bélgica/Belgium: Julio Cabrera Moreno

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



6



## Plataforma de negocios 100% digital

100% digital business platform

“Perú con el mundo” es un ecosistema digital de negocios para que las mipymes se conecten con clientes de todo el mundo.

*"Peru with the world" is a digital business ecosystem for MSMEs to connect with clients from all over the world.*

10



## Panamá: un canal de oportunidades

Panama: a channel of opportunities

En el marco de un intercambio comercial positivo, nuestra delegación participó en la feria Expocomer – Panamá 2023

*Within the framework of a positive commercial exchange, our delegation participated in the Expocomer – Panama 2023 fair.*



12



## Perú y Panamá: comercio, cultura y progreso

Peru and Panama: trade, culture and progress

Jaime Serrano Rivas, embajador de Panamá en Perú, analiza las relaciones económico-comerciales entre ambas naciones e informa sobre la Expocomer 2023.

*Jaime Serrano Rivas, Ambassador of Panama in Peru, analyzes the economic-commercial relations between both nations and reports on Expocomer 2023.*



16



## Una amistad que cruza continentes

A friendship that crosses continents

Perú y Panamá, camino a celebrar 120 años de amistad, intercambio y cooperación mutua.

*Peru and Panama, on the way to celebrate 120 years of friendship, exchange and mutual cooperation.*

20



## Nueva sede en Lima

New headquarters in Lima

La cámara binacional Cambiarpe busca acercar a empresas peruanas y argentinas, teniendo como objetivo crear una oficina sede en Lima.

*The binational chamber Cambiarpe seeks to bring together Peruvian and Argentine companies, with the objective of creating a headquarters office in Lima.*



24



## Pitahaya Abregu

Pitahaya Abregu

El Fundo Abregu guarda consigo las maravillas de este fruto exótico y todas sus variedades, recibiendo al público que desee visitar y disfrutar de la naturaleza.

*The Fundo Abregu keeps with it the wonders of this exotic fruit and all its varieties, receiving the public that wishes to visit and enjoy nature.*



28



## Macfrut 2023

La feria internacional para el sector hortofrutícola tendrá a Perú y América Latina como protagonistas.

32



## Intercambio comercial Perú-Panamá

La exportación peruana a Panamá se ha incrementado después de la firma del TLC.





## Inversión minera 2023-2024



Según el ministro de Energía y Minas, Oscar Vera Gargurevich, entre 2023 y 2024, el Perú proyecta recibir inversiones mineras por más de US\$ 6 920 millones debido al inicio de la construcción de importantes proyectos. Esto contribuirá a la reactivación económica del país y generará más ingresos para las diversas regiones involucradas. Para el presente año, están contemplados los proyectos cupríferos Magistral y Reposición Antamina, ambos en la región Ancash; así como la futura mina de plata Corani en la región Puno, y la mina de zinc Romina en Huaral-Lima; todo ello representaría una inversión conjunta de US\$ 2 947 millones. En cuanto al año 2024, se contempla la implementación de dos grandes proyectos: Zafranal en Arequipa y Yanacocha Sulfuros en Cajamarca, con una inversión de US\$ 3 973 millones.

## Adjudicarán 10 proyectos eléctricos



La Agencia de Promoción de la Inversión Privada (Proinversión) informó que en 2023 se adjudicarán 10 proyectos eléctricos por más de 1 100 millones de dólares para acompañar el

crecimiento económico del país. Gracias a estos proyectos se beneficiará a 10 millones de personas, teniendo influencia en 10 regiones de nuestro país. Estas inversiones permitirán incrementar la confiabilidad y capacidad del sistema eléctrico nacional que hoy cuenta con casi 30 000 kilómetros de línea de transmisión, de las cuales 16 000 km son redes en alta tensión necesarias para minimizar las pérdidas de energía eléctrica y llevar energía de bajo costo a las zonas con menor disponibilidad de energía barata. Cabe destacar que desde 2001 hasta 2022, Proinversión ha realizado 37 procesos de concesión de proyectos eléctricos mediante la modalidad de Asociaciones Público-Privadas (APP), generando compromisos de inversión por más de US\$ 9 000 millones.

## Desarrollo de Parque Industrial



Samuel Daza, alcalde de la Municipalidad Distrital de Ancón, y José Salará, director ejecutivo de Proinversión, visitaron el terreno de 1 338 hectáreas ubicado en el distrito de Ancón, cuya propiedad es del Ministerio de la Producción (Produce), y en donde se habilitarán 715 hectáreas para el proyecto Parque Industrial de Ancón. Cabe destacar que este proyecto contará con una inversión aproximada de US\$ 760 millones. La meta de la entidad es adjudicar este gran proyecto en el segundo semestre del 2023, buscando que este sea el primer parque industrial en la zona norte de Lima, permitiendo así el desarrollo ordenado de la industria local. Del mismo modo, destacan su ubicación estratégica al encontrarse cerca del futuro Puerto de Chancay, viendo al Parque Industrial de Ancón como un polo importante en el desarrollo industrial del país.

## EE.UU. destino líder para prendas de vestir



La Gerencia de Manufacturas de la Asociación de Exportadores (ADEX), informó que los envíos al exterior de prendas de vestir nacionales sumaron US\$ 110 millones 391 mil en el primer mes del año 2023, lo cual reflejó un crecimiento de 30.7% en comparación al mismo mes del pasado 2022, donde se exportó US\$ 84 millones 481 mil. Esto fue en gran medida por los mayores pedidos que realizó Estados Unidos en el presente año. Según cifras de ADEX, EE.UU. se posicionó como el primer destino de las prendas de vestir peruanas al concentrar el 73.6% del total en enero de este 2023, sumando US\$ 81 millones 250 mil y presentando un incremento de 39.5%. En el segundo lugar encontramos a Brasil con US\$ 4 millones 568 mil, reportando una variación positiva de 60.9%, seguido por Alemania (US\$ 3 millones 756 mil), Canadá (US\$ 2 millones 750 mil) y Chile (US\$ 2 millones 450 mil).

## Perú en In Cosmetics 2023



Nuestro país estuvo presente en In Cosmetics 2023, la feria más importante de insumos para la industria cosmética mundial, la cual se realizó este año en Barcelona del 28 al 30 de marzo. La misión peruana ha visitado diferentes ferias mundiales desde 2021, con el

regreso a la presencialidad, destacando su participación en la edición de In Cosmetics en Corea del Sur, celebrada en 2021, donde la delegación realizó más de 130 contactos comerciales y negocios por medio millón de dólares. La oferta peruana estuvo compuesta por aceites esenciales a base de ingredientes exóticos, provenientes de nuestra biodiversidad y de comunidades que promueven el comercio sostenible, como chía, muña, aceites de palo santo, unguirahui, aguaje, palo de rosa, súper sacha inchi, entre otros. Del mismo modo, se presentaron insumos como exfoliante de cáscara de castaña, baba de caracol, mantecas de cacao y murumuru.

## China es el principal destino



Según la Asociación de Exportadores (ADEX), desde hace 9 años, China se ha convertido en el principal destino de nuestras exportaciones, sumando en el año 2022 casi US\$ 20 891 millones, superando en 142.4% a EE. UU. que ostenta un poco más de US\$ 8 619 millones. Cabe destacar que los envíos tradicionales representaron el 96.6% del total exportado con US\$ 20 192 millones, destacando la minería, la pesca tradicional, los hidrocarburos y el agro tradicional. De igual forma, los productos con valor agregado vienen evidenciando una evolución positiva en los últimos 2 años: US\$ 653 millones 492 mil en el 2021 y US\$ 698 millones 558 mil en el 2022. En cuanto al sector minero, a pesar de disminuir su demanda en 2.7%, se mantiene como el más importante con US\$ 18 390 millones 349 mil, principalmente por los despachos de minerales de cobre y sus concentrados que superan los US\$ 12 841 millones.

## Condecoran a Cineasta



El legendario director de cine Werner Herzog, autor de más de 70 películas, visitó Lima el pasado mes de febrero como un gesto de cariño hacia el país donde filmó dos de sus obras maestras, Aguirre: La Ira de Dios (1972) y Fitzcarraldo (1982). El cineasta alemán alabó las mejoras que se están realizando en el Perú, así como la riqueza de su cultura y la hospitalidad de su gente. Por otra parte, Herzog señaló que su visita también se dio para visitar al presidente de Canatur, José Koechlin, quien participó en la producción de Aguirre: la Ira de Dios, filmada en las montañas de Machu Picchu y algunos de los parajes más inaccesibles de la Amazonía peruana. En ese sentido, PromPerú le otorgó el premio "Amigos del Perú", esto debido a su extraordinario aporte a la imagen del país a través del cine; asimismo, fue condecorado por la Municipalidad de Lima con la Medalla de Lima.

## La Bolsa de Turismo de Lisboa



El stand peruano fue inaugurado el 1 de marzo en el pabellón internacional de la Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL), gracias al auspicio del Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú y su embajada en Portugal. Di-

cho stand contó con la participación de agencias y operadores de turismo nacionales, así como representantes de empresas hoteleras establecidas en nuestro país. Asimismo, el embajador del Perú destacó la presencia peruana durante la inauguración de la más importante feria de turismo de Portugal, ya que contribuye a fortalecer las acciones que el Gobierno peruano viene desarrollando para lograr la recuperación del turismo en nuestro país. Por otra parte, el presidente de Portugal, Marcelo Rebelo de Sousa, visitó el stand peruano y agradeció la presencia de nuestro país en el evento, el cual contó también con la presencia de Brasil, México y Cuba como representantes de la región latinoamericana.

## Celebración en Nueva Zelanda



El Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú junto a su embajada en Nueva Zelanda realizaron un evento en el prestigioso bar y restaurante "The Thistle Inn", con el objetivo de reafirmar la peruanidad del pisco en el mencionado país. En tal sentido, se ofreció pisco sour tradicional, pisco sour de maracuyá, chilcano de pisco, cóctel de algarrobina y pisco puro; acompañado de platillos típicos como ceviche, anticuchos, ají de gallina y papa a la huancaína. Dicho evento congregó la asistencia de 50 personas, destacando la presencia de Adrian Rurawhe, presidente del Congreso de la República de Nueva Zelanda, representantes de los partidos laborista y nacional; así como embajadores de Argentina, Brasil, Cuba, Reino Unido, Alemania, entre otros. También se contó con la participación de "Wellington Culinary Events Trust", importante entidad que organiza eventos culinarios de gran nivel y alcance como el "Wellington on a Plate".





# Plataforma de negocios 100% digital

## 100% digital business platform

*“Perú con el mundo” es un ecosistema digital de negocios para que las mipymes se conecten con clientes de todo el mundo.*

*“Peru with the world” is a digital business ecosystem for MSMEs to connect with clients from all over the world.*

“Perú con el mundo” es el proyecto de transformación digital, gobierno digital y de economía digital más importante del país, el cual ha sido desarrollado por la Asociación Peruana de Software, Tecnologías y Economía Digital, Apesoft Perú.

Según Enrique Mesones, presidente de Asesoft, se trata de un ecosistema virtual de negocios dirigido a las mipymes peruanas, para impulsar su proceso de transformación digital, facilitando su apertura a nuevos mercados en todo el mundo.

“Es una visión que tenemos para conectar internamente no solo a las empresas, sino también a estas con el gobierno, con las municipalidades, con la Academia y con todos los servicios que una empresa necesita para crecer de manera virtual e interactiva. La hemos desarrollado con una visión de futuro”, dice Mesones.

### Conociendo “Perú con el mundo”

La plataforma de Apesoft brinda diversas soluciones, como tiendas virtuales, donde se podrá comunicar directamente con el comprador; conectando oferta con demanda, todo conectado a un carro de compra y pasarela de pagos.

“Este es el nuevo formato de economía digital y lo tenemos listo, para que cualquier peruano se conecte con su municipalidad, con su gobierno, y por ese medio pueda hacer trámites, intercambio de documentos, siempre

con seguridad y transparencia”, subraya Mesones.

La idea de “Perú con el mundo” nació hace más de 10 años, a raíz de que el presidente de Apesoft conoció a un grupo de científicos de la Administración Nacional de Aeronáutica y el Espacio de los Estados Unidos (Nasa), quienes colocaron al año 2025 como un punto de quiebre, donde el 80% de la población mundial va a estar conectado a través del teletrabajo, telestudio, etc.

Con esa visión, Mesones y su equipo decidieron comenzar a trabajar en un modelo de plataformas que ayude a traer no solamente la videoconferencia, sino que pueda integrar todos los activos digitales de las empresas, incluyendo herramientas de reconocimiento facial, firma digital, entre otros.

“Ya habíamos hecho pruebas de concepto con la Asociación de Exportadores (ADEX), con el Ministerio de Relaciones Exteriores, con la Embajada del Perú en Toronto y otros. Y dijimos: ¿qué pasaría si utilizando este tipo de tecnologías empoderamos a un grupo de pymes peruanas para conectarlos con compradores internacionales?”

Para Mesones, existe la necesidad de una plataforma digital de conectividad para los negocios, más allá de los canales tradicionales. “Estamos en un mundo post pandemia, donde lo digital ha crecido muchísimo. Las empresas

están apostando por soluciones que no sólo generen beneficios económicos, sino también sociales. Hablamos, por ejemplo, de la inclusión, de la diversidad y de la sostenibilidad para elegir empresas o modelos de negocio que no generen tanta contaminación en el ambiente”.

El presidente de Apesoft señala que hoy los canales tradicionales no son suficientes, dado que los niveles de conversión y/o compras está en el rango de 1-2%.

“Entonces, nosotros ofrecemos un servicio en tiempo real y cara a cara, que genera más compromiso, donde tú puedes entrar a una tienda virtual y navegar a través de herramientas de realidad virtual. Entonces conversas con el conserje de la tienda, quien te ayuda en el proceso de compra. Puedes navegar por la tienda e ir desde el primer piso al segundo, viendo fotos y vídeos”.

### En marcha hacia el futuro

¿Qué falta para que “Perú con el mundo” esté en marcha? “Hemos generado un financiamiento por hasta 30 millones de dólares para invertir en esta carretera digital, en esta infraestructura digital que estará al servicio para millones de pymes”, indica Mesones.

En tal sentido, con la plataforma probada el 2019 en Canadá, lo que se necesita es básicamente sumar esfuerzos. “Necesitamos firmar un convenio, una asociación público-privada, con el Ministerio de Relaciones Exteriores, por-







que necesitamos que "Perú con el mundo" se promueva en todo el planeta, con los 140 o más destinos donde tenemos presencia diplomática, de tal forma que podamos generar la demanda hacia los productos y servicios que ofrecemos".

Mesones indica que se proyectan trabajar con PromPerú, con las OCEX, para que el sector público y el privado se unan para generar sinergias, beneficios económicos y sociales. "Necesitamos trabajar también con el Ministerio de la Producción, que ve el movimiento a nivel de pymes del Perú. Realmente necesitamos asociarnos con todos los gremios del Perú, las asociaciones, las cámaras de comercio de Lima y provincias.

Ante la pregunta, ¿cuál es su visión de futuro respecto a Perú con el mundo?, Mesones dice que quieren llegar a todo el Perú, con una visión de transformación, gobierno y economía digital, con capacidad de conectarnos a todos los peruanos desde cualquier equipo con internet: servicios generales, educativos, bancarios, estatales y demás, con seguridad, transparencia y trazabilidad. "Creo que, con ese pacto nacional, apuntando a la innovación y a la tecnología como estrategia de crecimiento y competitividad, vamos a salir adelante. Esto es "Perú con el mundo", estamos convencidos de que es el proyecto más importante de transformación, gobierno y economía digital".

#### Beneficios para todas las empresas

El objetivo de Apesoft es lanzar la plataforma como un ecosistema que le dé servicios a las pymes, pero eventualmente este ecosistema va a servir y beneficiar a las empresas micro, pequeñas, medianas y grandes, así como a todo el ecosistema de socios estratégicos. "La idea es conectar al sector público, la Academia y a todas las industrias dentro de esta carretera digital y generar innovación, donde nos van a ver a nosotros como un país para invertir. Vamos a convertirnos en la marca a comprar, el socio a desarrollar y el lugar donde la gente quiera trabajar, estos son los premiums estratégicos que generan la innovación y la tecnología. El nuevo Dúo Dinámico".

Peru with the world" is the most important digital transformation, digital government and digital economy project in the country, which has been developed by the Peruvian Association of Software, Technologies and Digital Economy, Apesoft Peru.

According to Enrique Mesones, president of Apesoft, it is a virtual business ecosystem aimed at Peruvian MSMEs, to promote their digital transformation process, facilitating their opening to new markets around the world.

"It is a vision that we have to connect not only companies internally, but also these with the government, with the municipalities, with the Academy and with all the services that a company needs to grow in a virtual and interactive way. We have developed it with a vision of the future", says Mesones.

#### Knowing "Peru with the world"

The Apesoft platform provides various solutions, such as virtual stores, where you can communicate directly with the buyer; connecting supply with demand, all connected to a shopping cart and payment gateway.

"This is the new format of the digital economy and we have it ready, so that any Peruvian can connect with their municipality, with their government, and by that means they can carry out procedures, exchange documents, always with security and transparency", emphasizes Mesones.

The idea of "Peru with the world" was born more than 10 years ago, after the president of Apesoft met a group of scientists from the National Aeronautics and Space Administration of the United States (Nasa), who placed the year 2025 as a turning point, where 80% of the world population will be connected through teleworking, teleducation, etc.

With this vision, Mesones and his team decided to start working on a platform model that would help bring not only videoconferencing, but that could integrate all the companies' di-

gital assets, including facial recognition tools, digital signature, among others.

"We had already done concept tests with the Association of Exporters (ADEX), with the Ministry of Foreign Affairs, with the Embassy of Peru in Toronto and others. And we said: what would happen if using this type of technology we empowered a group of Peruvian SMEs to connect them with international buyers?"

For Mesones, there is a need for a digital connectivity platform for businesses, beyond traditional channels. "We are in a post-pandemic world, where digital has grown a lot. Companies are betting on solutions that not only generate economic benefits, but also social ones. We talk, for example, about inclusion, diversity and sustainability to choose companies or business models that do not generate as much pollution in the environment".

The president of Apesoft points out that traditional channels are not enough today, given that the levels of conversion and/or purchases are in the range of 1-2%.

"So, we offer a real-time, face-to-face service, which generates more engagement, where you can enter a virtual store and navigate through virtual reality tools. Then you talk to the store concierge, who helps you through the buying process. You can browse the store and go from the first floor to the second, looking at photos and videos."

#### On the way to the future

What is missing for "Peru with the world" to be up and running? "We have generated financing for up to 30 million dollars to invest in this digital highway, in this digital infrastructure that will be at the service of millions of SMEs," says Mesones.

In this sense, with the platform tested in 2019 in Canada, what is needed is basically to join forces. "We need to sign an agreement, a public-private partnership,

with the Ministry of Foreign Affairs, because we need "Peru with the world" to be promoted throughout the planet, with the 140 or more destinations where we have a diplomatic presence, in such a way that we can generate demand for the products and services we offer".

Mesones indicates that they plan to work with PromPerú, with the OCEX, so that the public and private sectors come together to generate synergies, economic and social benefits. "We also need to work with the Ministry of Production, which sees the movement at the level of SMEs in Peru. We really need to partner with all the unions in Peru, the associations, the chambers of commerce in Lima and the provinces.

When asked, what is your vision of the future regarding Peru and the world? Mesones says that they want to reach all of Peru, with a vision of transformation, government and digital economy, with the ability to connect all Peruvians from any equipment with internet: general, educational, banking, state and other services, with security, transparency and traceability. "I think that, with this national pact, aiming at innovation and technology as a strategy for growth and competitiveness, we are going to get ahead. This is "Peru with the world", we are convinced that it is the most important project of transformation, government and digital economy".

#### Benefits for all companies

Apesoft's objective is to launch the platform as an ecosystem that provides services to SMEs, but eventually this ecosystem will serve and benefit micro, small, medium and large companies, as well as the entire ecosystem of strategic partners. "The idea is to connect the public sector, the Academy and all the industries within this digital highway and generate innovation, where they will see us as a country to invest. We are going to become the brand to buy, the partner to develop and the place where people want to work, these are the strategic premiums that innovation and technology generate. The new Dynamic Duo".



## Perú con el mundo en 6 puntos Peru with the world in 6 points

1. Crea nuevos servicios, conectando ciudadanos con sus líderes, gobierno y municipalidades, en todo momento, desde cualquier lugar y usando cualquier dispositivo.
  2. Ofrece una nueva forma de conectar en tiempo real con biometría facial, firma digital o firma electrónica, salas de media digitales seguras, privadas y confiables, incluyendo intercambio de documentos, transacciones y pagos, con seguridad, trazabilidad y transparencia.
  3. Cuenta con nube privada, big data, inteligencia artificial, centro de datos nacionales, bases de datos de todo el Estado, son algunos elementos clave en el proceso.
  4. Se podrá explorar el Perú con familia y amigos, con viajes virtuales con servicios de transmisión en vivo como fiestas regionales, música y cultura, gastronomía, usando realidad virtual y aumentada, fotos y videos 360.
  5. Se podrá atender una exposición con colaboradores y personas de interés, como centro de convenciones, feria de trabajos, eventos de ciberseguridad, exhibiciones médicas, motor shows, puestos de inversionistas, museos y exhibiciones de arte, ferias y ruedas de negocio, internacionalización de pymes.
  6. Se conecta con las bases de datos y las páginas web del gobierno central, regional y municipalidades con un contact center 4.0
1. Create new services, connecting citizens with their leaders, government and municipalities, at any time, from anywhere and using any device.
  2. It offers a new way to connect in real time with facial biometrics, digital signature or electronic signature, secure, private and reliable digital media rooms, including document exchange, transactions and payments, with security, traceability and transparency.
  3. It has a private cloud, big data, artificial intelligence, national data center, databases of the entire State, are some key elements in the process.
  4. Peru can be explored with family and friends, with virtual trips with live broadcast services such as regional festivals, music and culture, gastronomy, using virtual and augmented reality, photos and 360 videos.
  5. It will be possible to attend an exhibition with collaborators and people of interest, such as a convention center, job fair, cybersecurity events, medical exhibitions, motor shows, investor stands, museums and art exhibitions, fairs and business roundtables, internationalization of SMEs.
  6. It connects with the databases and web pages of the central and regional government and municipalities with a 4.0 contact center





# Panamá: un canal de oportunidades

## Panama: a channel of opportunities

*En el marco de un intercambio comercial positivo, nuestra delegación participó en la feria Expocomer – Panamá 2023*

*Within the framework of a positive commercial exchange, our delegation participated in the Expocomer – Panama 2023 fair.*



Por/By: Carlos García Benavides

El intercambio comercial entre Perú y Panamá se ha fortalecido con el pasar de los años. El año 2022 se superó los US\$ 640 millones gracias al envío de 223 partidas arancelarias exportadas por más de 129 empresas.

de las exportaciones peruanas ingresan con 0% de arancel.

Uno de los factores clave de este vigoroso intercambio comercial es el tratado de comercio exterior entre Perú y Panamá, el cual cumple 11 años en vigor en mayo del presente año. Se lograron optimizar las condiciones de acceso de productos peruanos al mercado más importante de Centroamérica. Hoy el 95 %

Y es que la plataforma logística de Panamá, la cual incluye el Canal de Panamá, puertos, zonas francas y la línea aérea panameña COPA, hacen de este país la entrada natural a la región y al Caribe.

Todo esto se fue consolidando el 2013, cuando este país fue priorizado por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú), para establecer una Oficina Económico Comercial en Panamá, la cual constitu-

ye el nexo entre la empresa exportadora peruana y los potenciales compradores de Panamá, Costa Rica, Guatemala, Honduras y República Dominicana.

Gracias a estas gestiones, hasta la fecha se han apoyado a más de 660 empresas exportadoras mediante capacitaciones, ruedas de negocios y asesorías técnicas. A su vez, las exportaciones no minero-energéticas superaron los US\$ 159.9

millones en el 2022, cifra mayor al resto de países de la región centroamericana.

### Oportunidades de la ExpoComer 2023

Acorde a los planes estratégicos, PromPerú encabezó una delegación de 9 empresas peruanas del sector envases y embalajes a la feria ExpoComer 2023, evento líder de la región de proveedoras a la agroindustria y a la industria alimentaria. Además, este año se realizarán misiones comerciales diversas con el fin de consolidar la expansión de los exportadores en la región centroamericana.

Bananas, uvas frescas, preformas PET, ropa de algodón, pota, galletas, baldosas, limones y cientos de productos de origen peruano han encontrado espacio en el competitivo mercado en Panamá.

El sector agronegocios peruano es sumamente valorado por los empresarios panameños, así como los textiles de algodón, las manufacturas diversas y los servicios.

(\*) Director de la OCEX Panamá.

The commercial exchange between Peru and Panama has strengthened over the years. In 2022, US\$ 640 million was exceeded thanks to the shipment of 223 tariff items exported by more than 129 companies.

One of the key factors in this vigorous commercial exchange is the foreign trade agreement between Peru and Panama, which will be in force for 11 years in May of this year. It was possible to optimize the access conditions of Peruvian products to the most important market in Central America. Today 95% of Peruvian exports enter with 0% tariff.

And it is that the logistics platform of Panama, which includes the Panama Canal, ports, free zones and the Panamanian airline COPA, make this country the natural entrance to the region and the Caribbean.

All this was consolidated in 2013, when this country was prioritized by the Commission for the Promotion of Peru for Exports and Tourism (Prom-



Perú), to establish a Commercial Economic Office in Panama, which constitutes the link between the Peruvian export company and potential buyers from Panama, Costa Rica, Guatemala, Honduras and the Dominican Republic.

Thanks to these efforts, to date more than 660 exporting companies have been supported through training, business roundtables and technical advice. In turn, non-mining-energy exports exceeded US\$ 159.9 million in 2022, a higher figure than the rest of the countries in the Central American region.

### Opportunities of ExpoComer 2023

In accordance with the strategic plans, PromPerú led a delegation of 9 Peruvian companies from the packaging

sector to the ExpoComer 2023 fair, the region's leading event for suppliers to the agribusiness and food industry. In addition, this year various trade missions will be carried out in order to consolidate the expansion of exporters in the Central American region.

Bananas, fresh grapes, PET preforms, cotton clothing, squid, cookies, tiles, lemons and hundreds of products of Peruvian origin have found space in the competitive market in Panama.

The Peruvian agribusiness sector is highly valued by Panamanian businessmen, as well as cotton textiles, various manufactures and services.

(\*) Director of the OCEX Panama.





# Perú y Panamá: comercio, cultura y progreso

## Peru and Panama: trade, culture and progress

*Jaime Serrano Rivas, embajador de Panamá en Perú, analiza las relaciones económico-comerciales entre ambas naciones e informa sobre la Expocomer 2023.*

*Jaime Serrano Rivas, Ambassador of Panama in Peru, analyzes the economic-commercial relations between both nations and reports on Expocomer 2023.*

Por el canal de Panamá atraviesan el 68% de las exportaciones peruanas debido a las 17 frecuencias semanales de buques de carga provenientes de Perú. Precisamente, el principal recurso natural de este país es su posición geográfica, que la coloca como un importante “hub logístico” de comunicaciones, transporte aéreo, marítimo y terrestre. Además, cuenta con 12 zonas francas que favorecen el negocio de las reexportaciones.

¿Cómo se han visto beneficiadas las relaciones comerciales y de inversiones entre ambos países luego de la vigencia del TLC Perú-Panamá en el año 2012? Jaime Serrano Rivas, embajador de Panamá en Perú, subraya que, desde que entró en vigencia, se incrementó el intercambio comercial en casi un 40% pasando de US\$ 70 millones antes del tratado a US\$ 165 millones (2020).

“Hay una tendencia al crecimiento constante, favoreciendo la instalación en Panamá de empresas como Aje Group, Banco de Crédito del Perú, Interbank y aproximadamente 50 restaurantes peruanos”, resalta.

En cuanto a las principales áreas de cooperación Panamá-Perú que se han desarrollado y las actividades se llevan a cabo actualmente, Serrano informa que, en coordinación con la Autoridad para la Promoción de Inversiones (ProPanamá) se han realizado dos ediciones (2021-2022) del “Panamá Day Perú”, evento de networking en-



tre empresarios panameños y peruanos que permite alianzas comerciales entre empresas privadas, del cual se espera realizar una nueva edición durante el presente año.

En cuanto a ciencia y tecnología -refiere Serrano- en octubre del 2022 se desarrolló la II Reunión de la Comisión Mixta de Cooperación Técnica y Científica entre Perú y Panamá, acordando proyectos de cooperación en infraestructura de transporte, gestión pública, producción, justicia, agricultura y producción pesquera.

### Expocomer 2023

La Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá (Cciap) organiza la feria Expocomer del 28 al 30 de marzo en ciudad de Panamá, una exposición multisectorial que este año celebra su edición número 39, siendo una “vitrina del comercio mundial”, una oportunidad para expandir el comercio internacional y hacer negocios.

“Este evento es la principal feria multisectorial de América Latina, y más que un evento país, ha sido un gran generador de aportes a la economía de los países participantes, directa e indirectamente, a pesar de la difícil situación económica que atraviesan los países en la región”, sentencia Serrano.

“Panamá es el lugar ideal para crecer, fortalecer los negocios y promover el intercambio comercial entre los sectores empresariales de todos los países del mundo por su gran conectividad”. Este año Expocomer realiza paralelamente dos eventos feriales internacionales de igual importancia:

- Expo Logística: presenta la plataforma de servicios logísticos de Panamá, un evento dirigido a empresas multinacionales, distribuidores y fabricantes que ven la oportunidad de acceder al mercado regional desde un hub logístico en Panamá.

- Expo Turismo Internacional: es una feria que promueve la feria turística de Panamá y la región, entre promotores internacionales que visitan el país para



La Canciller Janaina Tewaney con el embajador Serrano.  
Chancellor Janaina Tewaney with Ambassador Serrano.

obtener detalles sobre destinos turísticos potenciales en la región.

### Cifras del intercambio

Según la Organización Mundial del Comercio, en el 2020 Panamá exportó US\$ 33.4 millones de dólares a Perú. Los principales productos que exportó fueron medicamentos envasados (US\$ 11.2 millones), petróleo refinado (US\$ 4.88 millones) y revestimiento de aluminio (US\$ 3.25 millones). Durante los últimos 25 años las exportaciones de Panamá a Perú crecieron a una tasa anualizada de 0.20%, de US\$ 31.8 millones en 1995 a US\$ 33.4 millones en 2020.

En 2020, Perú exportó US\$ 198 millones de dólares a Panamá. Los principales productos fueron petróleo refinado (US\$ 89.5 millones) y uvas (US\$ 6.32 millones). Perú está en el listado de países amigos de Panamá. Esto permite a los inversionistas peruanos obtener la residencia permanente en Panamá por una inversión inmobiliaria superior US\$ 300 mil o también por la compra de acciones en la bolsa de valores por un monto similar.

Panamá es un robusto centro financiero internacional que, según la Superintendencia de Bancos de Panamá, contabilizaba 66 bancos, conformado por dos bancos oficiales, 45 de licencia general y 21 de licencia internacional, con activo de más de US\$ 136 mil millones.

En cuanto a la conexión aérea, la línea panameña Copa Airlines ofrece 6 frecuencias diarias entre Panamá-Lima-Panamá y conexiones a un importante número de ciudades en el continente americano; y desde Panamá-Chiclayo conexiones a diversas ciudades de América, con dos frecuencias semanales.

### Dato histórico

Desde Panamá, primera ciudad española fundada a orillas del Pacífico, se organizó la expedición de Almagro, Luque y Pizarro a la conquista del imperio incaico. Posteriormente durante el virreinato, el intercambio comercial entre España y Perú se realizó a través del Istmo de Panamá (Camino de Cruces y Feria de Portobello).

68% of Peruvian exports pass through the Panama Canal due to the 17 weekly frequencies of cargo ships from Peru. Precisely, the main natural resource of this country is its geographical position, which places it as an important "logistics hub" for communications, air, sea and land transport. In addition, it has 12 free zones that favor the re-export business.

How have commercial and investment relations between the two countries benefited after the entry into force of the Peru-Panama FTA in 2012? Jaime Serrano Rivas, Panama's ambassador to Peru, stresses that, since it entered into force, trade has increased by almost 40%,





Embajador Jaime Serrano acompañado por José González, director ejecutivo del APCI.  
Ambassador Jaime Serrano accompanied by José González, executive director of APCI.

going from US\$70 million before the treaty to US\$165 million (2020).

"There is a constant growth trend, favoring the establishment in Panama of companies such as Aje Group, Banco de Crédito del Perú, Interbank and approximately 50 Peruvian restaurants," he highlights.

Regarding the main areas of Panama-Peru cooperation that have been developed and the activities are currently carried out, Serrano reports that, in coordination with the Authority for the Promotion of Investments (ProPanamá), two editions have been held (2021-2022 ) of "Panama Day Peru", a networking event between Panamanian and Peruvian businessmen that allows commercial alliances between private companies, of which a new edition is expected to be held this year.

Regarding science and technology -Serrano refers- in October 2022 the II Meeting of the Mixed Commission for Technical and Scientific Cooperation between Peru and Panama was held, agreeing on cooperation projects in transport infrastructure, public management, production, justice, agriculture and fish production.

**Expocomer 2023**  
The Chamber of Commerce, Industries

and Agriculture of Panama (Cciap) organizes the Expocomer fair from March 28 to 30 in Panama City, a multisectoral exhibition that this year celebrates its 39th edition, being a "world trade showcase", a opportunity to expand international trade and do business.

"This event is the main multisectoral fair in Latin America, and more than a country event, it has been a great generator of contributions to the economy of the participating countries, directly and indirectly, despite the difficult economic situation that the countries are experiencing. the region", Serrano sentences.

"Panama is the ideal place to grow, strengthen business and promote trade between the business sectors of all countries in the world due to its great connectivity." This year Expocomer is holding two international trade fair events of equal importance:

- Expo Logística: presents the logistics services platform of Panama, an event aimed at multinational companies, distributors and manufacturers who see the opportunity to access the regional market from a logistics hub in Panama.
- Expo Turismo Internacional: is a fair that promotes the tourism fair of Panama and the region, among international promoters who visit the country to ob-

tain details on potential tourist destinations in the region.

**Exchange figures**

According to the World Trade Organization, in 2020 Panama exported US\$33.4 million to Peru. The main products it exported were packaged medicines (US\$11.2 million), refined petroleum (US\$4.88 million) and aluminum coating (US\$3.25 million). During the last 25 years, exports from Panama to Peru grew at an annualized rate of 0.20%, from US\$31.8 million in 1995 to US\$33.4 million in 2020.

In 2020, Peru exported US\$198 million to Panama. The main products were refined petroleum (US\$89.5 million) and grapes (US\$6.32 million). Peru is on the list of friendly countries of Panama. This allows Peruvian investors to obtain permanent residence in Panama for a real estate investment of more than US\$300,000 or also for the purchase of shares in the stock market for a similar amount.

Panama is a robust international financial center that, according to the Superintendency of Banks of Panama, counted 66 banks, made up of two official banks, 45 with a general license and 21 with an international license, with assets of more than US\$ 136 billion.

Regarding the air connection, the Panamanian line Copa Airlines offers 6 daily frequencies between Panama-Lima-Panama and connections to a significant number of cities in the American continent; and from Panama-Chiclayo connections to various cities in America, with two weekly frequencies.

**Historical data**

From Panama, the first Spanish city founded on the shores of the Pacific, the expedition of Almagro, Luque and Pizarro was organized to conquer the Inca empire. Later during the vicerealty, the commercial exchange between Spain and Peru was carried out through the Isthmus of Panama (Camino de Cruces and Portobello Fair).

**VILLA DE VALVERDE HOTEL**

*Ica, excelente destino para tus Vacaciones o Fin de Semana*

Av. La Angostura A-44 B (Frente al Hotel las Dunas), Ica, Perú  
Telf.: (51-56) 256-098 / Cel.: (51) 956991382  
reservas@villadevalverdehotel.com.pe Hotel Villa de Valverde  
www.villadevalverdehotel.com.pe

**FITZCARRALD HOTEL \*\*\***

A dos cuadras de la Plaza de Armas y a una cuadra del Boulevard

Jr. Fitzcarrald 367, Iquitos, Perú  
Telf.: (51-65) 233370 / Cel. 978 449 070  
Fitzcarrald Hotel  
E-mail: hotelfitzcarraldiquitos@gmail.com  
https://fitzcarrald-hotel.negocio.site/

**Bubinzana**  
MAGICAL LODGE

*Un placentero retiro ecológico en el corazón de Tarapoto*

Jr. Progreso 680, Tarapoto, San Martín, Perú  
Cel.: (51) 991 062 999  
reservas@bubinzanalodge.pe Bubinzana Magical Lodge



# Una amistad que cruza continentes

## A friendship that crosses continents

*Perú y Panamá, camino a celebrar 120 años de amistad, intercambio y cooperación mutua.* | *Peru and Panama, on the way to celebrate 120 years of friendship, exchange and mutual cooperation.*



Por/By: Mario López Chávarri(\*)

A fines del 2023, el 3 de noviembre, Panamá celebrará el 120 aniversario de su nacimiento como república independiente y soberana. Es la misma cantidad de años que Perú y Panamá cumplen como naciones con vínculos fraternos de entendimiento, intercambio y cooperación mutua.

En 1903, el 18 de diciembre, fecha en que el Perú reconoce a la nueva nación istmeña y se proyectan sólidos lazos de hermandad entre sus pueblos, se constituye desde entonces en una oportunidad para renovar anualmente el indiscutible “Día de la Amistad Peruano-Panameña”.

El tiempo ha hecho su tarea, el Perú histórico, milenar, del imperio incaico, que conoció de Panamá y de sus pueblos originarios a partir de la conquista y la colonización española del Tahuantisuyo, tuvo en el territorio panameño un paso facilitador entre la metrópoli y las nuevas tierras peruanas para las personas, los bienes, los capitales y el comercio del oro, la plata, el vino y el pisco del Perú. Peruanos y panameños se

aproximaron aún más en los siguientes siglos, sobre todo cuando el territorio de Panamá pasó a ser parte del Virreinato del Perú durante casi 200 años.

La historia de Perú y Panamá también está ligada a través del desarrollo de los pensamientos y luchas libertarias que unieron a sus pobladores alrededor del ideal de la independencia de 1821, hasta llegar a la proyección de ambos países en las redes del intercambio global.

Con la inauguración del Canal de Panamá, en 1914, el Perú se convierte en uno de los usuarios directos de esta magnífica obra de ingeniería (actualmente entre los 10 primeros) que favorece al transporte y el comercio marítimo, a la vez que hace suyas las aspiraciones panameñas por la recuperación del canal, como se pudo advertir durante la participación peruana en la Sesión Extraordinaria del Consejo de Seguridad de Naciones Unidas, celebrada en Ciudad de Panamá, en marzo de 1973, cuyo 50 aniversario acabamos de conmemorar.

Actualmente, Perú y Panamá comparten -a nivel bilateral, regional y global- el interés por la defensa de las instituciones democráticas, la libertad y los derechos humanos; la lucha contra la corrupción, el tráfico de drogas y el lavado de activos; la preocupación por el cambio climático, nuestros océanos y el medio ambiente; así como la

aplicación de políticas económicas de mercados abiertos.

En estos cambios de tiempo, en que he tenido la fortuna de encontrarme al frente de la Embajada del Perú en Panamá en dos oportunidades, de búsqueda de mejoras concretas para nuestras poblaciones. Los dos países están llamados a incorporar nuevas áreas de inversión y cooperación bilateral estratégica, como

la ciencia y tecnología, la transformación digital, la agricultura y el manejo del agua, la logística, la industria naval, la minería, el manejo de la responsabilidad social, la conectividad aérea descentralizada, la puesta en valor de la cultura ancestral y la gastronomía.

Nos encontramos trabajando para que estos temas y los demás que conforman la nutrida agenda bilateral Perú-Panamá se puedan revisar prontamente en la III Reunión del Mecanismo de Consultas Políticas. Adicionalmente, nos anima alcanzar la expeditiva superación de los problemas puntuales que impiden actualmente el más amplio intercambio comercial entre los dos países a fin de no seguir perjudicando a las empresas exportadoras de productos hidrobiológicos, cárnicos y agrícolas involucradas.

### El canal que nos une

El intercambio comercial entre Perú y Panamá tiene potencialidades para

seguir creciendo, como ha venido sucediendo en los últimos siete años hasta alcanzar el monto cercano a los US\$ 1 000 millones anuales, en el 2017. El retroceso registrado en el comercio bilateral, como consecuencia de la pandemia, se está revirtiendo rápidamente, según lo demuestran las cifras del 2021 (US\$ 610 millones) y del 2022 (cerca de US\$ 650 millones). Se ha dado una diversificación de los bienes intercambiados, especialmente en el rubro de productos no tradicionales (agropecuario, textiles, maderas, metal mecánico, joyería, artesanías).

Asimismo, un mayor número de empresas exportadoras participan en los negocios entre los dos países, primordialmente pymes (56%) que buscan destinos afines para sus productos con valor agregado. El TLC entre Perú y Panamá, primer acuerdo comercial del Perú con un país de Centroamérica, vigente desde hace más de 10 años, permite que alrededor del 95% de las

exportaciones peruanas ingresen a territorio panameño con 0% de arancel.

Sin duda la historia entrelazada de los dos países parte justamente de su propia gente, de aquellos numerosos nexos familiares que han dado a cada país hombres y mujeres ilustres; de aquellos panameños que cursaron estudios en reconocidas universidades peruanas, como la Universidad Mayor de San Marcos y la Universidad Nacional de Ingeniería; de aquellos cadetes panameños egresados de escuelas militares e institutos policiales del Perú; de aquellos emprendedores gastronómicos peruanos que se han instalado en la cada vez más demandante Panamá; de aquellos inversionistas peruanos que en los últimos años han encontrado mayores oportunidades en Panamá; y, en general, de los más de 9 mil peruanos que residen en Panamá, completamente integrados a la sociedad panameña, y de los cerca de 360 panameños que se encuentran acogidos en el Perú.

(\*) Embajador del Perú en Panamá.

At the end of 2023, on November 3, Panama will celebrate the 120th anniversary of its birth as an independent and sovereign republic. It is the same number of years that Peru and Panama have served as nations with fraternal ties of understanding, exchange and mutual cooperation.

In 1903, December 18, the date on which Peru recognized the new Isthmian nation and solid ties of brotherhood were projected between its peoples, since then it has become an opportunity to annually renew the indisputable "Peruvian-Panamanian Friendship Day".

Time has done its task, the historical, millenary Peru, of the Inca empire, which knew Panama and its original peoples from the Spanish conquest and colonization of Tahuantisuyo, had in the Panamanian territory a facilitating step between the metropolis and the new Peruvian lands for people, goods, capital and the trade of gold, silver,





wine and pisco from Peru. Peruvians and Panamanians became even closer in the following centuries, especially when the territory of Panama became part of the Viceroyalty of Peru for almost 200 years.

The history of Peru and Panama is also linked through the development of libertarian thoughts and struggles that united their inhabitants around the ideal of independence of 1821, until reaching the projection of both countries in the global exchange networks.

With the inauguration of the Panama Canal in 1914, Peru became one of the direct users of this magnificent engineering work (currently among the top 10) that favors maritime transport and trade, while endorsing the Panamanian aspirations for the recovery of the canal, as was noted during the Peruvian participation in the Extraordinary Session of the United Nations Security Council, held in Panama City, in March 1973, whose 50th anniversary we have just commemorated.

Currently, Peru and Panama share - at a bilateral, regional and global level - the interest in the defense of democratic institutions, freedom and human rights; the fight against corruption, drug trafficking and money laundering; concern for climate change, our oceans and the environment; as well as the application of open market economic policies.

In these changes of time, in which I have been fortunate to find myself in charge of the Embassy of Peru in Panama on two occasions, in search of concrete improvements for our populations. The two countries are called to incorporate new areas of investment and strategic bilateral cooperation, such as science and technology, digital transformation, agriculture and water management, logistics, the naval industry, mining, the management of social responsibility, decentralized air connectivity, the enhancement of ancestral culture and gastronomy.

We are working so that these issues and the others that make up the extensive Peru-Panama bilateral agenda can be



**Condecoración de la Orden Vasco Nuñez de Balboa, Panamá 2019, al Embajador Mario López Chavarri.**  
**Decoration of the Vasco Nuñez de Balboa Order, Panama 2019, to Ambassador Mario López Chavarri.**

reviewed promptly at the III Meeting of the Political Consultation Mechanism. Additionally, it encourages us to expeditiously overcome the specific problems that currently prevent the broadest commercial exchange between the two countries in order not to continue harming the companies that export hydrobiological, meat and agricultural products involved.

**The channel that unites us**

The commercial exchange between Peru and Panama has the potential to continue growing, as it has been happening in the last seven years until reaching the amount close to US\$ 1,000 million per year, in 2017. The decline registered in bilateral trade, as a consequence of the pandemic, is being rapidly reversed, as shown by the figures for 2021 (US\$610 million) and 2022 (close to US\$650 million). There has been a diversification of the exchanged goods, especially in the area of non-traditional products (agriculture, textiles, wood, mechanical metal, jewelry, handicrafts).

Likewise, a greater number of exporting companies participate in business between the two countries, primarily SMEs (56%) that seek similar desti-

nations for their value-added products. The FTA between Peru and Panama, Peru's first trade agreement with a Central American country, in force for more than 10 years, allows around 95% of Peruvian exports to enter Panamanian territory with 0% tariffs.

Undoubtedly, the intertwined history of the two countries stems precisely from their own people, from those numerous family ties that have given each country illustrious men and women; of those Panamanians who studied at recognized Peruvian universities, such as the Universidad Mayor de San Marcos and the National University of Engineering; of those Panamanian cadets graduated from military schools and police institutes in Peru; of those Peruvian gastronomic entrepreneurs who have settled in the increasingly demanding Panama; of those Peruvian investors who in recent years have found greater opportunities in Panama; and, in general, of the more than 9,000 Peruvians residing in Panama, fully integrated into Panamanian society, and of the nearly 360 Panamanians who are sheltered in Peru.

(\*). Ambassador of Peru in Panama.

## 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) / +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)





Luis Valdivia Masini es el presidente de Cambiarpe, la Cámara de comercio binacional argentino-peruana con sede en Buenos Aires. Esta fue fundada en el año 2008, reuniendo empresas peruanas y argentinas residentes en Argentina, las cuales exportaban o importaban; buscando generar oportunidades comerciales entre ambos países.

“Fuimos invitados para venir al Perú a visitar el megaproyecto del puerto de Chancay, que va a permitir un comercio muy importante de barcos de alto calado entre Asia, Oriente y Sudamérica fundamentalmente. De igual manera, hemos recibido la propuesta del embajador argentino en Lima, Enrique Vaca Narvaja, de crear una sede Cambiarpe en Lima, la que realizaremos en un tiempo muy cercano”.

Valdivia afirma que para la sede en Lima invitarán a todos los empresarios peruanos para que puedan asociarse y acceder a los beneficios que tiene Cambiarpe. También menciona que poseen convenios con todas las cámaras de comercio establecidas en Argentina, buscando hacer lo mismo aquí en el Perú, teniendo en la actualidad acuerdos de complementación y de apoyo con ADEX.

Por otra parte, el presidente de Cambiarpe afirma que las diversas cámaras nacionales presentes en Argentina organizan ferias importantes para fortalecer vínculos. Del mismo modo, gracias a Cambiarpe, los socios pueden acceder a bases de datos de empresas que buscan exportar e importar en diferentes países, abriéndose diversas oportunidades comerciales para los interesados.

“El ser socio cuesta muy poco para una empresa, no es nada, en Argentina está alrededor de 25 000 a 30 000 pesos. Los socios reciben, entre 3 a 4 veces por semana, mails con información de ferias, eventos vía online a través de zoom y cursos para exportadores en línea sin ningún costo, teniendo también cursos



## Nueva sede en Lima

### New headquarters in Lima

*La cámara binacional Cambiarpe busca acercar a empresas peruanas y argentinas, teniendo como objetivo crear una oficina sede en Lima.*

presenciales que normalmente son en Buenos Aires”.

Valdivia afirma que replicarán esto también en el Perú, pero que primero deben empezar con la formación de la cámara,

*The binational chamber Cambiarpe seeks to bring together Peruvian and Argentine companies, with the objective of creating a headquarters office in Lima.*

la obtención de un local y una página web. “El contacto para que puedan asociarse lo pueden tener a través de Luis Alcázar Osorio, que es el director ejecutivo, o escribiéndome a mi correo: luis.valdivia@sudamericacargo.com”.

**La labor de Sudamerican Cargo en el Perú**  
“La empresa Sudamerican Cargo, de la que soy director y fundador, tiene 18 años en el mercado argentino, peruano y latinoamericano, y nuestro mayor negocio o servicio está en el transporte terrestre internacional. Nosotros transportamos todo tipo de mercaderías, para empresas muy importantes como por ejemplo Toyota y Arcor del Perú”.

Valdivia afirma que también trabajan con empresas mineras, para las que transportan todo tipo de mercadería. Del mismo modo, en época de pandemia, Sudamerican Cargo fue la encargada de transportar todos los tubos y plantas de oxígeno de Argentina a Perú, así como telas de algodón de jersey de Perú hacia tierras argentinas.

Luis Valdivia Masini is the president of Cambiarpe, the Argentine-Peruvian binational Chamber of Commerce based in Buenos Aires. This was founded in 2008, bringing together Peruvian and Argentine companies residing in Argentina, which exported or imported; seeking to generate business opportunities between both countries.

“We were invited to come to Peru to visit the Chancay port megaproject, which is going to allow a very important trade of deep-draft ships bet-

ween Asia, the East and South America fundamentally. In the same way, we have received the proposal from the Argentine ambassador in Lima, Enrique Vaca Narvaja, to create a Cambiarpe headquarters in Lima, which we will carry out in a very near time”.

Valdivia affirms that for the headquarters in Lima they will invite all Peruvian businessmen so that they can associate and access the benefits that Cambiarpe has. He also mentions that they have agreements with all the chambers of commerce established in Argentina, seeking to do the same here in Peru, currently having complementation and support agreements with ADEX.

On the other hand, the president of Cambiarpe affirms that the various national chambers present in Argentina organize important fairs to strengthen ties. In the same way, thanks to Cambiarpe, members can access databases of companies that seek to export and import in different countries, opening up various business opportunities for those interested.

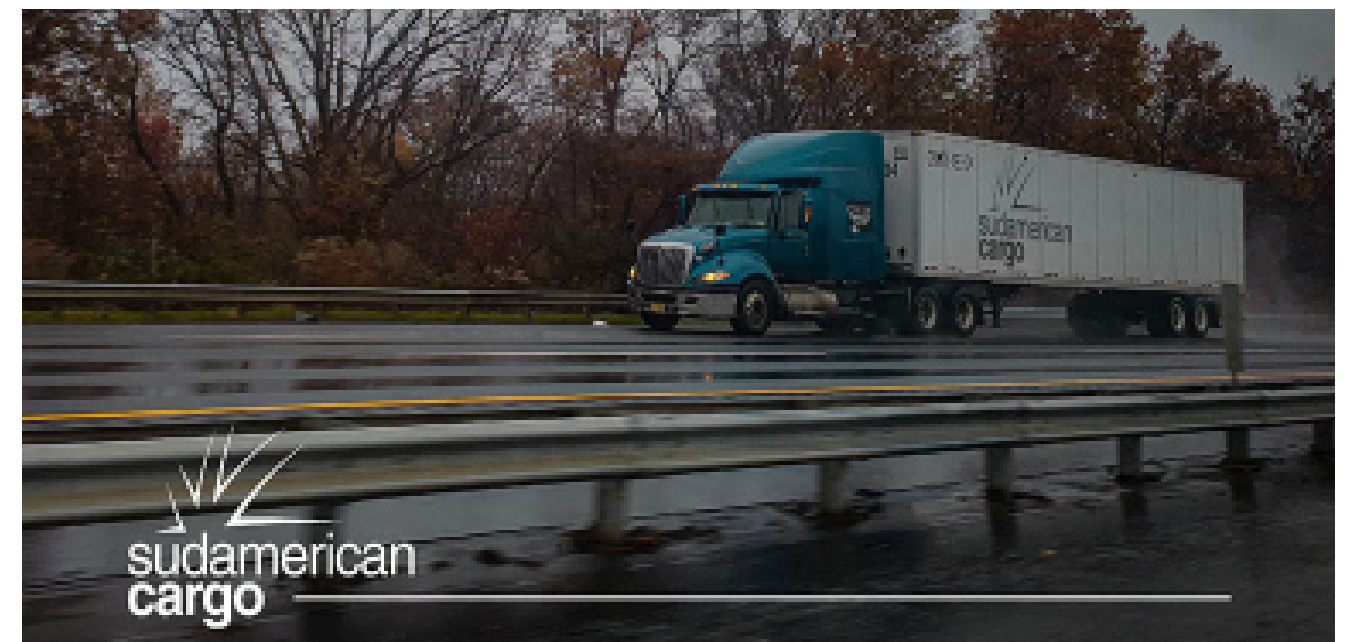
“Being a partner costs very little for a company, it is nothing, in Argentina it is around 25,000 to 30,000 pesos.

The partners receive, between 3 to 4 times a week, emails with information on fairs, online events via zoom and online courses for exporters at no cost, also having face-to-face courses that are normally in Buenos Aires”.

Valdivia says that they will also replicate this in Peru, but first they must start with the formation of the chamber, obtaining a location and a web page. “The contact so that they can associate can be made through Luis Alcázar Osorio, who is the executive director, or by writing to my email: luis.valdivia@sudamericacargo.com.”

The work of Sudamerican Cargo in Peru “The company Sudamerican Cargo, of which I am the director and founder, has been in the Argentine, Peruvian and Latin American markets for 18 years, and our largest business or service is in international land transportation. We transport all kinds of merchandise for very important companies such as Toyota and Arcor del Perú.”

Sudamerican Cargo also work with mining companies, for which they transport all kinds of merchandise. In the same way, in times of pandemic, she was in charge of transporting all the tubes and oxygen plants from Argentina to Peru, as well as cotton jersey fabrics from Peru to Argentine lands.







Por: Juan Pablo Glasinovic (\*)

# Relación dinámica y estratégica

*El comercio entre Chile y Perú ha seguido creciendo, profundizando el dinamismo del 2021 y dejando atrás la contracción de la pandemia del 2020.*

Según cifras chilenas (Servicio Nacional de Aduanas) en el 2021 el intercambio bilateral fue de US\$ 3 458 millones, de los cuales US\$ 1 656 correspondieron a exportaciones chilenas y US\$ 1 802 a importaciones desde Perú. En 2022 el intercambio bilateral fue de US\$ 3 898 millones, con US\$ 2 020 millones de exportaciones chilenas y US\$ 1 878 millones de importaciones desde Perú.

Entre 2021 y 2022 las exportaciones chilenas aumentaron en 21.6% mientras que las importaciones desde Perú lo hicieron en 9.6%.

Aunque las cifras siempre varían en las estadísticas de uno y otro país por temas metodológicos, la tendencia es innegable y se pueden destacar los siguientes aspectos en función de las cifras del 2022:

- Perú es el sexto destino de las exportaciones chilenas con una participación del 2.1% del total.
- A nivel de Latinoamérica es el segundo destino después de Brasil.
- Perú es el noveno origen de las importaciones chilenas, con 1.9% del total.
- A nivel de América Latina Chile es el segundo mercado para las exportaciones peruanas tras Brasil.
- El intercambio es prácticamente equivalente en montos entre ambos países.

Por el lado chileno, Perú se ha convertido en un mercado muy atractivo en materia de servicios, constituyéndose en el segundo destino a nivel mundial, después de Estados Unidos, con US\$ 328 millones en exportaciones durante el 2022, lo que representó el 16.23% del total exportado a Perú. Esta área sigue teniendo buenas perspectivas y permite el ingreso a la dinámica exportadora de más pymes, al ser menores las barreras de entrada.

Por el lado peruano, lo que más exporta a Chile son minerales, principalmente molibdeno, que representa más o menos la cuarta parte del total, así como el ácido sulfúrico. También exporta a Chile productos metalmeccánicos como las bolas de acero para molino, y las frutas.



Embajador del Perú en Chile, Jaime Pomareda y vicepresidenta de Chile, Carolina Tohá.

Lo que ha experimentado un gran crecimiento desde la pandemia son las exportaciones peruanas de textiles y de productos agrícolas (paltas, limones, mangos). En el primer caso, considerando la transformación en curso de la cadena logística mundial y la búsqueda de nuevos proveedores por parte de los importadores chilenos, Perú podría ocupar un lugar principal en el suministro tanto en prendas de vestir (productos de algodón) como tejidos (materia prima).

Hay oportunidades también para seguir aumentando las exportaciones peruanas de café y cacao considerando su excelente calidad y el aumento de su consumo por parte de los chilenos.

Lo que está al debe entre ambos países es integrarse productivamente para conformar cadenas de valor que apunten a bloques comerciales como la Alianza del Pacífico y el CPTPP, donde se puede acumular origen y exportar sin arancel. Los sectores donde habría mayores oportunidades, considerando nuestras estructuras productivas actuales, son en el rubro de proveedores para la minería y en el sector agroalimentario, pero eso no obsta a otras áreas. Para

esto, además de requerirse de una mayor interacción entre los empresarios de ambos países y generar el conocimiento y las confianzas necesarias para un desafío mayor, sería deseable contar con una coordinación entre ambos Estados, con el diseño de herramientas que apoyen estas alternativas de escalamiento productivo.

En suma y como viene quedando en evidencia desde hace ya varios años, la relación comercial bilateral es dinámica y estratégica si sumamos las variables de inversión y turismo.

Si bien se han registrado importantes avances, entidades como nuestra Cámara Chileno Peruana de Comercio tienen mucho por seguir aportando para hacer crecer el intercambio bilateral y tratar de ascender en la escala productiva, insertándose de lleno en la revolución energética en curso y su derivada manufacturera. Para esto el trabajo público privado al interior de nuestros países y entre ellos será fundamental.

(\*) Gerente General de la Cámara Chileno Peruana de Comercio



Por: Alexandra Mosquera(\*)

# Dos economías complementarias

*El comercio entre Ecuador y Perú en un círculo virtuoso.*

Las cifras del intercambio comercial entre Ecuador y Perú reflejan cada año una dinámica cambiante, que más allá de déficit o superávit, muestra lo ampliamente complementarias que son ambas economías. Aunque varían ligeramente, los números del Banco Central del Ecuador, BCE, y del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, Mincetur, indican que en 2022 tanto las importaciones como las exportaciones retornaron a márgenes similares a los del año 2019, antes de la pandemia.

En la balanza comercial el Ecuador presenta un déficit con Perú desde hace varios años, que en enero de 2023 se expresó en US\$ 33 millones de déficit; mientras que en el año 2022 el déficit total comercial con Perú alcanzó US\$ 168 millones (ver cuadro inicial).

Mincetur ha expresado estas cifras como un récord de exportaciones peruanas a Ecuador, pues en 2022 las ventas superaron los US\$ 1 300 millones, valor 40% superior al registrado en 2021. De esa manera, el Ecuador se convirtió en

el quinto socio comercial del Perú en Latinoamérica, destino principalmente de bienes intermedios para los clústeres de crianza y pesca-BICP (34% de la exportación). Esto al tiempo de que el Ecuador fue su tercer proveedor más importante de petróleo (47% de la importación), de acuerdo con el más reciente reporte de comercio bilateral.

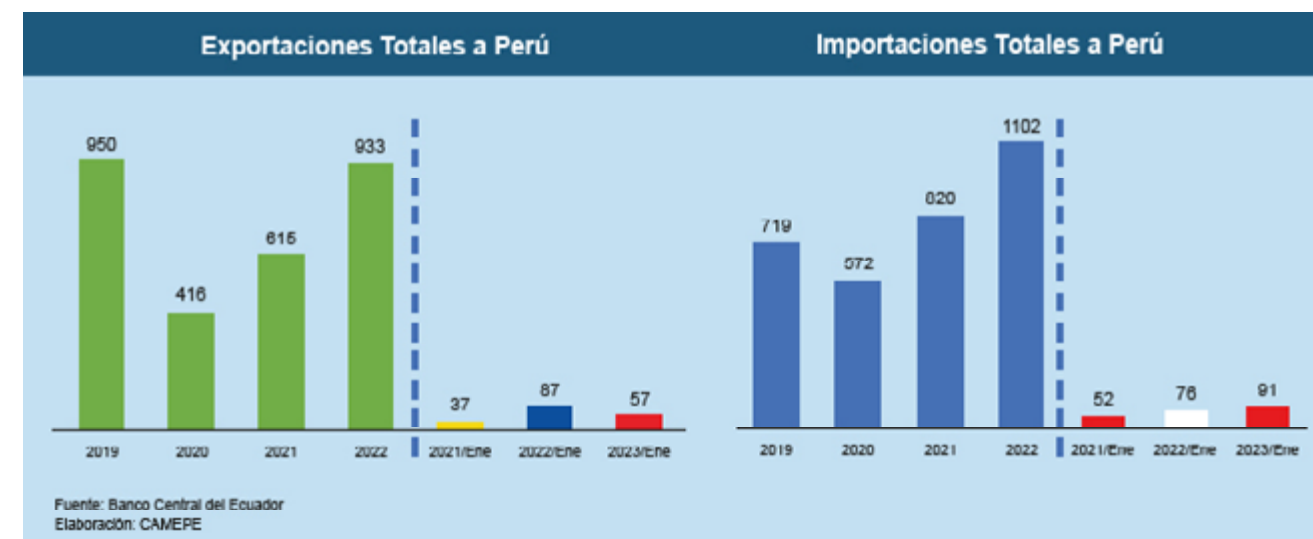
Y aquí es precisamente donde se encuentra el círculo virtuoso y complementario del intercambio binacional. Esto porque pese al déficit comercial con el Perú, la adquisición de alimento balanceado para langostino y camarón precisamente de este mercado cercano posibilitó que las ventas ecuatorianas del crustáceo al mundo superen los US\$ 7 000 millones. Un récord histórico que posicionó al producto como el número uno de la canasta exportable no petrolera de Ecuador por cuarto año consecutivo.

Es evidente que el Perú ha logrado insertarse en la cadena de valor de la industria pesquera y acuícola ecuatoriana exportando bienes intermedios como alimento balanceado, harinas de

pescado, aceites, afrecho de trigo, melazas, envases de hojalata, entre otros. Esto al tiempo que la importación de petróleo y derivados desde Ecuador también creció por segundo año consecutivo (+53.6% en 2021 y 40.3% en 2022), además de otros productos relevantes para el Ecuador como la melamina (+2.6% en 2022), las rosas frescas (+128%), el cemento (+83%), los langostinos (+66%: larvas y para consumo), las galletas (+64%), el alimento para langostino (+25%) y el plomo (+19%), según los datos de Mincetur.

Siendo el 2023 el año en que se conmemoran los 25 años de la firma de los acuerdos de paz entre Ecuador y Perú resulta muy satisfactorio que los datos estadísticos refuercen la importancia del comercio, los negocios, el intercambio cultural y la amistad entre los dos países.

(\*) Directora ejecutiva de la Cámara de Comercio e Integración Ecuatoriano Peruana, Camepe







# Pitahaya Abregu

## Pitahaya Abregu

*El Fundo Abregu guarda consigo las maravillas de este fruto exótico y todas sus variedades, recibiendo al público que desea visitar y disfrutar de la naturaleza.*

*The Fundo Abregu keeps with it the wonders of this exotic fruit and all its varieties, receiving the public that wishes to visit and enjoy nature.*



Walter Abregu muestra orgulloso las variedades de pitahaya y caqui que se produce en el fundo.  
*Walter Abregu proudly displays the pitahaya and persimmon varieties that are produced on the farm.*

El fundo de Corporation Abregu se ubica en Esperanza Baja, Sección Lomas de Granados, en la siempre hospitalaria provincia de Huaral. Aquí, entre campos verdes de diversos cultivos, se dedican a la producción y comercialización de productos como la pitahaya, el caqui y otros frutos exóticos. Walter Abregu, su gerente general, cuenta que iniciaron sus actividades hace cinco años.

“Al principio cultivábamos productos como el mango y cítricos, pero

pronto los reemplazamos por la pitahaya, un producto con muchos beneficios y buenas oportunidades comerciales. Hoy producimos seis variedades comerciales y ciento cincuenta (150) variedades en evaluación y abastecemos al mercado nacional, actualmente ingresa al país fruta de contrabando para abastecer la demanda interna”.

Walter Abregu resalta los beneficios del consumo de pitahaya, como ser

un excelente laxante natural. Asimismo, puede reducir el colesterol o bajar el nivel de azúcar en la sangre. Además de contener vitamina C, interviene en la formación de colágeno, controla la diabetes, combate la gastritis, entre otros, según la variedad del fruto.

“Todos nuestros cultivos los trabajamos orgánicamente, de la mano con la protección de medio ambiente, buscando preservar frutos como la pitahaya y sus

variedades. Dentro de las variedades rojas en evaluación, se logró producir en la época de invierno, normalmente la producción de las variedades rojas es en verano”.

Corporation Abregu también produce plantas ornamentales para resaltar la belleza natural que poseen el campo. También están sumando otros frutos a su producción, aumentando las hectáreas de cultivo y creciendo cada año.

“Estamos instalando otros cultivos exóticos como jackfruit, caqui, litchi, longan, macadamia, dátiles e higos de exportación. Abastecemos a los mercados locales y de Lima. También procesamos derivados, como néctares, mermeladas, yogures, deshidratados, licores y cervezas”.

En cuanto a la importancia de la diversificación productiva y la innovación tecnológica, Abregu afirma que estos aspectos son claves para manejar de forma sostenible los cultivos de pitahaya. Hay que tener en cuenta que uno de los problemas del cultivo de pitahaya son los nemátodos es por eso que se realizan variadas pruebas con los tesis de las universidades.

Corporation Abregu no solo busca un

beneficio comercial sino también el bienestar social, generando productos saludables y poniéndolos al alcance del mercado nacional e internacional, desarrollando nuevas alternativas en la industria alimentaria. Asimismo, busca minimizar su impacto ambiental y ser una empresa innovadora en el sector, contribuyendo al progreso y desarrollo de la provincia de Huaral.

### En contacto con la naturaleza

El vivero y la piscigranja son otros dos proyectos de Corporation Abregu. Con ellos se busca una experiencia vivencial, mostrando muchas plantas y peces ornamentales. Como una muestra de su preocupación y respeto por el ambiente, se cuenta con un proyecto de acuaponía, que consiste en regar las plantas con el agua de los peces, en una esmerada acción de reciclaje.

“Para el próximo año ya tendremos todas las instalaciones terminadas, tendremos peces kois, carpas, goldfish y otras especies tropicales que estamos aclimatando. Del mismo modo, tendremos plantas exóticas muchas veces desconocidas para los visitantes. Esperamos tener todo implementado para el verano del 2023”.

Walter Abregu afirma que todo esto forma parte del turismo vivencial

del que pueden disfrutar los que acudan al Fundo Abregu y deseen experimentar el contacto directo con la naturaleza. Quienes gusten de las flores podrán disfrutar de orquídeas o bromelias, mientras que los más pequeños quedarán fascinados con los coloridos peces.

The Corporation Abregu farm is located in Esperanza Baja, Lomas de Granados Section, in the always hospitable province of Huaral. Here, among green fields of various crops, they are dedicated to the production and marketing of products such as pitahaya, persimmon and other exotic fruits. Walter Abregu, its general manager, says that they started their activities five years ago.

“At first we grew products such as mango and citrus, but we soon replaced them with pitahaya, a product with many benefits and good business opportunities. Today we produce six commercial varieties and one hundred and fifty (150) varieties under evaluation and we supply the national market. Currently, contraband fruit enters the country to supply domestic demand”.

Walter Abregu highlights the benefits of consuming pitahaya, such as being



Extensos campos de cultivo de frutos exóticos para el mercado nacional.  
*Extensive fields of cultivation of exotic fruits for the national market.*





Corporation Abregu not only seeks a commercial benefit but also social welfare, generating healthy products and making them available to the national and international market, developing new alternatives in the food industry. Likewise, it seeks to minimize its environmental impact and be an innovative company in the sector, contributing to the progress and development of the province of Huaral.

**In contact with nature**

The nursery and the fish farm are two other projects of Corporation Abregu. With them, an experiential experience is sought, showing many plants and ornamental fish. As a sign of its concern and respect for the environment, it has an aquaponics project, which consists of watering the plants with the water from the fish, in a careful recycling action.

“By next year we will have all the facilities finished, we will have koi fish, carp, goldfish and other tropical species that we are acclimatizing. Similarly, we will have exotic plants often unknown to visitors. We hope to have everything implemented by the summer of 2023”.

Walter Abregu affirms that all this is part of the experiential tourism that can be enjoyed by those who come to Fundo Abregu and wish to experience direct contact with nature. Those who like flowers can enjoy orchids or bromeliads, while the little ones will be fascinated by the colorful fish.

such as nectars, jams, yogurts, dehydrated, liqueurs and beers”.

Regarding the importance of productive diversification and technological innovation, Abregu affirms that these aspects are key to sustainably managing pitahaya crops. It must be taken into account that one of the problems of pitahaya cultivation is nematodes, which is why various tests are carried out with university thesis students.

an excellent natural laxative. It can also lower cholesterol or lower blood sugar. In addition to containing vitamin C, it is involved in the formation of collagen, controls diabetes, fights gastritis, among others, depending on the variety of the fruit.

“We work all our crops organically, hand in hand with environmental protection, seeking to preserve fruits such as pitahaya and its varieties. Within the red varieties under evaluation, it was possible to produce in the winter time, normally the production of the red varieties is in summer”.

Corporation Abregu also produces ornamental plants to highlight the natural beauty of the countryside. They are also adding other fruits to their production, increasing the hectares of crops and growing every year.

“We are installing other exotic crops such as jackfruit, persimmon, litchi, longan, macadamia, dates and figs for export. We supply the local and Lima markets. We also process derivatives,



El fundo se prepara para recibir al público que busca conexión con la naturaleza. The farm is preparing to welcome the public seeking connection with nature.

# “¡Qué noche la de anoche!”

*Juramentó nueva directiva para el periodo 2013-2024 de la Cámara de Comercio Mexicano Peruana.*



Por: Alejandro Ruiz Robles (\*)

Momentos críticos hemos pasado, pero ninguno tan difícil como la pandemia, sin duda que somos sobrevivientes y estamos cada vez más fuertes, en pie de lucha para regresar el comercio bilateral al lugar que le corresponde.

En cuanto a la política, sabemos que no es para nosotros y únicamente ponemos énfasis en todo lo positivo, destacando desde luego la consolidación de nuestras relaciones comerciales.

En fin, no hay palabras para agradecer a nuestros aliados su apoyo en toda esta travesía. Así como sonreír a los nuevos miembros que se integran a partir de este año.

Por último y no menos importante, esta Cámara, a través de sus distintas Directivas, agradece a sus miembros su esfuerzo, conocimiento, experiencia, recursos y tiempo destinado a todas las actividades que se han desarrollado y que han hecho posible la realidad del sueño que nos unió.

En fin, son sentimientos encontrados los contenidos en este texto; sin embargo, todo ello se reduce a las siguientes expresiones que hoy pueden ser expresadas por nuestra sangre inca - azteca: ¡Amo al Perú, Amo a México!

(\*) Vicepresidente de Vinculación

El pasado 30 de marzo en la Casa de la Cultura Juan Rulfo se llevó a cabo un acto solemne: la Toma de Protesta de la Cámara de Comercio Mexicano Peruana correspondiente al periodo 2023 – 2024.

A prácticamente 15 años de su existencia, basta recordar que fuimos convocados por la Cancillería del Perú en México para crear este sueño que con el tiempo se ha convertido en una grata y gran realidad.

En el 2008 empezamos a trabajar como voluntarios hasta lograr constituir nuestra Cámara el 30 de abril 2009, quedando en el entendido que nunca ha habido un ánimo de lucro de ningún socio; una vez en operación, participamos en el acuerdo de Integración Comercial entre México y Perú e intervenimos en la formación de la Alianza del Pacífico que nació el 28 de abril del 2011. Estos años han sido testigos de Misiones Comerciales tanto al Perú como a México empezando en el año 2012 hasta la fecha

y de múltiples encuentros empresariales, académicos, culturales y, sobre todo, de vinculación entre nuestros países.

Merece una distinción en especial por su dificultad y repercusión económica fue la defensa de los importadores de madera con el gran problema del barco Yacu Kallpa en Tampico, Tamaulipas, México. Este caso representó un gran problema mediático entre nuestras naciones pues se mencionaba que dicha madera había sido extraída de Iquitos de manera ilegal y tras diversas acciones de las autoridades, éstas lograron la mayor inmovilización de madera en la historia; sin embargo, durante más de 11 meses de señalamientos malintencionados, se logró la liberación de la mercancía por falta de pruebas y sobre todo, se acreditó que dicha retención se había realizado de manera injusta. Las repercusiones por lo realizado a este embarque que traía cientos de contenedores pudieron haber provocado la quiebra de muchos empresarios madereros.



# Macfrut 2023

*La feria internacional para el sector hortofrutícola tendrá a Perú y América Latina como protagonistas.*

En febrero de este año terminó la última etapa de las presentaciones internacionales de Macfrut, feria internacional de frutas y verduras que tendrá lugar en el Rimini Expo Centre de Italia, entre el 3 y 5 de mayo. Con ello, culminaron estas visitas que fueron recibidas en 20 países de todo el mundo, llegando a Centroamérica, Sudamérica, África y Europa del Este.

La gira, que comenzó en septiembre del 2022 con una rueda de prensa de presentación en Arabia Saudita, continuó por Camerún y Egipto en octubre, y terminó con visitas a Zimbabue y Sudáfrica en febrero de este

año. Cabe destacar que todos los países que fueron escenario de estas presentaciones tendrán un stand en Macfrut 2023, aumentando así el número de expositores con respecto a la última edición.

Por otra parte, es de resaltar que América Latina ocupará un papel central en la próxima edición de Macfrut, con un pabellón llamado Latin American Days, estando totalmente dedicado a este continente; pudiéndose encontrar talleres, cocina en vivo y encuentros B2B. Para ello fueron clave las misiones a países como Chile, Perú, Colombia, República Dominicana y Venezuela; resaltando a su vez que en esta

edición se contará por primera vez con la presencia de México y El Salvador como expositores en la feria.

Renzo Piraccini, presidente de Macfrut, comenta que las instituciones han sabido apreciar la diversidad de este evento, reconociéndola como una feria de negocios, pero también como una feria para el conocimiento y el networking, capaz de reunir a muchos países de distintas partes del mundo. Piraccini reconoce esto como su principal punto de fuerza y algo que los hace distinguirse de las demás ferias.

“Las presentaciones internacionales de Macfrut en modalidad presencial llegaron a 20 países de todo el mundo. Esto ha sido un esfuerzo excepcional que confirma el crecimiento internacional de la feria; lo que ha sido posible gracias a la Agencia Italiana para el Comercio Exterior (Agencia ICE) y al Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional de Italia (MAECI), así como a numerosos orga-

nismos e instituciones internacionales”, afirma Piraccini.

## El arándano la estrella

Macfrut, la importante feria del sector horticultor, llegó a Perú y Chile en noviembre del año pasado, realizando en cada país su respectiva presentación ante una nutrida participación de operadores y delegaciones. Cabe resaltar que estos dos países están entre los principales productores mundiales de arándanos, fruto emblemático de la próxima edición.

La primera de estas dos visitas tuvo lugar en Lima con la presencia de Giancarlo María Curcio, embajador de Italia en Perú, junto a operadores, asociaciones y prensa. El encuentro fue organizado en colaboración con el Instituto Italiano para el Comercio Exterior (ICE Lima), la Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (AGAP) y PromPerú.

En cuanto a la segunda visita, esta se llevó a cabo en Santiago, con la presencia de Mauro Battocchi, embajador de Italia en Chile, así como de aproximadamente 50 operadores y organizaciones profesionales chilenas. La jornada fue organizada por ICE Santiago, y estuvo liderada por Alessandra Marcarino, junto al apoyo de Fedefruta y Asoex.

En su visita a Perú, el presidente de Macfrut, Renzo Piraccini, menciona que aquello que más los distingue de las demás ferias es dirigirse a toda la cadena, resaltando que posee muchas partes dinámicas, permitiéndose apreciar diferentes tecnologías, así como observar lo que pasa en el sector y cuál es su futuro. Él comenta que su idea, que está teniendo gran éxito, es conectar el negocio con el conocimiento, pudiéndose apreciar una gran cantidad de novedades, así como encontrar información y contactos sobre el tema de la tecnología.

“Perú es uno de los grandes jugadores del sector de la fruta fresca, ha tenido un éxito increíble en arándanos, en uva de mesa y en aguacate. Creo que las empresas peruanas pueden tener gran



oportunidad en una feria como Macfrut, ya que tienen mucho que ofrecer, tienen un producto importante y de calidad, sobre todo los arándanos, que tiene un gran éxito en el mercado. A su vez, yo creo que pueden traer información y contactos muy interesantes sobre el tema de los compradores y la tecnología en toda la cadena de suministro”, afirma Piraccini.







### Marca Perú

La emblemática Marca Perú cumplió 12 años, ella resume nuestra identidad y orgullo de pertenecer a este país, llamado Perú.



Carmen Julia García, jefa de la oficina de Estrategia de Imagen y Marca País de PromPerú.



### 21 Almuerzo Agroexportador

Días previos a la realización del 21 Almuerzo Agroexportador se reunieron en conferencia de prensa en las instalaciones del Swissotel Lima, el viceministro de Políticas y Desarrollo Agrario, la subdirectora de Promoción Comercial de PromPerú; el presidente de ADEX, la presidenta del Comité de Agroindustria, Alimentos y Bebidas y el jefe Nacional del Senasa.

En la foto: Segundo Regalado, Sayuri Sakihama, Julio Pérez Alván, Amanda Gallegos y Miguel Quevedo.

### Puesta en servicio nueva sede

El pasado 13 de marzo se realizó ceremonia de Puesta en servicio de la nueva Sede Institucional del Colegio de Ingenieros del Perú, con la presencia de la decana Nacional Ing. María del Carmen Ponce Mejía del CIP-CN; del decano CIP CD Lima Ing. Roque Benavides Ganoza, entre otros.



En la foto recibe condecoración el Ing. CIP Gustavo Lugo Velit, decano CIP CD Lima Ing. Roque Benavides Ganoza.



### Cusco a tu estilo

En el plan estratégico "Cusco a tu estilo" están incluidos 16 destinos turísticos del boleto turístico con la promoción del 50% de descuento.

Ricardo Acosta de Apavit, Claricia Tirado de PromPerú, Abel Matto del Gobierno Regional de Cusco. Dyan Guzmán de Mincetur y Carlos Loayza de Canatur



### Rueda de Negocios Perú-Taiwán

El 23 de marzo en el hotel Hilton Garden Inn, la misión de empresarios taiwaneses, organizada por el Consejo de Desarrollo de Comercio Exterior de Taiwán (TAITRA) que representó a 25 empresas en los rubros: automotriz, ferretería, electrónica, equipos de seguridad, muebles, equipo fitness, calzado, herramientas para café y otros, se reunieron con sus pares peruanos para continuar haciendo negocios.



Francisca Yu-Tsz Chang, representante de la Oficina Económica y Cultural de Taipéi.



Valeria Lin de Camaleon Co.



Francisca Yu-Tsz Chang, representante de la Oficina Económica y Cultural de Taipéi, con Paul Den del Hilton Hotel & Casino



Karis Chang y El Chen de Ambition Worldwide Co.



# Intercambio comercial Perú-Panamá

La exportación peruana a Panamá se ha incrementado después de la firma del TLC.

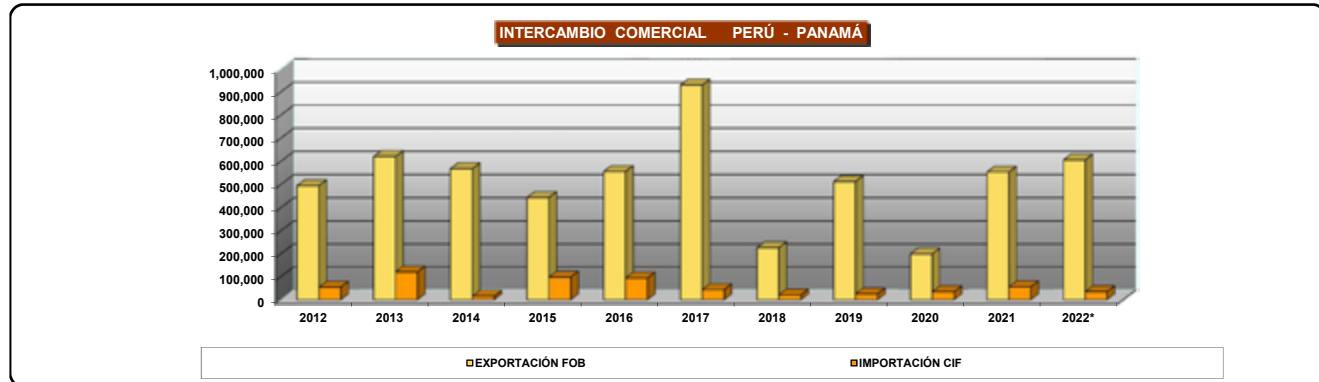


La relación bilateral entre Perú y Panamá cuenta con muchas oportunidades por concretar, desde la existencia del Tratado de Libre Comercio (TLC) firmado en el 2011, que entró en vigor a partir del 2012. Es gracias a este acuerdo que se ha podido incrementar el flujo comercial entre ambos países.

En la última década, el intercambio comercial entre Perú y Panamá tuvo su punto más alto en el año 2017, con 974 394 millones de dólares. En ese mismo año también la exportación FOB de nuestro país hacia tierras panameñas, fue el más alto de la década pasada con un total de US\$ 930 175 millones.

En cuanto a lo que se exporta hacia Panamá desde nuestro país, en el año 2022 encontramos que en las exportaciones tradicionales predomina la venta de petróleo y gas natural, con cifras de hasta 446 086 millones de dólares. Le siguen el agro tradicional con 1 304 millones de dólares y la minería tradicional con 760 mil dólares.

INTERCAMBIO COMERCIAL PERÚ - PANAMÁ											
EN MILES DE US\$											
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022*
EXPORTACIÓN FOB	495,225.0	621,156.8	568,768.1	444,005.8	556,941.5	930,175.4	226,846.9	513,346.6	199,612.5	554,152.6	606,816.5
IMPORTACIÓN CIF	54,827.0	121,280.0	15,181.2	98,971.8	94,727.2	44,219.3	20,965.3	26,069.8	34,642.5	56,121.6	35,058.0
SALDO	440,398.0	499,876.8	553,586.8	345,034.0	462,214.4	885,956.1	205,881.6	487,276.8	164,970.0	498,030.9	571,758.5
INTERCAMBIO	550,052.0	742,436.8	583,949.3	542,977.6	651,668.7	974,394.7	247,812.2	539,416.3	234,255.1	610,274.2	641,874.5



2022\*: Periodo (enero - diciembre)  
Fuente: SUNAT

Por otro lado, en cuanto a las exportaciones no tradicionales que se hacen desde el Perú hacia el mercado panameño, encontramos primero al sector agropecuario y de agroindustrias, con una exportación de 63 246 millones de dólares en el año 2022. Le siguen el sector químico con 36 904 millones de dólares y el metal mecánico con 12 535 millones de dólares.

Entre las principales empresas peruanas exportadoras a Panamá entre enero y diciembre del año 2022, encontramos en primer lugar a la Refinería La Pampilla, que exportó por un total de 394 870 millones de dólares. Le sigue Petroperú con 28 938 millones de dólares, Exxonmobil del Perú con 21 018 millones de dólares, Andean Natural Products (Anpro) con 9 285 millones de dólares y Agronegocios Los Angeles con 5 055 millones de dólares.

**Corporación Abregu S.A.C.** 100% peruana, dedicada a la producción y comercialización de frutos exóticos como Pitahaya, Caqui y otros, que poseen diversos beneficios medicinales.

Reconocida por sus productos en el ámbito nacional e internacional, gracias a su trayectoria y experiencia en ofrecer productos naturales de alta calidad.

Su aporte al país es desarrollando líneas de negocio sustentables y ecoamigables como elementos principales de su política de responsabilidad social y medioambiental.



### Líneas de Negocio

- Pitahaya Abregu.
- Vivero Abregu.
- Piscigranja Abregu.
- Fundo Abregu.
- Orquídea Abregu.

### Comercialización

- Plantas de Pitahaya.
- Fruta fresca y derivados.
- Yogures - Néctares.
- Deshidratados.
- Cerveza artesanal.



**Corporación Abregu S.A.C.**

Esperanza Baja, Lt. 36, Sección Lomas de Granados, Huaral, Lima - Perú.  
ventas@pitahayaabregu.com, WhatsApp +51 941 754 763,  
Fundo Pitahaya Abregu,  
www.pitahayaabregu.com





Universidad  
César Vallejo

Escuela de  
**Posgrado**

# Estudia tu Posgrado en la UCV

Es tiempo de trascender en  
tu organización.

**Tenemos estos programas para ti:**

- Maestría en Gestión Pública
- Maestría en Administración de  
Negocios-MBA
- Doctorado en Gestión Pública y  
Gobernabilidad

**INSCRIPCIONES  
ABIERTAS**

Consulta con tu asesor

 **+51 949 682 985**