



Pasión por La Libertad

Historias de éxito empresarial
que construyen un legado



J u n i o 2 0 2 1

Pasión por La Libertad

Historias de éxito empresarial que construyen un legado

Este libro no podrá ser reproducido total o parcialmente, ni ser incorporado a un sistema informático, ni ser transmitido por cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia o grabación, sin la autorización escrita de los editores. Todos los derechos reservados.

Primera edición: Lima - Trujillo, junio de 2021

Redacción: Pepe Alexander Hidalgo Jiménez

Diseño y diagramación: Karla Ramirez y Carlos Aspiros

Corrección de estilo: Ricardo Vera Leyva

Ilustración: Eduardo Masías

Imágenes: Freepik, Shutterstock, Imágenes de archivo de cada familia.

© EY

© Ernst & Young

© Grupo La Industria

Esta es una obra colectiva.

Editores:

- Ernst & Young Consultores S. Civil de R.L

Av. Víctor Andrés Belaunde 171, Urb. El Rosario - San Isidro
Lima - Perú

- EY Trujillo

Av. El Golf 591, 3er piso, Urb. El Golf, Distrito Víctor Larco Herrera. Sede Miguel Ángel Quijano Doig (In memoriam)
Trujillo - La Libertad - Perú.

- Empresa Editora La Industria de Trujillo S.A.

Jirón Gamarra 443 Trujillo
La Libertad - Perú

El presente libro ha sido elaborado de manera conjunta por EY Perú y Grupo La Industria. A través de este material se han consolidado las reseñas de algunas de las familias empresarias representativas de La Libertad. Dicho material ha sido preparado sobre la base de la información brindada de manera segura por los representantes entrevistados de cada familia y únicamente con fines de difusión cultural, empresarial y vocacional. Las opiniones y datos facilitados por los entrevistados, que son expuestos en esta publicación, son de exclusiva responsabilidad de los mismos, por lo que no reflejan necesariamente los puntos de vista de EY Perú o del Grupo La Industria. Asimismo, se debe tomar en cuenta que las opiniones y datos brindados por los entrevistados para la elaboración del presente libro fueron vertidos en un contexto y tiempo determinados.

EY Perú y Grupo La Industria no asumen ninguna responsabilidad por el contenido de la presente obra, incluyendo fotos e ilustraciones. Los entrevistados, en el caso de cada familia testimoniada en esta publicación, son los únicos responsables por la veracidad de las afirmaciones o comentarios vertidos.

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2021-04796

ISBN: 978-612-48422-4-5

Publicación digital: ey.com/es_pe/growth/pasion-por-la-libertad

Pasión por La Libertad

Historias de éxito empresarial
que construyen un legado









Paulo Pantigoso

Country Managing Partner



Luis Felipe Chancafé

Socio de EY Perú

Líder de EY Perú- Región Norte

PROEMIO

La idea de elaborar el libro que usted tiene hoy comenzó en una reunión de socios de EY en noviembre de 2019, en la cual nos propusimos dar una muestra de nuestro agradecimiento y retribución al empresariado liberteño que con mucho afecto nos ha acogido y nos ha dado su confianza en los ya cuatro años de operación institucional de nuestra oficina de EY Trujillo.

Hacer un homenaje a las familias empresarias que han dejado un legado y que día a día son un ejemplo de perseverancia e innovación, contando sus historias y entregándolas a la región como un testimonio motivador para nuevas generaciones de emprendedores, nos pareció una manera singular y hasta inédita de expresar nuestra retribución a la región de La Libertad. El producto obtenido es, pues, perdurable: un libro que testimonia el esfuerzo y éxito de dieciocho familias empresarias, no exentos de dificultades, sufrimientos y tragedias, y cargado de virtudes y de un amor especial a la región liberteña.

Los libros no son una novedad en EY. Hemos editado varios sobre habilidades empresariales, tendencias en los negocios, arte e historia, con la finalidad de dar información y estimular la reflexión de los empresarios, a quienes no concebimos solo como agentes económicos, sino principalmente como agentes transformadores.

Convencidos de que para ser mejor empresario hay que ser mejor persona, decidimos desde hace un buen tiempo que nuestra contribución sería también a su formación humanística, que le permitiera pensar mejor, empatizar, conocer la historia para aprender de la experiencia, éxito

y hasta del fracaso de otros, y proyectar un desarrollo diferente, disruptivo, que estimule al individuo y que haga crecer a nuestra sociedad.

Nuestro aliado para esta idea que necesitaba tomar forma, fue el renombrado Grupo La Industria -a quienes les estamos muy agradecidos-, motivados todos por la satisfacción de estimular el emprendedurismo de los liberteños teniendo como ejemplo a estas familias que con mucho esfuerzo, pujanza y dedicación han dejado y continúan dejando un legado importante que genera crecimiento económico para la región y para nuestro país.

Nuestros equipos fueron aterrizando la idea y seleccionando a los responsables de la edición y a las familias protagonistas, bajo criterios flexibles pero inequívocos, que permitieran al lector tener una visión variada de lo que significa hacer empresa en La Libertad.

Unos meses después de aquella reunión y con el proyecto en marcha, al leer los primeros borradores del libro y a través de las familias, empezamos a entender la historia de una ciudad con origen colonial que fue fundamental para que el Perú lograra su independencia, y con ello la libertad, una palabra tan hermosa que, al ser pronunciada, solo nos llena de paz y júbilo. De hecho Trujillo, fue una de las primeras ciudades del Perú que completó el proceso de independencia de España un 29 de diciembre de 1820, día en el cual se procedió a arriar la bandera española e izar, por primera vez, la bandera del Perú. Y como la historia siempre deja huella y prevalece en nuestro sentir y quehacer diario, entendimos por qué los empresarios liberteños han sido y son un ejemplo de resiliencia, capaces de afrontar cualquier problema y salir adelante con fuerza, garra y éxito, y con ese ímpetu que tuvieron sus antepasados gestores de la libertad, sin dejar de mencionar su gran y permanente espíritu altruista, puesto de manifiesto en muchas de las historias que contamos en este libro y que esperamos sean de su agrado. Asimismo, el liderazgo solo es fecundo cuando encuentra gente noble y trabajadora como la liberteña, proveniente de una mixtura de poblaciones que se remontan a una extraordinaria y superlativa historia preinca y precolombina.

En estas historias también se cuentan las vivencias de empresarios que llegaron desde otras latitudes hasta Trujillo para cambiar el destino adverso y con el afán de cambiar el mundo, de hacerlo mejor para ellos y los suyos, tal vez sin saber que lo hacían y han hecho mejor para todos.

Nacidos en La Libertad o fuera de ella, todos han desarrollado un amor especial a esta hermosa tierra de

clima primaveral, y han expresado su gratitud a través de la reinversión de sus utilidades en el desarrollo de su región y en el país. Todos, sin excepción, se han mostrado agradecidos, tratando de devolver lo recibido.

En este libro también se patenta un sabio equilibrio: aquél que resalta a la mujer empresaria, que empoderada y dueña de sus propias metas y convicciones, ha logrado salir adelante dando ejemplo de liderazgo y amor por los suyos y su región. Así podrán hallar los testimonios de tres mujeres que se dedican a distintos giros de negocios y que han llegado a saborear el éxito incluso recibiendo reconocimientos internacionales que nos llenan de orgullo nacional.

Las lecciones de vida y de empresa están en medio de estos cuentos de la vida real, metidos entre sus líneas, con recurrentes coincidencias en los caminos trazados en medio de las singularidades de las personalidades de los actores principales. En muchas de estas historias se trasluce la fe y el amor a la familia como la fuerza para lograr un sueño grande. Cuando se miran las vidas que hay detrás del negocio, uno descubre personas de buen corazón y con generosidad de espíritu, cualidades infaltables en los verdaderos triunfadores.

¿No es esta una imagen distinta, si no la real, de los verdaderos empresarios, que son la mayoría en nuestro país, como ejemplo de emprendedurismo leal y honorable?

Nuestro libro, ahora tan suyo y nuestro, nos muestra la creatividad, las habilidades comerciales, financieras y operacionales que pusieron en práctica –algunos de manera intuitiva y creativa, y otros con el respaldo de la academia y la experiencia– para honrar deudas incluso arriesgando los bienes personales –no solo para salvar los negocios o hacerlos crecer–, sino para seguir con el buen nombre de los que los precedieron y enseñar con el propio ejemplo a los que los sucedieron y sucederán.

En EY no somos ajenos al esfuerzo de emprender y tener éxito en los negocios, pues consideramos que con el éxito de los emprendimientos es que las sociedades progresan, acumulan beneficios y distribuyen riqueza. El empresario emprende, mueve, fija objetivos y toma decisiones estratégicas con metas, recursos, administración y control de los negocios, y asume riesgos y responsabilidades comerciales, operativas y legales, y cuida del conjunto de variables que se mezclan para procurar obtener un resultado de producción de mayor satisfacción personal y social: es un agente que transforma. Entonces, ¿cómo ser un mejor empresario? La respuesta parece siempre: siendo una mejor persona.

¿Y cómo lograrlo? Pues con nobleza, capacitación, inteligencia, perseverancia, sensibilidad, reflexión, gratitud y varios otros valores que hallamos en las historias resumidas en esta publicación, y por los cuales EY apoya de manera directa a través de nuestro incansable esfuerzo de dotar de más conocimientos al empresario-persona, para no dejar de aprender cómo lograr ser mejor gestor y líder.

En su lectura de “Pasión por La Libertad” irán descubriendo personajes casi de novela, siendo “enseñados por los rumbos que toma la vida” y tomando decisiones que marcaron no solo su propia existencia, sino las de muchos más. Estas dieciocho crónicas han sido redactadas por el Diario La Industria, sobre la base de la información brindada por los representantes entrevistados de cada familia para fines de difusión cultural, empresarial y vocacional, y reflejan sus puntos de vista, en un contexto y tiempo determinados.

Este libro lleva una parte de la historia de La Libertad; una pequeña parte, y ojalá motive a que otros –estudiantes, emprendedores o empresarios y comunidad en general– hagan también historia, construyendo con honor su propio destino. De nuestra parte, como EY deseamos arropar más el conocimiento del “hemisferio derecho” de quienes dirigen emprendimientos y empresas, quizás intuitivamente más volcados al pensamiento lógico que podría inferirse que predominare en quienes dirigen negocios. También deseamos servir a la comunidad de negocios con nuestros servicios profesionales bajo nuestro principio de “construir un mundo mejor para los negocios”, pues somos conscientes de que uno de los mejores legados es el conocimiento continuo y porque tenemos la convicción de que crónicas como éstas logran el propósito de instruir, con ejemplos concretos, la correcta administración de personas, propósitos y negocios.

¡Gracias a las dieciocho familias entrevistadas por sus testimonios y al Grupo La Industria, por este aporte colectivo!

Finalmente, en este libro hacemos un reconocimiento especial a nuestro recordado socio y amigo Miguel Quijano Doig, quien justamente nos impulsó al emprendimiento de abrir nuestras oficinas en Chiclayo y en Trujillo. Esta última oficina lleva su nombre, in memoriam por su temprana y sentida partida en 2017.

La Libertad, junio de 2021



La historia de Trujillo tiene un capítulo relacionado con su gente. Desde su creación, el damero de Francisco Pizarro fue habitado por familias llegadas del Viejo Continente, que buscaban alcanzar la prosperidad con sus negocios. Trujillo exhibía fama de plaza estratégica y emprendedora, al menos eso se oía en la Estación del Ferrocarril y en el puerto de Salaverry.

Un siglo más tarde, estas familias permanecen vigentes gracias a sus generaciones. Convierten ideas en empresas rentables y se han curtido del éxito y el fracaso para crecer. Se lee sencillo y predecible, pero no lo es. Hay quienes tienen ideas brillantes, pero solo unos pocos las ejecutan de forma excepcional.

"Pasión por La Libertad": historias de éxito empresarial que construyen un legado, es un libro que reúne las historias de 18 familias que han acariciado el éxito empresarial y que comparten características en común: sus proyectos han crecido y madurado en La Libertad; detectan necesidades y oportunidades; viajan, leen o estudian; son perspicaces para ver lo que otros pasan de largo; tienen chispa creativa y un punto de inconformismo. Además, su consigna es: "para no retroceder hay que correr continuamente. Con prisa, pero sin pausa".

Estos relatos salen a luz en un momento difícil para la humanidad. La pandemia del coronavirus tiene al mundo empachado con dudas. En medio de este remolino de incertidumbre, leer a estas familias nos anima a invertir, crear, iniciar, valorar, reconocer, desarrollar, crecer, pero, sobre todo, no dejarse vencer.

El Grupo La Industria se suma a este esfuerzo con EY para dar vida a un texto inspiracional y motivador que, no dudamos, abrirá el camino a grandes iniciativas. El libro se desmarca de estadísticas y de recetas de éxito para dejar la cancha libre a trayectorias empresariales que reseñan bien que todo empieza con un sueño y que los atrevidos que sí se arriesgan a pasar al manos a la obra, trabajan con confianza y empeño, sin establecer que el día tiene 24 horas. El libro, también, desmitifica la idea injusta de que el concepto empresa en el Perú debe asociarse, a menudo, con explotación, corrupción, informalidad, malos jefes, trato inhumano, sueldos bajos, despidos, temporalidad o aprovechamiento.

Ninguno de los entrevistados tiene monumentos en los parques ni hay avenidas –hasta ahora– con sus nombres. Sin embargo, sus historias de emprendimiento, éxito e innovación merecen ser contadas y conocidas por quienes vienen generacionalmente detrás de ellos, con el anhelo de ser imitadas y, por qué no, superadas.

Mi eterno agradecimiento a las 18 familias que me permitieron escribir sus historias. Valoro el tiempo dedicado y su paciencia para responder cada pregunta por Zoom, correo electrónico, WhatsApp o redes sociales. En pleno confinamiento, este libro se demostró a sí mismo que superó la adversidad.

Para mí, como periodista, escribirlo ha sido un privilegio porque, por primera vez, las familias tradicionales de La Libertad se congregan en un solo proyecto editorial para compartir su éxito en el rubro empresarial. Como lector de historias he saboreado cada anécdota que aquí se comparte. Y, como amante de los libros-y perdonen la pretensión- puedo decir que tienen en sus manos un trocito de la historia familiar empresarial de La Libertad.

Mis palabras finales las resumo en un gracias. Gracias a mi familia por ser el motivo y motor de mi vida y gracias a los protagonistas de estas historias porque con su esfuerzo y trayectoria reafirman que el Perú ya no es el país de las oportunidades, sino de las realidades. Y conquistarlas es lograr el éxito.

Guillermo Benavides Zavaleta

Presidente de la Cámara de Comercio de La Libertad



CÁMARA de COMERCIO
de LA LIBERTAD



El libro que en estos momentos el lector sostiene entre sus manos es un loable intento por resumir en palabras, la valentía, la pasión y el trabajo incansable de 18 familias empresarias que desde hace varias décadas atrás y generación tras generación, continúan apostando con gran vocación de servicio, por contribuir al desarrollo de nuestra región.

“Pasión por La Libertad” es una obra que se ha hecho realidad gracias a la sinergia entre EY y el Grupo La Industria y es, además de un justo homenaje a las familias que han sido retratadas, una fuente de inagotable inspiración para aquellos emprendedores y empresarios que recién empiezan a recorrer el desafiante camino de hacer empresa en nuestro país.

Como presidente de la Cámara de Comercio de La Libertad (CCLL), gremio que representa a los empresarios liberteños formales, es un honor para mí escribir estas líneas, pues no solo la mayoría de las empresas aquí reseñadas, sino también la que ha editado este libro, son nuestras asociadas, demostrando de esta manera nuestra cercanía y compromiso con el desarrollo sostenible de La Libertad.

De acuerdo con la Asociación de Empresas Familiares (AEF), se calcula que en nuestro país, del total de empresas existentes, alrededor de 1.6 millones de ellas, es decir el 80%, son empresas familiares que generan entre el 60% y 70% del empleo disponible. Asimismo, según las aproximaciones realizadas, solo el 30% de estas unidades pasan de una primera a una segunda generación, y solo alrededor del 10% llega a la tercera descendencia. Menciono estas cifras precisamente porque casi todas las empresas incluidas en este libro se caracterizan por haber superado estas proyecciones, habiendo traspasado la tercera generación, y las pocas que no lo han hecho aún es debido a que son las de más reciente creación, pues condiciones para seguir creciendo definitivamente las tienen.

Ha sido un verdadero deleite para mí conocer la historia de las empresas que componen esta obra. Un viaje apasionante en el tiempo, a través del cual el lector puede conocer, al menos de manera sucinta, las particularidades de sectores tan diversos como el automotriz, agroindustrial, minero, construcción, curtiembre, cuero y calzado, alimentos, bebidas,

transporte y muchos otros, y a la vez reconocer el enorme aporte de aquellos empresarios visionarios que, más allá de perseguir un beneficio económico, han sido verdaderos pioneros en su rubro, y han aportado, así, de manera significativa en el ámbito social al engrandecimiento de nuestra región.

Además, a través de estas páginas, es imposible no reconocer la importancia que supuso la migración, tanto externa como interna, principalmente del ande a la costa, para el progreso de nuestra región, como es imposible también, al avanzar en nuestra lectura, no soñar con el Perú de “todas las sangres” del que nos habla Arguedas; ese ideal de futuro al que todos podemos contribuir con nuestro trabajo diario.

Mención aparte merecen las mujeres que aparecen en estas historias, pues son pieza fundamental en el exitoso desempeño de sus respectivas empresas. Pese a las limitaciones sociales que hayan podido existir y que aún perduran, ellas nos demuestran que hacer empresa no es una actividad exclusiva de los varones, sino que, por el contrario, es una tarea conjunta que se nutre con el aporte de ambos, y que la diferencia no la marca un género, sino el esfuerzo, la dedicación y el esmero que ponemos en nuestros proyectos.

Si bien como todos los entrevistados coinciden, no existen recetas mágicas para alcanzar el éxito empresarial, tampoco es menos cierto que buscar el fortalecimiento de nuestro capital humano, la cercanía con nuestros clientes, la calidad de nuestros productos y servicios, y la diversificación de las inversiones, son ejes clave para lograr la sostenibilidad de cualquier empresa.

Y aunque el espacio siempre resultará corto para reseñar una obra de esta envergadura, quiero despedirme con una de las frases vertidas por una de las familias aquí homenajeadas y que considero que resume en gran medida el espíritu de quienes generosamente han compartido sus experiencias de vida en este libro: “Para los empresarios con alto sentido de responsabilidad, el ser exitosos significa ser felices contribuyendo a que el entorno supere sus deficiencias”. Que así sea siempre.

Gracias a EY por este aporte inédito y ejemplar para la memoria de la comunidad empresarial trujillana, para los emprendedores, estudiantes y colectividad en general.



ÍNDICE

1	Familia Arangurí Bazán	Danper	12
2	Familia Arias	Minera Poderosa	22
3	Familia Benavides Ganoza	Grupo Buenaventura	32
4	Familia Calderón Alfaro	El Rincón de Vallejo	42
5	Familia Carranza	Autonort Trujillo	50
6	Familia Cassinelli	Hielos Norte	58
7	Familia Castañeda	Dulcería y Pastelería "Castañeda"	66
8	Familia Dyer Coriat	Grupo D C	74
9	Familia Ganoza	Los Ganoza	84
10	Familia Gonzáles de Orbegoso	Los Gonzáles de Orbegoso	94
11	Familia H. Aray	Grupo Metalcop	104
12	Familia Mannucci	Grupo Mannucci	112
13	Familia Murgia	Grupo Murgia	120
14	Familia Nestorovic	Productos Razzeto & Nestorovic	128
15	Familia Nicolini de la Puente	Grupo Virú y Subsidiarias	136
16	Familia Pinillos	Los Pinillos	144
17	Familia Quevedo	Grupo Rocío	154
18	Familia Valderrama Fernández	Inversiones de Sudamérica	162



Familia Arangurí Bazán

Valor compartido: el corazón y la razón de la
gestión empresarial en Danper

Rosario Bazán y Jorge Arangurí se conocieron en la universidad. Ambos estudiaban ingeniería industrial y desde siempre tuvieron la convicción de que el conocimiento y el acceso a oportunidades constituye el único camino para crecer. Cuando culminaron la carrera, en los años ochenta, en el Perú comenzaba una grave crisis económica, agudizada por el terrorismo. Sin embargo, para Rosario y Jorge ese era un escenario desafiante y una oportunidad para contribuir con el país a partir de lo que más sabían y querían: hacer empresa.

¿Qué significaba para ellos hacer empresa en el Perú?

"Nunca fue nuestro plan construir una empresa solo para generar beneficio económico personal. Nuestra empresa debía aportar al desarrollo de las personas y contribuir con el desarrollo de nuestro país. Nuestro compromiso era crear valor compartido y ofrecer un

trato justo a los colaboradores. Teníamos un genuino interés por el crecimiento de las personas", manifiesta Rosario Bazán, cofundadora y actual gerenta general de Danper, una de las principales empresas agroindustriales del Perú.

"Nuestra empresa es gestionada desde los principios de sostenibilidad y la creación de valor compartido, en el que la rentabilidad económica no está reñida con el buen trato y con la mejora de calidad de vida de las trabajadoras y trabajadores, de sus familias y las comunidades. Implica generar desarrollo económico a la vez que se logra progreso social", añade.

Su primer emprendimiento

Rosario Bazán y Jorge Arangurí desarrollaron su primer emprendimiento en 1988, exportando cinco contenedores de frutas congeladas a Holanda. La

Danper inicia operaciones con su primera planta de procesamiento para espárrago blanco en conserva. Esta se instaló en Trujillo.

1994

Con un año de operaciones, se consigue la certificación HACCP, sistema preventivo que permite garantizar la inocuidad del producto.

La empresa fue la primera, en su rubro, en implementar un Sistema Integrado de Gestión, con lineamientos y normas de sostenibilidad en el aspecto económico, social y ambiental.

1997



1999

Ingresa al mercado de Estados Unidos con su producto espárrago verde en conserva.

El fundo Compositán se integra a sus operaciones. De estas áreas nacen los mejores espárragos que se exportan al mundo durante todo el año.

2003

Incorpora su segundo fundo: Muchik, en el valle de Moche, La Libertad. Aquí se cultivan, cosechan, procesan, empaican y exportan frutas y hortalizas finas a los cinco continentes.

Empieza la diversificación por procesos. Se construye la primera planta industrial para procesos de espárrago fresco en Muchik.

2006



Consolida su expansión por el centro, sur y norte del país. Instala una moderna planta en Arequipa. Con ella ofrece alcachofa al mundo entero durante todo el año.

2007

Es la primera firma nacional en obtener la certificación OHSAS 1801, que garantiza el control y reducción de los riesgos laborales.

Danper construye su primera planta de procesamientos congelados, dentro del complejo industrial Trujillo. Este mismo año se ingresa con fuerza al mercado chino con espárragos verdes y blancos frescos.

2009



2015

Danper fue declarada ganadora del premio LEC (Líderes Empresariales del Cambio) en la categoría empresa corporativa.

Rosario Bazán fue invitada a integrar el jurado de siete empresarios que elegirían a las personas de negocio más exitosas de todo el mundo.

2016



2017
2018

Rosario Bazán fue convocada por segunda y tercera vez para integrar el jurado mundial.

Compra de la empresa Dominus ubicada en Piura para dedicarse a la producción y exportación de mango.

2019

Fundación de Arba Colombia, empresa que marca la internacionalización de las operaciones empresariales de la familia.

operación fue perfecta; sin embargo, la hiperinflación de esos años los llevó a cerrar.

"Desde el envío del primer contenedor supimos, claramente, que estábamos perdiendo. El Perú estaba fuera del mundo comercial y financiero debido a la hiperinflación. Era difícil acceder al financiamiento para realizar operaciones de comercio exterior y, cuando lo obtuvimos, teníamos muy claro que debíamos honrar cada uno de los compromisos asumidos. La forma de construir credibilidad era liderando con el ejemplo", dice Rosario Bazán.

"Enmarcados en nuestros valores cumplimos con transparencia y disciplina, honrando nuestra palabra y los compromisos establecidos. Supimos salir adelante, con responsabilidad y en coherencia con nuestros principios", añade, por su parte, Jorge.

Una firma europea, cliente de Rosario y Jorge, siguió de cerca la crisis que les tocó afrontar. A sus directivos les llamó la atención la manera en que enfrentaron cada momento y, sobre todo, el esmero por ofrecer productos de calidad, su visión comprometida y su enfoque en las personas, a pesar de las circunstancias económicas del Perú en esos años.

"La vida es un permanente desafío. No son las crisis las que ayudan a alguien a ser mejor persona, sino la actitud que asume ante ellas. Las adversidades y las coyunturas complejas retan a crecer profesional y personalmente, y a retomar el camino teniendo como norte los valores. También ponen en evidencia las debilidades y obligan a pensar en las competencias que deben ser reforzadas para alcanzar y desarrollar las metas", describe la gerenta general de Danper.

"En la vida profesional, uno caerá muchas veces, pero estas caídas son oportunidades valiosas para aprender. Nosotros llegamos a un segundo emprendimiento con un importante aprendizaje sobre la cadena productiva de la exportación. A partir de este momento consolidamos nuestra madurez, con un conocimiento profundo sobre



Danper actualmente provee a los supermercados más prestigiosos del planeta, soluciones alimenticias nutritivas como frutas y verduras finas, super granos, productos gourmet, comida preparada, orgánicos, entre otros.

el mercado, lo que el cliente necesita y los desafíos del sector", precisa Jorge Arangurí.

"Esta experiencia fue vital. La agroexportación era el camino que nos permitiría contribuir con el desarrollo de nuestro país, a través de una empresa sostenible que colocase a las personas en el centro de nuestra organización; al cliente, al centro de la estrategia, y a la creación de valor compartido como la base de nuestro modelo de gestión", complementa Rosario Bazán.

Los inicios y la evolución de Danper

Luego de algunos años, y habiendo aprendido mucho más sobre el negocio global de la agroexportación, se



1



2



3

1. En 1994 empiezan las operaciones de Danper.
2. Los reconocimientos a las buenas prácticas laborales confirman que Danper avanza por la ruta de la sostenibilidad.
3. Danper tiene la misión de proveer a la humanidad alimentos nutritivos, saludables e innovadores, producidos con altos estándares de calidad, eficiencia y sostenibilidad, generando valor compartido.

presentó la oportunidad de volver a concentrarse en el sector industrial, lo cual fue posible a través de un *joint venture* con unos socios daneses, en 1994. De esta manera vio la luz Danper, nombre nacido de la fusión de los gentilicios danés y peruano, bajo la dirección y el control de los inversionistas peruanos.

Los esposos plantearon al directorio crear una empresa próspera, basada en valores y principios, motivada por generar, a la vez, desarrollo económico y social. Debía ser una empresa caracterizada no solo por la calidad de sus productos, sino también por su integridad, por empoderar a las mujeres, por su trato justo y equitativo, por la calidad de su gente y por elevar la calidad de vida de los trabajadores, sus familias y las comunidades. El primer reto fue conformar un equipo de líderes competente y comprometido con los valores, principios, misión y metas de la empresa.

“

La vida es un permanente desafío. No son las crisis las que te ayudan a ser mejor persona, sino la actitud que asumes ante ellas.

Rosario Bazán

"Somos optimistas y en ese entonces teníamos la convicción de que sí era posible contribuir a cambiar al Perú haciendo de Danper un exitoso vehículo de desarrollo. Era necesario dar señales de esperanza porque nuestros trabajadores provenían de zonas excluidas y su único medio para salir de la pobreza era el empleo digno que podíamos generar", comparte Jorge Arangurí.

Ambos recuerdan que, al principio, los daneses querían a Jorge como el gerente general. Considerando la cultura de la sociedad peruana, ellos creían que si una mujer asumía el máximo cargo los agricultores no la respetarían y eso debilitaría su autoridad frente a los grupos de interés.

"Para nosotros, el liderazgo efectivo y la capacidad de gestión nunca será un tema de género, sino de actitud, conocimiento, habilidad y experiencia, y Rosario estaba claramente preparada para asumir el cargo", manifiesta Jorge Arangurí, cofundador de Danper y director ejecutivo de la empresa.

En poco tiempo las dudas fueron disipadas.

"Al principio sentí temor y era natural, pero no me dejé vencer. ¿Un nuevo desafío? Claro que sí. Mi inspiración fueron todas esas mujeres y varones que laboralmente dependían de nosotros. Inmediatamente, Jorge y yo formamos un equipo de trabajo de profesionales que cumplieran con dos criterios: integridad y alto nivel de preparación", cuenta Rosario Bazán.

Así, en su primer año, Danper generó ventas por tres millones de dólares. Y, desde entonces, su crecimiento ha sido exponencial: el 2020 facturó casi 70 veces más que en su año de inicio. Actualmente, provee a los supermercados más prestigiosos del planeta de soluciones alimenticias nutritivas, tales como frutas y verduras finas, supergranos, productos gourmet, comida preparada y alimentos orgánicos, en cuatro formas de procesamiento: conservas, frescos, congelados y granos secos.



En 2020, Perú inició la exportación de arándanos a Taiwán y Danper fue la primera empresa en enviar contenedores hacia ese territorio asiático.

La empresa agroindustrial ha crecido de manera sostenida sobre los cimientos de la calidad, innovación, diversificación y sostenibilidad. Ejecuta buenas prácticas, validadas mediante estándares globales que la distinguen en su sector en lo que respecta a derechos humanos y laborales, equidad de género, seguridad y salud ocupacional, cuidado ambiental, uso sostenible del agua y comercio justo, entre otras.

Para citar un ejemplo, basta ver los requisitos de la certificación SA 8000 con la que cuenta la empresa, que recoge principios globales de derechos humanos, laborales y sociales. Es una de las más exigentes del mundo, y Danper es la primera y única agroindustrial peruana en haberla obtenido. Para Rosario y Jorge, todas las empresas responsables deberían tenerla.



1



2



3

1. Rosario Bazán ganó el premio Líderes Empresariales del Cambio de EY en el año 2015. Representó al Perú en el evento *World Entrepreneur of the Year* en Mónaco.
2. Rosario Bazán y Jorge Arangurí con sus hijos Jorge Gustavo y María Alejandra.
3. Danper se caracteriza no solo por la calidad de sus productos sino también por su integridad, por empoderar a las mujeres, por su trato justo y equitativo, por la calidad de su gente y por elevar la calidad de vida de los trabajadores, sus familias y las comunidades.

Los reconocimientos a las buenas prácticas laborales confirman que la empresa avanza por la ruta de la sostenibilidad. Organizaciones nacionales y extranjeras la han distinguido con trofeos y diplomas como Mejor Empresa Socialmente Responsable, Premio a la Excelencia y Calidad, Premio a las Buenas Prácticas Laborales, Promoción de la Igualdad entre Mujeres y Hombres, Prevención en Riesgos en Seguridad y Salud, Gran Premio Igualitario y Excelencia Igualitaria en Grandes Empresas, entre otros.

Asimismo, ha logrado posicionarse en el primer lugar del ranking Merco en el sector agroindustrial. Esta lista constituye un monitor empresarial de reputación

corporativa que se elabora a partir de los resultados de encuestas aplicadas a líderes de opinión, trabajadores y ejecutivos de las empresas seleccionadas, así como a estudiantes de escuelas de negocios, expertos en reclutamiento laboral y la población en general. El veredicto es claro: la empresa es un referente de excelencia dentro de la agroindustria y la elegida en este rubro para trabajar y retener el talento humano.

"La consistencia entre lo que uno piensa, dice y hace es clave para desarrollar respeto, confianza y credibilidad con cada uno de nuestros grupos de interés", señala Jorge Arangurí.

Jurado mundial

El premio Líderes Empresariales del Cambio (LEC) es una iniciativa de EY, el diario El Comercio y la Asociación de Bancos del Perú (Asbanc) que busca reconocer a quienes con coraje, compromiso, innovación e inversión están construyendo un Perú mejor. El ganador anual participa en el *EY World Entrepreneur of the Year*, un evento de reconocimiento mundial que se celebra todos los años en Montecarlo (Mónaco) y que reúne a empresarios de más de sesenta países. A través del intercambio de experiencias, ayuda a fortalecer emprendimientos e inspirar a otros para alcanzar el anhelado crecimiento.

Rosario Bazán fue propuesta al premio LEC en el año 2015 y su historia de éxito con Danper compitió con las de emprendedores de otras ciudades del país. El jurado la declaró ganadora tanto en la categoría de empresa corporativa como en la categoría general. De esta manera, pudo representar al Perú en el *World Entrepreneur of the Year*, en Mónaco.

"Conocer a empresarios de diferentes partes del mundo fue una experiencia bastante enriquecedora. Proveníamos de culturas distintas, pero teníamos algo en común: el coraje y el espíritu guerrero para afrontar las adversidades y sacar adelante nuestras empresas y nuestro país", indica Rosario Bazán.

El caso Danper impactó a los organizadores del evento, y a los empresarios participantes de los diferentes países del mundo. Más de uno quedó sorprendido de que en tierras del norte del Perú se desarrollara con éxito una agroindustria con elevados estándares de calidad disruptiva y sostenible.

El auspicioso debut de Rosario fue suficiente para que, en el año 2016, se la invitara a integrar el jurado de siete empresarios que elegirían a las personas de negocio más exitosas de todo el mundo. Era la primera vez que Perú se asomaba en este escenario.

“

Para nosotros el liderazgo efectivo y la capacidad de gestión nunca será un tema de género, sino de actitud, conocimiento, habilidad y experiencia.

Jorge Arangurí

"Ser jurado de este concurso permite conocer y conversar con la gente que cambia el mundo. Participan empresarios de todos los continentes y de todos los rubros. Representa la oportunidad de conocer sus historias de éxito, de entender la manera cómo han logrado crear empresas o industrias desde un enfoque sostenible y el impacto que esto ha tenido para su país y el mundo. De los participantes se seleccionan los casos más importantes y de entre ellos se elige al empresario mundial del año", cuenta Rosario Bazán.

En 2017 y 2018, la empresaria peruana tuvo el honor de ser convocada por segunda y tercera vez consecutivas para integrar el jurado mundial: un caso único en un evento de esta naturaleza. Un orgullo más para Danper y para el Perú.

Rosario asegura que en cada producto o acción de éxito de Danper se refleja el talento y el esfuerzo de miles de hombres, mujeres y familias que han labrado un futuro mejor para sus hijos, lo cual, desde hace casi tres décadas, traduce la verdadera esencia de la empresa: la de valor compartido, un modelo de gestión que los fundadores promueven y ejecutan desde el inicio.



Danper es una empresa que también provee al consumidor peruano productos de clase mundial de primer nivel, elaborados bajo los mejores estándares de calidad, sociales y ambientales.

"Son 27 años de historia y no dejamos de ver el futuro con optimismo. Estamos comprometidos en proyectos de largo plazo, en la formación de líderes que vean en la compañía un verdadero vehículo de crecimiento económico y desarrollo social para nuestro país", explica.

Sucesores en formación

Jorge Gustavo y María Alejandra son los hijos del matrimonio Arangurí Bazán. Jorge Gustavo, de 27 años —la misma edad de Danper—, cuenta con una doble maestría en Negocios Internacionales y Gerencia Estratégica por ESADE (Barcelona) y la Universidad de Virginia. Además, es graduado en Economía y Ciencias

Para Jorge y Rosario, en coherencia con su filosofía de valor compartido, hacer empresa significa conectar la eficiencia económica de las inversiones con el progreso de su gente y sus comunidades.

Políticas en la Universidad de Toronto, Canadá. María Alejandra, de 24 años, es Administradora de Empresas por la Universidad del Pacífico y, actualmente, está cursando una maestría en Finanzas en ESADE, España.

Ambos comparten y promueven los valores y principios que han guiado siempre a su familia. Para ellos, el respeto a la dignidad de las personas, el esfuerzo permanente, la integridad, la excelencia y la igualdad de oportunidades son claves para el desarrollo sostenible de Danper y de su cadena de valor.

Desde niños, ambos han estado en estrecho contacto con el desarrollo de la empresa. Sus padres recorrieron con ellos las diferentes operaciones agrícolas e industriales y les enseñaron, con el ejemplo, el respeto y reconocimiento por las mujeres y varones trabajadores que conforman el capital máspreciado de la empresa.

Asimismo, desde pequeños asistieron con sus padres a las ferias internacionales donde participaba Danper y cumplían la discreta tarea de observar los stands y reportar sobre lo que ocurría en otros emprendimientos del mundo.

Jorge Gustavo integra hoy el equipo que lidera Dominus, una de las empresas recientemente adquirida por los Arangurí Bazán, en Piura. A esta compañía se suma Arba Colombia y La Mocherita. La primera, fundada en el 2019, marca el inicio de la internacionalización de operaciones empresariales para la familia. La segunda es una empresa agropecuaria ubicada en La Libertad y se gestiona bajo los principios de la economía circular; en este caso, una parte importante del alimento para el ganado proviene de subproductos agroindustriales y de la broza agrícola de los fundos de Danper mientras que La Mocherita le provee a esta el abono necesario para el desarrollo agrícola.

Danper mirando el futuro

Para Jorge y Rosario, en coherencia con su filosofía de valor compartido, hacer empresa significa conectar la eficiencia económica de las inversiones con el progreso de su gente y sus comunidades, es decir, implica generar desarrollo económico al mismo tiempo que se logra desarrollo social.

"Es conectar el propósito de la empresa con el desarrollo de nuestros trabajadores y trabajadoras, sus familias y comunidades", concuerdan.

"Haber hecho de Danper una empresa privada responsable y un vehículo para el desarrollo que contribuye a construir cada día un Perú mejor ha sido, es y seguirá siendo nuestro principal desafío", concluye Rosario Bazán.



Minera Poderosa

Familia Arias

Una familia minera

Los inicios

A inicios del siglo XX, llegó al Perú el ciudadano español Agustín Arias Carracedo. Atraído por el negocio minero, se involucró en él hasta ganarse un espacio y un nombre. Hizo varias obras para la compañía Cerro de Pasco Copper Corporation. Luego, eligió el centro del país como su lugar del trabajo y ahí comenzó a explotar una cantera de piedra caliza bautizada como *Cut-Off*, ubicada entre Toromocho y La Oroya. Lamentablemente, la muerte lo sorprendió bastante joven y fue su hijo Jesús Arias Dávila quien continuó con el trabajo para sostener la economía familiar y la formación de sus hermanos menores. No fue sencillo. En Tarma, donde cursó sus estudios escolares, Jesús conoció a Esther Vargas, la compañera de su vida. Se casaron y tuvieron ocho hijos: cinco mujeres y tres varones.

Luz Evangelina Arias Vargas de Sologuren, o simplemente Eva, para sus amigos, es la primogénita. No conoció

personalmente a su abuelo, pero lo admira por ser el emprendedor que inició a la familia en la minería.

Los Arias Vargas crecieron en campamentos mineros, por lo que siempre sintieron cercanos los socavones y las vetas, y jugaron con cascos. Los primeros años de su infancia transcurrieron en el campamento de *Cut-Off*, la cantera familiar. Eva considera esta etapa de su vida como la mejor. Allí conoció la libertad. Trepar cerros, cruzar riachuelos, y sentir la lluvia, el sol o el viento, la hicieron amar la naturaleza. Si tuviera que volver a sus orígenes, lo haría. Nada es más hermoso que la vida con olor familiar y disfrutando de la naturaleza.

Para realizar sus estudios escolares tuvo que mudarse a Lima, junto con sus hermanos. Las vacaciones eran el pretexto perfecto para volver una y otra vez al campamento de *Cut-Off* o a algún otro campamento, como el de la mina San Vicente, en Chanchamayo, Junín.

Wilder Lozano Noriega era socio en los derechos mineros La Poderosa N°1 de Trujillo, N°2, N°3 y el trigo en la provincia de Pataz. Él anima a Don Jesús Arias Dávila a entrar a esta nueva aventura.

1967



1977

Los geólogos Walter Sologuren y Alberto Samaniego viajan a la zona y confirman el potencial geológico y las 48,000 TM de reservas existentes.

Jesús Arias Dávila decide invertir en el rubro de minería aurífera. Aquí empieza una nueva aventura empresarial que más tarde se convierte en Compañía Minera Poderosa.

1978



1980

Compañía Minera Poderosa es inscrita en el Registro Público de Minería.

Se inaugura el aeródromo Don Lucho, en Chagual, acercando las operaciones a Trujillo.

1983

Se inicia el diseño del proyecto hidroeléctrico para dar energía limpia a las actividades.



1991

Se inaugura la hidroeléctrica "José Alberto Samaniego Alcántara"

Se amplía la Planta Marañón a 550 TM/día.

1994

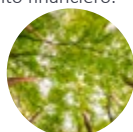


1997

Se instala la planta Santa María con una capacidad de 200 toneladas por día. También se aprueba el Programa de Adecuación y Manejo Ambiental (Pama).

Luego de una fuerte crisis, en abril la empresa se sometió al procedimiento transitorio de INDECOPI y en diciembre se firma un convenio de saneamiento financiero.

2000



2004

Nace la ONG Asociación Pataz, que alienta proyectos de desarrollo en la zona de operación de la mina. En paralelo, en Pataz se continúa la forestación que empezó en 1984.

Compañía Minera Poderosa es inscrita en la Bolsa de Valores de Lima.

2005



2007

Se cancelaron todas las acreencias restructuradas ante Indecopi, 4 años antes de lo establecido en el convenio.

La empresa certifica sus procesos bajo las normas ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 1801. Se trata de un logro importante para su rubro.

2009



2010

Se renueva la imagen corporativa y reafirma el compromiso con la actividad minera responsable desarrollada en el país.

La Presidenta de Compañía Minera Poderosa, Eva Arias, ocupa la presidencia de La Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía. Es la primera mujer en ocupar tan importante cargo.

2013



2017

Se amplía la Planta Marañón a 800 TM/día.

Compañía Minera Poderosa se convierte en la primera empresa del sector que cumple con los requisitos establecidos en la norma ISO 37001, versión 2016.

2019



2020

La presidenta de la Compañía Minera Poderosa es incluida en la clasificación de las '100 mujeres inspiradoras de la minería global (WIM100)'.

Esta última era uno de los yacimientos que explotó su padre, quien, a lo largo de su dilatada carrera, puso en operación varios, en las regiones de Junín, Lima, Huancavelica, Puno y La Libertad.

Durante una de esas vacaciones, Eva asistió a las festividades por el Día del Trabajo que se celebraban en el campamento. Tenía puestos unos zapatos nuevos. Su padre la vio y le susurró con simpatía: "Eva, esos zapatos no te los compré yo, sino los trabajadores, con su esfuerzo". La niña se quedó sorprendida por el comentario paterno y comprendió, desde entonces, el gran valor que él otorgaba a los trabajadores y al trabajo en equipo.

A fines de 1977, don Jesús Arias decidió invertir en minería aurífera. Lo hizo luego de que un transportista, Wilder Lozano, le presentara un proyecto ubicado en el distrito de Pataz, perteneciente a la provincia homónima, en el departamento de La Libertad. Un equipo de geólogos, liderado por Walter Sologuren —actualmente casado con Eva— y Alberto Samaniego, partió hacia el lugar que, por entonces, no tenía carreteras. Tras llegar hasta el lugar donde terminaba la vía, en el puente Chagual, caminaron durante diez horas hasta Vijus. Al día siguiente, luego de unas cuatro horas más, a lomo de mula, llegaron finalmente a la zona por explorar. El diagnóstico fue favorable: Poderosa tenía potencial. El 5 de mayo de 1980 se constituyó Compañía Minera Poderosa en el Registro de Sociedades Mineras del Perú. La historia había comenzado.

La incursión de Eva en el negocio minero

Eva representa a la mujer empoderada y brilla como el oro que extrae de las minas. Transcurría el año 1977 cuando ingresó a trabajar, por primera vez, en las empresas mineras de su padre. Por entonces, era socia de una empresa de arquitectura y construcción que había fundado con dos amigos de la universidad cuando aún cursaba el tercer ciclo de Arquitectura en la Universidad

En una de esas vacaciones de colegio, Eva asistía a las festividades por el Día del Trabajo que se celebraban en el campamento. Tenía puestos unos zapatos nuevos. Su padre la vio y le susurró con simpatía: "Eva, esos zapatos no te los compré yo, sino los trabajadores, con su esfuerzo".

Nacional de Ingeniería (UNI). Sin embargo, la crisis económica de esa época, que también afectó a la minería, reorientó su vida profesional.

"Todos me decían que era una locura dejar mi empresa y mi carrera de arquitecta, donde, a decir verdad, no me iba nada mal, pero hasta ahora respondo que fue la mejor decisión. Ese año todo estaba sumamente complicado. La economía del país era terrible y los precios de los minerales estaban en caída. Entonces, como las empresas mineras de mi padre también sufrían la crisis, era el momento de apoyar. Creo que mi padre fue el más contento con la decisión", cuenta Eva Arias.

Eva ingresó al área de finanzas. Mientras aprendía el movimiento propio del negocio, en paralelo estudiaba cursos de administración, finanzas, contabilidad gerencial y otros orientados a la formación de ejecutivos. Antes, ya había tomado un curso libre de geología y en la PUCP, uno de derecho minero. No fue fácil ganarle la carrera al reloj del aprendizaje, pero lo hizo. Influyó el ejemplo de su padre, quien, con palabra y acción, siempre educó a sus ocho hijos con la filosofía de "lo que no sabes, apréndelo; y si tienes que preguntar, hazlo".



1. Don Jesús Arias Dávila, fundador de Minera Poderosa.
2. Don Jesús y su esposa Doña Esther Vargas.
3. Eva Arias Vargas, minera desde niña.
4. Walter Sologuren y Alberto Samaniego en Patate.

La crisis de 1977 obligó a Eva a participar en la toma de decisiones claves, lo que le permitió aprender mucho sobre el negocio minero, sus riesgos, sus dificultades y, sobre todo, sus posibilidades. Poco a poco, las minas recuperaron el oxígeno y la estabilidad financiera. Si la capacitación en el negocio minero ayudó a esta corajuda mujer a enfrentar el desafío, la arquitectura contribuyó aún más.

"La arquitectura, sin duda, te permite percibir, ver y analizar los mapas, los planos y los procesos desde una visión literalmente tridimensional. Mi formación profesional me ayudó mucho, en esta etapa, a entender mejor lo que pasaba al interior de los procesos en la operación minera. Y fue en estas circunstancias que valoré mucho la capacitación constante. Si quieres tener éxito en la vida solo te queda un camino: estudiar, capacitarte y aprender. No hay más recetas".

"Mi padre no tuvo la oportunidad de ir a la universidad, pero todo lo que supo del negocio minero lo aprendió en la mina y de los profesionales que lo rodeaban. Recuerdo que, religiosamente, acudía al Instituto de Ingenieros de Minas del Perú para escuchar las charlas y conferencias de los Jueves Mineros. Siempre preguntaba y conversaba sobre diversos temas con los ingenieros y especialistas. Incluso, ellos lo llamaban "ingeniero" y cuando esto ocurría él bromeaba y decía que él no era ingeniero, sino ingenioso, y que se había graduado en la universidad de la vida".

Fue así como, a partir de 1980, Eva también se integró al directorio de la recién formada Compañía Minera Poderosa.

Eva creció entre minas y eso la ayudó a conocer y entender cuanto ocurría en este entorno. Esta tarde de confinamiento por la pandemia, desde su sillón de

presidenta ejecutiva de Poderosa, compara el escenario minero con una moneda.

"El público solo ve una cara, que es la parte dura: el mineral que produces, lo que exportas; pero pocos conocen la otra cara, que es muy interesante y que llena de satisfacción: la social, la vinculada al entorno, la que reafirma lo que nuestra industria puede ofrecer para contribuir al desarrollo del país y, en especial, de la zona en que se ubica. Ambas caras son parte de la misma moneda: la minería".

La mayor de los ocho hermanos del matrimonio Arias Vargas ha conocido con Poderosa el éxito y la crisis. En 1999, la empresa enfrentó su momento más difícil y, en marzo del 2000, ingresó a un proceso de reestructuración en Indecopi. Tenía una deuda de alrededor de cincuenta y un millones de dólares y alrededor de US\$ 17 millones de ventas al año. Para completar el desolador cuadro, la mina no tenía suficientes reservas de mineral y el bajo precio del oro —unos doscientos cincuenta por onza— no cubría los costos. Había dos caminos: vender la empresa o salvarla. Eva no iba a permitir lo primero.

"Fue un momento crítico. Esta crisis me dio la oportunidad de involucrarme directamente en la empresa y, gracias a ello, pude conocer la excelente calidad de profesionales con los que contábamos. En minería es clave el factor humano. Poco a poco, recuperamos la producción, incrementamos las reservas, mejoramos la ley del mineral y trabajamos bastante para recuperar el ciclo de minado, así como la eficiencia en las plantas de beneficio. Tuvimos que realizar cambios estratégicos. El proceso de reestructuración de la deuda con Indecopi permitió ordenar las finanzas de la empresa y, con bastante trabajo, logramos salir airosos".

— ¿Y la deuda?

— Logramos pagarla en junio de 2007, cuatro años antes del plazo previsto en el acuerdo con los bancos. Fuimos

“

Pocos conocen la otra cara que es muy interesante y que llena de satisfacción: la social, la vinculada al entorno, la que reafirma lo que nuestra industria puede ofrecer para contribuir al desarrollo del país. Ambas caras son parte de la misma moneda: la minería.

Eva Arias Vargas

muy escrupulosos y ordenados en el cumplimiento del acuerdo. Se tenía que cumplir con los pagos de todos: trabajadores, bancos y demás acreedores. Era imprescindible cumplir con todas nuestras obligaciones y así mantener y fortalecer la reputación de la empresa.

En menos de dos décadas, Poderosa pasó de ser una empresa prácticamente en quiebra a una de las más rentables del Perú. En el sector, la compañía empezó a brillar y destacar. Y las miradas de los especialistas se concentraron en Eva. Ella aclara que el éxito no es personal, sino del equipo.

"No se hubiera logrado revertir la situación sin el esfuerzo de toda la familia Poderosa. Agradezco a los que confiaron en nosotros y a los que participaron en el proceso, en particular, al equipo liderado por Marcelo Santillana", dice.

La empresaria empezó a conquistar un sector dominado, generalmente, por hombres. Esto no la distrajo ni mucho menos la empachó de soberbia.

"Nunca me detuve a pensar si es que por ser mujer encajaba en la minería. Sencillamente, no lo pensé ni tampoco sentí temor ante los retos. Nunca le di importancia. En mi familia ese nunca fue un tema. Mi hermana Isabel también es minera; ella está a cargo de la mina San Vicente y siempre nos hemos apoyado mutuamente. Además, y en esto debo ser clara, nunca sentí de parte de ningún empresario o funcionario del sector algún tipo de discriminación por ser mujer. ¿Qué vivimos en una sociedad machista? Pues, es algo que no se puede negar. Hay muchas mujeres que carecen de oportunidades aun cuando poseen mucho talento. Las puertas se cierran solo porque son mujeres y no por un tema de capacidad. Eso es duro y es algo que, gracias a Dios, está cambiando para bien en el Perú. Yo no lo sufrí, pero no puedo negar que existe".

El éxito de Eva no se ha quedado dentro de las fronteras de Poderosa. Entre los años 2013 y 2015, ocupó la presidencia de la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía, una organización empresarial con más de un siglo de historia. Ella ha sido la única mujer que ha desempeñado tal responsabilidad. También es una de las dos peruanas incluidas en la clasificación "100 mujeres inspiradoras de la minería global" (WIM100), reconocimiento global que celebra la contribución de las mujeres al rubro minero.

Y ella, pese a todo lo conseguido en su vida profesional, mantiene la sencillez como sombra.

Sus ojos se encienden cuando alguien le expresa un halago sobre sus logros. Acto seguido, esboza una sonrisa y deja en claro que eso del éxito hay que entenderlo como algo más que atesorar riqueza. Para los empresarios con alto sentido de responsabilidad, ser exitosos significa ser felices contribuyendo a que el entorno supere sus deficiencias.

– Es evidente que un buen sector del público considera a la minería como una actividad destructiva e injusta. Desde su experiencia, ¿qué acciones ha emprendido para demostrar lo contrario?

– Es fácil juzgar la actividad con los ojos del pasado, como si la ciencia y la tecnología no evolucionaran. Estoy orgullosa de pertenecer al sector minero porque siento que es el que va más en avanzada. Con nuevas tecnologías, reduce sus impactos ambientales al mínimo. Hay minas en las que, incluso, la economía circular es posible. La tecnología le permite también ahorrar recursos y convertirse en una industria ecoeficiente. En lo social, el aporte de la minería al desarrollo es muy importante. He visto, desde niña, cómo una empresa minera puede contribuir en favor del entorno. El solo hecho de que se pueda establecer comunicación y acceso a partir de la construcción de carreteras, es fundamental para el desarrollo. También lo es la edificación y mejora de las escuelas, así como la infraestructura de salud, los servicios básicos, como agua, saneamiento, electricidad, y el mejoramiento de la educación. Una empresa minera construye infraestructura en lugares adonde no llega el Estado. De ese modo, contribuye al desarrollo de nuestro país".

Cambiar el chip

Poderosa se ha propuesto mejorar un factor considerado como débil dentro del escenario minero: la comunicación. No se trata solo de crear mensajes efectivos y afectivos sobre las actividades de la empresa, sino de involucrar al entorno y fortalecer su voz ante los problemas y necesidades que pueda tener. La influyente empresaria está en contra del asistencialismo. No se perdonaría, asegura, convertir a su empresa en una despensa de regalos que solo atienda a quienes estiran la mano para pedir. Frente a este esquema exige, con voz autorizada, cambiar el chip.

"La gente se guía, en gran medida, por los mitos sobre la minería. Si nos conocieran más y mejor, estoy segura



1. Don Agustín Arias Dávila, hermano de Jesús Arias Dávila, accionista de Minera Poderosa y fue presidente del directorio por mucho tiempo.
2. En la UNI, Eva con trabajadores de Poderosa luego de recibir el grado de Doctor Honoris Causa.

de que pensarían diferente. Cuando los ciudadanos nos empiezan a conocer, se dan cuenta de cómo realmente la actividad minera contribuye al país. Yo nunca fomentaría el asistencialismo. Creo que para una persona es denigrante tener que estirar la mano para recibir limosnas. Hay que reconstruir la autoestima de las personas y eso se logra ayudándoles a prepararse y a tener las herramientas para ser capaces de labrar su propio futuro".

Bajo la filosofía de recuperar, de manera responsable, el entorno, Poderosa ha sumado la ONG Asociación Patata a su Departamento de Relaciones Comunitarias. Desde allí, incentiva la ejecución de proyectos de desarrollo, investigación e inclusión en más de ciento setenta comunidades de su zona de influencia directa e indirecta. Jimena, la hija de doña Eva, es parte del equipo encargado de esta noble labor. La joven empresaria, con formación en comunicación y cuidados medioambientales, reafirma la filosofía de su madre y confiesa sonriente que al principio fue difícil.

Uno de los proyectos más visibles, inspirados en este esquema, es el de la conformación de los comités de desarrollo comunal. Desde el 2007, Poderosa se propuso formar grupos de trabajo multidisciplinarios, con líderes de las distintas comunidades, rescatando de ellos su experticia en temas de agricultura, seguridad, salud y educación. Los equipos, en alianza con las municipalidades del sector y con otras empresas aliadas, son capacitados constantemente para que identifiquen las necesidades de su zona y luego las articulen en proyectos que reviertan directamente en su beneficio.

"Lo único que hacemos es darles las herramientas para que ellos, los líderes, puedan gestionar su propio desarrollo. Esto ha ido evolucionando y dentro de ese programa hay unos fondos concursables para que los pobladores puedan desarrollar sus proyectos. Hablamos de proyectos de relevancia e impacto: servicio de agua potable, salas de usos múltiples, mejoramiento de una



1. En la unidad minera, Eva con trabajadores de Poderosa.
2. La Familia Sologuren Arias en la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía, junto a la galería de presidentes.
3. Eva Arias al interior de una mina en China.

escuela; es decir, todo aquello que ayude al bienestar de la comunidad".

La empresa también alienta proyectos de investigación relacionados con el uso de tierras y cultivos. Por ejemplo, en alianza con el Centro Internacional de la Papa (CIP) y el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA), ha investigado las diferentes variedades de este tubérculo

en las zonas de Chugay y Tayabamba, en La Libertad. El resultado ha sido la obtención de una nueva variedad, bautizada como INIA 325 – Poderosa. Otras dos, se encuentran en ese mismo camino y dos más están en investigación. Son los agricultores quienes saldrán beneficiados.

Poderosa considera, dentro de sus principales prácticas, el cuidado de la naturaleza. La forestación constituye una tradición y empezó en la empresa gracias a la iniciativa del ingeniero Agustín Arias Dávila, su primer presidente del directorio y tío de Eva. Al cierre del 2020, la empresa ya había forestado más de 4,500 hectáreas, con más de 5'677,000 árboles plantados. En esta línea de acción se ubica también un proyecto para recuperar el árbol de la quina, uno de los símbolos presentes en nuestro escudo nacional.

La empresa también fomenta, anualmente, un encuentro de líderes estudiantiles, que permite a los escolares exponer sus conocimientos y crear espacios de discusión sobre los problemas de su entorno y las posibilidades de solución que ellos, desde su experiencia, consideran viables.

Una abuela feliz

Ahora, y debido al contexto, Eva atiende los temas laborales en casa. El trabajo remoto no le impide mantener el ojo en su empresa ni continuar con el trabajo usual, al que se le han sumado los múltiples y nuevos temas relativos a la situación generada por la pandemia y el seguimiento de las medidas tomadas para preservar la salud de los trabajadores en esta situación. Asegura que, mientras otros reniegan de la vida virtual construida a partir de la covid-19, en el mundo minero las reuniones a distancia ya eran parte de la rutina. Las reuniones de trabajo por videoconferencia han sido una constante en su agenda. A ellas se han sumado, ahora, las que sostiene, vía alguna plataforma, con sus hijos Jimena y Diego y sus nietas.

— ¿Se considera una abuela feliz?

— Claro, mira, te presento a mis nietas.

En ese instante, y a pedido de su abuela, dos hermosas pequeñas de cabellos ensortijados aparecen frente a la cámara. Eva les habla con ternura y el tono de su voz se hace cada vez más dulce. Si hay algo capaz de detener el trajín de esta mujer es el compartir un instante con sus nietas, a quienes ella ya considera como la quinta generación.

El día que mi nieta Briana nació, en la mina encontramos una nueva veta de oro, así que la bautizamos con su nombre. Espero que esto sea premonitorio y que en el futuro ella tenga algo que ver con la mina (risas).

Confiesa, entre carcajadas cómplices, que no sabe cocinar; por eso, en sus pocos ratos libres, se distrae decorando y ordenando la casa. Para esta empresaria exitosa, el orden es una cualidad que no solo debe acompañar los negocios, sino la vida de toda persona. Un orden interno y externo, explica.

Poderosa cumple cuarenta y un años este 2021. Es indudable que la empresa goza de un reconocimiento a nivel nacional e internacional. ¿Cuál es la receta de su éxito?

"Pasión por lo que uno hace y muchísima perseverancia. Pero, a esto, hay que añadirle otros valores, como la honestidad, que cultivó mi padre desde siempre. Es muy importante ser honestos y justos. Trabajamos en equipo aplicando nuestro lema "El poder del esfuerzo conjunto" y, por eso, sabemos que cada logro no es el resultado del esfuerzo individual, sino del colectivo. Nos preocupamos por formar y rodearnos de profesionales empáticos, que no tengan miedo a equivocarse y que sean altamente creativos. Nuestros trabajadores forman círculos de mejoramiento continuo que nos permite planificar mejoras en los procesos de nuestras operaciones, dentro del marco de la calidad total. Practicamos el principio del orden y la disciplina en todos nuestros actos, basándonos



Diego Sologuren Arias en Poderosa, visitando la mina. Actualmente Diego es mayor y apoya a Eva en la gestión.

en la cultura japonesa del 5S (COLPA), que se traduce en clasificar, ordenar, limpiar, prevenir y practicar la autodisciplina. Cuando un nuevo colaborador se incorpora a la compañía, buscamos que desde el inicio lo entienda bien. Todos estos valores son parte de la cultura de nuestra empresa".

Eva resalta la necesidad de pensar en el futuro desarrollo de la empresa. En este momento, ella trabaja de la mano con Diego, su hijo, diseñando las estrategias que aseguren a la empresa perdurar sin perder los valores que la rigen. Diego es geólogo y se desempeñó como geólogo de prospección antes de desempeñar su actual labor.

Eva espera que este mal momento por el que atraviesa la humanidad, como consecuencia de la pandemia, pase pronto. Es de las que afirman que si algo debemos aprender de esta emergencia es a ser empáticos y solidarios. Para una empresaria que confiesa su gusto por involucrarse en asuntos complejos, esta crisis debe ser convertida en una oportunidad.



Familia Benavides Ganoza

Una familia que ama La Libertad

Todos los días, cuando el sol regala sus primeros rayos, Roque Benavides Ganoza sale de casa a correr. Cumple con esta actividad desde hace cuarenta años tras alejarse del fútbol y el tenis por temor a las lesiones. Son cincuenta o sesenta minutos de rutina obligatoria que lo convierten —según él— en un tipo aburridamente disciplinado.

A sus 66 años, la mayor preocupación de este padre de familia y abuelo querendón, hinchado de Universitario de Deportes y confeso lector compulsivo de Vargas Llosa, García Márquez y Thomas Mann, es que el Perú sea un país más desarrollado, con justicia, oportunidades y libre de machismo.

"Yo soy un antimachista convicto y confeso. Por eso no me canso de rendir homenaje a las mujeres, porque creo que el cincuenta por ciento de lo que es el Perú es gracias a su

esfuerzo y el otro cincuenta, gracias al de los hombres".

Su padre fue don Alberto Benavides de la Quintana y su madre, la dama trujillana Elsa Ganoza de la Torre.

Don Alberto Benavides de la Quintana, fundador del Grupo Buenaventura

Don Alberto Benavides de la Quintana, fundador del Grupo Buenaventura, es considerado uno de los empresarios mineros y profesionales más destacados de la historia contemporánea del Perú. Su sensible fallecimiento ocurrió el miércoles 12 de febrero de 2014, a los 93 años de edad.

Nació el 21 de octubre de 1920 en Lima. Era una época en la que el Perú estaba muy fraccionado. Los limeños aún vivían el sueño de la República Aristocrática y



muchos ignoraban la existencia de las provincias, especialmente de la zona andina. Sin embargo, desde muy joven, don Alberto supo valorar las riquezas naturales y culturales de nuestro país. Cursó sus estudios primarios y secundarios en el colegio La Inmaculada, desde 1927 hasta 1936. Luego, ingresó a la Escuela de Ingenieros del Perú (hoy Universidad Nacional de Ingeniería), donde estudió ingeniería de minas hasta 1941. Esos años fueron trascendentales para la vida de don Alberto. La Cerro de Pasco Corporation le otorgó una beca para realizar una maestría en Geología en la Universidad de Harvard, Estados Unidos.

En 1944, tras obtener su grado, don Alberto regresó al Perú y fue contratado por la Cerro de Pasco Corporation como geólogo asistente. Debido a su empeño y dedicación, al poco tiempo estuvo a cargo del Departamento de Exploraciones para todo el Perú. Fue así que recorrió el país y visitó diversas minas como Las Bambas, Antamina y Tintaya, entre otras. El 8 de setiembre de 1945, en la iglesia La Inmaculada, ubicada en la avenida La Colmena, en Lima, contrajo matrimonio con Doña Elsa Ganoza de la Torre, con quien tuvo cinco hijos: Blanca, Alberto, Mercedes, Roque y Raúl. Doña Elsa Ganoza de la Torre nació y creció en nuestro querido Trujillo.

Hacia finales de los años cuarenta y comienzos de los cincuenta, don Alberto había ganado valiosa experiencia trabajando en la Cerro de Pasco Corporation. En 1951, estando a cargo del Departamento de Exploraciones de la Cerro de Pasco Corporation, recibió la visita de Ricardo Álvarez Calderón, director de la Sociedad Minera Suizo Peruana Julcani, propietaria del yacimiento de Julcani, una antigua mina ubicada en la provincia de Angaraes, en el departamento de Huancavelica. En esa reunión se enteró de que la Cerro de Pasco Corporation, que tenía el arrendamiento de Julcani, había decidido cancelar el contrato, pues no estaba interesada en operar un yacimiento pequeño. El interés de la empresa era recibir en La Oroya la producción de dicha mina. Para cumplir

ese propósito, estaban en busca de un joven ingeniero que estuviera dispuesto a seguir con la operación. Era la oportunidad de su vida.

Don Alberto decidió arriesgarse y tomar en arrendamiento Julcani por un año con opción de compra. En esta etapa fue determinante el apoyo incondicional que le brindó su esposa. Para iniciar el gran emprendimiento de adquirir Julcani, don Alberto extendió una invitación a un grupo de inversionistas y empresarios peruanos.

La Compañía de Minas Buenaventura se formó mediante una carta de la Sociedad Minera Suizo Peruana Julcani, remitida a don Alberto Benavides, con fecha del 27 de abril de 1953, y se dio luz verde al inicio de operaciones de la mina Julcani, la primera de la compañía. Años más tarde, don Alberto asumió la presidencia de la Cerro de Pasco Corporation, cargo que ejerció desde 1964 hasta 1971, y que lo llevó a trabajar intensamente en Nueva York, Estados Unidos. Durante ese periodo, su hermano Jorge Benavides de la Quintana estuvo a cargo de la dirección de Buenaventura, que para ese entonces ya se había convertido en cantera de los mejores profesionales mineros y geólogos del país.

Para cuando renunció a la Cerro de Pasco Corporation, don Alberto era ya reconocido como un empresario de éxito y un gran conocedor de la actividad minera. Fue invitado, entonces, a compartir su experiencia con las nuevas generaciones en la sección Minas de la Pontificia Universidad Católica del Perú. A lo largo de seis años fue promotor de la Facultad de Minas de la citada casa de estudios. Tras su paso por la Universidad Católica, regresó a la gerencia de Compañía de Minas Buenaventura. En aquella época, Buenaventura no solo poseía las minas de Julcani y Huachocolpa en Huancavelica, sino también las de Orcopampa, en Arequipa, y Uchucchacua, en la sierra de Lima.

Don Alberto Benavides de la Quintana es reconocido como uno de los gestores que ha llevado a la minería a convertirse en una de las actividades más importantes del



1



2

1. Don Alberto Benavides e ingenieros de Buenaventura en Mina Herminia, Julcani 1970.
2. Don Alberto Benavides y Roque Benavides.

Don Alberto Benavides de la Quintana es reconocido como uno de los gestores que ha llevado a la minería a convertirse en una de las actividades más importantes del Perú, no sólo por su contribución económica, sino por su efecto integrador con las comunidades altoandinas donde se desarrolla.

Perú, no solo por su contribución económica, sino por su efecto integrador con las comunidades altoandinas donde se desarrolla.

Roque Benavides Ganoza

Roque ama a la historia y su vida es una historia. Su madre lo llamó Roque como Roque de la Torre, hermano de Zoila Victoria de la Torre de Haya, madre de Víctor Raúl Haya de la Torre, el peruano del siglo XX y fundador del Partido Aprista. Su abuelo materno fue Eduardo Ganoza y Ganoza, segundo vicepresidente del Perú entre 1945 y 1948.

Haya de la Torre ejerció una influencia importante en su vida profesional. Roque terminó sus estudios de ingeniería civil en la Universidad Católica y visitó al líder aprista para contarle que continuaría con su formación académica en Estados Unidos. Aquella tarde, Víctor Raúl abandonó el sillón en el que reposaba y con tono militar le enmendó la plana.

"Le dije que me iba a estudiar a Estados Unidos, que era lo estándar en ese momento. Me preguntó con extrañeza:

"¿Y por qué Estados Unidos?". Luego me aclaró que debía irme a Europa porque era un continente que abría las mentes y que tenía mucha cultura. Yo no tengo sino palabras de agradecimiento para esa sugerencia. Me fui a estudiar a Inglaterra, muy cerca de Oxford, donde él fue profesor visitante".

Europa incubó la visión global de Roque para su ejercicio profesional y los negocios. A su retorno al Perú ingresó a trabajar con su padre en Compañía de Minas Buenaventura, empresa que por entonces tenía más de dos décadas y, como mencionamos, había iniciado sus operaciones en Julcani, Huancavelica. Hoy, la firma transita por los sesenta y siete años, facturó 343 millones de dólares estadounidenses al cierre del año 2020, registra operaciones en nueve regiones del país, y ha sido la primera minera latinoamericana en inscribirse en la Bolsa de Valores de Nueva York. Los rankings económicos la consideran una de las más importantes a nivel global. Roque, actualmente, preside su directorio.

"Buenaventura comenzó muy pequeña y fue creciendo. En su historia hay años buenos y malos. Hemos tenido momentos difíciles desde el punto de vista geológico, natural y económico. Hemos sabido salir adelante con mucho trabajo y esfuerzo. Recuerdo, por ejemplo, que en 1992 vendíamos cuarenta millones de dólares y debíamos esa misma cantidad a los bancos (risas). Desde un inicio trabajamos fuerte y nos hicimos fuertes entendiendo que los viejos mineros nunca mueren; solamente pierden las vetas".

Las lecciones

Roque es el cuarto de cinco hermanos. Si bien todos están vinculados a la compañía, él es el rostro visible. Su éxito no ha pasado desapercibido. Este lo ha catapultado a los primeros lugares de los rankings de la Encuesta del Poder, como uno de los peruanos con más influencia en la empresa privada. El gremio empresarial, además,

“

Dentro de la empresa hemos desarrollado la filosofía de preocupación absoluta hacia el trabajador y el entorno. Ellos son nuestra prioridad. Creemos en un concepto que mucha gente está adoptando: la responsabilidad social compartida y el valor compartido.

Roque Benavides Ganoza

lo ha elegido, en dos ocasiones, como presidente de la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (Confiep), organización que actualmente representa a más de diez sectores económicos.

En el Perú, la actividad minera no goza de la simpatía popular. El presidente del directorio de Compañía de Minas Buenaventura lo reconoce. Frente a ello plantea el desafío de que el empresariado sea empático y el entorno mucho más tolerante. Desarrollar el compromiso social es el desafío. ¿Cómo hacerlo?

"En el caso de Buenaventura ha sido una oportunidad importante enfrentar las crisis porque nos han hecho más fuertes, solidarios y eficientes. Las crisis lo que hacen es fortalecer a los grupos humanos. Dentro de la

empresa hemos desarrollado la filosofía de preocupación absoluta hacia el trabajador y el entorno. Ellos son nuestra prioridad. Creemos en un concepto que mucha gente está adoptando: la responsabilidad social compartida y el valor compartido. Las empresas deben compartir con la sociedad más allá de los impuestos y los beneficios que logran. Estamos convencidos de que las empresas deben convocar a todos los grupos de interés para asumir una responsabilidad".

En paralelo, la cultura y filosofía de la compañía minera se sostienen sobre una base importante: el ADN de humanismo impuesto por su fundador, don Alberto Benavides, y los principios incas del "no seas ocioso, no seas mentiroso y no seas ladrón".

"Quienes formamos parte de la familia de Buenaventura sabemos que la honestidad y la laboriosidad son características que debemos tener presente en cada acto. Actualmente somos fuente de trabajo de unas doce mil familias. Con todas compartimos esa línea y un trato horizontal, pero también los persuadimos a que sean cada día mejores personas y peruanos".

La educación

Roque confiesa que, pese a su edad y ocupaciones, nunca deja de leer y mucho menos de estudiar. Desde niño entendió que la educación era el valor diferenciado entre una persona y otra, y ahora lo aplica en su empresa. De ahí que en las regiones donde registran actividades es una preocupación (y una obligación) firmar alianzas con centros de estudios para mejorar sus condiciones y que estos, a su vez, capaciten a los pobladores para que accedan a los puestos de trabajo en su mismo entorno. Educar a un trabajador no es gastar dinero: es regalarle al país un mejor ciudadano.

"Yo soy de los que creen firmemente que lo que diferencia a la gente no es el dinero, el carro o la ropa, sino la educación. Y así he sido formado por mis padres. Y,

La cultura y filosofía de la compañía minera se sostienen sobre una base importante: el ADN de humanismo impuesto por su fundador, don Alberto Benavides, y los principios incas: "no seas ocioso, no seas mentiroso y no seas ladrón".

por qué no decirlo, tengo esa influencia de Haya de la Torre. Él era un aristócrata en el sentido más amplio de la palabra. No he perdido ninguna oportunidad que se me haya ofrecido para poder educarme y eso trato de compartir con quienes trabajan en la compañía. Cada día extendemos más y más este concepto. La educación es la que ofrece herramientas y genera responsabilidades con la sociedad".

Sin embargo, es consciente de que no todos los empresarios piensan así ¿Cómo lograr el cambio si hay notorias diferencias sobre esto?

"En el Perú somos un poco mezquinos desde los diferentes sectores. Al empresario se le percibe como ocioso, como el malo, el que se aprovecha, pero no es así. Es cierto que hay empresarios que no están comprometidos con su función social, pero hay otros que sí, y cumplen con muchas actividades sin hacer mucho ruido. Quienes se arriesgan a hacer empresa en el Perú corren muchos desafíos. Yo sí pienso que, hoy en día, la mayor parte del empresariado apuesta por sus trabajadores y por el país. La constancia con la que se trabaja ya es un primer paso importante. De esa

constancia empresarial se logra el éxito; no todos podrán ser exitosos, seguramente, pero el Perú es un país pujante con muchas personas con vocación de aprender. Con ellos hay que empezar el cambio. El personal tiene que ser competente para las actividades que realiza".

La política

En la última década, el nombre de Roque Benavides Ganoza ha sonado en el escenario político nacional. Su evidente relación con el aprismo lo involucró, sin que él se lo propusiera, como potencial candidato a la Presidencia de la República. El proyecto de gobernar al país no está fuera de su agenda. En la última campaña política desistió por compromisos estrictamente empresariales y familiares. Por ahora sufre, como buen aprista, por la evidente crisis que enfrenta el partido que fundó Haya de la Torre.

– ¿Consideró que no era el momento de postular?

– Yo nunca he estado animado ni desanimado. Ha habido mucha gente que ha sido generosa conmigo en el sentido de sostener que yo podía ser candidato. Yo, en verdad, tenía compromisos privados, empresariales y familiares que me imposibilitaban abocarme a una candidatura. Yo me inscribí en el Partido Aprista porque estoy convencido de que en el Perú lo que falta es institucionalidad democrática y la democracia se fortalece con los partidos políticos. Nuestro país sufre de una enfermedad de falta de partidos y ese es un problema.

– Entonces, ¿en las siguientes elecciones lo veremos como candidato presidencial?

– Es muy difícil decir, como peruano, que no me interesa. Yo creo que todos los peruanos debemos servir a nuestro país desde la trinchera en que nos toca.



1. Roque Benavides y familia.
2. Unidad Tambomayo.



1. Mina Julcani, Huancavelica, alma máter de Buenaventura, 1953.
2. Roque y Thessa Benavides.



La familia

Debido a la pandemia, Roque transcorre más tiempo dentro de casa. Esto le permite compartir diferentes actividades con su esposa, la también empresaria minera Thessa Navarro Grau, una de las accionistas de Consorcio Minero Horizonte. Antes, por las ocupaciones propias de su vida empresarial, ambos pasaban buena parte del día en reuniones de directorio o trepados en aviones.

Asimismo, tiene tiempo para hablar —aprovechando las bondades de la tecnología— con sus adorados nietos, Martina y Mateo, hijos de su único hijo Alberto Martín, y prepararse para el recibimiento del próximo heredero. Roque se considera un abuelo feliz y sueña con tener más nietos. Otro sueño que persigue es servir al Perú desde

la trinchera en la que esté. Uno de los hombres más poderosos del país siempre se ha esforzado por vivir con humildad.

Antes de la pandemia, cuando no visitaba ninguna operación minera, Roque dedicaba algunas horas de su tiempo a una afición que cultiva desde pequeño: los caballos de paso. No solo tiene algunos ejemplares, sino que ejerce la labor de juez en torneos nacionales e internacionales. Esta afición lo ha llevado a estudiar el universo de los equinos, pero sobre todo a respirarlo y quererlo. Ha juzgado en más de doscientos concursos y espera hacerlo en otros. Cada vez que visita La Libertad es un buen pretexto para reencontrarse con amigos y conocidos que, como él, comparten el gusto por el caballo de paso peruano.

Aunque no ha pasado toda su vida en Trujillo, el vínculo con esta tierra es intenso y proviene de su madre. Desde niño conoció la historia de la solariega ciudad colonial. Esta cercanía le ha permitido fortalecer alianzas con diferentes sectores. Ha llegado, así, a la presidencia del Grupo Empresarial Pro Región La Libertad, una asociación sin fines de lucro que busca, especialmente, promover el crecimiento y desarrollo de esta parte del país, con inclusión social, y en estrecha coordinación con el sector público.

"El grupo promueve, en forma sostenida, foros y conferencias temáticas sobre el desarrollo macrorregional y regional, lo que ha permitido formar una alianza estratégica público-privada, especialmente con el Gobierno Regional, y, asimismo, realiza estudios sobre las potencialidades de la región", nos indica Roque.

Reflexiones finales

Para terminar esta aleccionadora historia, Roque responde estas preguntas:

- ¿Se arrepiente de algo a estas alturas de su vida?
- Siempre hay cosas que uno pudo haber hecho mejor; decisiones distintas que se pudieron haber tomado al ser más cauteloso. El ser humano tiene que ser humilde. Y tiene que sentir que todos los días, con sus actos, puede contribuir al desarrollo del país. Sin embargo, como nación nos falta perdonarnos. Nos hemos atacado demasiado, desde los diferentes sectores, y eso nos ha desunido. Esto tenemos que cambiarlo si queremos ser diferentes. El Perú es un país rico, poblado de gente valiosa. Vamos recuperando esa esencia para mirar la vida con otros ojos.
- La esperanza de cambiar al país reposa en los jóvenes, ¿cuál es el mensaje que usted les expresaría?
- Ahora mismo les diría que estudien todo lo que se pueda. Solo la educación será su mejor herramienta para



Roque Benavides montando un caballo de paso.

enfrentar al mundo. También les aconsejo que lean todo lo que puedan. Lean de todo. Mientras más lean más conocerán. Por último, y cuando pase esta pandemia, que viajen hasta cansarse. El viajar es importante porque permite conocer lo que hacen otros y eso no constituye otra actividad tan simple como el aprender.

– ¿Cómo define a Roque Benavides?

– Un peruano con muchos sueños. Alguien que valora la lealtad y que sueña con un país mejor. Alguien que anhela seguir creciendo en todos los aspectos. Y que lucha porque esto se cumpla.

Roque Benavides es una persona inspiradora. A pesar de sus múltiples responsabilidades, que lo han convertido en uno de los hombres más poderosos de la empresa privada, es una persona muy receptiva, agradecida y humilde. Cada palabra que dice evidencia que es un hombre enamorado del Perú y de la región La Libertad.



El Rincón de Vallejo

Familia Calderón Alfaro

La familia con la receta para el éxito

El cuarto piso de su actual vivienda es su laboratorio de potajes. Ollas y sartenes de aluminio y barro de gran tamaño se calientan sobre la flama que desprenden cocinas industriales, convencionales y artesanales, ordenadas simétricamente.

Olga Elena Alfaro Chávez supervisa, reloj en mano, con disciplina y obsesiva meticulosidad, que el cocido, dorado, tostado y molienda de ajíes, papas, yucas, granos de maíz y demás productos naturales cumpla con su procesamiento en un tiempo que solo ella conoce. Se las ingenia para vigilarlo todo, como si fuera la jueza de una prueba deportiva.

"El tiempo es el tiempo: ni un minuto antes ni un minuto después. En comida, el tiempo es importante. Un segundo más de dorado y el producto pierde notablemente su sabor", dice.

Olga no suele abrir las puertas de su laboratorio de insumos ni de su cocina a cualquier mortal. Más de un curioso ha querido ingresar para agenciarse, seguramente, de sus secretos, pero ella, siempre sonriente, responde que a esos "templos sagrados" —así los llama— nadie ingresa así nomás.

Tiene 65 años, dos hijos y cinco restaurantes de comida criolla y trujillana, testimonio de cuán bien conoce el negocio culinario. A veces come de pie porque no tiene tiempo para descansar. Duerme solo de cuatro a cinco horas, pues de madrugada piensa en sus negocios.

Gracias a esta disciplina, ha logrado que en su cadena de restaurantes habiten aromas inconfundibles de la bien reputada cocina peruana, rodeados de una tradición que tiene como sello el nombre de César Vallejo, nuestro poeta universal.



La historia

Doña Olga Alfaro Chávez tenía 17 años cuando hizo pública su decisión de conocer la vida en familia junto a César Calderón Pérez. La idea no gustó mucho a sus familiares, pero ella estaba convencida de que el camino no sería difícil si existía voluntad y amor. Como a Olga estos le sobraban, se embarcó en su nueva vida.

En poco tiempo la familia creció. El primer fruto de ese amor se llamó César y dos años más tarde llegó Yésica. Así quedó constituida la familia Calderón Alfaro. Su esposo, don César, trabajaba en la municipalidad de Trujillo y doña Olga se encargaba de la crianza de los hijos. Los niños nacieron y crecieron en una casona ubicada en el jirón Orbegoso, en pleno centro de la ciudad. La vivienda tenía varias habitaciones independientes que eran habitadas por muchos inquilinos, principalmente jóvenes estudiantes universitarios.

Olga recuerda que para apoyar a su esposo en la manutención del hogar decidió trabajar en lo que mejor sabía: la cocina. Este arte lo aprendió de su suegra. Siempre le gustó, nadie se lo impuso.

No salió de casa, sino que decidió habilitar la pequeña y acogedora salita de su hogar para ofrecer menú a los jóvenes universitarios que vivían en la casona. Empezó con uno, luego fueron dos y, con el tiempo, llegó atender a veinte comensales. Los estudiantes la llamaban doña Olguita y bromeaban con ella diciéndole que perdía dinero y que debía abrir pronto un restaurante. El grupo de clientes satisfechos aumentó gracias a los vecinos. A ellos también les flechó el paladar.

El tiempo, como siempre, transcurrió de prisa. El hijo mayor concluyó su etapa escolar y comunicó a sus padres su decisión de estudiar Medicina en la prestigiosa Universidad Nacional de Trujillo (UNT).

"Cuando lo escuchamos, con mi esposo estuvimos de acuerdo en que la educación es importante y que teníamos que apoyarlo. Lamentablemente, por ese

tiempo los jóvenes a los que les daba pensión acabaron sus estudios y nos quedamos sin clientes. El panorama no era el mejor".

Había llegado el momento de tomar decisiones radicales. Un primo de don César le propuso abrir un restaurante. El negocio ya tenía local, pero estaba alejado de su querido jirón Orbegoso.

"Nos tuvimos que mudar a la calle 29 de diciembre, también en Trujillo. Ahí se abrió el restaurante Delicia, en sociedad con el primo de César. Yo cocinaba y preparaba platos típicos trujillanos. El shámbar era el plato que más gustaba. Recuerdo que la gente lo recomendaba a sus conocidos para llegar a consumirlo".

El negocio de la calle 29 de diciembre marchaba bien. Las ganancias alcanzaban para vivir cómodos y costear los estudios de los hijos. Yésica, la hija menor, ingresó a la Facultad de Economía de la Universidad Nacional de Trujillo. El trajín de ella y de su hermano era intenso.

"Justo en esta época recibo una llamada ofreciéndome un local en el jirón Orbegoso. Me informaron que tenían desocupado todo el local que se ubicaba en la esquina entre Orbegoso y San Martín, y me propusieron la idea de abrir un restaurante. Mi esposo e hijos me dijeron que era una idea perfecta, pero no me decidía. Todo cambió cuando fui al lugar".

La señora Olga llegó a visitar los ambientes con algo de incredulidad. Confiesa que es una mujer indecisa, no por miedo, sino porque antes de tomar una decisión analiza todos los escenarios, tanto los favorables como los desfavorables. Una buena decisión necesita pensarse bien para no fracasar. Ella dice que a veces exagera pensando; sin embargo, hasta ahora, esta estrategia no le ha fallado.

Cuando llegó a la esquina del jirón Orbegoso con San Martín y cruzó la vetusta puerta de madera, se encontró en un espacio envuelto por una atmósfera de tradición. El local era pequeño, pero acogedor.



1. Primer Local, en esquina de Jr. Orbegoso con Jr. San Martín.
2. Doña Olga Alfaro preparando un lomo saltado en su Local número 3 en el Jirón Orbegoso.
3. Doña Olga Alfaro y sus dos hijos, César Calderón, reconocido cirujano plástico y Yesica Calderón, economista y apoyo fundamental en el negocio familiar.
4. Foto actual del interior de su primer local.

En esta vivienda colonial de dos pisos y un extenso balcón de madera funcionó el tradicional hotel El Arco, donde vivió, entre 1913 y 1917, el poeta universal César Abraham Vallejo Mendoza.

En uno de sus rincones halló un estante de madera con varios compartimentos. Al parecer, se trataba de casilleros para guardar las llaves. Junto a él había un espacio libre, silencioso y melancólico.

"En ese momento, me imaginé a César Vallejo escribiendo uno de sus poemas. Entonces supe el nombre que debía tener el restaurante: El Rincón de Vallejo", cuenta doña Olga.

El Rincón de Vallejo nació en la década de los noventa, una época de inestabilidad económica en el país. A pesar de todo, el local se mantuvo en pie, gracias a una variada carta de potajes de exquisito sabor. Doña Olga sabía que

el negocio solo funcionaría bien si, además de ofrecer platos de calidad, se brindaba una buena atención. Necesitaba estar cerca de los clientes. Por entonces, su esposo fue invitado a jubilarse y la mitad del dinero recibido en compensación se invirtió en las mejoras del espacio. Nada ni nadie los detendría.

Conocedora de su oficio, la dinámica empresaria apostó por crear una carta compuesta por diez platos, la mayoría de ellos típicos de la región. En la lista destacaba el shámbar, potaje con el que construyó su fama. El público lo recomendaba boca a boca. Los lunes, día de su venta, el local se llenaba. Los comensales formaban una larga cola para degustarlo y otros, ollas en mano, lo llevaban a casa. La pugna por obtener una mesa sorprendía a todos, incluso a doña Olga, quien, desde el viernes, recibía llamadas de clientes interesados en reservar una ubicación o separar platos.

"Tuve que imprimir tiquetes y repartirlos horas antes para evitar problemas. El público reclamaba un espacio más grande. Entonces, con mi familia, empezamos a evaluar la posibilidad de abrir un nuevo local. Era necesario crecer. Desde el viernes llegaban las ollas con los nombres de los clientes. Cuando la gente llegaba a nuestro pequeño local solo contábamos con un juego de sillas".

Uno de los asiduos concurrentes a El Rincón de Vallejo se acercó un día y le ofreció un moderno local. La ubicación era perfecta, pues quedaba en plena avenida España, frente a la Concha Acústica. La familia en pleno, como siempre, acudió para darle el visto bueno. El ambiente era moderno y amplio. No había que pensar mucho. La operación se cerró en tiempo récord.

"Les dije a mis hijos que abriríamos un nuevo local, pero que no dejaríamos nuestra esquina. Ellos aceptaron y así empezó todo. Lo acondicionamos a nuestro gusto, como siempre. Y, claro, no podía faltar nuestra variada carta. Innovamos varios platos, pero, además, ingresamos con fuerza en el rubro de los desayunos".

El local de la avenida España no tardó en encontrarse con el éxito. La señora Olga debía repartir su día entre comprar insumos, visitar sus dos locales y cumplir su función de madre. A los negocios les incorporó un valor agregado: que el comensal pudiera observar la cocina. El objetivo era que pudiera vivir la experiencia de conocer cómo se prepara un plato hasta que llega a la mesa.

Pero el crecimiento pondría sobre su camino un nuevo peldaño. La familia aún no terminaba de alcanzar el éxito en el local de la avenida España, cuando llegó otra oferta para crecer en una zona conocida. Un amplio ambiente de la casona donde nació el primer Rincón de Vallejo estaba próximo a desocuparse. Los hijos se entusiasmaron, pero la madre asumió la oportunidad con mucha prudencia.

"Mi hija me dijo que era una muy buena oportunidad y que no debía esperar. Lo pensé dos veces. Lo primero que saltó a la cabeza es cómo voy a dirigir tres locales. ¡Qué

En ese momento, me imaginé a César Vallejo escribiendo uno de sus poemas. Entonces ya sabía el nombre que debía tener el restaurant: El Rincón de Vallejo.

gran responsabilidad! Y bueno, pues, así nació entre risas, miedos y retos, el tercer local de El Rincón de Vallejo".

La comida es un imán que atrae paladares de todas las edades y continentes. Y si es peruana, entonces es necesario estar preparados para cualquier atracción exponencial. Eso le pasó a este restaurante trujillano: un día decidió poner sobre la mesa platos con buen sabor y atender correctamente a los clientes. El resto es historia conocida.

"El éxito de mis locales lo resumo en dos características: productos de calidad y pasión, mucha pasión. La comida o, mejor dicho, un negocio de comida, necesita de gente apasionada. Aquí yo trabajo sin reloj, y cuando mi cliente se va del local satisfecho, yo ya estoy pensando en qué tengo que hacer mañana para que regrese".

Actualmente, El Rincón de Vallejo cuenta con cinco locales. A los tres descritos se han sumado dos: uno en la urbanización El Recreo, en un moderno predio que doña Olga considera como su segunda casa y, el otro dentro del local de la Asociación de Criadores de Caballos de Paso de Trujillo, a un costado de la vía de evitamiento. Este último ha sido todo un desafío para la empresaria.

"Al igual que los otros cuatro locales, el de la Asociación salió así, de la nada. Un día, por intermedio de mi hija, me invitaron a participar de la concesión. No estaba animada, pero, al final, lo acepté como un nuevo reto empresarial. Conversé con el presidente y le pedí que me diera libertad para usar el espacio. Felizmente, aceptó. Ahora dirijo



1



2



3

1. Doña Olga Alfaro y sus colaboradores en su local número 3 en el Jirón Orbegoso 311.
2. Foto actual del Local número 1 (en la esquina) y local número 3 (puerta colonial blanca).
3. Doña Olga Alfaro.

cinco locales. Al principio creía que no tendría tiempo, pero cada vez siento que todavía puedo más, mucho más".

Yésica, la segunda hija de doña Olga, asegura que su mamá es una mujer emprendedora, pero, sobre todo, amante del trabajo. "Nos quedamos sorprendidos de cómo administra su tiempo. Se da tiempo para todo y todo lo hace bien, con mucha pasión", enfatiza.

Un sueño hoy cruza la mente de esta mujer: llevar su marca fuera de Trujillo, pues asegura que varios turistas se lo han pedido. Prefiere, por ahora, no ponerle fecha a este nuevo desafío. Dice que los cinco locales nacieron por las ganas de crecer. Para ninguno se puso un plazo y eso ha sido lo mejor.

"No me quita el sueño ganar dinero. Las personas que me conocen saben eso. Soy feliz con lo que hago y eso para mí es importante. Me llena de satisfacción que la gente se sienta bien. No solo los que comen en el local, sino quienes trabajan allí. Puedo abrir más y más locales con tal de dar

“

El éxito de mis locales lo resumo en dos características: productos de calidad y pasión, mucha pasión. La comida o, mejor dicho, un negocio de comida, necesita de gente apasionada. Aquí yo trabajo sin reloj, y cuando mi cliente se va del local satisfecho, yo ya estoy pensando en qué tengo que hacer mañana para que regrese.

Olga Alfaro Chávez

trabajo a las personas que lo necesitan, que valoran el espacio en el que están. Esto es algo muy importante".

No todo ha sido felicidad en estos veintiocho años de existencia. En el verano de 2017, la marca sufrió la mayor crisis de su historia. Los huaicos que llegaron hasta el centro de Trujillo afectaron tres de sus locales: el de la avenida España y los dos del jirón Orbegoso. Doña Olga recuerda que perdieron mucho. Tuvieron que cerrar varios días, pues el alud de lodo y piedras averió cocinas y congeladoras e ingresó a la zona de atención.

"Perdimos más de la cuenta. No imaginamos vivir una situación así, pero, al final, nos pusimos de pie. Siempre he sido perseverante. Les dije a mis hijos que saldríamos de esa sí o sí. Todo lo que nos pasó me enseñó a valorar y a crecer más. De los errores aprendemos, algunos más que otros. En mi caso, aprendí lo necesario para enfrentar una crisis. Nunca perdí la calma. Los malos momentos llegan, pero también así se van".

Esta marca trujillana ocupa a más de ciento cincuenta familias de forma directa y a otras cien de modo indirecto. Su carta ofrece más de cuarenta platos, entre desayunos, piqueos, sopas y potajes tradicionales o regionales. El cliente no solo encuentra tradición, sino también innovación.

Confiesa doña Olga que las recetas son de su autoría. No se ha preocupado en escribirlas, sino en impartirlas al grupo de chefs que la acompañan. Como buena directora de orquesta, supervisa que se cumpla con el peso y cocción de cada producto, pues un segundo más o un segundo menos en cocina sí que cuenta.

En los cinco locales de El Rincón de Vallejo se encuentra un cuadro de la Virgen de la Puerta. Doña Olga se confiesa devota y creyente. Asegura deberle mucho. En sus momentos de alegría y felicidad levanta su rostro y se encomienda con fe. A veces reza. Solo cuando esto ocurre, el chisporroteo de ollas y sartenes deja de ser el sonido mágico en este templo del sabor.

Receta de éxito

Para doña Olga, la receta para el éxito se resume en los siguientes factores:



Ser perseverante: Si tienes un reloj, apártalo de ti. Los perseverantes renuncian a los tiempos establecidos. Trabajan más de la cuenta, crecen más de la cuenta y descansan menos siempre. Si sujetas tu vida a un reloj, nunca crecerás. No te traces límites.



Ama el trabajo: Si decides emprender algún proyecto, entonces no te detengas, solo hazlo. Ama todo lo que haces, pero con pasión. Quienes aman lo que hacen llegan lejos y siempre están por encima del resto. Les ganan a todos.



Diviértete: Nada hace más feliz al hombre que divertirse con lo que hace. Si vas a trabajar, diviértete; si vas a cocinar, diviértete; si vas a bailar, diviértete. Todo lo que hagas hazlo con diversión. Nunca asumas un compromiso sin el ingrediente de la alegría. Así no se llega lejos.



No seas egoísta: Todo lo que consigas en la vida debes compartirlo. Mientras más lejos estés, acuérdate de compartir. Y lo más importante: sirve a todos los que puedas. Los egoístas nunca se dan cuenta de quién está por encima o debajo de ellos. Por eso no crecen.



Autonort Trujillo

Familia Carranza

Un apellido que suena a carros

No nació en cuna de oro, sino más bien entre fierros, motores y carrocerías. Rodrigo Carranza Sasaki, nuestro entrevistado, es hijo de don Luis Carranza Torres —más conocido como Lucho Carranza—, quien falleció el año 2018. Don Lucho Carranza fue el fundador del Grupo Autonort Trujillo y Cajamarca, una de las distribuidoras de autos más importante del norte del país.

En Trujillo, el inicio de semana carece del ritmo vertiginoso de siempre. Por las calles de la ciudad, por lo general congestionadas y caóticas, apenas se desplazan algunos vehículos particulares y otros de servicio público. El comercio se ha detenido como el tiempo en una fotografía. Sin embargo, mientras el coronavirus impone una nueva normalidad, personas como Rodrigo se resisten a frenar.

Rodrigo Carranza Sasaki es, actualmente, el gerente general de Autonort Trujillo y Autonort Cajamarca, las

concesionaras de la poderosa marca japonesa Toyota en el Perú. Trujillano de nacimiento, heredó de su padre, don Lucho Carranza Torres, la experticia en los negocios del ramo automotor. En el norte, el apellido Carranza suena a carros.

Rodrigo Carranza Arangurí, padre de don Lucho, fundó, inspirándose en la filosofía del trabajo colectivo, una empresa de transportes dedicada al traslado de maquinaria e insumos hacia las zonas andinas de La Libertad. La bautizó como Transportes Rodrigo Carranza SAC. Era junio de 1949 y el romance con los fierros apenas comenzaba.

El negocio no tardó en posicionarse. Los Carranza se volvieron expertos en el traslado de mercadería y maquinaria, y, poco a poco, aprendieron a armar y desarmar motores. Se familiarizaron con carburadores, válvulas, bombas de gasolina, filtros y lubricantes. El

El emprendedor Rodrigo Carranza Arangurí funda la empresa de Transportes Rodrigo Carranza SAC.

1949



1972

Gracias al esfuerzo familiar se crea la firma Transportes Carranza Hermanos. Esta nace con una diversidad de servicios en el rubro.

Se firma el ambicioso contrato con la prestigiosa marca Toyota del Perú. La marca familiar empieza a crecer.

1998



1998

Autonort Trujillo SAC inicia operaciones, marcando un hito en el rubro con un portafolio de servicios para beneficio de sus clientes.

Nace Autonort Cajamarca SAC. Las empresas mineras de esta región se convierten en las principales clientes.

1999



2006

Inauguran Autonort sede Chimbote. Así inicia la conquista comercial de la región Áncash, una de las competitivas del país.

El grupo inaugura sede en Talara. Gracias a sus operaciones en otras regiones, los clientes reconocen la calidad y buena atención.

2011



2013

Abre la filial en Huaraz. La expansión en el mercado ancashino se consolida debido al eficiente y oportuno servicio.

Nace la Distribuidora Carranza Hermanos SAC (DCH), firma comercializadora de Castrol. Así se amplía el portafolio de servicios en el campo automotriz.

2014



2018

Fallece Luis Carranza Torres, CEO de Autonort.

crecimiento pisó el acelerador. En poco tiempo, ampliaron sus servicios a los de embarque y desembarque de navíos, alquiler de maquinaria pesada y equipo de movimiento de tierras, y almacenamiento de mercaderías.

Así nació Almacenera Trujillo SAC, empresa de servicios de almacenaje y de pesaje en balanza electrónica.

Tras alcanzar un excelente posicionamiento, la sociedad de los hijos de Don Rodrigo Carranza Arangurí se dividió.

En 1998, Toyota inició en el norte del Perú la búsqueda de un concesionario. La empresa, fiel a la filosofía de su fundador, el inventor e industrial japonés Sakichi Toyoda, buscaba un representante en el país, que trabajara bajo los principios de jidoka (automatización con un toque humano), just-in-time (justo a tiempo) y kaizen (mejora continua).

Rodrigo Carranza Sasaki aceptó la invitación a la reunión en la que los representantes de la marca japonesa expusieron su plan de ingreso al norte del país. A la cita acudió con don Lucho.

"Mi padre y yo fuimos sinceros con los representantes de Toyota. Les dijimos que conocíamos mucho de logística, pero nada de ventas. Sí les garantizábamos, en cambio, un buen servicio porque ya lo ofrecíamos. A ellos les gustó mucho nuestra sinceridad. Algo que pesó mucho para elegirnos es que se convencieron de que sabíamos mucho de la posventa. Les contamos cómo era nuestra operación: se malograba un vehículo y teníamos que salir inmediatamente a arreglarlo, de día, de noche, en domingo o feriado. La operación no se detenía".

Rodrigo Carranza Sasaki ha contado esta anécdota muchas veces y quizá siempre se le ilumina el rostro como ahora. Hoy, desde el cómodo sillón de cuero de su oficina, recrea este momento con un papel y una hoja. Escribe "1998" y, acto seguido, traza una línea sin término. Así se resume la historia de Autonort Trujillo SAC.

Tiene una mirada profunda que atraviesa las lunas de sus anteojos. No es de gestos a la hora de hablar. Su oficina, en el segundo piso del moderno local de la compañía, es el taller donde ensambla y desarma ideas para que el negocio no se detenga. Aquí no se aceptan pesimistas y todos predicán la frase de don Lucho: "Aún no le hemos ganado a nadie".

Autonort Trujillo SAC no tardó mucho en cruzar la línea de la expansión. Este fue un viaje de tramo largo. Hubo que aprovecharlo con prisa y sin reversas. Rodrigo y su padre tomaron el timón, apretaron el acelerador y llegaron hasta Cajamarca. Una poderosa empresa minera iniciaba sus operaciones y requería mantenimiento a su flota de camionetas. Los Carranza abrocharon cinturones y emprendieron la aventura.

"Ganamos la licitación con Yanacocha. A ellos les gustó mucho el servicio integral de la compañía. No solo vendíamos una camioneta, sino que nos preocupaba su mantenimiento, su estructura y todo lo que ofrece la cadena de valor con la que cuenta cualquier vehículo Toyota".

Cajamarca no fue el único paradero en la conquista. También se sumaron Chimbote, Talara, Huaraz y Tarapoto. Cada concesionaria tuvo como respaldo el éxito de Toyota, proveniente de su filosofía, basada en su habilidad para cultivar el liderazgo, los equipos y la cultura organizativa, así como para proyectar una estrategia a largo plazo, construir relaciones con los proveedores y mantener una organización basada en la mejor continua.

"Cada región posee particularidades y necesidades propias que nos desafían a investigar el mercado. Reconocer las necesidades de la gente y adaptar productos y servicios de acuerdo con su economía se ha convertido hasta ahora en una de nuestras principales estrategias. Los clientes saben de la forma en que Toyota diseña y fabrica sus vehículos, dotando de una gran consistencia a sus procesos y producción. La increíble



1



1



2

1. Inicios de la empresa, bautizada como Transportes Rodrigo Carranza S.A.C., 1949.
2. Don Rodrigo Carranza Arangurí, fundador.

consistencia del rendimiento de Toyota es el resultado directo de su excelencia operacional, que se ha convertido en un arma estratégica".

Autonort Trujillo SAC cumplió veintidós años el 2020: más de dos décadas incorporando ruedas a la necesidad del consumidor, sin distingo de clases sociales. La empresa comenzó a operar con veintisiete empleados y, actualmente, constituye el sustento de al menos 550 familias repartidas en diferentes regiones del norte peruano. Se trata de un éxito que dibuja sonrisas en los Carranza y que los lleva a reconocer que en este viaje de aprendizaje está prohibido disminuir la velocidad.

"El tiempo nos ayudó a entender que el éxito de la operación consistía en adicionar, a la compra de la unidad, el servicio de mantenimiento. Empezamos aplicando esta

“

Reconocer las necesidades de la gente y adaptar productos y servicios de acuerdo con su economía se ha convertido hasta ahora en una de nuestras principales estrategias.

Rodrigo Carranza Sasaki

estrategia a un vehículo Corolla y luego la extendimos a otros modelos; realmente funcionó. El cliente ha construido la cultura de adquirir una unidad con un servicio de mantenimiento prepago. Aquí la fuerza de venta trabaja bastante en esta persuasión".

En el lugar indicado

En todo viaje hay obstáculos y en el mundo de los autos estos sobran. Sin embargo, Rodrigo asegura que los Carranza han sido formados para encontrar soluciones y actuar con creatividad ante la adversidad. Eso lo aprendieron de su abuelo, don Rodrigo Carranza Arangurí.

"Según me contaba mi abuelo, hubo momentos difíciles, pero se superaron con mucho trabajo, con ingenio y con la solidaridad de todos. Recuerdo muchas frases como: Tienes que proponerte una meta, pero también tienes que trabajar con creatividad". Así formó mi abuelo a sus hijos. Esta cultura de buenas prácticas ha sido aprendida por la segunda generación. Mi padre siempre nos inculcó el "Anda, mira, aprende, conoce y aplica todo lo que sabes. Ayuda a quienes no saben y pon creatividad en tus decisiones. Siempre hemos sabido aplicar un plan b, c o d ante los problemas".

Sin embargo, y como toda empresa exitosa, su historia también transitó por el túnel de la crisis. Dos hitos — como los llama Rodrigo— concentran este momento.

"Nos tocó vivir una crisis económica que fue el resultado de abrir en forma simultánea las concesionarias de Cajamarca, Talara y la ampliación de Trujillo. Este crecimiento nos puso en un estrés financiero. Gracias a la ayuda y visión de mi padre, poco a poco salimos de esto. ¿Qué más hicimos? Lo vuelvo a repetir: trabajamos y trabajamos. Mi padre era de aquellas personas que te acompañaban el último día del mes para cerrar una venta o evaluar una postventa y, al día siguiente, te decía con certeza: "No le has ganado a nadie, ayer fue fin de mes, te felicito, pero hoy es un nuevo mes y todavía no le ganas a nadie"".

Aquí no se aceptan pesimistas y todos predicán la frase de Don Lucho: "Aún no le hemos ganado a nadie".

El segundo hito ocurrió el 2018. La muerte —que no sabe de frenos— embistió a los Carranza. Don Lucho falleció cuando la empresa necesitaba aún de él. Su hijo recuerda este momento, sacudido por la nostalgia. La partida supuso retos para los herederos. El principal: continuar con el legado, aplicar su receta de planificarlo todo, y desafiar siempre, a cuerpo limpio, al trabajo.

Crecimiento sin límites

La diversificación de sus negocios, así como el empleo de estrategias eficaces para comunicar sus ventajas competitivas, constituyen aspectos clave en el éxito de los Carranza. Toyota reconoce que en el norte del Perú encontraron una empresa responsable, dispuesta a correr riesgos y preocupada por atender las necesidades de los consumidores.

Rodrigo revela que aplica al pie de la letra las enseñanzas de su padre. Desde su puesto de gerente general, entiende que hoy el método del justo a tiempo y la mejora continua son los combustibles que necesita el negocio para no detener su tránsito. Y el tiempo le ha concedido la razón.

A la fecha, Autonort Trujillo SAC cuenta con ocho locales, dos de ellos en Trujillo. Uno opera como centro de venta de vehículos y, el otro, como un gran taller de servicio de planchado y pintura. Sus operaciones con las empresas mineras han aumentado. De tener un contrato solo con la minera Yanacocha, ahora mantienen relaciones comerciales con otras seis.



Toyota reconoce que descubrieron en el norte del Perú una empresa responsable y atrevida, que descubre lo que necesita el consumidor y que vive para atender sus necesidades.



1. Don Luis Carranza Torres.
2. Don Luis con representantes de la marca Toyota en Perú.

En el negocio también participan los hermanos de Rodrigo. Luis Fernando, por ejemplo, jefatura el sistema de ventas de la línea Toyota; José, en tanto, es el responsable de la marca Hino.

"La muerte de mi padre no ha supuesto un relajo en la empresa. Todos seguimos trabajando. Mi madre está viva, pero ella nunca ha participado del negocio; sin embargo, es la socia mayoritaria. La performance de Autonort Trujillo y Cajamarca no ha disminuido; es más, continuamos batiendo récord de ventas".

La solidaridad es un valor que cultiva la familia de Autonort Trujillo y Cajamarca. Don Lucho construyó una empresa con un modelo sostenido de apoyo a los colaboradores. En tiempos de pandemia, esa característica fortaleció aún más las relaciones internas.

"Siempre estamos pendientes de nuestros colaboradores y sus familias. Hemos brindado todo el apoyo posible. Ha habido casos en los que ha sido necesario movilizar a familiares de trabajadores desde Barranca o Cajamarca con nuestras propias unidades. Obviamente, en los primeros días de la pandemia no había transporte y esta ayuda era necesaria".

La familia es el núcleo de la sociedad y también del Grupo. Por eso, los Carranza son cuidadosos a la hora de reclutar a los colaboradores de la empresa. Además de contratar a personas altamente calificadas para la tarea que van a desempeñar, se aseguran de que posean buena actitud, capacidad de servicio, predisposición a escuchar y, sobre todo, espíritu solidario.

Desafíos y retos

Rodrigo sonríe y asume una postura pensante cuando se le pregunta acerca de los próximos retos empresariales. Toma el lapicero y la hoja que reposan sobre su escritorio y vuelve a escribir. Se acomoda y pisa de nuevo el acelerador.

"La filosofía de la mejora continua, que aplicamos en todo momento, me hace pensar en todos los retos que tenemos por delante. Mi padre nos ha dejado temas urgentes e importantes por resolver. Seguiremos posicionándonos como el más importante distribuidor de autos Toyota del norte del Perú y pensamos llegar a zonas donde aún no tenemos oficinas comerciales. Asimismo, tenemos la firme convicción de que una empresa no puede crecer si su gente no ha interiorizado la mística de la organización. Por eso, continuaremos invirtiendo para que nuestro personal asuma como propia la mística de la cultura de Toyota, basada, precisamente, en la mejora continua y en ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes".

Los Carranza pueden darse el lujo de asegurar que, desde sus inicios, siempre estuvieron estacionados en el lugar indicado.

Y mientras eso ocurre, el Grupo no deja de crecer. De esta firma se desprende la distribuidora Carranza Hermanos que comercializa la marca Castrol en todo el norte y el oriente del Perú. La reciente creación de Tsutomu también les abre las puertas a la conquista de un nuevo mercado con la marca Honda.

— ¿El viaje no se detiene? —le pregunto.

— No, estamos acá para quedarnos y ten la seguridad de que seguiremos consolidando nuestra operación y creciendo.

Seguiremos invirtiendo en que nuestro personal siga la mística de la cultura de Toyota basada en la mejora continua y en ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes.



1. De izquierda a derecha: Luis Fernando Carranza Sasaki, Rodrigo Carranza Sasaki, María Sasaki Vda. de Carranza y José Carranza Solís.
2. Sede en Cajamarca.



Hielos Norte

Familia Cassinelli

La familia del hielo y el agua embotellada en el norte

A inicios del siglo XX, los hermanos Cassinelli Chiappe decidieron dejar Italia, en busca de un futuro ambicioso en el Perú. Conocían acerca de las oportunidades de crecimiento en la tierra de los incas y confiaban en conquistarlas con trabajo arduo y disciplinado.

Enrique, José, Juan, Andrés y Santiago llegaron a Lima y, al poco tiempo, se involucraron en algunos de los negocios de la época. Enrique, por ejemplo, trabajó como ayudante en el bar Cordano, uno de los más antiguos y tradicionales del centro histórico de la capital. Este negocio, situado a pocos metros de Palacio de Gobierno, fue abierto por los genoveses Virgilio Botano y los hermanos Luis y Antonio Cordano. Enrique conoció allí las buenas artes de la atención al público.

Años más tarde, los Cassinelli Chiappe emigraron al norte. En Trujillo, aplicaron sus conocimientos industriales y

fundaron, en pleno centro de la ciudad, la empresa Fratelli Cassinelli. Corría 1910. También inauguraron el bar Trieste y, posteriormente, adquirieron una fábrica de gaseosas, propiedad de la familia Altuna.

Las bebidas se distribuían en la provincia y en zonas aledañas. Debido a su éxito, los hermanos decidieron abrirse camino en otros rubros; así, instalaron una procesadora de fideos, una de hielo y una curtiembre.

Santiago, el menor, dejó Trujillo y se mudó a Chiclayo. Motivado por el deseo de expandir los negocios familiares, instaló una fábrica de gaseosas. Poco después, el producto se distribuía en otras ciudades del norte, como Piura, con lo cual, el apellido Cassinelli se popularizó. Había comenzado el éxito empresarial de la familia. Los hermanos Cassinelli comprobaron pronto el dicho de que "nadie es profeta en su tierra".

Los hermanos Cassinelli Chiappe (Enrique, José, Juan, Andrés y Santiago) abandonan Italia y se mudan al Perú con la intención de formar empresa.

1900



1910

Los Cassinelli Chiappe llegan a Trujillo y montan su primera empresa industrial en el centro de la ciudad: Fratelli Cassinelli.

Los hermanos inauguran el bar restaurante El Trieste, donde se realizaban acostumbradas reuniones juveniles de la época.

1911



1912

Compran una fábrica de gaseosas, propiedad de la familia Altuna, que se convierte en una de las más populares.

Abren una procesadora de fideos, una de hielo y una curtiembre. Los tres negocios se consolidan en poco tiempo.

1913



1914

Santiago, el menor de los Cassinelli Chiappe, instala una fábrica de gaseosas en Chiclayo. Aquí empieza la expansión de la marca.

Cassinelli se consolida como una conocida fábrica de gaseosas que distribuye las marcas: Bidú Cola, Orange Crush y Canada Dry, en su sabor de piña.

1915



1950

Empieza la producción y envasado de San José, la primera agua con gas en el norte del país. El nombre responde a uno de los hermanos.

La familia maneja tres grandes fábricas de gaseosa asentadas en Trujillo, Chiclayo y Sullana (Piura). Cassinelli se consolida como marca.

1970



Los Cassinelli venden su fábrica de Trujillo. Ulises instala una fábrica de hielo con una sola intención: convertirla en la más grande e importante del norte del país.

1987

Ulises Cassinelli Pretel funda la empresa Hielos Norte. Por entonces, no existían tantas fábricas de hielo para satisfacer la demanda en el norte del país.

Se lanza la marca de agua de mesa Aguafiel, con la finalidad de posicionarse como una de las más exitosas en su rubro.

1995



2010

Desde el 2010, la empresa cierra adquisiciones trimestrales de 5 mil botellones para el embotellamiento y distribución. Aguafiel se distribuye en botella y botellones.

Cassinelli conquistó el mercado con una bebida de agradable sabor y de presentación atractiva. Estas características le sirvieron para ganarse el cariño del público y extender el portafolio de productos con marcas como Bidú Cola, Orange Crush y Canada Dry. Gracias a la gran demanda, la producción de bebidas gaseosas creció, de manera sostenida, en los siguientes años. En los setenta, la marca poseía tres grandes fábricas: en Trujillo, Chiclayo y Sullana (Piura).

En los ochenta, la marca pasó a manos de la segunda generación. En ese momento, los Cassinelli vendieron la fábrica de Trujillo. Ulises, uno de los hijos de don Enrique, apostó por la industria de las aguas procesadas. Siguiendo la tradición, instaló una fábrica de hielo, con un objetivo claro: convertirla en la más grande e importante del norte del país.

Hielos norte

En 1987, Ulises Cassinelli Pretel fundó la empresa Hielos Norte. Se trataba de una apuesta ambiciosa. Por entonces, no había suficientes fábricas de hielo para satisfacer la demanda del mercado, entre ellas la del sector pesquero, que requería de ingentes cantidades de este para la conservación de sus productos.

Ulises descubrió la oportunidad y decidió correr su propio riesgo. No se equivocó. Cinco años más tarde, incorporó a su empresa un nuevo producto: hielo en cubitos embolsado.

Hielos Norte ganó un nombre en el escenario de la industria norteña. La competencia sabía que la marca se respaldaba en un apellido con tradición y experiencia en el mercado. La expansión continuó con el procesamiento y distribución de otros productos. Así nació Agua Fiel en presentación de botellón de 20 lt.

Don Ulises continúa en la gerencia general de la empresa y cuenta con el apoyo de su hijo Paolo Cassinelli Roeder, quien forma parte de la tercera generación.

La voz de Paolo

Paolo refiere que, gracias a su padre, desde niño conoció de cerca las características del negocio. Asegura que, ahora, su objetivo es mantener la calidad de los productos y expandirlos a otros mercados. Se trata de asumir nuevos retos.

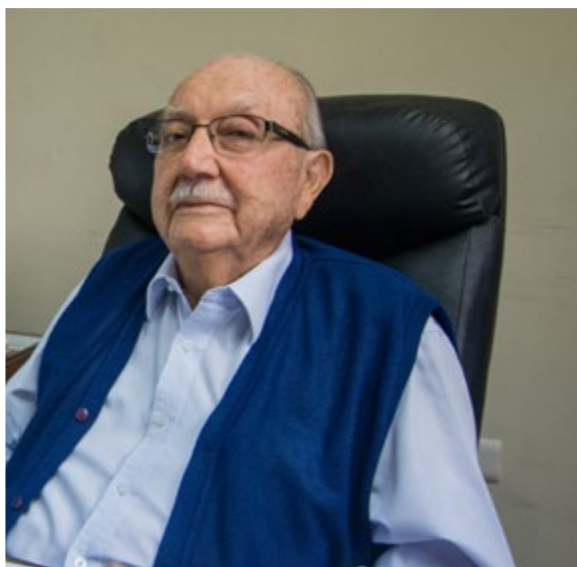
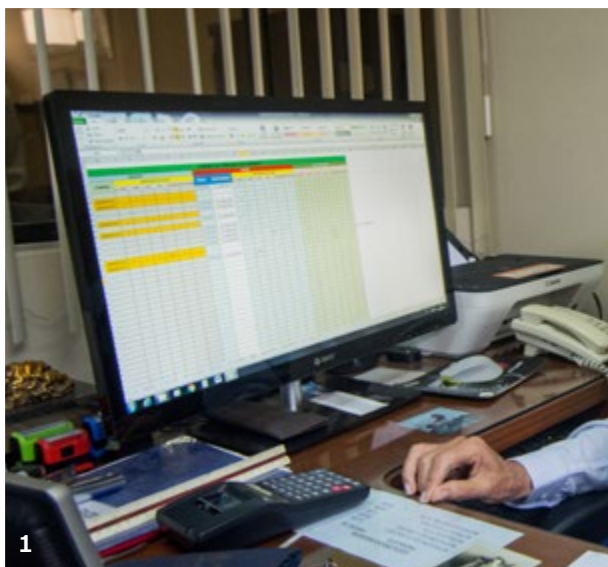
"Mi padre siempre dice: "Donde hay oportunidad, ahí hay un negocio". Simplemente, hay que ser ordenados, tener claro qué se ofrece, e insistir, insistir e insistir hasta abrir el mercado. No hay fórmulas secretas".

En la actualidad, Hielos Norte posee un portafolio de productos variados: hielo en cubitos embolsado, hielo en barra y agua de mesa. Esta última se expende en botellas y bidones, bajo la marca Aguafiel. Cada producto tiene un posicionamiento distinto. Por ejemplo, el hielo en cubitos embolsado y el agua en botellón lideran las ventas en el norte, mientras que el agua de mesa mantiene allí una presencia de alrededor del cuarenta por ciento.

"En 1995 lanzamos oficialmente nuestra marca Aguafiel. Le pusimos ese nombre porque nos interesaba mucho el concepto de fidelidad y popularidad", dice Paolo.

Como toda marca nueva, Aguafiel tuvo que ganarse el cariño y la preferencia del público a base de una buena oferta y de estrategias inteligentes. Paolo recuerda que, junto a su padre, emplearon dos estrategias diferenciadas: una para posicionar el agua de mesa y otra para la de botellón.

"Cuando salimos al mercado, en el 95, el consumo de agua no era tan popular. Gracias a las nuevas tendencias y a la preocupación por la calidad de vida, ahora el público se cuida más. Incluso, por indicación médica, consume más agua. Nosotros hemos aprovechado bien el momento. Cuando descubrimos que había una oportunidad clara, no dudamos en invertir".



1. Ulises Cassinelli, fundador, en sus oficinas.
2. Carga del camión San José con botellas de 650 ml.
3. Presentaciones anteriores de botella familiar y botella de litro de Gaseosas Cassinelli.

Cuando salimos al mercado, en el 95, el consumo de agua no era tan popular como ahora. Gracias a las nuevas tendencias y calidad de vida, ahora el público se cuida más, valora –por indicación médica– el consumo de agua.

Padre e hijo sabían que, para competir, era necesario evaluar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de sus productos. Así, en el caso del agua de mesa, descubrieron que una de sus principales debilidades era el canal de distribución y la logística.

"Hablamos de empresas competidoras con un gran respaldo internacional y toda una capacidad organizada. Estábamos dispuestos a competir, pero éramos conscientes de que no iba a ser de igual a igual. Por eso, decidimos abrir mercado en el caso del agua en botellón. La estrategia fue invertir en nueva tecnología y envases, pero, además, crear una fuerza de ventas que nos permitiera avanzar de forma rápida".

La respuesta esperada la alcanzarían en el 2010. El mercado reveló a los Cassinelli que, si querían popularizar el agua en botellón, debían introducir más envases. Solo proporcionando recipientes a los compradores se podía generar una cultura de consumo. Una fórmula de venta sencilla, pero eficaz.

"En 1995, la primera compra fue de mil botellones. Con esta cantidad ingresamos al mercado. Desde el 2010 hasta ahora cerramos adquisiciones trimestrales de cinco mil botellones. La cifra es clara. Era necesario invertir para sembrar más y más botellones. Solo así el cliente tendría la opción de conocernos y comprarnos. La gente que no poseía un envase no podía comprar el producto".

Los empresarios no han dejado de invertir en el negocio de hielo. En los últimos años, modernizaron la planta y, como resultado, la producción aumentó en un veinticinco por ciento. Gracias a este crecimiento, Hielos Norte lidera la venta de agua en botellón en la mayoría de las provincias del norte del país. El éxito le ha permitido, asimismo, ingresar a otras regiones, como Áncash. Debido a la gran demanda, se instaló una planta en Chimbote, para abastecer a las provincias del Santa, Casma y Huarney.

“

En nuestra empresa la filosofía es clara: vemos los problemas como una oportunidad para ganar experiencia. Lo mejor que hemos hecho en todos estos años es capitalizar la crisis como experiencia. Siempre hemos sacado algo bueno de ella. Por eso digo que todavía no conocemos el éxito.

Paolo Cassinelli Roeder

"En nuestra empresa la filosofía es clara: vemos los problemas como una oportunidad para ganar experiencia. Lo mejor que hemos hecho en todos estos años es capitalizar la crisis como experiencia. Siempre hemos sacado algo bueno de ella. Por eso digo que todavía no conocemos el éxito. El día que cerremos el círculo de la producción y diversifiquemos nuestros productos, ahí podré decir que ya lo conocimos. Por ahora, seguimos trabajando, pese a las dificultades. Esto es lo que más se aproxima al éxito".

Una nueva generación se ha sumado al crecimiento de la marca. Paolo tiene tres hijas: Paola, Selene y Rafaella. Las dos primeras, ya graduadas, trabajan con él. Ellas representan la cuarta generación de un apellido asociado



1. Ulises Cassinelli al lado de su hijo Paolo Cassinelli.
2. Embotellamiento de Agua fiel en bidones.
3. Botella actual de agua San José de 650 ml.

al éxito empresarial en el norte del país. Paolo asegura que sus hijas no deben pensar que una empresa familiar les garantiza un trabajo estable.

"Yo les digo a ellas que estudien y se preparen porque la vida no es sencilla. Mientras les pueda ofrecer una buena educación, que la aprovechen. Y que salgan a buscar trabajo y se especialicen. Ya cuando estén debidamente capacitadas podrán sumarse al proyecto".

La empresa de la familia Cassinelli evoluciona constantemente dentro del rubro industrial. En un

tiempo de cambios y renovaciones, don Ulises, Paolo y las hijas de este —tres generaciones juntas—, observan el horizonte en busca de nuevas oportunidades. Están convencidos de que el negocio perpetuará su existencia y coinciden en que su éxito no esconde recetas, sino trabajo y lecciones. Las más importantes consisten en ofrecer productos de calidad y comunicarse adecuadamente con los clientes y consumidores. En esta época cuando el agua reestrena popularidad, ellos están preparados para sumergirse en ella.

Receta del éxito



Comunicación: Si tú comunicas correctamente al personal lo que deseas, todo funcionará. Una correcta comunicación te permite controlar las crisis, manejar las oportunidades y evaluar las decisiones.



Ahorro: Una de las claves para que nos haya ido bien es el ahorro. En nuestra empresa inculcamos aquello de "gasta para lo que necesites, no compres lo que no necesites". Si aplicas una política de ahorro, entonces no habrá endeudamiento. Si una empresa genera ingresos y estos son bien manejados, entonces será rentable.



Orden: Si no hay orden, las decisiones no se respetan ni los procesos se cumplen. Toda empresa necesita mantener una gran disciplina en diversos aspectos: en el gasto, en los procedimientos, en lo laboral. Constituye un factor importante; por eso, cuando se pierde, se pierde mucho.



Pisar sobre la tierra: Significa asumir las debilidades, pero también las oportunidades. Es bueno soñar, pero también saber qué tenemos, qué nos falta y qué debemos hacer para ser mejores.

Están firmemente convencidos de que el negocio perpetuará su existencia y coinciden en que si las nuevas generaciones que asuman el reto de dirigirlo aplican –al pie de la letra– la fórmula de la correcta comunicación y de la puesta al mercado de productos de calidad, la operación seguirá en pie.



Pasión: Si no realizas tu trabajo con gusto, entonces no hagas nada. Es muy importante. Solo los apasionados trabajan sin reloj, sin complejos, sin miedos. Pasión es hacer con amor lo que más nos gusta, o mejor, divertirnos en lo que sabemos hacer.



Dulcería y Pastelería "Castañeda"

Familia Castañeda

Endulzando el paladar de los peruanos
de generación en generación

En la Dulcería y Pastelería "Castañeda", el público no solo aprende de bizcochos y de ingredientes que dan vida a deliciosos manjares. Quien ingresa al tradicional negocio trujillano recibe —sin proponérselo— clases de cultura general y sugerencias acerca de cómo hablar correctamente y de manera elegante.

El maestro de turno es don Carlos Castañeda Cueto, un empresario con obsesiones que no piensa abandonar. Hablar correctamente es una de ellas. "Y si yo lo puedo hacer, ¿por qué el público no?", se pregunta. La puntualidad es otra. Cada vez que alguien llega fuera de la hora pactada, él está ahí para extender su brazo y mostrar el reloj.

Tiene 79 años, once hijos y veintitrés nietos. Postuló en dos ocasiones a la carrera de Derecho en la Universidad Nacional de Trujillo (UNT), pero no ingresó. Quería ser abogado como su abuelo, el vocal Horacio Cueto Mejía.

Sin embargo, el no haber puesto un pie en la superior casa de estudios no asfixió su ímpetu por ser cada día mejor. Aclara —entre risas y en voz con tono militar— que no es "bruto", y que si no ingresó a la UNT, fue porque simplemente no le calificaron con justicia su mejor examen: Geografía del Perú.

Don Carlos es el gerente de ventas "Castañeda", la dulcería y pastelería más tradicional de Trujillo —"una verdadera tradición familiar", como reza su eslogan— que, desde 1925, ha construido su popularidad a partir de un souvenir gastronómico esponjoso y suave, hecho a base de mantequilla y yemas: los tradicionales bizcochos.

La historia

La historia de la Dulcería y Pastelería "Castañeda" es la historia de don Alejandro Castañeda Sánchez, padre de don Carlos y sus demás hermanos. Transcurría el año

Alejandro Castañeda Sánchez abandona Guadalupe, una provincia al norte de La Libertad, y se muda a Trujillo. Aquí se dedica a la preparación de dulces.

1925



1930

El negocio se muda a la primera cuadra del jirón Zela, en Trujillo. Esto, a pedido de las familias tradicionales que reclamaban aumentar la producción de los dulces.

La Municipalidad Provincial de Trujillo concede la medalla de plata y diploma de honor a la familia Castañeda por convertir su marca en identidad para la ciudad.

1958



1970

Los Castañeda reciben la visita de representantes de una marca italiana. Los extranjeros querían comprar la marca trujillana, pero, en especial, la receta de los bizcochos.

Los bizcochos y otros productos de la marca estrenan etiqueta comercial. Esto les permite mejorar su competitividad.

1971



1984

Don Alejandro Castañeda, antes de fallecer, le revela a su esposa la receta de los bizcochos. Ella haría lo propio, en 1999, con sus hijos.

Dulcería y Pastelería "Castañeda" empieza el crecimiento con otros locales distribuidos en diferentes calles de la ciudad. Eso los hace merecedores a otro reconocimiento municipal.

2000



2005

La familia recibe la invitación para participar en la Feria Internacional de Barcelona, con la finalidad de exponer su caso de éxito y productos.

La historia de la familia queda registrada en el libro de emprendimiento 'Líderes con norte', editado por el Grupo La Industria.

2018



2021

Un equipo del Banco Interamericano de Desarrollo entrevista a la familia para promover su historia como ejemplo de emprendimiento.

1925 en la solariega y colonial Trujillo cuando este joven de contextura menuda, ojos redondos y mirada firme decidió abandonar su natal Guadalupe para buscar un mejor futuro en la ciudad primaveral.

Llegó con poco dinero, pero trayendo un tesoro mayor: sus conocimientos de pastelería. Este oficio lo aprendió de manos de unos italianos que, por esos días, habían migrado hasta su localidad. Tenía 29 años cuando se aventuró en busca de su propio futuro. Se instaló en una humilde casita del barrio La Unión, donde construyó un pequeño horno de barro. Ahí, sobre una mesa de madera, inició la preparación de rosquitas de manteca, besitos, milhojas, manjar blanquillo, camotillo, suspiros, pan de manteca y pan de yema.

Don Alejandro era el panadero, pastelero y también el vendedor. Profesaba una filosofía que su hijo recuerda con orgullo: "Al cliente hay que tratarlo con cariño. No hay que buscar intermediarios para que el producto llegue a sus manos. Uno mismo tiene que prepararlo y entregarlo para conocer si le gustó o no".

Y así sucedía diariamente hasta que caía la tarde. Canastón en mano, el guadalupano recorría las calles de un Trujillo que poco a poco empezaba a crecer. Ingresaba al centro de la ciudad y no solo ofrecía su producto, sino que, además, ya dejaba encargos en las casas de algunas familias de abolengo, como los Ganoza Vargas, González de Orbegoso y muchas más.

Los dulces gustaron mucho y esto lo obligó a mudarse de casa para construir un horno más grande e incrementar la producción. Así llegó a la primera cuadra del jirón Zela, en la entonces llamada "bajada de los rieles". El paso del ferrocarril constituía un lugar estratégico para la venta de los manjares.

Años más tarde, el negocio se mudó hasta la séptima cuadra del mismo jirón. Ahí funciona hasta ahora una de las cinco tiendas que forman parte del grupo empresarial. En este punto de venta —y, además,

fábrica— don Alejandro, viudo en aquel entonces, conocería a doña Victoria Cueto. Y el amor nació entre dulces, recetas y galantería. Cuenta su hijo que lo que más le sobraba a esta unión era delicia.

Con doña Victoria, Alejandro se aventuró en la preparación de un nuevo producto: los bizcochos de yema. Un día elaboró el dulce para la familia y amigos. No hubo paladar que protestara. Era el producto perfecto. Así empezaba a hornearse una singular historia de éxito.

Receta mágica

La venta de los bizcochos no requirió de un plan de marketing, pues fue suficiente el tradicional boca a boca. La gente corrió la voz que en la séptima cuadra de Zela se ofrecía una exquisitez a base de yema, y que tenía como artífice a don Alejandro Castañeda Sánchez.

La inquietud común era conocer si existía una receta mágica para lograr que estos bizcochos fueran tan deliciosos.

"Alguien, alguna vez, le preguntó a mi padre, durante una entrevista, cuál era la receta del bizcocho que provocaba que este saliera tan delicioso. Él soltó la carcajada y dijo que no había ningún secreto: "Póngale usted ingredientes de calidad a lo que prepara y le aseguro que todo saldrá bueno. Si prepara algo por ganar y piensa en prepararlo con ingredientes corrientes, entonces no espere algo bueno"".

Don Carlos revela que los bizcochos de yema le deben la fama a la calidad de sus ingredientes y a una preparación especial. Recuerda que su padre, antes de morir, en 1984, le reveló el secreto a su esposa y esta hizo lo propio, en 1999, con sus siete hijos, antes de fallecer.

El gerente de ventas del grupo recuerda con emoción que la fama de los bizcochos "Castañeda" fue tal que cuando don Alejandro aún estaba en vida recibió la visita de cuatro representantes de una conocida marca italiana.



1



2



3

1. Don Alejandro con doña Victoria y amigos.
2. Luis Alberto Castañeda Cueto – Gerente General.
3. Don Alejandro Castañeda Sánchez, fundador.

Los potenciales compradores no dudaron en ofrecer un cheque con varios ceros con tal de adquirir la fórmula de los famosos bizcochos de yema. El fundador consultó la propuesta con su esposa. Esta, sin dudarlo, se pronunció por un no rotundo.

"No Alejandro, no vendas", le dijo mi mamá, sin pestañear. Finalmente, no vendió nada. Los señores se retiraron y mis padres continuaron con la preparación. Siempre me pongo a pensar qué hubiera ocurrido si la hubiéramos vendido".

Nace un nuevo grupo

Con la muerte de don Alejandro y de doña Victoria, el negocio pasó a manos de sus hijos. A partir de entonces se llamó Hermanos Castañeda Cueto SAC. Todos prometieron trabajar con la misma dedicación y pasión con que lo hicieron sus padres. El compromiso, además,

“

Al cliente hay que tratarlo con cariño. No hay que buscar intermediarios para que el producto llegue a sus manos. Uno mismo tiene que prepararlo y entregarlo para conocer si le gustó o no.

Alejandro Castañeda Sánchez

era uno: cuidar la receta y no variar ni un ápice los ingredientes. Papá Alejandro ya lo había creado todo. Si el bizcocho era delicioso, entonces la fórmula era perfecta y no existía la necesidad de variarla.

"En el año 1966, mi padre tuvo la idea de ponerle una etiqueta con su marca a cada bizcocho. Era espectacular ver dentro del horno a un ejército de etiquetas sobre cada bizcocho. A raíz de esa idea, la competencia hasta el día de hoy, copia a mi padre."

Otra tarea de los herederos era impulsar, sin intermediarios, el negocio. El patriarca les reiteró que toda buena venta era aquella en la cual el propietario atiende directamente a los clientes para conocer sus necesidades. Los Castañeda siguieron la recomendación al pie de la letra y nada les falló. El 2018 celebraron noventa y tres años de vida empresarial ininterrumpida.

Estuvieron a punto de quebrar dos veces, pero el tema no pasó a mayores.

"Somos ricos de apellido. Nuestro apellido es lo más valioso que tenemos y por eso debemos cuidarlo. Mis padres hicieron todo lo que hoy es el negocio. A nosotros nos ha correspondido continuarlo. Cada enseñanza de mi papá sigue vigente y eso que él nunca fue a la universidad".

Los herederos del imperio de los dulces conversan permanente con sus clientes. Para ellos, en esto reside la clave de su éxito. No leyeron dicha máxima en ningún libro de administración. La aprendieron con el transcurrir del tiempo, ofreciendo cada uno sus productos. Don Carlos, como gerente de ventas, va más allá de esta estrategia e incorpora una más: el testeo de los dulces.

"Es el público el que sugiere los productos y el que valora la atención que más tarde permitirá que más y más clientes se acerquen. Hay clientes que nos dicen que algún producto es superior al nuestro. Eso es mentira. Si fuera mejor, la calidad de su galleta de yema superaría

Don Carlos revela que los bizcochos de yema le deben la fama a la calidad de sus ingredientes y a una preparación especial. Recuerda que su padre, antes de morir, en 1984, le reveló el secreto a su esposa y esta hizo lo propio, en 1999, con sus siete hijos, antes de fallecer.

a la nuestra. Nuestras galletas son de pura yema. Ahí le llevamos ventaja a muchos colegas".

Pero no solo en la galleta de yema está el encanto de los dulces. El manjar blanco también tiene un ingrediente que lo hace distinto al resto.

"Un día vino a ofrecernos leche en polvo un distribuidor de Lima. Yo le dije que mi papá era enemigo de los productos artificiales. El manjar blanco debe estar elaborado con leche fresca, de vaca, y la galleta, con pura yema de huevo. El distribuidor me dijo que vendía leche en polvo a muchas dulcerías y pastelerías, en el norte. Le respondí que, con razón, su manjar blanco no salía fino. Al añadirle preservantes todo se echaba a perder".

En este casi siglo de funcionamiento, "Castañeda" ha paseado la fama de sus productos por todo el país y el extranjero. Tiene cuatro tiendas o puntos de venta en Trujillo, además de una fábrica. En Lima, funcionan seis distribuidoras. En provincia, los representa una distribuidora en Piura, dos en Chimbote, una en Salaverry, una en Pacasmayo y cuatro minimarkets en nuestra ciudad.

"Tenemos cuatro tiendas en la ciudad. Hemos cerrado dos, no porque nos haya ido mal, sino porque quedaron



1



2



3

1. Los productos bandera de Dulces Castañeda.
2. Producto bandera bizcocho de yema.
3. Carlos Castañeda Cueto.

mal con nosotros. Ese fue, por ejemplo, el caso del Terrapuerto de Trujillo. Nos ofrecieron que todas las empresas de transporte iban a estar allá, pero al final no fue así. No hubo la afluencia que esperábamos. Por eso se cerró".

Son más de treinta los productos que componen la marca, cada uno con su toque especial. En todos, el sello característico es la inconfundible etiqueta verde, en la que resalta la inconfundible corona real.

"Una tía, hermana de mi madre, trabajó para un empresario judío, en Lima. El señor era dueño de la fábrica y distribuidora de medias "Imperial" que usaba la corona que hoy empleamos. El judío, al cerrar el negocio, le autorizó a mi tía el uso del símbolo. ¿Qué significa? Pues distinción, importancia y realeza".

Don Carlos no solo es el gerente de ventas de la empresa. Se encarga, asimismo, de la habilitación y decoración de las tiendas, así como del diseño de los accesorios para los productos, como etiquetas, bolsas para transportar los bizcochos y cajitas para los alfajores.

Los potenciales compradores no escatimaron en ofrecer un cheque con varios ceros con tal de adquirir la empresa. El fundador consultó la propuesta con su esposa. Esta, sin dudar, se pronunció por un no rotundo.

También funge de relacionista público y embajador de la marca. Ha tenido el gusto de atender a tres presidentes de la república, ministros, diplomáticos, artistas, futbolistas y voleibolistas. Asimismo, por su manejo del idioma inglés, no tan perfecto pero entendible, ha podido atender a clientes de diversos países del orbe, casados mayormente con peruanas (África, Australia, Japón, Alemania, Suiza, Francia, China, Brasil y Canadá).

"Yo podría trabajar con mis hermanos en la fábrica del jirón Zela, pero prefiero quedarme en la tienda de Pizarro porque aquí converso con el cliente, les hablo del producto, y les comento acerca de nuestras bondades y de todo lo que ellos desean saber. Aquí he tenido el gusto de atender a todo tipo de clientes, desde turistas hasta presidentes de la república. A esta tienda han venido Morales Bermúdez, Alan García y Valentín Paniagua. Incluso, una vez vino Nadine Heredia —la esposa del presidente Ollanta Humala—, quien ingresó y preguntó: "¿Aquí es donde venden los bizcochos más deliciosos del Perú?"

"Castañeda" no ha cesado en sus ambiciones de expansión. Don Carlos comenta que para ellos el crecimiento no consiste solo en colocar tiendas en el último rincón del país, sino en avanzar de forma ordenada, buscando siempre al público, como lo han hecho hasta ahora.

Es consciente de que un producto como el que vende no puede penetrar en mercados internacionales, por su tiempo límite de consumo. Si, por ejemplo, quisieran extender la existencia de los bizcochos, tendrían que emplear preservantes y eso alteraría la receta inicial.

"Pero sabemos, por información de los propios clientes, que nuestros productos han llegado a zonas alejadas del mundo. Algunos nos cuentan que un familiar suyo los llevará a Miami, a Sudáfrica o a algún país de Europa. Eso sí, son conscientes de que deben consumirlos en corto tiempo".

La nueva generación

Los hermanos Castañeda ya comenzaron a preparar a la generación que los sucederá. Don Carlos afirma que hay sobrinos que ya ingresaron a la venta de bizcochos con marcas propias como "Don Ale", "Sucasta" y "Dolce Vita". A ellos, el patriarca don Alejandro también les compartió la receta, a través de sus hijos.

“

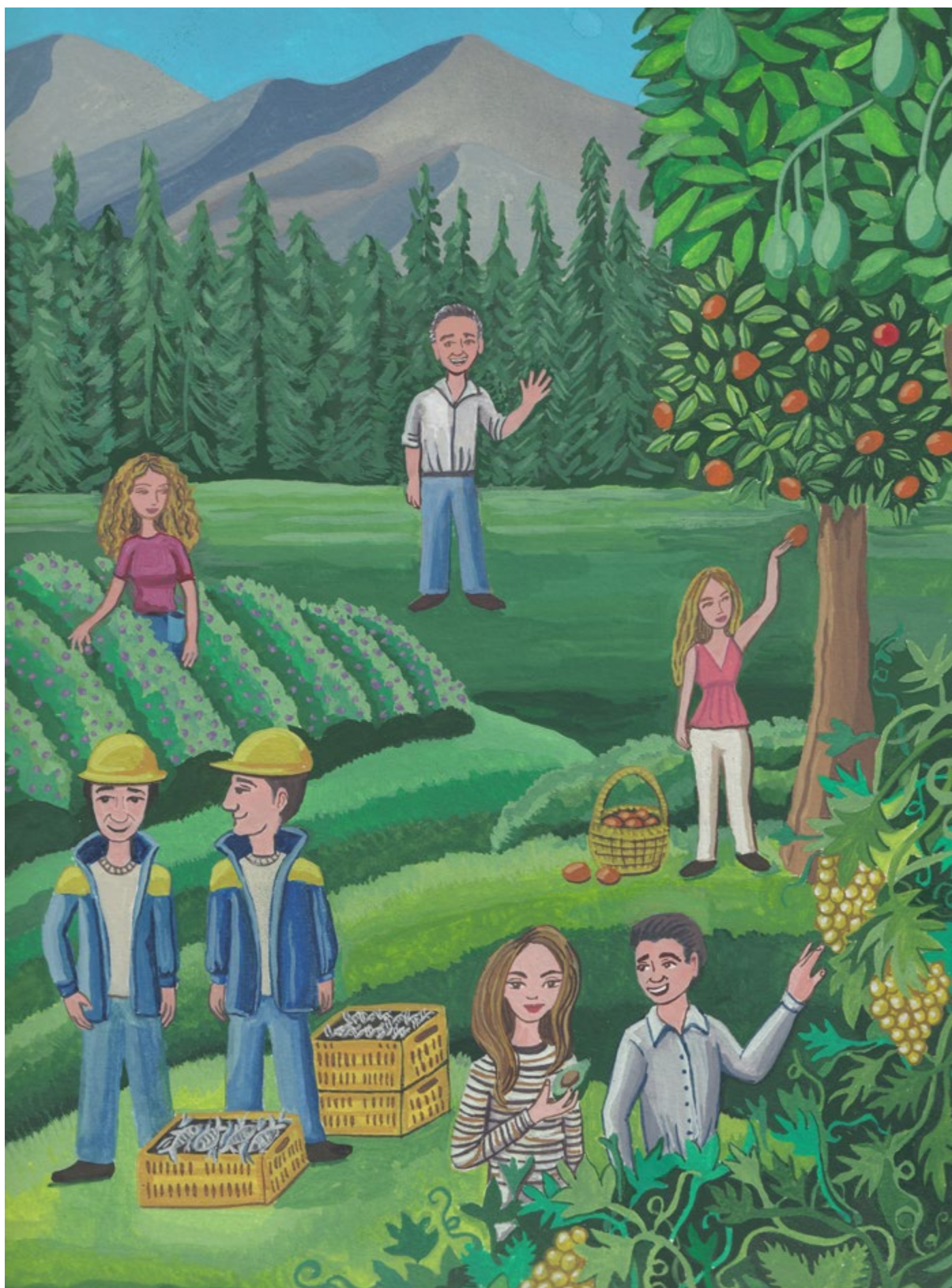
Somos ricos de apellido. Nuestro apellido es lo más valioso que tenemos y por eso debemos cuidarlo. Mis padres hicieron todo lo que hoy es el negocio. A nosotros nos ha correspondido continuarlo.

Carlos Castañeda Cueto

"Somos conscientes del legado que nos dejó mi padre. La familia ya trabaja en eso, sobre todo los sobrinos. Y ellos saben perfectamente que para avanzar tienen que respetar el uso correcto de los ingredientes, que nos ha caracterizado hasta ahora. No pueden alterar la receta por querer ganar más. Ya lo decía mi padre: "Vende bueno y bien, y serás feliz"

— ¿Y los Castañeda son felices?

— Somos felices y ricos: ricos en apellido. Mi padre construyó un legado que debemos de cuidar. Lo saben mis hermanos, hijos y sobrinos. Si actuamos bien, atendemos correctamente al cliente y no le ofrecemos productos malos, entonces seremos felices. Mire usted, vamos a cumplir un siglo de vida y podemos decir, orgullosos, que hemos aplicado todo eso al pie de la letra y nunca, en todo este tiempo, nos ha faltado un plato de comida.



Familia Dyer Coriat

La familia que creó un mar verde
en La Libertad

De niño soñaba con ser médico. Admiraba la infatigable vocación de servicio de los hombres de mandil blanco y estetoscopio, y se preguntaba cómo sería una vida dedicada a salvar la vida de los demás. Pero, coincidiendo con la famosa frase de Calderón de la Barca "Y los sueños, sueños son", los suyos no cruzaron la frontera de la realidad porque su norte era otro.

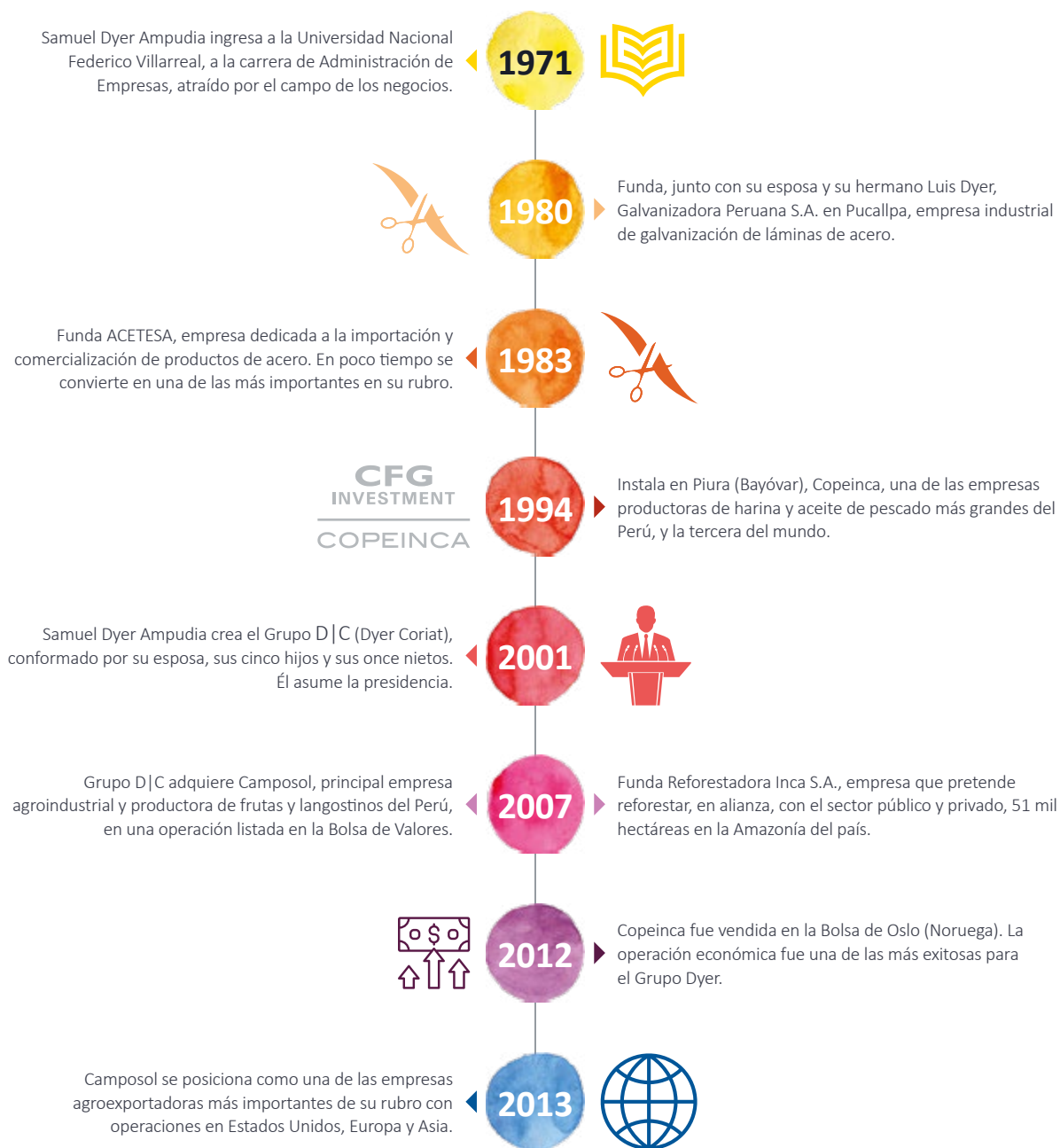
Huánuco, 1953. Del matrimonio Dyer Ampudia nació Samuel, un niño que creció entre el trabajo y los viajes de negocio de sus padres a Pucallpa. La familia provenía de la estirpe emprendedora del Perú profundo e hizo del comercio su principal actividad. Incursionaron con singular éxito en diferentes ramos, como el transporte la distribución de abarrotes y la venta de artículos de ferretería. En el rubro de los restaurantes y bodegas también marcaron su pauta.

Samuel tenía claro que los negocios eran su norte. Le gustaba hablar con el público, identificar sus necesidades

y servirlo. Con su familia se mudó a Lima y, en los setenta, combinó la experticia con los conocimientos académicos, en las aulas de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Nacional Federico Villarreal. La capital del Perú se convirtió en su residencia y en el escenario donde empezó a forjarse su propio éxito empresarial.

"Me considero un emprendedor nato, pues trabajo desde los siete años, primero en la Amazonía y luego en Lima ayudando a mis padres en sus negocios de transportes, abarrotes, ferretería y restaurantes. A los 26 años me independicé de los negocios de mi familia y, junto con mi esposa, Rosa Coriat Valera, fundamos FIHESA, una empresa dedicada a la comercialización de herramientas de ferretería industrial y, luego, a la importación y distribución mayorista".

Los años ochenta fueron claves en el crecimiento profesional de Samuel Dyer Ampudia. Tras su éxito con FIHESA apostó por crear, en sociedad conyugal y con su





1. Samuel Dyer Ampudia y esposa Rosa Coriat Valera.
2. Camposol planta: ¡Somos Camposol! ¡Orgullo Camposol!

hermano Luis, Galvanizadora Peruana S. A. La empresa funcionaba en Pucallpa y se dedicaba a la galvanización de láminas de acero que se utilizaban, sobre todo, en techos (calaminas). Paralelamente —y también de la mano con su esposa—, los negocios lo llevaron al norte en busca de un proyecto ambicioso en Bayóvar, Piura. La pareja fundó allí Corporación Pesquera Inca (COPEINCA). Corría 1994.

COPEINCA escribió un capítulo de éxito en la historia de las empresas productoras de harina y aceite de pescado en el país. Se convirtió, en poco tiempo, en una de las más exitosas e innovadoras en su rubro y en la tercera más importante en el mundo, con exportaciones a China, Japón, Alemania, Estados Unidos, entre otros destinos. Fue vendida en la Bolsa de Oslo (Noruega) en el 2013, en una operación cercana a los novecientos millones de dólares.

Grupo Camposol

Desde el 2001, Samuel preside el directorio del Grupo D|C (Dyer Coriat), que está conformado por su esposa, sus cinco hijos y sus once nietos. El año 2007, el grupo adquirió Camposol, una de las principales empresas agroindustriales del norte peruano, productora de frutas

y langostinos. Sabía que con ella cumpliría el sueño de convertir los desiertos de La Libertad en un inmenso mar verde. Y así fue.

Camposol nació hace más de veinte años y, durante ese tiempo, ha transformado la realidad de la región La Libertad. Gracias a la ejecución del proyecto de irrigación Chavimochic, al emprendimiento familiar y corporativo de inversionistas soñadores, y al trabajo de miles de campesinos peruanos, se ha logrado forjar un sector agroindustrial de nivel mundial que crece, aprende, innova, se diversifica y se adapta constantemente a las necesidades de los mercados internacionales, para seguir constituyendo una fuente de crecimiento y desarrollo. En la actualidad, es líder mundial en la producción de frutas y hortalizas.

La visión de Camposol es convertirse en el proveedor preferido y líder de alimentos frescos y saludables para las familias de todo el mundo. Su misión consiste en proporcionar alimentos saludables y de buena calidad a los consumidores, con productos diferenciados. Para Samuel, esto se logra a través de la excelencia operativa, la innovación y el desarrollo de su gente, generando un impacto positivo y real en el bienestar de las comunidades



1. Trabajadores de Camposol transportando mangos.
2. Samuel Dyer Ampudia e hijo Samuel Dyer Coriat.
3. Una vista de los extensos campos de Camposol.
4. Camposol presente en el supermercado Olé Ole de China.

en las cuales operan y creando valor sostenible para sus accionistas.

Cuando el Grupo D|C adquirió Camposol, en el año 2007, decidió dar un vuelco en su estrategia para asegurar un portafolio de productos adecuados. Así, invirtió en investigación y desarrollo con el propósito de asumir los retos del futuro con operaciones agroindustriales que le permitieran ocupar una posición de liderazgo, durante todo el año, en los principales productos. Del mismo modo, se ha abocado a consolidar la presencia de oficinas comerciales propias en los principales continentes de destino. El objetivo es estar más cerca de los clientes y llegar al consumidor con una marca que, además de ofrecerle alimentos de la mejor calidad, se basa en un modelo de negocio responsable y sostenible que genera valor compartido para todos los actores que participan en su crecimiento.

“

Mi esposa y yo hemos trabajado muy duro, siempre juntos desde muy jóvenes, y hemos forjado los valores y el espíritu del grupo, que está conformado por nosotros dos, nuestros cinco hijos y once nietos.

Samuel Dyer Ampudia

Grandes ligas

Como buen amante del fútbol, Samuel asegura que su grupo empresarial visualizó en el sector agroindustrial la oportunidad de convertir al Perú en un "jugador mundial de las grandes ligas". Esto, gracias a la combinación de las ventajas estratégicas del país y la experiencia del grupo en la gestión de empresas globales, con probado éxito internacional.

"En lo personal, mis abuelos y mis padres han estado relacionados con el agro, por lo que me siento motivado a comprometerme e invertir en este sector que tanto empleo, desarrollo, ingresos económicos y mejor calidad de vida genera en las comunidades de su entorno y en el país en general", dice.

En sus más de dos décadas, Camposol ha crecido basándose en la excelencia, integridad, espíritu de equipo y accountability. Samuel asegura que los integrantes del grupo empresarial consideran que la filosofía no es literatura, sino verbo, es decir, acción. Gracias a ello, se ha construido una eficiente gestión de gobierno corporativo y de buenas prácticas. En Camposol es ley la afirmación de que, para ser un buen empresario, es necesario, primero, ser buena persona.

Otros factores de éxito han sido la innovación y la adaptación rápida frente a los escenarios adversos. Esto ha permitido tomar decisiones correctas en el momento oportuno. Samuel reflexiona sobre ello:

"Por ejemplo, tomar la decisión de salir del negocio de la conserva, en particular del espárrago, fue un cambio de timón basado en las necesidades de nuestros clientes y el consumidor final. Asimismo, habernos planteado pasar de ser un jugador de ventana a uno que pueda proveer productos durante todo el año ha sido también una estrategia que demostró la rapidez del grupo para entender las necesidades del mercado y adaptarse a ellas. Del mismo modo, el haber consolidado nuestra presencia en los principales mercados de destino (Estados Unidos,

La visión de Camposol es ser el proveedor referente y de vanguardia mundial de alimentos saludables y frescos para las familias del mundo.

Europa y China) nos ha permitido estar cerca de nuestro cliente final y atender mejor sus necesidades. También hemos tenido tropiezos y errores, pero los tomamos como oportunidades para aprender y mejorar. Finalmente, nuestro buen posicionamiento en los mercados financieros y relaciones de largo plazo con los principales bancos a nivel mundial, así como nuestra probada resiliencia vienen asegurando el financiamiento y cumplimiento de nuestros planes estratégicos".

Gracias a la innovación y a la proactividad, Camposol se ubica en un lugar privilegiado en el ranking de América Económica sobre las empresas más importantes del Perú. Y eso no es gratuito. Actualmente, provee alimentos frescos, de buena calidad y saludables a las familias de todo el mundo. Asimismo, cuenta con operaciones en Perú, Colombia, Uruguay y México, y con oficinas comerciales en Estados Unidos, Europa y Asia. Mantiene, además, relaciones de confianza con los principales supermercados del mundo y posee clientes en más de cuarenta países.

Está involucrada, también, en el cultivo, procesamiento y comercialización de productos agrícolas frescos de alta calidad, como paltas, arándanos, uvas, mangos y mandarinas, entre otros. Se prevé incorporar a este portafolio, en el futuro próximo, las cerezas y las nueces (en toda su gama). Los Dyer no han puesto límites a su crecimiento.

En el Perú, Camposol emplea a más de dieciocho mil trabajadores en temporadas altas de producción. Su fundador la califica como una firma integrada

verticalmente y comprometida con el desarrollo sostenible e inclusivo, a través de políticas y proyectos de responsabilidad social y ambiental destinadas a incrementar el valor compartido para sus grupos de interés. Además, integra el Pacto Mundial de las Naciones Unidas de respeto de los derechos laborales y humanos de los colaboradores, y publica informes de sostenibilidad alineados con la metodología GRI. En cuanto a las certificaciones, en la vitrina del grupo se encuentran varias de categoría internacional: BSCI, Global Gap, IFS, HACCP, OEA, BASC, OHSAS, ISO 14001, Rainforest Alliance y BRC, por citar algunas. Del mismo modo, la empresa lleva a cabo diversos proyectos de inversión social en las áreas de salud, vivienda y educación en sus zonas de influencia en Chao y Piura, con la finalidad de contribuir al bienestar de sus trabajadores y las comunidades de su entorno.

La empresa agroexportadora también trabaja en el marco de la ética y de la responsabilidad, en todos sus frentes. Emplea, con muy buenos resultados, la herramienta de control denominada línea ética anónima, una central telefónica administrada por un tercero, y que permite que cualquier trabajador o persona relacionada con la empresa pueda denunciar de manera directa o confidencial cualquier irregularidad, falta ética o delito que observe, sin temor a ninguna represalia. La fiscalización se aplica en todos los niveles de la organización.

La familia, el éxito

Samuel se confiesa un afortunado por compartir su vida y sus negocios con su esposa, doña Rosa Coriat Valera. Ella, como él, lleva en sus genes un imán para atraer emprendimientos. Juntos deciden qué hacer y qué no empresarialmente. Doña Rosa es quien marca la pauta y mide el riesgo de cada actividad. Con ella, busca cumplir sus sueños, hasta los imposibles. Samuel asegura que los valores y el espíritu de sus empresas son resultado de su esfuerzo en pareja. Los negocios exitosos también reposan sobre el amor y ellos lo saben mejor que nadie.

Cuenta con operaciones en Perú, Colombia, Uruguay y México, oficinas comerciales en Estados Unidos, Europa y Asia, y mantiene relaciones de confianza con los principales supermercados del mundo, y posee clientes en más de 40 países.

"Mi esposa y yo hemos trabajado muy duro, siempre juntos desde muy jóvenes, y hemos forjado los valores y el espíritu del grupo, que está conformado por nosotros dos, nuestros cinco hijos y once nietos. Asimismo, desde hace varios años, los miembros de la familia hemos dado pasos decisivos en nuestra profesionalización. Contamos con un protocolo de familia, líneas de sucesión establecidas y pautas para gestionar los negocios familiares, y con asesoría de expertos en empresas de este tipo. Somos miembros activos de la Asociación de Empresas Familiares del Perú (AEF). Asimismo, en línea con las mejores prácticas, contamos con directores independientes en todas nuestras empresas".

No todo ha sido color de rosa en la historia de Camposol. La crisis financiera mundial del 2008 constituyó un reto para los Dyer. Las circunstancias obligaron a revisar el esquema de financiamiento de la empresa y reestructurarlo ante la nueva realidad mundial. La prueba de fuego se superó sin contratiempos. El equipo de colaboradores demostró, con creces, resiliencia y capacidad de innovación. Eso les permitió conjurar el riesgo y continuar con la operación.

A pesar del escenario crítico generado por la pandemia del coronavirus, Samuel tiene claro que el crecimiento de Camposol no debe detenerse. El grupo apostará por seguir invirtiendo para consolidarse como la empresa líder a nivel mundial en la provisión de alimentos saludables. Se ha propuesto desafiarse y extender su capacidad con un riesgo ordenado, sin temor a las circunstancias y, mucho menos, a la competencia.

El Grupo D|C es un grupo peruano, ejemplo de esfuerzo, dedicación y resiliencia. Se encuentra en constante búsqueda de nuevas oportunidades de negocio que permitan generar empleo formal para más familias y que contribuyan, asimismo, al crecimiento del país aprovechando las ingentes riquezas naturales. En la actualidad, Camposol es la principal empresa agroexportadora del Perú con ventas que bordearon los 1,100 millones de soles el año 2020.

— ¿Su pasión por el riesgo lo ha llevado a entablar relaciones directas con mandatarios mundiales como el presidente de China?

— (Risas). Esa es una de las anécdotas que más recuerdo. Fui invitado a participar en la delegación oficial que visitó China el 2018. El objetivo era, entre otros, facilitar la llegada del arándano peruano al mercado chino. En una cena organizada como parte de la agenda oficial, en el Palacio de Gobierno, tuve el atrevimiento y oportunidad, rompiendo el protocolo, de acercarme a la mesa oficial del presidente Xi Jinping y entregarle, en sus manos, muestras de arándanos peruanos frescos, las cuales recibió con muy buen ánimo. Él fue muy receptivo al pedido que le hice, en representación de todos los pequeños, medianos y grandes agrarios del Perú en conversación con el Presidente de China, de abrir, con la mayor brevedad posible, el mercado chino a esta saludable y deliciosa fruta. Pocos meses después, durante la cumbre de APEC, celebrada en nuestro país, el presidente Xi Jinping anunció, como un buen gesto, la inmediata apertura de su mercado para los arándanos, lo cual generó una enorme ventana de oportunidades para

todos los productores nacionales —pequeños, medianos y grandes— de este producto. Fue una magnífica noticia, pues se trata de uno de los mayores mercados del mundo.

El nuevo reto

Desde el 2012, los Dyer incursionaron en un proyecto empresarial ambicioso que busca convertir la tragedia de la deforestación de la Amazonía en una oportunidad. El grupo fundó Reforestadora Inca S.A. (Refinca), empresa que, en una alianza público-privada, intenta recuperar más de cincuenta mil hectáreas deforestadas, fomentando el emprendimiento agrícola local, estamos buscando un financiamiento multilateral, especialmente para los pequeños agricultores. El negocio es muy simple: producir madera con uso de ciencia y tecnología.

El proyecto contempla la apertura de un parque industrial, con inversiones que superarán los 500 millones en un plazo de diez años, y la construcción de un tren ecológico para transportar la madera a la costa. La idea fue desarrollada por el consultor chileno Jorge Correa, quien le dijo a Samuel: "Están sentados en un banco de oro".

Los Dyer creen que, en las siguientes tres décadas, este sector puede convertirse, después de la minería, en la segunda fuente de empleo en el país. Para garantizarlo, Samuel ha liderado la conformación del Grupo Pro Ucayali, hoy Grupo Pro Amazonía, integrado por las empresas más importantes de la región amazónica. La cuota del Gobierno es promover, proteger y apoyar el desarrollo sostenible e inclusivo en esta parte de la Amazonía, y respaldar a los emprendedores que, en su gran mayoría, apuestan por trabajar con buenas prácticas, en armonía con el medio ambiente y luchando contra el cambio climático.

"El Perú no tiene desarrollada la actividad forestal y menos su industrialización. Hemos decidido apostar en un modelo de cincuenta mil hectáreas en la frontera de Huánuco y Ucayali. De estas, veintiún mil serán invertidas por nosotros y en las otras veintinueve mil queremos



1



4

1. Samuel Dyer Ampudia y esposa recolectando paltas.
2. Ganadores del premio Walmart Risk Taker Award 2019.
3. Edificio Camposol en Holanda.
4. Grupo de trabajadores de cosecha de arándanos.



2



3

comprometer a los pequeños y medianos agricultores. Solo en el 2019, el Perú importó más de 1,500 millones de dólares de madera y derivados. Y el país exporta poco más de 100 millones de dólares. Aquí es bueno mirar a Chile, donde el segundo sector económico más importante después de la minería es el maderero. Se trata, pues, de un proyecto pionero que, de tener éxito, será como el arándano, en su momento. Para garantizar la sostenibilidad, necesitamos sembrar tres mil hectáreas por año. Luego, con la instalación de un parque industrial, podemos fabricar y distribuir distintos tipos de madera y sus derivados".

A reinventarnos

Dyer confía en que el Perú saldrá airoso de la crisis económica ocasionada por la pandemia. Recuerda que, a lo largo de los doscientos años de historia republicana, el peruano ha enfrentado duras guerras contra malos gobiernos, gobiernos populistas, terrorismo, narcotráfico y dictaduras. De todas ellas salió airoso y con la capacidad de reinventarse; sin embargo, esta vez es necesario que el empujón sea colectivo.

Asegura que, en este escenario, el papel de las empresas es vital como generadoras de riqueza. Se muestra optimista al considerar que la pandemia precipitó

el comienzo de una era, cuya característica es la consolidación del emprendimiento familiar y corporativo, sobre la base de la ética y la confianza como elementos centrales.

"El peruano posee la capacidad de reinventarse y de superar la adversidad, pero, eso sí, se necesita que todos reaccionemos. Ojalá que, a partir de esta experiencia dura, decidamos arrancar de raíz, en nuestra sociedad, la corrupción endémica y las malas prácticas. Esto será clave para tener un nuevo Perú que se enrumbe al desarrollo sostenible e inclusivo. Es hora que dejemos atrás doscientos años de ir de fracaso en fracaso".

– ¿Salir de este fracaso nos invita a creer en la frase de Jorge Basadre: "El Perú es más grande que sus problemas"?

– A pesar de 200 años de fracasos casi continuos, principalmente por la corrupción e impunidad endémica, quiero seguir siendo optimista con respecto al futuro de nuestro país, sobre todo tomando en cuenta las enormes potencialidades que tiene y que, estoy seguro, lograremos aprovecharlas más racional y eficientemente para nuestro desarrollo sostenible e inclusivo. Poniendo como ejemplo la agroindustria, vemos que, con un marco legal, promotor y estable, hemos logrado resultados impresionantes en los últimos años, no solo posicionándonos como el segundo sector exportador y generador de divisas, sino que se han creado más de un millón de empleos dignos y formales para nuestros compatriotas del área rural. Si vemos también otros sectores como el maderero, somos una potencial estrella en el mundo que solo necesita de buenos y honestos gobernantes y leyes con reglas claras, así como todo tipo de seguridades, garantías y trabajo en equipo entre las autoridades, el sector emprendedor y la sociedad civil para poner en valor un sector forestal, que, en mi opinión, puede convertirse en el sector económico más importante de generación de empleo y pelearle a la minería el primer lugar en generación de divisas.

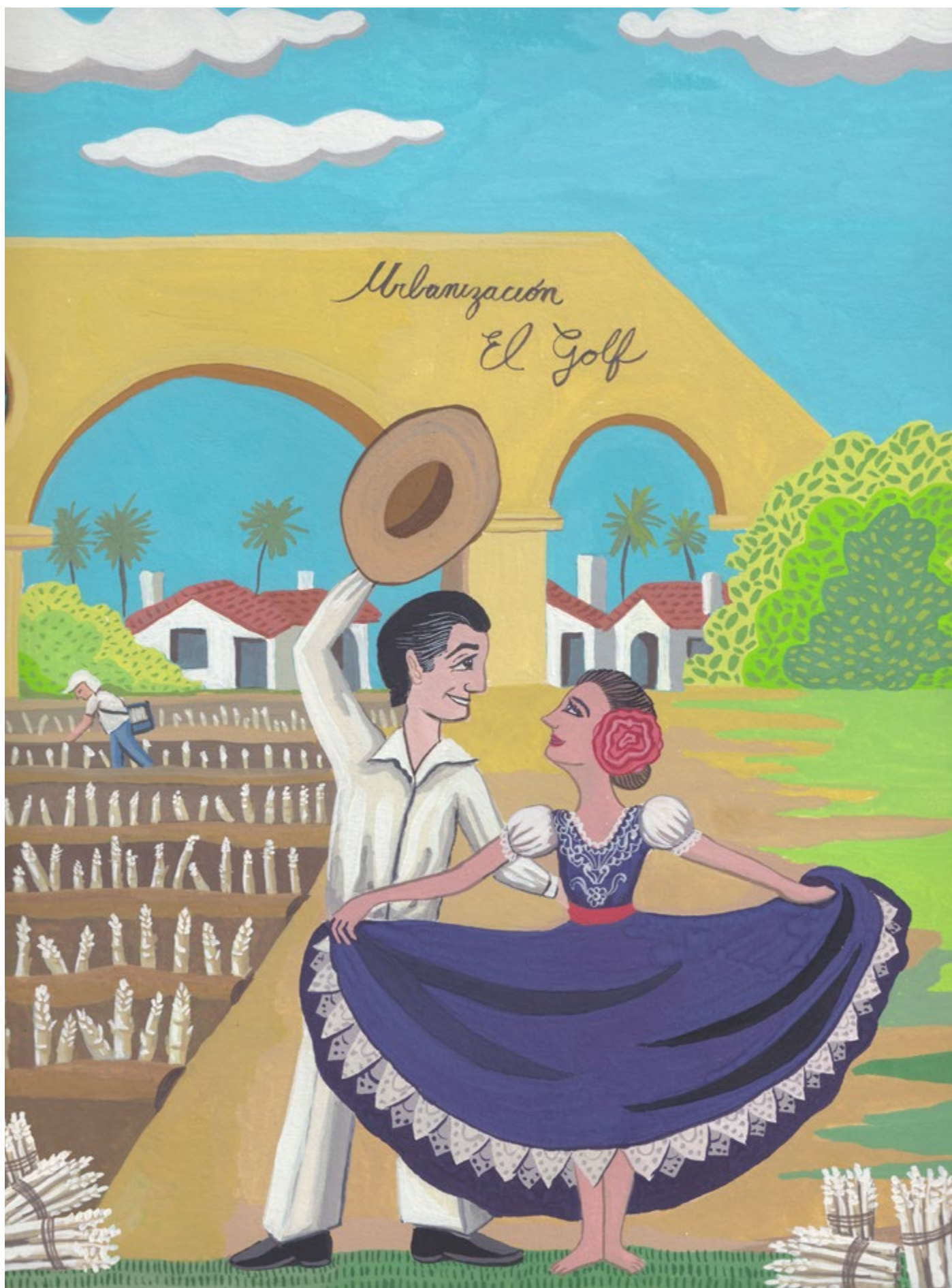
– ¿Con qué sueña a corto plazo Samuel Dyer?

– Mi sueño es poder ayudar todo lo que sea posible y seguir generando empleo formal. Como grupo soñamos con un Perú desarrollado y libre de la corrupción.



Wawa Wasi Rayito de Sol, nido que atiende a niños del Distrito de Chao.

A pesar del escenario crítico por la pandemia del coronavirus, Samuel tiene claro que el crecimiento de Camposol no debe detenerse. Como grupo apostarán a seguir invirtiendo para consolidarse como la empresa líder a nivel mundial en la provisión de alimentos saludables.



Los Ganoza

Familia Ganoza

Una familia trujillana con mucho orgullo

Los orígenes del apellido

El apellido Ganoza, tal como hoy lo conocemos, se originó en Francia. El antepasado más antiguo del que se tenga constancia fue Juan Ganosse, fallecido en la ciudad de Monein, en 1678. Su único hijo, Diego Ganosse Cours, ocupó el cargo de alcalde de la ciudad mencionada. Diego tuvo tres hijos, pero solo uno, Juan Pedro Ganosse Ducos, continuó con la azarosa vida política y fue nombrado alcalde de Monein a los 51 años.

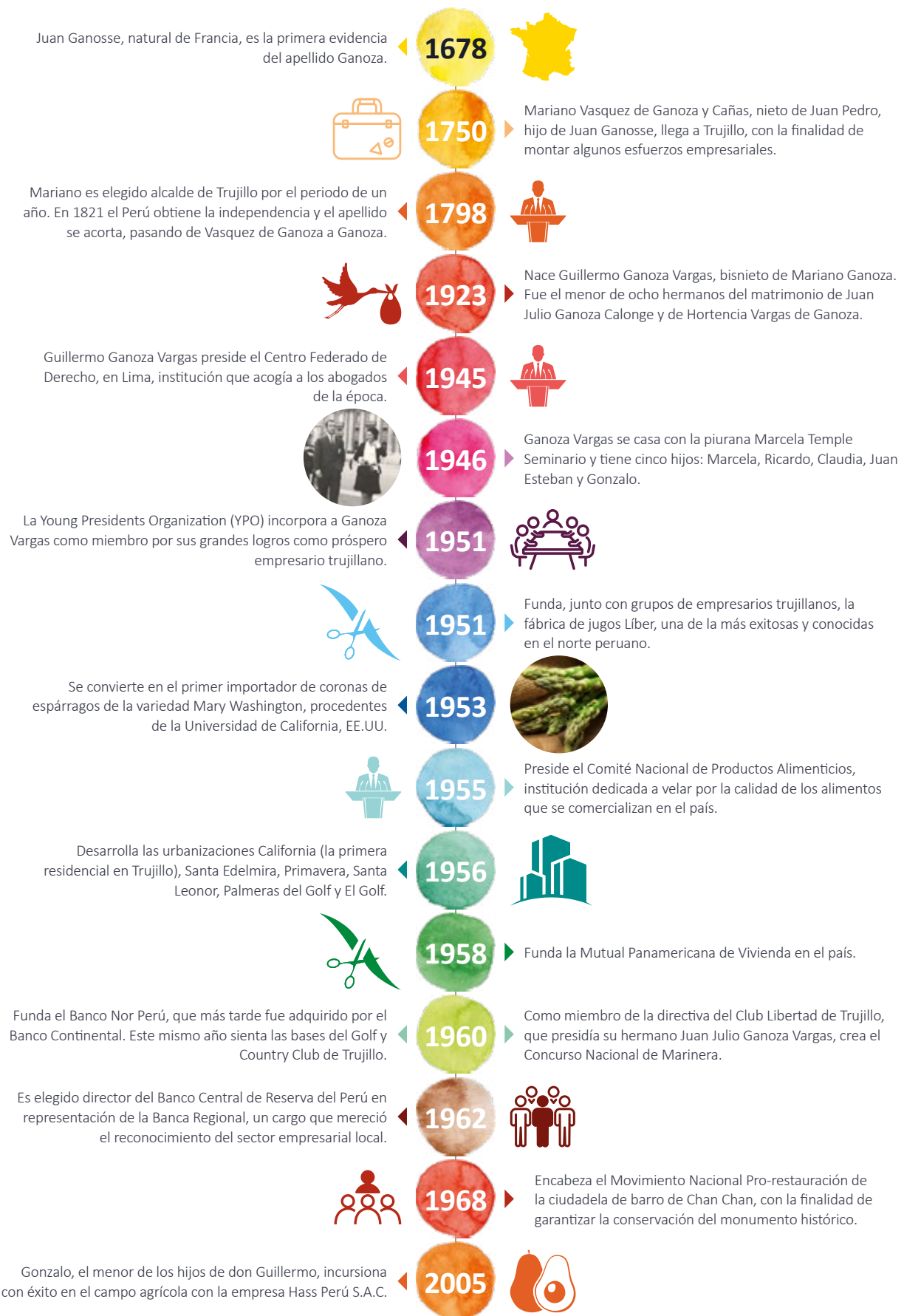
Juan Pedro tuvo tres hijos y cuatro nietos, uno de los cuales fue Mariano Ganoza Cañas. Fue el primer miembro de la familia en llegar a Trujillo y lo hizo con el grado de capitán, a fines del siglo XVIII. En 1798, se convirtió en alcalde de la ciudad. Desde la llegada de Mariano a Trujillo, el apellido empezó a nombrarse y escribirse "Ganoza" y ya no "Ganosse".

Guillermo Ganoza Vargas, el Gran Chimú

Uno de los bisnietos de Mariano fue Guillermo Ganoza Vargas, hijo de Juan Julio Ganoza Calonge y de Hortencia Vargas de Ganoza. Nació en Trujillo el 31 de enero de 1923 y estudió en el colegio Seminario de San Carlos y San Marcelo de Trujillo.

Fue el menor de ocho hermanos. Sus siete hermanos fueron Julia, Luis Felipe, Tula, Juan Julio, Manuel Roberto, María Isabel y Dora. Los hermanos eran muy unidos y tuvieron una relación muy estrecha, basada no solo en el cariño, sino también en el respeto y la confianza.

Posteriormente, se graduó de abogado en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en Lima, donde fue presidente del Centro Federado de Derecho, en 1945.



Se casó con la piurana Marcela Temple Seminario y tuvo cinco hijos: Marcela, Ricardo, Claudia, Juan Esteban y Gonzalo.

Desde sus inicios, los negocios de Guillermo Ganoza Vargas estuvieron enfocados, principalmente, en el desarrollo urbano de las tierras que heredó de su familia.

En 1951, a los 28 años, Guillermo Ganoza Vargas fue aceptado por la Young Presidents Organization (YPO) por sus grandes logros como próspero empresario trujillano, que llamaron la atención de esta organización internacional. Los miembros de la YPO son promotores que han demostrado un liderazgo significativo a una edad temprana. Cada miembro aporta antecedentes diversos de cultura, perspectivas, ideas y experiencia. Son gestores que se esfuerzan por crecer en todos los aspectos de sus vidas, con sed de aprendizaje y nuevas experiencias.

Gracias a esta prestigiosa red de contactos, logró establecer importantes relaciones con presidentes, embajadores y grandes empresarios en el mundo entero. Ello benefició a Trujillo, pues instauró modelos de negocio traídos del exterior, que dinamizaron y modernizaron la economía de la capital libertina.

Es así que, en 1951, cuando tenía 28 años, fundó, junto con un grupo de empresarios trujillanos, la fábrica Líber, para producir jugos y envasar vegetales. De hecho, Líber es la marca de jugos emblemática de Trujillo, por su sabor y calidad. Por azares del destino, la fábrica cerró, pero, en la actualidad, la marca ha sido relanzada por otro grupo de empresarios de la ciudad. Con la fábrica Líber, Guillermo Ganoza Vargas se convirtió en el pionero y forjador de la industria de conservas de vegetales en el país.

Su visión empresarial le permitió, en 1953, ser el primer importador de coronas de espárragos de la variedad Mary Washington, procedentes de la Universidad de California, en Estados Unidos.

Juan Esteban, hijo de Guillermo Ganoza Vargas, nos cuenta que su padre adquirió cuatro coronas de espárrago y las trajo en una maleta. Estaba convencido de que las feraces tierras y el clima propicio de Trujillo favorecerían el crecimiento de esta planta, y estuvo en lo cierto.

Gracias a esta iniciativa, Guillermo Ganoza Vargas fue el pionero en producir y exportar espárragos en el Perú, y se convirtió, con el tiempo, en uno de los principales exportadores de espárrago del mundo.

En el período que va entre 1949 y 1955 fue presidente del Comité Nacional de Productos Alimenticios.

Por su apoyo a la agricultura, en diciembre del 2009, el Gobierno Regional de La Libertad le otorgó la Medalla de La Libertad, un reconocimiento póstumo por su trabajo como pionero en la introducción, producción y desarrollo agroindustrial del espárrago en La Libertad.

Comentamos anteriormente que el negocio primigenio de Guillermo Ganoza Vargas fue el de desarrollo urbano, que avanzaba de manera paralela a su incursión en el negocio agrícola. "Yo no sé cómo mi padre se daba el tiempo para atender sus negocios, apoyar a tantas personas y cuidar de su familia", dice Juan Esteban, el cuarto hijo de Guillermo.

Con la empresa Fundo El Golf desarrolló las urbanizaciones California (la primera urbanización residencial en Trujillo), Santa Edelmira, Primavera, Santa Leonor (Urbanización Industrial), Palmeras del Golf y El Golf. El negocio perdura y hoy es administrado por sus hijos. Se dedica a preparar y acondicionar las tierras para que, luego, estas sean lotizadas y vendidas. Guillermo Ganoza Vargas tenía ya una visión del primer mundo, la cual aplicó en el desarrollo urbanístico de Trujillo.

Pero Guillermo Ganoza Vargas siempre pensaba más allá; en ese sentido, fue gestor y fundador de la Mutual Panamericana de Vivienda, la primera de este tipo en el



1



2



3

1. Don Guillermo Ganoza Vargas presidiendo el Jurado de un Concurso de Marinera.
2. Don Guillermo entrando al Coliseo Cerrado Gran Chimú con su gran amiga Chabuca Granda, durante un Concurso de Marinera.
3. Los cuatro hermanos Ganoza Temple, junto a Hortencia Rey Ganoza, prima hermana.

“

Para nosotros es fundamental mantener viva la memoria de nuestro padre, y que nadie se olvide de lo que él hizo. Él siempre estará vivo mientras se le recuerde.

Marcela Ganoza Temple

país. Así, permitió que numerosas familias de escasos recursos tuvieran acceso a la casa propia, gracias a los lotes que vendía. Para cumplir el reto, convocó a destacados profesionales para ayudar a los trujillanos con créditos de vivienda pagaderos en plazos de veinte años.

Asimismo, Guillermo Ganoza Vargas fue el creador de la banca regional en el país, con el Banco Nor Perú. La entidad, ya desaparecida, prestaba dinero a empresas. El banco adquirió, bajo su presidencia y bajo su iniciativa, la casa de la Emancipación o Madalengoitia, convirtiéndose así en un abanderado en la preservación de casonas coloniales. Cuando fue presidente del Banco Nor Perú, trajo los primeros cajeros automáticos que se usaron en nuestro país.

De 1962 a 1965, fue director del Banco Central de Reserva del Perú, en representación de la banca regional.

En 1968, el general Juan Velasco Alvarado dio un golpe de Estado al presidente Fernando Belaúnde Terry, y su gobierno trajo una serie de reformas que afectaron, como en el caso de muchas otras familias, los negocios de la familia Ganoza.

Así, por decreto ley 17716 de 1969, se dispuso una reforma agraria en todo el país, con el objetivo de poner fin a la «oligarquía terrateniente». Afectó a los latifundios de la sierra, pero también a los complejos agroindustriales de la costa, en las que se crearon las cooperativas agrarias de producción (CAP), sin que necesariamente las personas encargadas de administrarlas estuvieran capacitadas. En este contexto, la empresa Líber fue expropiada por el Gobierno y entregada a sus trabajadores. Lo mismo ocurrió con el Banco Nor Perú.

Juan Esteban comenta que muchos trabajadores se agruparon y salieron en defensa de la familia, rechazando convertirse en dueños de la empresa Líber. Todo ello por el respeto que le tenían a su padre.



1970, Guillermo Ganoza Vargas y esposa, Marcela Temple, con el grupo de YPO (Young Presidents' Organization).

Con el paso de los años, Líber, ya bajo el control de sus trabajadores, no pudo continuar con sus operaciones y cerró.

Guillermo Ganoza Vargas poseía un gran espíritu regionalista; por eso, renunció a numerosas propuestas para cargos políticos y diplomáticos, y prefirió quedarse en Trujillo.

Como benefactor, donó, junto con sus hermanos Luis Felipe, Juan Julio y Dora, terrenos en la urbanización California para el colegio La Inmaculada y una institución educativa de varones.

Luego, Dora y él donaron el terreno para la construcción del Golf y Country Club de Trujillo, institución de la cual fue fundador, a finales de la década de los sesenta, junto con un grupo de distinguidos empresarios trujillanos. Durante los primeros años de existencia del club, Guillermo fue su presidente.



1. De izquierda a derecha: Don Guillermo, Luis Felipe, Manuel Roberto y Juan Julio.
2. Don Guillermo con sus hermanos, Luis Felipe y Juan Julio en El Palmar.

En 1960, como miembro de la directiva del Club Libertad de Trujillo, que presidía su hermano Juan Julio Ganoza Vargas, tuvo la gran idea de crear un concurso de marinera para revalorar esta danza y captar fondos para la institución, además de atraer a nuevos socios. Con el transcurrir de los años, el concurso dejó de ser regional para llegar a traspasar fronteras, convirtiéndose en una celebración internacional.

De esta manera, Guillermo Ganoza Vargas fue el creador, fundador y el principal impulsor del Concurso Nacional de Marinera. Hoy, este evento cultural ha ido evolucionando

y es uno de los más importantes del Perú. Reúne cada año a cientos de parejas en las diversas filiales que el Club Libertad de Trujillo tiene a nivel internacional, como en Suecia, España, Suiza, Estados Unidos, Japón, Canadá, Francia, Italia, Chile, Argentina y Bélgica, donde los participantes compiten por el anhelado premio Pañuelos de Oro, galardón máximo creado y diseñado originalmente por don Guillermo. Durante casi tres décadas, hasta su fallecimiento en 1988, cuando solo tenía 65 años de edad, Guillermo Ganoza Vargas fue presidente del jurado calificador del concurso.

Su pasión por la marinera estuvo inspirada en su madre, Hortencia Vargas de Ganoza, a quien observaba, junto con su padre, quien no sabía bailar, danzar sin zapatos con los trabajadores del campo en La Haciendita de Moche, su casa preferida cerca de Trujillo. En ese lugar, doña Hortencia celebraba sus legendarios cumpleaños.

En algún momento se pensó que la marinera se estaba extinguiendo, pues la música foránea o moderna, como el twist, imponía su ritmo entre los jóvenes. Los únicos que la bailaban eran las personas mayores, que debían esperar hasta casi el final de las fiestas familiares o populares para escuchar los compases de la marinera y bailar al ritmo de las palmas. Fue así como Guillermo Ganoza Vargas decidió impulsar este baile, principalmente por la tradición y pasión heredada de su madre.

En 1968, don Guillermo encabezó el Movimiento Nacional Prorrestauración de Chan Chan, para lo cual formó y presidió un comité especial, y logró la creación de una estampilla mediante la cual captó los primeros fondos para los trabajos de limpieza y conservación de la ciudadela Tschudi. Este comité promovió espectáculos como la Noche Chimú, con la participación de la cantante Yma Súmac.

Ese mismo año, viajó a Estados Unidos y logró contactarse con una importante misión de la Universidad de Harvard para trabajar en Chan Chan y en las huacas del Sol y de la Luna. Gracias a los trabajos realizados por los arqueólogos en esa época, estos centros arqueológicos fueron conservados por primera vez y difundidos en el mundo entero mediante la cadena National Geographic.

Posteriormente, con la ayuda de sus pequeños hijos y los compañeros de colegio de estos, organizó la campaña "Chin chin para Chan Chan", consistente en salir a las calles para pedir una colaboración a los trujillanos, con el propósito de restaurar el monumental complejo arqueológico.

Por su gran contribución a Trujillo, a su cultura y tradición, Guillermo Ganoza Vargas recibió el apelativo en vida del Gran Chimú.

Guillermo Ganoza Vargas murió en 1988 dejando un legado sin precedentes para los trujillanos. Pocos peruanos han logrado tantas obras para su tierra en los campos industrial, urbanístico, financiero, arqueológico, turístico, educativo y folclórico, convirtiéndose así, sin lugar a dudas, en uno de los más destacados empresarios y filántropos de nuestro país.

Por su gran contribución a Trujillo, a su cultura y tradición, Guillermo Ganoza Vargas recibió, en vida, el apelativo del "Gran Chimú".

Los negocios familiares de la actualidad

En la actualidad, los negocios familiares son administrados por los cuatro hijos del Gran Chimú: Marcela, Claudia, Juan Esteban y Gonzalo. El quinto hermano, Ricardo, falleció hace cuarenta años en un accidente automovilístico. Ellos mantienen la misma tradición de unión entre hermanos que tuvo el Gran Chimú con los suyos.

Son Marcela y Claudia quienes, con mucho fervor, a través de entrevistas y notas de prensa, se encargan de preservar, en la memoria de los trujillanos y peruanos, el gran legado que dejó su padre.

"Para nosotros es fundamental mantener viva la memoria de nuestro padre, y que nadie se olvide de lo que él hizo. Él siempre estará vivo mientras se le recuerde" dice Marcela. Esta fue una de las principales razones para



1. Guillermo Ganoza Vargas.
2. Visita al Vaticano, 1970.

que Marcela apoye y ayude a Mario Testino, fotógrafo reconocido internacionalmente, para editar el hermoso libro *Pasito a paso*, dedicado de manera exclusiva al baile de la marinera. El prólogo del libro fue escrito por Marcela y allí le rinde homenaje a su padre y relata los inicios del concurso que don Guillermo tuvo la brillante idea de crear en Trujillo, y que ahora alcanza renombre mundial.

En cuanto al negocio de desarrollo urbano, la empresa Fondo El Golf continúa vigente y sigue con los mismos bríos que tuvo bajo dirección del Gran Chimú.

Juan Esteban comenta que Fondo El Golf tuvo como objetivo, desde sus inicios, desarrollar las mejores urbanizaciones, para así dar comodidad a miles de trujillanos que día a día trabajan por el sueño de la casa propia.

"Debido a que el rubro más importante de nuestro negocio está en el desarrollo urbano, quisiera pensar que dentro de diez años la gente que ha confiado en nosotros pueda seguir diciendo que está a gusto de vivir en alguna de las urbanizaciones creadas por nosotros, que estos lugares sigan estando vigentes, y que sigan marcando la pauta del futuro desarrollo de nuestra ciudad. Esperamos también que nuestras urbanizaciones futuras tengan un lenguaje arquitectónico más acorde con las necesidades de cuidar el medio ambiente, y que podamos seguir ofreciendo calidad de vida, pero sin descuidar los recursos", manifiesta Juan Esteban.

En lo que respecta a la agricultura, Gonzalo, el menor de los hermanos, es quien ha continuado el legado de su padre con la empresa Hass Perú SAC, fundada en el año 2005. En la actualidad, no solo produce paltas, sino también arándanos de diversas variedades. El negocio posee casi mil hectáreas de tierra cultivada.

Durante nueve años, solo se dedicaron al cultivo y a la producción de paltas, obteniendo un producto de exportación de alta calidad. Fue en el 2014 cuando decidieron incursionar en el cultivo de arándano que, por aquellos tiempos, avizoraba que iba a convertirse en un producto agrícola bandera del Perú. Y no se equivocaron, pues hoy el arándano peruano posee una excelente calidad y se exporta a varios países del mundo.

La empresa empezó su proyecto con treinta hectáreas de arándanos y, en ese momento, constataron que los arándanos de baya azul crecían en las tierras arenosas de los valles de Chavimochic con las características demandadas por los mercados internacionales. Actualmente, cuentan con once variedades, de las cuales tres son comercializadas por Driscoll's, firma estadounidense con la que mantienen una asociación comercial.

Sin duda, Guillermo Ganoza Vargas se sentiría muy orgulloso del trabajo que vienen haciendo sus hijos; sobre todo porque continúan su legado, cumpliendo el sueño de la casa propia de miles de trujillanos y dando trabajo a más de dos mil personas en la empresa agrícola, una de sus pasiones.

"Los trujillanos debemos sentirnos orgullosos de haber nacido en este privilegiado lugar, pues nuestra ciudad tiene todo lo necesario para alcanzar nuestros sueños", concluye Juan Esteban.

Guillermo Ganoza Vargas, el Gran Chimú amó a Trujillo y a su gente tratando siempre a todos por igual. Dejó una huella imborrable en esta ciudad, y sus hijos continúan perpetuando orgullosamente el gran nombre de su padre y el apellido Ganoza.

“

Los trujillanos debemos sentirnos orgullosos de haber nacido en este privilegiado lugar, pues nuestra ciudad tiene todo lo necesario para alcanzar nuestros sueños.

Juan Esteban Ganoza Temple



Los ocho hermanos Ganoza Vargas en torno a su madre, la Señora Hortencia Vda. De Ganoza.



Los Gonzáles de Orbegoso

Familia Gonzáles de Orbegoso

Una familia trujillana con mucha historia

Los orígenes de la Familia Gonzáles de Orbegozo

Los antecedentes de la familia González de Orbegoso se remontan a la época virreinal y sus orígenes están ubicados en las provincias del norte de España. El genearca (cabeza o jefe) de esta familia, don Alfonso González Sáenz de Tejada, llegó a la ciudad de Trujillo a fines del siglo XVIII, invitado por sus parientes, los hermanos don Juan José y don Juan Alejo Martínez de Pinillos, para trabajar en la casa comercial que allí habían establecido.

Don Alfonso nació en Torrecilla de Cameros, en La Rioja, y fue hijo de don Juan Francisco González de Segura y de doña María Tomasa Sáenz de Tejada y Martínez de Pinillos, quienes lo enviaron a las Indias a solicitud de los parientes mencionados. Ya establecido en Trujillo, se desempeñó como oficial de las milicias provinciales, con el grado de ayudante mayor de las compañías de

infantería y como alcalde de segunda nominación, en el año 1816.

Con el advenimiento de las guerras de la Independencia, González solicitó su carta de naturaleza, el equivalente a la ciudadanía peruana. Desarrolló una vertiginosa carrera comercial, primero como dependiente y luego como asociado de sus tíos. Con un considerable capital acumulado, adquirió de ellos las haciendas de Pomalca, Collud y La Tina, que aquellos poseían en la provincia de Lambayeque desde el siglo XVIII.

Don Alfonso se casó con doña Rosa Martínez de Pinillos y Cacho, hija de don Juan Alejo Martínez de Pinillos y de doña María Manuela de Cacho y Lavalle. El suegro de don Alfonso era natural de Nestares de Cameros y había creado una de las casas comerciales más importante de la región norte. Sus intereses incluían inversiones en minería, agricultura y ganadería, así como en el ramo de



El Gran Mariscal del Ejército Peruano



Vicente Gonzáles de Orbegoso y Moncada, empresario y filántropo trujillano



la exportación e importación. Martínez de Pinillos gozaba de una importante cuota de participación en la política provincial, al ser regidor perpetuo y teniente alférez real de la ciudad de Trujillo, capital de la intendencia del mismo nombre.

Hacia la mitad del siglo XIX, y con la creación de la república peruana, la familia González y Martínez de Pinillos había constituido una de las empresas más dinámica en el norte del país, con el nombre de Alfonso González Pinillos e Hijos Compañía, una casa comercial trujillana con intereses en Europa, América del Norte y Central, así como en varios países sudamericanos. Los hijos de don Alfonso tuvieron un papel decisivo en la continuidad y expansión de la empresa, pues, además de incursionar en la política, se vincularon con otras familias del medio, como los Eléspuru, los Madalengoitia y de La Vega, los Iturregui y los Orbegoso.

Precisamente, don Vicente González Pinillos contrajo matrimonio con su prima doña Emilia de Orbegoso y Martínez de Pinillos, hija del Gran Mariscal don Luis José de Orbegoso y Moncada, presidente de la República, y de doña María Josefa Martínez de Pinillos y Cacho. El matrimonio fue propietario de la hacienda San Pedro y San Pablo de Chuquizongo, en la provincia de Huamachuco, y de otras muchas que recibió como detentador de los bienes amayorazados de la casa Moncada y Galindo.

Don Vicente llegó a ser prefecto del departamento de La Libertad y, en el ámbito de la administración de sus empresas, tuvo buenas relaciones con el judío francés Augusto Dreyfus, quien se desposó con doña Luisa González de Orbegoso, hija de su referido socio. Ambos participaron en la consolidación de grandes latifundios, como sucedió con El Almendro, La Chalaca, Cerro Prieto y Tambo Real, adquiridas a finales del siglo XIX, y que consolidaron sus empresas azucareras.

El primogénito y sucesor en la línea de don Vicente fue don Carlos Alfonso González de Orbegoso, quien llegó a ser prefecto y comandante general de Arequipa durante la Guerra del Pacífico. Se desempeñó también como ayudante de campo de Nicolás de Piérola y permaneció junto a él en las batallas de San Juan y Miraflores. Ocupó, asimismo, el cargo de senador de la República, y luego se casó con su prima hermana doña Josefina de Orbegoso y González. Con ella viajó a Europa y fijó su residencia en San Sebastián, España.

En esa ciudad, don Carlos Alfonso, conde de Olmos, tuvo negocios importantes no solo con Europa, sino también con África y América. De igual modo, consolidó la hacienda Chuquizongo, de su familia, adquiriendo los derechos de otros herederos; así quedó como único propietario. La hacienda pasó después a manos de su hijo.

Los personajes históricos de la familia

1. El Gran Mariscal del Ejército Peruano

En la época colonial, Trujillo fue considerada la ciudad más importante del norte peruano, ya que era la residencia de familias nobles (por los títulos nobiliarios otorgados por la Corona española) que se afincaron en Trujillo y alrededores, y regentaron haciendas dedicadas al cultivo de productos agrícolas o la crianza de ganado.

Fue en ese contexto que, el 25 de agosto de 1795, nació Luis José de Orbegoso y Moncada Galindo, en la hacienda Chuquizongo, ubicada en Usquil, provincia de Otuzco.

Fue hijo de Justo Pastor de Orbegoso Isasi y Burutarán, alcalde ordinario de Trujillo, y de Francisca Josefa Moncada Galindo y Morales, cuarta condesa de Olmos (título que su bisabuelo obtuvo del rey Carlos II en el siglo XVII, por los servicios militares prestados a la Corona).

En marzo de 1815, con tan solo veinte años de edad, se incorporó a la milicia española en el Perú como cadete



1. Abuelo Vicente con tres de sus hijos, un yerno, amigos y trabajadores de la Hacienda.
2. Dr. Vicente Gonzáles de Orbegoso y Moncada, con cuatro de sus hijos, los señores Bustamante, padre e hijo y un grupo de trabajadores de la Hacienda de Chuquizongo.
3. Pintura del Gran Mariscal Don Luis José de Orbegoso y Moncada (Ex Presidente del Perú).

del Regimiento de Caballería de Milicias Disciplinadas de Trujillo. En aquella época heredó la propiedad y administración de la hacienda Chuquizongo, donde se producía azúcar y café, y se criaba reses y caballos, entre otras actividades.

Por entonces soplaban los vientos independentistas entre los peruanos. Por sus convicciones libertarias, dejó de servir a la milicia española y se enroló en el bando patriota, participando con José de San Martín en la guerra de la Independencia del Perú.

Su aporte fue militar, pero también económico, pues utilizó su peculio para apoyar la gesta independentista, la cual finalmente se concretó en 1821. Trujillo era un bastión importante de la Corona española; por ende, la sublevación ocurrida en esta ciudad contribuyó, en gran medida, a la consecución final de la independencia peruana.

Luis José de Orbegoso creó y comandó el regimiento denominado Los Invencibles de Trujillo, que dio origen, más tarde, a los Húsares de Junín. Asimismo, dispuso que las rentas de la hacienda se usaran en la causa de la independencia, con la única condición de que, si esta se concretaba, la propiedad de la hacienda regresara a la familia. En una de sus pinturas más conocidas se lee: "No perdonó sacrificio por servir a su patria", una alusión a su gran desprendimiento.

Por su labor y apoyo a la independencia del Perú, recibió el título de Gran Mariscal del Ejército Peruano, y así se lo conoce hasta ahora.

Una vez instaurada la República, y al concluir el primer gobierno de Agustín Gamarra, fue elegido presidente provisorio del Perú, en 1833, por sobre Pedro Bermúdez, el candidato preferido de Gamarra.

Las obras más importantes de su gobierno fueron la redacción de la cuarta Constitución peruana, la creación de la Sociedad de Beneficencia Pública de Lima, la protección de la industria nacional, especialmente de la textil, y el fomento de la actividad minera, mediante franquicias temporales.

Tras dimitir de la Presidencia de la República, Luis José de Orbegoso fue declarado, en 1834, Benemérito de la Patria, en grado heroico eminente. Luego se afincó en Guayaquil, donde permaneció hasta el año 1844. Posteriormente retornó a su natal Trujillo para pasar sus últimos años, alejado de toda actividad pública. Allí falleció en 1847, a los 51 años de edad.

La hacienda Chuquizongo fue una de las principales empresas de la época, pues producía diversos productos agrícolas que incluso se exportaban, como el café caracolillo.

"El Gran Mariscal fue un baluarte en la gesta libertaria, pues no dudó en poner a disposición de esta toda su riqueza porque consideraba que era momento de un gran cambio en el Perú. Estaba convencido de que la libertad traería consigo progreso económico para el Perú", nos cuenta Carlos González de Orbegoso, tataranieto segundo y tercero de don Luis José, por ser tanto su padre como su madre descendientes directos del Gran Mariscal.

2. Vicente González de Orbegoso y Moncada, empresario y filántropo trujillano

Vicente González de Orbegoso y Moncada nació el 28 de mayo de 1890. Fue hijo de don Carlos Alfonso González de Orbegoso y de doña Josefina de Orbegoso y González, cuarta condesa de Olmos, ambos naturales de Trujillo.

Tuvo una esmerada educación. Sus primeras lecciones las recibió de un pedagogo particular. Cuando era aún muy niño fue enviado a España y se avecindó en la ciudad de San Sebastián. Posteriormente, estudió en Madrid y fue compañero y amigo del príncipe Carlos Alfonso, hijo del

“

Considero que el éxito recae en la constancia y en el buen trato al personal de trabajo, haciéndolos sentir parte de una familia, retribuyéndolos con una buena labor, honestidad y fidelidad.

Carlos Gonzáles de Orbegoso

monarca español. Sus estudios superiores los realizó en la Universidad Central de Madrid, donde obtuvo el grado de doctor en Jurisprudencia y Diplomacia. En España se le reconoció el título nobiliario de conde de Olmos.

Más tarde retornó con apremio a su país natal para hacerse cargo de las haciendas Chuquizongo, Julgueda y Chapigual —entre las tres sumaban unas cuarenta mil hectáreas— pertenecientes a su familia. Después compró las de Carchas y Rogaday, ubicadas en la provincia de Otuzco y Chorobamba, Cativen, Paredones y Nochapio, en la provincia de Bolívar, en donde tenía una amplia ganadería.

Don Vicente Gonzales de Orbegoso y Moncada se casó con Doña Margarita Alvarado con quien tuvo doce hijos.

A comienzos de los años sesenta, Chuquizongo producía cerca de ocho mil litros diarios de leche destinados tanto para el consumo del personal como para la elaboración de quesos y mantequillas en la planta instalada en la hacienda. Estos productos eran muy apreciados en el país por su calidad y sabor, y llegaron a exportarse a países vecinos como Ecuador y Bolivia, entre otros.



1. Edificio Jacobs, donde se encuentran las oficinas de Inmobiliaria San Vicente S.A.
2. Carlos y su tío Vicente Tito Gonzáles de Orbegoso – Director Gerente y Presidente del Directorio de Inmobiliaria San Vicente S.A., agradeciendo a la Cámara de Comercio.
3. Dr. Vicente Gonzáles de Orbegoso y Moncada junto a sus primos Víctor Raúl Haya de la Torre y Luis Gonzáles Orbegoso posando junto al retrato del Mariscal de Orbegoso.

En Chuquizongo, don Vicente se enfocó en la modernización de los sembríos, como el de los cafetos caracolillo, que fueron exportados a Inglaterra. Del mismo modo, alcanzó un éxito rotundo en el cultivo de papa (en sus diferentes variedades), menestras y frutales (limas, granadillas y naranjas). Y, gracias a los ríos que la atravesaban, la hacienda tenía suficiente agua para regar sus inmensos pastizales, lo cual fue propicio para la crianza de miles de cabezas de ganado vacuno.

La abundancia de recursos naturales permitió también constituir la famosa ganadería de reses bravas de

Chuquizongo, que llegó a ser una de las más grandes en el mundo, con más de dos mil cabezas de ganado. En las partes altas de la hacienda se criaba, asimismo, una gran cantidad de ganado ovino y diferentes tipos de auquénidos. Además, se le reconocía a la hacienda su importante producción y crianza de ganado equino y mular.

Don Vicente González de Orbegoso y Moncada contribuyó con la ampliación de la carretera que iba hasta Usquil. Lo hizo en el tramo que une este distrito con Coina, Chuquizongo y Huaranchal, y en el que comunica Charat,

Callancas y Chuquizongo. Entre ambos tramos suman alrededor de setenta kilómetros. La carretera benefició tanto al hacendado como a las diferentes comunidades porque permitió la comercialización rápida y eficiente de los productos agrícolas y ganaderos, y, a la vez, ofrecía la posibilidad de una pronta atención en eventuales emergencias. Este legado es reconocido hasta ahora por toda las comunidades y caseríos de la zona.

Como fervoroso católico, edificó en Chuquizongo una bellísima iglesia de piedra labrada, que se considera como una verdadera joya arquitectónica.

En paralelo con los negocios de la hacienda, don Vicente incursionó en el ramo del desarrollo urbano que también lo apasionaba. Por ello, en el año 1941, adquirió en una subasta pública los fundos San Andrés y sus anexos (312 hectáreas) y La Merced (69 hectáreas), ubicados en la parte norte y occidental de Trujillo.

Don Vicente González de Orbegoso y sus hijos aportaron estos fundos para la constitución de la Compañía Inmobiliaria San Vicente S.A. que empezó a realizar sus operaciones comerciales el 13 de febrero de 1964. Desde esa fecha, se dedicó a la habilitación urbana de sus terrenos y a la edificación de viviendas en las urbanizaciones San Andrés y La Merced.

Durante su larga existencia, la empresa tuvo como directores gerentes a don Vicente, a sus hijos Luis José, Carlos Jesús y Carlos Marcelo, y hoy a uno de sus nietos, Carlos Jorge Vicente González de Orbegoso, quien gerencia la compañía junto con su tío Vicente González de Orbegoso, presidente del directorio.

A lo largo del tiempo, Inmobiliaria San Vicente S.A., siguiendo su política de proyección social, realizó una serie de donaciones de áreas de terreno del predio San Andrés a diversas instituciones públicas y privadas de la ciudad de Trujillo:

- 10,000 m² para la construcción del colegio San Vicente de Paul, la capilla Medalla Milagrosa, el local de la

Policía de Investigaciones del Perú (PIP) y el Colegio de Ingenieros.

- 10,000 m² para los damnificados del terremoto de 1970.
- 248,981 m² al Concejo Provincial de Trujillo para los asentamientos poblacionales Liberación Social, San Vicente de Paul y Parque Zonal.
- Don Vicente poseía un gran espíritu altruista y deseaba contribuir al crecimiento sostenido de Trujillo. Por ello, cedió una considerable extensión del fundo San Andrés, para los siguientes fines:
 - 399,230 m², en 1947, para la construcción de la ciudad universitaria de la Universidad Nacional de Trujillo.
 - 10,320 m², en 1955, para la construcción de la basílica de Fátima.
 - 12,000 m², en 1960, para un estadio en la avenida Larco.
 - 5,000 m² para el terminal pesquero en Víctor Larco.
 - 2,500 m² para el local de la Asociación Otuzcana.
 - 19,900 m², en 1963, a la Comisión Ejecutiva Interministerial, para la construcción de un local comunal.
 - 20,000 m², en 1964, para la edificación del Hogar de la Niña.

La Universidad Nacional de Trujillo, en homenaje a su benefactor, erigió, en 1999, un monumento arquitectónico en el cual aparece la imagen de don Vicente. En la placa se puede leer: "Ilustre filántropo trujillano quien donó el fundo San Andrés, de su propiedad, para edificar la ciudad universitaria de nuestra alma máter".

Don Vicente falleció en 1983 a los 93 años de edad.



1. Carlos González de Orbegoso con sus hijos Carlos, Emilia, Beatriz y Lily, junto a su madre Enma.
2. Dr. Vicente Gonzáles de Orbegoso y Moncada "Conde de Olmos".
3. Don Vicente Gonzáles de Orbegoso junto a Antenor Orrego y otras personalidades, firmando la donación del terreno para la construcción de la Ciudad Universitaria.
4. Carlos, su esposa Milagros y sus hijos Cayetano y Ariza Gonzáles de Orbegoso.

Los negocios familiares

En 1968, el general Juan Velasco Alvarado dio un golpe de Estado al presidente Fernando Belaunde Terry. Su gobierno realizó una serie de reformas que afectaron los negocios de la familia González de Orbegoso.

Así, por decreto ley 17716 de 1969, se dispuso una reforma agraria en todo el país con el objetivo de poner

fin "a la oligarquía terrateniente". Afectó a los latifundios de la sierra, pero también a los complejos agroindustriales de la costa, en los que se crearon las cooperativas agrarias de producción (CAP), sin que los responsables de la administración de estas estuvieran capacitados. La hacienda Chuquizongo fue expropiada por el Gobierno y allí se creó la SAIS El Triunfo. En la actualidad, la hacienda, completamente desmembrada, es propiedad de varios

agricultores que no han logrado replicar el éxito de antaño.

Por otro lado, la Compañía Inmobiliaria San Vicente S. A. está saneando sus propiedades mediante la recuperación de varios terrenos que habían sido invadidos por posesionarios precarios. Se encuentra, al mismo tiempo, desarrollando proyectos de menor envergadura. Su actual director gerente es Carlos González de Orbegoso.

Carlos tiene 59 años, es hijo de Emma y Carlos, a quienes agradece por su educación y los valores inculcados. A Carlos le gusta pasar el mayor tiempo posible con su familia, especialmente con su esposa Milagros y sus hijos Cayetano y Ariza González de Orbegoso. Disfruta de la lectura, de los espectáculos deportivos y de la práctica de diferentes deportes. Además, es aficionado a la caza y la pesca, pasión heredada de su padre. Carlos y su familia son fieles practicantes de la doctrina de la Iglesia católica, al igual que sus antepasados.

"Considero que el éxito recae en la constancia y en el buen trato al personal de trabajo, haciéndolos sentir parte de una familia, retribuyéndolos por una buena labor, honestidad y fidelidad", dice Carlos.

Antes de que la entrevista concluya, Carlos deja el siguiente mensaje para los trujillanos:

"No perdamos la fe y la constancia en los momentos difíciles que tengamos que atravesar tanto en nuestras empresas como en nuestra vida diaria. Tomemos decisiones con calma y sabiduría"

La familia González de Orbegoso es una de las familias que aportó más al desarrollo de Trujillo y del Perú por los personajes históricos que nacieron en su seno. En el siglo XIX, por ejemplo, fue invaluable el aporte que Luis José de Orbegoso realizó para la gesta libertaria, incluso convirtiéndose en presidente de la República. Don Vicente, por su parte, fue un gran empresario que llevó tecnología a la hacienda Chuquizongo y comodidad

La Familia Gonzáles de Orbegoso es una de las familias que aportó más al desarrollo de Trujillo y del Perú por los personajes históricos que nacieron en su seno.



Rey Juan Carlos de España con La condesa de Olmos María Josefa González de Orbegoso.

a miles de trujillanos mediante grandes proyectos urbanísticos que se mantienen hasta la actualidad. Asimismo, la filantropía de la familia es digna de resaltar, pues sus aportes han contribuido, en gran medida, al progreso y crecimiento de Trujillo.

La familia amó a Trujillo y a su gente tratando siempre a todos por igual. Ha dejado una huella imperecedera en la ciudad. Sus descendientes continuarán perpetuando el nombre ganado por esta familia.



Familia H. Aray

La familia fuerte del acero

Manuel H. Aray no nació en cuna de oro, pero sí en una de negocios. En la década de los ochenta, la familia fue la pionera en el rubro de construcción y montó, asimismo, un negocio de comida, bajo el nombre de El Chacarero, con el que impuso el concepto de restaurante campestre. La rama materna, por su parte, se esforzó por instalarse sobre la piel de los trujillanos. Sus telas acercaron al ciudadano de los noventa a la moda y a la variedad.

Con estos antecedentes, no causa extrañeza que Manuel conociera el trajín del comercio desde los cinco años. Al principio, colaboraba con su madre en la venta de blondas y juguetes. Luego, en la adolescencia, en las compras de los insumos para el restaurante. El involucramiento en los negocios familiares se convertiría en fuente de inspiración para lo que, años más tarde, sería su propio emprendimiento.

A los 22 años y cuando cursaba el octavo ciclo de ingeniería civil, Manuel, cumplió el sueño del negocio propio. Un depósito de materiales de construcción marcó el inicio de una próspera carrera empresarial. Trabajo, orden y disciplina han sido las claves de su sostenimiento.

— Los inicios no siempre son sencillos, ¿con usted ocurrió lo mismo?

— Empezar un negocio siempre será un desafío, sobre todo cuando eres consciente de que la responsabilidad absoluta depende de ti. Hubo momentos difíciles, como en todo proceso, pero supimos superarlos de forma inteligente con estrategias que uno, poco a poco, aprende en el camino. Los inicios pueden resultar un verdadero dolor de cabeza porque a veces te muestran algo distinto de lo que esperabas, aunque esto también puede ocurrir en otro momento de tu vida empresarial.

Manuel H. Aray trabaja en el restaurante El Chacarero. Aquí inicia su aventura con los negocios de la mano de sus padres.

1988



1993

Se inaugura el depósito de materiales de construcción y fierro El Chacarero. En poco tiempo se convierte en uno de los más conocidos y con mayor actividad comercial en la ciudad y el norte del país.

Nace la empresa 3A, también vinculada a la actividad comercial de la distribución de materiales de fierro, metal y construcción.

1996



1997

Inmobiliaria Corporación Valle Alto inicia operaciones en Trujillo con proyecciones de crecimiento en otras ciudades del país.

Ingresa al mercado Metalmark, empresa dedicada a la comercialización de acero, herramientas y equipos relacionados a la industria metal mecánica. Se funda en Trujillo, pero sus operaciones se extienden a otras ciudades

2015



2016

Nace Valle Alto Agro, firma agroexportadora especializada en el cultivo de mandarina, que exporta principalmente a Asia y Europa.

Manuel adquiere el restaurante Demarco, uno de los más tradicionales de Trujillo.

2018



2019

Demarco inicia su expansión comercial con la instalación de un segundo local en Trujillo. La marca inicia proyecciones para convertirse en una importante cadena de restaurantes en el norte del país.

Se compran las empresas Consermet, especializada en el diseño y construcción de carrocerías para vehículos de carga pesada, y Loquene, firma vinculada al rubro metalmecánico.

2020



2020

Se consolida el Grupo Metalcop, que integra la división metalmecánica: Metalmark, Consermet, Welderpro y Loquene. Asimismo, Valle Alto, con sus proyectos: Valle Alto Agro y Corporación Valle Alto. En el rubro gastronómico Demarco, y como *back office* Carrera & Carrera.

Para salir adelante es necesario desarrollar la capacidad de adaptarse a las circunstancias y arriesgar cuando es necesario, pero sin perder la disciplina.

Esta tarde y, desde su sillón como presidente del directorio del Grupo Metalcop, Manuel habla de su éxito empresarial, algo que él no mide necesariamente en términos de dinero, sino con la satisfacción de hacer lo que realmente le gusta, empleando las herramientas necesarias, sobre la base de un trabajo solidario.

Esta filosofía la extiende a su grupo de, al menos, cuatrocientos colaboradores. El depósito de materiales de construcción dio vida a Metalmark, una cadena de, por ahora, diecinueve tiendas distribuidoras repartidas en diferentes ciudades del país. Pero Manuel se desafió a sí mismo y no temió asumir el riesgo.

Metalmark le abrió otras oportunidades de inversión a este infatigable ingeniero civil. Hoy, Metalcop agrupa a un conglomerado de empresas de diferentes rubros: Metalmark (retail de acero), Consermet (fabricación metalmecánica), Welder Pro (capacitación), Loquene (ferretería y máquinas industriales), Corporación Valle Alto (construcción), Los Prados Condominio (venta de lotes), Valle Sol (también venta de lotes), Demarco (cafetería y repostería), Carrera & Carrera (*back office*) y Valle Alto Agro (agroexportación), todas en actividad.

– Uno revisa el listado de empresas que conforman Metalcop y descubre diferentes rubros y mucho éxito. ¿Y cómo lo hace?, se preguntarán muchos.

– (Risas). No hay receta escondida. Todo es resultado de trabajo y compromiso. Si tuviera que escoger una palabra clave, sin duda sería "Mystika". La "Mystika" es pasión y compromiso por lo que haces. Esa es la filosofía que implantamos en Metalcop: trabajar en lo que nos gusta y divertirnos haciéndolo. Parece sencillo, pero demanda un gran compromiso. En todas mis empresas, me preocupo siempre porque mis colaboradores

se encuentren haciendo lo que les gusta, con las herramientas necesarias y rodeados de un equipo en que se puedan apoyar. Esto último es lo más importante. Solo la solidaridad corporativa genera un compromiso de ser mejores siempre.

En tiempos de pandemia, Manuel ha demostrado pertenecer a esa casta de empresarios que escogió la resiliencia como camino para subsistir. Ninguno de sus negocios detuvo sus operaciones. Si bien algunas actividades sufrieron una ligera disminución, como consecuencia obvia de la crisis sanitaria, otras se incrementaron, por la necesidad del público. El presidente del directorio del Grupo Metalcop está convencido de que no hay crisis sin oportunidades.

"Convertir las crisis en oportunidades ha sido un reto para los empresarios, en estos momentos de pandemia. Para muchos, pudo haber sido fácil detener las operaciones o despedir personal, pero ¿dónde quedaría nuestro compromiso y capacidad para enfrentar situaciones adversas? Creo que cuando esto pase quedarán sobre el papel diferentes lecciones para el sector empresarial. Habremos aprendido mucho y ojalá que eso nos haya enseñado a ser mejores".

Manuel es un tipo de hablar sereno. Esboza una ligera sonrisa cada vez que responde con convicción sobre sus objetivos como empresario. En el 2020 tenía planeado lograr la internacionalización de su marca. Esto implicaba extender sus servicios en otros países. No ha renunciado a dicho propósito a pesar de la pandemia.

Como muchos empresarios, desconoce lo que pueda ocurrir en los próximos meses. Sin embargo, no se detiene a esperar, sino que imagina escenarios posibles y traza planes alternativos para avanzar y estar prevenido. Para un hombre de negocios como él, la estrategia es importante. Hay que adelantarse al rival antes de que este golpee.



1



2



3

1. Ingeniero Manuel H. Aray, CEO del grupo económico Metalcorp.
2. Consermet, dedicada a la fabricación y servicio a remolques y semirremolques, forma parte de Metalcorp.
3. Manuel H. Aray y su familia.

Filosofía y formación

La historia del Grupo Metalcorp no solo reúne capítulos de éxito. Desde 1993, año en el que empezó a funcionar el depósito de materiales El Chacarero, enfrentar adversidades ha sido parte del negocio. Manuel recuerda que un momento duro ocurrió durante el 2008. Ese año, en plena crisis económica mundial, asumir riesgos requería decisiones inteligentes. El precio de muchos productos encareció y esto dificultaba su importación. Era momento de avanzar sin prisa, pero sin pausa y sin descuidar un insumo importante: la información. Para un empresario, las decisiones se asumen con riesgo, pero sobre la base de un criterio correcto. La voluntad y eficacia son importantes, tanto como la responsabilidad.

"Cuando tú diriges una empresa, asumes un compromiso de vocación y honestidad. Vocación por lo que haces,

“

La Mystika es pasión y compromiso por lo que haces. Esta es la filosofía que implantamos en Metalcorp: trabajar en lo que nos gusta y divertirnos haciéndolo.

Manuel H. Aray

porque tienes que dedicarle mucho tiempo a que esto funcione. Y honestidad porque no puedes avanzar si no tienes transparencia en tus acciones. Debes recordar que tienes detrás de ti y a tu alrededor a personas que dependen de tus buenas decisiones. Con ellos hay un compromiso y un respeto. Esto te obliga a que constantemente descubras oportunidades en medio de las crisis. Debes convertir en servicios las necesidades de otros. Aquí es importante estar pendientes de lo que ocurre, estar informados. Solo así sabrás generar oportunidades".

En los últimos años, Manuel ha conformado un equipo gerencial de primer nivel que le ha permitido crecer y consolidar su actividad empresarial en el país. Lo acompañan profesionales de amplia experiencia en diferentes sectores, quienes, junto con un grupo de jóvenes líderes, mantienen activa la operación del Grupo Metacorp, basándose en su "Mystika" empresarial, con un solo objetivo: mejorar el entorno de la región donde operan, aprovechando la vocación y el servicio de sus trabajadores.

Gracias a esto, el año 2020, Metalmark, una de sus empresas, ocupó uno de los diez primeros lugares en la lista del Great Place to Work. Es decir, Manuel se ubica entre los líderes empresariales del país que brindan a sus colaboradores una experiencia de trabajo de estándar mundial.

Por ello y pensando no solo en consolidar empresas, sino en formar profesionales con visión y decisión de cambio, apostó por crear, dentro de su corporación, una escuela de líderes que bautizó como Junior Coach. Allí no solo se enseña a desarrollar actividades con buena voluntad y eficacia; también se ayuda a los colaboradores a descubrir mejor su vocación y, desde luego, a mejorar su entorno.

"No podemos hablar de un empresario responsable si estamos lejos de hacer algo por el entorno en el que nos desarrollamos. Si queremos que el Perú cambie, entonces empecemos por formar buenos peruanos.

“

No podemos hablar de un empresario responsable si estamos lejos de hacer algo por el entorno en el que nos desarrollamos. Si queremos que el Perú cambie, entonces empecemos por formar buenos peruanos.

Manuel H. Aray

Este es el propósito de *Junior Coach*, un programa del que ya egresó una promoción y que va por más. Nos interesa mucho que los jóvenes descubran ese lado creativo para solucionar problemas, para entender al entorno y mejorarlo, y para convertir cualquier dificultad en oportunidad. Para nosotros, esta formación es importante. Buscamos descubrir, junto con nuestros colaboradores, oportunidades a partir de la buena voluntad y la eficacia".

Manuel asegura que un buen profesional tiene que ser, desde luego, una buena persona. Una característica no se debe desligar de la otra. Mucho menos en un país como el nuestro, donde es urgente restablecer el principio de honestidad y convertir el servicio en una verdadera vocación. De ahí que otro de sus consejos sea el de estar siempre pendientes de lo que el cliente necesita. Mantener relaciones cordiales y de empatía ayudan a los negocios a crecer.



1. Manuel empezó su carrera empresarial desde muy joven.
2. Metalmark se ha posicionado rápidamente como la marca más importante del rubro metalmecánico.
3. Metalmark ha inaugurado, a la fecha, 19 tiendas a nivel nacional.

"Mantener una correcta relación con los clientes y proveedores es vital, pero esta debe tener como base el respeto y la honestidad. De esa forma, el respeto trascenderá. No me queda duda de que el compromiso, la innovación, la honestidad y la confianza han acompañado cada una de nuestras acciones en este tiempo y han sido parte imprescindible para llegar a donde estamos. Esta es la ruta que decidimos seguir y nos da mucha alegría saber que ha sido la correcta. Fomentar empresas responsables ayuda a los trabajadores a ser mejores personas y a estar cerca del cliente con honestidad y respeto. Y esto no

solo se traduce en ofrecer buenos productos y servicios, sino en hacer sentir al cliente que es alguien importante. Siempre repito a mis colaboradores que una empresa sin cultura es una empresa sin alma. Y la cultura la construyen ellos con cada una de sus acciones".

Familia feliz

Al lado de todo hombre exitoso hay siempre una gran mujer. En el caso de Manuel, vive rodeado de cuatro. Su esposa, Jackie Bazán, y sus tres hijas. Este empresario liberteño tiene en claro, a partir de su experiencia, que la mejor manera de criar hijos exitosos es encargándoles responsabilidades. Es consciente de que, en algún momento, sus hijas asumirán el control de sus empresas, aunque confiesa que nunca las obligaría a que lo hagan. No permitiría tampoco que ellas asuman que ya lo tienen todo en la vida.

"Quiero que mis hijas sean felices, pero, sobre todo, responsables. Ellas saben que las oportunidades deben aprovecharse y uno debe asumirlas con mucha responsabilidad. No por el hecho de que su papá tenga empresas significa que ellas ya tienen todo, no, de ninguna manera. Yo les doy constantemente la libertad de que se desarrollen en lo que les gusta. Y si ellas desean practicar lo que saben en otra empresa, pues yo no tengo problema. Si en algún momento alguna decide ser parte de la estructura organizativa del grupo, bienvenidas, pero saben que aquí se trabaja mucho y que todos apuntamos hacia un mismo objetivo".

Manuel asegura que su familia constituye su fuente de inspiración y equilibrio para continuar el recorrido que empezó hace más de tres décadas. Asegura que ha disfrutado mucho de los tropiezos y de los logros. A los primeros aprendió a enfrentarlos y a vencerlos; a los segundos los ha saboreado. De ese modo, ha podido arriesgar en escenarios que, al principio, eran desconocidos para él.

Insiste en que su verdadero éxito es ser feliz y eso lo consigue ejerciendo lo que le gusta. No le ha puesto límites a su crecimiento. Nunca lo haría o, por lo menos, no está en sus planes inmediatos. No se cansa de agradecer a sus padres por haberlo involucrado desde pequeño en el mundo del trabajo.

— ¿Se arrepiente de algo a estas alturas de su vida?

— (Risas). Hmmm. Sí, creo que sí. Debí empezar más joven mi carrera empresarial.

— Si tuviera la oportunidad de convertir en realidad un sueño, ¿cuál sería?

— Definitivamente, construir un mejor país. Y no digo que el Perú sea un mal país, sino que a los peruanos nos falta mucho por entregarle. Esa vocación que muchas personas tienen para ser exitosas en la profesión que escogen es la que necesitamos en los ciudadanos. Una vocación por ser mejores, por ayudar a que otros crezcan, por hacer que el país genere mejores oportunidades y por entender que el Perú debe desarrollar en nosotros un sentido de pertenencia único. Solo con ese sentido de pertenencia lo defenderemos de los enemigos, de los malos peruanos, de las amenazas.

— Uno de los principales enemigos del Perú es la corrupción y, en los últimos años, esta ha tenido como protagonistas a algunos empresarios.

— Sí, y eso hace que justos paguemos por pecadores, pero eso se tiene que cambiar. Amar al Perú es cuidarlo y ayudarlo a crecer. Es verlo madurar y convertirlo en el país de las múltiples oportunidades, concluye Manuel.



Manuel en un día de deporte con miembros de la empresa.

Manuel asegura que su familia en su mejor equilibrio e inspiración para continuar el recorrido que empezó hace más de tres décadas.

El pimpón



Familia = **Equipo**



Perú = **Amor**



Acero = **Vida**



Metacorp = **Éxito**



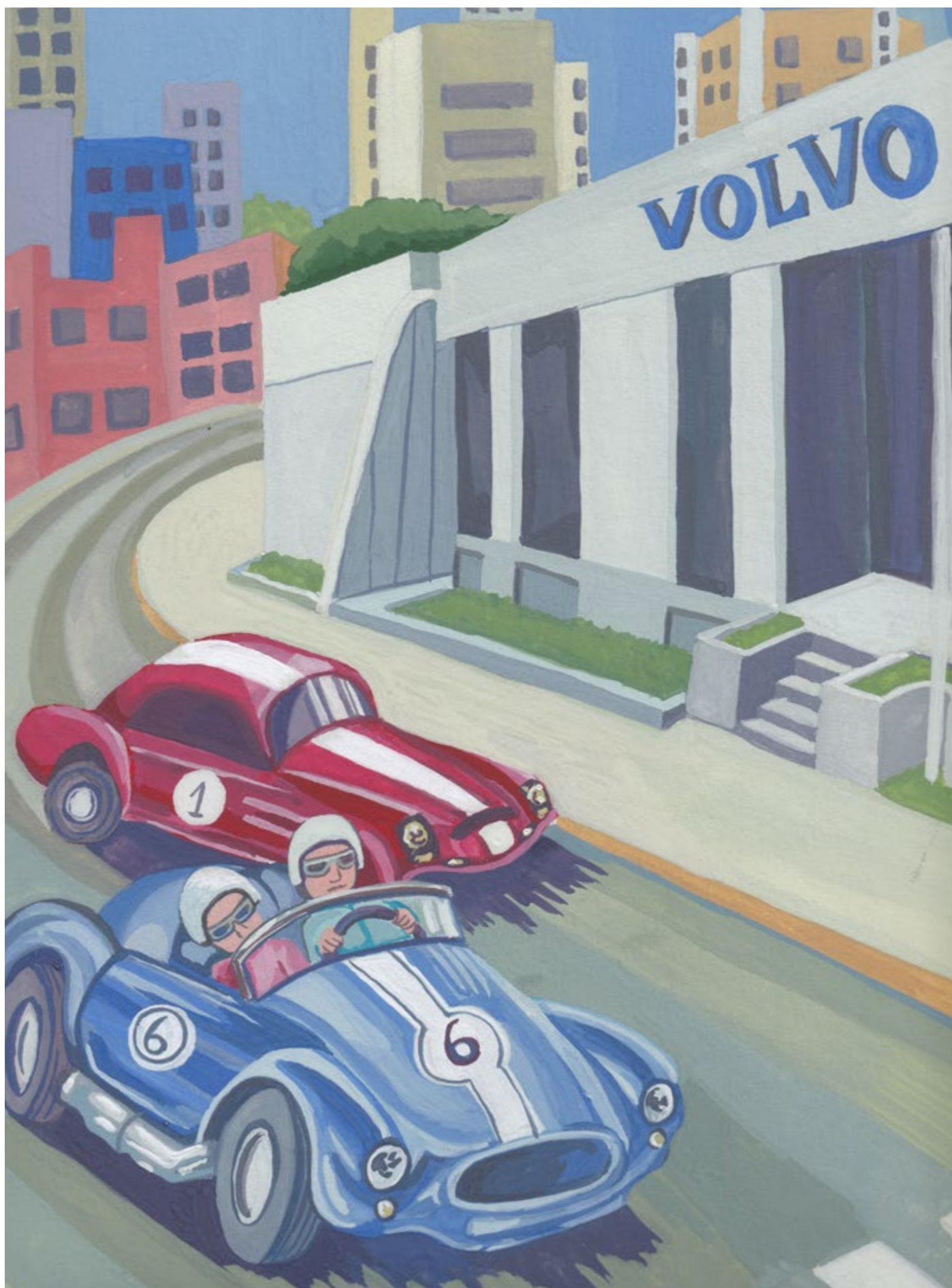
Aray = **Educación**



Éxito = **Felicidad**



El Chacarero = **Perú**



Familia Mannucci

ADN Empresarial y amor por Trujillo

Podemos decir que es casi imposible que, entre los trujillanos —los de antaño y los de las nuevas generaciones—, el apellido Mannucci no despierte sonrisas de cariño y respeto o no traiga a la mente momentos imborrables que se traducen en un hermoso vítor deportivo como el ¡¡Fuerza, Mannucci!!

Orígenes

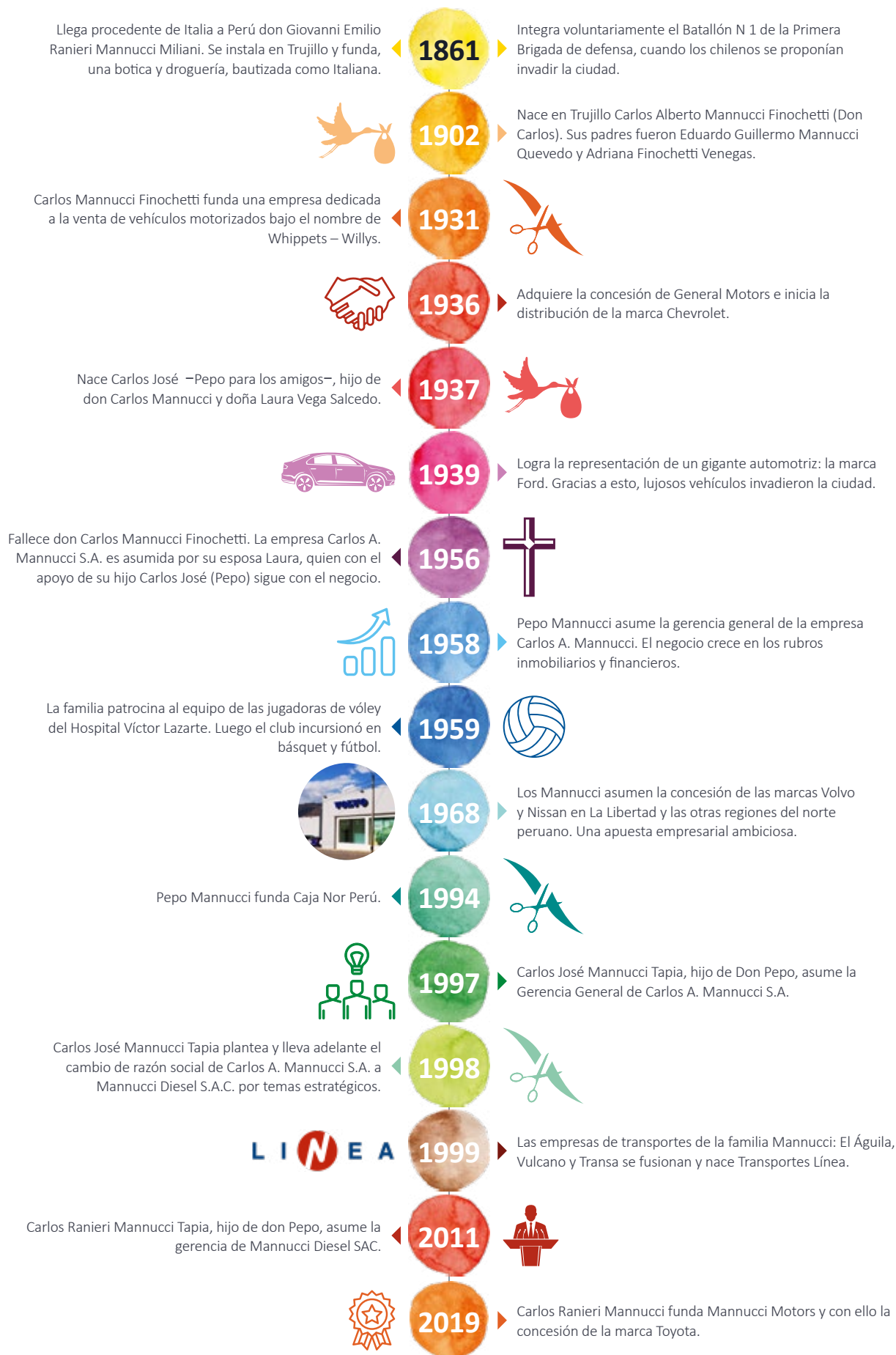
El apellido viene de una estirpe de ascendencia italiana que, con ADN de visión empresarial y comprometida con la responsabilidad social, ha contribuido, con esfuerzo, ahínco y dedicación, a la construcción de una ciudad próspera, emblema del norte del país.

La historia familiar se inicia con don Giovanni Emilio Ranieri Mannucci Miliani, quien llegó desde Italia, allá por el año 1861. Probablemente, fue el primer italiano que, al inicio de la época republicana, se afincó en nuestra ciudad.

Don Giovanni Emilio Ranieri, nació el 17 de junio de 1836, en el pueblo de Poggio, Livorno, localizado en la región de Toscana, en Italia. Mostrando el ADN familiar, abrió en Trujillo la próspera Botica y Droguería Italiana. El local quedaba en la quinta cuadra del jirón Pizarro, cerca de la iglesia de La Merced.

Demostrando un gran amor por su tierra de adopción, integró voluntariamente el Batallón N.º 1 de la Primera Brigada de Defensa, cuando los chilenos se proponían invadir nuestra ciudad. Los trujillanos no deben olvidar esta muestra de afecto del valiente italiano.

El batallón era el único que poseía armas, los rifles Chospot, sin bayoneta, de cincuenta tiros por soldado. Su principal misión consistió en desplazarse al puerto de Salaverry para evitar el desembarco de los chilenos. Fue el cuerpo más activo.



Don Giovanni Emilio Ranieri Mannucci Miliani se casó con la dama trujillana Victoria Quevedo de la Torre y tuvieron cuatro hijos: Eduardo, Sofía, Cristina y Ulderico. A su vez, el hijo mayor, Eduardo Mannucci Quevedo, contrajo matrimonio con Adriana Finochetti. Fueron también padres de cuatro hijos: Julio Eduardo, Carmela, Alfredo y Carlos Alberto.

Don Carlos

Carlos Alberto Mannucci Finochetti, o simplemente Don Carlos, nació en Trujillo en el año 1902. Sus padres fueron Eduardo Mannucci Quevedo y Adriana Finochetti Venegas.

Se casó con Laura Vega Salcedo, una hermosa limeña con quien tendría nueve hijos: Ana María, Carlos Eduardo, Laura Victoria, Aída Adriana, Marta Rosa, Carlos José, Cecilia Cristina, José Antonio y Enrique Leopoldo.

La familia heredó de don Carlos el talento por la música, pues él era un gran pianista. Don Carlos y doña Laura se enamoraron a través de las melodías. La semilla artística germinó en todos sus descendientes.

Don Carlos Alberto Mannucci Finochetti fue un gran emprendedor y siempre estuvo impulsado por el amor a Trujillo y el deseo de engrandecerlo. Sus descendientes, ahora en la tercera generación, han logrado mantener vivo ese espíritu y el compromiso altruista que lo caracterizó.

Si queremos encontrar un hito que marcó el inicio de su empresa, debemos situarnos en el mes de marzo de 1931. Por aquellos días, don Carlos decidió fundar una empresa dedicada a la venta de vehículos motorizados, bajo el nombre de Whippets – Willys.

El éxito de don Carlos fue tal, que adquirió posteriormente la concesión de General Motors e inició la distribución de la marca Chevrolet. Esta visión empresarial no se detuvo nunca y, en 1939, logró la representación de un

gigante del mundo automotor, la marca Ford. El aroma de la prosperidad se asomaba cada vez más a la puerta de la familia Mannucci. La ruta del éxito empezaba a marcarse.

Don Carlos, junto con su esposa Laura, supieron dirigir el negocio, pero también supieron adoptar —desde su fundación—, un espíritu socialmente responsable. Así, se convirtieron en los principales promotores de sus "colaboradores" (los llamaba de ese modo y no "trabajadores"). De esta manera, se adelantaron al pensamiento moderno de la relación empresa-colaborador, enfoque que ha prevalecido a través del tiempo en todas las empresas fundadas después.

Lamentablemente, en el año 1956, don Carlos falleció, pero su legado empresarial se mantuvo vigente, y las riendas de la empresa, convertida ya en Carlos A. Mannucci S. A., fueron asumidas por su esposa Laura Vega Salcedo de Mannucci, quien, con el apoyo de su hijo Carlos José (Pepo) continuó con el negocio sin perder la visión mística de don Carlos.

Antes de fallecer, don Carlos y su esposa destinaron parte de sus ingresos para apoyar a toda la comunidad liberteña, ratificando y honrando, así, su compromiso de responsabilidad social para los más necesitados, construyendo el pabellón de maternidad del hospital Belén y el Instituto de Rehabilitación Regional.

El corazón altruista de la familia Mannucci llevó a doña Laura a fundar la primera escuela de educación especial. Esta era, en realidad, un hogar para niños con habilidades diferentes y funcionaba bajo la tutela de la Fundación Carlos A. Mannucci, creada exclusivamente para este fin y en honor al patriarca, don Carlos.

La identificación de la familia Mannucci Vega con Trujillo fue tal, que también incursionó en el deporte.

En noviembre de 1959, las jugadoras del equipo de vóleybol del hospital Víctor Lazarte visitaron a doña



Laura Vega de Mannucci y a su hijo Pepo para solicitarles que patrocinaran a su equipo y, de esa manera, pudieran seguir participando en los torneos locales. Sin dudarlo, la familia Mannucci apostó por las noveles deportistas y así empezó la historia del club Carlos A. Mannucci, bajo la firma empresarial del mismo nombre, con las disciplinas de fútbol, vóleybol y básquetbol.

El entusiasmo de la familia Mannucci y las ansias de tener un digno representante del fútbol de la ciudad fueron motivo suficiente para que el equipo conquistara sus primeros campeonatos locales. Luego, fue campeón de la Copa Perú y obtuvo su ingreso al fútbol profesional.

El Carlos A. Mannucci, o simplemente el equipo carlista, como se lo conoce, es el abanderado de Trujillo y está en su corazón. Por eso, su lema es "Orgulloso de ser trujillano".

1. "Papacarlos", Sr. Carlos Alberto Mannucci Finocetti.
2. Primer Local de Mannucci, ubicado en Jr. Junín con Jr. Pizarro. En 1939 logra la representación de la marca Ford.
3. Carlos Ranieri Mannucci, actual Gerente General del Grupo Mannucci.
4. José Antonio Mannucci Vega (Tony), Cecilia Mannucci Vega, Laura Mannucci Vega, Tía Aída Adriana Mannucci Vega, Tía Martha Mannucci Vega, Carlos José Mannucci (Pepo), Enrique Leopoldo Mannucci Vega (el chino).
5. Don Pepo Mannucci recibiendo la Copa Perú de manos del Presidente Fernando Belaunde Terry.

Don Pepo, el sucesor

El sábado 29 de mayo de 1937 nació el hijo de don Carlos y de doña Laura Vega Salcedo. Fue bautizado como Carlos José, pero su núcleo familiar y su entorno cercano lo rebautizaron como Pepo. Este empresario exitoso heredó de su padre la filantropía y el arraigo intachable a su querido Trujillo. Don Pepo, junto con su madre, supieron continuar el legado del patriarca de los Mannucci, don Carlos.

Don Pepo fue nombrado gerente general en 1958 y, a partir de ese momento, se encargó de expandir el negocio familiar. Entre otros rubros, incursionó en el negocio inmobiliario, a través de compañías en Trujillo y en Lima, y en el financiero, a través de la fundación de Caja Nor Perú (1994), pionera de las cajas rurales a nivel nacional y que, más tarde, fue vendida a la Fundación BBVA del Banco Continental. También demostró su capacidad empresarial en el sector transporte, donde adquirió tres importantes empresas: El Águila, Vulcano y Transportes del Norte (Transa). En noviembre de 1999 las fusionó para constituir una nueva, denominada Transportes Línea. Actualmente, esta cuenta con una flota de más de setecientas unidades que moviliza a miles de peruanos viajeros. También se dedica al servicio de transporte de personal, tanto en el sector minero como en el agroindustrial, en todo el país.

Como auténtico hombre de negocios, sabía que la empresa comercial Carlos A. Mannucci S.A. debía enfrentar retos de manera permanente. Por eso, luego de obtener la concesión comercial de Volvo, en 1968, ese mismo año se convirtió, también en representante de la marca Nissan.

Conocedor del derecho sucesorio —él vivió una experiencia similar cuando su padre, don Carlos, y después su madre, doña Laura, fallecieron—, delegó la conducción de la empresa a su hijo mayor, Carlos José Mannucci Tapia, primero en la dirección de Carlos A. Mannucci S. A. y luego en la gerencia de Mannucci Diesel, empresa fundada en noviembre de 1998. Carlos José



1. Don Carlos Mannucci conversando con sus colaboradores.
2. Don Pepo Mannucci en auto Cobra con el número 6 (carrera La Herradura).

no solo logró mantener la representación de la marca Volvo en La Libertad, sino que la amplió a las regiones de Cajamarca (2004), Lambayeque y Piura, las dos últimas en el año 2011. Años más tarde, el compromiso se extendería a Ancash. Con su asesoría, en su calidad de presidente del directorio, la empresa también pudo obtener, en el 2006, la representación de la marca de automóviles Renault.

El inicio de la expansión del negocio hacia las ciudades de Huaraz y Cajamarca permitió aprovechar un nuevo nicho comercial, el de la prestación del servicio de vehículos pesados en el sector minero, mediante contratos con las empresas mineras Antamina y Yanacocha, y luego con Marsa, en la sierra de La Libertad.



1

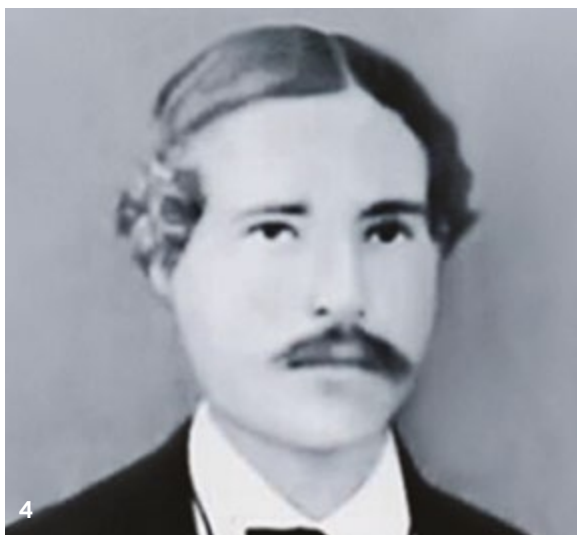


2



3

Además de su apasionante amor por el mundo empresarial, una faceta que también amó don Pepo fue la de piloto de autos. Así, en los años sesenta y setenta fue catalogado como uno de los mejores en el deporte automovilístico. Incluso, hasta hoy ostenta el récord del tramo entre Pasamayo y Huacho, durante la carrera



4



5



6

1. "Mamalala" Sra. Laura Vega Salcedo de Mannucci.
2. Local en la ciudad de Trujillo.
3. Carlos José Mannucci Tapia "Pepo", ex Gerente General de Carlos A. Mannucci (ahora Mannucci Diesel).
4. Giovanni Emilio Ranieri Mannucci Miliani, italiano que llegó a Trujillo en 1861.
5. Sra. Laura Vega Salcedo de Mannucci "Mamalala" junto a su hijo Don Pepo en un aniversario de Mannucci.
6. Don Pepo recibiendo una medalla de parte de la Municipalidad de Trujillo como Empresario del Año.

Premio Presidente de la República Lima–Trujillo–Lima, con picos de velocidad de hasta 250 kilómetros por hora.

Su buena estrella hizo que nunca tuviera un accidente, pese a su arrojo y temeridad al conducir, lo cual llamó la atención de la prensa internacional. Los medios extranjeros no dudaban en mostrar su admiración por el piloto que aceleraba en cada curva que encontraba al frente.

Muchos recuerdan que un Mustang de color blanco con el número 07 en color negro, fue su compañero durante cada carrera del torneo en el que consiguió tres triunfos consecutivos en el circuito de Ventanilla.

Otros muchos lo recuerdan en su Ford Cobra, vehículo que, después de un triunfo en Lima, se exhibía en la Casa Mannucci, en la esquina de Junín y Pizarro.

En la actualidad, y ratificando el derecho sucesorio, ante la muerte de Carlos José a temprana edad (2011) nombró a su hijo Carlos Ranieri Mannucci Tapia, para que guíe los destinos de la empresa familiar.

Mannucci Diesel SAC, bajo la dirección y liderazgo de Carlos Ranieri, mantiene la representación de las marcas Volvo (VCE, Penta, camiones y buses), Mack y UD Truck, y esta se ha ampliado a otras regiones del norte del país con la creación de subsedes para ofrecer un mejor servicio al cliente. Así, en Piura se abrió la subse de Paita; en San Martín, la de Tarapoto; en La Libertad, la de Huamachuco; en Cajamarca, la de Cajabamba, y en Ancash, las de Chimbote y Huaraz. También existe una sede en Chiclayo. En suma, la empresa apuesta por el desarrollo de la región y ofrece oportunidades laborales a los lugareños.

Una mención especial merece la sede de Huaraz, pues en Yungar, provincia de Carhuaz, se logró construir un amplio local, que se inauguró en octubre del 2016. Del mismo se suscribieron acuerdos y firmaron contratos de servicios con la minera Antamina.

El crecimiento de Mannucci Diesel SAC y de Mannucci Diesel Cajamarca SAC ha permitido que ambas cuenten

con capital humano altamente capacitado. Las empresas están, además, equipadas con las más modernas herramientas necesarias para cumplir con la posventa de las marcas que representan, tanto en sus talleres como en los campamentos mineros donde tienen presencia. Para este fin, sus almacenes de repuestos están totalmente interconectados.

Carlos Ranieri, siguiendo con la tradición visionaria empresarial de la familia de su padre, el pasado 2019 inició conversaciones con Toyota del Perú S.A. y, como resultado de estas, en mayo del mismo año la empresa familiar Mannucci Motors fue refundada como sociedad anónima cerrada (SAC). La familia Mannucci quedaba expedita, esa manera, para convertirse en concesionaria de la prestigiosa marca Toyota.

Los Mannucci y su legado

Las figuras de don Carlos, de su esposa Laura, de su hijo Pepo y de Carlos José (miembro de la tercera generación, fallecido en noviembre del 2011) son inextinguibles fuentes de inspiración para la empresa hoy liderada por Carlos Ranieri Mannucci. El honor, los valores y la tradición del apellido siguen intactos, y lo mismo ocurre con la filosofía de integrar la responsabilidad social con los negocios.

Por su legado, la familia Mannucci es considerada como un paradigma de desarrollo empresarial, pero también de amistad y solidaridad. Ha brindado ayuda a los que menos tienen siempre con absoluta reserva. Por ello, se han ganado el respeto de todo el pueblo trujillano.

Don Pepo, junto con su hijo Carlos Ranieri Mannucci Tapia, actualmente al frente de Mannucci Diesel SAC, Mannucci Diesel Cajamarca SAC y Mannucci Motors SAC, así como con su sobrino Luis Fernando Salaverry Mannucci, gerente general de Transportes Línea S.A., gozan del cariño y consideración cada uno de sus colaboradores y han contribuido a realzar el apellido Mannucci entre los miembros de la comunidad.



Familia Murgia

Una familia centenaria curtida en el éxito y la diversificación

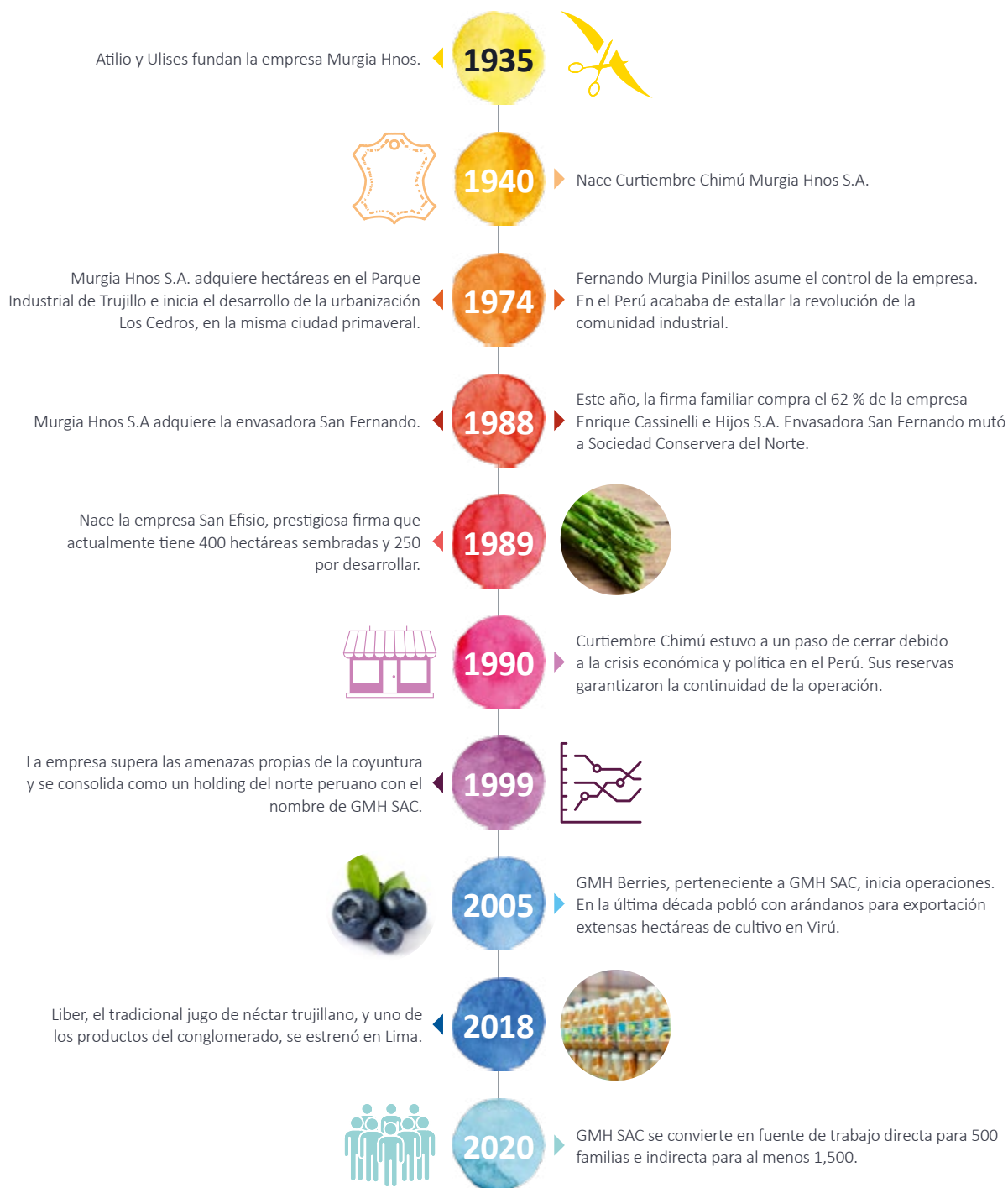
Si "Murgia" fuera una palabra, seguramente tendría en el diccionario las acepciones de 'trabajo', 'sacrificio', 'perseverancia', 'negocio' y 'éxito'. Todas encajan como sinónimos del apellido de origen italiano. Esto pone en evidencia que Murgia, además de una marca familiar, ha sido pieza clave de la historia comercial del norte del país.

Transcurría la mitad del siglo XX cuando el apellido, originario de Cagliari, capital de la isla de Cerdeña, en Italia, se asomó por primera vez en el Perú. Europa era escenario de guerras y de una pobreza que paralizó la actividad industrial. Decenas de italianos, sin equipaje, pero con la esperanza de resurgir, peregrinaron por el mundo. Perú fue el destino de muchos de ellos. El primer Murgia ingresó por el norte, luego de recorrer Sudáfrica, Argentina y Bolivia. Se llamó Giuseppe y un sueño zigzagueaba en su mente: abrir una curtiembre.

En la hacienda Roma, en el valle de Chicama, al norte de La Libertad, concretó su anhelo empresarial con el nombre de Curtiembre Roma. Se casó con María Mengarda y perpetuó el apellido con siete hijos: tres varones y cuatro mujeres. Sin embargo, los problemas económicos asfixiaron la curtiembre, así que decidió cerrarla.

No satisfecho con su situación en el Perú, Giuseppe decidió volver a Cochabamba en busca de cumplir sus sueños y, en esa ciudad, trabajó en una curtiembre de propiedad de otros italianos. En un primer momento, viajó solo, pero conforme sus hijos iban terminando la secundaria en Chocope, La Libertad, los fue llevando a Bolivia.

De esta manera, los dos mayores, Aquiles y Ulises, viajaron a Cochabamba y aprendieron el negocio de curtiduría. El menor, Atilio, se quedó en el Perú y, ayudado por sus hermanas, empezó el negocio de comercialización de cueros y artículos para la industria del calzado.



En la familia se impregnaba cada vez más el anhelo de tener una curtiembre propia y, entonces, Giuseppe, con el dinero suficiente, decidió retornar a Perú para reencontrarse con los suyos y cumplir el sueño de todos ellos.

En ese tiempo, Giuseppe, abrigado por la emoción, viajó a Italia para visitar a sus familiares y contarles de sus anhelos empresariales. Lamentablemente, en 1927, mientras retornaba al Perú, y en el mejor momento de su vida, la tragedia lo sorprendió: falleció en el hundimiento del barco Principessa Mafalda, a noventa millas de Río de Janeiro.

Giuseppe nunca vio realizado su gran sueño, pero había formado muy bien a todos sus hijos en el negocio. Fueron ellos quienes se encargaron de cumplir el sueño de su padre.

En el año 1935, Atilio y Ulises (este último ya había regresado de Bolivia), decidieron crear la empresa Murgia Hnos. S.A. Atilio se dedicaba a la comercialización y Ulises, exclusivamente a la producción de suelas. Aquiles, el hermano mayor, se quedó en Cochabamba unos años más y llegó a perfeccionarse y a alcanzar altas posiciones en la empresa curtidora.

Siete años después, el negocio Murgia Hnos. S.A. ya daba frutos, por lo que decidieron ampliarlo y convencieron a Aquiles de que volviera al Perú para desarrollar la parte industrial dedicada a cueros para empeines. Aquiles regresó a Trujillo en 1942, y poco después, se creó la empresa Curtiembre Chimú Murgia Hnos. S.A.

Atilio, el negociante de la familia, falleció en 1968 y Aquiles, en 1972. Ulises decidió entonces entregar el mando a la segunda generación. Es así como, en 1974, Fernando Murgia Pinillos, hijo de Ulises, asumió la dirección de Curtiembre Chimú Murgia Hnos. S.A. Él fue el artífice de la expansión.



Plantación de arándano “GMH Berries”.

La segunda generación y el liderazgo de Fernando Murgia Pinillos

Lunes de un día de otoño de 2020. Hay en la mirada de Fernando Murgia Pinillos un velo de intranquilidad permanente. Esta característica identifica a aquellos hombres que, como él, no se intimidan ante el cansancio, y han convertido su cerebro en una fábrica de ideas innovadoras, con un régimen de 24 x 7.

Su oficina, en el Holding GMH SAC (nombre que proviene de la abreviatura de Grupo Murgia Hermanos), es elegante, moderna, acogedora y tiene lo necesario para no distraerse. Fernando, como gerente general, despacha aquí por contadas horas; el resto del día lo pasa en el campo, entre cosechas y desafíos, cerca de sus colaboradores. La sencillez del espacio es el reflejo de su personalidad.

El Holding GMH SAC es un conglomerado de empresas construido sobre la filosofía de la dedicación, la calidad, el trabajo duro y la actitud positiva. Es el resultado, además, de décadas de sacrificio y trabajo ordenado.

Esta mañana, Fernando sonríe y ese parece ser el paréntesis que devuelve la calma a su agitado océano de ideas innovadoras. Sus más de cincuenta y cinco años



1



2



3



4

1. Fernando Ulises Murgia Pinillos, esposa y nietos.
2. Fernando Ulises Murgia Pinillos en sus oficinas.
3. Eduardo Orlando Murgia Pinillos, Fernando Ulises Murgia Pinillos y José Humberto Murgia Zannier.
4. San Efisio: Campo de cultivo de espárragos.

de experiencia en diferentes ámbitos empresariales, lo convierten en una voz autorizada acerca de cómo ser un líder en todo el significado de la palabra.

Su mirada se detiene en el horizonte. Un gesto de satisfacción marca su rostro cuando refiere que sus hijos Fernando y Sandra acaban de tomar el timón de la empresa. La tercera generación ya pisó el acelerador del desafío, pero Fernando sigue vigente en el grupo que popularizó la industria de la curtiembre en el norte del país.

"Curtiembre Chimú Murgia Hnos. S. A. nació con el sueño de mi abuelo de desarrollar una empresa. Lamentablemente, él falleció durante uno de sus viajes, en 1927. El sueño lo continuó la siguiente generación. Los Murgia peruanos proceden de la unión de dos familias italianas: la del abuelo Giuseppe Murgia, proveniente del pueblo de Nurri, en Cerdeña, y la de María Mengarda Delvai, procedente de la región sur del Tirol, en los Alpes. Ellos vinieron a Sudamérica

“

Los verdaderos líderes no conducen organizaciones en tiempos de paz, sino de convulsión. La disciplina y la estrategia vencieron a la incertidumbre. Había llegado el momento de demostrar por qué llegué hasta aquí.

Fernando Murgia Pinillos

corridos por las cruentas guerras entre itálicos, francos, austrohúngaros", narra.

En 1974, cuando Fernando asumió el control de la empresa, en el país acababa de estallar la revolución de la comunidad industrial. Según la ley promulgada el 27 de julio de 1970, mediante la comunidad industrial se institucionalizaba la participación accionarial progresiva de los trabajadores estables de una empresa industrial, lo cual les permitía conseguir la paridad en la propiedad, en la gestión y en las utilidades de la empresa. Fue una época de levantamientos y agitación de los movimientos populares en el interior, con un discurso que pregona la reivindicación de la clase proletaria. Huelgas e incendios en algunos almacenes y empresas acompañaban el conflicto. Fue un momento difícil para Fernando, pero pensó que era hora de convertir esa crisis en oportunidad.

"Cuando llegué a Trujillo para asumir la empresa, encontré a la comunidad industrial en todo su apogeo. Mi padre, Ulises, ya cansado, no la frecuentaba, así que la experiencia que viví fue única: yo era el propietario, pero ellos, los trabajadores, mandaban; felizmente, mi carácter me ayudó. Fui muy amigable y poco a poco se dieron cuenta de que, si me ayudaban, podían mejorar sus ingresos. Así se fue revirtiendo la situación".

El capítulo de la comunidad industrial en el país fue aleccionador para los Murgia. Gracias a este aprendieron la disciplina laboral que más adelante les sirvió de base para asumir el conocimiento de los procesos del mercado y de los nuevos consumidores. En paralelo, incorporaron acciones para minimizar el impacto y el riesgo medioambiental. La empresa, además, se tatuó el compromiso de ser socialmente responsable.

Fernando refiere que su familia lo apoyó en este tramo difícil y hoy recuerda con orgullo esos momentos. Sus ojos revelan su emoción, mientras que con el movimiento de sus manos intenta ilustrar esa lealtad y confianza que lo secundaron.

"Quizás una anécdota, o mejor dicho una lección que recibí, sea el hecho de que cuando asumí la empresa,



Fernando Ulises Murgia Pinillos con esposa e hijos.

la familia en pleno, disciplinadamente, esperó cinco años para una repartición de dividendos austera, y jamás pidieron un adelanto, pues todo se quedaba para incrementar el patrimonio empresarial".

"¿Y pensó algún momento en dejarlo todo?", le preguntamos.

"Los verdaderos líderes no conducen organizaciones en tiempos de paz, sino de convulsión. La disciplina y la estrategia vencieron a la incertidumbre. Había llegado el momento de demostrar por qué llegué hasta aquí", responde.

Fernando enfrentó todo tipo de situaciones durante los tiempos difíciles: reclamos laborales, demandas de los sindicatos, caídas en las ventas y endeudamientos. Subsistir fue su arte, y su ambición, un desafío. Los evangelios económicos sentencian que para crecer hay que invertir, y uno de sus versículos señala que el riesgo es parte de la crisis. La empresa necesitaba dinero y había que obtenerlo. El capital llegó gracias al Banco Internacional del Perú (hoy Interbank) y al Banco Nor Perú (actualmente BBVA). Con ello, se pudo capear el temporal.



1



2



3

1. Línea de néctares en producción.
2. Botellón final listo para distribución.
3. San Efsio: Producto final empaquetado.

La diversificación

La reforma agraria de 1979 perjudicó la producción y arrebató el capital y las propiedades a las empresas. En 1980, la subversión abrió un capítulo de terror, sangre y desaparición.

En 1990, el famoso "fujishock" asfixió la economía de varias industrias y las condenó a la desaparición. El desempleo pobló las calles como un virus mortal. La economía del Perú estuvo sin oxígeno y sin rumbo.

La ruta para sobrevivir consistía en planificar la empresa con medidas de corto, mediano y largo plazo. Fernando lo entendió así. Y mientras la razón trazaba esquemas, la ambición le abrió paso al concepto del valor compartido. Renunciar a crecer, nunca; mucho menos si el desafío era el progreso y el bienestar social.

En este escenario enrarecido, la empresa incursionó en rubros distintos al de la curtiduría. Podría pensarse que, en medio de la crisis, comprar acciones o absorber negocios no era lo más sensato, pero Fernando vio allí una gran oportunidad.

"Se presentó la oportunidad de comprar el 62% de acciones del grupo Enrique Cassinelli, en 1988. Sin embargo, con el correr del tiempo, los señores Cassinelli, representantes del 38% restante, no estuvieron dispuestos a aportar dinero en los sucesivos aumentos de capital que necesitó la empresa, por lo que su participación se ha reducido a alrededor del 3%", dice.

Incursionar en otros rubros obligó a replantear la estrategia y la dirección de la empresa familiar. Las decisiones se concentraron en las variaciones y oportunidades de un mercado que, al principio, resultó desconocido, pero que no tardó en conquistarse. A la visión expansionista se sumó un gran equipo de inversionistas, directores, clientes, proveedores y trabajadores. La comunidad fue la más favorecida.

"Todo confluye en ese gran objetivo de mantenerse y no perder el paso. Es muy importante no solo ir de la mano con el crecimiento de la empresa, sino también, a medida que nos rentabilizamos, acompañar el crecimiento con la creación de valor compartido, pues genera muchos beneficios a largo plazo".

La Consolidación de Grupo GMH SAC

La consolidación de Grupo GMH SAC es el sueño que Fernando cultivó desde niño. Lo recuerda como quien mira una fotografía teñida de color gracias al esfuerzo y dedicación de sus padres a lo largo de la historia de Curtiembre Chimú Murgia.

"Curtiembre Chimú Murgia Hnos. nos dio seguridad de subsistencia, nos proveyó de educación y nos permitió crecer como grupo económico. Nos enseñó a enfrentar el mundo empresarial respetando normas y desarrollando un trabajo responsable".

Las empresas de GMH SAC no conocen de miedos ni de complejos a la hora de competir. Las amenazas las convierten en oportunidades y las debilidades en fortalezas. Líber, el tradicional jugo de néctar trujillano, y uno de los productos del conglomerado, alista su estreno en Lima, con una línea a base de pulpa de fruta y con un moderno envase. GMH Berries SAC acaba de poblar con arándanos para la exportación extensas áreas de cultivo en Virú. Bebidas Cassinelli, la marca de gaseosas emblemática de Trujillo y del norte del Perú, sigue conquistando paladares de otras regiones de nuestro país.

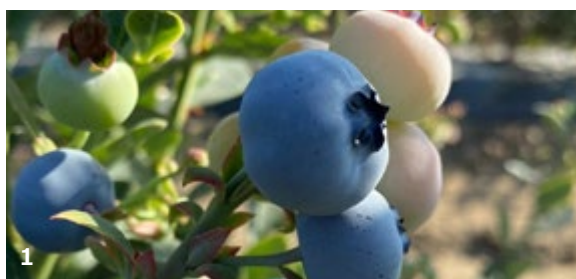
GMH SAC es fuente de trabajo para quinientas familias, sin contar las temporadas de cosecha donde la cifra se triplica. Es una empresa familiar que no conoce barreras; los dígitos suman acompañantes a la velocidad de un parpadeo. Por eso, decir que los Murgia se han superado a sí mismos no es exagerado.

"Toda empresa necesita dedicación, pues el éxito no es de recetas, sino resultado de trabajo duro, sacrificio y constancia. Hay que educar a las generaciones venideras en esto. Hay que inculcarles una actitud positiva y proactiva. Nada más", asegura Fernando.

"¿Cómo visiona el futuro de GMH SAC?", preguntamos.

Aquí la respuesta:

"El futuro de GMH está en manos de dos de mis hijos, Fernando y Sandra, quienes se han preparado para ello.



1. Arándano en planta, en excelente estado.
2. Línea de gaseosas.

Van adquiriendo experiencia y en muchos aspectos son más que el suscrito. Están formando un gobierno corporativo de primera calidad, con asesores de alta preparación, incorporando profesionales de gran valía. Estimo que ellos llevarán a este grupo familiar a un escalón más y espero que siempre sea con el mismo espíritu de ser un grupo fuerte que ofrezca a nuestra familia y a muchas otras la posibilidad de tener un espacio de vida lo más seguro posible. Esta próxima generación, casi sin mi intervención, ha desarrollado, por ejemplo, la empresa GMH Berries SAC".

"Murgia" no es una palabra en el diccionario. Es un apellido adscrito a la historia trujillana y al desarrollo económico del Perú. Es la historia de una familia que un día surfeó la ola de la migración y que se superó a sí misma en un país del que solo conocía el nombre. Es, en suma, la abreviatura del éxito a la que por ahora sus generaciones no pretenden colocarle el punto final.



Productos Razzeto & Nestorovic

Familia Nestorovic

El emporio de los embutidos que nació en
el patio de una casa

Dragui Nestorovic Razzeto, hijo de Dragui Nestorovic Markovic, es un observador nato. Mirar con detalle cada situación de la vida le ha permitido identificar oportunidades para crecer empresarialmente.

“Todo empresario debe conocer el entorno”, asegura. Dragui trabajó con su padre en la consolidación de la marca Productos Razzeto & Nestorovic, empresa trujillana que ocupa un sitio importante en el corazón y el paladar de miles de familias del norte del país. Detrás de este éxito no hay fórmulas mágicas, sino dos ejes fundamentales: el conocimiento y la familia.

La historia

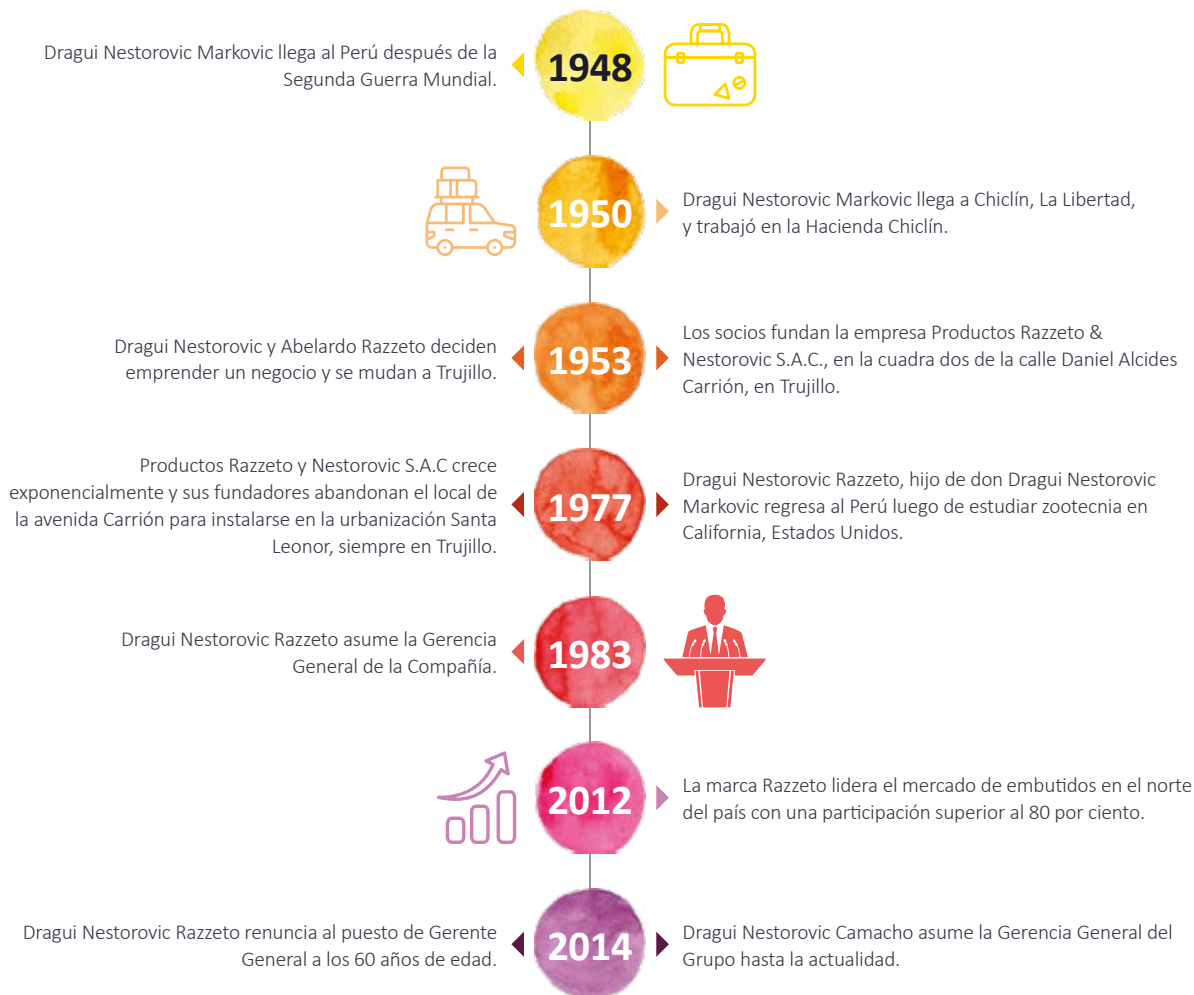
En agosto de 1948, a los 25 años, Dragui Nestorovic Markovic llega al Perú como refugiado, después de la Segunda Guerra Mundial. El barco americano que lo trajo

desembarcó en el puerto del Callao. Traía bajo la manga: US\$ 5, un salvoconducto y tres noches de hotel pagado.

Fueron momentos difíciles para Nestorovic Markovic; sin embargo, la paz en tierras peruanas era superior a cualquier penuria que estuviese atravesando. Además, él siempre fue trabajador, responsable y tenía una habilidad comercial estupenda.

Fue así como, después de desempeñar diferentes oficios en diferentes ciudades del Perú, llegó a Trujillo y de ahí se mudó al pueblo de Chiclín, donde trabajó en la hacienda del mismo nombre.

En Chiclín conoció a Yolanda Razzeto, cuyo padre y hermanos eran especialistas en la elaboración de jamones y embutidos y también vivían y trabajaban en la Hacienda Chiclín. Dragui se enamoró y se casó con Yolanda en julio de 1951 y con el tiempo formaron una numerosa familia.



Los inicios

En 1953, Dragui Nestorovic Markovic y Abelardo Razzeto, hermano de Yolanda, deciden emprender un negocio en sociedad. El emprendimiento de Razzeto y Nestorovic apostó por lo que mejor conocían. Abelardo era experto en la preparación de embutidos y Dragui, un excelente comerciante. La primera decisión fue alistar maletas y mudarse a Trujillo, a una hora de Chiclín. El sueño de la propia empresa y la independencia financiera empezaba a ser realidad. En Trujillo, el negocio funcionó en una casa ubicada en la cuadra dos de la calle D. A. Carrión, cerca de lo que hoy es el centro histórico de la capital primaveral. Este local alquilado se comunicaba con una casa en la calle Salaverry, propiedad de don Francisco Razzeto, donde vivieron los flamantes socios. Con un capital exiguo, pero con desafíos claros, Productos Razzeto & Nestorovic S.A.C. daba sus primeros pasos. Era el año 1953.

La parte posterior del inmueble mutó a fábrica artesanal. Aquí instalaron unas mesas de trabajo, una moledora de carne y algunas pequeñas máquinas más. Al inicio todo fue austero y con una producción muy reducida. La producción la hacían Dragui y Abelardo ayudados por sus esposas y un operario. Cuando el producto estaba listo, y guiado por su olfato comercial, Dragui lo vendía a las bodegas y mercados. Por su gran calidad y generosa acogida de los trujillanos, el negocio fue creciendo muy rápido y fue necesaria la incorporación de dos nuevos socios, los señores Humberto y Oscar Razzeto, hermanos de Abelardo.

Dragui Nestorovic Razzeto cuenta con pasión y nostalgia la historia de su familia. El revolotear algunos recuerdos lo traslada imaginariamente a la casita de la calle Carrión, donde jugueteaba con las manizuelas de las máquinas.

Somos 6 hermanos, 4 hombres y 2 mujeres. El año en que nació mi padre y mi tío iniciaron la fábrica. Nosotros, siendo niños, jugábamos ahí y también apoyábamos en



Grupo de colaboradores en nueva planta ubicada en Chilca.

lo que podíamos. Yo me cortaba los dedos 5 veces al día porque me gustaba jugar con las máquinas (risas). Desde niño aprendí del negocio, y era feliz en la fábrica junto a mis hermanos.

Productos Razzeto y Nestorovic S.A.C había crecido significativamente y sus fundadores decidieron construir una nueva y moderna planta para poder satisfacer la creciente demanda. La antigua fábrica resultó muy pequeña para seguir creciendo.

En 1977 se instalaron en la urbanización Santa Leonor, siempre en Trujillo, con un solo reto: continuar creciendo respondiendo a las expectativas de los clientes.

¿Y la nueva planta fue financiada?, preguntamos. –

No. Se hizo con capital propio, mi papá era muy ahorrador. Recuerdo que pidieron un crédito al banco, pero como la evaluación demoró, mi papá decidió usar



1. De izquierda a derecha: Dragui Nestorovic Markovic, Yolanda Razzeto de Nestorovic, Dragui Nestorovic Razzeto y Liliana Camacho de Nestorovic.
2. Tres generaciones: Dragui Nestorovic Camacho (nieto), Dragui Nestorovic Markovic (abuelo) y Dragui Nestorovic Razzeto (hijo).
3. De izquierda a derecha: Dragui Nestorovic Camacho, Dánica Nestorovic Camacho, Dragui Nestorovic Razzeto, Liliana Camacho de Nestorovic y Mirko Nestorovic Camacho.
4. Dragui Nestorovic Camacho.

su propio capital. Incluso, luego lo llamaron del banco para indicarle que ya le habían aprobado el crédito, y mi papá les dijo que ya no lo necesitaba, porque ya había comprado todo.

Crecimiento

Dragui estudió en el colegio San José Obrero de Trujillo y transcurría sus vacaciones jugando a la fábrica, pero en una de verdad. Él, a medida que crecía, se iba empapando de todos los procesos del negocio y, en paralelo, las carnes y embutidos de la empresa iban ganando más y más aceptación en el paladar trujillano.

– Estudié en el colegio San José Obrero y, al terminar, yo no pensaba estudiar una carrera universitaria. Es más,

creí que ya había convencido a mi papá. Me dediqué a trabajar a tiempo completo en la fábrica y también hice una granja en donde también criaba pollos.

En esos años (1970), yo tenía 17 años y ganaba bastante dinero vendiendo mis animales. Además, apoyaba en la supervisión de la granja de cerdos de mi papá. Me iba muy bien a esa edad.

– Entonces, ¿qué ocurrió? ¿Por qué decidió estudiar una carrera universitaria?

– Bueno, ahí viene la astucia de mi papá. Él no estaba contento con que yo no estudie una carrera universitaria; entonces nos dijo a mi hermano y a mí que el negocio estaba creciendo y necesitaba que estudiemos inglés. Nos propuso estudiar inglés en Estados Unidos. Aceptamos,

obviamente. Cuando Dragui transitaba por las aulas del Instituto de Idiomas notó que el 90 % de los alumnos también iba a estudiar a la universidad, y se convenció de que podría complementar sus conocimientos con una carrera universitaria.

Fue entonces que llamé a mi papá y le dije que me quedaría cuatro años más estudiando una carrera en Estados Unidos. Estudié Zootecnia, que me gustaba mucho. Fue muy astuto mi papá. Con el pretexto de que debía estudiar inglés, me convenció de iniciar una carrera superior. En realidad, considero que fue la mejor decisión que tomé.

La mudanza al nuevo local de Santa Leonor coincidió con el retorno de Dragui al Perú. Él concluyó la carrera de Zootecnia en la California State Polytechnic University, en Pomona, California.

Regreso al Perú justo cuando terminaba la construcción de la nueva fábrica. Llegué para la implementación. Me encargué del montaje industrial y supervisé la instalación de las nuevas máquinas que generaron un cambio total en los métodos de producción.

Para mí trabajar en la fábrica era una diversión sin importar el cargo que ocupara. En la práctica hacía de todo. Si tenía que ir a comprar lo hacía, si tenía que vender también o si tenía que apoyar en la producción, no tenía ningún problema, porque conocía el proceso desde niño.

Dragui trabajaba de lunes a sábado, entre 10 a 12 horas. Sólo los domingos el ritmo disminuía de 2 a 3. Y la fábrica seguía creciendo en producción y personal.

— Yo tenía el mismo ritmo laboral que mi papá; trabajábamos 12 horas diarias. A las 6.00 a. m. ya estábamos en la fábrica y, a la 6.00 p. m., regresábamos a la casa, almorzábamos 45 minutos.

Salto a la gerencia

En 1983, y cuando tenía 28 años, Dragui asume la gerencia general de la empresa. Llegó ahí —asegura él— como jugando.

Sucedió que era el matrimonio de mi hermano, que se casaba en el extranjero. Mi papá y tíos viajaron para la celebración. Mi padre nos dejó a mi primo y a mí a cargo de la fábrica por las tres semanas que estuvieron ausentes.

Coincidentemente, en esos días los pedidos habían aumentado mucho y tuvimos que hacer cambios disruptivos para poder atenderlos. Cambiamos métodos de producción, horarios, eliminamos cuellos de botella en los procesos y todo lo necesario para cumplir con las metas y atender los pedidos. Al retorno de mi papá y tíos, me llamaron a su oficina para que les cuente cómo me había ido. Les dije que nos fue bien, ya que habíamos vendido 50% más que el mes anterior.

Las cifras sorprendieron gratamente a los directivos y sucedió lo que menos esperaba.

Mi tío Abelardo, entre bromas, le dice a mi papá: "Creo que estamos demás acá. Tenemos estos carros de carrera y nosotros estamos estorbándolos para que corran, mejor nos vamos y dejamos que avancen. Y, ante mi sorpresa y contra mi voluntad, mi papá estuvo de acuerdo y decidió al poco tiempo renunciar al puesto de gerente general. Él tendría aproximadamente 58 años. Así fue como asumí el cargo a los 28 años".

Filosofía del grupo

Dragui cuenta que la filosofía del Grupo, generación tras generación, se ha basado, principalmente, en la dedicación y entrega al trabajo. Trabajar sería y responsablemente. Y hacerlo con entusiasmo y alegría.



1. Planta Procesadora – Sede Trujillo.
2. Planta actual ubicada en la Av. Túpac Amaru - Trujillo.

Importante también, es entender al público y, sobre todo, estar cerca de él y escucharlo con humildad. “Esto nos ha permitido saber, por ejemplo, qué sabores prefieren, qué productos han tenido más y menos acogida y qué están necesitando”.

También destaca la necesidad de rodearte de un buen equipo de trabajo. “En el Grupo siempre se ha tenido la filosofía de que toda la gente es buena, es decir, todos son buenos para algo. La tarea permanente es tratar de descubrir dónde el personal puede desarrollar mejor su talento. Buscar en qué puesto funciona mejor, a partir de sus habilidades y tratar de explotar eso al máximo. Además, es importante que el trabajador quiera crecer, que ambicione igual que uno y que no tenga miedo al riesgo. Pero, nada funcionaría si no controlas toda la cadena de valor: la fábrica, el producto y el brazo comercial. Así se está cerca a la satisfacción total del cliente”. Y la aplicación de esta filosofía empresarial ha generado resultados positivos. En estos momentos, el Grupo lidera largamente el mercado de embutidos en el norte del país y mantiene su crecimiento en Lima y demás regiones.

Con mucho orgullo, Dragui cuenta que cuando ascendió al cargo de gerente general había aproximadamente 20 productos en la cartera y, cuando lo dejó, la cantidad superaba los 150. ¿La receta? Siempre se preocupó por escuchar al cliente y atender la demanda. Solo así fue posible ofrecer productos de calidad y, en paralelo, se apostó por la innovación tecnológica con maquinaria de última generación importada desde Europa.

Dragui ejerció la gerencia general entre sus 28 y 60 años, tiempo en que catapultó la marca a un sitio empresarial importante. De eso dan fe sus cifras alcanzadas, pero también el personal que lo acompañó.

Yo he trabajado en la fábrica desde joven y muchos de los obreros me decían Draguito, porque había crecido ahí, con ellos. Hay colaboradores que tienen más de 50 años trabajando en la fábrica, gente muy capacitada y

que no quiere renunciar. A veces ha pasado que vienen sus hijos a pedirme que los despida (risas); yo no puedo despedirlos porque los respeto y tienen más tiempo que yo dentro del grupo. Pero, a nosotros nos llena de mucho orgullo saber que hemos apoyado a estas personas a salir adelante.

En los últimos años ha sido muy importante la diversificación creando un grupo empresarial. Si bien la fábrica de embutidos sigue siendo la empresa estrella, se ha crecido en empresas afines dedicadas al beneficio y corte de cerdos, transportes refrigerados e importación y venta de carnes congeladas, sean estas de cerdo, pavo, gallina o pollo. Y vienen nuevos proyectos.

En el 2014, y a los 60 años, Dragui renunció al puesto de gerente general de su grupo empresarial, dejándole la posta a su hijo: Dragui Nestorovic Camacho, quien hasta la actualidad ocupa el máximo cargo en el Grupo.

La tercera generación

Desde el 2014, Dragui Nestorovic Camacho desempeña el cargo de gerente general. Él es ingeniero industrial de profesión, graduado en Iowa State University. Cuando se acomodó en el sillón principal de la empresa su primer reto fue romper el paradigma de que la tercera generación quiebra el negocio. Él y su padre están seguros de que el Grupo continuará con su consolidación.

Mi hijo debe ser una de las personas que más sabe de carnes del Perú. Ha estudiado en una de las mejores universidades americanas para este negocio y ha trabajado en las compañías más grandes del mundo, entonces de carne sabe y sabe muchísimo. De embutidos aprendió aquí en la fábrica.

Dragui Nestorovic Camacho (el de la tercera generación) se vinculó con las actividades de la fábrica desde niño. Mientras sus amigos esperaban el verano para ir a la playa, él corría, acompañado de su padre, al local de Santa Leonor. Le llamaba la atención observar las máquinas en

funcionamiento y conocer el proceso de los embutidos. El ruido de éstas lo hacía extraviarse, con tránsito agradable, entre trabajadores e incontables kilos de carne. Luego vendría su salida al extranjero. Ahí estudió y trabajó. Siempre entendió que lo suyo era el vínculo con las empresas del rubro carnes. Tuvo la oportunidad de aplicar sus conocimientos en dos firmas trasnacionales, las más grandes a nivel mundial en el sector de carnes, entre el 2005 al 2007.

El 2008 retornó al país con un solo objetivo: formar empresa. Su estadía en Perú lo vinculó paulatinamente con la firma familiar. Es así, por ejemplo, que fue gerente en Yugofrío, la empresa dedicada a la administración de la planta de carnes y luego pasó por Yugocorp, el brazo comercial.

No hay límites

El actual gerente general del Grupo considera que su gestión debe continuar con el crecimiento exponencial que se inició a mediados del siglo XX. Su meta es hacer llegar sus productos hasta el último rincón del país y que el público los consuma con el mismo grado de satisfacción con que lo hacen los trujillanos. Y ya empezó. La empresa ahora produce más de 284 productos en la línea de carnes, embutidos y congelados.

Reflexiones finales

Le preguntamos a Dragui Nestorovic Razzeto, si se considera una persona exitosa, y él nos respondió:

El éxito depende de cómo lo mires. Yo he sido muy feliz trabajando en la fábrica porque laboraba en algo que me apasionaba. Así, mientras más trabajaba, más contento llegaba a mi casa. Mientras más cansado me sentía, eso significaba que mejor había sido mi día. Pero, también una persona debe tener tiempo para dedicarse a leer un libro, a pintar, a pasar tiempo en familia y a viajar por el mundo. Yo he cumplido todo eso, por ello, me considero una persona feliz.



Familia Nicolini de la Puente

La familia agroexportadora que apostó
por la diversificación de sus productos

Antecedente

En 1889, desde Sestri Levante, en Liguria, Italia, llegó al Perú don Luigi Nicolini Bollentini, patriarca de la familia Nicolini. Él fue un hombre visionario que, con inteligencia, esfuerzo y constancia, pudo ser capaz de trazar el camino de una gran empresa. Empezó su primer negocio en una panadería. Don Luigi se casó a los 26 años con doña María Peschiera y tuvieron cuatro hijos: Ernesto, Luis, Teresa y Delia.

Remontándose a sus orígenes y como visionario de su tiempo, Luigi encontró en los granos de trigo el insumo perfecto para hacer industria en tierras peruanas.

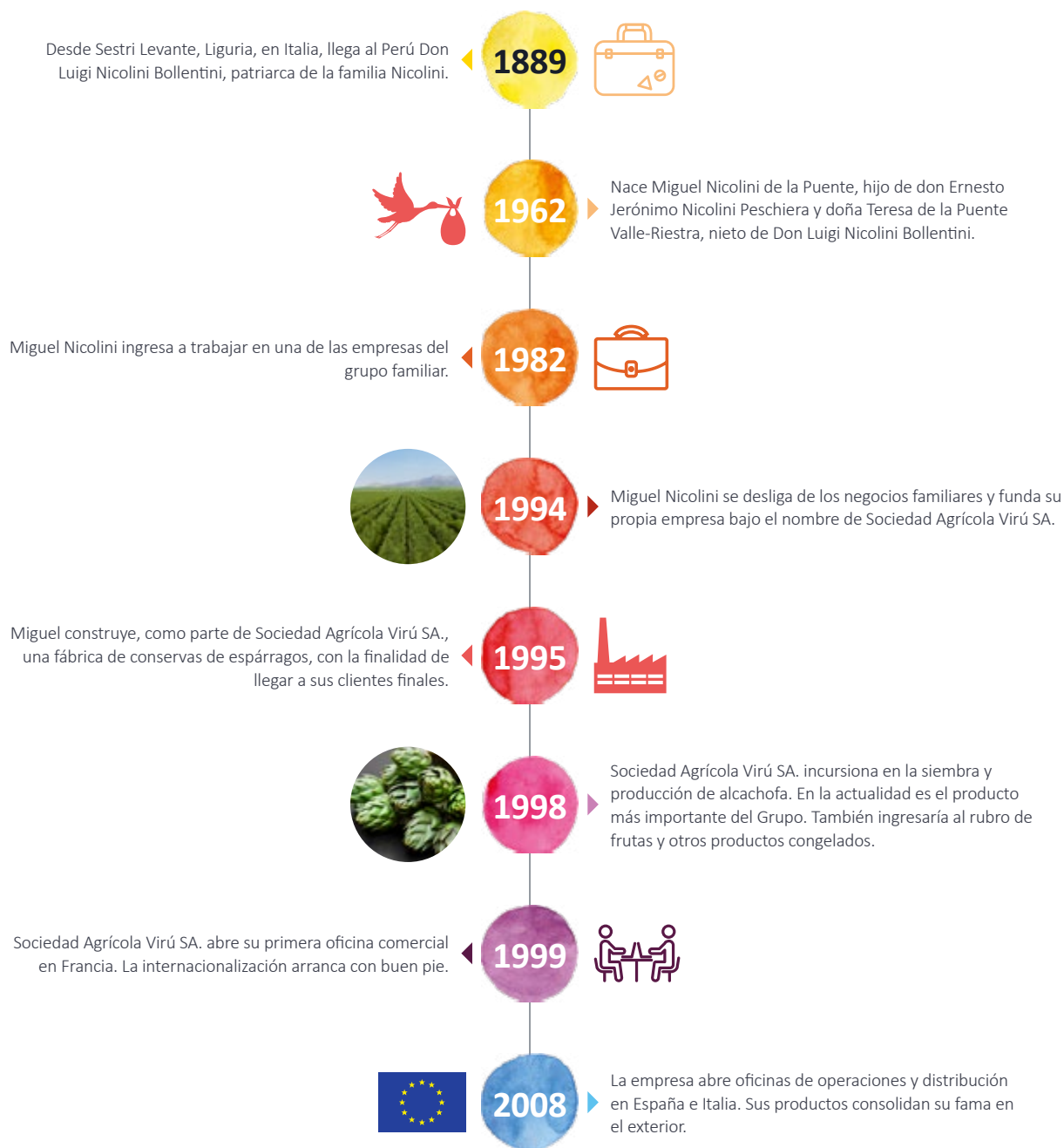
Fue así como, en 1900, alquiló el molino Cavour en el Rímac; luego, en 1910, compró los terrenos para el molino

y la fábrica de fideos, y dio inicio a la construcción de la fábrica. En 1919, construyó el molino Luigi Nicolini e Hijos.

La marca de fideos Nicolini, ahora perteneciente al Grupo Alicorp, cuenta con más de cien años en el mercado. Los fideos han estado por años en las alacenas de los peruanos, y quién no recuerda aquel recetario de comida peruana con el que muchas personas aprendieron a preparar nuestros exquisitos platos.

Miguel Nicolini de la Puente

Nacido en 1962, Miguel Nicolini de la Puente es hijo de don Ernesto Jerónimo Nicolini Peschiera y de doña Teresa de la Puente Valle-Riestra, y nieto de don Luigi Nicolini Bollentini a quien remembráramos en la sección anterior.



Miguel participa en la entrevista desde Europa mediante una videollamada. Se percibe un ambiente de calma y tranquilidad, y estamos entusiasmados por conocer la historia del Grupo Virú, uno de los principales grupos agroexportadores del Perú.

Pero para conocer a la empresa, primero hay que conocer a su fundador.

Le preguntamos a Miguel sobre cuál fue la carrera profesional que estudió. Y él nos responde:

"Quise estudiar, pero en el colegio no era muy bueno. Me matriculé en la academia para postular a la universidad, pero rápidamente dije no, esto no es para mí. Pero sí quería trabajar y empecé en los negocios de la familia. A mí siempre me gustó mucho la parte comercial; me atrajo mucho, porque desde la parte comercial puedes crear y generar negocio. Además, siempre me gustó tener contacto con la gente, pues esto te permite ver qué necesitan y qué buscan".

A los 20 años de edad, en 1982, viajó a Trujillo para trabajar ahí un año en las empresas de la familia Nicolini. En ese entonces, la familia poseía fábricas de fideos y una fábrica de alimentos balanceados, y era propietaria de Molinera Inca. Trujillo siempre tuvo una presencia importante para la familia Nicolini, además de estar situada en el centro del norte del Perú. Adicionalmente, había una cercanía sentimental para Miguel, ya que su abuelo materno era trujillano.

A los 32 años y después de una vida azarosa y esforzada aportando al crecimiento de los negocios de la familia Nicolini (por ejemplo, él se encargó de dirigir la empresa Nicovita, en la actualidad una marca estrella del Grupo Alicorp), decidió renunciar al negocio familiar y emprender uno propio que, en aquel momento, consideraba sencillo y relajante: el agrícola.

"Yo llegué a vivir en Trujillo en el año 1994. Había una empresa, perteneciente al Grupo Nicolini, que tenía

proyectado adquirir mil hectáreas entre los años 1984 y 1985, pero todo quedó trunco en el año 1988, y solo se llegaron a adquirir ciento cincuenta hectáreas. El proyecto estuvo fuera de contexto para lo que quería el grupo en ese momento y fue semiabandonado. Cuando yo decidí independizarme y crear mi negocio, vi este terreno como una opción para entrar al agro. Lo vi, me gustó, y lo compré; me pareció una buena oportunidad y decidí llevar a mi familia, a mi esposa y a mis hijos a vivir allá, para que me acompañen a desarrollar esta experiencia. Cuando tomé esa decisión lo vi como una buena oportunidad y prácticamente como un retiro anticipado, pensando que la agricultura era algo sencillo y relajante (risas). Fundé la empresa el 20 de agosto de 1994 y rápidamente me di cuenta de que no era algo fácil", manifiesta.

Los inicios y el desarrollo de Virú S.A.

La empresa se creó en 1994 con el nombre de Sociedad Agrícola Virú S. A. y poseía, en aquel entonces, ciento cincuenta hectáreas. En la actualidad, el grupo cuenta con veintiséis años de vida institucional y tiene diez mil hectáreas en producción. El crecimiento ha sido extraordinario.

En sus inicios, la empresa sembró y produjo espárrago blanco de muy buena calidad. Pero Miguel entendió que para hacer crecer el negocio de una manera rápida debía tratar directamente con los clientes finales, dejando de lado a los intermediarios comerciales.

"Cultivábamos solo espárragos blancos, pero después el crecimiento se orientó hacia las conservas de espárragos. Por aquella época se trabajaba con agentes holandeses; es decir, se dependía mucho de estos intermediarios para llegar a los clientes finales. Al darnos cuenta de eso, nosotros decidimos implementar una planta de conservas para llegar con nuestros productos al consumidor final y cumplir



1. Miguel Nicolini de la Puente con su esposa Fabiola Cogorno de Nicolini, junto a sus hijos Simona, Alessio y Stefania Nicolini Cogorno.
2. Primera planta procesadora de Virú - 1995/1996.
3. Miguel Nicolini recibiendo el premio de "Empresario del año", Cámara de Comercio y Producción de la Libertad- 2001.
4. Yoselyn Malamud, CEO de Virú S.A.
5. Miguel Nicolini de la Puente.

rápidamente con nuestros objetivos de crecimiento. Construimos la fábrica de conservas en 1995".

Para la construcción de la fábrica contrató, en junio de 1995, a un experto español que trabajaba en una fábrica de conservas en Trujillo. "Lo conocí y él fue la base para ganar toda la experiencia y el conocimiento para hacer las conservas. Eso fue clave para nuestro crecimiento en la fabricación y el mercado de las conservas", dice Miguel.

Los alimentos en conserva se envasan herméticamente con el fin de preservar el alimento por un largo período. Estos alimentos, antes de ser envasados, se procesan, son pelados, cortados, cocidos, se introducen en la lata y se sellan. Luego se calientan con el fin de matar las bacterias dañinas. Los alimentos enlatados pueden conservar la mayoría de los nutrientes de los alimentos frescos, como proteínas, hidratos de carbono y grasas.

“

Yo veo a Virú duplicándose en los próximos 5 años y prosiguiendo con su internacionalización. Queremos que nuestra empresa siga llevando el nombre de Perú a nivel mundial.

Miguel Nicolini

Todo marchaba bien, pero llegó el fenómeno de El Niño de los años 1997 y 1998. Fue su primera experiencia afrontando este fenómeno natural que afectó de manera significativa a las empresas agrícolas de aquel entonces. No olvidemos que estas invierten importantes cantidades de dinero en la siembra de plantas productoras, que son seres vegetales vivos con un ciclo productivo finito. Cualquier fenómeno climático importante puede afectar la producción y rentabilidad de las plantas, pues dependen de los cuidados y del clima.

Pero lejos de atenuar el ímpetu empresarial de Miguel, El Niño le enseñó que debía diversificar los productos y las zonas de siembra

"Por la alta temperatura, los espárragos y la zona donde estaban plantados sufrieron mucho; la producción decayó bastante. Sin embargo, fue una experiencia importante para nosotros porque nos hizo entender rápidamente, en una escala pequeña, las amenazas que tenía el sector. Después de El Niño, empezamos a identificar nuevas zonas de producción y nuevos cultivos, para disminuir el riesgo de concentración. Fue entonces que empezamos con otros cultivos, como el pimiento y el piquillo, y también comenzamos con una zona de producción en Chincha. Durante el fenómeno de El Niño, íbamos a Ica para acopiar espárragos, pues ahí el clima no era tan caliente como en el norte; así que, apenas pudimos, abrimos nuestra planta en Chincha".

En 1998 producían pimiento y luego empezaron con la siembra y producción de alcachofa. Fueron los pioneros en la exportación de alcachofa en conserva en el Perú. En la actualidad, es el producto más importante del grupo.

Después de la alcachofa, lanzaron una línea de salsa y de platos preparados. Enseguida incursionaron en la línea de congelados. Las frutas y verduras se recogen en su punto de máxima maduración y, luego, son lavadas, envasadas y congeladas. La congelación permite que se alcancen temperaturas de veinte grados centígrados bajo cero,

La estrategia de crecimiento del Grupo Virú consistió en la diversificación de sus productos, de sus zonas de producción y de los clientes que posee en diferentes países del mundo, tratando de llegar siempre al consumidor final.

lo cual evita que los tejidos se rompan y se pierdan los líquidos propios de las frutas y verduras. De este modo, se mantienen sus características de color, olor, sabor y textura. Diversos estudios han demostrado que no hay diferencias entre el contenido de vitaminas de las frutas y verduras congeladas respecto de las frescas.

Actualmente, elaboran conservas, congelados y frescos, es decir, están en las tres líneas de productos.

En el año 1999, abrieron la primera oficina comercial de Virú SA en Francia, y en el año 2008, las de España e Italia. Hoy llegan de manera directa a los clientes finales de Europa con la línea de conservas.

La estrategia de crecimiento del Grupo Virú consistió en la diversificación de sus productos, de sus zonas de producción y de los clientes que poseen en diferentes países del mundo, tratando de llegar siempre al consumidor final.

La importancia de la gente y de retener el talento para el crecimiento

Hace veintiséis años, el Grupo Virú empezó a operar con setenta trabajadores. En la actualidad, cuenta con cerca de doce mil. La estructura organizacional del grupo está



1. Personal de campos Virú en medio de cosechas.
2. Conservas en procesadoras.
3. Caynarachi.
4. Campos de espárrago.

acorde con su crecimiento y cuenta con una excelente plana gerencial que lidera sus decisiones.

En el 2004, el grupo contrató a una empresa consultora para realizar un estudio con el propósito de obtener un importante financiamiento para la expansión de Virú.

"A raíz de este estudio conocimos a nuestra actual gerenta general, Yoselyn Malamud, quien era la responsable de la asesoría. El financiamiento se consiguió y esto nos permitió dar un salto en nuestra facturación: pasamos de veinticinco millones de dólares a cincuenta millones. Y no solo eso, ganamos una excelente profesional que lidera las operaciones del grupo", recuerda Miguel.

Para Miguel es muy importante retener el talento y alentar a los trabajadores a dar su mayor esfuerzo por su propio desarrollo y el de sus familias.

"Sin la gente nosotros no llegaríamos a hacer nada, ni en la parte agrícola, que es bastante intensiva en mano de obra, ni en la parte productiva, en donde los técnicos e ingenieros desarrollan y fabrican productos de primerísima calidad. El 99.9 % de nuestra producción se exporta y debe tener una calidad, elaboración y empaque de primera para que sea recibida en los mercados exigentes de Asia, América del Norte y Europa".

Clave del éxito de Virú

Miguel es una persona autorizada para explicarnos cuáles son las claves del éxito. Con mucha firmeza nos comenta que estas podrían resumirse en:

1. Contar con personas que lideren la operación con la visión de los propietarios.

2. Estar cerca de los clientes. El Grupo Virú ha tenido siempre una relación muy estrecha con los clientes. Desde muy temprano, se ha preocupado por llegar directamente a los mercados.
3. Saber escuchar ideas, sugerencias y oportunidades de negocio de personas conocedoras y transparentes. Miguel dice que, a lo largo de su vida, ha sabido escuchar a los demás, incluso desde sus inicios, cuando no se iba a dedicar al agro y recibió el consejo de personas allegadas que le permitieron girar el timón y dedicarse al negocio agrícola.
4. Diversificar la cartera de productos con el fin de alcanzar un balance adecuado. Por eso, el grupo posee tres líneas: conservas, frescos y congelados.
5. Diversificar las zonas de producción y la cartera de clientes que se tiene en diferentes países del mundo.
6. Mirar siempre a largo plazo.
7. Reinvertir las ganancias en el negocio.
8. Innovar en todo cuanto se hace.

Miguel vislumbra al grupo con un crecimiento del 100 % en los próximos cinco años.

"En el año 2013 dimos el primer paso hacia la Amazonía, una región de gran potencial, que constituye el 70 % del territorio nacional. Muchos países basan toda su economía agrícola, su PBI agrícola, en climas tropicales, y nosotros prácticamente no usamos nuestro territorio tropical para aportar al PBI nacional. Yo veo a Virú duplicándose en los próximos cinco años y prosiguiendo con su internacionalización. Queremos que nuestra empresa siga llevando el nombre del Perú a nivel mundial".

Miguel continúa:

"Virú tiene potencial para seguir creciendo y estamos trabajando en varios sentidos para hacer que perdure

en el tiempo. Esa es la visión que tengo y para eso necesitamos de un equipo humano sólido, profesional y entregado, como el que tenemos, y de una estrategia clara".

Continuidad del negocio: Segunda Generación

Miguel nos cuenta que formó parte de la tercera generación de la familia Nicolini y sabe muy bien de la importancia de trazar un correcto plan de sucesión que permita la continuidad del negocio.

"Desde el año 2018, nos estamos asesorando con una consultora para definir correctamente el tema organizativo de la empresa familiar, con protocolos y con todas las pautas, porque mi sueño es que Virú dure siempre. Para ello, lo más importante es que los dueños sepan ser empresarios, al margen de su condición de parientes. Nosotros estamos formando a nuestros hijos para que adquieran la cultura de ser dueños de empresas y entiendan que tienen responsabilidades como accionistas de estas empresas, pero que deben apoyarse en gerencias profesionales, externas y de alto nivel".

Mensaje a los trujillanos

"Los trujillanos estamos en una ciudad con mucho potencial y en donde hay bastante por hacer. Les aconsejo encontrar un espacio donde desarrollarse, y cuando lo encuentren, hay que dedicarse e involucrarse mucho. Sean muy exigentes consigo mismos, ahorren mucho al inicio para hacer que el negocio crezca, y estén siempre detrás del mercado y de los clientes".

Concluye diciendo que es muy importante actuar con transparencia y credibilidad.

"Es muy importante que las personas tengan siempre tu nombre en alto y eso solo se logra manteniendo la palabra y la credibilidad. Con ello generas confianza en las instituciones financieras, proveedores, clientes y la sociedad en general".



Los Pinillos

Familia Pinillos

Una familia con linaje

Pinillos no es un apellido, sino una marca. Y en Trujillo es tradicional. La historia de la ciudad se vincula con varios de los capítulos de la historia familiar de los Pinillos. Desde hace dos centurias, la familia ha contribuido, con obras y acciones, al engrandecimiento de la región y del país.

El apellido constituye un sinónimo de cultura, altruismo y nobleza. Los Pinillos conforman el ADN del Trujillo señorial y de buenas costumbres. Las generaciones desprendidas de este linaje no han dejado huella; han construido una historia.

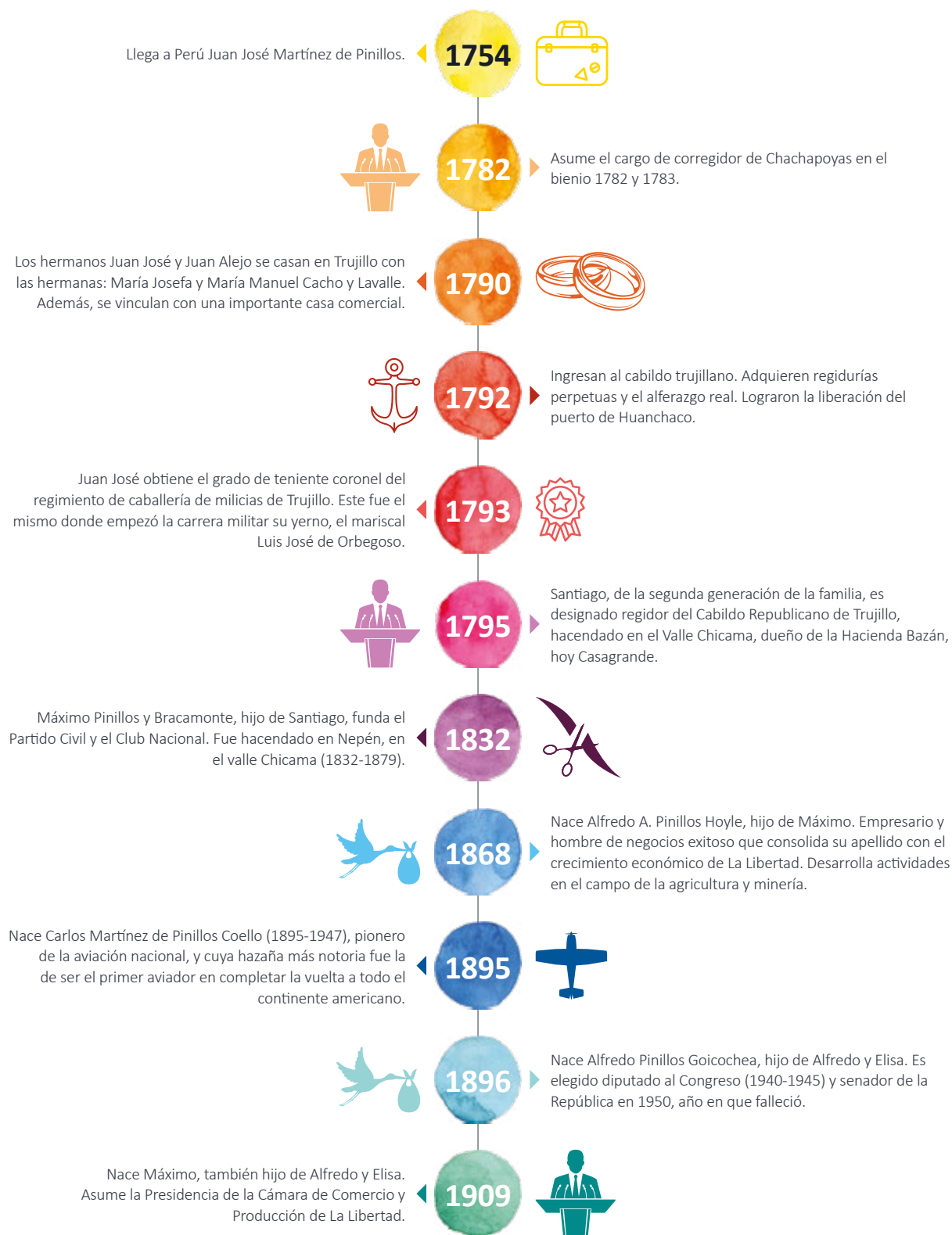
Primera generación

Juan José Martínez de Pinillos Larios (La Rioja, España 1754 – Trujillo, Perú 1831)

Cuenta la historia que el primer Pinillos en llegar a América fue Juan José Martínez de Pinillos. Ocurrió en

1774. Nacido en La Rioja española, arribó al virreinato del Perú antes de cumplir los 20 años. Vino trayendo un gran conocimiento en casas comerciales, adquirido en la ciudad portuaria de Cádiz. Asentado en Lima durante algún tiempo, realizó una lectura de los nuevos circuitos de la minería en el norte, y con su hermano menor, Juan Alejo, que se le unió en 1777, estableció una sociedad dedicada al aprovisionamiento de los campamentos mineros de Hualgayoc y Micuypampa.

Por ese tiempo, el mayor de ellos fue designado como juez subsidiario del asiento minero de Hualgayoc y, por su parte, Juan José, como corregidor de Chachapoyas, cargo que desempeñó durante el bienio 1782-1783. En el ejercicio de este, Juan José conoció al obispo Baltasar Jaime Martínez Compañón y Bujanda, con quien trabó una gran amistad.



No transcurrió mucho tiempo antes de que el binomio impulsara notables progresos en la zona selvática. El gobierno del corregidor promovió la siembra de café, algodón, cacao y tabaco, la extracción de la cascarilla o quinina, y la manufactura textil. Se fundaron, asimismo, muchos pueblos y ciudades, entre ellas Santo Toribio de la Nueva Rioja, y se construyeron las primeras escuelas, caminos y puentes de interconexión. De esta manera, se dinamizó la economía regional, conforme al programa reformista e ilustrado del siglo XVIII.

Posteriormente, los hermanos se trasladaron a Lambayeque. Allí adquirieron las fincas de Pomalca, Collud y La Tina, y se dedicaron a la mejora de la ganadería, el sembrío de caña de azúcar y tabaco, el procesamiento de cueros (curtiembres) y la fabricación de jabones y cordobanes. Su visión comercial los convirtió en agentes dinámicos del reformismo borbónico, al participar en la política local de Lambayeque, donde llegaron a ser alcaldes y funcionarios reales. Estas actividades no los desligaron de la importación de tecnología para los hacendados vecinos, sobre todo en lo tocante a instrumentos para trapiches e ingenios.

En 1790, Juan José y Juan Alejo Martínez de Pinillos se casaron en Trujillo con las hermanas María Josefa y María Manuela Cacho y Lavalle, respectivamente. Esto los vinculó con una importante casa comercial establecida en la capital de la intendencia del mismo nombre. En 1792, ingresaron al cabildo trujillano, tras adquirir regidurías perpetuas y el alferazgo real, del que Juan José fue su último detentador.

La historia revela que luego formaron parte del equipo de padres de la patria que cimentó la nueva cultura política, especialmente durante la coyuntura de las Cortes de Cádiz. Participaron en los procesos electorales y en la formulación de las principales propuestas que buscaban el beneficio de su sociedad, y que los diputados electos llevaron a la península.



Alfredo A. Pinillos Hoyle con sus hijos Alfredo Pinillos Goicochea y Alvaro Pinillos Goicochea.

Juan José siguió también la carrera militar y llegó a ascender al grado de teniente coronel del Regimiento de Caballería de Milicias de Trujillo. Su regimiento fue el mismo donde empezó la carrera militar su yerno, el mariscal Luis José de Orbegoso, presidente de la República del Perú. El descontento de las clases dirigentes del medio, respecto de las políticas de Fernando VII para con las posesiones americanas, y la irrupción del liberalismo, entre otros factores, motivaron a los trujillanos a inclinarse por el proceso de independencia política, hacia 1820. Una nueva historia comenzaba a escribirse.



1. Alfredo Pinillos Goicochea.
2. Casa Pinillos en la plaza mayor de Trujillo.
3. Alfredo A. Pinillos Hoyle a caballo.



Segunda generación

Santiago Pinillos y Cacho (Trujillo 1795 – Trujillo 1850)

Los hijos de Juan José Martínez de Pinillos, Francisco y Santiago, se adaptaron también al nuevo sistema, en tanto criollos de primera generación y facultados al gobierno de su patria. Francisco fue regidor del cabildo republicano de Trujillo. Santiago adquirió las haciendas de Bazán (valle de Chicama) y San Felipe (provincia de Cajamarca), cuya administración mejoró. Tuvo cinco hijos, tras casarse con Encarnación de Bracamonte y Cacho. Santiago fue alcalde de su ciudad natal y pasó también por la vida militar, en los inicios de la República, de la que se retiró con el grado de coronel del Ejército y de la Guardia Nacional.

Tercera generación

Máximo Pinillos y Bracamonte (Trujillo 1832 – Lima 1879)

Máximo Pinillos y Bracamonte, uno de los hijos de Santiago, destacó en la vida pública del departamento. Fue socio fundador del Banco de Trujillo y del Partido Civil, junto con Manuel Pardo y Lavalle y otras personalidades. También fundó el Club Nacional. Se casó con Josefina Hoyle Moreno, hija del empresario británico John Hoyle. Del matrimonio nacieron siete hijos. Fue dueño de la hacienda Nepén, en el valle de Chicama, a la que modernizó con tecnología industrial. Contrató la construcción de una línea férrea que llegara a su fundo, en una época en la que varios hacendados, con capitales privados y la participación del Estado, iniciaron el tendido de vías ferroviarias, conectadas con los principales puertos, para exportar la producción de las haciendas azucareras a mercados de la región y el extranjero.

Cuarta generación

Alfredo Pinillos Hoyle (Trujillo 1868 – Trujillo 1924)

Empresario, agricultor, comerciante y minero, su nombre está vinculado con la historia empresarial de Trujillo y con el propio desarrollo económico de La Libertad, durante las dos primeras décadas del siglo XX. Fue socio fundador de la Cámara de Comercio de Trujillo, en 1902, y su presidente por dieciséis años consecutivos. También fue socio y apoderado de la empresa Acharán Goicochea, la que luego compró al señor Acharán, convirtiéndola en Pinillos Goicochea & Compañía. Esta empresa se dedicaba a la importación y exportación de automóviles, llantas y cámaras, aceites de toda clase, municiones, pólvora, dinamita y otros materiales para minería, además de otros productos. Alfredo Pinillos fue, asimismo, dueño de la mitad de la hacienda Chiclín, en el valle de Chicama que, en 1900, fue vendida a la sociedad Viuda de Larco e Hijos.

Fue propietario de la Negociación Agrícola y Minera Araqueda, en el valle interandino de Cajabamba. Luego de varios años administrándola, la vendió a Luis José de Orbegoso y González, para afrontar la crisis empresarial de los años veinte. En 1912, junto a Orbegoso, gestionó una importante partida económica y contrató al ingeniero Charles Sutton, para elaborar el primer proyecto hídrico de la región, que más tarde se denominó Chavimochic.

Su visión y capacidad política lo convirtieron en alcalde de Trujillo, en 1900. En su gobierno se gestionó la instalación del primer sistema de alumbrado público de la ciudad. Como presidente de la Junta de Progreso de Trujillo, impulsó y dirigió la construcción de la carretera de penetración de la sierra hasta Quiruvilca, obra que se culminó en 1926 y donde también trabajó su hijo Alfredo Pinillos Goicochea. De su matrimonio con Elisa Goicochea nacieron diez hijos. Dos de ellos, Alfredo y Máximo, ejercieron la presidencia de la Cámara de Comercio y, durante sus mandatos, lucharon por la consolidación de Chavimochic.

Quinta generación

Alfredo Pinillos Goicochea (Trujillo 1896 – Trujillo 1950)

Empresario, comerciante, agricultor, minero y político. Estudió en el colegio Seminario de San Carlos y San Marcelo, en Trujillo. Posteriormente, ingresó en la Escuela Naval de Lima. Su interés por estudiar comercio lo llevó hasta la Universidad de Nueva York. La muerte de su padre, en 1925, coincidió con la crisis de la firma comercial Pinillos Goicochea & Cía., a causa del contrabando. Esto se agravó, además, por el impacto de la explotación minera de la Northern Perú Mining and Smelting Co., que invertía, al año, millones en la explotación de las minas en Quiruvilca y Shorey, pero no compraba a los comerciantes de las provincias del interior ni a los de Trujillo. La crisis no solo afectó a Pinillos Goicochea & Cía., sino también a las casas comerciales Juan Julio Ganoza, sucesor de Ludowieg y Cía., Alberto Sommaruga y Cía., y Francisco Wiebe.

Ante esta situación, y en asociación con sus hermanos, Alfredo asumió las deudas de las empresas familiares y con mucho esmero, así como con capacidad e inteligencia, liquidó los activos, pagó la mayor parte de sus obligaciones y estableció nuevos negocios que, en poco tiempo, permitieron saldar las acreencias y reflotar la casa comercial, con la denominación de Pinillos Hnos. S. A. y Alfredo Pinillos y Cía. S. R. Ltda. Esta última, en sociedad con su hermano y mayor colaborador, Víctor Helí Pinillos Goicochea.

En diciembre de 1920, Alfredo Pinillos Goicochea se incorporó al Concejo Provincial de Trujillo como diputado por la municipalidad de Moche. Este fue su primer cargo público. En 1928, fue nombrado miembro honorario de la Academia Latina de París, de la Academia de Historia Internacional de París y de la Sociedad de Instrucción y Educación Popular de Francia. En 1935, fue elegido presidente de la Sociedad de Beneficencia Pública de



1. Capitán Carlos Martínez de Pinillos Coello.
2. Máximo Pinillos Goicochea.
3. Jorge Juan Pinillos Cox montando su caballo Chimú.

Trujillo. En 1940, fue uno de los primeros trujillanos en restaurar, modernizar y poner en valor una casona colonial. Se trata de la actual casona Pinillos Ganoza, que había pertenecido a su familia. La recuperó tras comprarla en estado ruinoso.

También en 1940, fue elegido diputado al Congreso de la República por la provincia de Trujillo. Durante su gestión, logró que se implementaran los tres primeros jardines de infancia en Trujillo, y siete escuelas elementales en la misma ciudad y dos en la zona de Buenos Aires. Con su impulso, se construyeron, además, la escuela de Shirán y dos más en Ascope, así como los centros escolares de Chocope, Moche, Virú, Simbal, Chicama, Rázuri y Santiago de Cao. Su preocupación por la educación era evidente.

Asimismo, gestionó y logró la construcción del estadio Mansiche y la del hotel de Turistas de Trujillo. Promovió la creación del distrito de Buenos Aires (hoy Víctor Larco Herrera) y de la Caja del Seguro Social del Empleado, y la

instalación del alumbrado eléctrico para Paján y Moche, entre otras obras. En 1947, fue elegido presidente de la Cámara de Comercio. Como tal, impulsó realización de los estudios técnicos para modernizar el puerto de Salaverry e insistió, ante el Gobierno, para el inicio de obras de la irrigación Chavimochic.

En 1950, fue elegido senador por La Libertad, pero falleció en octubre de ese año. Paralelamente a sus actividades políticas, fue un exitoso empresario dedicado no solo al comercio de importación y exportación, sino también a la ganadería lechera y al desarrollo inmobiliario en Lima, ciudad en la que, junto con sus socios, construyeron la urbanización San Antonio, en el distrito de Miraflores. En sociedad con sus parientes, la familia Orbegoso Alvarado y Orbegoso Tudela explotaron las minas de Algamarca.

Alfredo Pinillos Goicochea no fue el único de su generación familiar o cercana a esta que destacó. La historia también identifica a otros forjadores de éxito.

Jorge Juan Pinillos Cox (Trujillo, 1903 – Trujillo, 1981), fue agricultor y empresario, así como renombrado criador de caballos de paso peruano, por los que tuvo una gran afición. Fundó la Asociación Nacional de Criadores y Propietarios del Caballo de Paso Peruano y sus filiales del norte. Asimismo, creó el primer Concurso Nor Peruano de Caballos de Paso, en 1946, que se celebró en el recién inaugurado estadio Mansiche de Trujillo.

Carlos Martínez de Pinillos Coello (Trujillo, 1895–1947), fue un insigne trujillano y uno de los pioneros de la aviación comercial en el Perú. Entre sus méritos destaca el ser el primer aviador que completó la vuelta a todo el continente americano. Como un homenaje, el aeropuerto de Trujillo lleva su nombre.

Sexta generación

Alfredo Pinillos Hoyle, (Trujillo, 1931 – Lima, 2014)

Hijo de Alfredo Pinillos Goicochea y Elvira Hoyle Vásquez. Estudió en el colegio Seminario de Trujillo y, luego, en la Pontificia Universidad Católica de Lima y en la Universidad Nacional de Trujillo. Amante de su tierra, desde joven dedicó su vida a la protección, defensa, conservación y rescate de los valores patrimoniales de la cultura y tradiciones de Trujillo.

Como empresario, a fines de los años cincuenta, aportó, creó y fundó empresas en diferentes sectores, entre ellas el Banco Nor Perú, el Canal 6 (primer canal de televisión de Trujillo) y el diario La Gaceta.

Asimismo, gerenció y dirigió empresas como la Casa Pinillos Hermanos S. A., Alfredo Pinillos & Cía., Sociedad Cervecería de Trujillo (Pilsen Trujillo), Sociedad Minera Algamarca S. A., Mercantil Pizarro S. A. (Merpisa) y Trujillo Tours, empresa pionera del turismo receptivo en La Libertad.

Presidió los clubes Libertad y Central, y la Sociedad de Beneficencia Pública de Trujillo. Fue vicepresidente y

El apellido constituye un sinónimo de cultura, altruismo y nobleza. Los Pinillos conforman el ADN del Trujillo señorial y de buenas costumbres.

directivo de la Cámara de Comercio de Trujillo, y se desempeñó también como promotor y presidente de la Comisión de Monumentos Históricos de Trujillo. Esta institución fue fundamental para la protección del centro histórico de Trujillo, luego del terremoto del 31 de mayo de 1970.

En este cargo, emprendió gestiones importantes como la de recomendar al alcalde de esa época, Miguel Zamora Brito, la firma del decreto municipal del 23 de abril de 1971 que declaró al centro histórico de Trujillo como ciudad monumental. A su gestión se debe, entre otras, la designación de diferentes casonas como monumentos históricos y la creación de la misión UNESCO-CRYRSA, que facilitó la llegada a Trujillo del arquitecto José de Mesa, reconocido especialista en conservación e historia del arte americano, quien, con su experiencia y valioso aporte, contribuyó al rescate de las casonas e iglesias que corrían riesgo de ser demolidas. Este grupo de trabajo estableció las primeras normas y estatutos de conservación de Trujillo monumental, en colaboración con los recordados arquitectos Manuel Ángel Ganoza Plaza y José Correa Orbegoso, y el conservador Ricardo Morales Gamarra.

Gracias a su motivación, diversas instituciones financieras adquirieron importantes casonas para restaurarlas y ponerlas en valor, entre ellas la casona Urquiaga Calonge, sede del Banco Central de Reserva; la casona Risco, sede del Banco de la Vivienda y, actualmente, del museo de

arqueología de la Universidad Nacional de Trujillo; la casona Ganoza Chopitea, donde funcionó el Banco Industrial; la casa de la Emancipación, adquirida por el Banco Nor Perú; la casona Bracamonte, adquirida y restaurada por el Banco Hipotecario; y la mansión del presidente de la República, Mariscal Orbegoso, adquirida y restaurada por el Banco Internacional. También impulsó la restauración de la iglesia de Santiago de Huamán y de la iglesia y monasterio del Carmen, entre otras obras.

Durante la gestión del alcalde Luis Santa María Calderón, integró la comisión creada por la Municipalidad Provincial de Trujillo para la celebración de los 450 años de fundación de Trujillo. Se lo recuerda como creador e impulsor de las famosas bienales de arte de Trujillo y de los "salones de primavera", en los años ochenta.

Asimismo, fue socio fundador y primer presidente del Patronato de Trujillo y del Patronato Huacas del Valle de Moche, institución creada por iniciativa de Ricardo Morales Gamarra y Santiago Uceda Castillo, directores del Proyecto Arqueológico Huacas de Sol y La Luna y docentes de la Universidad Nacional de Trujillo, con la finalidad de contribuir a la gestión y financiación de los trabajos de investigación y conservación, con aportes de instituciones y empresas privadas, nacionales e internacionales.

El Proyecto Arqueológico Huacas del Sol y La Luna se concretó en mayo de 1991, con el apoyo de la Fundación Ford. Meses más tarde, la Sociedad Cervecera de Trujillo, donde Alfredo Pinillos Hoyle era director, lo apoyó. Luego de que Backus y Johnston adquirió la Sociedad Cervecera, se convirtió en la principal empresa aportante del proyecto.

Con su inspiración, el Patronato Huacas del Valle de Moche contribuyó a posicionar la Huaca de la Luna (y el museo de sitio), como el primer producto turístico de Trujillo y el segundo de la macrorregión norte.

Las generaciones desprendidas de este linaje no han dejado huella; han construido una historia.

Actualmente, supera los ciento cincuenta mil visitantes anuales.

Séptima generación

Alfredo Pinillos Ganoza, (Trujillo 1958)

Fue hijo de Alfredo Pinillos Hoyle y de María Luisa Ganoza de Pinillos. Estudió en el colegio Claretiano y en la Universidad de Lima. Sus primeros trabajos los realizó en la Casa Pinillos Hermanos S. A., en 1976. Luego, desarrolló prácticas en Lima, en las agencias de aduanas Chimú e Intercontinental, y en las empresas DICRESA, Industrias Lambel S. A, Yeso La Limeña S. A. e Industrial y Comercial Química Andina S. A., hasta 1985, cuando retornó a Trujillo para asumir el cargo de gerente general de Alfredo Pinillos & Cía. SAC.

Fue socio fundador y vicepresidente de Caja Rural La Libertad, que luego se transformó en Caja Nor Perú, dinámica y pujante institución financiera pionera de en todo el sistema de cajas, en el uso de tarjetas y cajeros automáticos Visa y líder en microfinanzas.

Más tarde, junto con su familia, incursionó en el desarrollo inmobiliario con la empresa constructora Delfos SAC. Siguiendo los pasos de sus ancestros, se sumó a actividades gremiales y culturales. Fungió como directivo de la Cámara de Comercio y Producción de la Libertad y fue socio fundador y vicepresidente de la Asociación Trujillo Arte y Literatura (Atal), creadora de las ferias del libro de Trujillo.

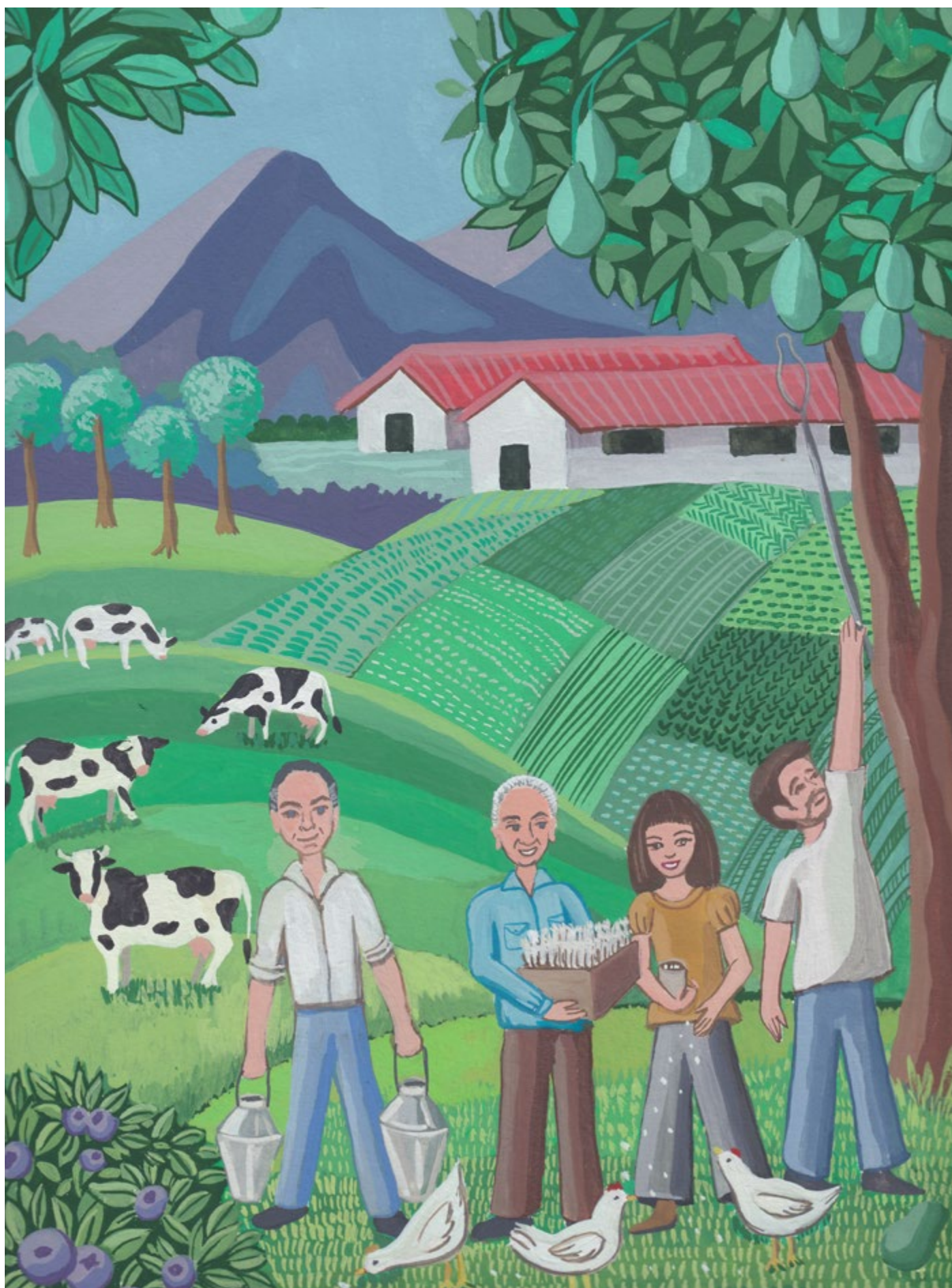
También asumió el cargo de vicepresidente de la ONG Hábitat Trujillo Siglo XXI, institución que, entre otras actividades, promovió los concursos de parques y jardines de la ciudad y gestionó el primer vivero municipal, con cuya producción se logró arborizar gran cantidad de parques y avenidas en el área metropolitana de Trujillo. Se llegó a sembrar más de seiscientos mil árboles, especialmente de la especie molle andino.

Asumió la dirección de la Fundación Alfredo Pinillos Goicochea, entidad dedicada a la publicación de investigaciones históricas de la región. Es socio fundador y actual presidente del Patronato Huacas del Valle de Moche, que cumple la función de apoyo y canaliza las inversiones privadas y donaciones para los proyectos arqueológicos de las huacas del Sol y de La Luna y del Proyecto Arqueológico de Huanchaco. También participó en el Proyecto Ají Mochero que, junto con la Universidad Nacional Agraria La Molina y otras instituciones, busca la denominación de origen y la recuperación de la huerta mochera.

Ha ejercido cargos directivos en El Golf y Country Club de Trujillo y la presidencia del Club Central, durante varios períodos. En la actualidad, la familia se encuentra extendida en varias regiones del Perú y participa dinámicamente en el desarrollo y progreso del país, en distintos campos de la vida empresarial, académica y cultural.



1. Alfredo Pinillos Ganoza e hija Lorena en el frontis norte de Huaca de La Luna 2019.
2. Familia Pinillos Ganoza, 2010.
3. Alfredo Pinillos Hoyle.



Familia Quevedo

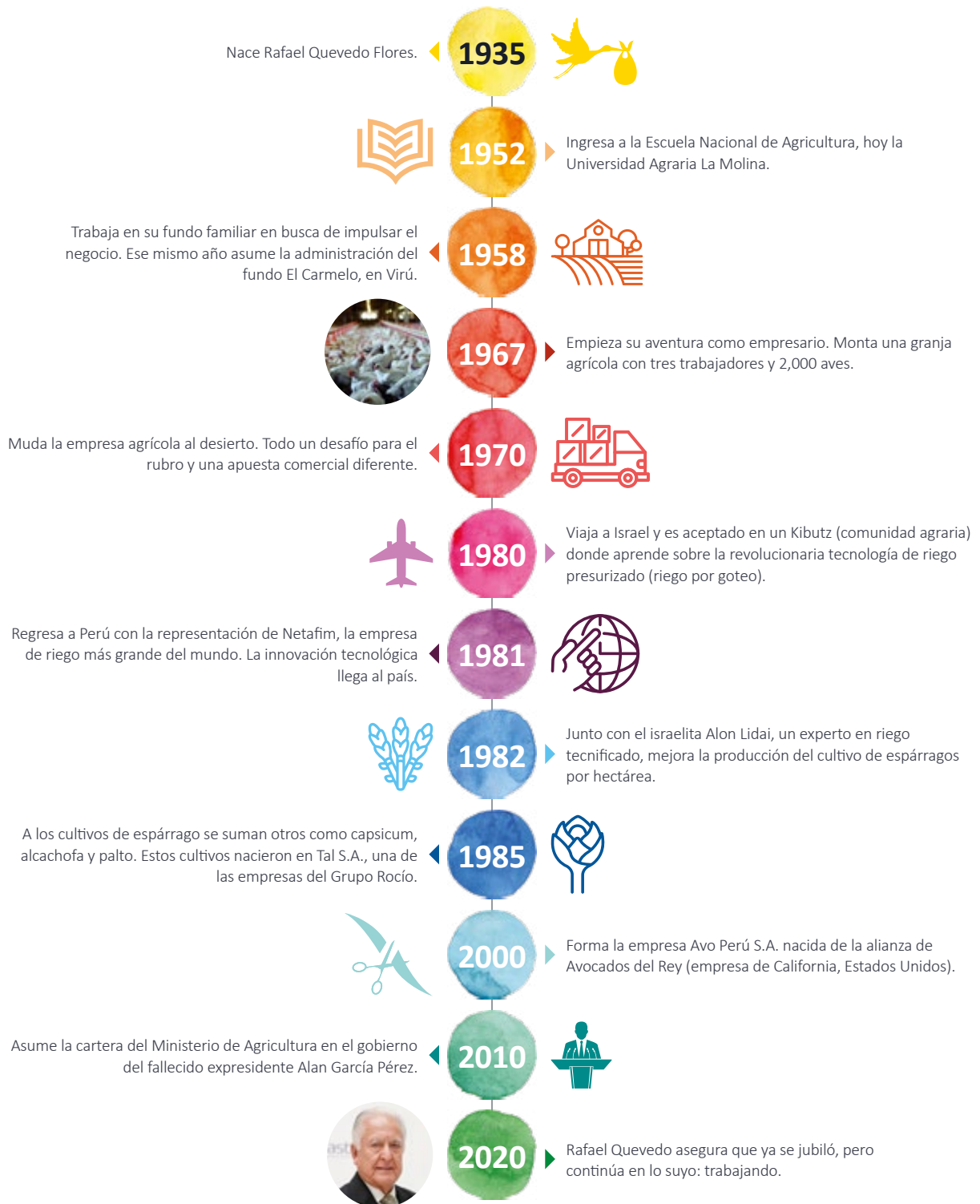
Una familia sin fronteras

En 1967, cuando recorría en auto la carretera rumbo a Trujillo, saliendo del fundo El Carmelo, ubicado en Virú, donde trabajaba, don Rafael le decía a su esposa que algún día el desierto que miraban por la ventanilla sería verde. Testigo en primera fila de la transformación que ha tenido el Proyecto Chavimochic, primero con el espárrago, luego con la palta y, más recientemente, con el arándano, cuando don Rafael recorre hoy ese valle, lo que ve es un manto verde de miles de hectáreas que día a día son manejadas con las más modernas técnicas agronómicas. En la zona se producen frutas y hortalizas de calidad para la exportación y se han creado muchos puestos de empleo formal.

Nacido en la provincia de Sánchez Carrión, La Libertad, en 1935, y primogénito de siete hermanos, Rafael estuvo siempre relacionado con la actividad agropecuaria porque su familia era propietaria, en ese entonces, de

las haciendas La Victoria y El Lirio. A los nueve años, por solicitud de su abuelo, don Isaac Flores, y consciente de la importancia de la educación, se trasladó a Lima para estudiar en el colegio marista San Luis de Barranco, pero durante las vacaciones retornaba siempre a sus raíces, el campo.

La sangre ganó y su interés por el agro crecía cada vez más. Por eso, apenas concluyó sus estudios secundarios, en 1952, ingresó directamente a la Escuela Nacional de Agricultura, hoy Universidad Agraria La Molina. La idea era que él manejara los fundos familiares al graduarse. Mientras tanto, debía preocuparse por poner en práctica lo aprendido. Para su tesis de grado escogió el tema del engorde de ganado, que le interesaba mucho, pero por azares del destino tuvo que cambiarlo. "Quería ser ganadero y, en ese entonces, una empresa de Junín proporcionaba ganado a los estudiantes para su



investigación, pero, por alguna razón que desconozco hasta hoy, el ganado que me tocaba nunca llegó". En consecuencia, decidió cambiar su tesis enfocándola en la nutrición avícola. Lo que aprendió Rafael en el desarrollo de esa tesis resultó ser algo extraordinario y el inicio de una carrera que no se detendría.

Es el fundador del Grupo Rocío, conformado, en la actualidad, por empresas agrícolas, avícolas y ganaderas. El grupo es líder en el Perú, pero la historia comenzó mucho antes, en 1967, en una pequeña granja avícola.

Sus inicios empresariales

Luego de su exitosa tesis, en 1958 regresó al fundo familiar en busca de impulsar el negocio. Sin embargo, ciertas diferencias de opinión lo llevaron a buscar nuevos horizontes y empezó a trabajar como administrador del fundo El Carmelo, en Virú.

Rafael pasó un tiempo conociendo todos los valles de la zona de Virú. Al cabo de algunos años se produjo el boom de la pesca en Chimbote, de la mano de Luis Banchemo Rossi. "En esos años, las aves se consumían en los cumpleaños, pues la mayor demanda era de carne de res. Pero con el impresionante efecto multiplicador de Chimbote, el consumo de alimentos se disparó y el pollo se empezó a consumir en gran cantidad. La gente llegaba a recogerlos en taxis, mototaxis y en todo lo que se pudiera", cuenta.

El potencial era tan grande que Rafael no quería perder la oportunidad y buscó asociarse con los dueños del fundo El Socorro; sin embargo, el acuerdo no se concretó. En ese momento, un tío de su esposa lo animó a dar el primer paso. Con algunos ahorros empezó la aventura. "En 1967, empecé, en realidad, mi aventura como empresario. La reforma agraria estaba a punto de imponerse y yo había estado asesorando a un par de fundos, El Carmelo y El Socorro, pero decidí independizarme y constituí mi

Entonces una certeza se abrió paso: "Sí es posible hacer agricultura a gran escala en el desierto"

primera empresa: una granja avícola. Empecé con dos mil aves por mes y solo éramos tres trabajadores", recuerda Rafael.

Cuando empezó la reforma agraria, en 1969, los primeros fundos expropiados fueron los de La Libertad. En esa época era imposible comprar tierras, pues todas habían sido confiscadas por el Estado, pero nadie se interesaba en las zonas desérticas porque se asumía que carecían de valor e importancia. "En una época de lluvias muy fuertes se averiaron los puentes y nosotros traíamos, para la cama de los pollos, viruta de Lima porque en La Libertad no había industria maderera en esa época. Al bloquearse las carreteras no tuvimos la viruta. En ese momento, se me ocurrió usar la arena como un secante, reemplazando a la viruta. Así que fui a las dunas formadas por la actividad eólica y realicé un análisis microbiológico para saber si no estaba llevando gérmenes patógenos. Al no encontrar nada, luego de varias pruebas, caímos en la cuenta de que esa arena estaba totalmente estéril, gracias a la radiación solar. Ese es uno de los efectos fabulosos que tenemos en estas zonas, especialmente en Chao, que no solamente ayuda para que los hongos y bacterias no puedan afectar a los animales, sino también a las plantas", explica Rafael.

En aquel tiempo participó, asimismo, en un estudio para el Gobierno Regional, consistente en analizar la riqueza del agua del subsuelo de los valles de La Libertad. Ese estudio sirvió para que Rafael tomara conocimiento de la situación del agua subterránea y su ubicación, no solo en los valles, sino también en el desierto.



1. Rafael Quevedo en la primera cosecha de espárragos, 1986.
2. Recibiendo el premio Líderes Empresariales del Cambio, de EY, El Comercio y ASBANC, por su trayectoria en innovación para el desarrollo del país (2016).

Entonces, en 1970, Rafael dio el siguiente paso lógico: mudó su empresa avícola al desierto. Las suyas fueron las primeras granjas instaladas en el desierto peruano. Cuando las granjas estuvieron operativas, cayó en cuenta de un hecho que le llamó la atención: los trabajadores, influidos por las culturas antiguas de la zona, venían utilizando materia orgánica como complemento nutricional de los suelos; el compost les servía para abonar los cultivos de maíz que mantenían en unas pequeñas parcelas delante de los galpones de las aves.

Rafael no les daba mucha importancia, hasta que un día se acercó y vio unas plantas de maíz de extraordinario vigor. Entonces, una certeza se abrió paso: "Sí es posible hacer agricultura a gran escala en el desierto".

Llevando tecnología al desierto

En la década de los ochenta, movido por esta idea, don Rafael decide viajar a Israel y fue aceptado en un kibutz (comunidad agraria) para aprender más sobre la

revolucionaria tecnología de riego presurizado (riego por goteo) que se había desarrollado en ese país. Trabajó con algunos empresarios israelíes y adquirió una valiosa experiencia: "Aprendí mucho. Como tenía ya la cultura agronómica, no me fue difícil asimilar el tema". A su regreso, trajo al Perú la representación de Netafim, hoy la empresa de riego más grande del mundo, que mantuvo hasta el año 2003.

Por esos años conoció a Alon Lidai, un experto israelí en riego, que estaba establecido en Ica. "Así empezamos a desarrollar proyectos de irrigación con riego tecnificado, cuyos primeros ensayos los hicimos en nuestras tierras. En la empresa que fundé se formaron muchos agrónomos y se comenzaron a dar cursos de riego en la Universidad Privada Antenor Orrego y, luego, de posgrado en la Universidad Agraria La Molina. En esos años, ninguna universidad enseñaba sobre riego tecnificado. Paralelamente al desarrollo del riego tecnificado en La Libertad, también se estaba desarrollando en Ica".

El riego, recurso fundamental para conseguir grandes cosechas de espárragos

Sabiendo que tenían el suelo, la materia orgánica, la tecnología y el agua necesaria, el espárrago fue el primer cultivo con el que trabajaron. "La idea fue hacer una sinergia, entre lo avícola y lo agrícola". La sinergia entre diversas actividades constituye una premisa de la empresa, que se mantiene hasta hoy.

"¿Por qué específicamente deciden trabajar con espárragos?", le preguntamos.

"Comenzamos con espárrago porque ya se cultivaba. Su destino era la industria conservera. En esos años, los agricultores lograban su primera cosecha después de un año y obtenían unos quinientos kilos por hectárea, aunque quienes manejaban mejor el cultivo podían sacar hasta mil, en la primera cosecha. Pero cuando pusimos el primer riego tecnificado, ¿cuánto cree que obtuvimos en una cosecha? ¡Más de cinco mil kilos por hectárea en la primera cosecha! Luego fuimos mejorando los manejos y corrigiendo errores, para llegar a producciones de once mil. Aquí, en La Libertad podemos sacar dos cosechas por año. Eso nos fue dando ventajas competitivas y comparativas", explica Rafael.

Al espárrago le siguieron las siembras de capsicum y alcachofa en La Libertad, pero también en Huancayo; después vinieron los cultivos de palto. Estos cultivos fueron desarrollados por Talsa, una de las empresas del Grupo Rocío, creada con el objetivo de abastecer los mercados internacionales. Esto se ha logrado mediante una serie de alianzas estratégicas.

Paltos, del azar a gestionar setecientas hectáreas

Rafael es reconocido por ser uno de los pioneros en la instalación de palta Hass en el país, en las tierras áridas de Chavimochic. Esta apuesta se decidió luego de una seguidilla de casualidades, según recuerda. A inicios del año 2000, cuando un conjunto de lotes del proyecto de

Si bien Rafael afirma que la política no estaba dentro de sus intereses, era consciente de lo mucho que se podía hacer por el país.



Vaca clonada y su ternera.

irrigación Chavimochic estaban siendo subastados, arribó al país una misión de empresarios de California y de Chile para visitar la zona. Si bien él no los iba a atender, el azar jugó en su favor y terminó llevándolos a su fundo, así como a conocer los lotes que entraban en una subasta internacional del proyecto de irrigación Chavimochic y otras zonas de productores amigos. Entre los visitantes estaba Reuben Hossfi, socio de la empresa californiana Avocados del Rey. Tras ese primer contacto, constituyeron juntos Avo Perú S. A.

Como siguiente paso, el empresario peruano, junto a su nuevo socio comercial (Avocado del Rey), adquirió setecientas hectáreas subastadas en Chavimochic para la producción de palta. "Fuimos aprendiendo en un terreno nuevo, bajo el concepto y la tecnología que empleaban nuestros socios de Avocados del Rey. Hoy día sabemos bastante más de lo que aprendimos en esa época", reflexiona.



1



2



3

1. Don Rafael, esposa e hijos.
2. Su nieto, el ingeniero agrónomo, Rafael Quevedo Sturla, quien está a cargo de la gerencia agrícola de Hortifrut.
3. Rafael Quevedo aprendiendo del cultivo de duraznos. 2004.

Testigos privilegiados del crecimiento del arándano

En el Perú, la historia del arándano está ligada a las zonas costeras. La Libertad es la región con mayor superficie cultivada del país. El cultivo de arándanos, que empezó silenciosamente en la segunda mitad de la década del 2000, es visto hoy como la "niña bonita" de la agricultura peruana. El Grupo Rocío fue uno de los pioneros.

"¿Cómo es que vieron la oportunidad de negocio?", inquirimos.

"La demanda por esta fruta era evidente en los mercados internacionales. Incursionar en este cultivo fue el proyecto que trajo mi hijo Ulises al Grupo. El caso es que, animado con experiencias exitosas en el espárrago y la palta, Ulises continuó viajando y tomando nota de las tendencias en los mercados. Empezamos a hablar del arándano y a buscar hacer las primeras pruebas".

En uno de sus viajes, Ulises conoció al ingeniero Ismael Fernández, un asesor chileno que había trabajado en México para una empresa chilena que tenía arándanos en Michoacán. "Ulises lo invitó al Perú y juntos recorrieron el país en busca del lugar ideal para plantar arándanos, principalmente en las zonas de Huancayo y Cajamarca", recuerda Rafael. Sin embargo, no encontraron una zona productiva que los convenciera al cien por ciento. "Cuando regresaron a La Libertad e Ismael se iba a despedir de nosotros, les pregunté si querían ver arándanos. Ellos andaban un tanto desanimados, pues no habían encontrado la zona adecuada para este cultivo. Entonces los llevé a un vivero que tenía plantas de arándanos. Yo las había visto, pero no me parecieron muy bonitas, a pesar de que estaban ya con frutos y flores. Cuando llegamos, fue Ismael quien dijo: "Este es el sitio; debemos hacer las pruebas en La Libertad". Entonces

conversamos con Ulises y decidimos empezar con veinticinco hectáreas de la variedad Biloxi, en las zonas de Virú y Chao".

Posteriormente, y debido a la buena producción, decidieron habilitar cincuenta nuevas hectáreas en Chao, también de Biloxi y otras variedades.

Su visión al servicio del país

Si bien Rafael afirma que la política no estaba dentro de sus intereses, era consciente de lo mucho que se podía hacer por el país. En septiembre del año 2010, fue invitado a ser parte del gobierno del presidente Alan García como ministro de Agricultura.

Algunos logros destacados de su gestión fueron:

- Se firmó el acuerdo de ingreso de palta Hass a Estados Unidos.
- Se aprobó el Reglamento de Protección a los Derechos de los Obtentores de Variedades Vegetales. Esto permitió que los trabajos de investigación y las patentes de científicos peruanos estuvieran protegidos en los mercados internacionales.
- Contribuyó con el Capítulo Agrícola de la Alianza del Pacífico resaltando la importancia de la complementariedad agrícola de los países que la integran.
- Se creó el programa Agroideas para apoyar a los agricultores que estuvieran afectados por el TLC firmado con Estados Unidos, con el objetivo de impulsar la asociatividad y de esta manera formalizarlos e incorporarlos a la cadena de valor.
- Se creó el Proyecto Sectorial de Irrigación para la Sierra (PSI Sierra) que permitió llevar la tecnología de riego tecnificado a la sierra, permitiendo eficiencia en el riego, ahorro de agua y mejora en su productividad.

“

Nunca me imaginé haber logrado todo esto. Hemos pasado por todo tipo de momentos, pero he tenido grandes satisfacciones, como promover el desierto de La Libertad, generar trabajo formal y digno, y tener a la familia a mi lado, trabajando por esto.

Rafael Quevedo

Reflexiones finales

Rafael tiene hoy 85 años y repite que ya se jubiló, "entre paréntesis", pues continúa trabajando, aunque no con la misma intensidad que antes. Dice que las nuevas generaciones, a las que ha transmitido su experiencia, ya están asumiendo el reto.

Rafael, mirando el desierto en 1967 dijo "algún día esto será verde". Años más tarde lo consiguió, con esa determinación, inteligencia, sencillez y sensibilidad que caracterizan a las grandes personas, y con esa personalidad que va más allá de un mero talento para los negocios.

"Nunca me imaginé haber logrado todo esto. Hemos pasado por todo tipo de momentos, pero he tenido grandes satisfacciones, como promover el desierto de La Libertad, generar trabajo formal y digno, y tener a la familia a mi lado, trabajando por esto".



José Valderrama Fernández

Una familia a la horma de sus sueños

Cuenta la historia que un día José Valderrama Fernández despertó convencido de que había llegado el momento de abandonar su natal Otuzco, una provincia con fama de fe ubicada en la parte andina de la región La Libertad. Era marzo de 1980. El joven acababa de transitar por la adolescencia y su sueño era llegar a Trujillo para trabajar en algo que le permitiera generar ingresos para su familia.

A José se le dibujaba una sonrisa de optimismo en el rostro cada vez que le preguntaban si estaba seguro de su decisión. La actividad agrícola le había permitido en su terruño solventar sin inconvenientes los gastos familiares. En la ciudad primaveral no tenía decidido a qué dedicarse. Solo sabía que algunos de sus parientes radicaban en el pujante distrito de El Porvenir y que su actividad era la fabricación de calzado.

Las suelas, pegamentos y hormas no tardaron en llamar su atención. En poco tiempo, aprendió el oficio y era

requerido a menudo para participar en proyectos de confección a gran escala. Y mientras su talento maduraba, su vida familiar también. José decidió asentarse con su esposa, doña Eva Burgos Salvador, en el pujante distrito zapatero. La familia creció con el tiempo con cinco herederos: Maritza, Percy, Melvin, Vanessa y Elvis.

El año del atrevimiento

El 2000 no fue un año positivo para la economía del Perú. La incertidumbre política hizo tambalear la estabilidad social y ahuyentó los capitales extranjeros. La agonía de muchos negocios originó la fuga de talento nacional hacia el exterior. Invertir en un país sumido en la crisis significaba una locura; sin embargo, al miedo solo se lo vence con el riesgo. Al menos eso pensó José.

"El 2000 fue un año duro y de mucha incertidumbre, pero consideré necesario abrir mi propio negocio. Había

José Valderrama funda Calzados Elvis. La empresa nace luego de que el joven otuzcano aprendiera el oficio de la confección de calzado gracias a sus familiares.

2000



2003

La empresa adquiere un impulso especial gracias a una importante inyección económica, pero, además, a la ambición de los hijos de José: Percy y Vanessa.

Calzados Elvis cambia de nombre a Corporación Valderrama. ¿El motivo? Había llegado el momento de la expansión comercial. Se crean las líneas de damas: Brixia y Burzetti, y Rizzo y Valderazzi de caballeros.

2006



2007

Corporación Valderrama firma un importante contrato de fabricación de calzado para la cadena Bata. Confecciona zapato casual para caballeros y línea escolar.

La firma Viale toca las puertas de la empresa trujillana para comprar calzado de damas y caballeros. La operación resulta exitosa.

2008

Corporación Valderrama ingresa al mercado ecuatoriano con la marca Valderazzi (línea para caballeros).



2010

Valderazzi se consolida en el mercado ecuatoriano, mientras que en Perú se continúa fabricando para marcas como Bata. El mercado local también se atiende con calzado para damas, caballeros y niños.

La empresa se consolida como una de las más exitosas y rentables en su rubro. Ocupa directamente a más de 50 familias e indirectamente a unas 150.

2013



2018

La marca trujillana inicia estudios para penetrar en el mercado chileno con calzado para damas, caballeros y niños.

En plena pandemia, Corporación Valderrama se traza como objetivo iniciar los estudios para ingresar al mercado de Bolivia y Argentina.

2021



aprendido lo suficiente en el oficio del calzado, así que me pregunté por qué no hacerlo esta vez solo. Y fue así como nació la empresa. Recuerdo que un 19 junio empezó todo, en el distrito de El Porvenir".

Calzados Elvis fue el nombre escogido por los Valderrama Burgos para el emprendimiento. La marca —un homenaje al último de sus hijos— producía seis pares de calzado al día para hombres y niños. Lo vendido cubría los costos y dejaba ganancias para la subsistencia familiar. Gracias al boca a boca de sus clientes, José popularizó su fama de fabricar un zapato adecuado y cómodo, que respetaba las curvas de los pies y era apto para recorrer cualquier distancia. Su hijo empresarial se ganó en poco tiempo un lugar en el mercado.

El taller funcionó en la casa de la familia hasta el 2003, año en que Percy y Vanessa, dos de los herederos, la catapultaron hacia otra dimensión. Percy tuvo la idea de invertir en la compra de maquinaria para mejorar la producción. Los seis pares de calzado eran solo recuerdo. Las entregas se empezaron a contar por decenas. Vanessa trabajó en el posicionamiento de la marca. En el 2006, Calzados Elvis se convirtió en Corporación Valderrama. El mercado local empezó a quedar pequeño.

Familia a la medida

Percy Valderrama Burgos es un hombre de pocas palabras y de gestos intermitentes. Todo lo que sabe de calzado lo aprendió de su padre y lo perfeccionó en el mercado. En esta tarde de pandemia viste polo oscuro y reposa sobre un sillón de cuero en el Área de Investigación y Desarrollo de Productos de la empresa, un laboratorio de ideas donde se diseñan los modelos del calzado inspirados en lo que el cliente pide o lo que determina la temporada. A su costado aparece don José. Su mirada atraviesa las lunas de sus anteojos y penetra curiosa en la pantalla de la moderna computadora que ahora sirve de canal para comunicarse en tiempos de virtualidad.

La pandemia disminuyó, pero no detuvo la actividad en la Corporación Valderrama. En plena crisis, el taller emplea directamente a más de veinticinco familias y, de modo indirecto, a unas ochenta. ¿El secreto? "La diversidad y la fe en Jehová", afirma José.

Desde el año 2006, la empresa se preocupó por mejorar su oferta y penetrar en el mercado del calzado de niños, caballeros y damas. De ese esfuerzo nacieron las marcas Brixia y Burzetti (línea para damas) y Rizzo y Valderazzi (línea para caballeros). "Si la venta se trunca en un lado, tiene que abrirse en otro", asegura confiado el fundador del negocio.

Además del crecimiento en el mercado local con marcas propias, los Valderrama producen para otras firmas nacionales como Bata y Viale. Con la primera, la venta de calzado es diverso y se mantiene durante todo el año. Lograrlo ha representado todo un desafío, pues en el camino ha tenido que enfrentarse a la fuerte competencia china y colombiana.

"El calzado peruano se impone por su diseño y calidad, y las empresas del negocio conocen bien esto. A veces se piensa que el zapato chino es más barato que el peruano y no es así. El primero resulta siendo más costoso y no siempre es de buena calidad. El nacional, en cambio, tiene buen diseño, comodidad y durabilidad, algo que el cliente valora mucho en estos tiempos".

El Área de Investigación y Desarrollo de Productos de Corporación Valderrama estudia constantemente el mercado para conocer las tendencias y exigencias. Hasta ahora ha cumplido con diagnósticos acertados para incorporar a la producción modelos con buena demanda y comodidad. A la par, una filosofía que acompaña al trabajo familiar es crear productos con insumos de calidad. Lo barato sale caro y en el mundo del calzado también ocasiona daño. "Al pie hay que cuidarlo y protegerlo", afirma sonriente Percy.



1. Vanessa Valderrama, hija de José Valderrama.
2. Primer taller artesanal.
3. Catálogo de calzado para hombre.

Internacionalización

En el 2008, la curiosidad hizo que los Valderrama cruzaran las fronteras nacionales. Percy escuchó que en Ecuador el calzado peruano daba sus primeros pasos y dejaba huella en la preferencia del público. Pensó, sin dudarlo, que esta era la oportunidad para su empresa. Vanessa se mudó hasta el país norteño para el estudio de mercado y él empezó los trámites comerciales y tributarios.

Un año después, los zapatos fabricados en Trujillo ya tenían su primer ingreso a Ecuador. Sin embargo, antes del embarque, había que ajustar un último detalle: el nombre. Las cadenas internacionales coincidieron en advertir que Valderrama no era una marca con eco comercial. Percy recuerda que caminaba por el centro de Quito cuando recibió la noticia. Sin dudarlo, sacó el celular del bolsillo de su pantalón, ingresó a Google y buscó nombres que se mantuvieran la raíz de su apellido.

“

Uno no llega a la perfección nunca. Todo es una mejora permanente. Nuestro desafío es mejorar y mejorar y, de acuerdo con las necesidades del público, crear productos y modificar otros. Ese es el reto: cambiar poco a poco.

José Valderrama

"Busqué ideas en marcas italianas, que fue la recomendación de los clientes ecuatorianos. Entonces noté que la mayoría terminaba en iza, iza o en zi, jugué mentalmente con las letras y así nació Valderazzi. Les propuse el nombre, gustó bastante y así fue como empezamos con fuerza en Ecuador. Valderazzi ahora no solo está en varias cadenas de zapaterías, sino en centros comerciales. Para nosotros, eso representa un verdadero orgullo.

El ingreso a Ecuador pudo convertirse en el capítulo final de la corporación. Cuando la mercadería esperaba su turno en la aduana para iniciar su viaje a la internacionalización, el llenado erróneo de uno de los formularios de la Sunat pudo echarlo todo a perder. Los Valderrama fueron informados de que el producto quedaba inmovilizado. La noticia dejó mudos y helados a José y su hijo. Pensaron que todo lo invertido se perdería. Además, para sacar adelante esta ambiciosa producción debieron endeudarse. "Nuestro fin había llegado, pero, como siempre dice mi papá, nunca hay que perder la fe en Jehová", recuerda Percy.

Superados los inconvenientes tributarios, Valderazzi ingresó con pasos firmes y elegantes al país vecino. La conquista del pie masculino no tardó en cristalizarse. La huella segura abrió camino para nuevos pedidos. La familia, en El Porvenir, empleaba a más personas para cumplir con los encargos nacionales e internacionales.

"No ha sido complicado ingresar a Ecuador. A veces escuchamos que los ecuatorianos nos tienen cólera, pero cuando uno llega allá para hacer negocios uno se da cuenta de que no tienen tanto anticuerpo hacia los peruanos. Al contrario, son personas amables y emprendedoras. Ellos buscan mucho el zapato peruano porque saben que tiene mejor acabado, una horma amigable y diseños exclusivos".

La buena experiencia en Ecuador contribuyó a que la empresa se animara a analizar otros mercados. En el 2019, Vanessa puso el dedo en el mapa para el segundo

El taller funcionó en la casa de la familia hasta el 2003, año en que Percy y Vanessa, dos de los herederos, la catapultaron hacia otra dimensión.

objetivo: Chile. La emprendedora se mudó hasta la capital del país sureño para investigar el mercado y conocer las preferencias. Bajo la manga llevó Valderazzi como su pasaporte, pero confiaba que podía acompañarlo de Brixia y Burzetti, sus marcas de calzado femenino.

La operación se cerró. Marzo de 2020 fue la fecha pactada para la conquista de Santiago de Chile, pero la pandemia lo impidió.

"A raíz de la buena experiencia con Ecuador nos animamos a incursionar en el mercado chileno, donde aparentemente también existe rivalidad, pero es mentira. El único anticuerpo de los chilenos era contra quienes se dedicaban a robar. Mi hermana viajó para hacer un estudio de mercado y la operación funcionaba. Antes de la pandemia teníamos todo listo para ingresar a Chile. Lamentablemente, no se pudo, pero, a fines del 2021 o cuando esta emergencia sanitaria pase, ingresaremos con fuerza. Con ello estaríamos ya en Perú, Ecuador y Chile, y siempre con el deseo de ingresar también a Bolivia y Argentina".

Fuera de nuestras fronteras, el calzado de los Valderrama compite con el colombiano y el brasileño. La disputa no solo es por el precio, sino en los modelos y diseños. Para marcar diferencias, la empresa familiar apostó por crear una oficina de innovación donde cada uno de sus modelos son evaluados minuciosamente por públicos y mercados, con la finalidad de superar cualquier dificultad o incorporar alguna característica para satisfacer al cliente.



1. Eva Burgos Salvador, esposa de José Valderrama Fernández, su hijo Percy y José Valderrama.
2. Primer taller artesanal.
3. José Valderrama Fernández en los inicios de su negocio.

"Uno no llega a la perfección nunca. Todo es una mejora permanente. Nuestro desafío es mejorar y mejorar y, de acuerdo con las necesidades del público, crear productos y modificar otros. Ese es el reto: cambiar poco a poco. El desafío de nuestro negocio es satisfacer el gusto del cliente y ofrecerle comodidad. La diferencia entre vender un polo y un zapato es notoria. En el primero hablamos de cuatro tallas únicamente: S, M, L y XL. En un zapato, en cambio, es uno por talla. Adicionalmente, hay que tener mucho cuidado con el pie. Si no se dispone de los materiales adecuados, entonces es más complicado".

Sueños y dedicación

José Valderrama confiesa que nada de lo que hoy tiene se lo han regalado. Su empresa familiar es el resultado de un trabajo sin horas de inicio y de término. Se considera exitoso, no por tener una marca con roce internacional, sino por estar cerca de Jehová, su fuente de fe. Atribuye

que dedicarle más de dieciocho horas consecutivas a la empresa la ha posicionado en el lugar que hoy ostenta. Escuchar al cliente ha sido otra de sus fortalezas. En el mundo de la confección del calzado esto es importante.

"La mejor satisfacción es ver cómo hemos crecido hasta lograr la exportación. Estar en el mercado ecuatoriano y pronto en el chileno nos ha costado sacrificios. Una característica de nuestro trabajo ha sido la dedicación por lograr un calzado mucho más estilizado. A veces, como el personal quiere avanzar rápido, no consigues el diseño que buscas; entonces ahí es necesario hacer un seguimiento minucioso. Uno tiene que estar pendiente de la producción, revisando que todo esté bien hasta lograr lo que se busca. Eso se llama responsabilidad con el cliente".

En la actualidad, el taller funciona en la calle Hermanos Angulo, en El Porvenir. José ha inculcado a sus hijos la solidaridad y responsabilidad en el trabajo. Percy refiere

con satisfacción que a menudo ocupa a otras empresas del distrito cuando tiene pedidos en gran escala. Esto ha ayudado a sostener la economía de decenas de familias en plena pandemia.

"Varias personas que no tienen trabajo en otros talleres, por la pandemia, vienen a buscarnos y nos preguntan cómo hacemos para seguir laborando. Estamos, por esta emergencia sanitaria, al setenta por ciento de la producción, pero siempre existe la oportunidad de que no solo ganemos, sino de ayudar a que otros también lo hagan. Como dice mi papá, todo es bendición de Jehová. Desde que se reiniciaron las actividades en los centros comerciales y tiendas de calzado, las cadenas volvieron a confiar en nosotros y eso nos llena de satisfacción. En Ecuador la operación se ha mantenido sin problemas, debido a que el traslado de mercadería no sufrió restricciones".

El sueño y ambición empresarial de los Valderrama, en un corto plazo, es ingresar al mercado colombiano. En la corporación aseguran estar preparados para este reto. La incursión llevará como estandarte el calzado de caballero, pues en el de dama los cafeteros tienen un segmento ganado.

"Para quien no conoce el mercado de las exportaciones, salir no es sencillo; implica mucho conocimiento y, sobre todo, paciencia. Sabemos que el camino para conquistar otros mercados internacionales es largo, pero no existe desánimo. Cada día, cuando cerramos una operación nueva en Ecuador, de inmediato nos preguntamos a qué hora ingresamos ya a Chile, y cuándo a Bolivia, Argentina y Colombia. Estamos capacitados para calzar al pie más exigente de todo Sudamérica. Hacia eso apuntamos".

Y mientras el camino internacional se conquista paulatinamente, el nacional se consolida. Valderrama produce actualmente más de catorce mil pares de calzado, entre las líneas de dama, caballero y niños. Las ciudades con más demanda son Chiclayo, Piura,

Sullana, Lima, Chimbote y Cajamarca. Al sur también llegan, pero en baja escala. "Sin embargo, lo tomamos con tranquilidad, pues por algo se empieza", reflexiona desafiante Percy.

El emprendimiento ya le abrió las puertas a la segunda generación. Nada haría más feliz a José que ocurra lo mismo con la tercera o la cuarta. La pequeña Brissa, hija de Percy, ya se inclina por la moda. El patriarca dice que, si la confección de calzado hace feliz a sus nietos, entonces que emprendan el camino. Y que si eligen otra actividad, igual estará para apoyarlos.

— ¿Don José, cree que en su historia de éxito tiene que ver mucho el amor y la fe hacia Jehová?

— Hay muchos lugares donde el ser humano se puede sentir feliz, pero no hay lugar como al lado de Jehová. El lugar donde está presente es el de mayor felicidad porque ahí hay paz, aceptación, amor y libertad. Entonces él se convierte en el medio y la meta última de nuestra felicidad. Desde que yo empecé mi negocio confié en él. Le dije que me permitiera ser instrumento de ayuda y de servicio para las personas. Por eso cuando me preguntan si soy exitoso, lo único que respondo es que sí, porque sigo a Jehová. Uno puede vivir una vida infeliz si se fija en los demás y en las injusticias que cometen, puede creer en el azar o puede creer en sí mismo, pero nada lo hará sentirse seguro o en paz. Solo cuando se aferra a confiar en Jehová comienza a ver el mundo de una forma distinta. Su fe le ayuda a enfrentar las circunstancias de la vida con una sonrisa.

— ¿Qué opina de la frase "Zapatero a tus zapatos"?

— (Carcajadas) Es mi historia. Quien no conoce este negocio, sencillamente fracasa. Ahora estamos en dos países, pero le aseguro que luego de que la ciencia acabe con la pandemia llegaremos a más. Amén.



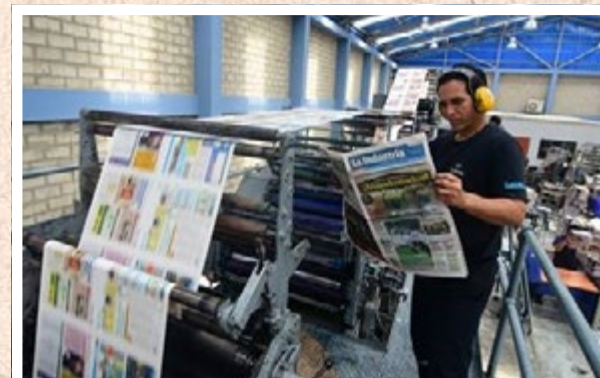
En EY Perú, hoy somos más de 1,700 colaboradores, trabajando en 5 oficinas en todo el país, bajo el propósito común de construir un mejor mundo para los negocios. Por ello, brindamos servicios profesionales de alta calidad que contribuyen al desarrollo de las empresas, y en consecuencia, al crecimiento de sus colaboradores y comunidades en las que operan.

Llegamos al Perú hace más de 60 años y desde entonces no hemos parado de trabajar por el desarrollo de un país con potencial, que ha sabido sobrellevar la adversidad y aprovechar las oportunidades. Hemos sido parte de la historia de un Perú con ganas de salir adelante y ser mejor. Muestra de ello son las 18 familias y sus historias de emprendimiento que compartimos a través de este libro.

¿Qué tenemos en común con estas familias? Las ganas de construir un Perú mejor. ¿Cómo? apoyándolos a capitalizar las oportunidades a través de nuestras capacidades en Auditoría; Consultoría; Asesoría Tributaria, Laboral y Legal; Estrategia y Transacciones; Gobernanza; y Sostenibilidad; con el objetivo de hacer realidad su sueño emprendedor y un mejor futuro para su región.



Llegamos a todo el **Perú**, y el Perú **somos todos**.



La Empresa Periodística líder del norte con más de un siglo de historia

Toda historia de éxito necesita de un buen comienzo y un buen protagonista. La Industria le debe su fama al esfuerzo de don Miguel Félix Cerro Guerrero, abogado, parlamentario y periodista piurano, considerado como un gran revolucionario de la prensa en el Perú.

En su novela *El pez en el agua*, el premio Nobel de Literatura 2010, Mario Vargas Llosa –quien trabajó como periodista en La Industria de Piura– describe a don Miguel como un hombre cuyos “ojos vivos e inquietos traslucían su indomable energía. Era un hombre –enfatisa el literato en la página 191– que no se cansaba nunca, que trabajaba hasta durmiendo, al que nadie le metía el dedo en la boca, severo y hasta duro, pero de una rectitud que a quienes trabajábamos a sus órdenes nos daba seguridad...”.

De su matrimonio con Isabel Cebrián nacieron sus hijos: Miguel y Vicente, con quienes perpetuó la fama de La Industria.

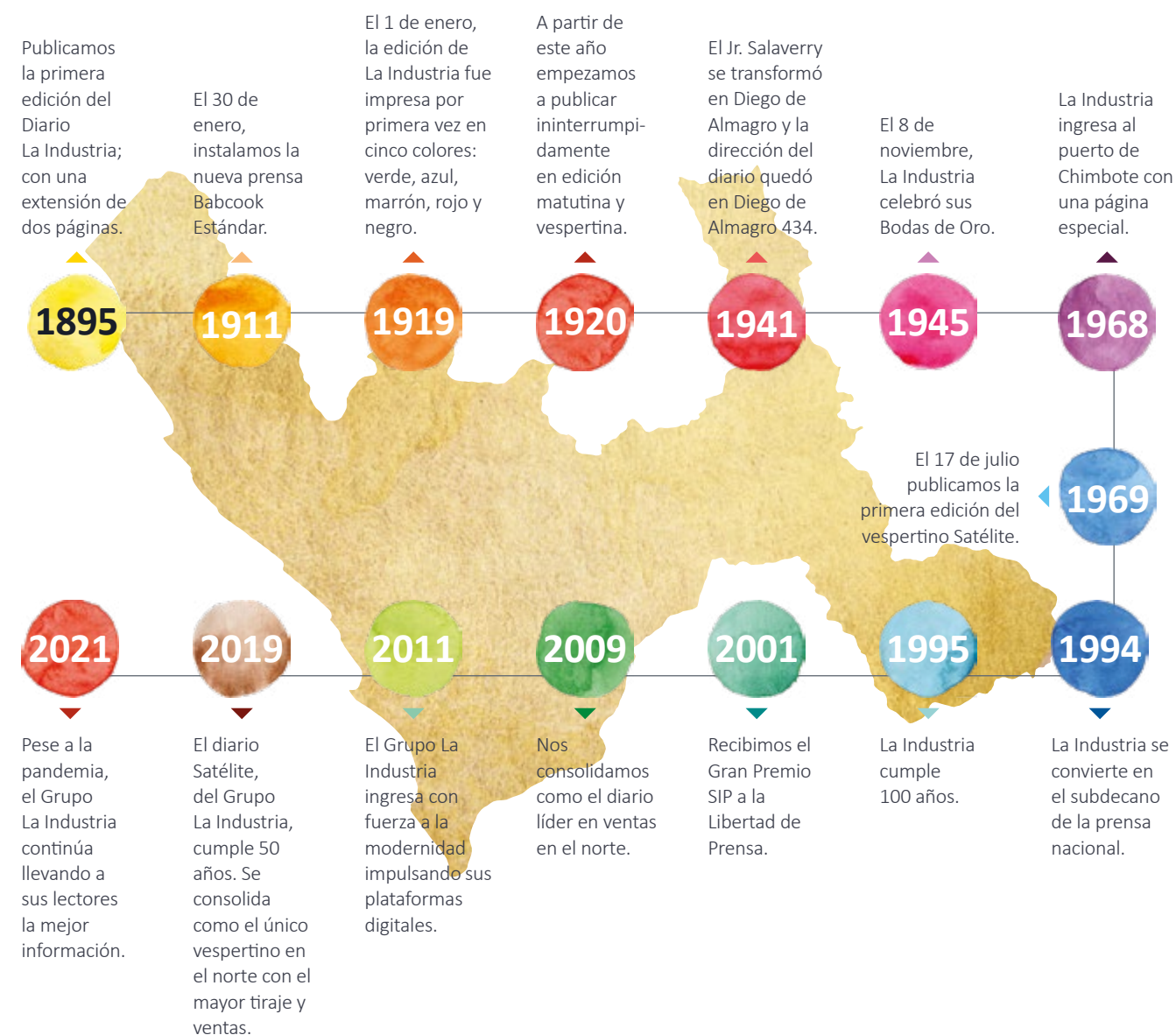
Miguel Cerro Cebrián juega un papel importante en la historia del diario. Consolidó la práctica del periodismo responsable y veraz. Demostró con cada acto que el buen periodismo es un ejercicio constante de dignidad

y honradez. Soñaba siempre con un Perú mejor y un mundo más humano, por eso estableció como filosofía que un diario debía estar al servicio de las causas justas y necesarias. Su legado se mantiene intacto un siglo después.

Murió a los 49 años, como muchos, pero vivió como pocos, porque amó la vida y la verdad, condición que perpetúa su existencia.

Grupo La Industria

- **Luis Alfredo Vélez de Orbegoso**
Gerente General del Grupo La Industria.
- **Carlos Ibañez Reluz**
Gerente Comercial del Grupo La Industria.
- **Juan José Bringas Céspedes**
Director de los diarios La Industria de Trujillo y La Industria de Áncash.
- **Pepe Alexander Hidalgo Jiménez**
Director periodístico del diario Satélite y responsable de la Unidad de Proyectos Editoriales del Grupo La Industria.



AGRADECIMIENTOS

EY Perú

Luis Felipe Chancafé

Olenka Frías

Miya Mishima

Fernando Núñez

Carolina Núñez

Paulo Pantigoso

Jorge Andrés Ruiz

Diario La Industria

Pepe Alexander Hidalgo Jiménez

Director del Diario Satélite

Carlos Alberto Ibáñez Reluz

Gerente Comercial de la Empresa

Editora La Industria de Trujillo S.A.

Luis Alfredo Vélez De Orbegoso

Gerente General de la Empresa

Editora La Industria de Trujillo S.A.

Guillermo Benavides Zavaleta

Presidente de la Cámara de

Comercio de La Libertad













Las vivencias de los personajes que forman parte de este libro "*Pasión por La Libertad*": historias de éxito que construyen un legado, confirman la frase de Pablo Picasso: "La inspiración existe, pero tiene que encontrarte trabajando".

En este nuevo momento de la economía nacional, el norte del país juega un papel preponderante. Hace varias décadas que asomó por estas tierras un auge que se ha consolidado gracias al empuje de quienes vieron en la dificultad, una oportunidad de crecer y en esta un trampolín para desafiarse y conseguir el éxito.

A estos hombres y mujeres de empresa les resultó necesario convencerse —antes que nada— que tenían potencial para trascender, y que sus sueños solo se convertirían en realidad si tenían el coraje de perseguirlos. Son empresarios responsables que comprendieron que en el Perú era necesario trabajar por un proyecto común y no individual.

Se trata, sin duda, de un libro que reúne los testimonios de personas notables que descubrieron entre las adversidades la oportunidad para construir negocios, y que se convencieron a sí mismos que lo que importa verdaderamente en la vida no son los objetivos que nos marcamos, sino los caminos que seguimos para consolidar tal propósito.

Un texto motivador cuya circulación reafirma el compromiso del Grupo La Industria y EY de trabajar con responsabilidad.



ISBN: 978-612-48422-4-5



9 786124 842245