



EXPORTAR

ECONOMIA, NEGOCIOS & TURISMO

Año IX Edición N° 40
IX Edition N° 40



Auspiciado por:
Sponsored by:



Internationale Tourismus - Börse
International Tourism Exchange
Bolsa Internacional de Turismo

2004

LANPERU®

Suplemento Especial: Perú país anfitrión

Special Supplement: Peru, the host country

Discover the Secret food of the Incas

Amaranth, Quinoa
Maca



Recovering the ancient alimentary customs of the incas,
We have developed products of
Great nutritious value!!!



KIWI GEN; is prepared with amaranth and quinoa, two cereals with high quality protein value, vitamins and minerals, comes in three delicious flavors : Chocolate, Strawberry and Vanilla. Plus! **KIWI GEN PREMIUN**; reinforced with maca, its ideal for physical and mental recovery (stress).

KiwiGen®

MORE INFO: export@e-incasur.com

Director Gerente / Managing Director
Julio César Llaque Moreno

Director Periodístico / Journalism Director
Javier Gutiérrez

Redactoras / Editorial Staff
Francisca Huamani
Jéssica Cáceres

Diseño de Carátula / Cover Page Design
Julio Talledo

Diseño y Diagramación / Design and Diagramming
Carolina Cantella

Fotografía / Photography
Alex Ramón
PromPerú
Cámara Alemana

Corrección / Editing
Nikita Shardin

Traductor / Translator
Peter Spence

**Directora de Publicidad y RR.PP. /
Publicity and Public Relations Director**
Genoveva Llaque Moreno

Ejecutivos de Publicidad / Publicity Executives
Ana González
Carmen Gutiérrez
Flor Núñez del Arco
Carlos Vásquez

Directora de Administración / Administration Director
María Teresa Llaque de Villanueva

Pre - Prensa / Pre Press
EDICION & COLOR

Impresión / Printing
CIMAGRAF

Distribución Internacional / International Distribution
DHL Express



G. PRODUCCIONES S.A.
Av. Pío XII 243, 2º piso
Urb. Maranga - San Miguel
Telefax: (51-1) 464-4396 / 464-1212
Publicidad / Publicity: (51-1) 561-2846
E-mail: exportar@exportar.com.pe
Web-site: exportar.com.pe
Lima 32 - Perú

Perú: Un mundo para ofrecer

Peru: a world on offer

En ITB 2004, la feria de turismo más importante del mundo, el Perú es país anfitrión. En tal condición, tiene la oportunidad de llegar de manera directa a diez mil líderes de opinión de 181 países, entre los que se encuentran empresarios de turismo internacionales, inversionistas, autoridades turísticas, representantes de oficinas de turismo, y misiones diplomáticas de los países expositores.

Además, cerca de siete mil periodistas darán cobertura al evento internacional que se realizará del 12 al 16 de marzo en Berlín. Así, su imagen y prestigio se extenderán hacia los 70 mil operadores turísticos internacionales que participan en la cita.

Al culminar ITB 2004, el Perú iniciará una gran campaña en Europa para reposicionar sus destinos turísticos. En la actualidad, este continente representa más del 27% de las llegadas internacionales y según estudio preliminar de la Comisión de Promoción del Perú (PromPerú), los principales emisores de 2003 son: Inglaterra (5%), Francia (4%), España (4%), Alemania (4%) e Italia (3%).

El reto de consolidar la oferta turística peruana es asumido en forma conjunta por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), PromPerú y la Comisión para la Promoción de Exportaciones (Prompex). Sin duda, una tarea muy difícil, pero no imposible. El Perú es cuna de grandes civilizaciones, de historia, de naturaleza viva y de tradiciones, sin olvidar su mirada a la modernidad. En suma, el Perú es único.

Peru is the host country of ITB 2004, the most important tourism exhibition in the world. As such, it will be able to reach ten thousand opinion formers from 181 countries directly, among them international tourism operators, investors, authorities, tourist office representatives and diplomats from the exhibiting countries.

In addition, around seven thousand journalists will cover this international event, which will take place in Berlin from the 12th to the 16th of March. Thus the country's image and prestige will be presented to the 70,000 international tour operators taking part in the event.

At the end of ITB 2004, Peru will start a major campaign in Europe to reposition its tourist attractions in the market. Europe currently provides 27% of international visitors and according to a preliminary study by the Commission for the Promotion of Peru (PromPeru), the principal countries of origin in 2003 were: United Kingdom (5%), France (4%), Spain (4%), Germany (4%) and Italy (3%).

The challenge of consolidating Peru's offering has been assumed jointly by the Ministry of Foreign Trade and Tourism (Mincetur), PromPeru and the Export Promotion Commission (Prompex). It is undoubtedly a difficult task, but not impossible. Peru has been the cradle of great civilisations, it has history, nature and traditions as well as modernity. In summary: Peru is unique.



Anfitrión del turismo

Host for tourism

En ITB 2004, el Perú busca fortalecer su imagen para atraer más turistas e inversionistas

At ITB 2004, Peru is seeking to improve its image and attract more tourists and more investment.

El titular del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), Alfredo Ferrero Diez Canseco, califica como fundamental la participación peruana en calidad de anfitrión en Internationale Tourismus Börse, ITB 2004, el evento ferial más importante del mundo.

“El Gobierno le da al turismo el lugar que le corresponde y los efectos de esta inversión se verán reflejados en el incremento del flujo de turistas y en el mejoramiento de la imagen del Perú en el futuro”, precisa.

Ferrero Diez Canseco añade que ser anfitrión en ITB 2004 implica estar en el centro de la actividad turística mundial. “Esta oportunidad se presenta sólo una vez. Por eso seguimos trabajando en forma coordinada con la Comisión de Promoción del Perú (PromPerú) y la Comisión para la Promoción de Exportaciones

Spot sobre Selva peruana triunfó en EE.UU.

Advertisement for the Peruvian Jungle Peruvian triumphs in the USA.



Titular del Mincetur, Alfredo Ferrero Diez Canseco, y el viceministro de Turismo, Ramiro Salas. Minister Alfredo Ferrero Diez Canseco, and vice minister of tourism Mr Ramiro Salas.

(Prompex) para posicionar al Perú en el mercado externo”.

Presencia peruana

La delegación peruana que asiste a esta feria turística que se realiza en Berlín es presidida por la primera dama de la Nación, Eliane Karp de Toledo, e integrada por representantes de 50 empresas turísticas peruanas y de diez gobiernos regionales. Para tal efecto se invirtió US\$ 972 mil 876, que fue posible gracias a los recursos del Fondo de Promoción y De-

sarrollo Turístico Nacional.

“Estar presente en esta feria que reúne a 181 países del mundo demuestra que existe una alianza estratégica real con el sector privado porque ellos muestran al mundo nuestra oferta turística”, añade Ferrero Diez Canseco, quien destaca la ubicación privilegiada que tiene el Perú en el centro del Pabellón de Sudamérica y que le permite mostrar toda la diversidad turística nacional.

Asimismo, afirma que en el marco de ITB 2004 se realiza un festival gastronómico



en el Hotel Hilton de Berlín del 13 al 18 de marzo.

“La comida peruana se exhibe al mundo como un atractivo turístico adicional muy importante”, puntualiza.

Reconocimiento internacional

De otro lado, el titular del Mincetur destaca que el Perú ha recibido en las últimas semanas una serie de distinciones por la estrategia de promoción turística que viene desarrollando en el exterior, así como por sus atractivos turísticos. Indica que la campaña *Pack your six senses (Despierta tus seis sentidos)* lanzada durante 2003 como parte de la estrategia publicitaria en Estados Unidos, ganó dos premios en uno de los certámenes publicitarios más prestigiosos del mundo: *New York Festival 2004*. La campaña recibió una medalla de plata, en tanto que el spot referido a Ayacucho obtuvo otra de bronce en la categoría mejor cinematografía.

Asimismo, destaca que la guía turística *Lonely Planet* ubica al Perú como mejor destino para visitar durante 2004, después de Nueva Zelanda y Australia. Agrega que según *iExplore*, página web preferida por los turistas que buscan aventura, el Perú ocupó por segundo año consecutivo el segundo lugar como principal destino de viajes de 2003. Finalmente, resalta que la última edición de la revista inglesa *The Economist* califica a la cocina peruana como “revolución gastronómica” y la sitúa entre las 12 mejores del mundo.

The Minister of Foreign Trade and Tourism (Mincetur), Alfredo Ferrero Diez Canseco, says Peru's participation as host of ITB 2004, the most important exhibition of its kind in the world, is fundamental.

“The Government is giving tourism the importance it deserves and the effects of this investment will be reflected in an increase in the number of tourists and in an improvement in Peru's image in the future”, he said.

Mr Ferrero Diez Canseco added that being the host of the Internationale Tourismus Börse, ITB 2004 means being at the centre of world tourism

activity. “This opportunity only comes round once. So we will continue to work together with the Commission for the Promotion of Peru (PromPeru) and the Export Promotion Commission (Prompex) to position Peru in the external market”.

Peruvian presence

The Peruvian delegation to this tourism exhibition to be held in Berlin is led by the First Lady Eliane Karp de Toledo and consists of 50 representatives of Peruvian tourism companies and ten regional governments. US\$ 972,876 has been invested in the event, the funds being provided by the National Fund for the Promotion and Development of Tourism.



Perú es sinónimo de aventura según *iExplore*.

Peru is a synonym for adventure says *iExplore*.

“Our presence at this event, in which 181 countries participate, shows that there is a real strategic alliance with the private sector, which will show the world what we have to offer”, added Mr Ferrero Diez Canseco, who emphasised that Peru's privileged position in the middle of the South America pavilion will enable it to display all of its diversity.

He also said that ITB 2004 will include a gastronomic festival to be held at the Berlin Hilton hotel from the 13th to the 18th of March. “Peruvian cuisine will

be shown to the world as an additional very important tourist attraction”, he said.

International recognition

Furthermore, the Minister pointed out that Peru has received a series of awards in recent weeks for its tourism promotion strategy abroad, as well as for the country's attractions.

He said that the campaign *Pack your six senses*, launched in 2003 as part of a publicity campaign in the United States, won two awards at one of the world's most prestigious advertising events: the New York Festival 2004. This campaign received a silver medal for the spot about Ayacucho and a bronze medal in the best film category.

He also pointed out that the *Lonely Planet* guide places Peru as the best destination for 2004 after New Zealand and Australia. He added that according to *iExplore*, a web page favoured by adventure tourism enthusiasts, in 2003 Peru occupied second place among destinations for the second consecutive year.

Finally, he pointed out that the latest edition of British magazine *The Economist* called Peruvian cuisine a “gastronomic revolution” and placed it among the 12 best in the world.



En ITB 2004 destaca la majestuosidad del Señor de Sipán.
The majesty of the Lord of Sipán at ITB 2004.

y la Comisión de Promoción del Perú (PromPerú) con la sociedad ferial alemana Messe Berlin GmbH, vínculo que se desarrolló gracias a la permanente presencia del Perú como expositor en ITB. El evento promete mejorar, diversificar y extender las relaciones entre Perú y Alemania”, afirma Michael Rehmer, encargado de ferias de la Cámara Peruano Alemana.

Esta decisión es también un reconocimiento de la Messe Berlin GmbH a la atracción muy especial que ejerce el Perú en el extranjero, con lo que se multiplicarán las posibilidades de que el número de turistas provenientes de Alemania aumente de manera considerable en los próximos años.

Corazón del turismo

La presencia peruana ante un público muy calificado como el de ITB le permite demostrar al mundo que el Perú no sólo es Machu Picchu. “Aun hoy muchos alemanes tienen la idea que Lima es una ciudad ubicada en los Andes. Por otro lado, muy pocas personas relacionan al Perú con el Amazonas. Todo ello puede cambiar con ITB 2004”, manifiesta Rehmer.

La ceremonia de inauguración de la versión 2004 de ITB reúne a más de cinco

Viajeros unidos

Travellers united

Feria de Berlín fortalece las relaciones entre Perú y Alemania

Berlin fair strengthens relations between Peru and Germany

Durante cinco días, ITB 2004 se convierte en la plataforma de encuentro para todos los agentes vinculados al sector turístico internacional. Paralelamente, se realizan importantes eventos informativos y de capacitación que facilitan el contacto entre personas de intereses similares dentro del sector turismo.

Este año, el Perú es el país anfitrión de la ceremonia inaugural del 12 de marzo. Ello le permite presentarse ante el mundo como un país milenario, de ancestrales raíces históricas y grandes atracciones turísticas.

“Esta elección fue producto de las excelentes relaciones entre el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur)

*El Perú busca incrementar el número de turistas.
 Peru seeks to increase the number of tourists.*



mil expertos invitados del sector turismo. Asimismo, en la feria participan alrededor de diez mil expositores de 181 países (78% extranjeros) y se espera a 130 mil visitantes (54% de ellos, especializados en el negocio de turismo) de todas partes del mundo.

El Perú está representado mediante sus operadores y agentes de turismo, cuyo número será superior a ediciones anteriores: 50 empresas y diez gobiernos regionales presentarán al país y a sus servicios en un área de exposición de 656 metros cuadrados ubicado en el hall 4.1 de la feria. Como se recuerda, el stand oficial del Perú en la edición pasada de ITB (2003) fue notablemente menor con 234 metros cuadrados.

Asimismo, la replica del Señor de Sipán forma parte de ITB, donde se exhibe en un área especial de 300 metros cuadrados ubicados en el hall 10.2 de Cultura y Turismo.

Estas presentaciones especiales del Perú como destino de turismo son iniciadas por el show que presenta el país en el marco de la ceremonia de inauguración de ITB 2004, presidida por la primera dama de la Nación, Eliane Karp de Toledo, el ministro alemán de Economía y Trabajo, Wolfgang Clement, y el alcalde gobernador de Berlín, Klaus Wowereit. Por todo ello, el Perú será el corazón del evento y atraerá la atención del mundo.

For five days, ITB 2004 will become the meeting place for everyone involved in the international tourism business. In parallel, important informative and training events will take place to facilitate contact between people with similar interests within the tourism sector.

This year Peru is the host country of the inaugural ceremony on the 12th of March. This enables it to show the world its ancient history, ancestral roots and great tourist attractions.

"This was the product of the excellent relationship between the Ministry of Foreign and Tourism (Mincetur) and the Commission for the Promotion of Peru (PromPeru) with the German exhibition company Messe Berlin GmbH developed thanks to Peru's permanent

presence as an exhibitor at ITB. The event promises to improve, diversity and extend the relationship between Peru and Germany", says Michael Rehmer, who is responsible for exhibitions at the German-Peruvian Chamber of Commerce.

This decision is also a recognition by Messe Berlin GmbH of the very special attraction Peru exerts abroad, which should considerably increase the number of tourists from Germany in the next few years.

The heart of tourism

The Peruvian presence among a know-

them foreign) and 130,000 visitors are expected (54% specialists in the tourism business) from all over the world. Peru is represented by tour operators and agents and more of them will be present than at past fairs. 50 companies and ten regional governments will present the country and its services in an exhibition area covering 656 square metres in hall 4.1 of the exhibition centre. Peru's official stand at the last ITB (2003) was significantly smaller at 234 square metres.

Also this year, the Lord of Sipán exhibits form part of the ITB, where they will be shown in a special 300 square metre



Como en la anterior edición, el país anfitrión exhibe su variado folclor.

As in previous years, the host country exhibits its very varied folklore.

ledgeable public such as ITB's visitors will enable it to show the world that Peru is much more than just Machu Picchu. "Even today many Germans think that Lima is in the Andes. On the other hand very few people associate Peru with the Amazon. All of this could change at ITB 2004",

The opening ceremony of ITB 2004 will bring together more than five thousand invited experts from the tourism sector. There will also be around ten thousand exhibitors from 181 countries (78% of

area in the Culture and Tourism Hall (10.2).

These special presentations by Peru as a destination for tourists begin with a show which forms part of the opening ceremony of ITB 2004, presided over by the First Lady Eliane Karp de Toledo, Germany's Minister of Labour and the Economy Wolfgang Clement and the Governor of Berlin Klaus Wowereit. As a result Peru will be at the heart of the event and attract the attention of the world.



Alemania es el indiscutible líder mundial en la organización de ferias internacionales. 145 eventos de este tipo, todos con un alto grado de especialización, se realizan cada año en este país. Según las estadísticas, cinco de los diez organizadores feriales con mayor facturación en el mundo son alemanes.

Las ferias alimentarias que cuentan con la mayor participación de expositores peruanos son: *Anuga*, feria bienal que se realiza en octubre en Colonia; *Fruit Logística*, feria anual de productos agrícolas frescos que se organiza en febrero en Berlín; y la cumbre anual de la confitería *ISM*, que se efectúa entre enero y febrero en Colonia.

En el sector artesanías y artículos de regalo, las empresas peruanas participan principalmente en tres ferias internacionales: *Ambiente*, que se realiza en febrero, en Frankfurt; *Tendence*, a fines de agosto en Frankfurt; y en noviembre, *Import Shop*, en Berlín.

Además, la Feria Internacional de Turismo, ITB, en Berlín es tradicionalmente el evento cumbre para las empresas del sector.

Las cuatro ferias internacionales que atraen a la mayor cantidad de visitantes profesionales del Perú son: *K*, del plástico y del caucho, que se realiza cada tres años entre octubre y noviembre; *Drupa*, sobre la industria gráfica y se organiza cada cuatro años; *Interpack*, la de envase y embalaje, cada tres años. Las tres se organizan en Dusseldorf, mientras que *Automechanika*, dedicada a autopartes y repuestos para automóviles se exhibe cada dos años en Frankfurt.

Germany is the indisputable world leader in the organisation of international exhibitions. 145 events of this type, all very highly specialised, take place each year in this country. Statistics reveal that five out of the ten most lucrative trade fairs in the world are German.

The food fairs with the highest number of Peruvian participants are: *Anuga*, a biennial fair held in October in Cologne; *Fruit Logistics*, an annual fair for fresh agricultural produce held in February in Berlin; and the annual con-



*Cinco de los diez organizadores feriales con mayor facturación del mundo son alemanes.
Five out of the ten most lucrative trade fairs in the world are German.*

Líder en ferias

Leader in exhibitions

Alemania organiza 145 eventos internacionales cada año

Germany organises 145 international events each year

fectionery fair *ISM* between January and February in Cologne.

In the gifts and handicrafts sector, Peruvian companies participate principally in three international fairs: *Ambiente*, held in February in Frankfurt; *Tendence*, at the end of August, also in Frankfurt; and in November, *Import Shop* in Berlin.

In addition, the International Tourism Fair, *ITB*, in Berlin is traditionally the top event for businesses in this sector.

The four international fairs that attract the largest number of professional visitors from Peru are: *K*, plastic and rubber, which takes place every three years between October and November; *Drupa*, for the printing industry, held every four years; *Interpak*, containers and packing, every three years. All three take place in Dusseldorf, whilst *Automechanika*, dedicated to auto parts and vehicle spares is held every two years in Frankfurt.



*la Rosa
Náutica*
RESTAURANT

LIMA - PERÚ



La Rosa Náutica

mágica tierra, mágico sabor / magical land, magical flavor

Una cava sobre el mar, para el maridaje perfecto con nuestra excelente cocina peruana.

Aventúrese en esta apasionante travesía por nuestra bodega de diferentes viñedos del mundo, donde conservamos más de 1,200 botellas, especialmente seleccionadas, para disfrutar momentos tan exquisitos como inolvidables.

A wine cellar by the sea providing a perfect accompaniment for our excellent Peruvian cuisine.

Come on an adventure, a voyage through our cellar, stocked with the finest produce from leading vineyards around the world, where we keep over 1,200 bottles of fine wines, especially selected to enjoy unique and unforgettable moments.



Espigón 4, Circuito de playas,
Miraflores, Lima - Perú

Reservaciones / Reservations:
(511) 445-0149 / (511) 447-5450

www.larosanautica.com
reservas@larosanautica.com



*Puerta de Brandeburgo, símbolo de Berlín.
The Brandenburg Gate, symbol of Berlin.*

Entre el pasado y el futuro

Between the past and the future

Berlín es la ciudad más turística de los estados federales alemanes

Berlin attracts more tourists than any other city in the Federal Republic of Germany

No sólo es la capital de la Alemania unificada sino, además, Berlín es el símbolo de la perseverancia y la valentía de una nación que tras 28 años de separación logró unir su destino. Hoy es el más turístico de los estados federales alemanes.

Cada año, más de seis millones de personas visitan durante más de una semana esta metrópoli y cerca de 60 millones de turistas y siete millones de hombres de negocios se quedan en la ciudad por un día.

En efecto, Berlín es la tercera ciudad eu-

ropea más visitada después de París y Roma. El mundo de la política y su variada cultura, gran oferta de ocio y eventos de todo tipo atraen a turistas y hombres de negocios, quienes disponen de 550 hoteles, y siete mil bares y restaurantes. En lo cultural, ofrece 170 museos, 150 teatros, sus dos óperas, y la Orquesta Filarmónica de Berlín. Asimismo, tres universidades, cuatro escuelas de Bellas Artes y 250 centros de investigación extrauniversitarios.

Además, presenta diversos entretenimientos para cada tipo de turista. En fe-

brero, el Festival Internacional de Cine; entre mayo y junio, el Carnaval de las Culturas; y en julio, el megaevento *Loveparade*.

Los palacios de Berlín son el ejemplo más bello de la arquitectura prusiana (barroca y clasicista). Igualmente, la Puerta de Brandeburgo es el símbolo de Berlín. También destaca San Nicolás, el edificio sacro más antiguo de la ciudad. Además, la estación de Hamburgo exhibe obras de arte contemporáneo. Finalmente, el turista puede recorrer el mundo subterráneo de Berlín, con sus dos instalaciones de refugios y la estación de metro Gesundbrunnen.

Not only is it the capital of a unified Germany, Berlin is also a symbol of the perseverance and valour of a nation, united after 28 years of separation. Today it is the premier tourist destination of the Federal Republic of Germany.

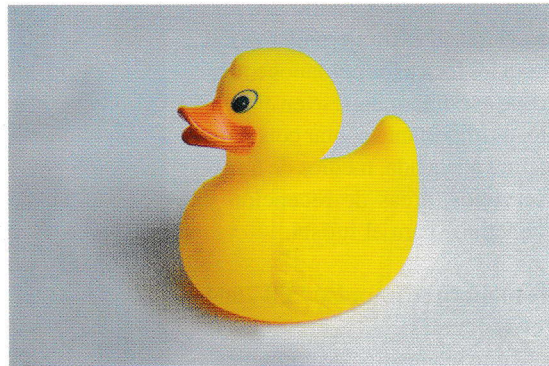
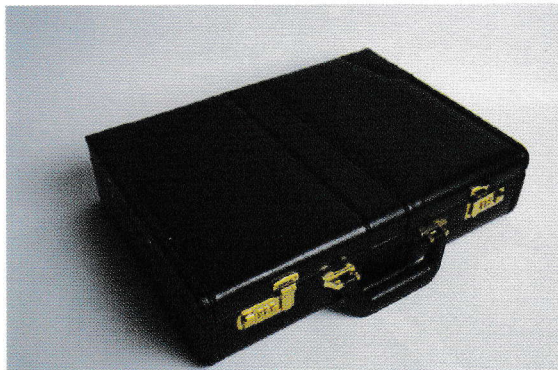
Each year, more than six million tourists spend more than a week in this city and around 60 million visitors and seven million businessmen spend a day in the city. In effect, Berlin is the third most visited European city after Paris and Rome. The world of politics and its varied culture, opportunities for recreation and events of all types attract tourists and businessmen, who have 550 hotels and seven thousand bars and restaurants to chose from.

As far as culture is concerned, there are 170 museums 150 theatres, two opera houses and the Berlin Philharmonic Orchestra. There are also three universities, four schools of fine art and 250 postgraduate research institutes.

Entertainment for all types of visitor is also on offer. In February, the International Festival of Cinema; between May and June, the carnival of culture; and in July, the mega-event Loveparade.

Berlin's palaces are the finest examples of Prussian architecture (baroque and classical). And, of course, the Brandenburg Gate is the symbol of the city. Saint Nicholas is the oldest church in Berlin. Hamburg station exhibits contemporary works of art. Finally, tourists can visit the underground world of Berlin with its shelters and the Gesundbrunnen metro station.

¿ NEGOCIOS O PLACER ?



Cualquiera que sea el motivo de su viaje,
le ofrecemos más de cinco razones para
ser nuestro huésped.



- Junior Suites • Suite Presidencial • Room Service 24 horas • Servicio Real
- Centro de Negocios • Exclusivo Bar • Restaurant Internacional • Coffee Shop

 **Hotel Meliá Lima**

 **Sol Meliá**
HOTELS & RESORTS

TODO ES POSIBLE

Av. Salaverry 2599, esquina Av. Faustino S. Carrión
Tel.: (511) 411-9000 Fax.: (511) 441-9400
e-mail: melia.lima@solmelia.com



¿Qué beneficios puede recibir el Perú con su participación en ITB 2004?

Una feria como ITB 2004 puede multiplicar la cifra promedio de 30 mil turistas alemanes que visitan anualmente el Perú. Alemania es considerado como el país que más invierte en turismo internacional. Así, de los 80 millones de alemanes que gastan 80 mil millones de dólares al año en turismo, de 30 a 40 millones de personas viajan al extranjero una vez al año. Ahora les toca a los peruanos trabajar para que ese dinero ingrese en el país. Para ello, es importante contar con la infraestructura adecuada, medios de transporte, servicios, áreas de recepción y costos atractivos para el turista.

¿De qué manera se impulsó ITB 2004 en el Perú?

Se trabajó con los medios de comunicación, las organizaciones involucradas y la Cámara Peruano-Alemana, que se encargó de capacitar a los participantes de la feria internacional para que aprovechen la experiencia y cuenten con la información necesaria.

Es necesario precisar que el comercio exterior latinoamericano apenas representa cerca del 3% del comercio exterior de Alemania. De ello, el 1% lo constituye México, 1% Brasil, 0.6% Argentina, y el 0.4% se dividen entre los países que quedan. Por eso, el esfuerzo debe ser del lado peruano. Es necesario que se dé un salto triple mundial al mercado. Un punto de partida es ITB de Berlín, así como otras ferias internacionales que se realizan durante el año.

¿Cuáles son las acciones que se deben ejecutar en el país para cambiar esta realidad?

La preparación de expertos en Comercio Exterior con mentalidad alemana debe constituir una de las tareas más importantes del Gobierno peruano. La Cámara Peruano-Alemana formó durante estos años alrededor de 600 profesionales en Comercio Exterior gracias a un sistema teórico-práctico que se brinda en tres idiomas. Aunque se está trabajando bastante en el Perú, gran parte de este esfuerzo debe ser edificado por el pueblo.

¿Qué les falta a los peruanos para



Schmidt afirma que los peruanos que viven en Europa deben promover la cultura peruana. Mr Schmidt says that Peruvians living in Europe should promote Peruvian culture.

En la mirada del mundo

In the eyes of the world

El presidente de la Cámara Peruano-Alemana, Bernd Schmidt, habla sobre las ventajas que obtiene el Perú en la feria ITB 2004 de Berlín

Chairman of the German-Peruvian Chamber of Commerce, Bernd Schmidt talks about the benefits for Peru of the ITB 2004 exhibition in Berlin

conquistar nuevos mercados?

Los peruanos tienen que descubrir cuál

es su mercado europeo. A pesar de que Europa es un mercado más complicado



por sus exigencias e idiomas, no es imposible de penetrar. Hay que recordar que Chile y Costa Rica han triplicado sus exportaciones en menos de tres años.

¿Cómo se puede fomentar el turismo peruano en Europa?

En Alemania y Europa hay cientos de miles de peruanos preparados para fomentar los productos peruanos. Los consulados deberían captarlos para promover la cultura peruana. Ahí se tiene un ejército muy importante para impulsar el turismo. Hay que hacerlo.

¿En qué situación se encuentran las relaciones bilaterales entre Perú y Alemania?

Las relaciones siempre fueron excelentes. Los alemanes y peruanos tienen un intercambio muy fluido. En todas las visitas oficiales que he realizado con los diferentes mandatarios, Alemania siempre les expresó que aprovechen al máximo las oportunidades que les puede ofrecer el país.

What benefits can Peru get from its participation in ITB 2004?

An exhibition such as ITB 2004 can increase the 30,000 German tourists who, on average, visit Peru every year. Germany is considered to be the country that invests most in international tourism. Thus, out of 80 million Germans, who spend 80,000 million dollars a year on tourism, from 30 to 40 million people travel abroad once a year. Now it is Peru's task to bring some of this money into the country. To do so it is important to have adequate infrastructure, means of transport, services, reception areas and attractive prices for tourists.

How is ITB 2004 being promoted in Peru?

We are working with the media, the organisations involved and the German-Peruvian Chamber of Commerce, which is responsible for training the participants in the exhibition so that they can take advantage of the experience and have the necessary information. It should be mentioned that trade with Latin

America only represents around 3% of Germany's foreign trade. Of this Mexico accounts for 1%, Brazil 1%, Argentina 0.6% and the remaining 0.4% is divided among the rest. So it's the Peruvian side that has to make the effort. They have to make a great leap into the market. One starting point is the ITB in Berlin, as well as other international exhibitions being held during the year.

What should be done in the country to change this?

Preparation of foreign trade experts with a German mentality should be one of the Peruvian Government's most important tasks. Over the years the German-Peruvian Chamber has trained around 600 professionals in foreign

Peruvians have to find out about the European market. Even though Europe is a more complicated market because of its demands and its languages, it is not impossible to penetrate. It should be remembered that Chile and Costa Rica have tripled their exports in less than three years.

How can Peruvian tourism be promoted in Europe?

In Germany and Europe there are thousands of Peruvians trained to promote Peruvian products. Consulates should use them to promote Peruvian culture. Over there you have a vital army of tourism promoters. It has to be used.

How are bilateral relations between



ITB 2004 puede multiplicar la cifra de 30 mil turistas alemanes que visitan cada año el Perú. ITB 2004 can increase the 30,000 German tourists who visit Peru every year.

trade thanks to a system of theory and practice taught in three languages. Although a lot of work is being done in Peru, most of the effort has to come from its people.

What to Peruvians need to conquer new markets?

Peru and Germany?

Relations have always been excellent. Interchange between Peruvians and Germans is very fluid. In all official visits by different leaders Germany has always said to them that they should take maximum advantage of the opportunities the country can offer.



Desde hace dos años y medio, el turismo es una política de estado.
For two and a half years tourism has been government policy.



Viceministro de Turismo, Ramiro Salas.
Vice Minister of Tourism, Ramiro Salas.

Puertas abiertas

Open doors

Se espera que en 2004 el turismo receptivo crezca en 12%

The number of foreign tourists arriving in 2004 is expected to rise by 12%

“Para el turismo, este es un año importantísimo porque vamos a empezar a cosechar lo que hemos sembrado en 2003. El repunte que hemos tenido a finales del año anterior, de alrededor del 8%, en 2004 crecerá en por lo menos 12%”, afirma el viceministro de Turismo, Ramiro Salas Bravo.

En ese sentido, manifiesta que ITB 2004, le abrirá las puertas al Perú para que se consolide como destino turístico privilegiado.

“Si se analiza la experiencia de los anteriores anfitriones de ITB, se puede observar que cada uno ha logrado incrementar de manera notable sus llegadas de turistas durante los dos años siguientes al evento”, señala el viceministro. Cita como testimonio de éxito a Cuba, que luego de su participación como país anfitrión en ITB 2002, incrementó en 10% la llegada de turistas, en sólo siete meses. De otro lado, Salas Bravo considera al sector privado como un socio estratégico. “La única manera de lograr un crecimiento sostenido del turismo es traba-

jando juntos y con un mismo objetivo. Los primeros frutos de esta alianza es que estamos creciendo en una coyuntura internacional en la que el sector fue golpeado”.

Según la Organización Mundial de Turismo, el año anterior el sector registró un decrecimiento a nivel internacional. Sin embargo, el Perú creció. “Es el resultado de una política adecuada de desarrollo turístico que nuestro gobierno ha iniciado hace dos años y medio. Por primera vez en la historia del Perú hay un gobierno que asume al turismo como una política de estado”.

“This is a vital year for tourism, because we will start to reap what we have sown in 2003. The recovery at the end of last year of around 8%, will increase in 2004 by at least 12%”, says Vice Minister of tourism Ramiro Salas Bravo.

He says that ITB 2004 will open doors for Peru to consolidate as a privileged

destination for tourists.

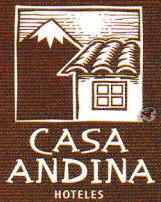
“If we look at the experience of the previous hosts of ITB, we can see that each one has seen a notable increase in visitors arriving in the two subsequent years”, says the Vice Minister. He gave Cuba as an example of this success, after hosting ITB 2002 the number of incoming tourists increased by 10% on only seven months.

Furthermore, Minister Salas Bravo considers the private sector to be a strategic partner. “The only way to achieve sustained growth in tourism is by working together towards the same objective. The first fruit of this alliance is that we are growing under circumstances in which the sector has been struggling”.

According to the World Tourism Organisation, the sector contracted last year internationally. Nevertheless, tourism in Peru grew. “This is the result of a correct policy for the development of tourism that our government started two and a half years ago. For the first time in Peru’s history it has a government which has a policy for tourism”.

Our Mission:

To transmit a new way of living the magic of the Andean world



Our hotels are located in:

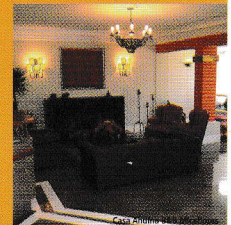
- AREQUIPA
- COLCA
- CUSCO
- LIMA (Miraflores)
- NASCA
- PUNO
- SACRED VALLEY



www.casa-andina.com

INFORMATION & RESERVATIONS

Av. 28 de Julio 1038
Miraflores Lima 18 PERU
T: (51 1) 446 8848
F: (51 1) 445 4775
ventas@casa-andina.com



TARAPOTO

el paraíso existe.

Puerto Palmeras
TARAPOTO RESORT

ctareps@puertopalmeras.com
Bolognesi 125 Of. 1403 Miraflores, Lima 18
Telfs: (511) 242 5550 / 242 5561 / 242 5552
Fax: (511) 444 9663

www.puertopalmeras.com

ANDINO

CLUB HOTEL HUAHAZ - PERU

57 Habitaciones con baño privado y vista a 8 nevados de 6000 m. de altura.
Exclusivo restaurante "CHALET SUISSE".
Sala de banquetes y convenciones.
Agencia de Viajes "TURISMO ANDINO".

Lima: Oficina administrativa, Telefax: 241-5927
Huaraz: Pedro Cochachin 357 • Casilla 24 • Huaraz
Telf.: (51-43) 72-1662 • Fax: (51-43) 72-2830
E-mail: andino@hotelandino.com
Web: www.hotelandino.com



Lima, ciudad de gran gastronomía y sede para realizar eventos.

Lima, a city with great food and a centre for events.

Hasta hace tres años, el Perú no tuvo mayor presencia en los mercados turísticos del mundo. Hoy, como anfitrión de la Feria Internacional de Turismo, ITB 2004, tiene la inmejorable oportunidad de promocionar sus inigualables atractivos y mostrar alternativas para una permanencia prolongada, mejores ofertas turísticas y precios adecuados.

Ventajas y beneficios

Ser anfitrión significa recibir los honores el día de la inauguración. La ceremonia de tres horas y media de duración se transmite a más de 150 países del mundo. Ser anfitrión también es presentar el Perú al mundo durante 45 minutos, con imágenes, espectáculos folclóricos y lo mejor de la gastronomía peruana.

“El ITB 2004 es el punto de partida para una mayor presencia peruana en los mercados turísticos internacionales. Como país anfitrión, estamos en los ojos de miles de millones de personas”, señala Leticia González, gerente general de la Comisión de Promoción del Perú

Protagonista de ITB 2004

Main feature of ITB 2004

El Perú destaca en la feria turística más importante del mundo

Peru stands out at the world's most important tourism exhibition

(PromPerú).

La presencia del Perú en Alemania también se verá reforzada con una gira del Señor de Sipán en Europa. “Con esta muestra de gran magnitud ofrecemos la diversificación de nuestros productos turísticos, demostramos que es posible venir al Perú una segunda vez y, sobre todo, recorrer el circuito nororiental de diez a doce días”.

Inversión de largo aliento

Según González, el turismo es una empresa a largo plazo y su impacto en la economía no es inmediato. Señala que evaluar los resultados de una campaña de las características del ITB tomará entre seis meses y un año. “Después de ITB se está planteando establecer las líneas de trabajo hasta 2020”, afirma.

En Alemania existen 89 mil 500 agencias

de viajes. De ellas, dos mil 500 venden Latinoamérica como destinos turísticos y sólo 35 conocen el producto Perú. "Los demás no pueden explicar qué es el Perú, qué representa su pasado ni saben recomendarnos. Por eso, eventos como ITB reforzará nuestra presencia. Pero la promoción hay que ejecutarla por lo menos durante diez años continuados".

Con ese objetivo, en la feria de Berlín se ofrecerá abundante material impreso, entre ellos un manual de destinos que incluye una ficha técnica en la que se recomienda los lugares a visitar y por dónde realizarlo, teniendo a Lima como punto de partida.

"Eso ayudará a posicionarnos en turismo interno y receptivo. A Lima hay que reposicionarla como ciudad de gran gastronomía y como sede para realizar eventos. Queremos también impulsar Cusco. De otro lado, sabemos que Puno, Ica, Nazca, Arequipa, Colca, Machu Picchu, el valle del Urubamba, Puerto Maldonado y el Manu son destinos fijos. Por eso hemos decidido darle un gran impulso al norte, para que sea una alternativa de un segundo viaje".

Dentro de la economía peruana, la actividad turística es el tercer motor de desarrollo, después de la minería y la pesca. Por ello, PromPerú trabaja con el Mincetur para dar al turismo mayor protagonismo en las negociaciones de un Tratado de Libre Comercio (TLC).

Until three years ago Peru was a minor player in the tourist markets of the world. Today, as host of ITB 2004 it has the opportunity to promote its incomparable attractions and alternatives for long visits, better facilities for tourists and suitable prices.

Advantages and benefits

Being the host means receiving the honours on the opening day. The ceremony, lasting three and a half hours, will be broadcast in more than 150 countries. Being the host also means presenting Peru to the rest of the world for 45 minutes, with images, folklore and the best of Peruvian cuisine.

"ITB 2004 is the starting of a bigger Peruvian presence in international tourism



Leticia González, de PromPerú.
Leticia Gonzalez of PromPeru.

markets. As the host country, we are in the view of thousands of millions of people", says Leticia Gonzalez, general manager of the Commission for the Promotion of Peru (PromPeru).

Peru's presence in Germany will also be strengthened by a tour of Europe by the Lord of Sipan. "This magnificent exhibition shows the diversity of our tourist products, that you can come to Peru more than once and, above all, sample the north eastern circuit of ten to twelve days".

Long term investment

According to Ms Gonzalez, tourism is a long-term business and its impact on the economy is not immediate. She says that evaluating the results of a cam-

De las dos mil 500 agencias de viajes alemanas que venden Latinoamérica como destino turístico, sólo 35 conocen el producto Perú.

Of the 2,500 travel agencies in Germany that sell Latin American as a destination, only 35 know about Peru.



paign like ITB will take between six months and a year. "After ITB we are working on our strategy for as far ahead as 2020",

Germany has 89 500 travel agencies. Of these, 2,500 sell Latin American as a tourist destination and only 35 know Peru. "The others cannot talk about Peru or explain what its past represents, and don't know how to recommend us. Therefore events such as ITB strengthen our presence. But promotion has to last for at least ten years.

With this in mind, the exhibition in Berlin will have abundant printed material, including a manual of destinations which contains details of places to visit and how to do so, with Lima as the starting point.

"This will help to position us in the domestic and international tourist market. Lima has to be promoted as a city with great food and as a centre for events. We also want to promote Cusco. Furthermore, we know that Puno, Ica, Nazca, Arequipa, Colca, Machu Picchu, the Urubamba valley, Puerto Maldonado and Manu are important destinations. That's why we have decided to place such emphasis on the north, making it an alternative for a second visit".

Tourism is the third most important contributor to the Peruvian economy, after mining and fishing. For this reason PromPeru is working with Mincetur to give tourism greater prominence in negotiations on the Free Trade Agreement (FTA).





Existen destinos en el Perú cuya sola mención permite pensar en lo milenario de su cultura, lo atractivo de su naturaleza, la calidez de su gente, la exquisitez de su gastronomía y toda la riqueza turística que conserva. A éstos, la Comisión de Promoción del Perú (PromPerú) los considera destinos turísticos fijos para cualquier visitante extranjero. Entre ellos figuran: Cusco, Arequipa, Puno e Ica.

Cusco, Ciudad Sagrada

Importantísimo destino turístico del mundo. Cusco fue capital del imperio del Tahuantinsuyo. Pero es, además, una ciudad mestiza y colonial, con espléndidos templos y casonas, y con una exquisita gastronomía. Tierra de grandes paisajes, riquísima historia y fascinante geografía.

Atractivos: *Santuario histórico de Machu Picchu:* A 112 kilómetros al noroeste de la ciudad de Cusco, Machu Picchu es una impresionante ciudadela Inca enclavada en una montaña. Otros atractivos son: Sacsayhuamán, Qenko, Pukapukara, Tambomachay y el Camino Inca a Machu Picchu.

Clima: Lluvioso entre noviembre y mar-

zo, con temperaturas promedio de 12° C. Seco entre abril y octubre, con noches frías, días soleados y temperaturas promedio de 9° C.

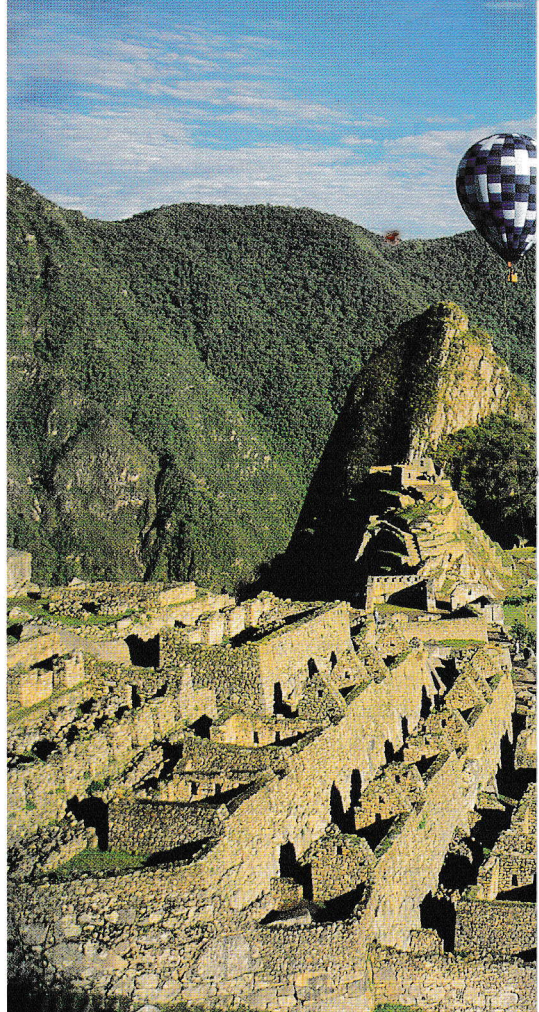
Acceso: Por aire, mediante vuelos comerciales que parten a diario desde Lima, Arequipa o Puno. Por tierra, recorriendo 1,050 kilómetros de carreteras desde Lima ó 450 kilómetros desde Arequipa.

Arequipa, Ciudad Blanca

Situada al sur del Perú, el volcán Misti es su punto de referencia. Se le conoce como la “Ciudad Blanca” porque fue construida con piedra volcánica. Unesco la declaró Patrimonio Cultural de la Humanidad. Esta ciudad de hermosos conventos, templos y casonas coloniales, preserva, además, una gran riqueza gastronómica.

Atractivos: *Volcán Misti:* A 17 kilómetros al noreste de la ciudad de Arequipa, el Misti es la imagen tutelar de la ciudad. Otros atractivos: Convento de Santa Catalina, Valle del Colca, Mirador de Yanahuara, Petroglifos de Toro Muerto, Reserva Nacional de Salinas y Aguada Blanca.

Lago Titicaca (Puno), el más alto del mundo.
Lake Titicaca (Puno), the highest in the world.



Machu Picchu (Cusco) es reconocida internacionalmente como Machu Picchu (Cusco) is internationally famous as an a

Destinos

Incomparable destino

De los diversos atractivos turísticos
Of the numerous tourist attractions in Peru

Clima: Seco, con temperaturas que fluctúan entre los 24° C en el día y los 10° C en las noches. De enero a marzo caen lluvias moderadas.

Acceso: Por aire, vuelos diarios de Lima, Cusco, Tacna y Puno. Por tierra, la carretera Panamericana Sur la conecta con Lima. Además, un ferrocarril une a la ciudad con Puno y Cusco.

Puno, Capital del Folclor



Un tesoro arqueológico.
archaeological treasure.

sin competencia

ations

que posee el Perú, algunos ostentan el título de destinos fijos
u, some deserve the title of unmissable destinations.

Ubicada a orillas del Lago Titicaca, en el sureste peruano, Puno se caracteriza por su folclor y su fervor religioso. La fiesta de la Virgen de la Candelaria incluye misas, banquetes, danzas, concursos y una multitudinaria procesión de fieles.

Atractivos: *Lago Titicaca:* A cinco cuerdas de la Plaza de Armas, este lago es muy importante en la mitología andina. Según la leyenda, de sus aguas emergieron Manco Cápac y Mama Ocllo, funda-

dores del Imperio de los Incas. Otros atractivos: Islas Flotantes de los Uros, Isla Amantan, Isla Taquile, Complejo arqueológico de Sillustani y Baños Termales de Putina.

Clima: Lluvioso entre diciembre y febrero. Seco entre marzo y noviembre. Temperatura promedio en el día: 12°C. Mientras que en las noche la temperatura promedio es de 9°C.

Acceso: Por aire, mediante vuelos co-

merciales que parten a diario desde Lima, Arequipa o Cusco. Por tierra, desde Arequipa y Cusco.



Ica, el Oasis del Desierto

Una antigua tradición vinculada con la agricultura y el desierto envuelve a la ciudad de Ica, que desde el Virreinato se convirtió en un importante centro vitivinícola. Allí se inició la producción del peruánico pisco. Además, Ica fue cuna de las culturas Paracas y Nazca. Precisamente, las Líneas de Nazca la han convertido en destino conocido a nivel mundial.

Atractivos: *Líneas de Nazca:* A 142 kilómetros de Ica. Constan de setenta figuras gigantes y diez mil trazos calados en la tierra, que datan del año 500 d.C. Destacan el mono, el colibrí, el guanay y la araña. Otros atractivos: Reserva Nacional de Paracas, acueducto de Cantalloc y Tambo Colorado.

Clima: Soleado todo el año. De diciembre a marzo, la temperatura llega hasta 30°C mientras que en julio y agosto desciende hasta 8°C en las noches.

Acceso: Por aire, existen servicios aéreos que operan desde Lima. Por tierra,




Líneas de Nazca (Ica) siguen asombrando a los turistas.

The Nazca lines (Ica) continue to astonish visitors.

desde Lima se llega por la carretera Panamericana Sur.

There are places in Peru, the very mention of which makes you think of its ancient culture, its beautiful scenery, the warmth of its people, its exquisite cuisine and all its great potential for tourism. The Commission for the Promotion of Peru (PromPeru)



considers these to be essential destinations for any foreign visitor. They include: Cusco, Arequipa, Puno and Ica.

Cusco, the Sacred City

One of the world's top tourist destinations. Cusco was the capital of the empire of Tahuantinsuyo. But it is also a colonial and mestizo city, with splendid churches and town houses and superb food. A place of sweeping landscape, a rich history and fascinating geography. **Attractions:** The Machu Picchu historic sanctuary: 112 kilometres to the north west of the city of Cusco, Machu Picchu is an impressive Inca citadel built on a mountain. Other attractions are: Sacsayhuaman, Qenko, Pukapukara, Tambomachay and the Inca road to Machu Picchu.

Climate: Rainy between November and March, with an average temperature of 12 °C. Dry between April and October, with cold nights, sunny days and an average temperature of 9 °C.

Access: By air, commercial flights leave from Lima, Arequipa or Puno. By road,

1,050 kilometres from Lima or 450 kilometres from Arequipa.

Arequipa, White City

Located in southern Peru, the volcano Misti dominates the city. It is known as the "white city" because of the widespread use of volcanic stone. It has been declared a World Heritage Site by UNESCO. This city has beautiful convents, churches and colonial town houses, and its cuisine contains a wealth of delicious dishes.

Attractions: Volcano Misti: 17 kilometres to the north east of Arequipa, Misti is emblematic of the city. Other attractions: The convent of Santa Catalina, Colca valley, Mirador de Yanahuara, petroglyphs at Toro Muerto, the Salinas Protected Area and Aguada Blanca.

Climate: Dry with temperatures that fluctuate between 24 °C by day and 10 °C at night. Moderate rainfall from January to March.

Access: By air, daily flights from Lima, Cusco, Tacna and Puno. By road, the Southern Pan American Highway links

the city with Lima. There is also a railway linking it to Puno and Cusco.

Puno, capital of folklore

On the shore of Lake Titicaca, in south eastern Peru, Puno is characterised by its folklore and religious fervour. The Candlemas festivity includes masses, banquets, dancing, competitions and a huge procession of the faithful.

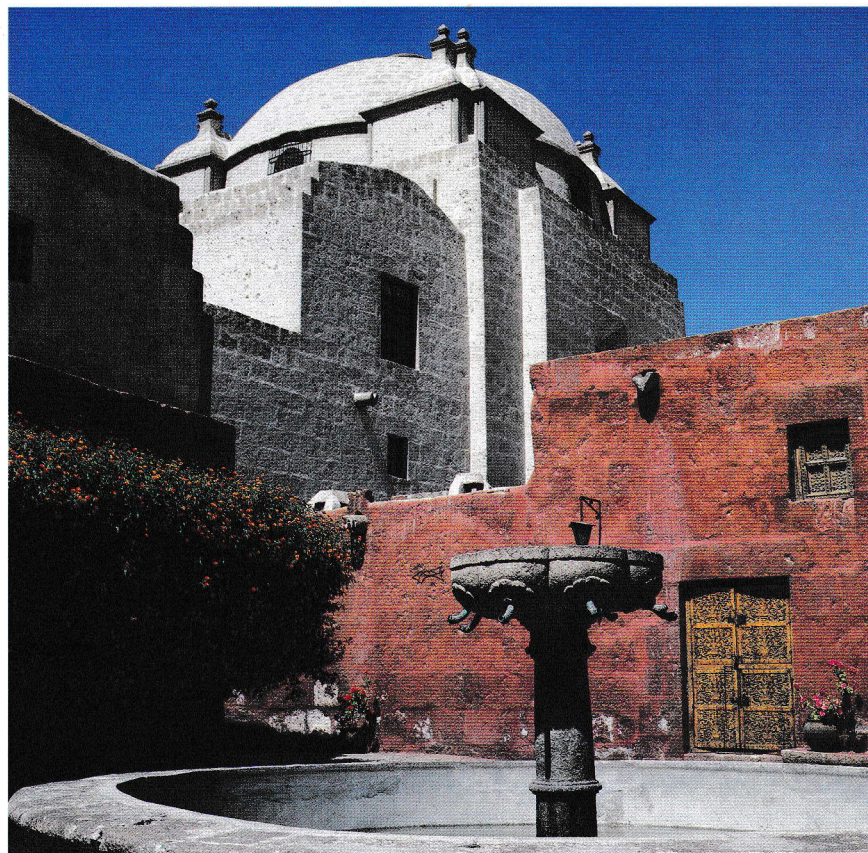
Attractions: Lake Titicaca: Five blocks from the Main Square, this lake occupies a very important place in Andean mythology. According to legend, Manco Capac and Mama Ocllo, the founders of the Inca empire, emerged from its waters. Other attractions: The floating islands of Uros, Amantan island, Taquile island, the Sillustani archaeological complex and the thermal baths at Putina

Climate: Rainy between December and February. Dry between March and November. Average daytime temperature: 12 °C. Whilst at night the average temperature is 9 °C.

Access: By air, commercial flights depart daily from Lima, Arequipa and Cusco. By road, from Arequipa and Cusco.

Convento de Santa Catalina (Arequipa), símbolo de fe.

The convent of Santa Catalina (Arequipa), a symbol of faith.



Ica, oasis in the desert

An ancient tradition linking agriculture and the desert surrounds the city of Ica, which has been an important wine growing centre since vice regal times. Ica is the home of that quintessential Peruvian liquor pisco. In addition, Ica was the home of the Paracas and Nazca cultures. Indeed, the Nazca lines are known throughout the world.

Attractions: The Nazca lines: 142 kilometres from Ica. The lines consist of seventy gigantic figures and ten thousand lines traced on the ground, dating from 500 AD. The monkey, hummingbird, guanay and spider are some of the best known figures. Other attractions: Paracas National Reserve, the Cantalco aqueduct and Tambo Colorado.

Climate: Sunny all year. From December to March the temperature reaches 30 °C whilst in July and August it falls to 8 °C at night.

Access: By air, flights from Lima. By road, from Lima the Southern Pan American Highway runs direct to Ica.



Río Amazonas (Iquitos): el más caudaloso del mundo.
 River Amazon (Iquitos), the biggest in the world.

Nuevas opciones turísticas

More options for tourism

El Perú incrementa la oferta de destinos turísticos en la zona nororiental del país

Peru has more places of interest in the north east of the country

Por primera vez en la historia de ITB, diez regiones del Perú tienen la oportunidad de exponer al mundo sus atractivos turísticos. Otra nove-

dad es que en esta feria internacional se da un gran impulso al nororiente peruano para que sea una alternativa de un segundo viaje.

Cajamarca

Afincada en la región noroeste de los Andes peruanos, Cajamarca invita a disfrutar de un hermoso paisaje andino y de su valiosa arquitectura mestiza. El motor de su desarrollo es el oro, que desde tiempos preincaicos promovió la elaboración de exquisitas piezas de orfebrería.

Atractivos: el Museo de Sitio de Kunturhuasi, a cinco kilómetros de la ciudad de San Pablo, exhibe objetos de oro, piedras semipreciosas, cerámica, restos líticos y restos óseos.

Otros atractivos: Los Baños del Inca, Cuarto del Rescate, Porcón y Ventanillas de Otuzco.

Huaraz

Se ubica en el corazón del Callejón de Huaylas (Áncash). Es el punto de partida a un maravilloso recorrido por tradicionales pueblos andinos, apacibles lagunas, impresionantes nevados e importantes monumentos arqueológicos. Lugar ideal para practicar deportes de aventura.

Atractivos: Parque Nacional Huascarán. Alberga 663 glaciares, 269 lagos y 41 ríos. Hábitat de 799 especies de flora, 12 de aves y diez de mamíferos. Otros atractivos: Baños Termales de Monterrey y restos arqueológicos de Willcahuain.

Lambayeque

Fue sede de culturas precolombinas como Mochica, Lambayeque y Moche cuyos restos cautivan al mundo. Un ejemplo de ello es el Señor de Sipán, gran sacerdote-guerrero moche que vivió en el siglo IV d.C.

Atractivos: Complejo Arqueológico de Huaca Rajada: Cuna del Señor de Sipán. Su ajuar funerario incluía joyas de oro y plata. Otros atractivos: Museo Tumbas Reales del Señor de Sipán, Museo Nacional Sicán y Museo Brüning.

Iquitos

Capital de la Región Loreto. En esta parte de la Amazonía peruana se encuentra uno de los más grandes sistemas hidrográficos del mundo, la Hoya Amazónica, que se inicia en la Cordillera de los Andes (Arequipa), que da formación al Río Amazonas, el más caudaloso del mundo.

Atractivos: *Reserva Nacional Pacaya*





Samiria. Ubicada a 183 kilómetros al suroeste de Iquitos, es la más grande reserva de fauna silvestre del país. Sus incontables lagos, pantanos y aguajales sirven de refugio a 132 especies de mamíferos, 330 de aves, 220 de peces y 150 de reptiles y anfibios.

Trujillo

Ciudad norteña del Perú que conserva sus calles trazadas en el siglo XVI y su rica arquitectura en la que predominan casonas, palacios e iglesias. Es, además, un importante centro económico y cultural.

Atractivos: *Chan Chan.* Ubicada a cinco kilómetros al noroeste de Trujillo, es la más grande ciudad de barro de América prehispánica. Sus muros están decorados con figuras geométricas, zoomórficas y seres mitológicos. Otros atractivos: el Complejo Arqueológico El Brujo y las huacas del Sol y la Luna.

For the first time in the history of the ITB, ten regions of Peru have the opportunity to show their tourist attractions off to the rest of the world. Another novelty is that at this international exhibition great emphasis is being placed on the north east of Peru as an alternative for a second visit.

Cajamarca

Located in Peru's north eastern Andes, Cajamarca invites you to enjoy the beautiful scenery and its fine mestizo architecture. Its development is based on gold, which has been used to make exquisite jewellery since Inca times.

Attractions: Kunturhuasi museum, 5 kilometres from the town of San Pablo, exhibits gold artefacts, semiprecious stones, ceramics, stone carvings and human remains. Other attractions: Baños del Inca, the ransom room, Porcon and the Windows at Otuzco.

Huaraz

Located in the heart of the Callejon de Huaylas (Ancash). This is the starting point for a marvelous visit to traditional Andean villages, peaceful lakes, impressive mountains and important archaeological monuments.

It is an ideal place for adventure sports.

Attractions: Huascarán National Park Includes 663 glaciers, 269 lakes and 41 rivers. It is home to 799 species of flora, 12 of birds and ten species of mammals. Other attractions: Geothermal springs at Monterrey and archaeological remains at Willcahuain.

Lambayeque

Was the cradle of pre-Colombian cultures such as the Mochica, Lambayeque and Moche, whose remains have captivated the world. An example is the Lord of Sipan, a great Moche soldier-priest who lived in the 4th Century AD.

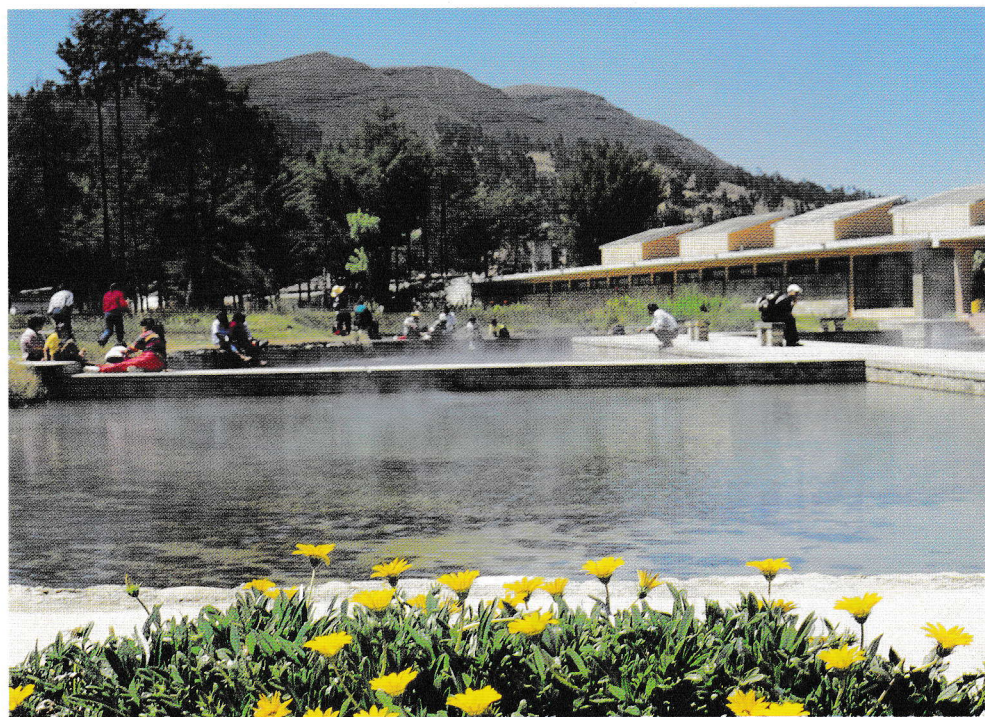
Attractions: Huaca Rajada archaeological complex: Home of the Lord of Sipan. His funeral offerings included

Andes (Arequipa), and eventually forms the Amazon, the greatest river in the world.

Attractions: Pacaya Samiria Protected Area: located 183 kilometres south east of Iquitos, it is the largest reserve of woodland fauna in Peru. Its innumerable lakes, swamps and marshes are home to 132 species of mammals, 330 of birds, 220 of fish and 150 species of reptiles and amphibians.

Trujillo

In northern Peru, it maintains its 16th Century street pattern and rich architecture, dominated by palaces, churches and town houses. It is also an important commercial and cultural centre.



Los Baños del Inca (Cajamarca), testimonio de la grandeza Inca.

Baños del Inca (Cajamarca), testimony to the Inca nobility.

gold and silver. Other attractions: Royal Tombs of the Lord of Sipan, Sican Museum and the Bruning Museum.

Iquitos

Capital of Loreto region. This part of the Peruvian Amazon is located in one of the world's greatest river systems, the Amazon Basin; the river rises in the

Attractions: Chan Chan: five kilometres from Trujillo to the north east, it is the largest pre-Hispanic mud-brick city in the Americas. Its walls are decorated with geometric and zoomorphic figures and mythological beings. Other attractions: El Brujo archaeological complex and the El Sol and La Luna burial mounds or huacas.



Más poder.

Envíe sus muestras, prototipos y productos terminados a cualquier parte del mundo con un servicio eficiente de recojo en sus instalaciones hasta la entrega en el destino final. Comuníquese con DHL EXPRESS a nuestra central de servicio al cliente: 517-2500 ó 614-2500



ZOFRATACNA

ZONA FRANCA DE TACNA - PERU

**SOCIO ESTRATÉGICO
PARA LAS
EXPORTACIONES**



Carretera Panamericana Sur
Km. 1303. Tacna. Perú
Teléfono: (51-52) 847090
Anexo 2006
Fax: (51-52) 847150
promocion@zofratacna.com.pe

Calle Libertad 114. Oficina 2-C
Miraflores. Lima. Perú.
Teléfono: (51-1) 242-1493
Telefax (51-1) 447-8745



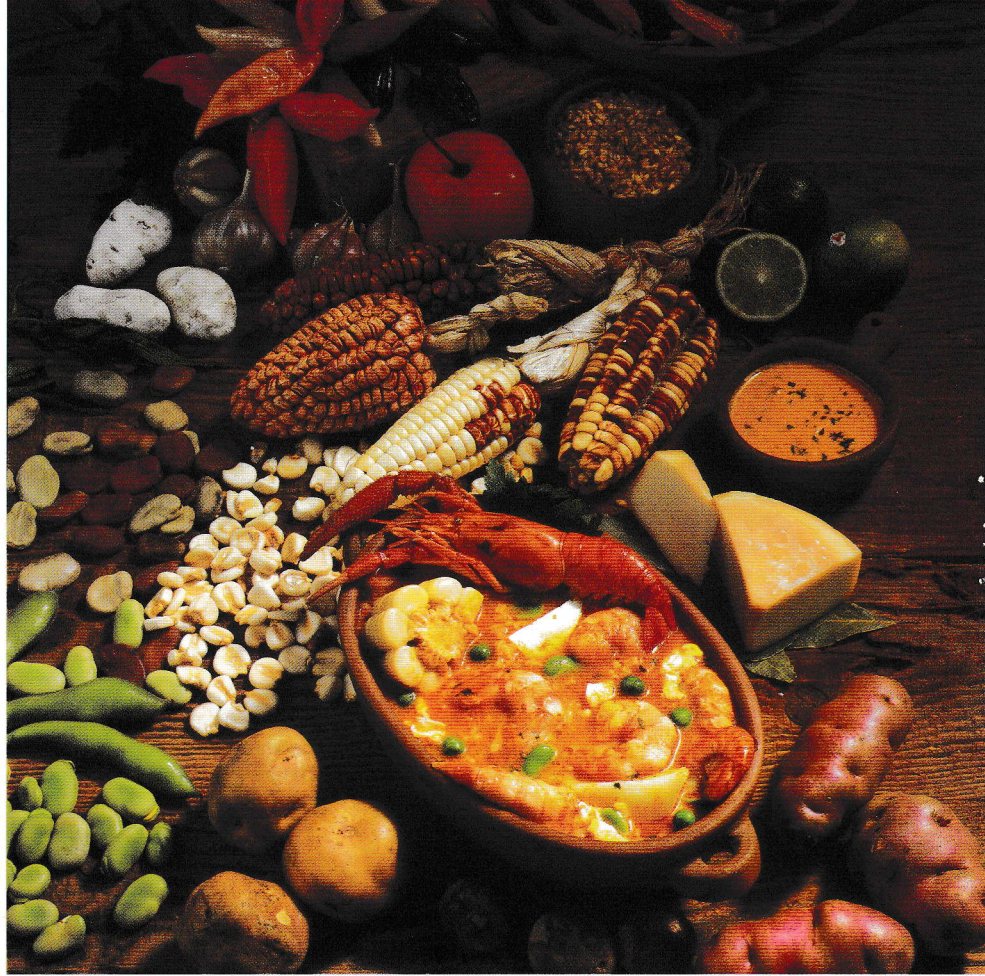
Los ciudadanos del mundo que gustan del buen comer y de los sabores variados y novedosos están de fiesta. En esta ocasión, la exquisita comida peruana tiene la oportunidad de lucirse en la mesa internacional mediante ITB 2004. Basta mencionar que en la torre del recinto ferial se exhibirá a diario un plato peruano diferente.

Los miles de asistentes a la feria mundial de turismo serán atendidos por cinco chefs peruanos, que llegaron con una semana de anticipación a Berlín. El objetivo es freír, hervir, hornear, macerar, dorar, o encurtir la infinidad de productos que se encuentran en el país.

El 12 de marzo, al terminar el espectáculo inaugural, el ambiente recibe los agradables sabores de la comida peruana. En el restaurante de la parte posterior del podio los asistentes son atendidos por decenas de mozos con el peruánísimo Pisco sour. En el delicioso buffet peruano para los cinco mil asistentes figuran, como entradas, Causa con langostinos y Causa vegetariana, Ceviche de mariscos, Choros a la Chalaca, Ocopa en papitas cocktail, Choclo en salsa huancaína. Como plato de fondo se sirven Escabeche de pollo en camote glaseado, Chicharrón de cerdo a la miel de caña, Ají de gallina en hojarascas, Lomo saltado. En postres, se ofrece Merengues de Chirimoya, Imperial de Mango, Tartaletas de Chocolate rellenas de lúcuma, y Mazamorra de maíz morado. Se tratan de especies únicas y variadas. Carnes, pescados, mariscos, hierbas aromáticas y frutas son parte de los secretos de antaño y que hoy continúan respaldando las virtudes de la comida peruana.

Those who enjoy good food, variety and novel flavours can celebrate. Now Peru's exquisite cuisine has a chance to compete on the world stage at ITB 2004. At the tower of the exhibition centre a different Peruvian dish will be available every day.

The thousands of visitors to the world tourism exhibition will be served by five Peruvian chefs, who arrived in Berlin a week beforehand. Their aim is to fry, boil, roast, macerate, brown or pickle the infinity of products to be found in Peru. On the 12th of March, at the end of the



*Platos peruanos deleitan el paladar del mundo.
Peruvian dishes tempt the palates of the world.*

De buen sabor

Good taste

Gastronomía peruana en busca de liderazgo mundial

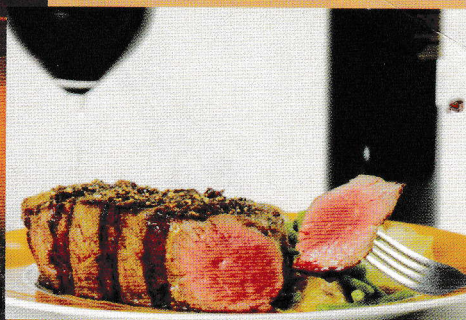
Peruvian cuisine seeks world leadership

opening ceremony, the delectable flavours of Peruvian cooking will be available in the exhibition centre. In the restaurant behind the dais dozens of waiters will provide those present with that quintessentially Peruvian drink pisco sour.

The delicious buffet for the five thousand participants will feature the following starters: causa with prawns and vegetarian causa, shellfish ceviche, mussels a la Chalaca, ocopa en papitas cocktail, Maize in huancaína sauce.

The main course will be chicken escabeche with glazed sweet potato, Pork chicharron in sugar cane syrup, ají de Gallina en hojarascas and lomo saltado. Puddings include chirimoya merengue, mango imperial, chocolate tarts filled with lucuma and mazamorra made from purpose maize.

Unique and varied dishes. Meat, fish, shellfish, aromatic herbs and fruit are some of Peru's ancient secrets and today continue extolling the virtues of Peruvian cuisine.



Descubra La Carreta, un acogedor Restaurante decorado al estilo típico de una casa hacienda costeña en pleno corazón de San Isidro. Ven y disfruta de la calidad y el toque exclusivo de sus carnes y comida típica peruana, acompañados de un delicioso Salad Bar y una selecta carta de vinos.

* Playa de estacionamiento y total seguridad para nuestros clientes.

Av. Rivera Navarrete 740 (antes Las Magnolias) San Isidro
 Telf.: 441-4742 442-2690 • Fax: 442-7581
 E-mail: carretareservas@infonegocio.net.pe
 www.restaurantelacarreta.com



Sobrevuele las líneas de Nazca, además conozca...



LINEAS DE NAZCA



CAJAMARCA



ANDAHUAYLAS

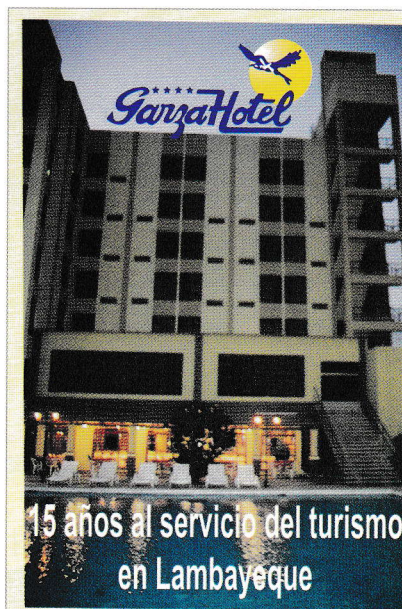


AYACUCHO



VUELOS CHARTER AL MANU

RESERVAS Y DELIVERY: (51-1) 614-6014
 CENTRAL TELEFONICA: (51-1) 614-6000
 www.aerocondor.com.pe



15 años al servicio del turismo en Lambayeque

94 Habitaciones con aire acondicionado, TV cable, caja de seguridad, friobar. Room service las 24 horas. Acceso a Internet. Restaurant, gimnasio, casino, bar, 8 salas de conferencia. Estacionamiento gratuito.

Av. Bolognesi 756. Chiclayo - Perú
 Telfs.: (51-74) 228172 - 238968 - 226098 - 273318
 Fax: (51-74) 228171
 E-mail: garzahotel@infonegocio.net.pe



En 2003, las exportaciones peruanas a Alemania alcanzaron US\$ 254 millones.
In 2003 Peruvian exports to Germany amounted to US\$ 254 million.

Cifras alentadoras

Encouraging figures

Balanza comercial entre Perú y Alemania fue positiva en 2003

Positive trade balance between Peru and Germany in 2003

El intercambio comercial entre Alemania y Perú es de alrededor de US\$ 500 millones anuales. De acuerdo a la Cámara Peruano-Alemana, éste no considera las ayudas financieras que se efectúa de manera indirecta a través de la Unión Europea y el Banco Mundial. Para este año, se prevé que las relaciones comerciales entre ambos países superen los US\$ 1,200 millones.

Entretanto, las exportaciones peruanas a Alemania en 2003 alcanzaron US\$ 254 millones. Aunque existe un gran dinamismo en nuevos productos como los agropecuarios, el Perú vende a este país principalmente harina de pescado, café, cobre y espárragos. La harina de pescado ocupó, con 39%, el primer lugar en la tabla de las exportaciones peruanas hacia Alemania en 2003, según las estadísticas de la Sociedad de Comercio Exterior del Perú, (ComexPerú). El segundo puesto lo obtuvo el café con 23%, seguido por minería con 19%. Otros sectores que mostraron buen desempeño fueron el agropecuario (7%) y textiles (5%). “Las exportaciones podrían incrementarse si los empresarios aprovecharan el sistema de preferencias arancelarias generalizadas, por el cual el 97% de los productos peruanos puede ingresar en Alemania sin el pago de aranceles”, manifiesta Bernd Schmit, presidente de la Cámara Peruano-Alemana.

En el caso de las importaciones, en 2003 Perú compró a Alemania por US\$ 244 millones con lo que, según ComexPerú, la balanza comercial en 2003 fue positiva para el Perú en US\$ 3 millones 894 mil mientras que en 2002 fue de US\$ 19 millones 701 mil. La perspectiva para este año dependerá de la apertura y penetración de nuevos mercados. Según Schmidt, la suscripción de un Tratado de Libre Comercio (TLC) entre el Perú y la Unión Europea puede enrumbar el panorama peruano.

Vitrina exportadora

Alemania es importante para el Perú no sólo como importador sino como escenario promotor de los productos peruanos. Si en la actualidad el pisco

es reconocido como uno de los mejores destilados de uva del mundo es porque el Perú ha participado en ferias importantes como Anuga, especializada en alimentos y bebidas.

En esta oportunidad, en ITB se realiza el sábado 13 el foro económico *Perú: Posibilidades de Negocios e Inversiones en Infraestructura y Turismo*.

Otro de los objetivos es impulsar las

directly through the European Union and World Bank. This year it is expected that trade between the two nations will exceed US\$ 1,200 million.

Meanwhile Peruvian exports to Germany in 2003 amounted to US\$ 254 million. Although there is plenty of movement in new products such as farm produce, Peru's main exports are fishmeal, coffee, copper and asparagus.

Fishmeal came top of the table with 39% of Peruvian exports to Germany in 2003, according to statistics from the Peruvian Export Association, (ComexPeru). Coffee came second with 23%, followed by mining with 19%. Other sectors performing well were agriculture & livestock (7%) and textiles (5%).

"Exports could increase if businessmen make use of generalised tariff preferences system under which 97% of Peruvian products can enter Germany without paying duty" said Bernd Schmidt, chairman of the German-Peruvian Chamber of Commerce.

As far as imports are concerned, in 2003 Peru bought products worth US\$ 244 million from Germany which, according to ComexPeru, gave Peru a positive trade balance of US\$ 3'894,000 whilst in 2002 it was US\$

19,701,000.

The prospects for this year will depend on opening and penetrating new markets. According to Mr Schmidt, the signing of a free trade agreement (FTA) between Peru and the European Union could be very beneficial for Peru.

Export showcase

Germany is important for Peru not only as an importer, but also as a stage for promoting Peruvian products. If today, pisco is recognised as one of the best grapebased liquors in the world it is because Peru has taken part in important exhibitions such as Anuga, which specialises in food and beverages.

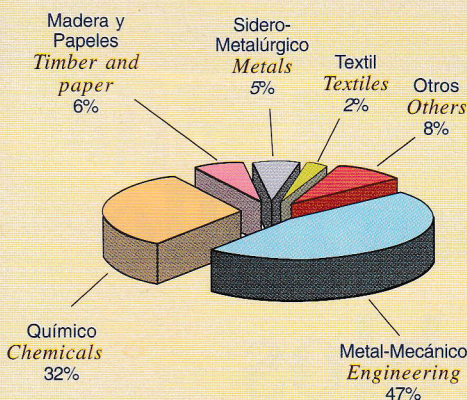
This time at ITB, Saturday the 13th will see an economic forum: Peru: Business, Infrastructure and Tourism Investment Possibilities.

Another aim is to stimulate non-traditional exports, which grew 15.2% in 2003, according to figures from the Export Promotion Commission (Prompex). Sales amounted to US\$ 1'280,000. As far as exports of ornamental fish were concerned, Germany (7%) was the fourth largest buyer after the United States (31%), Hong Kong (12%) and Japan (12%).

Importaciones peruanas de Alemania 2003

Peruvian imports from Germany 2003

Total: US\$FOB 244,095,132.04



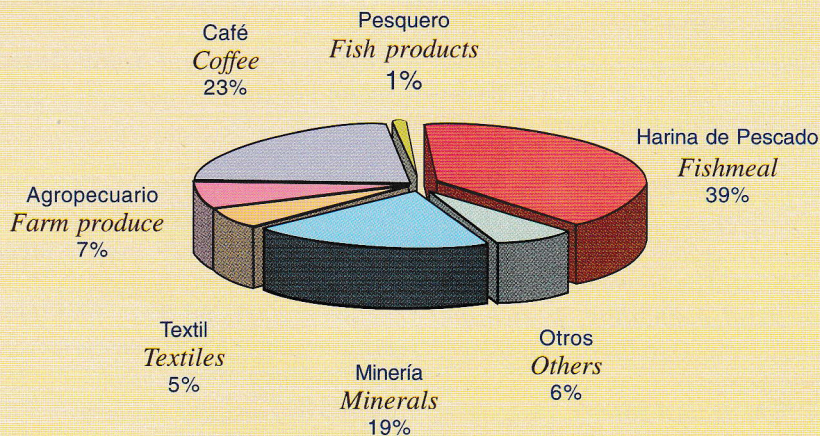
exportaciones que, en el rubro no tradicional, registró un alza de 15.2% en 2003, según cifras de la Comisión para la Promoción de Exportaciones (Prompex). Las ventas alcanzaron un millón 28 mil dólares americanos. En cuanto a peces ornamentales, Alemania (7%) fue el cuarto mejor comprador después de Estados Unidos (31%), Hong Kong (12%) y Japón (12%).

Trade between the two countries is worth US\$ 500 million a year. According to the German-Peruvian Chamber of Commerce, this does not include financial aid provided in-

Exportaciones peruanas hacia Alemania 2003

Peruvian exports to Germany 2003

Total: US\$FOB 254,846,137.81





Desde 1960, en que Alemania empezó con los aportes solidarios para mejorar las condiciones de vida en el Perú, éstos ascienden a la fecha a US\$ 1,700 millones. Es el tercer mayor donante del Perú, después de Estados Unidos y Japón. Entretanto, el Perú es el segundo país receptor de Sudamérica, luego de Brasil.

Christian Olk, primer secretario de la Embajada de la República Federal Alemana, explica que la cooperación alemana se centra en la población rural, situación de pobreza y extrema pobreza, en mujeres y jóvenes, así como grupos étnicos desfavorecidos.

Lucha contra la pobreza

La *Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit* (GTZ), encargada de gestionar la cooperación técnica bilateral, ejecuta en el Perú 29 proyectos que buscan combatir la pobreza.

Entre 2000 y 2001, la suma de los fondos dispuestos por el gobierno alemán para la cooperación técnica con el Perú fue de US\$ 14 millones 900 mil y los beneficiados fueron cinco millones de personas. Asimismo, más de dos millones y medio de peruanos fueron favorecidos por los proyectos que mejoran el agua potable. Las ciudades beneficiadas por la cooperación técnica alemana son Tumbes, Piura, Chiclayo, Jaén, Moyobamba, Tarapoto, Cajamarca, Trujillo, Pucallpa, La Merced, Oxapampa, Lima, Ayacucho, Pisco, Ica, Cusco, Arequipa y Puno.

Since 1960, when Germany began helping to improve living conditions in Peru the country has to date contributed US\$ 1,700 millions. It is the third largest donor after the United States and Japan. And Peru is the second largest aid recipient in South America after Brazil.

Christian Olk, First Secretary at the Embassy of the Federal Republic of Germany explains that German aid is concentrated on the poor and extremely poor rural population, women and young people, as well as disadvantaged ethnic groups.

The fight against poverty

The Deutsche Gesellschaft für Tech-



*El interior del Perú se beneficia con las obras de ayuda internacional.
Peru's interior benefits from international aid.*

Por el desarrollo de los pueblos

For the development of the people

El Perú es el segundo país sudamericano que se beneficia con la cooperación técnica alemana

Peru is the second South American country to benefit from German technical aid

nische Zusammenarbeit (GTZ), is responsible for managing bilateral aid and has carried out 29 projects in Peru aimed at combating poverty.

Between 2000 and 2001, total funds made available by the German Government for aid to Peru amounted to US\$ 14'900,000 and this aid benefited five million people.

Also, more than two and a half million Peruvians benefited from projects to improve the quality of drinking water. The following cities have benefited from German aid: Tumbes, Piura, Chiclayo, Jaen, Moyobamba, Tarapoto, Cajamarca, Trujillo, Pucallpa, La Merced, Oxapampa, Lima, Ayacucho, Pisco, Ica, Cusco, Arequipa and Puno.

Excelencia educativa

Excellence in Education

Febrero de 2002. El Colegio Reina del Mundo es invitado a participar en España en el curso de formación en el Modelo Europeo de Mejora de la Calidad Educativa (EFQM), con los auspicios del Grupo Santillana Internacional y la Confederación Española de Centros de Enseñanza (CECE).
 Noviembre de 2003. La CECE, que agrupa a cinco mil colegios españoles, evalúa la experiencia del Colegio Reina del Mundo y le otorga el Sello Euro-



los proyectos *Optimist* y *Snipe* con el asesoramiento de Fomento de Centros de Enseñanza de España. Actualmente forma parte de la organización suiza de bachillerato internacional, mediante la aplicación del Programa del Diploma.

February 2002. *Reina del Mundo* school has been invited to Spain to participate in EFQM European Model for Improving the Quality of Education, sponsored by Grupo Santillana Internacional and the Spanish Confederation of Teaching Centres (CECE).

November 2003 The CECE, which includes five thousand Spanish schools evaluated the experience of *Reina del Mundo* School and granted it the European Seal of Quality and the Acknowledgement of Excellence in Education and Training. It is also distinguished as a school which applies the EFQM model.

Reina del Mundo is a Catholic school run by the Missionary Sisters of San Vicente de Paul. It is located at Rinconada del Lago in the district of La Molina, province of Lima (Peru) and was founded 34 years ago. Its parent organisation is in Hildesheim, (Germany).

Initial and primary levels apply the *Optimist* and *Snipe* projects with advice from the Spanish Confederation of Teaching Centres. At present it is part of the Swiss International Baccalaureate organisation and applies its Diploma Programme.



Madre Lúcia Verona, Directora.
 Mother Lúcia Verona, Director.

peo de Calidad y el Reconocimiento de la Excelencia en Educación y Formación. Además, se le distingue como centro educativo que aplica el modelo EFQM.

El Colegio Reina del Mundo es un colegio, confesional católico, dirigido por la Congregación de Misioneras de San Vicente de Paúl. Se encuentra ubicado en la urbanización Rinconada del Lago, distrito de La Molina, provincia de Lima (Perú) y fue creada hace 34 años. Su casa matriz está ubicada en Hildesheim (Alemania).

En los niveles inicial y primaria aplica

SUPERB TROPICAL VIRGIN BEACH AND LOTS FOR SALE IN NORTHERN PERU!

3,961 ACRES WITH 49,000 FEET LONG RIGHT IN FRONT OF THE PACIFIC OCEAN FOR HOTELS AND HOMES.

VERKAUF EINZIGARTIGES TROPISCHES UNBERUHRTES STRANDES UND PARZELLEN IM NORDEN VON PERU!

1.600 HEKTAR MIT 15 KILOMETER EIGENER STRANDLINIE DIREKT AM PAZIFIK FÜR HOTELS UND WOHNUNGEN.

ENGLISH: <http://inkas.free.fr/BEACH266.html>
 DEUTSCH: <http://inkas.free.fr/STRAND17.html>

E-Mail: lawyer@terra.com.pe

Disfrute el placer de viajar conozca el Perú y el Mundo con nuestro servicio personalizado

Peru
 Inka Tours S.A.C.

Te abre las puertas a un fascinante mundo lleno de color, historia y aventura.

- ▲ Fantásticos Destinos
- ▲ Circuitos turísticos
- ▲ Viajes para surfistas y fotógrafos
- ▲ Viajes nacionales e internacionales
- ▲ Turismo de aventura, ecoturismo
- ▲ Turismo esotérico
- ▲ Programas de incentivos para empresas

Av. La Molina 1167 C.C. La Rotonda of. 135 • Telf.: 349-0030
 Telefax: 348-6359 • E-mail: peruinkatours@hotmail.com
peruinkatours@infonegocio.net.pe • www.peruinkatours.net

Capitales para el progreso

Capital for progress

Interés de inversionistas alemanes en el Perú va en aumento
German investors' increasing interest in Peru



*Alemanes invierten en Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.
German investment in Jorge Chavez International Airport.*

En los últimos cinco años, las inversiones alemanas en el Perú han crecido de manera significativa a pesar de que en comercio exterior el país sudamericano no se ubica entre los socios preferenciales de Alemania ni están representativo para el mercado europeo por el lento crecimiento de su Producto Bruto Interno (PBI). El año anterior las inversiones fueron de casi US\$ 210 millones, las mismas que se destinaron a los sectores manufactura, industria química, farmacéutica y comercio, así como a la ampliación del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez. Para este año la meta es potenciar el turis-

mo y motivar a los exportadores para que aprovechen las preferencias arancelarias.

Bernd Schmidt, presidente de la Cámara Peruano-Alemana refiere que Alemania tiene interés en invertir en el puerto del Callao pero que ciertos factores, como la falta de apoyo al proceso de privatización, se convierten en obstáculos.

En el segmento de transportes, Alemania ha entregado un "Master Plan", que propone optimizar el servicio de transporte público en Lima Metropolitana. El estudio costó US\$ 250 mil y fue donado a la municipalidad capitalina.

En mayo próximo se otorgará la buena

pro a la compañía encargada de ejecutar este plan. Para ese mes, se tiene previsto la llegada del canciller alemán Gerhard Schröder a tierras peruanas. Los temas de la agenda serían comercio exterior, intercambio comercial e inversiones.

Over the last five years German investment in Peru has increased significantly, despite the fact that Peru is not one of Germany's preferential partners and nor is Germany so representative of the European market because of the slow growth in its gross domestic product (GDP).

Last year, investment amounted to almost US\$ 210 million, distributed between the manufacturing, chemical and pharmaceutical industries and trade, as well as extensions to Jorge Chavez International Airport. The challenge this year is to stimulate tourism and exports to make use of preferential tariffs.

Bernd Schmidt, chairman of the German-Peruvian Chamber of Commerce says that Germany is interested in investing in the port of Callao, but certain factors such as the lack of support for the privatisation process have become obstacles.

In the transport sector Germany has provided a "Master Plan" aimed at optimising public transport in Metropolitan Lima. The study cost US\$ 250,000 and was donated to the capital's council.

Next May, the company chosen to put this plan into practice will be chosen. IN that month the German Chancellor Gerhard Schröder is expected to visit Peru. The items on his agenda will be foreign trade, commercial interchange and investment.

*Hay interés de invertir en el Puerto del Callao.
There is interest in investing in the port of Callao.*





Zofra Tacna, puerta al progreso.
Zofra Tacna, door to the progress.

Oportunidades de inversión

Investment opportunities

ZOFRATACNA es una zona perfectamente delimitada en la que las mercancías que se internan se consideran fuera del territorio aduanero para efectos de los derechos e impuestos de importación, bajo la presunción de extraterritorialidad aduanera gozando de un régimen especial en materia tributaria.

La Zona Franca está ubicada en el sur del Perú a 1300 Km. de Lima, capital de la República, con una población aproximada de 300,000 habitantes. Limita por el norte con Moquegua, por el sur con Chile, por el este con Puno y Bolivia y por el oeste con el Océano Pacífico. Los puertos cercanos son Ilo, a 140 Km; Matarani, a 300 km; el muelle peruano de Arica a 56 Km. y el puerto de Arica a 56 Km.

En ZOFRATACNA se pueden desarrollar una serie de actividades que ofrecen excelentes oportunidades para inversionistas y hombres de negocios: Industria, Agroindustria, Maquila, Distribución de Mercancías, Servicios.

El área total del complejo es de 394.5 hectáreas, con áreas habilitadas para la instalación de industrias de 675 m2 cada una. Su estratégica ubicación permite la interconexión con toda América, facilitando la distribución física de mercancías. La exportación de mercancías nacionales o nacionalizadas hacia ZOFRATACNA otorga los beneficios del régimen aduanero, drawback, reposición de mercancías en franquicia y la devolución del impuesto general a las ventas. La actividad industrial está exonerada

del pago del impuesto a la renta, impuesto general a las ventas, impuesto selectivo al consumo, impuesto de promoción municipal, impuesto extraordinario de solidaridad, así como todo tributo creado o por crearse, excepto las aportaciones a ESSALUD y las tasas, siempre y cuando sus ventas anuales correspondan en no menos del 50% de sus exportaciones de los bienes que produzcan. La actividad de maquila tiene las mismas exoneraciones tributarias establecidas para la actividad industrial. Los esperamos en ZOFRATACNA.

ZOFRATACNA is a well defined in which merchandise is not subject to customs duty and a special tax regime applies. The Duty Free Zone is located in southern Peru 1300 Km. from Lima, capital of the Republic, it has a population of approximately 300,000 inhabitants. It is bordered to the north by Moquegua, to the south by Chile, to the east by Puno and Bolivia and to the west by the Pacific Ocean. The nearest ports are Ilo, 140 Km away; Matarani 300 km away; the Peruvian jetty at Arica 56 km away and the port of Arica itself. In ZOFRATACNA a series of activities can be carried out offering excellent opportunities to investors and businessmen: Manufacturing, agribusiness, assembly, distribution and services.

The complex covers a total area of 394.5 hectares, and it has industrial units of 675 m2 each. Its strategic location enables links with the whole of America, facilitating the physical distribution of merchandise. Exports of Peruvian or imported products to ZOFRATACNA brings the benefits of the customs regime, drawback, replacement of merchandise in franchise and reimbursement of sales tax.

Manufacturing activity is exempt from income tax, sales tax, luxury tax, municipal promotion tax, extraordinary solidarity tax and any existing or future tax, except for ESSALUD contributions provided at least 50% of products are exported. Assembly activity enjoys the same tax exemptions as manufacturing. We are waiting for you at ZOFRATACNA.



El presidente del directorio de LanPerú, Emilio Rodríguez Larraín, destaca la importancia de ITB 2004 porque permite que el Perú se promocioe en su integridad. “Los involucrados en el turismo y la aviación, esperamos que los resultados sean positivos y que genere un mayor flujo turístico al país”.

Manifiesta que en la feria de Berlín, la línea aérea promociona paquetes regionales. “Queremos unir a Argentina, Chile, Ecuador, Venezuela y Colombia con destinos peruanos. Desde el 3 de febrero operamos a diario a Buenos Aires, Quito, Guayaquil, y Caracas. A fines de marzo lo haremos hacia Bogotá y antes del 2 de abril, a México”.

Para cubrir esta demanda, LanPerú arrendó cuatro aviones equipados con la más moderna tecnología computarizada. El monitoreo y el mantenimiento permanentes, además de la modernidad de los aviones, garantizan vuelos sin riesgos.

“La incursión en nuevos mercados nos permitirá transportar este año entre 800 mil y 900 mil pasajeros. En Latinoamérica y Sudamérica esperamos ubicarnos entre las diez líneas aéreas en 2010”, afirma.

En cuanto al mercado nacional, el funcionario asegura que se cuenta con un millón de potenciales pasajeros. “LanPerú tiene el 24% del mercado nacional y espera incrementar a 36%. En 1999, cuando iniciamos las operaciones, teníamos apenas el 9%. Pero en ciudades en que operamos como Cusco, Arequipa, Madre de Dios y Puno, tenemos el 44% de participación del mercado”.

Crecimiento de peso

De otro lado, Gonzalo Echeverría de Peña, gerente general de carga de LanChile Cargo del Perú afirma que de mantenerse la tendencia creciente de las exportaciones peruanas, este año su empresa transportará unos 115 millones de kilos. Agrega que de 85 millones de kilos transportados en 2002, el año anterior se incrementó a 105 millones de kilos.

Entre los productos peruanos con ma-



Emilio Rodríguez Larraín: LanPerú espera captar el 36% del mercado.

Emilio Rodriguez Larrain: LanPeru hopes to capture 36% of the market.

Apuesta por el despegue

Ready for takeoff

Aerolínea LanPerú ofrece paquetes turísticos regionales que tienen como eje central al Perú

The airline LanPeru is offering regional package tours based on Peru

yor movimiento destacan los espárragos, que representan el 60% del total. Asimismo, figuran fresas, mangos y

melones.

En la actualidad, LanChile Cargo opera hacia Europa tres veces por semana

gracias a un acuerdo con Lufthansa. Desde Perú, la carga se envía a Miami y luego a Frankfurt (Alemania), para su distribución en Europa. En caso de importaciones, se realiza el camino inverso.

A Echeverría le preocupa que en temporadas altas los aviones trasladen a diario desde el Perú 500 toneladas de carga. "Entre setiembre y enero se mueve de 50 a 60% de la carga total del año, pero sólo de ida, porque de vuelta no ocurre lo mismo".

Explica que este desequilibrio se produce porque a diferencia del nivel de importaciones, que se ha mantenido estable en los últimos cinco años (35 millones de kilos anuales, en promedio), las exportaciones cada año crecen cerca de 30%, desde 1998. "Además, las importaciones, que consisten principalmente en telefonía celular o computadoras, no tienen mucho peso en comparación con las materias primas que el Perú exporta".

The chairman of the board of LanPeru, Emilio Rodriguez Larraín, points out the importance of ITB 2004 because it enables Peru to promote everything it can offer. "Those of us involved in tourism and aviation hope that he results will be positive and that more tourists will come to the country".

He said that the airline will be promoting regional packages at the Berlin fair. "We want to link Argentina, Chile, Ecuador, Venezuela and Colombia to Peruvian destinations. Since the 3rd of February we have been flying daily to Buenos Aires, Quito, Guayaquil and Caracas. By the end of March we will be flying to Bogota and before the 2nd of April, Mexico".

To meet this demand LanPeru has leased four aircraft fitted with the latest computerised technology. Permanent monitoring and maintenance, in addition to the modernity of the aircraft guarantees risk-free flights.

"This incursion into new markets will enable us to carry between 800,000 and 900,000 passengers this year. We expect to be among the top ten airlines of South America and Latin American

in general, by 2010", he said. As far as the domestic market is concerned, he said that there are one million potential passengers. "LanPeru has 24% of the domestic market and we hope to increase this to 36%. When we started operating in 1999 we had barely 9%. But in the cities in which we operate, such as Cusco, Arequipa, Madre de Dios and Puno, we have a 44% market share".

Dynamic growth

Furthermore, Gonzalo Echeverría de Peña, general manager - cargo of LanPeru, confirmed that if the growth in Peru's exports was maintained, this year his company would carry some 115 mi-

Strawberries, mangoes and melons are also important.

Today, LanChile Cargo flies to Europe three times a week thanks to an agreement with Lufthansa. From Peru, cargo is taken to Miami and then to Frankfurt (Germany), for distribution in Europe. The route is reversed for imports.

Mr Echeverría is concerned that at busy periods aircraft export 500 tonnes of cargo daily from Peru. "Between September and January 50 to 60% of the year's cargo is shipped, but only exports, return flights are not the same". He explained that this imbalance is caused by the level of imports, which have remained stable over the last five years (35 million kilos a year on average)



La carga estrella de LanChile Cargo son los productos perechibles.

LanChile's main cargoes are perishable products.

lion kilos. He added that the 85 million kilos carried in 2002 increased to 105 million kilos last year.

Among the most important Peruvian products exported are asparagus, which accounts for 60% of the total.

while exports have been growing by around 30% each year since 1998. "In addition, imports, which consist principally of mobile telephones or computers do not weigh much compared to the raw materials Peru exports".

Ferias en Alemania

Exhibitions in Germany

Importantes eventos internacionales se programan de julio a setiembre próximo

Important international events taking place between July and September

*** CPD Woman Man**

Feria Internacional de Moda para Damas y Caballeros. Colección Primavera-Verano.

Lugar: Düsseldorf

Fecha: Del 30 de julio al 1 de agosto

*** Tendence Lifestyle**

Feria Internacional de Artículos Decorativos y de Consumo para el Hogar

Lugar: Frankfurt

Fecha: Del 27 al 31 de agosto

*** Automechanika**

Feria Internacional de Partes, Piezas y Accesorios para Automóviles y Equipamiento de Talleres.

Lugar: Frankfurt

Fecha: Del 14 al 19 de setiembre

*** GDS**

Feria Internacional del Calzado. Colección Primavera-Verano.

Lugar: Düsseldorf

Fecha: Del 16 al 19 de setiembre

*** Kind + Jugend**

Feria Internacional de la Moda para Niños y Jóvenes.

Lugar: Colonia

Fecha: Del 17 al 19 de setiembre

*** InnoTrans**

Feria Internacional de Tecnología de Tráfico - Componentes - Vehículos - Sistemas Innovativos.

Lugar: Berlín

Fecha: Del 21 al 24 de setiembre

*** InterMopro**

Feria Internacional de Productos Lácteos e Instalaciones para Tiendas.

Lugar: Düsseldorf

Fecha: Del 26 al 29 setiembre

*** InterCool**

Feria Internacional de Alimentos Congelados, Helados y Técnica Frigorífica.

Lugar: Düsseldorf

Fecha: Del 26 al 29 setiembre

*** InterMeat**

Feria Internacional de Carnes y Embutidos.

Lugar: Düsseldorf

Fecha: Del 26 al 29 de setiembre

*** Photokina**

Feria Mundial de la Imagen y Fotografía

Lugar: Colonia

Fecha: Del 28 de setiembre al 3 octubre

La Cámara de Comercio e Industria Peruano-Alemana es representante oficial en el Perú de la principales sociedades feriales en Alemania y ofrece una amplia gama de servicios para empresas interesadas en participar en ferias, ya sea como expositores o como visitantes.

Para mayores informes, contactar al Area de ferias al Teléfono: (01) 441-8616, fax: (01) 442-6014, E-mail: ferias@camara-alemana.org.pe o visite: www.camara-alemana.org.pe

*** CPD Woman Man**

International exhibition of fashion for men and women. Spring-Summer collection.

Place: Düsseldorf

Date: From the 30th of July to the 1st of August.

*** Tendence Lifestyle**

International home decorating fair

Place: Frankfurt

Date: From the 27th to the 31st of August

*** Automechanika**

International auto parts, accessories and workshop equipment fair.

Place: Frankfurt

Date: 14th to the 19th of September;

*** GDS**

International footwear fair, Spring-Summer collection

Place: Düsseldorf

Date: 6th to the 19th of September

*** Kind + Jugend**

International exhibition of fashion for

children and young people.

Place: Cologne

Date: 17th to the 19th of September

*** InnoTrans**

International traffic technology - components - vehicles - innovative systems fair

Place: Berlin

Date: 21st to the 24th of September

*** InterMopro**

International dairy products and shop fitting fair

Place: Dusseldorf

Date: 26th to the 29th of September;

*** InterCool**

International chilled and frozen food and freezing techniques fair

Place: Dusseldorf

Date: 26th to the 29th of September;

*** InterMeat**

International meat and cooked meats fair

Place: Dusseldorf

Date: 26th to the 29th of September

*** Photokina**

World image and photography fair

Place: Cologne

Date: From the 28th of September to the 3rd of October

The German-Peruvian Chamber of Commerce is the official representative in Peru of Germany's main fair and event holders and offers a wide range of services to companies interested in participating in exhibitions, whether as exhibitors or visitors. For further information call it the exhibitions office at tel. (01) 441-8616, fax: (01) 442-6014, e-mail: ferias@camara-alemana.org.pe or visit: www.camara-alemana.org.pe



Seleccione

lo mejor en Lima.



Sheraton Lima Hotel & Casino

Ubicado a 15 minutos del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, al ingreso del Centro Histórico de Lima.

El lugar ideal para disfrutar del encanto de ésta ciudad.

Sheraton Lima Hotel & Casino pone a su disposición todo lo necesario tanto en tecnología como en confort.

Ofreciendo además las mejores instalaciones y el servicio personalizado distintivo de Sheraton en todo el mundo.

Consultas y reservas: 315-5022 / 315-5023

reservas@sheraton.com.pe

Visite Sheraton.com.pe



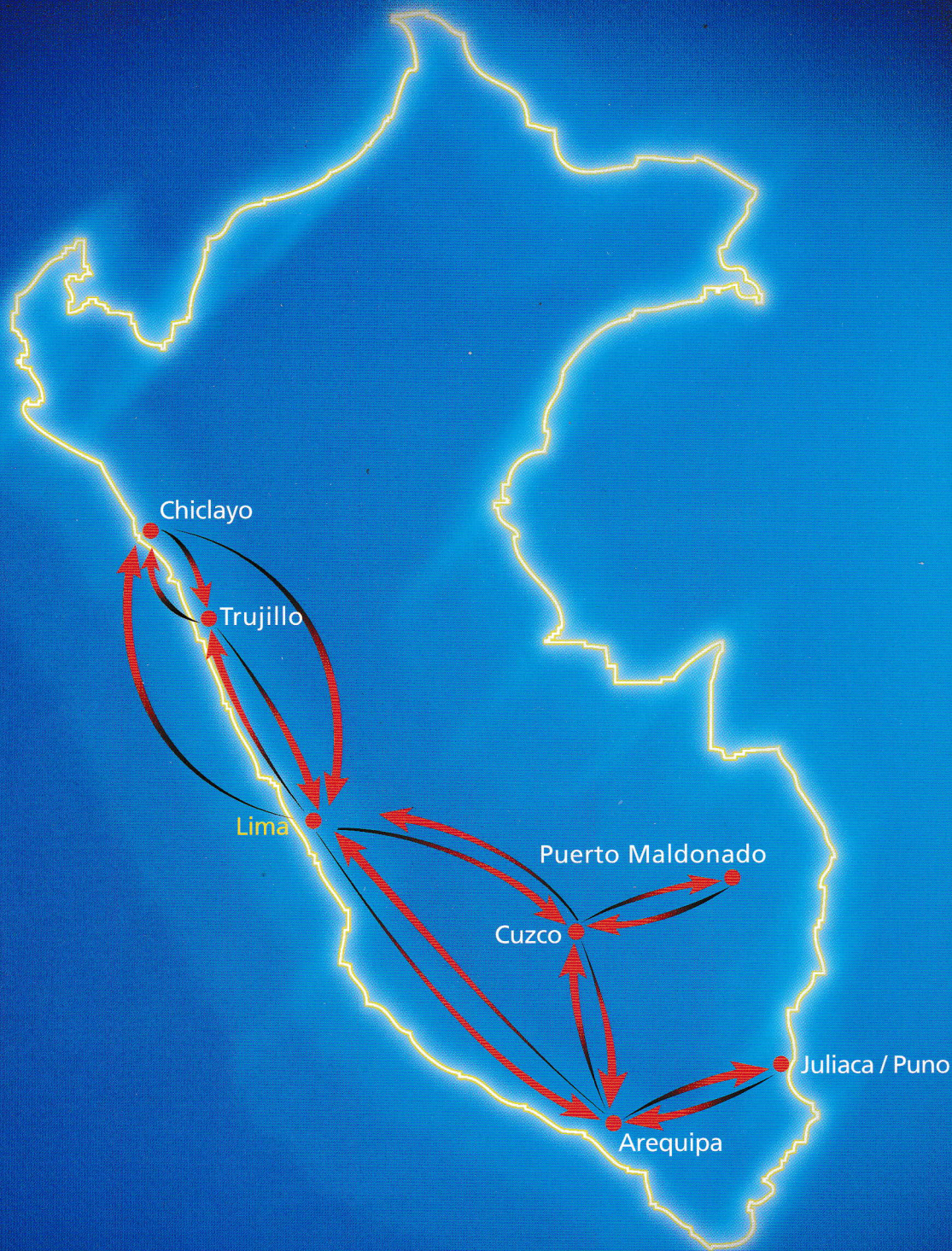
Sheraton Lima

HOTEL & CASINO

Compruébelo



STARWOOD PREFERRED GUEST



Discovering Peru's Magical destinations with Peru's most modern fleet

LanPeru is the only Peruvian Airline whose quality standards are recognised by wellknown airlines such as those members of Oneworld Alliance.

LANPERU[®]



Call your travel agency or contact us at: Germany (49-69) 29800133, Peru (51-1) 2138200, USA (1-305) 6709999