

Rubén Berrocal: «Difundimos la artesanía en el país y el mundo»

El interés por la artesanía peruana y su difusión a nivel nacional y mundial han sido una de las principales metas de Rubén Berrocal Moscoso, fundador y gerente general de la empresa R. Berrocal S.A.C., con más de 40 años exportando artesanía decorativa.

“Mi admiración por la cultura peruana y la artesanía se inició en mi etapa escolar cuando estudié en el colegio nacional Bartolomé Herrera, donde fui testigo de la inmigración de familias artesanas a Lima, cuyos productos se ofrecían en la Avenida La Marina”, manifiesta Berrocal.

Precisamente, de ese permanente contacto con piezas únicas artesanales, **Rubén Berrocal decidió fundar en los 70 la empresa Artesanías en Cuero E.I.R.L.**

Posteriormente, **en los años 80 logra incursionar en la exportación**, a través de ferias de venta al público, y en 1990 participa por primera vez en la feria de Ambiente de Frankfurt, donde asistieron más de 4.000 expositores, provenientes de más de 90 países.

En el 2006 **logra su primera exportación a gran escala con 120.000 floreros de cerámicas de chulucanas** a una empresa americana. “Exportar nos abrió muchas oportunidades, siendo

nuestros clientes las cadenas de tiendas y distribuidores.

Actualmente exportamos a 15 destinos y nuestros principales mercados son los Emiratos Árabes Unidos, Estados Unidos y Turquía”, sostiene.

Marcas

La empresa cuenta con dos marcas: Kuska y Piska. La primera ofrece productos artesanales mediante el comercio electrónico transfronterizo. En tanto, Piska busca difundir la cultura peruana en el país mediante proyectos locales relacionados con la industria de los regalos corporativos y de hospitalidad.

Justamente con la marca Piska, **R. Berrocal S.A.C., logra en el 2020 un contrato de licenciamiento con el club deportivo Alianza Lima**, a fin de producir artículos artesanales con motivos blanquiazules para el mercado local y la exportación.

“No solo llevamos el nombre del Perú a todo el mundo, sino también difundimos la artesanía peruana en nuestro propio país”, precisa.

Por ello, **esperan a futuro concretar más licenciamientos con otros clubes deportivos** y con la Federación Peruana de Fútbol. Igualmente, proyectan desarrollar nuevas líneas de producto para la exportación y consolidarse en el mercado asiático, en economías como India, China y Singapur.