

# Los nuevos sabores del éxito, según Pacari



Hacer **chocolates** de alta gama **por y para el mundo**, a través de rescatar los sabores más frescos, es la ideología de una de las **empresas del ramo del Chocolate del mundo**, como lo es **Pacari**.

*“Somos una empresa que nace de un sueño. Un sueño que busca generar un impacto positivo en el mundo, cambiando su historia a través del chocolate”* comentó **Santiago Peralta**, fundador y gerente general de la marca que se dedica al chocolate **orgánico**.

Por su parte, el **Tecnológico de Monterrey**, siempre se ha caracterizado por sus **altos estándares de educación** que se logran gracias a las **múltiples oportunidades de internacionalización**.

Fue gracias a una charla dentro de la materia “Técnicas de negociación y comercialización”, que los alumnos de **campus Puebla** conocieron al creador de este chocolate internacional, orgullosamente latinoamericano.

A la interrogante de muchos empresarios que recién comienzan un negocio de **¿cómo es que se logra el éxito internacional con un proyecto pensado localmente?**, **Santiago** respondió con el ejemplo de **3 simples puntos**.



width="900" loading="lazy">

## 1. Rescate de los sabores ancestrales

La de **Santiago Peralta** es una empresa **ecuatoriana de chocolate** que genera **un impacto positivo en el mundo**. Desde **2002**, con sus revoluciones en el chocolate orgánico y natural, ha logrado reconocimiento mundial como una de los **mejores**.

*“La gente está buscando experiencias nuevas, y les damos eso con los sabores de Latinoamérica”* explica Santiago, dándonos la pauta del **primer paso hacia el éxito: el regreso a las raíces**.

Lo que para un **latinoamericano** puede ser visto como algo cotidiano, según Santiago, para el resto del mundo puede llegar a **ser una revolución**, así que, en los ojos de todo empresario, **“lo más mundano de la vida podría ser lo que nos hace destacar entre la multitud”**.

*“Ecuador siempre ha sido mundialmente reconocido como un proveedor de cacao a nivel mundial, ¿por qué no también hacer una marca con calidad y un giro fresco?”* cuestionó **Santiago** al compartir los **inicios de su marca**.



width="900" loading="lazy">

## 2. Innovación en todos los terrenos

*“El **segundo punto** radica entonces, en **siempre buscar el poder dar más de lo que ya hemos logrado**, y de igual forma siempre estar al pendiente de lo que el mundo necesita y como podemos, con nuestras habilidades, resolverlo”.*

Además de fabricar esta delicia, esta empresa es su **propio distribuidor de cacao**. Cuenta con más de **57 sabores que rescatan culturas** por medio de los sabores y es el **importador oficial de 3 países latinoamericanos** que, de igual forma, tienen sus marcas de chocolate. *“Nos hace ver que **para ser reconocidos también tenemos que ayudar**”.*



width="900" loading="lazy">

### 3. Consolidar una cultura de trabajo equipo

**El tercer punto clave está** relacionado con obtener **el éxito internacional**, y es la **sana relación de jefe y trabajadores**.

Peralta, ha visto siempre a su marca como un gran equipo, **donde todos son igual de importantes**. *“No puedo vender la calidad de mi producto sin recompensar a todos los que la hicieron posible”*, responde **Santiago** a la pregunta de lo que él considera **parte esencial de su empresa**.

**El éxito de cualquier empresa reside en la visión que tiene el dueño sobre ella; Santiago Peralta**, ha sido galardonado múltiples veces al dar una pauta sobre lo **sustentable, orgánico y de alta calidad** en la comida, sin dejar de pensar en el **elemento más importante** para cualquier empresa: **los consumidores**.

*“El chocolate es una comida universal, una de las más queridas en el mundo. Nuestra filosofía es llegar a ser una empresa sin fronteras, para que todos conozcan el mejor chocolate hecho para el mundo”* finalizó **Peralta**.