



LOCAL

FN CRISIS

## **EN CRISIS**

### Sector Calzado espera salvavidas.

2



**COM. & EMPRESA**

## **REDES SOCIALES**

## Dilemas por resolver en las organizaciones.

11



## ENTREVISTA

FERNANDO ZAPATER

Gerente general de la  
compañía internacional Hibù.

6-7

# Emprendedores ►

SUPLEMENTO SEMANAL DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS  
DEL DIARIO **La Industria**. N.º 239 26/11/13.



**El desarrollo de los Juegos Bolivarianos en Trujillo ha impactado positivamente a los sectores de Turismo, Gastronomía, Hoteles y Transportes, al generar, por ejemplo, un crecimiento del 25 % en arribos a nuestra ciudad y el 100 % de hospedajes ocupados.**

# ¡Un golazo!

Disponible solo en los departamentos de Tumbes, Piura, Lambayeque, Junín, Cajamarca, La Libertad, Arequipa, Ica, Tacna y Puno, y para clientes no corporativos. Cupo doméstico de acuerdo a la utilización crediticia. Figurante. Sujeto a evaluación crediticia. \$5.- a 48 meses no incluye costo de equipo. Soles libres, NB y SMS al menor valor en el ciclo y hasta que se entregan. Acceso a Internet y redes sociales compatibles dependen del equipo empleado. Restricciones: [claro.com.pe](http://claro.com.pe)

# Habla mucho

con **RPC ilimitado**



## **Plan Postpago RPC 45 ilimitado.**



**ANUNCIA.** Ministerio de la Producción informa medidas que se podrían ejecutar.

# Habrá mayor control aduanero para proteger calzado nacional

TAMBIÉN SE IMPULSARÁ PROGRAMAS DE ADQUISICIONES DIRECTAS A FABRICANTES, A TRAVÉS DEL PROGRAMA COMPRAS A MYPERÚ DURANTE EL PRÓXIMO AÑO. ADEMÁS, ANOCHE CULMINÓ CONCURSO 'EL PORVENIR PRODUCE' Y EMPRESAS GANADORAS PARTICIPARÁN EN FERIAS.

VÍCTOR JARA CABANILLAS  
victorjara@laindustria.pe

Tras la grave situación que atraviesan los fabricantes de calzado, quienes se han visto en la necesidad de despedir a gran parte de sus trabajadores y a reducir a la mitad su producción debido al ingreso de zapatos chinos al mercado nacional, anoche, durante su visita a Trujillo, la ministra de la Producción, Gladys Triveño, anunció que el Gobierno podría mejorar los sistemas de control aduanero para evitar la subevaluación de este tipo de productos.

Señaló que para enfrentar la crisis que afecta a los fabricantes de zapatos, el Estado baraja la posibilidad de repetir el mismo mecanismo de control aduanero que se viene ejecutando para proteger a los fabricantes de ropa de Gamarra, donde algunos empresarios han cerrado sus talleres, debido a que no pueden competir con el precio de las prendas hechas en China.

"Con los empresarios de calzado se puede hacer exactamente lo mismo que se ha hecho con los productores de Gamarra", precisó.

Triveño sostuvo que para revertir este mal momento también es necesario impulsar programas de compras directas a los fabricantes de calzado, tal como se realizó el año pasado, en el cual los productores de La Libertad le vendieron más de 1 millón de zapatos al Estado.



**Concurso.** Desfile de modas de calzado fue organizado por el Ministerio de la Producción.

"Para el 2014 estamos hablando con el sector Educación para ver si es posible que nos canalicen compras. Nosotros somos los primeros interesados porque el programa Compras MyPerú ha demostrado que es eficiente y que genera trabajo", refirió la funcionaria de Estado.

Del mismo modo, afirmó que se reunirá con los productores de calzado de la región y de todo el país para conocer la problemática y luego tomar decisiones, ya que es necesario ejecutar medidas para evitar que la industria nacional se vea afectada por este tipo de circunstancias.

En tanto, el vicepresidente de la Sociedad Nacional de Industrias—sede La Libertad, Miguel Vallejo Chávarry, dijo que los fabricantes de cal-



**Modelo.** Fabricantes tendrán que mejorar sus diseños.

Para el 2014 estamos trabajando con el sector Educación para ver si es posible que nos canalicen las compras".

Con los empresarios de calzado se puede hacer lo que se ha hecho con los productores de Gamarra".

zado están a la expectativa de las medidas que anuncie el Ministerio de la Producción, ya que muchos empresarios de este sector vienen soportando grandes pérdidas por la importación china.

## HUBO CONCURSO

Anoche culminó el concurso 'El Porvenir Produce', en el cual, en diferentes fases, participaron centenares de productores de calzado.

El primer puesto fue para Calzados Paredes, el segundo lugar para D'Moda King, y el tercer puesto para la empresa Cavagny.

Los ganadores asistirán a la Perú Moda 2014, además a la Feria Internacional de Calzado de Colombia, y su marca será desarrollada por la Universidad Católica del Perú.

## SMASH!

# Nueva tienda de ropa llega a la ciudad

Con el objetivo de llenar de vida, color y moda el armario de miles de jóvenes, llega al norte de Perú: Smash!, la firma de moda y accesorios nacida en Amsterdam que busca crear looks originales y extrovertidos ideados para la mujer joven y desenfadada.

La cadena de tiendas inauguró su primer local en el Mall Aventura Plaza de Trujillo y Lima el pasado 15 de noviembre, como parte de su expansión y crecimiento a nivel internacional.

"La compañía está presente ya en más de 60 países, vendiendo cerca de 1,5 millones de prendas al año y en esta oportunidad estamos apostando por Perú, tanto en su capital como en una de las ciudades con fuerte tendencia a la moda y al estilo de nuestras prendas, que es Trujillo. Lo que buscamos es tener una presencia fuerte aquí y seguir expandiéndonos por todo el norte. La marca va dirigida a las mujeres jóvenes que quieren crear un look original, único y espontáneo, acorde a su espíritu, el espíritu de Smash", indicó Bettina Strauss, gerente general Perú Smash!.

Smash! ofrece colecciones casuales que visten con elegancia a la mujer joven de 15 a 25 años. Presenta dos colecciones anuales de 400 artículos cada una y trae a la capital un concepto distinto en moda, con prendas de calidad y precios asequibles.



**En Trujillo.** Cadena cuenta con una amplia oferta.

**PROYECCIÓN.** Se ejecutarán 40 obras en diversas zonas de la región sin conexión eléctrica.

# Invertirán S/. 85 millones en electrificación rural al 2016

PRESUPUESTO SERÁ DESEMBOLSADO PARA LA LIBERTAD, SEGÚN ANUNCIARON AYER EN LA AUDIENCIA PÚBLICA DESCENTRALIZADA DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA, LA CUAL SE DESARROLLÓ EN TRUJILLO. INDICARON QUE EL 16 % DE LA POBLACIÓN AÚN NO ACCEDE A ESTE SERVICIO.

**VÍCTOR JARA CABANILLAS**  
victorjara@laindustria.pe

**Pese al desarrollo** económico que ostenta la región, aún hay un 16 % de la población sin conexión eléctrica, por lo que ayer, en la 1.º Audiencia Pública Descentralizada 'Avances y Soluciones de la Electrificación en la Zona Norte del País', desarrollada en la Cámara de Comercio y Producción de La Libertad, se conoció que en La Libertad, entre el 2013 y 2016 se invertirán S/. 85 millones 990 mil 495 en electrificación rural.

El presidente de la Subcomisión de Electrificación Rural del Congreso, Rofilio Neyra Huamaní, precisó que efectivamente en todas las regiones del país se desarrollarán diversas obras para beneficiar a millones de familias que esperan tener conexión eléctrica y mejorar su calidad de vida.

## UNAS 40 OBRAS

Es así que en dicho periodo en La Libertad se ejecutarán 40 obras en las provincias, donde se beneficiarán unas 87.461 personas, las mismas que están incluidas dentro de ese 16 % que no cuentan con acceso a este servicio indispensable para lograr el desarrollo social.

En el periodo antes mencionado, en todo el Perú se invertirán S/. 1.880 millones 38 mil 682, puesto que en las zonas rurales de las regiones más del 30 % de la población no cuenta con energía eléctrica en su domicilio.



**Obras.** Trabajos de conexión eléctrica se harán en zonas de la sierra liberteña.

El congresista liberteño Elías Rodríguez Zavaleta, sostuvo que precisamente estas obras se realizarán en las provincias más necesitadas de la región como Julcán y otras zonas del ande regional.

"Hay asentamientos humanos que han crecido mucho y necesitan luz aunque sea en forma provisional, pero hay mucho problemas como las invasiones. Ahora estamos recogiendo la problemática de cada uno para avanzar en este sector", señaló.

Refirió que hay obras que han sido postergadas y otras

por ejecutar, por lo que es necesario hacer una hoja de ruta para monitorear los proyectos y hacer que se realicen en un menor tiempo y así haya más beneficiados.

"En la sierra hay muchos problemas como el caso de una obra que se ha detenido en Santiago de Chuco, en Julcán pasó lo mismo y hay otros reportes que estamos recibiendo", precisó el parlamentario.

**HABRÁ MÁS CONSUMO**  
Por su parte, el congresista

Ramón Kobashigawa sostuvo que la ejecución de la Tercera Etapa de Chavimochic —que se licitará el próximo 10 de diciembre—, aumentará la demanda de energía eléctrica, puesto que el crecimiento económico continuará y habrá más empresas y familias que necesitarán este servicio para satisfacer sus necesidades.

En tanto, los diversos parlamentarios integrantes del Grupo de Trabajo de Seguridad y Energética de la Comisión de Energía y Minas del Congreso de la República, aseguraron que es necesario

que los asentamientos humanos que han crecido mucho y necesitan energía, aunque sea en forma provisional".

## CIFRAS

**(16 %**

**DE LA POBLACIÓN**

liberteña no cuenta con conexión eléctrica.

**(30 %**

**DE LOS PERUANOS** aún no accede a la energía eléctrica.

## ESPECIALISTA:

**Crisis en el Gobierno no afectó economía**

La estabilidad política que se registró en los últimos días en el Gobierno, por la renuncia del exministro del Interior, Wilfredo Pedraza y la del ex premier Juan Jiménez, tras descubrirse la ilegal protección al exoperador montesinista Óscar López Meneses, no habría generado un mayor impacto en la economía, según la explicación el analista Alejandro Inga Durango.

"Frente a los hechos últimos que acaban de suceder, considero que no ha tenido ningún impacto en la confianza de los inversionistas, dado que es un hecho coyuntural, meramente político", precisó.

Agregó que los hechos políticos inciden en la actividad económica cuando estos afectan la confianza de las empresas e inversionistas. "Por ejemplo, cuando el Gobierno anunció la posibilidad de comprar Repsol, generó desconfianza en los inversionistas porque se assumía que podría ser el inicio de que el Estado retome el rol empresarial que tuvo en la década de los 70 y 80 y que llevó al país al descalabro económico. Esta pérdida de confianza si afectó la economía porque se paralizaron o pospusieron proyectos de inversión", señaló.

Refirió que otro hecho que afectó a la economía fue cuando se anunció que el país estaba en crisis y que llegaría el periodo de "vacas flacas".



**Experto.** Alejandro Inga analiza contexto actual.

## COLUMNAS DE EDITOR

# Las cuentas claras de los Bolivarianos

MIRKO CAMPAÑA BOYER  
mirkocampana@laindustria.pe



**El sábado 16 de noviembre**, en el impresionante y recién estrenado estadio Chan Chan, las delegaciones de los once países que han arribado a Trujillo se dieron cita para la inauguración de la edición número 17 de los Juegos Bolivarianos 2013, concentrando cerca de cinco mil personas, incluyendo la presencia del presidente de la República, Ollanta Humala Tasso; el titular del Gobierno Regional La Libertad, José Murgia Zannier y el alcalde de la provincia de Trujillo, César Acuña Peralta.

En medio de una serie de críticas sobre la demora en la culminación de las obras para este importante evento, finalmente Trujillo arrebató la atención de millones de espectadores, no solo peruanos, sino también de otros países de Latinoamérica, cubriendo así las desalentadoras expectativas que se habían acrecentado en los últimos días en nuestra ciudad. Y es que si bien todo marcha con normalidad, lo excelente hubiera sido presentar una ciudad lista al 100 % para el desarrollo de los juegos.

Sumados esfuerzos, Trujillo viene desarrollando diez días de deportes. La adrenalina y la excitación sobre las competencias de unos dos mil deportistas en carrera, distraen, por ahora, algunos factores que curiosamente, todavía pueden subsanarse.

En principio, la organización de los Juegos Bolivarianos debe aprovechar la atención de los medios de comunicación para informar, con claridad, sobre las fechas en las que se desarrollan las disciplinas. Reci-

“Las cifras le sonríen a Trujillo, tal como lo presentamos hoy. Los establecimientos de hospedaje están todos ocupados”.

pedaje de 3, 4 y 5 estrellas están ocupados al 100 %. En seguida, los arribos a nuestra ciudad se habrían incrementado en más de 25 %, superando así las metas establecidas inicialmente por la Gerencia Regional de Turismo.

En conclusión, los trujillanos nos encontramos, aún para los próximos días, en un examen presencial de imagen, en donde la cordialidad de cada uno de nosotros, sumados a la eficiencia de nuestras autoridades, dejarán grabados el nombre de Trujillo en las memorias de los cerca de cinco mil visitantes, entre deportistas y acompañantes. La buena impresión tiene un costo. Trabajemos para dejar en lo más alto el nombre y la imagen de Trujillo, y así volvamos a ser sede de un evento de este nivel.

bimos innumerables llamadas, e-mails, imbox, etcétera, de trujillanos deseosos de conocer con exactitud sobre este tema. Insisto, estamos a tiempo de remediar esta falta de información.

Segundo. Hay un importante sector que, aunque se desenvuelve en la informalidad, es de vital importancia para la generación de ingresos de cientos de familias de escasos recursos. Por ejemplo, se pudo haber desarrollado un concurso para la colocación de unos cinco puestos de venta de bebidas y golosinas en el interior del estadio Mansiche, así como en los alrededores del Coliseo Cerrado Gran Chimú. Es más, se pudo haber incluido a los artesanos locales. En este punto se falló, y creo que se perdió la oportunidad de incluir en la formalidad a decenas de pequeños comerciantes, aún ilegales.

Sin embargo, las cifras generales le sonríen a Trujillo, tal como lo presentamos en las páginas 8 y 9 de la edición de hoy. Los establecimientos de hos-

## COLUMNISTAS



FERNANDO CÁCERES  
Director ejecutivo de Contribuyentes Por Respeto

## Los consumidores y el Dumping de chinos

El Indecopi viene realizando una investigación para imponer derechos antidumping a 14 categorías de prendas y 1 de accesorios de vestir provenientes de China, en razón a que estos productos estarían ingresando al mercado local a precios dumping dañando a la industria nacional que no podría competir –en base a sus propios méritos– con estas importaciones. El caso involucra de manera inusual 276 subpartidas y prevén niveles de derechos antidumping de 12,6 % para camisas, 32,6 % para chompas, 65,1 % para casacas, 85,1 % para ropa interior, 227,8 %, para medias, 334,8 %, y para accesorios, etc.; los cuales terminarán incrementando los

precios de venta al consumidor final.

Si bien el dumping es una forma de diferenciación de precios internacionales, entre el mercado local y el mercado de destino, que beneficia a los consumidores, debe reconocerse que las medidas antidumping son parte de las reglas de juego del comercio internacional de la OMC, y como tales la industria nacional está en pleno derecho de recurrir a este tipo de defensa comercial.

Por ello, a fin de que la intervención del Indecopi no establezca medidas que afecten a los consumidores injustificadamente, el Indecopi debe tomar en cuenta las preferencias de los consumidores al determinar qué productos serían afectados por las importaciones de China.

Sin embargo, cuando se observan los precios de las marcas que llegan al país para identificar si estas compiten entre sí,

“Que la intervención del Indecopi no establezca medidas que afecte a los consumidores”.

se encuentran varios nichos de mercado al interior de cada una de las categorías establecidas por el Indecopi, lo cual también se observa al comparar las marcas importadas con las marcas exportadas desde el Perú. Así, por ejemplo, Indecopi viene considerando que las camisas Tommy Hilfiger o Hugo Boss son comparables con las camisas de marcas desconocidas para los consumidores, lo cual es un gran despropósito.

Esto implica que la eventual imposición por el Indecopi de medidas antidumping por categorías de productos, donde se encuentran diversas marcas que no compiten entre sí, causará un daño injustificado a los consumidores, que debiera ser evitado a través de un análisis de las marcas comprendidas en cada categoría para delimitar los ‘productos similares’ y encontrar aquellos casos que estarían vieniendo a precios dumping. Que Indecopi no ceda a presiones políticas.



FRANCISCO HUERTA BENITES  
Presidente del Instituto de Economía y Empresa–IEE.

## Hacer cosas correctas y hacerlas correctamente

Uno de los mayores déficit del Perú es en la calidad de la gobernabilidad, la cual se mide por la capacidad de implementar bien las acciones del Estado.

Es solo un aspecto de la encrucijada en que se halla el país. El otro es hacerlas correctamente. Lo primero responde al ‘qué’ necesita el país para alcanzar el desarrollo (en el amplio sentido de la palabra). Lo segundo se refiere al ‘cómo’ lograrlo, y en el mundo actual (especialmente en sector público), la ejecución es mucho más compleja que la definición de la estrategia a aplicar.

Se mide por la capacidad de ejecutar de manera eficaz y eficiente las

acciones del Estado. Es ahí donde hemos acumulado un déficit, que el gobierno en sus diferentes niveles sí o sí debe abordar.

El efecto de las políticas públicas va mucho más allá de los recursos que moviliza el Estado. La mayoría de las actividades de las personas y empresas está regulada; muchas políticas solo logran su objetivo cuando generan una determinada reacción en el sector privado, la que depende de la confianza y la credibilidad; la infraestructura pública tiene un efecto multiplicador en la inversión privada; el clima de confianza en la economía y en la sociedad es un activo que beneficia el progreso y la calidad de vida de todos. (J. Marshal, E&N, julio 2013).

En definitiva, el Estado es un actor crítico para enfrentar el desafío de desarrollo integral.

Restablecer el

diálogo entre Estado y actores sociales. La ejecución efectiva de políticas públicas requiere conducir a la sociedad hacia los objetivos de bien común, que son las aspiraciones compartidas en un horizonte de mediano plazo (mayor a un período presidencial).

Dotar a las políticas públicas de evidencia sobre su eficiencia y efectividad, que genere confianza y credibilidad. Esto significa exigencias en el diseño ex ante; el seguimiento y evaluación comprensiva de resultados.

Mejorar la coordinación dentro del Estado, porque las políticas actuales operan a través de redes. El Gobierno ya no separece a una organización con

muchas subsidiarias, que en lo fundamental trabajan aisladamente, sino a un conglomerado unido por una visión y un propósito común. Las transformaciones más ambiciosas requieren de un trabajo transversal entre los ministerios y los distintos organismos.

“Muchas políticas solo logran su objetivo cuando generan una reacción en el sector privado”.

# nosescriben

[emprendedores@laindustria.pe](mailto:emprendedores@laindustria.pe)

## > ¿Cambio mi CTS?

Interesante artículo sobre el traslado de las CTS de una a otra entidad financiera. Por lo que vi en anteriores publicaciones, las cajas rurales y las cajas municipales son las que más pagan por este concepto; sin embargo, surge una nueva interrogante, ¿a partir de qué monto puedo hacer este traslado? Gracias.

**MINORCA GONZALES**  
Trabajadora

Definitivamente, el monto correspondiente por el depósito de tu CTS no es un factor para determinar el cambio de una hacia otra entidad financiera. Lo puede

hacer de manera inmediata a través de una solicitud enviada a su empleador y con copia de su DNI.

## > Microcréditos

El último reportaje sobre los microcréditos en La Libertad y por campaña de Navidad se muestra bastante ambicioso. No cabe duda que las cajas municipales e incluso las cooperativas de ahorro, tengan proyecciones muy positivas para este año. Sin embargo, da la impresión que quieren promover el endeudamiento de las Mypes. Mucho cuidado con ello.

**AUGUSTO TORRES**  
Bodeguero

Cada martes, cuando presentamos un reportaje, tenemos como principal objetivo, informar con total objetividad y transparencia, las cifras de los sectores productivos que dinamizan el desarrollo de la economía de La Libertad. Ante ello, cuidamos al detalle nuestras publicaciones para que sea el lector, quien finalmente tome las decisiones correctas ante un tema.

## > Community manager

El artículo sobre los tipos del community manager es muy interesante. Felicito que traten este tipo de temas en su suplemento, pues nos

permite conocer más al detalle sobre estos temas que son nuevos y que los estamos incursionando un negocio, necesita saber. Felicitaciones.

**ALEJANDRO RODRÍGUEZ**  
Administrador

Efectivamente, nuestros colaboradores Karla Celi y Carlos González nos han permitido mostrar una serie de temas sobre la era digital y las redes sociales que los empresarios necesitan conocer. En la edición pasada, mostramos los tipos de community manager. Estoy convencido que ahora sabrán delegar mejor sus funciones.

## Reporte

PERCEPCIÓN DE LA EMPRESA EN LA LIBERTAD

¿Cómo cree que ha evolucionado la seguridad ciudadana con respecto al 2012?

Peor que en el 2012	83 %
Igual que en el 2012	14 %
Mejor que en el 2012	3 %

FUENTE: INVESTIGA DE LA UPAO.



## En la edición anterior

### NAVIDAD PARA TODOS

Reportaje que revela el impacto que tendrán las microfinanzas durante la campaña de Navidad de este año, quienes esperan crecer en un 12 %, en comparación al año anterior. De esta manera, se prevé una colocación de S/. 11 millones 750 mil durante octubre, noviembre y diciembre.



# Emprendedores ►

SUPLEMENTO SEMANAL DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS  
DEL DIARIO **La Industria**.

en contacto con usted:

[emprendedores@laindustria.pe](mailto:emprendedores@laindustria.pe)

## AGENDA AL DÍA

### MIÉRCOLES 27 DE NOVIEMBRE DE 2013

‘Mujeres de Éxito’. El coach y conferencista motivacional César Roldán Zúñiga en coordinación con el Club de Leones, han organizado la conferencia Mujeres de Éxito, el mismo que se desarrollará a partir de las seis de la tarde en el auditorio del Instituto Regional de Cultura, ubicado en Independencia N.º 572-Trujillo.

### SÁBADO 29 DE NOVIEMBRE DE 2013

‘Diplomado Integral en Gestión Pública para el Desarrollo’. Programa de especialización ofrecido por el Instituto de Economía y Empresa-IEE de Trujillo, con el propósito de mostrar de manera compacta, solvente e integral, aspectos conceptuales y prácticos para una gestión pública orientada al desarrollo. Mayor información escribir a: [institutoeconomia@iee.edu.pe](mailto:institutoeconomia@iee.edu.pe) Puede llamar al #874422 – 996074455.

### SÁBADO 8 DE FEBRERO DE 2014

‘Maestría en Supply Chain Management’. El objetivo general es brindar los conocimientos, herramientas, habilidades y actitudes necesarias para implementar una gestión efectiva de la cadena de suministro que eleve radicalmente la competitividad de sus empresas. Informes al 243191/#309627 o al RPC: 948312846.

## Recomendamos:

### [www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe)

Portal web en la que podrá acceder a temas de exportación, artículos, reportes y recomendaciones, así como noticias sobre el comercio exterior entre el Perú y otros países del mundo.



¿Agendar un evento? [emprendedores@laindustria.pe](mailto:emprendedores@laindustria.pe)



 ENTREVISTA

**FERNANDO ZAPATER.** Gerente general de la compañía internacional Hibu.

# “El 2014 esperamos triplicar el negocio de páginas web”

PÁGINAS AMARILLAS BUSCA TAMBIÉN CONSOLIDARSE COMO EL DIRECTORIO DIGITAL CON MAYOR ACOGIDA EN LA RED DE LA INTERNET PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS EN EL PAÍS. PARA LOGRAR EL OBJETIVO, VIENEN DESARROLLANDO UNA ESTRATEGIA DE ACERCAMIENTO A SUS CLIENTES, TANTO A NIVEL NACIONAL, COMO EN LA LIBERTAD.

MARÍA GUERRERO MENDOZA  
mariaguerro@laindustria.pe

**Sin duda,** quien ha tenido en sus manos la guía de Páginas Amarillas podría asegurar que se trata del directorio telefónico más completo del Perú con información comercial de empresas y negocios, que pertenecen a diversos rubros y operan en distintas partes del país.

La gran acogida que ha logrado este producto a lo largo de los años, ha motivado a que sus dueños busquen nuevos nichos de mercado y apuesten por llevar su exitosa fórmula empresarial a la Internet, desde donde ahora proveen sus servicios digitales tanto a nuevos como antiguos clientes.

La dueña de este imperio es la compañía trasnacional Hibu, que nombró recientemente a Fernando Zapater como su gerente general. **Emprendedores** pudo entrevistarlo y conocer más acerca de esta firma que cuenta con más de 30.000 clientes en el mercado nacional.

—Páginas amarillas se ha posicionado como una guía comercial de telecomunicaciones por excelencia. ¿Cómo se ha desarrollado la demanda de anunciantes en los últimos años?

—La misión de Hibu es simple y poderosa. Nosotros conectamos a los proveedores con sus clientes. Para ello, nos va-



CORTESÍA.

## PERFIL

**PROFESIÓN:** ingeniero industrial de profesión, con especialización en Marketing, Dirección Comercial y Gestión.

**TRAYECTORIA:** se desempeñó como director comercial en Microsoft Perú y *country manager* para HP del Perú, en la división de Imágenes e Impresión.

lemos de diversos medios como el directorio de Páginas Amarillas, producto emblemático de nuestra empresa, con mayor recordación, penetración y uso en el Perú. Además, tenemos el directorio digital, donde realizamos videos, banners etc.

En un reciente estudio realizado por Market Authority, respecto a las fuentes que usan los consumidores para poder buscar proveedores en el Perú, se evidenció la importancia que aún tienen las Páginas Amarillas en nuestro país, lo cual evidencia que nuestros clientes consideran a esta guía como una de sus principales inversiones de anuncio. (Ver gráfico 1).

—¿Qué productos ofrecen con la presentación de la guía impresa?

—Contamos con la guía principal, el directorio de bolsillo,

que es muy usado por su versatilidad y facilidad de transporte y el directorio de negocios, el cual tiene tiraje nacional. Próximamente estaremos lanzando nuevos productos impresos de alcance zonal en el Perú que han tenido contundentes resultados en otros países del mundo.

**–¿Cada cuánto tiempo se renuevan las guías de Páginas Amarillas? y ¿cuál es su tiraje a nivel nacional?**

–Los directorios de Páginas Amarillas impresos se renuevan cada año, dando la oportunidad de incorporar a nuevos anunciantes y de modificar los datos que necesiten hacer nuestros clientes.

En el Perú distribuimos cerca de dos millones de directorios a nivel nacional. En el caso del directorio digital, los anunciantes pueden incorporarse al servicio y hacer modificaciones sobre su anuncio en línea, lo cual da flexibilidad a diferencia de los medios tradicionales de anuncio.

**–¿Con cuántos clientes cuenta el directorio telefónico que ofrecen?**

–Contamos con más de 30.000 clientes. La renovada oferta digital de Hibu, en particular la de productos web y generación de tráfico está permitiéndonos llegar cada año a más usuarios y esperamos que esta cantidad se incremente



**A nivel nacional.** Hibu y Páginas Amarillas operan en las 24 regiones del país.

considerablemente para el 2014.

**–Si bien la televisión y los medios digitales son los más rentables en términos económicos, la publicidad impresa necesita marcar la diferencia. ¿Qué novedades se esperan en este medio?**

–Los directorios impresos son muy eficientes en nuestra localidad y estamos al inicio de nuestra curva de adopción del Internet. Asimismo, el directorio es consultado cuando

la necesidad existe y es explícita, lo cual le garantiza al anunciante un retorno de inversión alto, pues se está contactando al consumidor cuando su decisión de compra está activa.

El empresario puede elegir la publicidad tradicional, donde aprovecha la amplia cobertura de los medios informativos. Sin embargo, no tiene la certeza de que dicho lector demande el producto o servicio que ofrecen. A diferencia de las Páginas Amarillas, que es

consultada porque efectivamente los clientes tienen una necesidad. Bajo ese escenario, la inversión es muy rentable en los directorios.

**–En ese sentido, ¿cuál es la estrategia que presenta este producto para atraer a sus anunciantes?**

–Hibu cuenta con una fuerza de ventas con cobertura a nivel nacional. Nuestros asesores son expertos en marketing digital y profesionales que ofrecen a nuestros clientes la

Uso de Internet y de Páginas Amarillas	
Usan Internet solamente	24 %
Usan Páginas Amarillas solamente	30 %
Usan tanto Internet como la guía telefónica	46 %

Uso de las Páginas Amarillas, según edad		
Edad en años	Páginas Amarillas	Internet
20	40 %	60 %
30	39 %	61 %
40	51 %	49 %
50	64 %	36 %
60	71 %	29 %
70 años o más	77 %	23 %

FUENTE: MARKET AUTHORITY

mejor combinación de anuncios impresos con presencia digital, acorde con el tamaño de la empresa, la industria a la que pertenecen y el segmento de clientes que atienden.

La empresa cuenta con asesores telefónicos como presenciales, siendo ésta nuestra estrategia comercial para hacer crecer a nuestros clientes e incrementar nuestra cartera de empresas.

**–Las empresas tienen cada vez mayor presencia en la Internet. ¿Cree que la versión de Páginas Amarillas en la red desplazará a su directorio telefónico impreso en los próximos años? (Ver grá-**

**fico 2).**

–De ninguna manera esperamos que el producto impreso pierda relevancia. Los productos son complementarios, pues como se puede ver en el estudio de Market Authority, la preferencia del medio consultado está en función de la edad del consumidor. Sin embargo, en todos los segmentos los consumidores usan ambos recursos.

Nosotros seguiremos desarrollando soluciones y mejorando el producto digital, difundiendo por ejemplo el uso de la aplicación de Páginas Amarillas para teléfonos inteligentes que viene registrando un acelerado crecimiento.

## Una era que no se debe perder

–Si bien es cierto, el medio digital desplaza lentamente a los medios tradicionales. ¿Cuántos clientes del directorio impreso al año se trasladan al medio digital?

–La gran parte de clientes anuncian en ambos medios, debido a que se perfecciona el retorno de la inversión cuando existe presencia en ambos lugares.

–¿Qué ofrece Hibu en Internet para posicionar la marca de sus

anunciantes?

–Hibu es el principal proveedor de desarrollo de páginas web en los países donde tenemos presencia y el Perú no es la excepción.

Nosotros ofrecemos a nuestros clientes web de gran impacto, que se pueden visualizar en PC, tabletas y teléfonos inteligentes, con un especial énfasis en que los buscadores como google direcciones a los sitios web de nuestros clientes.

Nosotros ofrecemos tanto un diseño moderno, atractivo y

eficiente. Además, nos preocupamos en generar el tráfico de visitas que los clientes luego pueden capitalizar en negocios.

–De otro lado, ¿Hibu es dueña absoluta de Páginas Amarillas?

–Páginas Amarillas es uno de los productos que comercializamos. Somos una empresa transnacional dedicada a ofrecer soluciones de marketing para lograr que las empresas conecten con sus propios clientes. Además, permanentemente desarrollamos

y lanzamos nuevos productos que apuntan a esta misma dirección.

–¿Cuántas visitas diarias recibe, en promedio, el sitio web de Páginas Amarillas?

–Nuestro portal que se encuentra entre los diez sitios web más visitados en el Perú, recibe más de dos millones de visitas al mes. Esta es una garantía para nuestros anunciantes, pues pueden tener la certeza de estar invirtiendo en un sitio de alto tráfico y que crece en visitantes

todos los meses.

–Cambiando de tema, ¿cuáles son sus proyecciones de crecimiento en el negocio de páginas web para el 2014?

–Para el próximo año esperamos triplicar el negocio de páginas web en el Perú. En Trujillo esperamos que el crecimiento sea mucho mayor.

–En ese sentido, ¿cómo observan el mercado liberteño?, ¿es interesante?

–El rápido crecimiento del uso de la Internet en la región está asociado a un interés especial de las empresas por explorar las opciones disponibles que les permitan darse a conocer. Hibu es el socio ideal para poder asesorarlos en esta materia.

La Libertad es una de las regiones donde estamos poniendo un especial interés. Tenemos representantes en la ciudad de Trujillo, quienes además visitan periódicamente las ciudades de la región.

&gt;INFORME

INFORME &lt;

# EL SUEÑO DE BOLÍVAR

MIRKO CAMPAÑA BOYER  
mirkocampana@laindustria.pe

**EL DESARROLLO DE LOS JUEGOS BOLIVARIANOS EN TRUJILLO VIENE GENERANDO UN SUSTANCIOSO IMPACTO ECONÓMICO EN LOS DIVERSOS SECTORES QUE HAN SIDO BENEFICIARIOS.**

El sueño del libertador Simón Bolívar se centró, básicamente, en la unificación de Latinoamérica, pensamiento que aún sigue escapando de la realidad, pero que se ha convertido en una oportunidad para buscar alternativas de integración. Fue entonces que desde hace 17 ediciones se viene desarrollando la fiesta deportiva más importante de los países hispanoamericanos. Se trata de los Juegos Bolivarianos, que en esta oportunidad eligió a Trujillo como sede principal para concentrar a unos cinco mil extranjeros de 11 países hermanos.

Este evento, contra todo pronóstico, inició el pasado sábado 16 de noviembre, en medio de una serie de críticas por algunas deficiencias en el avance de las infraestructuras deportivas aún inconclusas; sin embargo, las inversiones superaron los S/. 117 millones en obras, edificaciones que quedarán para satisfacción y uso de todos los trujillanos.

Se trata de un capital adicional que otorgó el Gobierno del presidente Ollanta Humala a la Municipalidad Provincial de Trujillo (MPT), y aunque ya estamos en el barco, cabe destacar que hubiera sido ideal tener una ciudad sin ruido ni contaminación que se genera mientras se construyen edificaciones de esta naturaleza.

Pese a este dilema, el sector Turismo se habría visto beneficiado sustancialmente. Según la Gerencia de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía (Gercetur), los arribos a nuestra se habrían incrementado en un 25 %, atrayendo así a más de 118 mil turistas, entre nacionales e extranjeros, indicador que llegaría a la meta durante todo el mes de noviembre.

Asimismo, inicialmente la Cámara de Comercio y Pro-

## INVERSIONES REALIZADAS EN TRUJILLO

Ex Complejo Chicago  
Complejo Mochica-Chan Chan  
**S/. 90'126.347**



Piscina Gildemeister  
**S/. 10'233.649**



Piscina De Calentamiento Mansiche  
**S/. 10'233.649**



Estadio Huanchaco  
**S/. 9'776.183**



Fuente: Consulta Amigable del MEF.

## IMPACTO INICIAL ESTIMADO



**S/. 160** sería el gasto promedio por turista nacional, calculado para su estadía solo de dos días y medio en nuestra ciudad.



**US\$ 110**

sería el gasto promedio de un turista extranjero durante estas fechas.

**3.000** visitas adicionales se creyó que arribarían a Trujillo.

Noviembre  
**15**

días de actividades deportivas se programaron inicialmente para nuestra ciudad. Se mantiene esta fecha.

## COMPOSICIÓN DEL GASTO

**S/. 36**

millones será el impacto económico que recibirán los restaurantes en Trujillo.

**S/. 2**

millones dejará el Turismo en la región.

**S/. 3**

millones recibirá el sector Transporte solo en Trujillo.

**S/. 5**

millones gastarán los turistas por concepto de diversión.

**7 mil**

turistas se estimó al inicio que arribarían a Trujillo durante los Juegos Bolivarianos, según la Gerencia de Comercio Exterior y Turismo de La Libertad.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**S/. 24**

millones, en promedio, sería el impacto económico que obtendrían los hospedajes en Trujillo durante los 15 días de los Juegos Bolivarianos.

**S/. 6**

millones será el impacto en el sector Transporte a nivel nacional.

**S/. 3**

millones recibirá el sector Transporte solo en Trujillo.

**S/. 5**

millones gastarán los turistas por concepto de diversión.

**7 mil**

turistas se estimó al inicio que arribarían a Trujillo durante los Juegos Bolivarianos, según la Gerencia de Comercio Exterior y Turismo de La Libertad.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**2.000**

deportistas se estimó que ingresarían a nuestra ciudad para estas fechas.

**S/. 36**

millones será el impacto económico que recibirán los restaurantes en Trujillo.

**S/. 2**

millones dejará el Turismo en la región.

**S/. 3**

millones recibirá el sector Transporte solo en Trujillo.

**S/. 5**

millones gastarán los turistas por concepto de diversión.

**S/. 6**

millones será el impacto en el sector Transporte a nivel nacional.

**S/. 24**

millones, en promedio, sería el impacto económico que obtendrían los hospedajes en Trujillo durante los 15 días de los Juegos Bolivarianos.

**S/. 36**

millones será el impacto económico que recibirán los restaurantes en Trujillo.

**S/. 2**

millones dejará el Turismo en la región.

**S/. 3**

millones recibirá el sector Transporte solo en Trujillo.

**S/. 5**

millones gastarán los turistas por concepto de diversión.

**S/. 6**

millones será el impacto en el sector Transporte a nivel nacional.

**S/. 24**

millones, en promedio, sería el impacto económico que obtendrían los hospedajes en Trujillo durante los 15 días de los Juegos Bolivarianos.

**S/. 36**

millones será el impacto económico que recibirán los restaurantes en Trujillo.

**S/. 2**

millones dejará el Turismo en la región.

**S/. 3**

millones recibirá el sector Transporte solo en Trujillo.

**S/. 5**

millones gastarán los turistas por concepto de diversión.

**S/. 6**

millones será el impacto en el sector Transporte a nivel nacional.

**S/. 24**

millones, en promedio, sería el impacto económico que obtendrían los hospedajes en Trujillo durante los 15 días de los Juegos Bolivarianos.

**S/. 36**

millones será el impacto económico que recibirán los restaurantes en Trujillo.

**S/. 2**

millones dejará el Turismo en la región.

**S/. 3**

millones recibirá el sector Transporte solo en Trujillo.

**S/. 5**

millones gastarán los turistas por concepto de diversión.

**S/. 6**

millones será el impacto en el sector Transporte a nivel nacional.

**S/. 24**

millones, en promedio, sería el impacto económico que obtendrían los hospedajes en Trujillo durante los 15 días de los Juegos Bolivarianos.

**S/. 36**

millones será el impacto económico que recibirán los restaurantes en Trujillo.

**S/. 2**

millones dejará el Turismo en la región.

**S/. 3**

millones recibirá el sector Transporte solo en Trujillo.

**S/. 5**

millones gastarán los turistas por concepto de diversión.

**S/. 6**

millones será el impacto en el sector Transporte a nivel nacional.

**S/. 24**

millones, en promedio, sería el impacto económico que obtendrían los hospedajes en Trujillo durante los 15 días de los Juegos Bolivarianos.

**S/. 36**

millones será el impacto económico que recibirán los restaurantes en Trujillo.</

**COACH CÉSAR ROLDÁN Z.**  
coach\_roldancesar@yahoo.es

Hoy deseo complementar el artículo de la semana pasada, en donde hablábamos de cómo ser más efectivos en la comunicación, y les recomendaba que debemos hablar utilizando tres dimensiones: el lenguaje, la emoción y corporalidad, de esta forma podremos expresar mejor lo que decimos y sentimos hacia los demás, con la finalidad de generar mayor interpretación de la información que proporcionamos hacia una o varias personas.

Pero ampliando más el tema, hablaremos del ‘observador’. Somos nosotros los que hacemos de nuestra vida un éxito o un fracaso. Traemos frustraciones, decepciones y alegrías, así como problemas familiares o falta de amor desde la infancia. Lo que hoy somos, es fruto de estos factores, convirtiéndonos en ese tipo particular de observador, mirando cada cosa o acción de una forma muy particular, muy diferente a la de las demás personas.

Nuestra forma de observar se basa en nuestro pasado, por lo que muchas veces actuamos a la defensiva o con miedos, resignados, resentidos, etc; generando un temperamento emocional para actuar o reaccionar según el caso, ante situaciones que observamos en el trabajo cotidiano. Por eso la imagen habla por sí sola. El pollo piensa que el hombre también nació de un huevo y se lo imagina de la misma forma, debido a que es lo único que conoce y en base a ese criterio evalúa.

Por eso decimos que la forma como vemos las cosas, es solo la forma como la vemos. Nada nos permite decir cómo las cosas son.

¿SOMOS LO QUE VEMOS?

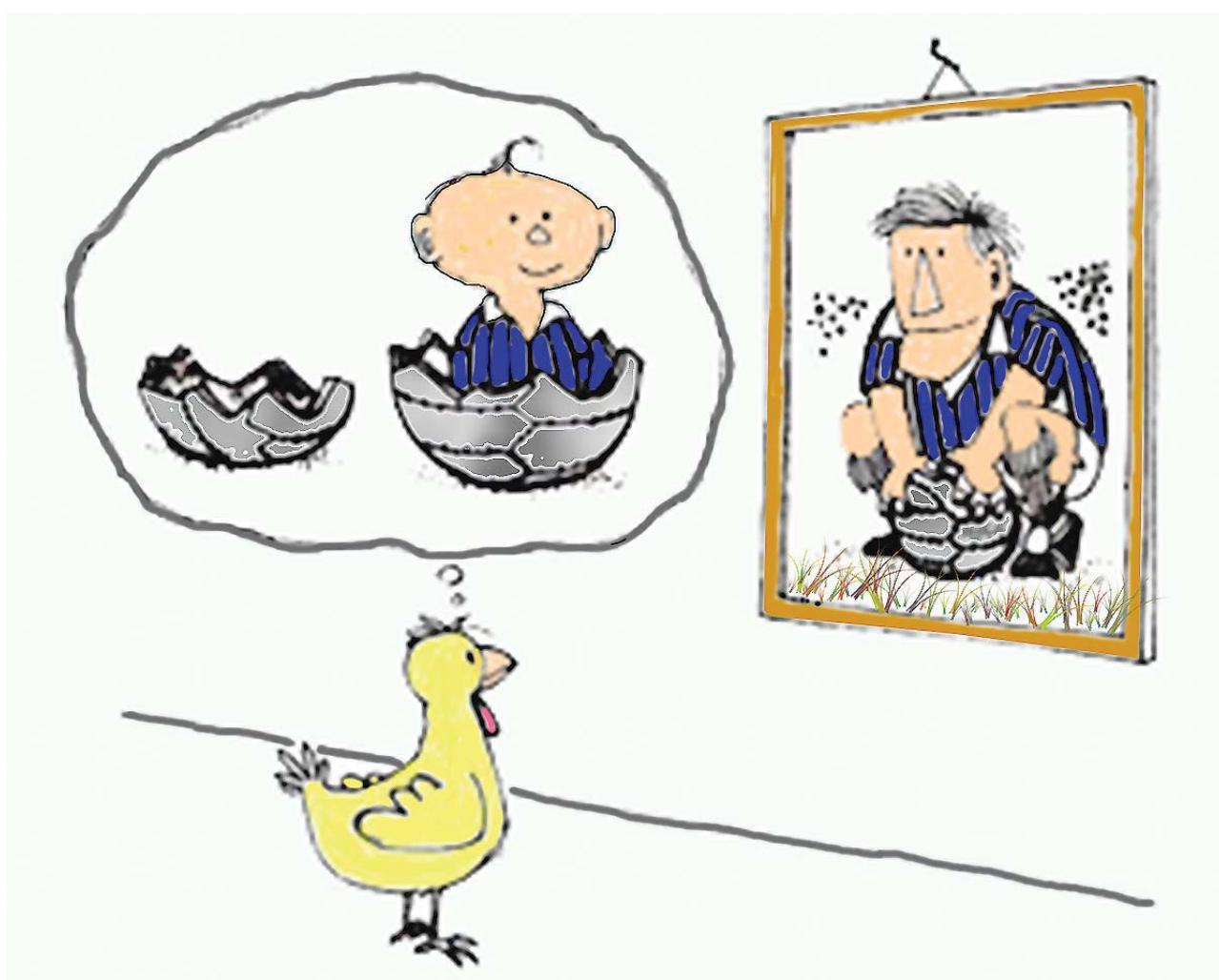
La forma como vemos las cosas habla del tipo particular de observador que somos.

Esto quiere decir que somos

**MUCHO OJO.** A veces nos equivocamos cuando formamos una opinión de alguien sin conocerlo.

# Percepción del observador: cada uno tiene su criterio

ESPECIALISTA TRUJILLANO NOS EXPLICA LA MANERA EN QUE LAS PERSONAS VEN LA VIDA BASADAS EN PARÁMETROS DEL DESARROLLO PERSONAL DESDE LA INFANCIA. SEPA QUE NO TODO LO QUE VE PUEDE SER LA REALIDAD ABSOLUTA. PIENSE ANTES DE LANZAR UN JUICIO.



observadores diferentes. Muchos superan constantemente sus fracasos, frustraciones o problemas que se presentan en la vida, mientras otrosandan lamentándose de las cosas que les pasa y eso genera actitudes diferentes. Estas actitudes nacen desde las percepciones personales captadas por nuestros sentidos, haciendo que observemos el

mundo de una manera particular. Mientras algunos ven problemas, otros solo ven oportunidades.

Esto genera modelos mentales que son la forma de pensar ante situaciones específicas convirtiéndonos en los apáticos, los renegones, los entusiastas, los emprendedores, los que no pueden, etc., quedando grabado en nuestra

mente para actuar siempre de la misma manera.

Lo preocupante en este caso es que según como mira el observador los sucesos empiezan a emitir opiniones, juicios o prejuicios, convirtiendo las escenas laborales muchas veces en nidos de comentarios destructivos que permiten enjuiciar unos contra otros. A esta acción le de-

nominamos un desequilibrio en los equipos de trabajo.

Los observadores, según como hayan superado sus problemas, generan comentarios que pueden ser destructivos para la organización o constructivos, por eso debemos aprender a escuchar a cada observador y determinar cuál es la distinción que lo caracteriza o diferencia, para saber a

“El pollo piensa que el hombre también nació de un huevo y se lo imagina de la misma forma, debido a que es lo que conoce”.

“Los observadores, según hayan superado sus problemas, generan comentarios que pueden ser destructivos”.

qué tipo de equipo de trabajo debo colocarlo para evitar hacer daño o causar más problemas de los que ya hay.

Lo ideal es que cada observador se haga un autoanálisis y determine cuáles son sus incompetencias que presenta, con la finalidad de poder reconocer que las acciones que hace y los resultados que consigue, es por la forma particular que tiene, con la finalidad de poder aplicar áreas de aprendizaje para ser mejor cada día y volver a sembrar en nuestra vida, semillas diferentes para ser mejor observador, y así poder mirar y calificar al mundo de diferente manera, con una actitud positiva y entusiasta.

**EN LA INTERNET.** Se presentan una serie de situaciones que usted debe saber lidiar.

# ¿Crisis de tu empresa en las redes sociales?

¡CUIDADO! LOS MEDIOS SOCIALES TAMBIÉN PUEDEN SER CANALES QUE AFECTEN NUESTRA REPUTACIÓN Y PONERNOS EN APRIETOS. LA IMPROVISACIÓN ES LA PEOR RESPUESTA, PUES LOS CLIENTES NO PERDONAN. ES RECOMENDABLE QUE UNA FIRMA CUENTE CON UN EXPERTO EN REDES SOCIALES PARA RESPONDER CUALQUIER SITUACIÓN ADVERSA.

KARLA CELI ARÉVALO.

kceli@aldeasmart.org

CARLOS GONZALES MORENO.

cgonzalez@aldeasmart.org

“La reputación es como un árbol y la imagen como su sombra. La imagen es lo que percibimos, el árbol es la realidad”, Abraham Lincoln.

Si las empresas solo están pensando en invertir para mejorar la percepción que tienen sus públicos sobre su organización, dejando de lado el comportamiento interno, están corriendo el riesgo de impactar negativamente sobre su reputación. O si usted está haciendo mucho, pero no comunica adecuadamente, es hora de que empiece a capitalizar su reputación con las acciones de comunicación. Tenga en cuenta que la reputación se basa en hechos, en comportamientos empíricamente verificables, lo cual se gesta en el interior de cualquier empresa.

El esfuerzo del *community manager* no puede concentrarse en maquillar el rostro de la empresa, puesto que actualmente en la era de la transparencia es casi imposible que nuestras acciones estén al margen de las redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, entre otros). Por eso, usted debe estar preparado para afrontar aquellos sucesos repentinos y fuera de control que comprometen el logro de sus objetivos estratégicos y la operati-



vidad de su organización.

Cuando observe que el volumen de menciones sobre su empresa está alcanzando grandes dimensiones, preocúpese, y si estas menciones tienen fundamento, preocúpese más, porque en un abrir y cerrar de ojos habrán alcanzado un alto potencial de efecto viral, poniendo en riesgo la imagen de su organización.

Esté usted o no en los medios sociales, debe recordar que sus paredes ya no son los muros blindados que le permitían mantener el control, ahora éstas se han vuelto más frágiles, y no, necesariamente, por-

que hay un interés de las organizaciones en informar con transparencia sus acciones, sino porque hay un público afuera (internautas) que está observando y comentando sobre usted, un público más exigente, más vigilante y, a veces, con muchas ganas de crear y mejorar el servicio de manera conjunta.

Entonces, no espere a encontrarse con las siguientes situaciones que detallamos:

a. ‘NOS LLEGÓ LA HORA. QUÉ HACEMOS’. Las crisis no aparecen de un momento a otro, tienen su base

en ciertos síntomas, como cuando se desencadena una fiebre que nos advierte que algo anda mal en nuestro organismo. Estar atentos a ciertas señales, como la queja repetitiva de un cliente por el servicio con comentarios que van creciendo en volumen en las redes, es señal de alerta.

b. ‘NO ES PARA TANTO’. Si bien es cierto, las redes sociales no llegan a un gran número de usuarios, pero su efecto rebote y viral puede ser apabullante y amenazador.

c. ‘SOLO UNOS CUAN-

TOS ESTÁN COMENTANDO’.

Subestimar el impacto de estos medios sociales, es pensar que los gigantes nunca caen. En estos medios, las inteligencias colectivas y las multitudes unidas pueden causar un efecto devastador para su reputación.

d. ‘SIN COMENTARIOS’.

Si usted es responsable de sus acciones es mejor enfrentar la situación y dar la cara de manera oficial. Y trate de utilizar los mismos medios por donde se generó la crisis. Recuerde que usted debe estar en donde están sus clientes.

e. ‘SENTIMOS POR LOS AFECTADOS, PERO NO PODEMOS HACER NADA’.

En redes sociales, los usuarios siempre tienden a apoyar a los más débiles. Usted como empresa no es el débil, así que piénselo si opta por esa respuesta, es mejor y recomendable hacerse responsable y asumir los costos de su reputación.

f. ‘FUERA LOS ME-

DIOS DE AQUÍ’.

Mientras más se esconda, más lo bus-

## LA WEB

### iSOCIALÍZATE!

<http://socialwithit.com/>  
Considerado el mejor blog en español sobre marketing digital, presenta las mejores guías y prácticas de marketing en social media. Imperdible.

### EL E-BOOK

[www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2012/02/10\\_LB\\_Medios\\_Comunicacion\\_Online.pdf](http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2012/02/10_LB_Medios_Comunicacion_Online.pdf)  
El libro blanco de los medios de comunicación online Interactive Advertising Bureau. No se lo pierda.

carán. Es mejor sacar un comunicado oportuno con la información oficial que permite mitigar los rumores. La posición de la empresa será bien recibida.

Finalmente, no olvide que esta labor en las redes sociales no puede dejársela a un inexperto, le corresponde alguien que realmente pueda manejar su reputación frente a sus diferentes comunidades virtuales, que posea gran capacidad estratégica, articuladora y sinérgica entre las diferentes áreas de la empresa, que pueda manejar con inteligencia emocional la avalancha de comentarios; es decir, alguien que puede realmente morderse la tecla y enfrentar cualquier situación adversa.

**MIRELLA BERNAL SUÁREZ**  
Abogada por la Universidad  
de Piura. Montes Delgado-  
Abogados S.A.C.

Mediante la Resolución Directoral N.º 499-2013-MT-PE/1/20.4 de fecha 31 de julio del presente año, el Ministerio de Trabajo ha multado a una empresa por haber cometido las siguientes infracciones respecto de la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo: a) No haberse asegurado de establecer un Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo (CSST) conforme a ley, al no haber designado los miembros suplentes de la parte empleadora; b) No haber presentado un Plan Anual de Seguridad y Salud en el Trabajo, aprobado por el CSST; y c) No contar con el Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo aprobado también por el mencionado comité, imponiéndole una multa de S/. 36.500 lo que pone de relieve lo importante de este tema.

En esta oportunidad, desarrollaremos la primera obligación que no se ha cumplido, para ello recordaremos lo que el ordenamiento jurídico regula sobre el CSST, órgano que representa uno de los elementos esenciales que constituye el Sistema Integral de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo y que asegura su respectiva eficiencia.

#### TOME NOTA

La ley establece que es indispensable que los trabajadores participen en la convocatoria, elección y funcionamiento del Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo, además el artículo 29 de dicha norma regula que los empleadores (en aquellas empresas que no cuenten con un Sindicato) con veinte o más trabajadores a su cargo están obligados a convocar para la elección de dicho Comité, el cual deberá estar conformado en forma paritaria por igual número de representantes de la parte empleadora y de la par-

**TITULARES Y SUPLENTES:** Todos son necesarios para la conformación de esta agrupación.

# A propósito de la elección del comité de salud laboral

**RESPECTO DE LA NORMA LEGISLATIVA SOBRE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO. LO QUE SU ORGANIZACIÓN DEBE CONSIDERAR PARA LA FORMACIÓN DE UN GRUPO DE EMPLEADOS DISPUESTOS A DISEÑAR LAS PAUTAS A DESARROLLAR SOBRE ESTE PRECEPTO.**



te trabajadora.

Cabe señalar que cuando se trate de un empleador que cuente con varios centros de trabajo, cada uno puede contar con un supervisor o Subcomité de Seguridad y Salud en el Trabajo, en función al número de trabajadores. Ahora bien respecto a la redacción de dicho dispositivo, podemos concluir que la elección de un supervisor o subcomité por ca-

da centro de trabajo es opcional y no obligatoria.

Sin embargo, consideramos que debido al principio de prevención que implica que el empleador debe garantizar en el centro de trabajo, el establecimiento de los medios y condiciones que protejan la vida, la salud y el bienestar de los trabajadores, y de aquellos que, no teniendo vínculo laboral, prestan servicios o se encuen-

tran dentro del ámbito laboral, entonces será necesario que la elección se realice en todos los centros de trabajo.

La norma reglamentaria señala que el número de personas que componen el CSST es definido por acuerdo de partes, no pudiendo ser menor de cuatro (4) ni mayor de doce (12) miembros. Entre otros criterios, se podrá considerar el nivel de riesgo y el número de trabaja-

dores. A falta de acuerdo, el número de miembros del Comité no es menor de seis (6) en los empleadores con más de cien (100) trabajadores, agregándose al menos a dos (2) miembros por cada cien (100) trabajadores adicionales, hasta un máximo de doce (12).

#### REPRESENTANTES

También indica que el empleador, conforme lo establez-

ca su estructura organizacional y jerárquica, designa a sus representantes, titulares y suplentes ante el CSST, entre el personal de dirección y confianza; y que los trabajadores eligen a sus representantes, titulares y suplentes mediante una votación secreta y directa. La calidad de miembro titular o suplente debe constar expresamente en el Acta de Constitución y de Instalación del Comité, la misma que se realizará en un plazo no mayor a diez (10) días hábiles de comunicado los representantes.

En el caso comentado, el Ministerio de Trabajo al analizar lo que estableció la empresa en su procedimiento de elección de los miembros del Comité, concluye que ha condicionado la designación de los miembros suplentes a la necesidad del funcionamiento del mismo y siempre que algún miembro no pueda asistir a las reuniones, situación que vulnera lo señalado por la norma y que significa que la inspeccionada no cuenta con representantes suplentes. Adicionalmente, afirma que la empresa no ha cumplido con lo regulado en el artículo 53 del reglamento, ya que en el acta de instalación no diferencia la calidad de los miembros.

Sugerimos a las empresas que tengan mucho cuidado en la elección del Comité, que verifiquen si su acta de instalación cumple con los requisitos legales y que si cuentan con un procedimiento de elección y no aplican supletoriamente lo regulado en la R. M. N.º 148-2012-TR.

**REDACCIÓN EMPRENDEDORES**  
emprendedores@laindustria.pe

**CARACAS** (Por Daniel Pardo). Encuentra cuatro tipos de champiñón, dos de calabacín y tres de tomate. Enormes racimos de bananos decoran los techos de la sección de las frutas. Y hay unos aguacates grandes, verdes y jugosos que parecen de catálogo.

Sin embargo, los alimentos esenciales para la dieta de los venezolanos no son fáciles de conseguir.

Para poder comprar pollo, leche o margarina—que, entre otros productos, son considerados parte esencial de la canasta básica del consumidor y sus precios están regulados por el Estado—hay que saber dónde están y a qué horas los ofrecen. Casi siempre hay que hacer cola. O conocer a alguien.

Por eso, cuando uno llega al supermercado en Venezuela, entra con la incertidumbre de qué se traerá a casa.

#### ESCASEZ

En su reporte de noviembre, el Banco Central de Venezuela estableció el índice de escasez en 21,2 %. Eso es: en 21,2 de cada 100 establecimientos no hay ciertos productos básicos.

Eso, no obstante, es un promedio. Porque en varios rubros, y casi siempre se trata de los regulados, el índice de escasez es mayor. Por ejemplo, en el 73 % de las tiendas

**EN CRISIS.** En los establecimientos comerciales de este país, uno compra lo que encuentra.

# ¿Qué hay y qué falta en los *retails* de Venezuela?

**ANALISTA DE LA BBC MUNDO, DANIEL PARDO, NOS EXPLICA LA SITUACIÓN REAL QUE VIVEN MILLONES DE FAMILIAS EN EL PAÍS DEL FALLECIDO HUGO CHÁVEZ, DONDE EXISTE UN GRAN CONTROL DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS.**



**Casi vacíos.** Así lucen los establecimientos comerciales.

no hay harina de maíz, el ingrediente esencial para preparar el desayuno de los venezolanos, la arepa.

Desde hace décadas, incluso antes del gobierno del difunto Hugo Chávez o de los controles de precios que datan

del 2003, ha habido escasez en Venezuela.

Se dice, por ejemplo, que la escasez fue una de las causas del 'Caracazo', aquel histórico día de 1989 de protestas y trágicos enfrentamientos en la capital venezolana.

#### CIFRAS

**(21,2 %)**

ES EL ÍNDICE de escasez en Venezuela.

**(79 %)**

ESCASEA la comercialización de papel higiénico a nivel nacional.

un supermercado del Estado en el este de Caracas, había papel higiénico, harina de maíz y pollo, pero no carne ni leche ni aceite de maíz.

"Generalmente acá todo se encuentra por la mañana casi todos los días", dijo Victoria, una clienta que esperaba en "la cola de la tercera edad".

En el supermercado de clase media Plan Suárez, en el barrio caraqueño de La Urbina, no había harina ni aceite de maíz, aunque sí harina de maíz integral y aceite de soya, que sin embargo no llaman la atención de los venezolanos para hacer arepas.

Pero en los últimos años, quizá después de que empezó a faltar el papel higiénico, que escasea en un 79 %, el fenómeno ha ganado más notoriedad en el extranjero.

Cuando BBC Mundo visitó el Gran Abasto Bicentenario,

en el Plan Suárez, así como en Excelsior Gama de Los Palos Grandes, un barrio de clase media alta, se encuentran todo tipo de productos importados por altos precios. Pero hay días en los que puede no haber una sola cerveza, aceite de oliva o galleta.

**BANCO DE ESPAÑA.** Afirma que entidades registran recuperación en lo que va del año.

## Empresas no financieras ganaron un 18 % hasta septiembre



**Banco.** Entidad reveló datos.

singularmente crítico para la economía española".

Según los datos del Banco de España de los resultados de la Central de Balances, presentados ayer por el director del Servicio de Estudios del organismo, José Luis Malo de Molina, excluyendo el sector energético, esta tasa de crecimiento sería muy elevada "dado el bajo nivel de partida".

Malo de Molina indicó que los datos del cierre de año pasado, con una intensa contracción, todavía estaban marcados por "la dureza de la segunda recesión dentro de este larga y profunda crisis", mientras que los de los tres primeros trimestres de 2013 reflejan ya esa mejoría.

El valor añadido bruto (VAB) de las empresas refle-

jó un incremento del 11,6 % para el periodo de enero a septiembre, mientras que en el cierre del ejercicio 2012 se situó en un valor prácticamente nulo. El resultado económico bruto (REB) descendió en 2012 un 7,5 %, mientras que en los tres primeros trimestres de 2013 el retroceso fue menos acusado, alcanzando un 6,8 %, en promedio.

#### SEGÚN INEGI.

**Desempleo en México bajó a 5,01 % en octubre**

**CIUDAD DE MÉXICO.** La tasa de desempleo en México se ubicó en 5,01 % de la Población Económicamente Activa (PEA) en octubre pasado, cifra ligeramente inferior al 5,04 % del mismo mes de 2012, informó el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi).

En términos mensuales desestacionalizados, esto es sin factores coyunturales por temporada, el nivel de desempleo se situó en el 4,91 % en octubre, 0,06 puntos porcentuales por debajo de la tasa registrada en el mes previo.

En el décimo mes del año el índice de desempleo entre los varones fue del 4,98 %, el mismo nivel de octubre de 2012, y entre las mujeres se situó en el 5,04 %, 0,1 puntos menos que un año atrás.

La población subempleada, la que declaró tener necesidad y disponibilidad para ofertar más horas de trabajo que las que su ocupación actual le permite, alcanzó el 8,9 % de toda la ocupada, por arriba del 8,7 % que había hace un año.

El Inegi, que considera empleadas a las personas mayores de 14 años que trabajan al menos seis horas a la semana y en cualquier puesto, situó la tasa de ocupación en el 94 % de la PEA. De esa población, las personas en la informalidad representaron el 59 %.



**Jóvenes.** En este sector solo hay un 4,98 % de desempleo.

# Bolsa de Valores de Lima

## ÍNDICE SELECTIVO (ISBVL)

### MOVIMIENTO DE ACCIONES

a lunes 25 de noviembre del 2013

	COTIZACIONES			PROPYESTAS		VARIACIÓN Respecto al cierra anterior (%)	INDICADORES			RENTABILIDAD DE LA ACCIÓN	
	Anterior (\$.)	Apertura (\$.)	Cierre (\$.)	Compra (\$.)	Venta (\$.)		Montos negociados (Miles \$.)	Número de operaciones	Capitalización bursátil (mils. \$.)	Última semana (%)	En el año (%)
VOLCAN - B	1.17	1.17	1.15	1.14	1.15	-1.71	688,273.00	35.00	5,619.66	-1.70940	-51.16
BVN	12.00	11.80	11.67	11.50	11.67	-2.75	8,710.00	7.00	3,216.66	-2.75000	-67.22
MINSUR	1.31	1.31	1.29	1.28	1.29	-1.53	185,500.00	21.00	3,719.07	-1.52671	-45.11
SOUTH. COOPER CORP.	25.16	25.60	25.60	25.00	28.90	1.75	771.00	2.00	21,503.82	1.74881	-32.36
CERRO VERDE	24.20	23.20	23.20		23.20	-4.13	16,000.00	2.00	8,121.30	-4.13223	-38.95
MAPLE	0.57	0.58	0.57	0.56	0.57	0.00	65,500.00	11.00	93.56	0.00000	-48.18
IFS	29.60	29.95	29.60	29.50	29.95	0.00	5,735.00	6.00	2,771.02	0.00000	-17.32
LA CIMA - I	2.32							1.00			
GRANA Y MONTERO	11.27	11.27	11.20	11.17	11.20	-0.62	20,913.00	8.00	7,392.60	-0.62112	15.46
CASAGRANDE	8.48	8.48	8.48	8.20	8.90	0.00	1,100.00	1.00	714.31	0.00000	-41.31
BAP	125.00	128.45	127.87	125.00	135.00	2.30	10,803.00	12.00	10,199.10	2.29600	-12.42
FERREYROS	1.72	1.70	1.72	1.69	1.72	0.00	409,182.00	12.00	1,625.79	0.00000	-8.00
ALICORP - I	4.52			4.52	4.51	0.00	2,081.00	3.00	7,149.81	0.00000	-8.69
BBVA CONTINENTAL	5.98	6.00	6.01	6.01	6.05	0.50	82,383.00	26.00	13,381.10	0.50167	-9.76
REF. LA PAMPILLA	0.32	0.32	0.32	0.31	0.32	0.00	42,713.00	2.00	398.30	0.00000	-29.88

## Reporte financiero

### LA LIBERTAD EN LA BVL

#### RENTABILIDAD DE ACCIONES EN EMPRESAS DE LA REGIÓN

	Última operación	Cierre (\$.)	En la última semana (%)	En el año (%)
Cartavio S.A.A.	11/21/2013	11.000	0.000	-51.111
E.A. Casa Grande	11/25/2013	8.480	0.000	-41.315
E.A. Chiquitoy -C	-----	-----	-----	-----
E.A. Barraza -C	-----	-----	-----	-----
E.A. Sintuco -C	-----	-----	-----	-----
E.A. Laredo -C	11/19/2013	27.000	0.000	-15.625
Cementos Pacasmayo -C	11/25/2013	6.200	0.000	-8.824
Creditex	-----	-----	-----	-----
Cia. Minera Poderosa	-----	-----	-----	-----
Cementos Pacasmayo -I	11/19/2013	4.100	0.000	-31.092

### La BVL cayó a mínimos de más de cuatro meses

La Bolsa de Valores de Lima (BVL) bajó a un mínimo de más de cuatro meses por una caída de acciones mineras líderes como Cerro Verde y Buenaventura, ante la incertidumbre sobre el futuro de la política monetaria en Estados Unidos. El índice general de la bolsa limeña, que suma seis jornadas sucesivas en baja, cayó un 0.43 %, a 15,032.63 puntos, su menor nivel desde el 15 de julio. El índice selectivo perdió 0.78 %, a 21,874.22 puntos. La bolsa peruana acumula un retroceso de un 27.1 % en lo que va del año. "No hay un punto de inflexión, ni nada está claro en la política monetaria de Estados Unidos", dijo un operador del mercado. Analistas aguardan sesiones de volatilidad esta semana, en medio de la expectativa de la divulgación de cifras de la economía estadounidense.



### Sol se depreció ligeramente y BCR intervino

El nuevo sol mostró una ligera depreciación frente al dólar al cierre de la sesión de ayer y el Banco Central de Reserva (BCR) continuó interviniendo en el mercado cambiario vendiendo US\$ 160 millones. De esta manera, el tipo de cambio terminó ayer en S/. 2,804 por dólar, nivel superior al de la jornada previa (viernes) de S/. 2,803. La cotización de venta del dólar en el mercado paralelo se situó en S/. 2,812 en horas de la tarde, mientras que en las ventanillas de los principales bancos se ubicó en S/. 2,904 en promedio. El BCR vendió US\$ 160 millones a un tipo de cambio promedio de S/. 2,8040 por dólar en el mercado cambiario.



### CULTURA BURSÁTIL

#### Bolsas del mundo

##### David Mori - GPI Valores SAB

Con relación a los índices principales, el S&P 500 cerró el día de lunes en negativo con 1,802.48 (-0.13 %), y el Euro Stoxx 600, culminó positivo con 324.00 puntos (+0.38 %). También, se sabe que la mayoría de Asia se mantuvo positivo con el índice Nikkei, de Japón, en 15,619.13 puntos (+1.54 %) y el Shanghai Composite, de China, en 2,186.11 puntos (-0.47 %). Sin embargo el índice Kospi, de Corea del Sur, se mantuvo al alza con 2,015.98 puntos (+0.49 %). Los commodities se encuentran mixtos el día lunes: oro US\$ 1,250.10 (+0.51 %), plata US\$ 20.22 (+1.68 %), cobre US\$ 3,231.5 (+0.54 %) y petróleo US\$ 94.18 (-0.69 %). Los datos de los consumidores japoneses sigue decepcionando, las ventas de restaurantes disminuyeron un 1.6 % interanual en octubre, la primera caída en seis meses. Esto reduce el aumento del PIB y la confianza empresarial del país. Hace dos semanas, el índice de confianza del consumidor de Japón llegó a su marca más baja desde que el primer ministro japonés, Shinzo Abe, asumió el poder en diciembre. Los costos de energía también están subiendo. "Los ciudadanos japoneses son cada vez menos optimistas sobre la recuperación económica". Las potencias occidentales firmaron un acuerdo con Irán para frenar sus actividades de enriquecimiento nuclear. A cambio de la reducción y la dilución de las reservas de uranio y reforzando la vigilancia internacional de las instalaciones de enriquecimiento nuclear, los EE.UU. y la UE acordaron levantar ciertas sanciones. Los precios de producción españolas cayeron 0.6 % intermensual y un 0.2 % interanual.

### CIFRAS

**(27,1 %) (0,05 %)**

#### ES EL PORCENTAJE

acumulado sobre el retroceso que registra la Bolsa de Valores de Lima.

**AVANZÓ** el promedio industrial Dow Jones durante la jornada de ayer, a 16,072.67 unidades.



**GRUPO PRIVADO DE INVERSIONES S.A.**

GPI Valores SAB, miembro de Global Securities Group, le brinda importantes servicios tales como la compra y venta de acciones, bonos y papeles comerciales, tanto en la Bolsa de Valores de Lima como en las principales balsas del mundo. Elaboramos y administramos de carteras para nuestros clientes y de acuerdo con sus perfiles de riesgo. Damos custodia local y global de valores. Ofrecemos servicios de finanzas corporativas mediante la asesoría para la compra o venta de empresas, las reestructuraciones de deudas y capital, así como la emisión de diversos valores en el mercado de capitales.

Estamos ubicados en Calle Amador Merino Reyna 285, Edificio Targa, Piso 2, San Isidro, Lima.

## CULMINA CON ÉXITO EL MOTORFEST PERÚ

Del 21 al 24 de noviembre se llevó a cabo el Motorfest Perú, uno de los eventos más importantes del sector automotriz que ofrece una gran variedad de marcas y modelos de autos, motos y camiones en el mercado de Trujillo. Este certamen contó con la participación de entidades financieras, a fin de que los miles de visitantes puedan acceder al financiamiento de estos vehículos.



**Anfitriones.** Karen Schwarz junto a los organizadores Israel Bustamante y Henry Huaccha.

## PRESENTAN YARIS 2014 PARA EL MERCADO LOCAL

Trujillo continúa siendo un mercado ideal para la comercialización de vehículos modernos y de alta tecnología. Es por ello que el Grupo Autonort, concesionario de la marca Toyota, presentó recientemente en nuestra ciudad el nuevo Yaris 2014, un auto que viene revolucionando el mercado automotriz peruano y que proyecta convertirse en el modelo más vendido el 2014.



**Expectativa.** Representantes de Autonort, Christopher Zavaleta, Alberto Cueva, Enrique Rojas y Rodrigo Orellana, durante la presentación del nuevo Yaris 2014 en Trujillo.

## BALIQ JOYERÍAS ABRIRÁ SEGUNDO LOCAL

La empresa peruana Baliq Joyerías dedicada a la fabricación y comercialización de joyas de oro y plata, anunció recientemente la apertura de su segundo punto de venta en nuestra ciudad, el cual se ubicará en el supermercado Wong de Larco. La estrategia de expansión responde a un favorable comportamiento que presenta la marca en el mercado local. Con la inauguración del segundo local, Baliq Joyerías prevé alcanzar un crecimiento en ventas de aproximadamente el 30 %.

**Representante.** Propietaria de Baliq Joyerías, Claudia Rey.



## REAL PLAZA ENCIENDE LA NAVIDAD EN TRUJILLO



Más de mil personas se dieron cita desde muy temprano, el último fin de semana, en el Real Plaza para deleitarse con el show artístico que organizó este centro comercial por la víspera de la navidad. El evento contó con la participación del talentoso actor Marco Zunino, quien inició el encendido del árbol para dar preámbulo de la Navidad.

**Espectáculo.** Marco Zunino participó de fiesta navideña en nuestra ciudad.

## REALIZAN CAMPAÑA TECNORECICLA 2013

A través del programa 'Yo reciclo, Yo soy Claro', una iniciativa impulsada por Claro para educar y sensibilizar a la población sobre el cuidado del medioambiente, se llevó a cabo en el Mall Aventura Plaza, 'Tecnorecicla Raee Trujillo 2013', campaña que tuvo como propósito reciclar celulares, baterías y otros accesorios en desuso.



**Destacable.** Gerente de Marketing de Claro, Carlos Mas, junto a la representante del Estado.

## ► EMPRENDEDORES



**EMPRENDEDORES.** Jóvenes empresarios ahora cuentan con gran cantidad de clientes en el norte del país.



**IMPRESIÓN.** Textos salen con muy buena calidad.



**EQUIPOS.** Ahora cuentan con una renovada implementación.

# FIELES SOCIOS DE EXITO

**EXPANSIÓN.** CLM DEVELOPERS ES UNA EMPRESA EDITORIAL Y DE SERVICIOS DIGITALES CREADA POR JÓVENES CRISTIANOS, QUIENES UNIDOS POR LA FE Y EL EMPEÑO, HAN LOGRADO INTRODUCIR SUS PRODUCTOS AL PERÚ.

**MARÍA GUERRERO MENDOZA**  
mariaguardero@laindustria.pe

aspiraciones y deseos de superarse en la vida.

Así lo demuestra CLM Developers, una empresa editora trujillana y de servicios digitales, creada hace más de un año por tres jóvenes emprendedores que se conocieron en una congregación cristiana de Trujillo. Esta firma nace con el propósito de crear software para las iglesias, pero incursiona luego en el rubro editorial tras obtener mayor acogida en es-

ta actividad.

Jhonatan Boulanger, Marks y Kelly Calderón, tienen menos de 30 años de edad y de no ser por su juventud, podría asegurar que la alegría y entusiasmo que transmiten en el trabajo son señales divinas. Sin perder la sonrisa a los labios toman con seriedad sus labores diarias, fortaleciendo los lazos de amistad y el ambiente de armonía.

Para el administrador de

CLM Developers, Jhonatan Boulanger Montoya, la idea es que sus agendas, libros y otros productos impresos, los cuales se ajustan a temas de reflexión, logren aceptación, no solo por parte de los miembros de su iglesia, sino también por otros clientes que provienen de otros lugares del país.

Kelly Calderón Serna, experta en marketing, explica que "la empresa editora tiene tres líneas. La primera corres-

ponde a libros que ofrecen tanto a miembros de su iglesia como a otros cristianos. La segunda línea es de diseño gráfico y, tercero, se planea implementar el área de imagen corporativa, a fin de complementar nuestra propuesta empresarial".

#### PROYECTOS CON FUTURO

"Del libro cincuenta y dos, se vendieron un millar y de las agendas, más de cuatrocientos ejemplares. Para el próximo año, con la agenda Carácter, tenemos proyectado vender unos setecientos cuadernillos", revela la joven Calderón Serna.

Por su parte, el ingeniero en informática, Marks Calderón Nikin refiere que sin dejar de lado su exitoso negocio editorial, la empresa ha planeado vol-

ver a su propuesta inicial y desarrollar dos software para el próximo año.

El primero se trata de una aplicación de administración eclesiástica diseñada para ayudar a la iglesia de su congregación a llevar sus registros básicos de manera organizada. El segundo es un software de videojuegos cuyo servicio será gratuito y a través del cual se buscará formar su primera comunidad virtual.

Del libro cincuenta y dos, se vendieron un millar y de las agendas, más de cuatrocientos".