

**LOCAL**

NUEVO ESTUDIO
La Industria es la marca preferida.

► 2

**PARÉNTESIS****MUCHO CUIDADO**

La adicción al trabajo, un problema organizacional.

► 10

**ENTREVISTA**

MARCO VEGA DE LA CRUZ
 Subgerente de Investigación Económica del BCR.

► 6-7

Emprendedores ►

SUPLEMENTO SEMANAL DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS
 DEL DIARIO **La Industria**. N.º 247 21/1/14.



Negocios callejeros

El comercio ambulatorio en la provincia de Trujillo se ha convertido en uno de los principales problemas por resolver. Sin embargo, según municipios locales, en la actualidad se han registrado 3.501 ambulantes, los mismos que generan S/. 3 millones 150 mil mensuales, asegurando así el incremento de su canasta básica familiar.

Nokia Lumia 1020 iPhone 5C LG G2

Pídelos al 0800 00 200 | claro.com.pe

Stock mínimo de equipos desde el 12/1/2014; 50 unidades por modelo.

TEN EL ÚLTIMO SMARTPHONE.

VÍCTOR JARA CABANILLAS
victorjara@laindustria.pe

Según un estudio, recientemente elaborado por Marketinnorte.com, el diario *La Industria* se encuentra en los primeros lugares de la lista de las marcas más representativas de Trujillo.

El estudio en mención tuvo como objetivo, identificar cuáles podrían ser las marcas más representativas de la Ciudad dCapital de la Primavera, dentro de cuatro categorías: gastronomía, transportes, bebidas y medios de comunicación.

En cuanto al sector Gastronómico, Jugería San Agustín se identifica como la marca más representativa con un 18,4% de preferencia, seguido de El Paisa con 15,8% y Doña Peta con 15,1%, El Mochica con 12,5%. En tanto, dentro del rubro de Transportes, el primer lugar es ocupado por Emtrafesa con un 33%, le sigue Línea con un 27%, luego Ittsa con un 20% y por último Vía con un 12%.

Asimismo, en el rubro de Bebidas, el primer casillero le corresponde a Pilsen Trujillo, ya que el 74% de los entrevistados así lo afirma, Jugos Líber queda en segundo lugar con un 18% y por último Gaseosas Casinelli y Agua Casinelli con 5% y un 3%, respectivamente. Mientras que como marca representativa en Medios de Comunicación *La Industria* ocupa el primer lugar con un 51,3% de preferencia, seguido de Satélite con 25,7% y en el tercer lugar se encuentra el canal de televisión Sol TV con un 9,2%.

EL TOP DE TRUJILLO

En cuanto a las marcas más representativas de Trujillo, el estudio de Marketinnorte.com, revela que Pilsen Trujillo ocupa el primer lugar con un 42,8% de preferencia, luego le sigue *La Industria* con 10,5%, Jugería San Agustín con 9,2%, y a pesar que haya perdido un poco de mer-

REVELADOR. Según estudio realizado por Marketinnorte.com

La Industria entre las marcas más importantes de Trujillo

REPORTE SEÑALA QUE PILSEN TRUJILLO OCUPA EL PRIMER LUGAR DE LAS FIRMAS MÁS REPRESENTATIVAS DE LA CIUDAD, LE SIGUE NUESTRO DIARIO Y OTRAS CONOCIDAS COMPAÑÍAS LOCALES. ASIMISMO, DENTRO DEL RUBRO DE TRANSPORTES DESTACAN EMTRAFESA, LÍNEA E ITTSA.



LUIS ALVITRES

Reconocimiento. Trujillanos prefieren nuestro diario, debido a la calidad de información que presenta todos los días.



La número uno. Pilsen Trujillo es la marca más recordada.

cado, Jugos Líber, con 6,6% se ubica en el cuarto casillero de este ranking.

“En cuanto a Pilsen Trujillo, la prefieren por el sabor y la tradición de esta marca, la misma que ha sabido comunicar con el transcurrir del tiempo y su identificación con las principales fiestas locales. Respecto a *La Industria*, por la calidad de información, las noticias locales

que ofrece y por la tradición de compra transmitida de generación a generación. En el caso de Jugería San Agustín, la prefieren principalmente por su sabor y calidad. Y en cuanto a Jugos Líber, la principal razón por la que prefieren esta marca es la tradición en el mercado”, explica el representante de Marketinnorte.com, Segundo Alonso Vilchez Vera.

CIFRAS

(51,3 %)

DE LOS trujillanos afirma que La Industria es la marca más representativa de los medios de comunicación de la ciudad.

(33 %)

DE LAS preferencias obtuvo Emtrafesa, por lo que el mencionado estudio lo ubicó en primero lugar de las marcas del rubro de Transportes.

FICHA TÉCNICA

Método: cuantitativo

Técnica: encuestas personales por interceptación.

Público objetivo: hombres y mujeres de 18 a 35 años de edad.

Aplicación: diciembre 2013.

Método de muestreo:

no probabilístico por cuotas.

Muestra: 304 encuestas (error muestral de 5%, con un nivel de confiabilidad del 95% y un nivel de aceptación, P= 80%).

Instrumento: para el levantamiento de información se utilizó cuestionario estructurado con preguntas abiertas, cerradas y semi cerradas.

Cobertura: distritos de Trujillo y Víctor Larco.



CÁMARA de COMERCIO
de LA LIBERTAD

La Cámara de Comercio y Producción de La Libertad se enorgullece de tener entre sus asociados a empresas que son protagonistas del crecimiento económico y desarrollo social de la región, que lideran las principales cadenas de valor del país y destacan a nivel nacional e internacional.



En el 2014, continuaremos trabajando de manera intensa y efectiva para seguir elevando la competitividad de nuestras empresas y región en alianza con las siguientes instituciones:

- | | | | |
|---|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• PromPerú• Produce• Mintra• Sunat• Mincetur• Minagri• MEF• MTC• Mininter | <ul style="list-style-type: none">• Gobierno Regional de La Libertad• Autoridad Portuaria Regional• Proyecto Especial Chavimochic (Pech)• Proinversión• Cooperación Suiza (Seco) | <ul style="list-style-type: none">• Minedu• Senati• Tecsup• Confiep• Adex• Digesa• Senasa• RS Todos• BID | <ul style="list-style-type: none">• Comités Regional y Provincial de Seguridad Ciudadana• Trujillo Ahora• Ahora La Libertad• Perú Cámaras• Fedecam Norte• Alliance for Water Stewardship (AWS) |
|---|--|--|---|



Institución especializada de la CCPPL que lidera a nivel nacional la asesoría y consultoría en gestión ambiental.
Elabora estudios ambientales y capacitaciones especializadas a la vanguardia de los requerimientos del medio ambiente y del desarrollo sostenible.



Primera Cámara del Perú certificada en ISO 9001:2008
Admisión de Asociados, Conciliación Extrajudicial, Capacitación Empresarial y Regularización de Protestos.

www.facebook.com/ccpl @camartru

www.camartru.org.pe - (044) 484210 - Jr. Junín 454 Trujillo, Perú

COLUMNADEEDITOR

Una mano para los ambulantes

MIRKO CAMPAÑA BOYER
mirkocampana@laindustria.pe



¿Los peruanos hemos aprendido a valorar los niveles de emprendimiento en nuestro país? Es un dilema resolver esta interrogante, pero como producto de la intuición, considero que estamos muy lejos de reconocer el inicio de un micronegocio en las calles. Basta con caminar por los calurosos y ajustados jirones del Centro Histórico de Trujillo para toparnos, en cada esquina, con decenas de ambulantes, y estoy seguro que más de uno ha pasado con el ceño fruncido o se ha mostrado indiferente ante esta situación.

Sin embargo, también hay otro importante grupo de peruanos que en más de una oportunidad, nos hemos detenido para curiosear sobre sus productos y satisfacer alguna necesidad. En efecto, el comercio ambulatorio, si bien no es exclusivo de nuestro país – hasta en los mercados más desarrollados existe–, hemos sido testigos de cómo una pequeña idea de negocio ha podido crecer y sostenerse en este amplio mercado de competencias.

Por un lado está el interés de crear nuevas ideas de negocio en el país. Para ello, no es necesario hacer tanta promoción, pues la misma necesidad de las familias, hace que a diario centenares de hogares emprendan alguna nueva manera de generarse ingresos.

Frente a ello, es necesaria la existencia de asociaciones que los agrupe para fortalecer sus objetivos. Pueden hacerlo de manera independiente o contando con el apoyo de las autoridades, como los municipios de sus respectivas jurisdicciones.

Es importante mantenerlos agrupados para conocer, en principio, el nivel de informalidad que existen en las ciudades, pero también, para ver en ellos una oportunidad de generar nuevos mercados que eleven los índi-

Echémole una mano al comercio ambulatorio en Trujillo, y no seamos mezquinos ante la necesidad de estas familias".

caos informal actual, nuevas familias se incorporarán a este tipo de negocio, pero también es cierto que promover estas iniciativas, los nuevos emprendimientos podrán valorar la necesidad de tener un negocio que sea estable y legal.

Echémole una mano al comercio ambulatorio en Trujillo, y no seamos mezquinos ante la necesidad de estas familias, cuyo principal arma para generarse ingresos, ha sido el emprendimiento.



dices de competitividad en el sector Comercio, por ejemplo.

Un claro ejemplo es lo que viene desarrollando la Municipalidad Provincial de Trujillo (MPT), a través de la Gerencia de Desarrollo Económico Local. Ellos han empadronado a 2.268 ambulantes solo en el distrito. El objetivo es claro, conocerlos, apoyarlos a trabajar en zonas seguras y sin la posibilidad de ser echados, además de crear fórmulas para encaminarlos a su formalización y expansión.

Para lograr este último objetivo, han lanzado un proyecto para la construcción de un centro comercial subterráneo que albergará a unos

326 ambulantes con una inversión de S/. 12 millones. Se les dará las facilidades para la adquisición de un stand, y además, podrán hacer realidad el sueño de tener un negocio estable y que sea rentable.

Se trata de una iniciativa saludable para la ciudad, aunque todavía insuficiente. Este modelo debería ser tomado por el resto de municipalidades de la provincia de Trujillo para fortalecer el comercio ambulatorio. Es verdad que mientras se resuelva el

caos informal actual, nuevas familias se incorporarán a este tipo de negocio, pero también es cierto que promover estas iniciativas, los nuevos emprendimientos podrán valorar la necesidad de tener un negocio que sea estable y legal.

Echémole una mano al comercio ambulatorio en Trujillo, y no seamos mezquinos ante la necesidad de estas familias, cuyo principal arma para generarse ingresos, ha sido el emprendimiento.

COLUMNISTAS



JOEL ALBÁN ESCOBAR

joelalban@laindustria.pe
Comunicador Social

Estrategias CRM: relación con los clientes

Para la mayoría de las empresas, tener una buena relación con sus clientes es importante para el desarrollo económico y competitivo en el mercado; sin embargo, las organizaciones en el transcurso de su evolución, no solo han visto el cambio en los clientes (relación precio–beneficio), sino también ha sido necesario descubrir la importancia de una estrategia CRM en sus compañías.

En principio, debemos entender qué es una estrategia CRM. Customer Relationship Management es una estrategia en la cual centra sus esfuerzos en el conocimiento de sus clientes, detectando sus necesidades,

aumentando su grado de satisfacción, incrementando su fidelidad y por ende, la rentabilidad o beneficios del cliente a la empresa.

Los beneficios del CRM no solo se concretan en la retención y la lealtad de los clientes, sino también en contar con un marketing más efectivo, crear inteligentes oportunidades de 'venta-cruzada' y abrir la posibilidad de una rápida introducción de nuevos productos o marcas.

Hoy nos enfocaremos en el desarrollo del CRM en el rubro de Diversión (discotecas). Un análisis de Forrester Research afirma que solo un 29 % de los directivos están satisfechos con la integración de las aplicaciones de CRM en la infraestructura

los centros de diversión. La causa es la ausencia de una estrategia de CRM y la escasa implicación de los empleados. En muchas ocasiones se hace un uso erró-

neo del CRM: se emplea simplemente como un método para mejorar la eficiencia interna y no se tiene en cuenta al cliente; sin embargo, hay que entender al CRM como algo más que un software y además, debe ser experimentado por toda la empresa.

Sobre todo los empleados en contacto con el cliente deben practicar el CRM. Los científicos del comportamiento han demostrado que más del 70 % de las decisiones de compra o de adquisición de servicios son impulsadas por motivos psicológicos.

Solo aquellos que conocen a sus clientes pueden aprovechar las posibilidades del upselling y de las ventas cruzadas, así como fidelizar a sus clientes durante mucho tiempo.

Las redes sociales traen un impacto muy importante en el manejo de la relación con el cliente. En el caso de las discotecas se busca una complementación del CRM tradicional con el nuevo CRM social.

Hay que entender al CRM como algo más que un software, debe ser experimentado en la empresa".



MARIO ZÚÑIGA

Director de Contribuyentes por Respeto

Preguntas frecuentes sobre la 'concentración de medios'

1. ¿Es razonable tener una Ley de Control de Concentraciones (LCC) para evitar que un grupo económico 'controle' la prensa?

Tener LCC no es descabellado, ni antidemocrático ni un paso al 'chavismo'. Pero que Francia, España o Estados Unidos tengan este tipo de regulación tampoco la convierte en deseable.

La concentración no es mala en sí. Hay muchos mercados que tienden a ser concentrados y pese a ello son competitivos. Lo que debe sancionarse es el abuso de una posición de dominio. Por ejemplo, Indecopi podría

analizar si el Grupo El Comercio ha realizado alguna práctica comercial –como contratos de exclusividad y ventas atadas– que haya perjudicado el bienestar de los consumidores.

Somos escépticos a una LCC, porque en la mayoría de los casos hay que hacer 'futurología' para saber si 'parar' una fusión va a traer mayor bienestar a los consumidores. No solo porque no sabemos cómo se moverá el mercado, sino porque una LCC conllevaría altos costos administrativos y riesgos políticos.

2. ¿Por qué para la radio y la televisión sí hay cuotas máximas de participación?

No existen cuotas máximas de participación en el mercado de consumidores finales, sino en el uso del espectro radioeléctrico, que es un insumo escaso. Para que una regula-

ción de este tipo genética en la prensa escrita, el papel o la tinta con la que se fabrican los periódicos tendrían que ser bienes escasos.

3. ¿No hay barreras de entrada en el mercado de prensa escrita?

Las barreras no son significativas. Lo que tendría que determinar el Indecopi es si el Grupo El Comercio vía alguna conducta comercial está imponiendo barreras artificiales a la entrada de nuevos competidores, a efectos de que los entrantes no tengan que asumir costos que el Grupo El Comercio no haya tenido que asumir.

4. ¿Tiene El Comercio el monopolio de la prensa escrita? Tiene una posición de liderazgo, pero no puede controlar el mercado porque el Internet es un sustituto, los costos de cambio son muy bajos (comprar otro periódico) y no existen barreras significativas.

La concentración no es mala en sí. Hay muchos mercados concentrados y son competitivos".

nosescriben

emprendedores@laindustria.pe

>Nuevo puerto

La construcción de un terminal marítimo adecuado para la pesca artesanal de la zona de Virú en Puerto Morín, me parece una alternativa positiva para el desarrollo de la pesca, pues debemos saber que se trata de una localidad en donde esta actividad impulsa los ingresos de decenas de familias.

CARLOS CARRANZA
Empresario

Estamos de acuerdo en que se levanten proyectos en infraestructura portuaria marítima para el desarrollo de zonas aún con niveles de pobreza extrema. Puerto

Morín se convertirá en uno de los terminales de pesca artesanal más importantes del litoral del norte peruano. Gracias por seguirnos cada martes.

>Costo electoral

No hay duda que una campaña electoral tiene un precio muy elevado. Para ganar, hay que invertir, y para invertir, se necesitan altos ingresos o los ahorros de toda nuestra vida, pero si tenemos algo de suerte, el apoyo económico de amigos y simpatizantes, siempre será bienvenido para lograr nuestros objetivos.

JUAN BALCÁZAR
Publicista

Según indicadores del Instituto de Economía y Empresa-IEE, para el desarrollo de una campaña electoral se necesitan alrededor de S/. 2 millones si es que tentamos el sillón del Gobierno Regional y unos S/. 800 mil para llegar a algún palacio municipal. Sin embargo, no todo lo resuelve el dinero, también es necesario levantar una campaña de imagen del candidato.

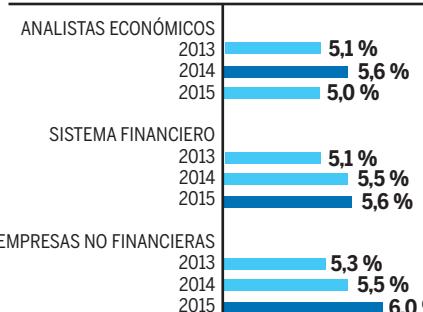
>Nuevo centro comercial
Felicito la iniciativa de la Municipalidad Provincial de Trujillo (MPT) al impulsar este tipo de financiamientos. Entregarles a los ambulantes

una moderna zona donde operar, no solo les generará estabilidad laboral, sino que además, impulsará la formalización, minimizará los niveles de inseguridad y embellecerá la ciudad.

ILICH RAMÍREZ
Estudiante

Tenemos el compromiso de anunciar este tipo de actividades y además, de monitorear su cumplimiento. Según la Gerencia de Desarrollo Económico Local de la Municipalidad Provincial de Trujillo, hasta marzo se entregaría la buena para el centro comercial de los ambulantes. Se beneficiarán unos 300.

PROYECCIONES DE CRECIMIENTO ECONÓMICO



FUENTE: Encuesta del BCR.

En la edición anterior

LLUVIA DE INVERSIONES

Reportaje revela las inversiones del sector Privado en nuestra región, las cuales se incrementarán en 222 % para este año, contra el 2013, al registrarse capitales por S/. 2 mil 241 millones para la ejecución de distintos proyectos en diversos sectores productores del país.



Emprendedores ►

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

en contacto con usted:

emprendedores@laindustria.pe

AGENDA AL DÍA

MIÉRCOLES 22 DE ENERO

'1.º Foro Financiero-Tributario Empresarial'. Evento organizado por Capacitación Empresarial de la Cámara de Comercio y Producción de La Libertad, dirigido a empresarios, gerentes generales, gerentes de finanzas, administradores y contadores. Mayores informes llamar al 484210 anexos 25 y 45.

DURANTE TODO ENERO

'Taller de Motivación y Calidad de Servicio'. El coach César Roldán Zúñiga presenta el servicio de consultoría del talento humano a las organizaciones privadas y públicas que deseen optimizar sus servicios de calidad, para lo cual deberán formar a sus trabajadores. Si está interesado en implementar este taller, comuníquese al 949040786 o al 959377022.

JUEVES 23 DE ENERO

'1.º Seminario NeuroBrand: Neuromarketing y construcción de Marcas'. Inspirado en una metodología teórico-práctico que, combinando los fundamentos y las herramientas del Branding y el Neuromarketing, impartirá conocimientos que ayudará a cómo construir marcas consumo-céntricas. Escriba a: info.neurobrand@gmail.com/salomonsoto@neuroinnovacion.org

Recomendamos:

www.camaralima.org.pe

Portal web de la Cámara de Comercio de Lima en la que podrá encontrar algunas recomendaciones para iniciar su propio negocio, así como reportes de la evolución que presentan los diversos sectores del país.



¿Agendar un evento? emprendedores@laindustria.pe



ENTREVISTA

VÍCTOR JARA CABANILLAS
victorjara@laidustria.pe

Tras la ligera recuperación que mostró la economía mundial durante el último trimestre del año pasado, el dólar empezó a tomar repunte, por lo que según los analistas, en el 2014 la moneda norteamericana continuará apreciándose.

Ante este panorama, el Subgerente de Investigación Económica–Gerencia Central de Estudios Económicos del BCR, Marco Vega de la Cruz, quien llegó a Trujillo para disertar en el 5.^º Encuentro Científico Internacional Norte Verano 2014 organizado por el Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Privada Antenor Orrego (Upao), sostuvo que en los próximos, en caso suba el tipo de cambio, aquellos que tengan deudas en dólares se verán perjudicados, puesto que él tendrán pagar mayores sumas de dinero.

—Hoy (último jueves) usted participará como ponente especial del 5.^º Encuentro Científico Internacional Norte Verano 2014. Ante ello, ¿sobre qué temas disertará?

—Sobre el traspaso del tipo de cambio hacia los precios, el cual es un fenómeno por el que los movimientos en el tipo de cambio afectan a la inflación.

—¿Cuál será el impacto de ese traspaso teniendo en cuenta que lo más probable es que el dólar se recupere y empiece a despegar en los siguientes años?

—Tenemos que analizar cuánto podría afectar a los precios una subida o caída en el tipo de cambio proximamente. En los próximos años se espera que el tipo de cambio ya no baje tanto, sino por el contrario, suba. Al parecer, el impacto en los precios sería muy pequeño, tal vez afectaría en 0,1 a la inflación, según las investiga-

MARCO VEGA DE LA CRUZ. Subgerente de Investigación Económica–Gerencia Central de Estudios Económicos del BCR.

CORTESÍA.



“Los endeudados en dólares serán los más perjudicados”

ESPECIALISTA TAMBIÉN ANALIZA COYUNTURA DE LA ECONOMÍA MUNDIAL Y PROYECTA QUE EUROPA Y ESTADOS UNIDOS NECESITARÁN CINCO AÑOS PARA VOLVER A SER LO QUE FUERON ANTES DE LA CRISIS FINANCIERA.

ciones que han realizado.

—¿Eso significa que todos los productos costarán más, en especial los vehículos, maquinaria pesada y otros que se compran o venden en dólares?

—El impacto será directo en los precios de los productos que se compran en dólares, pero la medición se hace sobre en el nivel general de costos o sobre el efecto que se genera en la canasta básica. En la economía hay

algunos precios que son más sensibles al tipo de cambio como la compra de autos y otros que son nada sensibles a los cambios monetarios.

—Pero de todas maneras pareciera que la canasta bá-

sica familiar sería más cara en este año, claro, siempre y cuando el dólar siga subiendo...

—Un poquito más cara, pero en general el impacto no será tan fuerte como sucedía hace 15 a 20 años. No va pa-

sar lo que sucede en Venezuela, donde una pequeña variación en el tipo de cambio trae un gran impacto en los precios. El tipo de cambio nos preocupa por otras consideraciones.

—¿A qué tipo de consideraciones se refiere?

—A la riqueza financiera de la gente y a aquellos que están endeudados en dólares, porque ellos serán los directamente perjudicados si el tipo de cambio sube. Eso es la gran preocupación, antes que el impacto en los precios.

—Hace cinco años el dólar estuvo por los suelos y los que tenían deudas en dólares ganaron mucho, ¿qué va pasar ahora con las personas que mantienen deudas en dólares?

Lo que pasa es que el tipo de cambio va a estar en función a los eventos económicos que se den durante el año".

—Los que se beneficiaron con la caída del dólar sentirán el efecto de la variación en el tipo de cambio. Esto sucederá porque gran parte de los pasivos y activos de las empresas está dolarizada.

—Para ser más exactos, ¿qué porcentaje de los activos y pasivos de las empresas está dolarizada?

—El 40 % de los depósitos y créditos de las empresas está dolarizado, esa cifra ha bajado porque antes era muchos más.

—Entonces la alternativa más recomendable es endeudarse en soles...

—Siempre lo mejor para las personas que ganan en soles es ahorrar en soles.

—¿En cuánto cree que cerrará el año el tipo de cambio?

—No hemos hecho ese cálculo aún.

—Algunos proyecciones aseguran que el dólar cerraría el 2014 en S/. 2,85, ¿es posible que la moneda extranjera llegue a ese nivel estimado?

—No. Es imposible, aunque el dólar puede subir y bajar. Lo que pasa es que el tipo de cambio va estar en función a los eventos económicos que se den durante el año, no tenemos una varita mágica para ver qué eventos pueden ocurrir.

—España está intentando salir de la recesión, Estados Unidos muestra un li-

La crisis en EE.UU. y temas de coyuntura

—Respecto a la variación en la tasa de referencia, ¿se mantendrá durante el año?

—Va depender mucho con lo que está pasando con la economía de Estados Unidos. Todo va depender de la velocidad del retiro del estímulo monetario de Estados Unidos.

—Ya se anunció el retiro del estímulo monetario...

—Pero no se sabe cuál va ser la velocidad de ese retiro y de los desarrollos domésticos, como la actividad económica y la inflación. Yo no tengo la palabra del Banco Central, pero lo que siempre ha hecho el Banco Central es actuar de manera anticipada ante cualquier tipo de eventos que puedan suceder.

—Si la velocidad del retiro del estímulo monetario de Estados Unidos es rápida por varias cosas que pueden suceder en Estados Unidos, entonces el tipo de cambio subirá muy rápido y lo más probable es que el Banco Central aumente su tasa de interés, o si la in-



ARCHIVO

flación no baja tanto también va tener que subir la tasa de interés.

—A cuánto ascendió la expansión económica del país durante el año pasado?

—No hay dato exacto.

—¿El 2014 será mejor que el año pasado?

—Cruzando los dedos, nuestra tasa de crecimiento potencial es de 6 %, por ahí debemos estar.

—En qué nivel se encuentra la confianza empresarial en estos momentos?

—Hay mucho ruido, pero se está viendo que los indicadores se están manteniendo en un nivel plausible porque no hay un desconfianza generalizada, casi todo está en línea.

—¿Qué se debe hacer para mejorar la confianza empresarial peruana?

—Eso ya es un tema netamente político.

—Las inversiones seguirán aumentando?

—Se espera que el ratio de inversiones esté sobre un 20 %.

—Adex refiere que las exportaciones serán mayores. ¿Existe un panorama claro para registrar un resultado anual positivo para las exportaciones nacionales?

—Se espera que las exportaciones se vayan recuperando, lo cual no sucedía el año pa-

sado. Creo que el gran cambio del año serán las exportaciones nacionales.

—¿Mejorará el precio del oro en el mercado internacional?, ¿qué cree?

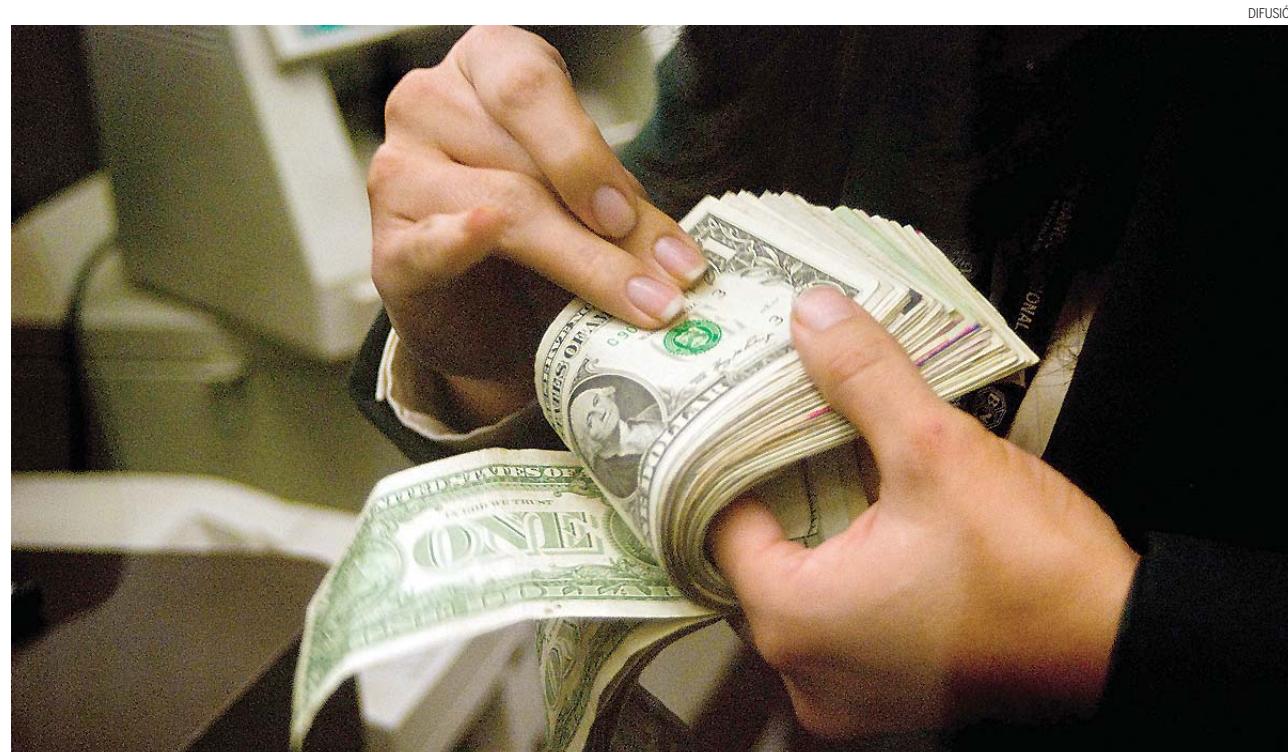
—Muy complicado, no sabría decir que va pasar con el precio del oro en el mercado internacional, creo que dependerá mucho de la economía mundial.

—¿Europa y Estados Unidos mostrarán mejores resultados?

—Ya han salido de lo peor de la crisis, sus años fatídicos fueron el 2012, mientras que el 2013 y el 2014 consolidarán su recuperación.

—¿Cuántos años tardarán Europa y Estados Unidos para que vuelvan a ser lo que fueron antes del 2008?

—Una revista publicó información asegurando que en el 2019 los países más sacudidos por la crisis volverían a ser lo que fueron antes.



DIFUSIÓN

Incertidumbre en el precio. Costo de divisa a futuro mantiene expectantes a inversores.

PERFIL

TRAYECTORIA:

Investigador del BCR. Experto en temas económicos.

CAPACITACIONES:

Estudió doctorado en Economía en la Universidad de Londres.

gero crecimiento y al parecer en China habría un equilibrio. ¿Estas circunstancias no son suficientes para hacer proyecciones sobre el tipo de cambio?

—Lo que uno puede ver es que es improbable que esa corriente apreciatoria que el sol ha registrado en los últimos años se vuelva a repetir. No podemos hacer proyecciones exactas.

NEGOCIOS DE A PIE

SEGÚN MUNICIPIOS LOCALES, EN TRUJILLO HAY MÁS DE 3.500 AMBULANTES, QUIENES AL AÑO MOVERÍAN MÁS DE S/. 37 MILLONES POR LA VENTA DE ROPA, COMIDA, BEBIDAS Y OTROS PRODUCTOS DE ALTA DEMANDA LOCAL.

VÍCTOR JARA CABANILLAS
victorjara@laindustria.pe

Ambulante soy proletario soy, vendiendo zapatos, vendiendo comida, vendiendo casacas, mantengo mi hogar"; así, en 1980, un grupo artístico de música 'Chicha' (Los Shapis), resumía la vida de los comerciantes ambulantes, esos que ahora se han adueñado de las calles, donde mueven un alto flujo de dinero, evaden impuestos y generan trabajo informal.

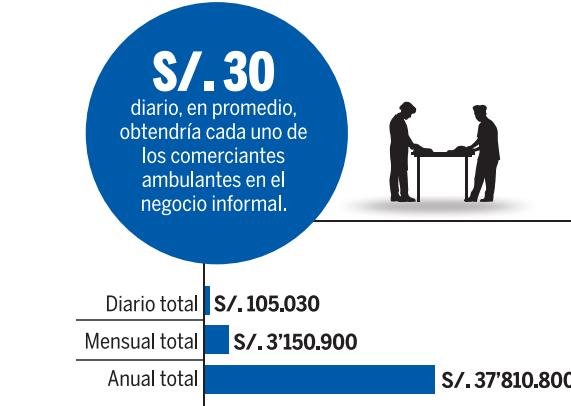
Se prevé que en la provincia de Trujillo hay 3.501 comerciantes ambulantes, debido a que según información de las municipalidades distritales y de la Gerencia de Desarrollo Económico Local de la Municipalidad Provincial de Trujillo (MPT), solo en el centro de la ciudad hay 2.268 comerciantes ambulantes, 750 en El Porvenir, 183 en La Esperanza y 300 vendedores informales en el resto de los distritos aledaños.

Es así que este negocio informal al año movería S/. 37 millones 810 mil 800, ya que el gerente de Desarrollo Económico de la MPT, Eduardo Azabache Alvarado, asegura que cada ambulante recauda S/. 30 al día por la venta de sus productos.

MÁS DE 5 MIL EN TRUJILLO

No obstante, un reporte del Instituto de Economía y Empresa (IEE), precisa que en el distrito de Trujillo habría más de 5.000 ambulantes, por lo que el movimiento económico sería casi el doble al señalado por la Gerencia de Desarrollo Económico Local de

INDICADORES ECONÓMICOS



S/. 12'857.724

Invertirá la MPT para la construcción de 329 estandares subterráneos en la Plaza González Prada (ex-Malvinas), donde algunos ambulantes de Trujillo serán reubicados.

composición de la PEA provincial y estudios puntuales al respecto. En tanto, en la provincia de Trujillo, los ambulantes ascenderían a poco más de 6.100, pero serían solo los inscritos en las respectivas municipalidades. En realidad, los ambulantes formales e informales llegarían en la provincia a poco más de 14 mil",

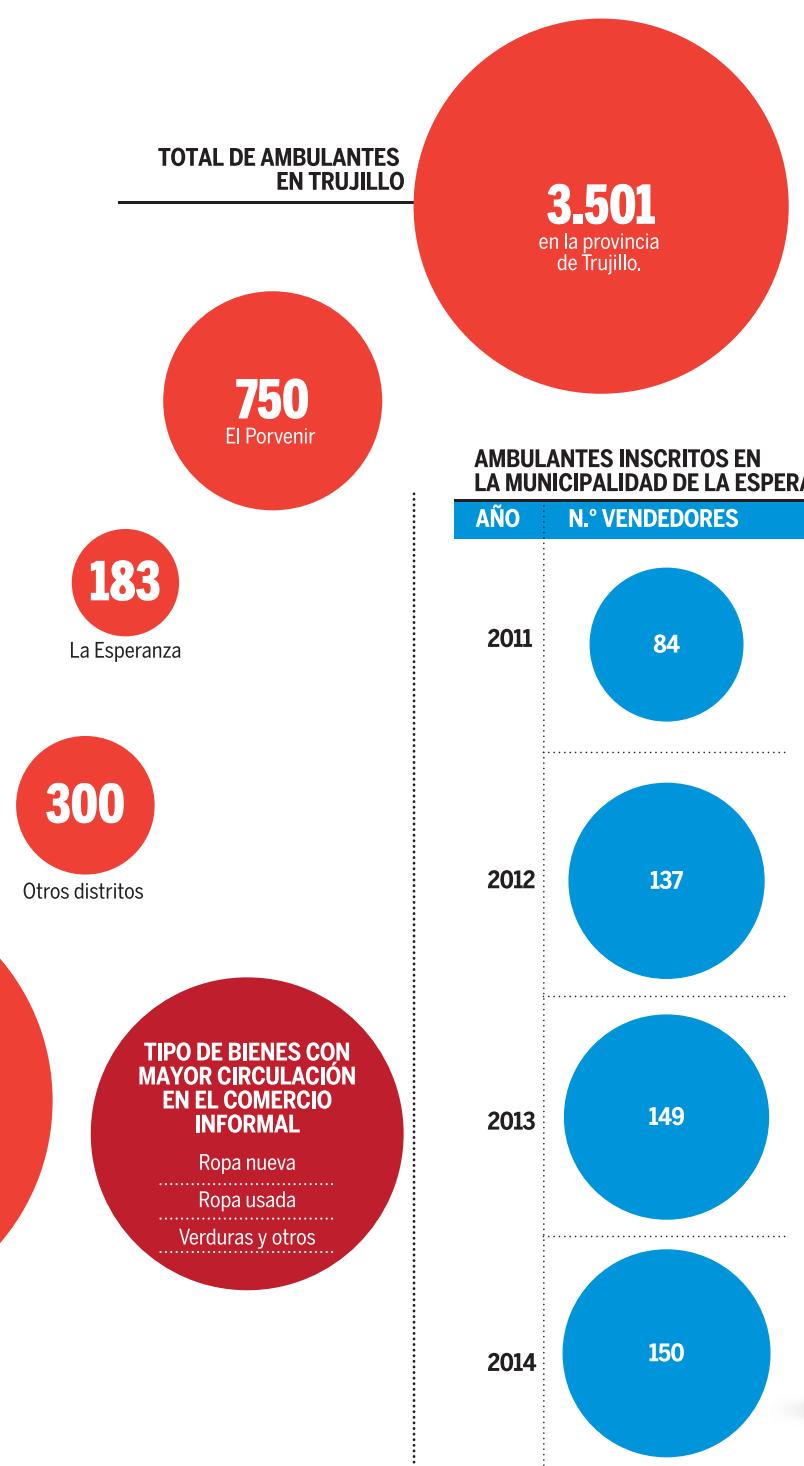
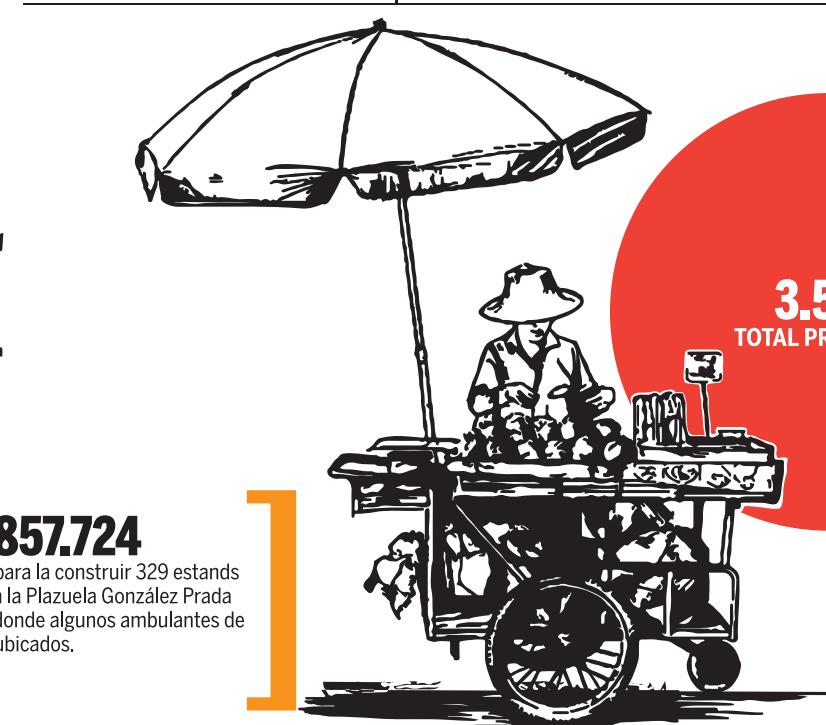
refiere el presidente del IEE, Francisco Huerta Benites.

En tal sentido, el IEE considera que, en promedio, cada ambulante vende entre 30 y S/. 35 diario, por lo que el valor de ventas mensuales ascendería S/. 11,5 millones, teniendo en cuenta el total de ambulantes existentes en la provincia de Trujillo.



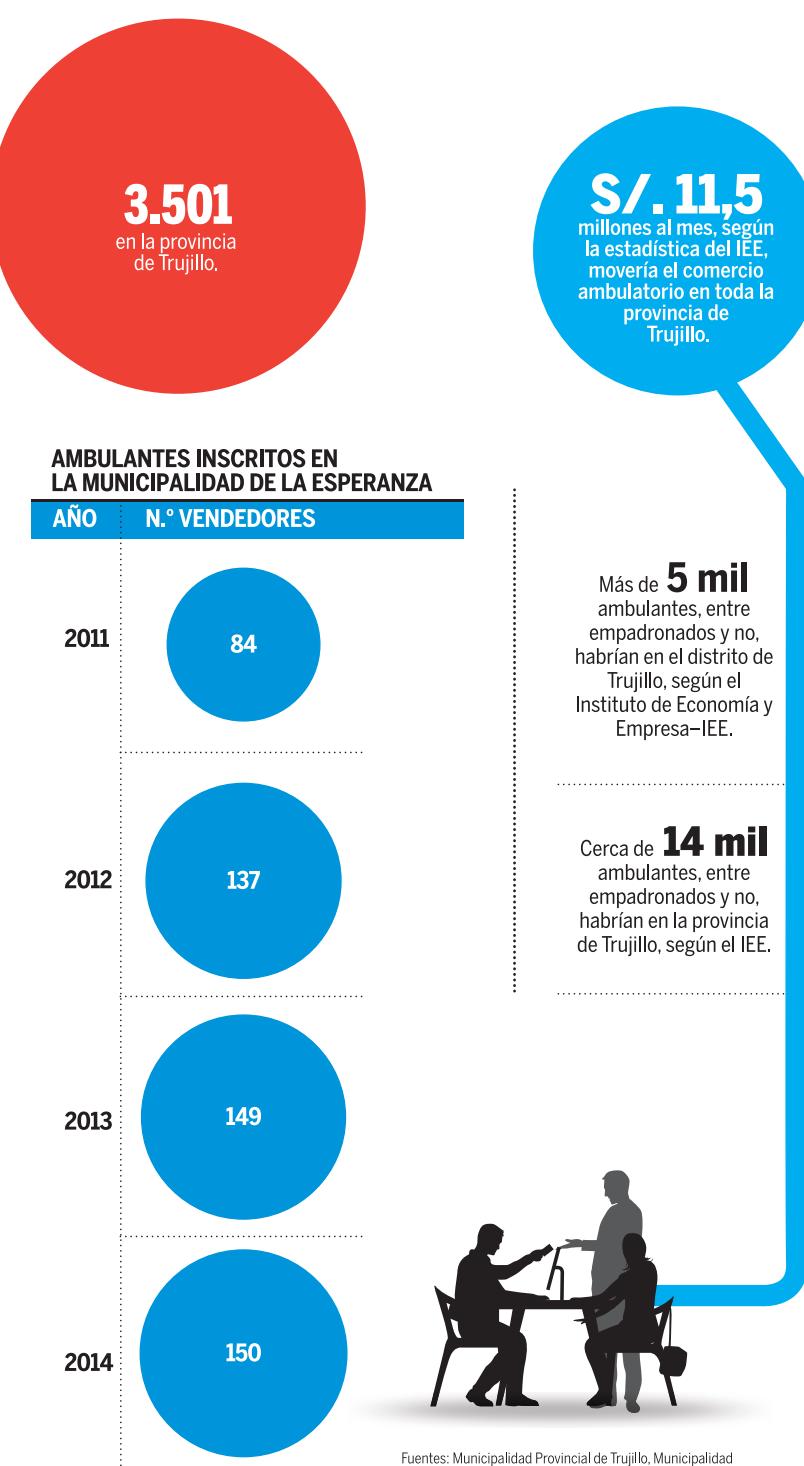
COMERCIO INFORMAL EN TRUJILLO

ASOCIACIÓN DE AMBULANTES	N.º DE COMERCIANTES
Sol de Trujillo	425
Jehová es mi Pastor	712
Clementina del Óvalo Grau	43
Feria Sabatina de Trujillo	225
César Acuña Peralta	86
Fotógrafos del Centro Histórico de Trujillo	36
Industrias y Ambulantes en general	751



TIPO DE BIENES CON MAYOR CIRCULACIÓN EN EL COMERCIO INFORMAL

- Ropa nueva
- Ropa usada
- Verduras y otros



Fuentes: Municipalidad Provincial de Trujillo, Municipalidad Distrital de La Esperanza, Instituto de Economía y Empresa

LOS PROYECTOS EN MARCHA

El gerente de Desarrollo Económico de la MPT, Eduardo Azabache Alvarado, refiere que con el fin de disminuir la presencia de ambulantes en el centro histórico de la ciudad, en abril del presente año, en la

Plazuela Gonzales Prada (ex-Malvinas) se construirán 326 estandares subterráneos. Mientras que la Municipalidad distrital de El Porvenir, refiere que tiene planeado la construcción de dos mercados.

En tanto, en La Esperanza, en el sector Jerusalén se construirá un mercado, también se construyó el Mercado Alfonso Ugarte, en Manuel Seoane, y próximamente se terminará la edificación del Mercado Santa Rosa.

Así dice

Francisco Huerta Benites
Presidente del IEE.

"El comercio ambulatario es ilegal y evade impuestos porque no es controlado por ninguna instancia estatal. Los gobiernos locales deben impulsar proyectos para reubicarlos, ya que se trata de familias enteras que trabajan en forma informal en la ciudad".

Así dice

Eduardo Azabache Alvarado
Gerente de la MPT.

"Ya hemos formalizado a 600 personas que estaban en el comercio ambulatario, ahora estamos trabajando para que cada día haya menos gente vendiendo en las calles. Nosotros les ayudaremos en la búsqueda de financiamiento para que puedan reubicarse".

da día más calles han sido invadidas por este tipo comerciantes informales.

En tanto, el director de Desarrollo Económico Local de la Municipalidad de La Esperanza, Carlos Iván Lozada Rodríguez, refiere que en este distrito los ambulantes se encuentran ubicados en zonas estratégicas, que con el paso de los años se han convertido en lugares de gran movimiento comercial.

"Tenemos, por ejemplo, en la parte alta del distrito, el perímetro del Coliseo Municipal, los alrededores del Palacio Municipal, la cuadra 10 de la avenida Tahuantinsuyo (cevicheros), en el sector Santa Verónica, en el perímetro del mercado Modelo, en el sector Jerusalén, la cuadra 1 del jirón Jordán, el frontis de los mercados Acomar y Acomimar, en la urbanización Manuel Arévalo, y muchos otros que ofrecen sus productos en el frontis de sus viviendas", refiere el funcionario edil.

Por su parte, funcionarios la Municipalidad de El Porvenir, sostienen que en este distrito la mayor parte de vendedores informales se ubican en calles aledañas al palacio edil, además en las zonas cercanas a los mercados.

¿QUÉ HACER?

Finalmente, el economista Francisco Huerta Benites, señala que para superar el comercio ambulatario que opera con bajos niveles de escala y productividad (y por ende de bajos ingresos), es necesario fortalecer el proceso de ordenamiento territorial (región, provincia y distrito), fomentar las aglomeraciones por línea de productos o integrados vertical o horizontalmente (dentro de ello profundizar iniciativas como la de centros comerciales mencionadas), asimismo, es necesario hacer amigable la formalización, crear ambiente más favorable para un crecimiento de las inversiones, y desarrollar más mercados.

+INFO

FORMALES E INFORMALES

De acuerdo al Instituto de Economía y Empresa (IEE), en toda la provincia de Trujillo habría 14.000 ambulantes. Asimismo, el mencionado centro de estudios económicos explica que los municipios solo cuentan a los ambulantes que han logrado registrar, asimismo, es necesario hacer amigable la formalización, crear ambiente más favorable para un crecimiento de las inversiones, y desarrollar más mercados.

MUCHO CUIDADO. No solo le generará estrés, sino otros problemas de salud a futuro.

Workaholic: un problema de adicción al trabajo

SEPA IDENTIFICAR A ESTE TIPO DE COLABORADORES QUE POCO A POCO VAN PERDIENDO SU NIVEL DE PRODUCTIVIDAD HASTA QUEDARSE SIN FUERZAS NI HABILIDADES PARA DESEMPEÑAR UNA FUNCIÓN DENTRO DE UNA ORGANIZACIÓN.

COACH CÉSAR ROLDÁN ZÚÑIGA
coach_roldancesar@yahoo.es

Desde la época de la globalización podemos apreciar en nuestro país y región un crecimiento económico que va de la mano al esfuerzo y dedicación constante de nuestra gente, lo que implicó a comprometernos con la organización que nos cobija y en muchos de los casos exigirnos cada año un nivel personal y profesional mayor, haciendo que pasemos más tiempo en nuestras labores.

La dedicación de un mayor tiempo a nuestro trabajo, muchas veces, nos ha llevado a sufrir pequeños problemas de organización y de atención, incluso hacia nuestros clientes internos y externos, debido a una carga de estrés, cambios de ánimo, carácter y muchos factores que empiezan a influenciar.

La presión que se nos presenta por compromisos adquiridos dentro de una organización nos conlleva a cambiar de ánimo, es por ello que es diferente trabajar bajo presión versus trabajar con presión interna y externa. Por ejemplo, interna es la que generamos nosotros mismos para alcanzar nuestro éxito deseado personal, y externa la que nos imprimen en nuestro trabajo para lograr las metas establecidas.

Esta dedicación que mucha veces lo vemos normal, que es el trabajar y trabajar, hablar por celular y seguir trabajando, revisar tus correos para seguir trabajando, sea en casa, ratos de esparcimiento, paseos entre otros, etcétera, va tomando otro nombre. A



Es un dilema. Empleados que asumen todo tipo de responsabilidad terminan complicándose la vida.

DIFUSIÓN.

Es importante que como empresarios o gerentes de recursos humanos podamos detectar estos problemas".

ello le llamamos el 'workaholic', que traducido al español quiere decir, 'adicción al trabajo', el cual produce muchos efectos nocivos tanto en la persona, que lo sufre como en su familia, pareja, hijos y compañeros de trabajo.

UN PROBLEMA COMÚN

La definición precisa de 'workaholic' es 'adicto al trabajo' y son generalmente aquellas personas ambiciosas en busca de cierta posición social, profesional o

económica, o por el contrario, aquellas personas demasiado inseguras que tienen dificultades para establecer relaciones sociales ocupando ese vacío con trabajo.

Comúnmente, este tipo de personas desarrollan su patología en un ambiente de trabajo competitivo. Se da en países desarrollados o emergentes. Una de las cosas que podemos detectar es que el trabajador pierde la alegría al desempeñar sus funciones, por consecuencia, acumula tensión y cambios en su estado de ánimo.

Otra de las características de un 'workaholic', es que les gusta asumir responsabilidades laborales que no le corresponden, con el propósito de demostrar más compromiso en el trabajo. Para lograrlo, asumen el trabajo de otros e incluso hablando mal del que hacía antes esa labor. Tienen, muchas veces, una mentalidad egoísta o creen saberlo todo y hacerlo todo bien.

SINTOMATOLOGÍA

Les brindamos los síntomas en las que cae una persona adicta al trabajo con la finalidad de detectarlo:

MENTALES:

Presenta ansiedad e irritabilidad, depresión, necesidad creciente de trabajar más y dedicarle más tiempo al trabajo, preocupación constante por el rendimiento laboral, sensación continua de estar agobiado, cansado, de no llegar a cumplir todo, sensación

de vacío emocional e infravaloración a nivel personal o familiar, creciendo la necesidad de estar constantemente trabajando o fuera de casa.

FISIOLÓGICOS:

Presenta estrés, insomnio, dolor de cabeza, cuello y espalda y a largo plazo, hipertensión arterial con predisposición a sufrir de enfermedades cardiovasculares, producto de la vida sedentaria que asume.

CONDUCTUALES:

Se observa la necesidad casi compulsiva de realizar listas de cosas por hacer y de anotar en la agenda hasta el más mínimo detalle. Gusta siempre hablar de su trabajo y nada más que del trabajo, perdiendo el interés por sus hijos y familia, no puede dejar de trabajar durante un período prolongado sin experimentar ansiedad, inquietud e irritabilidad, porque

se preocupa por compromisos adquiridos y prefiere tener actividad laboral.

EMOCIONALES:

Podemos apreciar a esta persona sufrir de problemas de pareja, de ser casado, por dedicarse a trabajar en uno o dos empleos, grandes problemas con los hijos por los problemas de comunicación, baja autoestima, sentir que puede ser un héroe en su trabajo

y un problema en casa por lo que siempre se queda que no lo valoran o comprenden, buscando refugiarse más en el trabajo.

Es importante que como empresarios o gerentes de recursos humanos podamos detectar estos problemas, ya que un trabajador con estas características no seriamente seguirá siendo altamente productivo, sino que poco a poco disminuirá su productividad.

KARLA CELI ARÉVALO
kceli@aldeasmart.org
CARLOS GONZÁLES MORENO
cgonzalez@aldeasmart.org

Cada día, las empresas sienten la necesidad de estar en todos los canales donde sus clientes experimentan mayor satisfacción en la búsqueda de información, debido al vertiginoso crecimiento de los usuarios conectados a la Internet, sobre todo, si lo hacen desde dispositivos móviles como los *smartphones* y *tablets*, cuyo mercado está en incremento.

El mercado se impone. En el 2012 se importaron unos 7 millones de teléfonos móviles en el Perú. El 20% de esos aparatos eran *smartphones*. El 2013 se habrían importado unos 7,5 millones de teléfonos móviles (Samsung, LG, Alcatel, Blackberry, etc.), de los cuales el 35 % serán teléfonos inteligentes (sin tener en cuenta los chinos). Indudablemente, esto nos muestra la evolución de las preferencias de los usuarios.

Frente a ello, surge la necesidad de rediseñar los sitios *web* desde el enfoque adaptativo para los dispositivos móviles (*smartphones*, *tabletas*, *netbooks*, portátiles, dispositivos de sobremesa, etc.). El diseño adaptativo, dirigido a dispositivos móviles, está realizada dentro del concepto ‘One Web’, que hace referencia a la idea de construir una *web* para todos (Web for All) y accesible desde cualquier tipo de dispositivo (Web on Everything), puesto que la forma de navegar e interactuar del usuario ha cambiado.

ADAPTACIÓN SMARTH

La tasa o porcentaje de rebote; es decir, la probabilidad que el usuario abandone un sitio *web* en pocos segundos es mayor cuando las empresas no se han proyectado en adaptar su sitio digital a las características y resoluciones de las pantallas del teléfono móvil o tableta por su

A TODO EQUIPO. Es necesario acercarse al consumidor a través de todos los sistemas informáticos.

Una *web* para todos los soportes tecnológicos

LA ALTA PRESENCIA DE SMARTPHONES Y TABLETS EXIGE QUE EL DISEÑO WEB SE ADAPTE A DIFERENTES SOPORTES EN BENEFICIO DE LOS USUARIO, POR LO QUE LAS EMPRESAS DEBEN PRESENTAR UNA MEJOR PLATAFORMA VIRTUAL, ADEMÁS DE INFORMACION AGRADABLE.



Modernidad. El año pasado se habrían importado 7,5 millones de teléfonos inteligentes.

mala experiencia.

El diseño adaptativo es un sistema de programación flexible que permite que el código reorganice y reestructure los elementos de la *web*, adaptándolos a la resolución

de pantalla donde están siendo visualizados, permitiendo la optimización del espacio disponible; por tanto, una mayor satisfacción para el usuario. Por ejemplo, si el sitio digital tiene un menú horizontal,

este se convierte en vertical para visualizarlo de manera más fácil y amigable en *smartphones*, organizando así el contenido de una mejor forma o manera.

Esta solución estratégica

permite a las empresas ser más accesibles a sus clientes. Brindarles opciones rápidas y amigables a través de un diseño ergonómico que se presenta como una solución eficaz para que la experiencia de bús-

E-BOOK

DISEÑO WEB

<http://www.zarqun.com/2013/02/el-gran-libro-de-diseno-web-en-pdf/>

LA WEB

NEURONA DIGITAL

Plataforma líder en capacitación en MKT Digital y adaptación tecnológica.
<http://neuronadigital.info/>

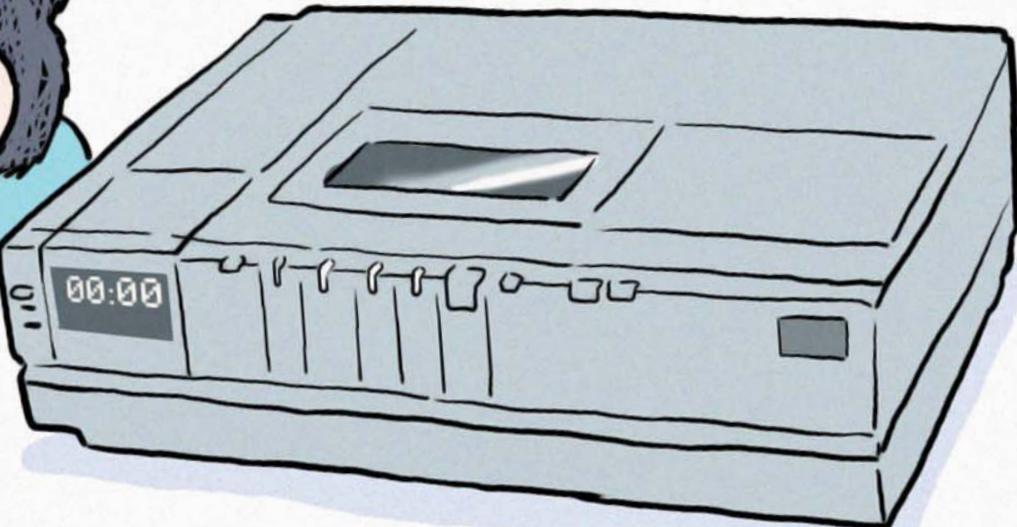
queda de información por parte del usuario sea mejor.

Asimismo, este diseño permite darle seguridad a las empresas porque maneja solo una dirección electrónica, teniendo más impacto sobre las campañas de promoción, porque todos los enlaces se dirigen al mismo URL, aspecto que es muy importante para el posicionamiento *web*. Esta forma permite al soporte móvil respetar la misma estructura de información que se presenta en el sitio digital.

Aunque la tecnología ofrece ventajas, el diseño adaptativo aún tiene limitaciones respecto del tiempo de descarga y el tamaño de los detalles, sus elementos no son redimensionables, como los vídeos y *banners*.

ANÁLISIS. Entidad que representa a los creadores nacionales e internacionales.

Apdayc: igualdad para todos los artistas



ALGUNAS CARÁCTERISTICAS DEL DESEMPEÑO DE UNA INSTITUCIÓN ALTAMENTE IMPORTANTE PARA LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DE AUTORES Y COMPOSITORES DEL PAÍS Y DEL MUNDO.

SULAY CASTILLO FARFÁN
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
Montes Delgado-Abogados S.A.C.

La Asociación Peruana de Autores y Compositores (Apdayc), según su estatuto y su página web, es una Sociedad de Gestión Colectiva que se encarga de representar y defender a los autores y compositores nacionales e internacionales. Para resaltar más su importancia en nuestro país, diremos que es la única Institución miembro de la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (Cisac) y por lo tanto, administradora del 98 % del repertorio musical mundial. Eso quiere decir que puede cobrar derechos de autor por casi toda pieza musical que se reproduzca en el país, por cualquier persona, lo que implica un gran poder

Eso quiere decir que puede cobrar derechos de autor por casi toda pieza musical".

económico.

Pero, ¿qué se entiende por una Sociedad de Gestión Colectiva? Pues son aquellas sociedades, bajo la forma de asociaciones civiles sin fines de lucro (en teoría al menos), a las que se les encarga la protección y negociación de derechos, en este caso los de autores y compositores. ¿Por qué? Porque tales autores y compositores son una comunidad amplia que: primero, si quisiera un usuario negociar sobre música variada tendría

que ponerse de acuerdo no solo con un autor, sino con muchos (teniendo en cuenta que se trata de algún evento en el que se desea proyectar música de moda), lo que representaría una contratación lenta, difícil y costosa, sino prácticamente imposible; segundo, si un autor o un compositor quisiera llevar un control, una fiscalización del uso de sus obras, esta se convertiría en una tarea exhaustiva, imposible de llevar a cabo debido al gran avance tecnológico que complicaría casi hasta el infinito dicha misión.

Tal y como lo expone Mario Alva Matteucci en su artículo 'La Sociedad de Gestión Colectiva, los derechos de autor y la obligación de retener el Impuesto a la Renta' citando a los autores Tavera y Oré, las sociedades de gestión colectiva son "aquellas entidades privadas encargadas de ad-

ministrar los derechos de propiedad exclusivos de los autores (creadores), de representar los intereses de los autores afiliados (tras la firma de un contrato de afiliación), y recaudar y distribuir los ingresos o regalías por el concepto de derechos de autor (tras la firma de un contrato de mandato) de usuarios nacionales vía autorizaciones y de otras sociedades de gestión extranjeras vía convenios o contratos de representación reciprocas autorizadas".

¿ACTÚAN CON IGUALDAD?

En cuanto a la recaudación, el Estatuto de la Apdayc y su tarifario incluyen, como obligados al pago, a los usuarios que hacen uso comercial y no comercial de las obras musicales, sin discriminación. Cualquier usuario, la finalidad del evento o el uso del repertorio. ¿Esta "igualdad" de trato será correcta? Pues, en principio Apdayc, como sociedad privada, goza de la autonomía privada de quienes la conforman y deciden sobre sus fines y actividades, pero como persona jurídica sin fines de lucro habría que analizar si realmente su actuar se corresponde con el fin con que se constituyó.

Creemos que el hecho de no distinguir (esto según el tarifario impuesto por Apdayc) entre un usuario de música de manera no comercial (como por ejemplo la difusión de la

música en una pensión de alimentos, un cumpleaños privado, un matrimonio, un bautizo, un bus, una emisora de radio, etc.) y uno que genera ingresos económicos a partir del uso de la música que difunde, hace que la preocupación aumente.

Está claro que no es lo mismo la música difundida por una discoteca, o por organizadores de eventos musicales, o en obras teatrales, entre otros, y la que escuchamos en el pequeño restaurante de la esquina, que sintoniza cualquier estación de radio para amenizar la comida de sus clientes. ¿Por qué debería hacerse esta distinción? La razón de ser es que existe en otros países el denominado 'fair use', lo que en nuestro idioma sería un "uso justo", un justo uso admitido, aquel que exonera del pago cuando el uso no es comercial. ¿Usted qué opina?

SEGÚN EL GOBIERNO.

Zonas pobres acceden a proyectos de agua potable



En regiones. Se ejecuta el 81 % de obras de este rubro.

LIMA. El Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento informó ayer que más del 81 % del total de proyectos de agua y saneamiento que financia el sector, en lo que va del actual gobierno, se ejecuta en las regiones más pobres del país.

El ministro del sector, René Cornejo, indicó que este porcentaje corresponde a 787 proyectos, para cuya ejecución se ha transferido a las municipalidades del interior recursos por S/. 2.843 millones.

Estos proyectos se desarrollan en los departamentos de Huancavelica, Apurímac, Huánuco, Puno, Ayacucho, Amazonas, Cusco, Cajamarca, Loreto, Pasco, Piura, Lambayeque, La Libertad, Junín y San Martín.

El número total de proyectos de agua y saneamiento que se vienen ejecutando durante esta gestión suman 964, que han demandado un desembolso total de S/. 3.887 millones en beneficio de 2,5 millones de peruanos.

Recalcó que este monto representa el 99 % de lo transferido en los cinco años del gobierno anterior.

Manifestó que el objetivo es mejorar las condiciones de salud pública e impulsar el desarrollo con la ampliación de la cobertura e incremento en la calidad de los servicios en las zonas más pobres.

TAMBIÉN DESTACAN LAS ESPECIALIDADES DE DERECHO, CONTABILIDAD E INGENIERÍA INDUSTRIAL, ENTRE OTRAS.

VÍCTOR JARA CABANILLAS
victorjara@laindustria.pe

El programa de Carreras para Adultos que desde el año pasado ofrecen sus servicios en Trujillo en la Universidad Privada Antenor Orrego (Upao), la Universidad César Vallejo (UCV), la Universidad Privada del Norte (UPN) y otras casas superiores de estudios, han despertado un gran interés en los trabajadores, empresarios y otras personas que después de varios años han decidido perfeccionar su experiencia laboral.

Por ejemplo, según un reporte de la Upao, durante el año pasado, al menos 850 personas se matricularon para seguir sus estudios en diversas carreras profesionales, en las que destaca Ingeniería Civil, debido a que concentró la mayor cantidad de alumnos bajo esta novedosa modalidad.

“Podemos decir que las expectativas en cuanto a las metas trazadas para el inicio del programa se han cumplido satisfactoriamente. El balance del año 2013 es positivo y se proyecta este 2014 a continuar por el mismo camino y con muchas alternativas académicas, procurando un mayor posicionamiento en el mercado y continuando con un sistema de estudio andragógico, que busca satisfacer a un público desatendido y con interés en la superación profesional”, refiere el director académico de Carreras para Gente que Trabaja de la Upao, Higinio Wong Aitken.

Agrega que la mayor demanda por Ingeniería Civil, se debe a que ésta genera grandes expectativas laborales apoyadas en el boom

POTENCIALIDAD. La construcción genera grandes expectativas por esta especialidad.

Ing. Civil es la carrera más pedida por adultos

CORTESÍA.



Experiencia laboral. Universidades locales cuentan con gran portafolio de especialidades profesionales.

de la construcción que se registra en nuestra región y el país en general. Recordemos que este rubro es uno que ha mostrado mayor dinamismo en los últimos años.

TAMBIÉN DERECHO

“En segundo lugar podemos mencionar a la carrera de Derecho, la cual es abordada en su mayoría como segunda carrera profesional, pero seguida muy de cerca por Administración e Ingeniería Industrial, quedando al final del ranking las especialidades de Contabilidad e

Ingeniería de Computación y Sistemas”, sostiene el funcionario de la Upao.

Refiere que los estudiantes de esta modalidad, en su mayoría lo conforman técnicos y profesionales que ya cuentan con una carrera, seguidos muy de cerca por aquellas personas que han estudiado secundaria completa y desean un obtener un título universitario.

OPORTUNIDADES DE ESTUDIO

De otro lado, hay que precisar que algunas universi-

dades instaladas en la ciudad de Trujillo, como es el caso de la Upao, ofrecen beneficios interesantes para sus alumnos en Carreras para Adultos, como por ejemplo, descuento por pronto pago y el descuento corporativo que son el 10 % de la cantidad total por abonar.

Asimismo, las casas superiores de estudios también cuentan con otros beneficios para sus alumnos, ya que los que trabajan en zonas alejadas de la ciudad pueden llevar algunas clases en forma no presencial.

CIFRAS

(2

ÁÑOS, en general, duran los estudios universitarios bajo esta modalidad.

(S/. 400

ES EL costo promedio mensual que se paga por este tipo de estudios.

EN SESIÓN DE AYER.

BVL cierra al alza ante entusiasmo de inversores

LIMA. La Bolsa de Valores de Lima (BVL) registró indicadores positivos al cierre de la sesión de ayer, por cuarta jornada sucesiva, impulsada por el entusiasmo de los inversionistas por adquirir acciones mineras y expectativas de mayor crecimiento de la economía.

El Índice General de la BVL, el más representativo de la bolsa local, subió 0,42 % al pasar de 16.465 a 16.535 puntos.

El Índice Selectivo de la plaza bursátil limeña, que está conformado por las 15 acciones más negociadas en el mercado, avanzó 0,61 % al pasar de 24.164 a 24.311 puntos.

El Índice Nacional de Capitalización (Inca), conformado por las 20 acciones más líquidas que cotizan en la BVL, se incrementó 0,35 %.

En la sesión de ayer el monto negociado en acciones se situó en S/. 10,45 millones en 426 operaciones de compra y venta.

Entre las principales acciones que presentaron índices positivos en la BVL figuran las de Minsur (6,45 %), Minera IRL (5,56 %), Candente Copper (4,55 %), BBVA Banco Continental (2,70 %) y Buenaventura (1,63 %).

El analista Leoncio Altamirano, dijo que la bolsa subió impulsada por el entusiasmo de los inversionistas que compraron acciones selectivas.



Optimismo. Mercado de valores dejó buenos resultados.

PROYECTO. Espacio destinado para la actividad privada busca apoyar la producción local.

Minoristas invierten más de US\$ 12 Mlls. en área comercial

SE TRATA DE UN TERRENO DE 235 MIL METROS CUADRADOS EN EL QUE SE EDIFICARÁ, DENTRO DE UNOS CUATRO AÑOS, UN NUEVO CENTRO COMERCIAL EN LA CIUDAD. EMPRESARIOS ESPERAN QUE SU PROYECTO TENGA UNA MUY BUENA ACOGIDA DENTRO DE NUESTRA LOCALIDAD.



Comercio. Empresarios de diversos rubros se unieron para hacer la compra del terreno, donde se construirá el nuevo emporio.

MARÍA GUERRERO MENDOZA
mbringasg@gmail.com

El área es extensa y propicia para desarrollar un centro comercial tipo mall. Se necesita más centros”.

centro comercial Parque Mype El Prisma en Trujillo.

Sin duda, la expansión económica en la ciudad viene generando nuevas oportunidades

de negocio para el sector empresarial y fuentes de ingreso para la región. Para el presidente de la Asiage, Osman Vásquez Rodríguez, esta iniciativa empresarial nace con el objetivo de brindar un espacio que contribuya al desarrollo de la producción y comercialización local.

“El área es extensa y es propicia para desarrollar un centro comercial tipo mall. Trujillo ha crecido y necesita algo parecido a estos grandes centros comerciales, pero no va a competir con ellos; es decir,

no con grandes marcas, porque la idea del mencionado proyecto es incluir a comerciantes netamente trujillanos para que cada uno cuente con su centro de trabajo”, puntualizó Vásquez Rodríguez.

A LARGO PLAZO

Agregó que el 75 % de los asociados de la Asiage pertenecen al rubro comercial y que alrededor de un 20 % son profesionales. Además, estimó que el proyecto comercial tipo mall, ubicado a espaldas del ex-complejo Chicago, estará

CIFRAS

(2018)

APROXIMADAMENTE, será el año en que estará listo el nuevo centro comercial para Mypes en Trujillo.

(12'526.000)

MILLONES de dólares invirtió la asociación de pequeños y medianos empresarios en la compra del terreno.

(435)

MIEMBROS conforman la Asociación de Comerciantes Industriales y Ambulantes en General (Asiage).

funcionando dentro de los próximos tres o cuatro años.

“La empresa es de capitales peruanos. Unas cuatrocientas dieciocho personas, entre pequeños y medianos comerciantes nos hemos asociado para poder comprar hace un año dicho terreno, pero ahora somos cuatrocientos treinta y cinco asociados y hemos logrado vender más de cien mil metros cuadrados. El precio de cada metro cuadrado es de ciento ochenta dólares”, precisó el presidente de la Asiage.

PRESENTARON LIBRO SOBRE LA HUACA DE LA LUNA



Recientemente, el Proyecto Arqueológico Huacas del Sol presentó un libro denominado: 'Investigaciones en Huaca de la Luna 2004', como parte de una política de difusión sobre hallazgos científicos respecto a la cultura Moche, promovida por la Universidad Nacional de Trujillo, gracias al aporte de la Fundación Backus y del Patronato Huacas del Valle de Moche.

Cultural. Los directores del proyecto arqueológico Carlos Wester y Santiago Uceda, juntos a Malena Morales, de Fundación Backus, explicaron los detalles del libro.

LA GALLETERA DEL NORTE SE VISTE DE MARINERA



Nuevo empaque. Ernesto Sánchez Vereau, administrador de la compañía, junto a Milko Balsamo Fasce, jefe de Planta GN.

Este año la Marinera tiene muchas novedades y ha logrado envolver con su dulzura a nuestros productos locales, es así que Galletera del Norte (GN) participa nuevamente como patrocinador del 54.º Concurso Nacional de la Marinera. Ante ello, Ernesto Sánchez Vereau, administrador de la compañía, junto a Milko Balsamo Fasce, jefe de Planta GN, señalaron que las galletas de vainilla GN lucirán diversas ilustraciones que simbolizan las tradiciones de nuestras ciudades del norte.

UNT CON PROGRAMA EDUCATIVO DE OBAMA



La Universidad Nacional de Trujillo (UNT), a través de su rector Orlando Velásquez Benites y el catedrático Pablo Aguilar Marín, participaron el pasado viernes 17 en Washington en el relanzamiento del programa 100.000 Strong in the Americas o La Fuerza de 100.000 en las Américas, una iniciativa del presidente Barack Obama, creada en el 2011. Al final firmaron un importante convenio.

Reunidos. El rector Orlando Velásquez junto a funcionarios de los EE.UU. luego de la firma del convenio académico.

TELESTANT IMPULSA CAMPAÑA DE SALUD VISUAL



Consultas: Teleoperadores y asesores comerciales resolvieron sus dudas con respecto a posibles molestias visuales.

Más de 300 colaboradores del Grupo Telestant Perú, en su mayoría agentes comerciales, participaron de la 'Campaña de Prevención Oftalmológica 2016' que organizó el área de Bienestar Social, con el objetivo de preservar la salud visual de los cientos de hombres y mujeres que laboran en esta empresa dedicada a la externalización de servicios y telemarketing.

PANTENE LANZÓ COLECCIÓN PARA EL CABELO

Procter & Gamble (P&G) presentó en el Perú la nueva generación de hidratación para el cabello de Pantene: la Colección Hidro-cauterización, la cual ofrece un régimen completo de productos para el cabello. Esta innovación es la primera colección de su clase y ha sido creada pensando en todas las mujeres que buscan una manera de reparar y proteger su cabello.



Expectativa. La gerenta de Comunicaciones P&G Perú, Ana Sofía Hernández; el gerente de Marca, Ronald Finkel y Ximena Arróspide.

EMPRESARIO TRUJILLANO,
VÍCTOR RIVASPLATA
GONZALES, APOSTÓ HACE
UNA DÉCADA POR EL
NEGOCIO DE TOLDOS E
ILUMINACIÓN. HOY ES EL
RESPONSABLE DE LA
INFRAESTRUCTURA DE LA
FIESTA DEL PEROL.

MARÍA GUERRERO MENDOZA
mariaguerrero@laindustria.pe

Su semblante relajado y voz contundente delatan a un emprendedor experimentado. Y no es para menos. Por quinto año consecutivo, Víctor Rivasplata Gonzales, profesional en Administración de Empresas, es el encargado de implementar con estructuras, toldos y mobiliario a una de los certámenes más tradicionales de Trujillo, la Fiesta del Perol, que recibe a miles de personas en enero de cada año.

Alrededor de 20 personas vienen trabajando a la fecha en el armado de la infraestructura del multitudinario espectáculo que se caracteriza por el uso de vestimenta blanca de sus asistentes y reúne a distinguidas personalidades nacionales e internacionales, en el marco del Concurso Nacional de Marinera que organiza anualmente el Club Libertad de Trujillo.

“Para armar este tipo de fiesta, trabajamos ocho horas diarias durante casi una semana. Este año se espera congregar a un promedio de seis mil personas; sin embargo, cuando comencé a trabajar en la Fiesta del Perol, la cantidad de asistentes era la mitad de lo que es hoy; es decir, cerca de tres mil personas. La demanda hizo que la fiesta sea cada vez más grande”, refiere Rivasplata Gonzales.

SU EXPANSIÓN

Su empresa Eventus lleva una década operando dentro y fuera de la ciudad, pero la travesía empresarial no ha si-

EL ARQUITECTO DE LAS FIESTAS

ARMANDO CASTRO Y LUIS ALVITRES.



Experiencia internacional. Víctor Rivasplata aprendió este oficio cuando radicaba en Venezuela.



Armado. Infraestructura demanda varios días de trabajo.



El Perol. Hace cinco años acondiciona esta fiesta.

do fácil. Víctor Rivasplata explica que hace diez años atrás había lanzado un servicio que era nuevo en el mercado local, pues no tenía gran demanda por parte de su público objetivo y eran pocas las firmas que se encargaban de la planificación de fiestas y reuniones particulares.

“Trujillo no tenía una oferta muy variada. Hace diez años una buena fiesta consistía en tener buena comida, licor y música. Ahora, la gente se ha vuelto más selectiva, porque desde que entras a un local, lo primero que ves es el toldo, la iluminación y la parte decorativa, por ello si todo es de su agrado, el cliente dirá que se trata de una linda fiesta”, asegura.

MARCA LA DIFERENCIA

“Hacer eventos es creatividad, no hay una universidad que te diga cómo organizarlos”, precisa Víctor Rivasplata, quien trabajó durante tres años como empresario de eventos en Venezuela y decidió retornar a su tierra natal, Trujillo, para emprender su negocio propio, en el referido rubro.

Explica que lo común en la ciudad es armar estructuras de toldos a 4 metros, porque trabajar a 8 metros, implica una infraestructura mayor. “Somos muy pocos los que podemos trabajar a esa altura y tener personal capacitado. Hemos trabajado para centros comerciales, universidades y hemos viajado a Lima, Ica, Chiclayo, Piura, Chimbote, entre otros”, puntualiza el empresario.