

**LOCAL****PROYECTO**

Grupo Pro Región alista hoja de ruta para La Libertad.

3

**CONSULTORÍA****ABRA LOS OJOS**

Indecopi visitará su negocio durante la campaña de Navidad.

►12

ENTREVISTA**ERNESTO SÁNCHEZ VEREAU.**

Administrador de Planta de Galletera del Norte.

►6-7

Emprendedores ►

SUPLEMENTO SEMANAL DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS
DEL DIARIO **La Industria**. N.º234 22/10/13.

Santa de shopping

La celebración de la Navidad generará un movimiento económico de alrededor de S/. 300 millones y un crecimiento en las ventas del sector Comercio en 15 % para la provincia de Trujillo, según estimaciones del Instituto de Economía y Empresa.



CON CLARO HOGAR YA LO PASADO, PASADO.

Sujeto a facilidades técnicas y de cobertura. Cobertura y restricciones en claro.com.pe

0800-00-200 desde cualquier teléfono | (01) 6-200-200 desde cualquier celular | *200 desde tu celular Claro | claro.com.pe



La Red
donde todo es posible

EVENTO. Empresarios se reunieron en Trujillo durante tres días en el 24.º EEN.

Ejecutivos muestran un gran optimismo y asumen retos

AFIRMAN QUE EL PERÚ PUEDE RETOMAR CRECIMIENTO DE MÁS DE 6 % ANUAL. A CONTINUACIÓN UN RESUMEN DE LO QUE FUE EL ENCUENTRO PRIVADO MÁS IMPORTANTE DEL NORTE DEL PAÍS, EL MISMO QUE RECENTEMENTE SE DESARROLLÓ EN LAS INSTALACIONES DE LA CÁMARA.

VÍCTOR JARA CABANILLAS
victorjara@laindustria.pe

Después de la tormenta llega la calma. Al parecer este viejo dicho popular cae como anillo al dedo a los ejecutivos que participaron en 24.º Encuentro Empresarial del Norte (EEN), en el cual los hombres de negocios, tras analizar la economía nacional e internacional, aseguraron que el crecimiento del PBI y el desarrollo social del país únicamente depende de todos los peruanos.

Uno de los temas más destacados durante los tres días que duró el evento (17 al 19 de octubre) fue que el crecimiento económico debe convertirse en desarrollo social, para lo que se requiere que los empresarios, el Gobierno, sindicatos, asociaciones y el resto de entidades o grupos sociales debidamente organizados asuman su rol y contribuyan a impulsar la búsqueda de un mejor país.

A nivel regional, la presidente de la Cámara de Comercio y Producción de La Libertad (CCPLL), Rosario Bazán de Arangúir, sostuvo que para el 2016 la región debería estar entre las dos primeras economías más importantes del país (hoy ocupa el tercer lugar después de Lima y Arequipa), tener el mayor número de empresas líderes y con Responsabilidad Social, ser la región más atractiva y segura para vivir (hoy Trujillo está entre las ciudades más peligrosas del país) y estar entre las tres regiones menos pobres del Perú.



Empresarios. Evento se desarrolló en la ciudad, donde se analizó las oportunidades y debilidades de la economía regional y nacional.

CIFRAS

(5 %)

APORTA La Libertad al PBI nacional.

(31 %)

DE POBREZA aún registra la región.

(4,3 %)

CRECIÓ la economía nacional durante agosto de este año.

LO QUE DEBEMOS HACER

El asesor económico-financiero internacional, Ricardo Lago, sostuvo que si el país pretende retomar el crecimiento de más de 6 %, entonces se tendrá que hacer reformas en la educación, en la seguridad ciudadana, promover más inversiones, que el Estado sea un facilitador de los negocios y que las empresas pequeñas puedan hacer negocios sin ningún problema con los empresas grandes.

La directora ejecutiva del Consejo Nacional de Competitividad, Angelica Matsuda, señaló que se requiere un Estado más eficiente y más competitivo, que el empresariado y el Gobierno trabajen en conjunto para ampliar la in-

fraestructura nacional, así como reducir la informalidad.

En tal sentido, Matsuda precisó que la modalidad de Obras por Impuestos sería un buen mecanismo para acelerar la construcción de carreteras, colegios, hospitales, reservorios para el agro, así como para concretar otros proyectos importantes que se necesitan en toda la región y el país.

En tanto, el presidente ejecutivo del Instituto de Economía y Desarrollo, César Peñaranda, sostuvo que efectivamente, el Perú necesita hacer reformas y cumplir con una agente de competitividad, la cual incluye mejorar todos los sectores y agentes involucrados en el crecimiento y desarrollo económico del país.

“Tenemos que ejecutar medidas con mayor velocidad y efectividad porque en un mundo globalizado no basta con avanzar sin mirar a los (países) vecinos. Tenemos que avanzar con más intensidad y siendo más competitivos. La aspiración tiene que ser crecer más de 5 %”, precisó César Peñaranda.

Finalmente, Bazán de Arangúir explicó que para lograr retomar el crecimiento económico y para hacer éste se traduzca en desarrollo social se requiere que el Gobierno impulse la competitividad empresarial, y a nivel de región se necesita tener un mejor aeropuerto, un puerto moderno, más colegios, hospitales y carreteras en las mejores condiciones.

SEGÚN RIMAC

Mercado de seguros aumenta en un 40 %

El mercado de colocación de seguros a nivel de regiones viene creciendo aproximadamente a un ritmo superior del 40 %, siendo Trujillo la tercera ciudad que evidencia una importante presencia en dicho rubro, informó la gerente de agencia provincias de Rimac Seguros, Karin Arce Enriquez.

No obstante, sostuvo que “si bien a inicios del año se venía creciendo a niveles importantes, se puede observar que ha habido una contracción en los últimos meses tras suscitarse un descenso de la expectativa de inversión de los empresarios en el país”.

Indicó que la cartera de clientes registra un importante dinamismo en el segmento persona tras crecer un 150 %. Además, refirió que los productos más solicitados y con mayor proyección de crecimiento en esta aseguradora son liderados por los seguros de vehículos y los de riesgos laborales.

La vicepresidenta ejecutiva de Rimac Seguros, Leonie Roca indicó que como parte del programa de responsabilidad social que se decidió implementar en dicha compañía en mayo de este año en que se lanzó el portal ‘Yo me cuido’, una iniciativa que busca generar una cultura de prevención, especialmente en los niños. “A través de web es de fácil acceso y gratuito”, dijo.



Expectativa. Hay más demanda de estos servicios.

A LAS 6:30 P.M.

'Hablemos de Publicidad' hoy en ciudad de Trujillo



Evento. Analizará mercado de este tipo de servicios.

Hoy, a partir de las 6:30 de la tarde, la conocida empresa de publicidad Mercado Negro llevará a cabo en el centro de convenciones Los Conquistadores de Trujillo, el encuentro '*'Hablemos de Publicidad'*', en el cual destacados profesionales de la industria de esta actividad y el *marketing* compartirán sus experiencias e historias de éxito con estudiantes y expertos del referido rubro.

Según el programa establecido, el evento tendrá como expositora a la directora del Área de Marketing de la Escuela de Postgrado de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Liliana Alvarado de Marzano, destacada especialista en temas de neuro-marketing, quien abordará temas vinculados a la psicología del consumidor.

Asimismo, se contará con la participación de la jefa de Marketing Digital de Isil, Daniela Gámez, conocida especialista en Social Media, quien dará a conocer cómo es que este moderno medio puede convertirse en un importante instrumento para posicionar la marca.

Finalmente, refirió que si bien en los últimos años las redes sociales cada vez más son formas efectivas para promocionar un negocio con poco presupuesto, estos medios aún no han podido reemplazar a los tradicionales.

INICIATIVA. Grupo Empresarial Pro Región convoca a profesionales, universidades y a otros gremios.

Alistan hoja de ruta regional para los próximos 50 años

WISTON BARBER ASEGURA QUE PROYECTOS SERÁN PRESENTADOS EN DOCUMENTO QUE IMPRIMIRÁN EN ENERO DEL 2014. ASIMISMO, SEÑALA QUE HAN CREADO UNA MESA DE DIÁLOGO PARA TRAZAR OBJETIVOS COMUNES, YA QUE SE BUSCA QUE LA REGIÓN LOGRE SU DESARROLLO SOCIAL.

VÍCTOR JARA CABANILLAS
victorjara@laindustria.pe

El Grupo Empresarial Pro Región –que agrupa a más de 30 compañías que operan en el norte del país– tiene en marcha un ambicioso e importante proyecto, el cual busca reunir a los profesionales, técnicos, universidades, autoridades y otras organizaciones para elaborar una hoja de ruta con miras hacia los próximos 50 años, la cual incluye la constitución de una mesa de trabajo.

Recientemente, con el apoyo del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Grupo Empresarial Pro Región, publicó un documento denominado "Mesa de Trabajo, hacia el desarrollo de la Macroregión", el mismo que incluye la descripción y situación de los más importantes proyectos que se espera se ejecuten en La Libertad.

Entre los proyectos que describre el mencionado documento se destaca a la 3.º Etapa de Chavimochic, el nuevo Plan Maestro del Puerto Salaverry, el panorama de la infraestructura vial regional, en Educación, Tecnología e Innovación, el desarrollo del anejo, la energía hídrica, eólica y megaproyecto Marañón, Salud, Parque Industrial del Calzado y Tecnológico de El Porvenir, la Ruta Moche, Plan de Desarrollo Metropolitano de Trujillo y Seguridad Ciudadana, entre otros que se requiere sean mejorados o concretados para lograr que La Libertad y la zona norte sea una de las más



Chavimochic. Este megaproyecto agroindustrial tendrá un enorme impacto en la economía regional.

Queremos hacer una hoja de ruta productiva y una visión para los próximos 50 años".

importantes de todo el país.

VISIÓN A LARGO PLAZO

El secretario del Grupo Empresarial Pro Región La Libertad, Wiston Barber Yrigoyen, explica que precisamente

este gremio busca que se ejecuten los proyectos antes mencionados, ya que se pretende que en los próximos años la región resuelva todos sus problemas que presenta a la fecha, lo cual elevará la competitividad y por ende hará que haya menos familias con necesidades por debajo de la línea de la pobreza y pobreza extrema.

"Queremos hacer una hoja de ruta productiva y una visión de la región para los próximos 50 años, además con proyección a la macrorregión. El primer objetivo es consolidarnos como región, y para ello tenemos que resolver nuestro problemas", precisa el ejecutivo.

Agrega que el trabajo incluye temas de reforestación, repoblamiento de alpacas y acuicultura, la carretera Salaverry–Juanjí, además cómo sacarle provecho a Chavimochic, el reordenamiento de la población inmigrante, considerando que cada día este proyecto agroindustrial atraerá más gente a la zona costera.

"Con la Tercera Etapa de Chavimochic, en 20 años vamos a tener 400 mil nuevas personas laborando en estas tierra agrícola. Nosotros queremos elaborar un documento consensuado para asumir y estar preparados para participar en este importante proyecto regional.

Señala que se pretende colaborar con las próximas gestiones públicas en la región, ya que el desarrollo no solamente es tarea de autoridades, sino también del empresariado, ciudadanos y de la población en general.

Finalmente, Barber Yrigoyen, precisó que para enero del 2014 se tendrá un nuevo documento elaborado, el cual será aprobado luego de una serie de reuniones de trabajo con los profesionales y Cámara de Comercio y Producción de La Libertad, universidades locales y el resto de entidades y personas convocadas para participar en este importante proyecto regional.

COLUMNADEEDITOR

Organicemos las compras por Navidad

MIRKO CAMPAÑA BOYER
mirkocampana@laindustria.pe



A pocos días de iniciar el penúltimo mes del año –increíblemente llegamos a la etapa final con importantes logros– es que se presentan una serie de gastos, y aunque parecieran superfluos, resultan ser de importancia para acabar el 2013 con tranquilidad. Y para hacer alcanzar nuestro presupuesto en la víspera y durante la Navidad, necesitamos tomar en cuenta algunas indicaciones, que si bien ya conocemos, bien merecen la vena recordar.

En principio, debemos conocer que según el Instituto de Economía y Empresa–IEE, esta campaña de Navidad movería unos S/. 300 millones en el sector Comercio a partir de la quincena de noviembre; es decir, estamos hablando que los trujillanos gastarían como mínimo S/. 150 en compras diversas, y podrían superar tranquilamente los S/. 3 mil a más.

Este importante dinamismo será la consecuencia de unas 2 millones 500 mil personas que visitarán los centros comerciales, entre grandes y medianos, de nuestra ciudad; es decir, estamos hablando que los trujillanos asistirán más de una vez a estos establecimientos a dejar importantes inyecciones de dinero a partir de la quincena de noviembre.

Una fecha clave es la primera quincena de diciembre, época en la que los empleadores hacen el depósito de las gratificaciones de fin de año. Se trata de una inyección

Si usted hace el uso del dinero plástico, sea prudente y no exceda sus créditos mayores al 30 % de sus ingresos que recibe cada mes”.

peto y derecho al libro de reclamaciones o en todo caso, haga efectivo su denuncia ante el Indecopi de Trujillo.

En **Emprendedores** tenemos el pleno compromiso de informar y educar a nuestros lectores sobre este tipo de temas, es por ello que hemos iniciado nuestra propia campaña de Navidad, en la que le ofrecemos una serie de recomendaciones a tomar en cuenta para desarrollar un presupuesto prudente en estas fiestas y culminar una compra satisfactoria.

Esta es campaña es una oportunidad para vender y comprar, pero hay que hacerlo en forma responsable.

de más del 100 % al bolsillo de los trujillanos y peruanos en general, convirtiendo a esa temporada en la de mayor movimiento económico para el sector Comercio.

Frente a este panorama, y si usted hace el uso del dinero plástico, sea prudente y no exceda sus créditos mayores al 30 % de sus ingresos extra que recibe en diciembre, priorice el pago de deudas y de proyectos a mediano y largo plazo, como inversiones de estudios o ideas de negocios productivos.

Asimismo, haga valer sus derechos como consumidor. En este punto, los centros comerciales, principalmente los grandes, tienen en claro que el cliente es lo primero, por lo que durante el año vienen preparando a su personal para trabajar bajo presión ante las exigencias de quienes opten por sus productos o servicios en oferta.

Pero si su compra no marcha con normalidad y observa alguna irregularidad en su facturación, acceda con todo respeto y derecho al libro de reclamaciones o en todo caso, haga efectivo su denuncia ante el Indecopi de Trujillo.

La Comisión de Constitución del Congreso de la República acaba de emitir un dictamen dando su opinión favorable a diversos proyectos de Ley que buscan reformar la constitución a fin incluir “el derecho fundamental al agua”. Esto no debe extrañarnos. De hecho, mucha gente es una tendencia mundial que los denominados “derechos sociales”, muchas veces derechos de acceder –aunque muchas veces de forma “programática”– a bienes concretos se incluyan en los textos constitucionales. Pese a ello, sí debemos preguntarnos. ¿Es esta reforma realmente necesaria? ¿Podría ser en

COLUMNISTAS



FERNANDO IBERICO
Analista senior de Intélico SAB (Intercorp)

Demandas internas siguen jalando el PBI

El Instituto Nacional de Economía e Informática (Inei) informó que el Producto Bruto Interno (PBI) creció 4,3 % en agosto, la segunda cifra más baja del año y ligeramente por debajo del 4,5 % registrado en julio, dada la moderación de las actividades de demanda interna. La cifra de crecimiento estuvo casi en línea con lo estimado por el consenso y por Intélico SAB. En este contexto, el PBI acumuló una expansión de 4,9 % en los primeros ocho meses del año.

El sector ‘Minería e Hidrocarburos’ lideró el avance con 7,9 %, ex-

plicado por la mayor producción de cobre, oro y plata. Asimismo, el aumento en la producción de combustibles líquidos y gas natural respaldó la industria local de gas y petróleo durante el octavo mes del año. Por su parte, el sector ‘Construcción’ anotó una importante expansión de 7,7 %, aunque menor al crecimiento de dos dígitos de julio. En ese sentido, el consumo de cemento aumentó 7,5 %, así como el desarrollo de obras públicas.

De la misma manera, el sector ‘Servicios’ (+6,0 %) exhibió un desempeño positivo en agosto gracias al mayor dinamismo del subsector financiero que creció 8,3 %. En tanto, las actividades de ‘Comercio’ con un 5,4 % y ‘Pesca’ con 5,3 %, mostraron resultados positivos, dada las mayores ventas de automóviles y el incremento en la elaboración de productos congelados marinos,

respectivamente. Finalmente, el sector ‘Manufactura’ cerró con una caída de 1,2 %, afectado por la menor producción de bienes de consumo.

El reporte del Inei mostró que la actividad local sigue siendo guiada por las actividades relacionadas con la demanda interna. En el mes de análisis, sin embargo, el sector ‘Minería e Hidrocarburos’ también contribuyó con la cifra de crecimiento del PBI. De acuerdo con nuestros estimados y la encuesta de expectativas macroeconómicas del Banco Central de Reserva (BCRP) del mes de septiembre, la actividad debería repuntar desde los niveles actuales, esperando un mejor desempeño durante el cuarto trimestre del 2013. Sin embargo, creemos que esta esperada aceleración del PBI será limitada.

Hay que tomar en cuenta que en Intélico mantenemos nuestro estimado de crecimiento económico del país para este año en 5,2 %.

Creemos que esta esperada aceleración del PBI será limitada. En Intélico mantenemos nuestro estimado de crecimiento económico del país para este año en 5,2 %.



MARIO ZÚÑIGA
Director de Contribuyentes por Respeto.

Una reforma que (no) hace agua

Desde nuestro punto de vista, ésta no resulta una reforma realmente necesaria. Los “derechos sociales” han sido más que nada un instrumento que han usado los políticos para hacernos creer que nos dan algo, sindicatos nada. Declarar que “toda persona tiene derecho... a acceder al agua” nos servirá de mucho, no servirá de nada para aliviar la situación de millones de peruanos que actualmente no acceden a una conexión de agua potable (normalmente, los más pobres) y que pagan 27 veces más que la gente que sí cuenta con dicha conexión, tal como muestra el estudio realizado por Contribuyentes por Respeto.

Lo que la gente necesita para tener más agua es “más gestión y menos declaración”. Necesitamos que Sedapal y el resto de EPS que brindan el servicio al público finalmente aprueben y contienen dicha limitación, esta reforma podría ser la “punta del iceberg” de un intento de bloquear la inversión privada en agua y saneamiento, que, sin ser la panacea, ha demostrado ser mucho más efectiva que la gestión estatal.

nosescriben

emprendedores@laindustria.pe

>Venta de autos

Interesante el artículo sobre la comercialización de autos en el Perú. Es positivo y alentador que Toyota venda alrededor de mil autos mensuales en el país, impulsado por los créditos que ofrece el sistema financiero nacional y porque este sector es dinamizado por el incremento del poder adquisitivo de las familias peruanas.

MARCO IPARRAGUIRRE
Trabajador Independiente

El administrador División de Toyota del Perú, Patrick Huggard-Caine Cardó, reveló que efectivamente, en el país se viene experimen-

tando una tendencia positiva de la comercialización de vehículos, donde La Libertad ocupa el tercer lugar, después de Lima y Arequipa.

>Jefes jóvenes

No solo el estudio revela que ahora las empresas contratan a jefes jóvenes, sino que además, esta nueva tendencia demuestra el gran impacto que los profesionales de entre 30 y 40 años pueden lograr para la gestión de una compañía y el manejo de grupos humanos. Sin embargo, aún hay compañías que mantienen sistemas ambiguos.

MARÍA PALACIOS
Administradora

El estudio de Universia se desarrolló en Latinoamérica, incluyendo el Perú. El alto nivel de contratación de personal joven para puestos gerenciales es, sin duda, un positivo indicador que revela, primero, la alta capacidad gerencial de los jóvenes, y segundo, el alto nivel académico superior que ofrecen las instituciones. Gracias por leernos.

>Smart City

Sabemos que en Trujillo y Arequipa se vienen desarrollando una serie de estudios para convertir a estas ciudades en Smart Citys. Al respecto, existen empresas involucradas, organismos

internacionales y autoridades de las respectivas ciudades. Con su artículo nos han permitido tener una clara idea de lo que podría ser Trujillo en un corto plazo.

ALONSO GARCÍA

Estudiante

El artículo Smart City es un resumen de las características e importancia de implementar un proyecto en ciudades emergentes. Cuando una comunidad está en pleno desarrollo socioeconómico es una oportunidad para construir un proyecto ideal de ciudad. En Trujillo se viene desarrollando un proyecto en base a esta idea.

PER CÁPITA

REGIÓN	PBI PER CÁPITA (S/.)
Áncash	18.078
La Libertad	13.248
Piura	12.612
Tumbes	9.944
Lambayeque	9.782

Fuente: MEF.

En la edición anterior

NAVIDAD FINANCIADA

El sistema financiero de La Libertad, tanto de bancos, como de entidades microfinancieras, han alistado una serie de productos para la campaña de Navidad de este año. En ese sentido, el BCR proyecta que por esta festividad se colocarán S/.180 millones; es decir, 25 % más que en el 2012.



AGENDA AL DÍA

MARTES 22 DE OCTUBRE

'Hablemos de Publicidad'. Se desarrollará hoy martes desde las 6:30 de la tarde a 9:30 de la noche en el Centro de Convenciones del Hotel Los Conquistadores de Trujillo. Las disertaciones estarán a cargo de profesionales con una amplia experiencia en el mundo digital, con un alto nivel académico.

LUNES 28 DE OCTUBRE

'El Primer Seminario Internacional de Educación'. Es organizado por la Facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Trujillo, y se desarrollará del 28 al 31 de octubre en nuestra ciudad. Los interesados pueden obtener información en la sede principal de esta casa de estudios.

MIÉRCOLES 28 DE OCTUBRE

'25.º Congreso de Estudiantes de Comunicación Social'. Se desarrollará del 28 de octubre al 1 de noviembre de este año en la Universidad Nacional de Trujillo, donde especialistas de una larga experiencia analizarán el comportamiento de los medios de comunicación en el Perú. Los interesados pueden informarse en esta casa de estudios.

Recomendamos:

generacionde-modelosdenegocio.com

Web que permite conocer casos de éxito de negocios desarrollados en el mundo. Asimismo, encontrarás estudios desarrollados sobre emprendimientos internacionales.



¿Agendar un evento? emprendedores@laindustria.pe

Emprendedores ►

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

en contacto con usted:

emprendedores@laindustria.pe

ENTREVISTA**ERNESTO SÁNCHEZ VEREAU.** Administrador de Planta de Galletera del Norte.

“Esperamos producir 100 mil panetones por Navidad”

EJECUTIVO TAMBIÉN MENCIONA FÓRMULA QUE DEBE IMPLEMENTAR EL GOBIERNO PERUANO PARA MANTENER LA ESTABILIDAD ECONÓMICA Y MEJORAR LA CONFIANZA EMPRESARIAL Y ATRAER ASÍ MÁS INVERSIONES. ADEMÁS AFIRMA QUE PRODUCCIÓN DE ESTA EMPRESA ES EXPORTADA A MERCADOS DE DIVERSOS PAÍSES DEL MUNDO.

JOEL ALBÁN.

VÍCTOR JARA CABANILLAS
victorjara@laindustria.pe

Una gran circulación de dinero y un desbordante consumo han caracterizado siempre la llegada de la Navidad que se inicia meses antes de la Nochebuena, por lo que las empresas fabricantes de panetones y de otros productos de alta demanda, como es el caso de Galletera del Norte (GN) vienen trabajando a doble ritmo para satisfacer el mercado en la región.

Es así que en la siguiente entrevista el administrador de planta de GN, Ernesto Sánchez Vereau, explica que este año esta reconocida marca registrará un importante crecimiento en sus ventas por la alta demanda de sus productos en el mercado local, nacional y a nivel internacional.

—¿Cuántos años llevan en el mercado?

—Ya tenemos 38 años en el mercado desde que la empresa se fundó se ha trabajado mucho para crecer.

—¿Cómo se inicia GN?

—Es una empresa familiar que se inicia en Lima, con la marca de Panaderías San Jorge. En los años 70 deciden apostar por una inversión en regiones y ciudades del norte, como fue el caso de Trujillo. De aquí abastecemos a todo el norte. Se inició con una sola línea de producción, luego vi-

PERFIL

PROFESIÓN: contador egresado de la UNT.
EDAD: 33 años.
TRAYECTORIA: 13 años trabajando en GN.
CAPACITACIONES: cuenta con diplomados en Comercio Exterior y Logística, además tiene una maestría en Centrum Católica.



Nuevo diseño. Panetón GN ahora sale en caja tipo una casa con un figura colonial.



Presentación. Empresa recién presentó nuevo producto.

no la segunda línea, se hicieron nuevos productos y se abrieron nuevos mercados, pues ahora atendemos a Chimbote, Trujillo, Chiclayo, Tarapoto y al resto de ciudades del norte; también exportamos.

—¿A qué mercados internacionales llega la producción de esta empresa?

—Estamos en Ecuador, Chile, Colombia, algunos países del Caribe como Haití, República Dominicana, Costa Rica, y en estos últimos meses estamos iniciando exportaciones para el mercado de Estados Unidos. Tenemos ocho años exportando a mercados externos. Las exportaciones las iniciamos enviando nuestros productos a Ecuador, luego ingresamos a otros mercados y lo seguimos haciendo.

—Es decir, ¿sus productos tienen una alta demanda en varios mercados del exterior?

—Nuestros productos son de alta calidad y poco a poco seguimos enviando a nuevos mercados.

—Al parecer no han sentido el impacto de la crisis financiera que se inició en Europa el 2007 y luego se expandió al resto del mundo...

—Nos afectó en el tipo de cambio, pero pese a los problemas nos mantenemos y seguimos creciendo. Acá producimos galletas dulces y saladas y panetones.

—Estamos a inicio de la

Estimamos que creceremos entre 10 a 15 %. En el mercado hay muchas marcas: Donofrio, Motta y otras".

Ya hemos hecho una inversión para la ampliación de los nuevos almacenes. Este proyecto se inició hace dos años".

calidad es la que nos identifica a nosotros.

—Como toda empresa seguramente tienen un plan de expansión en el mercado, para lo que se requiere hacer nuevas inversiones con el fin de innovar y mejorar su infraestructura. ¿Qué nuevas inversiones harán este o en los próximos años?

—Ya hemos hecho una inversión para la ampliación de los nuevos almacenes, este fue un proyecto que se inició hace dos años, donde se han invertido 2 millones de soles. Esta inversión se hizo entre el 2011 y 2012.

—¿Hay otros proyectos de inversión para los próximos años?

—Aún estamos en revisión, pero siempre vamos a procurar que si hay una mayor demanda vamos a crecer más.

campaña navideña y siempre en esta temporada la fabricación de panetones es un boom por la gran demanda en el mercado nacional. ¿Cuántos panetones tienen proyectado producir en esta temporada?

—Además de la presentación de bolsa y de caja, estamos lanzando la presentación de casita, que es un panetón con una dieta espe-

cial, con ingredientes importados, además evoca a un nacimiento navideño y hace referencia a lo colonial que es Trujillo. Es decir, estamos haciendo algo para que la gente pueda adornar su casa. Esperamos llegar a una producción de más de 100 mil unidades de panetones.

—¿Qué porcentaje de crecimiento representa la producción de panetones que harán por la campaña navideña de este año en comparación del 2012?

—Estimamos que creceremos entre 10 y 15 %. En el mercado hay muchas marcas de panetones: Donofrio, Motta, Gloria y otras, pero nosotros ofrecemos un producto de calidad y a un precio adecuado que nos ha permitido mantenernos en el mercado. Hay mucha competencia entre marcas incluso las panaderías pequeñas sacan su propio panetón. La

estabilidad política y fiscal, mientras haya esas condiciones entonces tendremos un clima favorable para cualquier empresa. Los cambios tributarios y la carga impositiva tributaria es lo que más nos afecta, un 2 % adicional afecta al mercado y también a los clientes. Sin embargo, la forma como se está desarrollando este gobierno nos favorece porque tenemos un clima de confianza empresarial, no una visión a futuro que haya cambios en forma brusca.

Políticas de Responsabilidad Social

—Dentro de sus actividades de Responsabilidad Social, ¿qué políticas han implementado hasta ahora?

—Con nuestros empleados estamos implementando medidas de seguridad en el trabajo. Tenemos asesores que nos están ayudando para mejorar las condiciones de nuestros trabajadores, además para hacer los cambios necesarios.

En cuanto a nuestra responsabilidad con la comunidad, estamos ofreciendo un producto de

calidad a un precio económico. Tenemos controles para asegurarnos que el producto que llega al consumidor final sea excelente.

—¿Cuántos trabajadores

laboran en esta empresa?

—En Trujillo tenemos más de 100 trabajadores y a nivel nacional somos más de 400 empleados.

—Hablamos de su presencia en el mercado regional. En la última década el Perú y en

especial La Libertad crecieron a tasas no esperadas, por encima del 7 %. ¿Cómo ha influido este crecimiento en el sector empresarial?

—Todo el crecimiento económico de la región dinamiza el consumo, entonces al tener mayores ingresos la población consume más nuestros productos. Los que nos afecta es la estacionalidad: cuando los colegios y las universidades están de vacaciones el consumo baja un poco, pero cuando se reinician las clases la demanda

aumenta.

—¿En cuánto aumenta la demanda de sus productos luego de la estacionalidad?

—El consumo aumenta en un 20 o 30 % porque los colegios son nuestros potenciales clientes.

—¿Como empresarios se sienten cómodos con las políticas implementadas por el Gobierno de Ollanta Humala Tasso?

—Para mantener el crecimiento es necesario que haya una

INFORME

MARÍA GUERRERO MENDOZA
mariaguerro@laindustria.pe

La expectativa del comercio minorista y los grandes centros comerciales de Trujillo crece ante la llegada de la Navidad, época muy especial del año en el que el ánimo de consumo aumenta y muchas marcas intensifican sus acciones de marketing y campañas publicitarias para desplegar sus encantos y reforzar así su imagen en la mente de los consumidores y clientes.

Según el Instituto de Economía y Empresa (IEE), entre mediados de noviembre y diciembre de este año, la tradicional celebración logrará un impacto económico de más de S/.300 millones por ventas, que representa un incremento del 15% respecto al 2012, además de un aumento del 10 % tanto en el empleo temporal como en los ingresos de los consumidores libertaños.

Asimismo, la referida institución estimó que para esta campaña navideña un total de 2'500.000 personas visitarán los principales establecimientos comerciales de la ciudad, destacando entre ellos el Mall Aventura Plaza, que registró más de 1,5 millones de visitas en diciembre del 2012.

Para el presidente del IEE, Francisco Huerta Benites, la dinámica de las compras durante estas fechas "está impulsada además del ingreso corriente, por el crédito de las instituciones financieras y las casas comerciales".

HABLAN LAS CIFRAS

Por su parte, el gerente del Mall Aventura Plaza de Trujillo, Ricardo Pérez Dupont, indicó que durante el último mes del año, el cual representa cerca del 15 % del movimiento económico anual, las ventas se incrementarán alrededor del 10 % más que en la campaña del año anterior.

En tanto, la gerenta de Ventas de Saga Falabella de Trujillo, Melissa Mendieta Vásquez, refirió que en este periodo, dicha empresa se proyecta crecer en un 15,3 % contra el año



Fuente: Centros Comerciales consultados.

Fuente: Instituto de Economía y Empresa-IEE.

LO QUE SANTA NOS TRAE

CAMPAÑA NAVIDEÑA GENERARÁ UN IMPACTO ECONÓMICO DE S/. 300 MILLONES EN VENTAS. CENTROS COMERCIALES RECIBIRÁN MÁS DE 2 MILLONES DE PERSONAS EN ESTAS FECHAS.

anterior. Además, sostuvo que en diciembre, la afluencia de público se eleva considerablemente, lo cual les permite percibir un ingreso promedio de 35 mil clientes durante los fines de semana.

La administradora del Open Plaza-Los Jardines, Milagros Reyes Quesada, reveló que se planea aumentar las transacciones comerciales en un 15 % en

relación al 2012 para esta campaña navideña.

LA LLUVIA MOJA A TODOS

El presidente de la Junta de Propietarios directivos de El Virrey, Franklin Yábar Ferrer, el 24 de diciembre es un día más que relevante.

"La campaña navideña representa el 20 % del total del

movimiento económico anual. Para mí el 24 de diciembre supera en ventas lo que se obtiene en un mes no tan bueno, es decir un promedio de sesenta mil soles producto de las transacciones en dicho periodo", explicó Yábar Ferrer.

La decana de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad César Vallejo, Rosa Moreno Rodríguez, afir-

ma que estamos una sociedad cada vez más consumista.

En ese contexto, indicó que las grandes cadenas de centros urbanos no son indiferentes a estas transformaciones económicas y por ello es que, dichas firmas en estas fechas se esperan por preparar sus estrategias de mercadotecnia.

"La estrategia de profusión es un enganche importantísimo.

mo. El 2 por 1 o el cierra puertas es una táctica de promoción que llega a los correos o por medio de un volante o a tu casa", puntualizó.

En tanto, el director académico de la Universidad Privada del Norte (UPN), Víctor Caíballero Guerrero, sugirió a las empresas ofertantes tratar de posicionar una identidad comercial ante sus clientes.

COACH. CÉSAR ROLDÁN Z.
coach_roldancesar@yahoo.es

El artículo anterior dijimos que toda empresa debe generar un programa de servicio hacia los clientes de manera constante y enfocando aspectos básicos como son: el desarrollo personal y profesional del personal de contacto, mejorar el proceso de sistema de registro y recopilación de datos y la forma en que brindemos explícitamente el servicio.

Pero debemos reconocer que si deseamos brindar un correcto y diferenciado servicio al cliente, primero debemos cuidar al cliente interno y lograr que se genere un servicio de excelencia entre los mismos integrantes de la organización, buscando entre los integrantes una sinergia que permita empoderar los procesos realizados por los colaboradores, esto también nos permite generar un clima organizacional agradable donde podamos emitir críticas constructivas con tolerancia, respeto y prudencia, buscando que los trabajos y procesos sean más sencillos con la finalidad de generar una distinción que sea apreciada por los clientes externos.

Y por otro lado si buscamos que nuestros colaboradores sean líderes del servicio que les toca brindar, lograremos personas responsables y dispuestas a ofrecer un servicio de calidad cada vez que sea necesario, tanto interno como externo.

Es importante que reconozcamos que para servirnos internamente debemos agregar valor a nuestra forma de hacerlo mediante gestos positivos, sonrisas, pidiendo con cortesía y agradeciendo entre los mismos integrantes de los equipos.

TALLERES DE AUTOESTIMA

Es necesario que las empresas generen en sus organizaciones talleres de formación que permitan ganar competencias, como son la actitud positiva que genere mejorar la

SEGUNDA PARTE. No solo basta con generar un programa externo de atención especializada.

Primero es el servicio a nuestro cliente interno

LA CLAVE PARA MANTENER A LOS COLABORADORES CON BUEN ÁNIMO Y DESEOS DE REALIZAR UN TRABAJO EFICIENTE POR CONVICCIÓN ES GENERAR ESPACIOS DE CONFIANZA, PARA LO CUAL SON IMPORTANTE LOS TALLERES DE AUTOESTIMA Y CAPACITACIÓN PERSONAL.



Talleres. Compañías deberían implementar eventos de capacitación para mejorar imagen personal de sus colaboradores.

Imagen personal, valorarse y facilitarle herramientas para el manejo de emociones y sentimientos ante situaciones negativas; además, mejorar la autoestima permite ayudar a los compañeros a brindar un buen servicio, el enseñarles a manejar los juicios que emitimos a una u otra persona solo con verla, es una competencia que debemos mejorar, pues de esta manera produciremos comunicaciones más efectivas y positivas que permitan resul-

La autoestima nos ayuda como valor a que los colaboradores puedan mejorar sus hábitos de cortesía y ganar distinciones en la comunicación efectiva".

tados buenos en las transacciones internas y negocios a nivel externo.

Entonces quedamos en que la autoestima nos ayuda como valor a que los colaboradores puedan mejorar sus hábitos de cortesía, ganar distinciones en la comunicación efectiva, sentirse bien consigo mismo, ganar competencias en el escuchar efectivo, captando las necesidades de los clientes y consiguiendo un actuar profesional y coherente.

¿PARA QUÉ NOS SIRVE?

Existe un prefacio universal que dice lo siguiente y todos los que estamos vinculados en el crecimiento de las organizaciones sabemos: "Si no le está prestando un servicio al cliente, su deber es prestárselo a quien sí lo haga". "Todo el mundo tiene un cliente". "El servicio de calidad comienza dentro de la organización".

El servicio interno nos sirve para implantar un método de crecimiento personal y profesio-

nal de los colaboradores, los cuales al sentirse bien en el desarrollo de sus labores disminuyen el nivel de rotación; asimismo, ir formando personas que al ser desarrolladas nos sirvan para ir ampliando el negocio o por sus ideas se conviertan en los nuevos líderes de la organización.

Veamos también que si no atendemos primero a nuestros clientes internos, optaran por actuar de manera negativa para la organización como por ejemplo: efectuarán reclamos o confrontaciones inútiles que permiten divisiones dentro de la compañía, no acceden a realizar las actividades que se les encomienda o hacerlas solo por cumplir y no por convicción, equivocarse y buscar a quien acusar, entre otras acciones negativas.

Debemos iniciar por transmitir a nuestros colaboradores metas y felicitarlos cuando las cumplan, para que descubran las motivaciones que les permitan aprender a trabajar por convicción y no por presión, de esta forma estaremos aplicando una cultura organizacional efectiva, lo cual se reflejará a nuestros clientes.

Estimados amigos, iniciemos a armar un programa de capacitación y formación en base de talleres que mejoren la calidad humana, profesional y de integración entre sus colaboradores, puesto que toda empresa necesita este tipo de prácticas a nivel interno. Éxitos para todos.

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

Actualmente, todos reconocen que el poder de las redes sociales (Facebook, Twitter y YouTube) para promocionar y fidelizar clientes es enorme, teniendo en cuenta que los usuarios están bajo una constante influencia clave para las decisiones de compra. Sin embargo, muchos propietarios tienen miedo de hacer este gran salto, sobre todo porque no están seguros de por dónde deben comenzar.

Decidir qué hacer y cómo hacerlo puede ser una tarea agotadora, así que aquí les damos algunos consejos para que su negocio comience a trazar en las redes sociales.

1. Elegir la red adecuada. Decidirse por las redes que son importantes para la empresa y la comunidad. No crear cuentas en todas las redes habidas y por haber (que son numerosas). Si no estamos seguros cuál elegir, la recomendación es empezar por Facebook para ir conociendo el desarrollo de estas plataformas.

2. Llegar al público. Informar a nuestro público que tenemos presencia en una determinada red y solicitarle que nos acompañe en este nuevo canal, por lo que el enlace debe figurar en todas las comunicaciones externas (firmas electrónicas, notas de prensa, tarjetas de visita, comunicados, etc.). Mantenerse enfocado siempre en el público con el cual se desea interactuar. Si es posible, anunciar en Facebook que nos permitirá llegar con mayor precisión en una audiencia casi perfecta.

3. Seleccionar contenido y escuchar a los demás. Brindar recursos útiles que pueden ir más allá de los contenidos estrictamente institucionales o comerciales. Es un error ver a los clientes solo como signos de dólares. Estamos muy importantes tener en cuenta los

ES BÁSICO. Digitalización de organizaciones se ha convertido en un sistema de uso indispensable.

Sepa cómo dar el primer paso en las redes sociales

¿QUÉ FACTORES DEBEMOS TENER EN CUENTA PARA IMPLEMENTAR EN REDES SOCIALES A NUESTRA EMPRESA? ESPECIALISTAS EXPLICAN PASO A PASO DE CÓMO PUEDE HACER USO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES PARA PODER LLEGAR DE LA MEJOR MANERA A TODOS SUS CLIENTES.



Recomendaciones

El E-BOOK

El abc de las redes sociales
Rafa Bordes
<http://www.bubok.es/libros/224865/El-ABC-de-las-redes-sociales>

Guía rápida donde se explica, en un lenguaje fácil de entender, cuáles son los beneficios que te aporta participar en las principales redes sociales, que resultará muy útil para PYMES, emprendedores y para todo aquel que no se ha iniciado en las redes sociales.

LA WEB

<http://marketingdigitaldesdecero.com/>
Todo lo que necesitas saber para lograr tu presencia online.

5. Ser consistente. Conectarse con una comunidad virtual no sucede de la noche a la mañana. Llegará momentos en que usted se preguntará si, realmente, vale la pena el tiempo invertido. Además, también se dará cuenta que es un trabajo que demanda muchas horas y esfuerzo; sin embargo, todo tendrá su recompensa en un tiempo corto.

6. Contratar un especialista. Hay que ser realistas. No encargue esta labor a su secretaria o a su hijo adolescente solo porque "utilizan Facebook casi todo el día". Para ser realmente exitosos en el uso de los social media, se

comentarios, puesto que la audiencia siempre está con un pie delante de nosotros.

4. Compartir contenido. Incluir opciones en la web pa-

ra compartir contenidos en las redes sociales y pedir a los usuarios que también lo comparten. Debemos hacer un seguimiento para conocer a quiénes está llegando nues-

tro contenido. Asimismo, podemos difundir información de otras instituciones, teniendo en cuenta que nosotros también podemos difundir nuestros post.

requiere desarrollar una estrategia de comunicación e identificar con claridad las metas. Es necesario conocer cómo se responden los comentarios negativos, puesto, sin importar el tipo y tamaño de la compañía, siempre aparecen los comentarios negativos. Las redes sociales funcionan cuando hay una labor planificada y de manera correcta.

No olvidemos que nos guste o no la gente está hablando de nuestra organización o empresa en las redes sociales, con comentarios positivos, pero también negativos. Esto no podemos evitarlo, por tanto lo que se impone es que formemos parte de esa conversación, de ese diálogo. A veces, algunos empresarios se asustan ante la posibilidad de hacer frente a los comentarios negativos.

En realidad, sin embargo, los comentarios negativos vendrán si la empresa tiene presencia o no. ¿Acaso no es una mejor idea la de tener la oportunidad de abordar los problemas de los clientes directamente con ellos, para que el mundo vea lo fantástico que significa para una empresa cambiar las percepciones negativas en positivas, ya sea con pedir disculpas y hacer que la situación se torne en correcta? Esa es la virtud y belleza de los medios sociales para las empresas: Las empresas tienen la oportunidad de abordar las percepciones negativas en un foro público, la cual es una excelente oportunidad para cambiar la realidad. No nos dejemos confundir.

DANIEL MONTES DELGADO
Abogado PUCP. Montes Delgado – Abogados S.A.C.

Y a estas alturas del año empezamos una nueva campaña navideña de parte de los comerciantes, grandes y pequeños. Es la época de gran cantidad de ofertas, por lo que hay aspectos que los comerciantes deben cuidar si no quieren verse envueltos en alguna controversia con los amigos de Indecopi, que también salen de campaña fiscalizadora.

Hay dos cosas en especial que deben vigilarse: las normas sobre publicidad comercial y las normas de protección al consumidor. En cuanto a las primeras, se tiene claro que la publicidad debe ser veraz, hasta donde sea razonable. Así, no sería una infracción el exagerar las bondades del producto o servicio, en la medida que eso es lo que se espera de la publicidad.

LO PROHÍBIDO

Pero, por otro lado, no sería admisible que se oferten mercaderías que no se tienen en stock en realidad, solo para atraer público a la tienda y ofrecerles otros productos que no son los ofrecidos o no tienen la misma calidad.

En cuanto a las ofertas en sí, se exige que se indique claramente el plazo de vigencia de la oferta, con fecha de inicio y de término. Aunque pudiera parecer que la fecha de inicio es innecesaria, habida cuenta que hay una fecha de publicación o difusión, hemos visto casos en que Indecopi se pone terco exigiendo la fecha de inicio de la oferta en el anuncio, y lo mejor es no dar pie a esta clase de discusiones.

Además, se debe indicar la cantidad máxima de ofertas o productos disponibles para la oferta. Sugerimos, por precaución, que si usted desea ofertar algo en forma permanente, aún así coloque estas limitaciones en sus avisos o publicidad, pues Indecopi algunas veces no entiende la diferencia entre una oferta limitada y una promoción u oferta permanente, por lo que antes que lamentar deber tomar las debidas precauciones.

LA FESTIVIDAD. Mantenga su negocio en orden y evite sanciones.

La campaña navideña: cuidado con Indecopi

LAS EMPRESAS QUE OFRECEN PRODUCTOS O SERVICIOS EN NOVIEMBRE Y DICIEMBRE SERÁN EXTRICTAMENTE VIGILADOS POR INSTITUCIONES FISCALIZADORAS QUE TIENEN COMO ÚNICO FIN PROTEGER AL CONSUMIDOR. CUIDADO CON LOS ERRORES EN SUS AVISOS PUBLICITARIOS.

ARCHIVO.



Cuidado. Sus ofertas publicitarias pueden presentar errores y ser víctima de una multa por parte de la entidad fiscalizadora.

decir, la cantidad de combinaciones disponibles para la oferta. Sugerimos, por precaución, que si usted desea ofertar algo en forma permanente, aún así coloque estas limitaciones en sus avisos o publicidad, pues Indecopi algunas veces no entiende la diferencia entre una oferta limitada y una promoción u oferta permanente, por lo que antes que lamentar deber tomar las debidas precauciones.

No dar respuesta o no atender los reclamos es considerado una infracción y puede determinar una presunción de responsabilidad o admisión".

EL CLIENTES ES LO PRIMERO

Encanto a la protección del consumidor, hay que atender a la 'idoneidad' del bien o servicio. Este criterio que Indecopi usa ampliamente, consiste en comparar lo ofertado con lo realmente brindado al consumidor. Si hay una diferencia negativa, entonces el proveedor es responsable por esa falta de idoneidad. Por ejemplo, sería una falta de idonei-

dad ofrecer juegos de luces navideñas de 200 luces, cuando en realidad no funcionan todas ellas, o si el producto no trae la cantidad ofrecida. Como lo sería también que un servicio de instalación ofrecido no fuera debidamente otorgado, o cobrado en forma adicional cuando la oferta dice que está incluido.

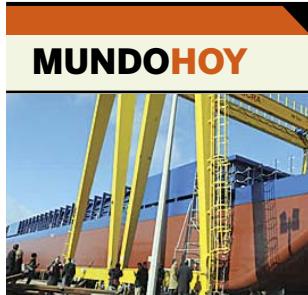
En ocasiones ocurre esto con el servicio de entrega a domicilio, por lo que si usted no va a realizar ese

transporte, será mejor que lo indique claramente, o indique el costo de ese transporte adicional, si el cliente lo va a requerir o solicitar.

MÁS RECOMENDACIONES

Tenga en cuenta además que debe tener siempre a la mano el libro de reclamaciones, y que debe dar respuesta a dichas reclamaciones en un plazo razonable, dejando constancia en el mismo libro o en las comunicaciones dirigidas al cliente. Eso no quiere decir que siempre le dé la razón al cliente, sino que atienda a sus requerimientos de investigación del problema suscitado, así como la subsanación oportuna de defectos en el servicio (generalmente, las demoras en la atención suscitan la mayoría de quejas).

No dar respuesta o no atender los reclamos es considerado una infracción y puede determinar una presunción de responsabilidad o admisión de culpa de parte del proveedor, así que no se desciende de ese aspecto durante la presente campaña.



MUNDOHOY

INDUSTRIA NAVAL SE ENFOCA A BRASIL.

■ Con el impulso derivado de la demanda generada con la instalación de las plantas de celulosa de UPM en Fray Bentos y Montes del Plata en Conchillas, la industria naval uruguaya se enfoca ahora hacia Brasil para elevar una facturación anual que hoy alcanza US\$ 20 millones.



CENCOSUD DESMIENTE COMPRA DE CADENA.

■ El holding Cencosud, controlador de Jumbo, Santa Isabel, Easy, Paris y Johnson's, desmintió que haya adquirido la cadena de ferreterías Construmart, como lo habrían señalado versiones periodísticas. "De parte de Cencosud no ha existido ni existe interés en participar en dicho proceso", indicó la empresa.



PETROCARIBE AÚN NO DEFINE EXPORTAR.

■ Los procesos oficiales, comerciales e internacionales establecidos en la importación de combustibles serán los principales obstáculos para que el gobierno de Honduras comience a recibir carburantes del pacto energético venezolano de PetroCaribe. Se sabe que exportaciones de combustible serán en diciembre.

NUEVA INYECCIÓN. Según presidente de YPFB, Carlos Villegas Quiroga.

Petroleras invertirán más de US\$ 16 mil Mlls. en Bolivia

REDACCIÓN EMPRENDEDORES
emprendedores@laindustria.pe

Desde 2014 hasta 2025, las empresas petroleras que operan en el país invertirán US\$ 16.000 millones en actividades de exploración hidrocarburífera. En promedio, cada año se destinarán unos US\$ 1.333 millones para encontrar nuevas reservas de gas natural, petróleo y condensado.

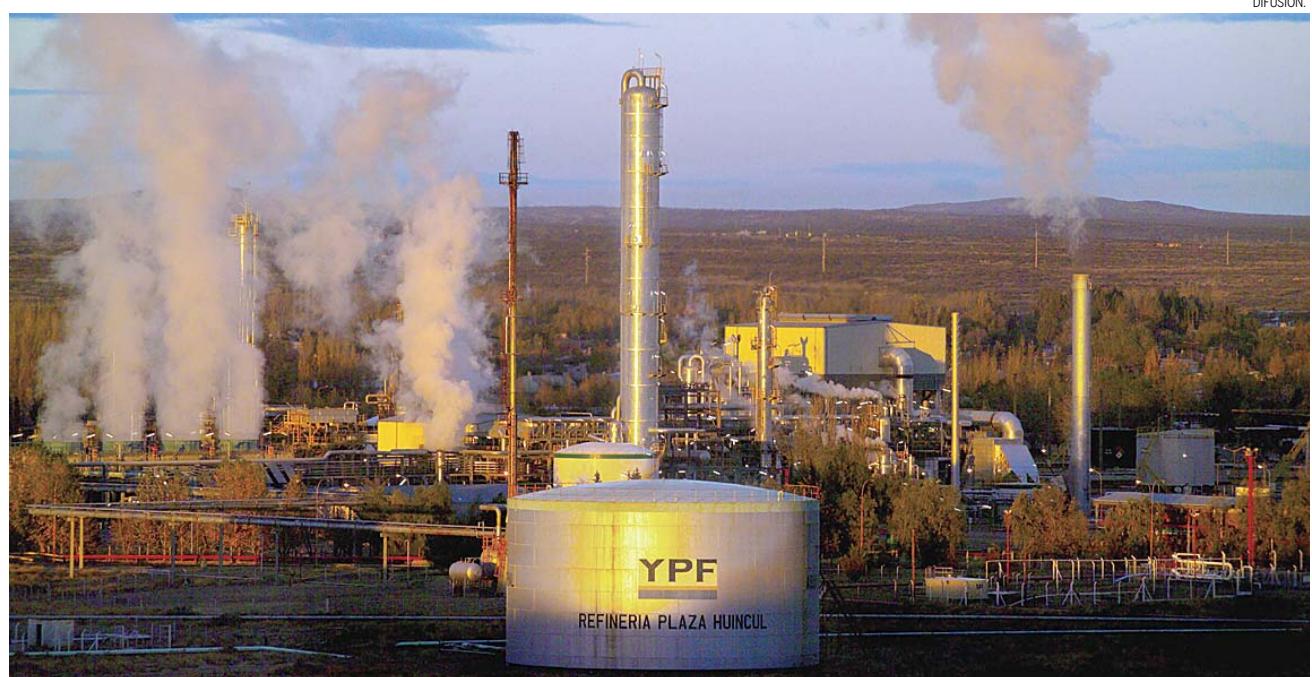
Este monto supera con creces la inversión realizada por las compañías petroleras en los últimos seis años, cuando se destinaron unos US\$ 2.100 millones a esta actividad, a razón de US\$ 350 millones por año, informó en conferencia de prensa el presidente de Yacimientos Petrolíferos Fiscales Bolivianos (YPFB) Corporación, Carlos Villegas Quiroga.

"YPFB está trabajando con una proyección a 2025. Hasta 2025 hemos previsto gastar exclusivamente en exploración US\$ 16.000 millones", precisó el máximo ejecutivo de la petrolera estatal, quien retomó sus funciones luego de un par de meses en los que estuvo bajo tratamiento médico.

Asimismo, Villegas indicó que para encaminar las actividades exploratorias en todas las áreas de interés se están proponiendo medidas de incentivo a las inversiones en exploración, las cuales están en proceso de discusión.

"Lo que estamos haciendo para encaminar las actividades de exploración es generar incentivos. Hemos tenido reuniones con gobernaciones y municipios porque ellos son los beneficiarios de la renta petrolera en una proporción im-

EN ESTE PAÍS HAY 10 EMPRESAS EXTRANJERAS CON GRANDES PROYECTOS. SE TRATA DE EXPLORACIONES QUE SE DESARROLLARÁN HASTA EL 2025. EJECUTIVOS VUELVEN A MOSTRAR CONFIANZA EN EL GOBIERNO DE EVO MORALES.



Exploración. Hasta el 2025 compañías ejecutarán grandes proyectos en varias zonas del mencionado país.

portante de IDH y regalías. Para ello, requerimos el apoyo de los gobiernos subnacionales. Ellos han aceptado, se sigue un proceso de discusión y esperamos que en el transcurso de los próximos meses se aprueben estos incentivos de exploración". De igual forma, dijo que se están agilizando los plazos de autorización y aprobación de nuevos contratos de licencias ambientales.

CONFIANZA EMPRESARIAL

El presidente de YPFB también recordó que tras la emisión del Decreto Supremo 1202 de Incentivo a la Producción de Hidrocarburos, el 18 de abril de 2012, la explotación

de petróleo en Bolivia aumentó. "El incremento en la producción de petróleo ha sido resultado de una decisión que se tomó estos últimos años, de implementar un incentivo", afirmó.

El 25 de abril, el ministro de Hidrocarburos y Energía, Juan José Sosa, sostuvo que la producción de petróleo en el país se incrementó de 4.632 barriles por día (BPD) a 5.178 BPD. "Con este incentivo hemos incrementado más de 1.000 barriles (por día), que serían los resultados que tenemos".

COMPANÍAS EXTRANJERAS

Además de YPFB y sus subsidiarias, en Bolivia operan

Repsol, Petrobras, British Gas, Pan American Energy, Total, Gazprom y PDVSA.

Villegas pide prudencia a Ríos y a Del Granado. El presidente de YPFB Corporación, Carlos Villegas, pidió prudencia al jefe nacional del Movimiento Sin Miedo, Juan del Granado, y al exministro de Hidrocarburos Álvaro Ríos cuando se opine sobre temas hidrocarburíferos para "evitar incertidumbre y mala información" que se podría dar a la población.

"No podemos ser irresponsables de lanzar cualquier idea (...). Deploro, critico, que personas que no tienen la moral suficiente generen incertidumbre en el país", fustigó en

CIFRAS

(2.100

MILLONES de dólares se han invertido en este sector.

rueda de prensa el máximo ejecutivo de la estatal.

Según el análisis del ex ministro de Hidrocarburos, difundido por el partido MSM, Bolivia tiene retrasos en la exploración y necesita inversiones inmediatas de hasta US\$ 6.000 millones para tener nuevas reservas a mediano plazo en este país.

Bolsa de Valores de Lima

ÍNDICE SELECTIVO (ISBVL)

	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 (mlls. \$.)	Última semana (%)	En el año (%)
VOLCAN - B	1.32	1.30	1.30	1.29	1.30	-1.52	" 372,654.00 "	38.00	" 6,810.04 "	-1.51516	-44.79
BVN	13.60	13.90	13.85	13.85	13.90	1.84	780.00	2.00	" 3,817.54 "	1.83823	-61.10
MINSUR	1.35	1.35	1.33	1.33	1.34	-1.48	" 140,378.00 "	20.00	" 3,834.39 "	-1.48148	-43.40
SOUTH. COOPER CORP.	28.50	28.60	28.60	28.40	29.00	0.35	130.00	1.00	" 24,084.87 "	0.35088	-24.44
CERRO VERDE	25.01	25.01	25.20	25.02	25.19	0.76	" 1,450.00 "	3.00	" 8,821.41 "	0.75970	-33.68
MAPLE	0.62	0.61	0.61	0.58	0.62	-1.61	" 16,900.00 "	8.00	100.12	-1.61290	-44.55
IFS	29.75	30.00	30.00	29.80	31.00	0.84	" 7,300.00 "	2.00	" 2,808.46 "	0.84034	-16.20
LA CIMA - I	2.32		2.32			0.00	" 2,023.00 "	1.00	" 3,512.28 "	0.00000	-34.46
GRANA Y MONTERO	11.35	11.35	11.35	11.00	11.35	0.00	" 274,494.00 "	26.00	" 7,445.13 "	0.00000	17.01
CASAGRANDE	9.30	9.30	9.30	8.85	9.25	0.00	850.00	2.00	783.38	0.00000	-35.64
BAP	138.00	139.00	138.99		139.70	0.72	" 1,817.00 "	13.00	" 11,086.05 "	0.71739	-4.80
FERREYROS	1.78	1.75	1.75	1.75	1.79	-1.69	" 17,747.00 "	5.00	" 1,654.15 "	1.68539	-6.39
ALICORP - I	5.00		5.00	4.51	5.65	0.00	" 4,000.00 "	3.00	" 7,246.54 "	0.00000	1.01
BBVA CONTINENTAL	6.15	6.13	6.10	6.11	6.35	-0.81	" 12,530.00 "	6.00	" 13,581.48 "	-0.81301	-8.41
REF. LA PAMPILLA	0.37	0.36	0.37	0.36	0.38	0.00	" 1,093,312.00 "	25.00	460.53	0.00000	-18.92

Reporte financiero

LA LIBERTAD EN LA BVL

RENTABILIDAD DE ACCIONES EN EMPRESAS DE LA REGIÓN

	Última operación	Cierre (S.)	En la última semana (%)	En el año (%)
Cartavio S.A.A.	10/17/2013	14.000	0.000	-37.778
E.A. Casa Grande	10/21/2013	9.300	0.000	-35.640
E.A. Chiquitoy -C	-----	-----	-----	-----
E.A. Barraza -C	-----	-----	-----	-----
E.A. Sintuco -C	-----	-----	-----	-----
E.A. Laredo -C	10/17/2013	29.000	0.000	-9.375
Cementos Pacasmayo -C	10/21/2013	6.450	0.467	-5.147
Creditex	-----	-----	-----	-----
Cia. Minera Poderosa	9/12/2013	3.340	0.000	-12.105
Cementos Pacasmayo -I	10/10/2013	4.000	0.000	-32.773

CIFRAS

(-0,05 %) (-0,16 %)

RETROCEDÍÓ Dow Jones, a 15.392,01 unidades; el índice Standard & Poor's 500 avanzó un 0,01 %.

CAYÓ el ISBVL durante la jornada, con 23.355,92; el IGBVL terminó el lunes con 15.916,41 (+0,16 %).

Sol se depreció ante la incertidumbre de la FED

La bolsa sol se depreció frente al dólar al cierre de la sesión de ayer, ante la incertidumbre de los mercados locales por las decisiones que la Reserva Federal de Estados Unidos pudiera tomar en relación a su política de estímulo monetario. De esta manera, el tipo de cambio terminó ayer en S/. 2,775 por dólar, superior al de la jornada previa (viernes 18 de setiembre) de S/. 2,768. La cotización de venta del dólar en el mercado paralelo se situó en unos S/. 2,79 en horas de la tarde, mientras que en las ventanillas de los principales bancos se ubicó en S/. 2,839 en promedio. El analista de la consultora Maximixe, Luis Saenz, indicó que el sol se depreció con relación al dólar debido a la incertidumbre que aún persiste en los mercados.



El oro termina estable en floja jornada

El oro cerró estable en una jornada de mucha cautela, debido a que los inversores se contuvieron de hacer apuestas, luego de un repunte de la semana pasada generado por coberturas de posiciones cortas ante expectativas de que la Reserva Federal posponga la reducción de su programa de estímulos. El oro cerró con una baja marginal del 0,1 % a US\$ 1.314,89 la onza. Los futuros del oro en Estados Unidos para entrega en diciembre subieron US\$ 1,20 a US\$ 1.315,80 la onza. El precio del oro subió casi un 4 % la semana pasada por expectativas de que la FED tenga que mantener sus medidas de estímulo.



CULTURA BURSATIL

Bolsas mixtas

Gabriel Samanez GPI Valores SAB

Con relación a los índices principales, el S&P 500 cerró el día de ayer en positivo con 1.744,66 (+0,01 %), y el Euro Stoxx 600, lo hizo igualmente con 319,54 puntos (+0,34 %). También, se sabe que Asia se mantuvo positivo con el índice Nikkei, de Japón, en 14,693,57 puntos (+0,91 %), el Shanghai Composite, de China, en 2,229,24 puntos (+1,62 %) y el Kospi, de Corea del Sur, en 2,053,01 puntos (+0,03 %). Los commodities se encontraron mixtos el día de ayer: oro US\$ 1.315,40 (+0,06 %), plata US\$ 22,21 (+1,36 %), cobre US\$ 3,3025 (+0,11 %) y petróleo US\$ 99,15 (-1,65 %). El mercado de Estados Unidos se mantuvo positivo el día de ayer. El día lunes los inversionistas mantuvieron el comercio con calma, debido a que hoy se mostrará el reporte de desempleo que tuvo que posponerse debido al cierre parcial de gobierno estadounidense, durante 16 días. Asimismo, el VIX, índice de volatilidad del mercado, aumentó +0,92 % y se situó por encima de los 13 puntos. En último lugar, las nuevas solicitudes de desempleo, mostradas el jueves pasado, disminuyeron a 358 mil, desde las 373 mil de la semana anterior a esa. También se sabe que los reclamos continuos de desempleo se redujeron a 2.859 millones, frente a los 2.902 millones mostrados la semana anterior. En cuanto al mercado europeo, éste terminó el día con resultados mixtos. En Alemania, se mostró el índice de precios de producción el cual se encontró por encima de lo estimado por los analistas, en +0,3 %. Además, se sabe que en Italia, las órdenes de producción industriales aumentaron +2 %, en el periodo intermensualmente.



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 bolsas 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.

ORAL-B PRESENTA NUEVA LÍNEA DE PRODUCTOS

La marca de cuidado bucal Oral-B, de Procter & Gamble (P&G), presentó el lanzamiento de la línea de productos Oral-B 3D White; un avanzado sistema de blanqueamiento disponible por primera vez a los peruanos. Los productos representan un nuevo estándar de excelencia en blanqueamiento, al brindar beneficios comprobados y garantizar resultados visibles, para lograr una sonrisa verdaderamente deslumbrante.



Cualidades. La gama de productos Oral-B 3D White ofrece un régimen de belleza integral para cuidar el activo más importante de nuestro rostro: nuestra sonrisa.

PREMIO LIDERAZGO DE EMPRESA SIDERPERÚ

Durante el 24.^º Encuentro Empresarial del Norte, La Cámara de Comercio y Producción de La Libertad premió a Siderperú, como 'Empresa líder del Santa' por sus méritos empresariales en las líneas de aporte productivo a la economía y al desarrollo de la región, a la inversión económica, generación de puestos de trabajo y estrategia de gestión con enfoque de responsabilidad social empresarial.



Personalidades. El presidente de la Confiep, Alfonso García Miró y el coordinador de Responsabilidad Social de Siderperú_Gerdau, Jorge Castillo, durante la distinción en el evento empresarial.

ORBITUM NETSRL MOSTRARÁ TECNOLOGÍA

Ante la modernización de todos los procesos productivos, los empresarios afrontan nuevos desafíos, por lo que requieren soluciones de tecnología para optimizar sus actividades; es por eso que desde hace 4 años Orbitum NetSRL viene desarrollando e implantando sistemas de información de alta calidad en la nube, los que serán presentados en la ciudad de Trujillo.



Conferencia. Hoy a las 11:30 de la mañana, esta empresa ofrecerá este tipo de tecnología en Bolognesi 451.

UPAO INICIA CURSO POSGRADO



Participantes. Profesionales participando del segundo curso postdoctoral.

A través de la Escuela de Postgrado y el Instituto de Gobernanzas y Gestión Pública (Idegob), los profesionales de diferentes especialidades con grado de Doctor iniciaron con éxito el segundo curso Postdoctoral en Investigación en las Ciencias Sociales convocado por la Universidad Privada Antenor Orrego (Upao).

DISERTAN SOBRE LIBERTAD ECONÓMICA EN UCV

'Libertad Económica para el Desarrollo ¿Cuál es el rumbo?', fue el nombre de la ponencia disertada por el congresista Luis Galarreta Velarde, a los estudiantes de los diferentes ciclos de la carrera profesional de Derecho de la Universidad César Vallejo.

En la ponencia se trató sobre las concordancias y diferencias existentes de la libertad económica en otros países.



Expectativa. Galarreta recibe libro sobre César Vallejo.

MARÍA GUERRERO MENDOZA
mariaguerrero@laindustria.pe

En medio del fulgor inocente, rostros risueños y generosos aplausos, Fiorela Arévalo Pérez comenzó a los 18 años de edad sus primeras presentaciones como animadora de fiestas infantiles, sin imaginarse que los pequeños ingresos que percibía por aquél trabajo eventual crecerían al decidir convertir su afición en una próspera empresa de eventos.

Con una inversión de unos S/. 120, dinero que obtuvo gracias a la divertida y exigente labor de amenizar la fiesta de los ‘más pequeños’ de la casa, pudo financiar la confección de sus propios vestuarios, los que ella misma se encargó de elaborar con mucho esmero y que en un breve lapso comenzó a utilizar en cada uno de sus shows.

Bien dicen que el que busca encuentra. Así lo pudo comprobar Fiorela Arévalo, quien en su afán de no dejar pasar ningún fin de semana para deleitar a su joven público con su motivadora voz y su entretenido repertorio de juegos, siempre logró tener la agenda llena.

“Nosotros lo que hacíamos era ir en busca de nuestro público y manejar una cartera de clientes. Fue así que llegamos a trabajar tres años haciendo el show de Hora Loca en Bizbar. Eso nos ayudó a crecer mucho, pues como eran temáticas distintas, teníamos que confeccionar vestuarios para cada fin de semana”, cuenta Arévalo Pérez.

La valiosa experiencia que adquirió tras varios años de dedicación a este oficio, le permitieron seguir creciendo y empezar a trazarse metas como el decidir crear su marca y ampliar los servicios de su empresa para abrirse camino a nuevos proyectos.

EL SUEÑO EMPRESARIAL

“Con el paso del tiempo logré adquirir presencia y hacer

TALENTO QUE HACE BRILLAR

FIORELA ARÉVALO PÉREZ COMENZÓ COMO ANIMADORA DE FIESTAS INFANTILES Y AUNQUE ES EDUCADORA DE PROFESIÓN, OPTÓ POR EXPLOTAR SUS CUALIDADES PARA CREAR SU PROPIA EMPRESA DE EVENTOS.



Show. Eventos presentan un gran espectáculo.



Destello. Servicios de animación con alta demanda.

contactos. Así pude crear Perú Eventos Trujillo, una empresa dedicada a organizar fiestas infantiles, matrimonios, quinceañeros y eventos corporativos. Ahora, además del show, ofrecemos el ser-

vicio de iluminación decorativa, sonido, música, fotografía y video”, explica la joven emprendedora.

Pese a haber estudiado una carrera profesional que ejerció solo durante un año, decidió



Emprendedora. Fiorela Arévalo Pérez creó su empresas con una mínima inversión.

abandonar su trabajo como docente para iniciar este proyecto empresarial al que se dedicó en un 100 %, pues tenía la certeza de haber hallado en esta iniciativa no solo su verdadera vocación, también la an-

helada ruta hacia el éxito.

Con el propósito de ingresar al mercado de provincias, Arévalo Pérez reveló que Perú Eventos ha abierto una nueva oficina en Tarapoto, donde un promotor de ventas se

está encargando de la difusión de la marca. No obstante, reñió que si bien la agencia aún no cuenta con un servicio integral, se han trazado la meta de mejorar su oferta para el próximo año.