



REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE PIURA

Empresario

AÑO 21 - N° 75

Agroindustria impulsa desarrollo regional

Exportaciones de mango crecen 18%

Empleo sigue creciendo en Sullana y Paita



¡¡¡ BASTA YA !!!

Se inicia cruzada para exigir mayor atención al Gobierno Central

TODOS POR LA SEGURIDAD

Poder Judicial, INPE, y Camco Piura unen esfuerzos para mejorar Seguridad Ciudadana

5 APPS DE NEGOCIOS

Los dispositivos móviles se han convertido en una herramienta indispensable para hacer negocios

DATERO AGRARIO

MINAGRI lanza interesante aplicación que beneficia a productores agrícolas



TRABAJAMOS A TU RITMO

**RED
DE CAJEROS
INTELIGENTES**



**CAJEROS
PIURA CASH**

**LOS ÚNICOS CAJEROS QUE RECIBEN
DINERO Y TE DAN VUELTO**

Ahora en el  **mac**
mejor atención al ciudadano
**INTERIOR C.C. REAL PLAZA PIURA
(Al costado de tiendas ÉL)**

Ubícalos en las agencias de Caja Piura a nivel nacional

Pago de cuotas de créditos
Depósitos y retiros de dinero en efectivo
Consulta de saldos, y mucho más
No cobran comisión por operación.

 **CAJA PIURA**
Trabajando a tu ritmo



**CLÍNICA
OFTALMOLÓGICA
DE PIURA**

Drs. Pongo

- Catarata
- Pterigión
- Glaucoma
- Estrabismo
- Láser para Miopía, Hipermetropía, Astigmatismo, Tratamiento de Patologías de Retina y Vítreo, Retinopatía Diabética.



EMERGENCIA

**Atención: Lunes a Sábado de
8:00 a 1:00 p.m. y 5:00 a 8:00 p.m.**

Telf.: (073) 325708 Cel.: 969645022 RPM: #155898
Av. Grau 1026 - Piura  clinicaop@hotmail.com



ÓSCAR CARRASCO VÁSQUEZ

Perito Tasador

Acreditado por la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP, con Registro REPEV N° 395 - 98- SBS.

Tasaciones de:

- Propiedades, plantas y equipos.
- Activos fijos aplicando componentización.
- Deterioro del valor de los activos.

**Tus bienes con justiprecio,
profesionalismo y esmero**

**CALLE AREQUIPA N° 642,
PISO 07, OFICINA 06
Plaza Fuerte - Piura**

Celular 969600215
Rpm *109133
Teléfono: 073-304146
Entel: 946083978
Email: ocv@speedy.com.pe

www.tasacionesocv.com.pe

Con más de 10 años de experiencia, el **Centro Médico Hematológico E.I.R.L.** cumple con todos los requisitos necesarios para brindarle a nuestros clientes, la mayor seguridad y calidad, en medicina.



DRA. PATRICIA CANNATA ARRIOLA

**CRECEMOS BRINDÁNDOLE APOYO
AL DIAGNÓSTICO MÉDICO**

Contamos con profesionales preparados en gestión de calidad y mejora continua para ofrecerle:

- > Amplia gama de Análisis Clínicos.
- > Servicios de toma de muestras a domicilio.
- > Exámenes médicos ocupacionales.
- > Sucursales en Paita, Talara, Clínica Miraflores - AUNA.

Especialidades Médicas:

- | | | | |
|---------------------|---------------|---------------|----------------------|
| - Dermatología | - Psicología | - Ginecología | - Neurología |
| - Endocrinología | - Pediatría | - Ecografía | - Oftalmología |
| - Gastroenterología | - Neumología | - Hematología | - Medicina Intensiva |
| - Nefrología | - Cardiología | - Rayos X | - Medicina Interna |

"Modernidad, tecnología y vanguardia. Únete al grupo de clientes satisfechos que apuestan por la calidad de nuestros servicios especializados".



ENCUÉTRANOS EN:

Av. Guardia Civil C-8 Urb. Miraflores - Castilla - Piura / Telf.: (073) 345594 - Cel.: 969865281 - 969829430 - RPM: # 385448 - # 296361
Clínica Miraflores: Las Dalias A - 12 Urb. Miraflores - Castilla - Piura / Telf.: 340967 - Cel.: 969585240 - RPM # 259968
Jr. Zepita 424 - Paita / Cel.: # 962973017

INFORMES EN: informes@cmhematologico.com.pe

www.centrohematologico.com.pe



REVISTA **Empresario**

JULIO 2015

INTEGRANTES DEL DIRECTORIO

Dr. Edmundo Rodríguez - Frías Benza
Presidente

Sr. Moisés Ricardo Álvarez Elías

Primer Vicepresidente

MBA. Javier Bereche Álvarez

Segundo Vicepresidente

Ing. José Luis Puig Raygada

Director Tesorero

Sr. Guillermo Alejandro León Arámbulo

Director Pro Tesorero

Ing. Eduardo Gerardo Espinosa Burneo

Director

Lic. Julio Guillermo Castagnino Lema

Director

Lic. Salustio García Espinosa

Director

MBA. José Luis Cotrina Viacava

Director

MBA. Emiliano Flores Palacios

Director

Dr. Rufino Francisco Arribas Otoyá

Director

Dr. Daniel Andrés Montes Delgado

Director

Sr. Carlos Sánchez Delgado

Gerente General

DIRECCIÓN

Lic. Carmen F. Peña Morales

EDICIÓN

NORPRESS EIRL

JR CALLAO 330, OFICINA Q. 2DO PISO

073 331840 #969675555

IMPRESIÓN

PRENSA GRAF EIRL

Jr. Junín 487 - Piura

Telf: 305276 - Cel.:969636665

Urb. San Eduardo A-2

Teléf. 321871 Telefax 332609

<http://www.camcopiura.org.pe>

E-mail: camarapiura@camcopiura.org.pe

En esta edición

8

Piura aprovechará mejor sus recursos



10

Comprometidos con la Seguridad Ciudadana



11

Por el respeto que merece la región Piura



15

Empleo crece en Paita y Sullana



además

6. Nuevos socios

7. Revista Empresario se renueva

9. Capacitan gratuitamente a mujeres emprendedoras

12. Factores en la determinación de la valuación comercial de terrenos

14. Exportación de mango crece 18% al año

16. 5 apps para hacer negocios

17. Minagri presenta el "datario agrario"

18. La importancia del seguimiento comercial en el crecimiento de las empresas

19. Sin una estrategia de marketing, una empresa no llegará lejos

20. Gestiones de cobro para provisionar deudas

21. ¿Qué es el Centro de Arbitraje? Beneficios

22. Nuestros socios

23. Nuestros socios

24. Vida Empresarial

25. Efemérides

Por el respeto que merece la región Piura

Instituciones representativas de la región Piura, entre ellas nuestro gremio, se han unido en una cruzada denominada: “Por el respeto que merece la región Piura” que busca que el Gobierno central atienda las demandas insatisfechas de la región y le dé luz verde a importantes proyectos que contribuirán significativamente a mejorar la calidad de vida de la población.

A pesar de ser la sexta economía del país con prometedoras perspectivas de crecimiento en sus ocho provincias, el desarrollo de nuestra región no guarda correspondencia con su potencial y el aporte que brinda a las arcas fiscales.

Necesita mejorar en salud, educación, seguridad, infraestructura y conectividad, saneamiento, índices de pobreza, etc. para evitar que el progreso se posponga.

Ante este reto, nace el colectivo cívico e institucional de Piura que congrega a autoridades, representantes del clero, univer-

sidades, colegios profesionales, gremios empresariales, organismos no gubernamentales, medios de prensa, y miembros de la sociedad civil organizada.

Este colectivo, que propugna el diálogo como medio de entendimiento, solicitará al presidente de la República una reunión con el Presidente del Consejo de Ministros y el Ministro de Economía y Finanzas, porque es imprescindible comprometer el concurso del Gobierno central en su condición de principal pilar del Estado.

Posteriormente, se espera la instalación de mesas temáticas al más alto nivel que permitan dilucidar cada uno de los planteamientos que el colectivo presentará al Gobierno central, e insistir con los 11 proyectos priorizados por el Gobierno regional. Confiamos en que el esfuerzo de este colectivo y el trabajo conjunto con el Gobierno central, resulte productivo por el bien de nuestra región y del país.

Dr. Edmundo Rodríguez – Frías Benza
Presidente



Conociendo a nuestros nuevos socios

La Cámara de Comercio de Piura ofrece la oportunidad a todas las empresas que apuestan por la región de ser parte de su comunidad de socios y gozar de los servicios y beneficios que brinda. En este número queremos presentar a nuestros nuevos afiliados, empresas que contribuyen con el surgimiento de Piura desde los diferentes rubros de su actividad, a quienes les damos la bienvenida.

Innomind Consulting Perú

Innomind Consulting Perú es una empresa colombiana que inicia sus operaciones en nuestro país hace tres años, sin embargo, cuenta con más de 13 años de experiencia en el rubro de consultorías. La empresa nace con el fin de fomentar la cultura empresarial y mejorar las buenas prácticas logrando que las empresas tengan un pasaporte a la innovación. Su objetivo principal es diseñar estrategias para cambiar la calidad de vida y seguridad de los trabajadores de otras organizaciones, fomentar los valores, contribuir a mejorar el clima laboral y lograr que las empresas sean socialmente responsables. Entre los servicios que brinda Innomind Consulting Perú tenemos: Auditorías y diagnósticos para saber las necesidades de la empresa con respecto a las relaciones entre los empresarios y sus colaboradores, implementación de sistemas integrados de

gestión (calidad, salud y salubridad, seguridad, entre otros), capacitaciones a emprendedores, diseño de aplicaciones móviles, estrategias de ventas y neuroventas, capacitaciones motivacionales y de relajación para empleados, en los que se incluye yoga laboral, risoterapia, gimnasia laboral, etc. “La Cámara de Comercio es de vital importancia para nosotros porque ellos se preocupan de que el nuevo socio pueda tener nexos con otras empresas, lo cual nos ayuda porque nuestra estrategia empresarial es buscar alianzas para captar a nuevos clientes. Por ello, el segmento que tiene la Cámara es muy importante ya que son estas empresas a las que están dirigidos nuestros servicios. Asimismo, con las capacitaciones que nos brindan conocemos el mercado y nos ayuda a relacionarnos”, nos explica la consultora empresarial de Innomind, Andrea Niño.



CADE Perú

CADE Perú (Consultoría, Asesoría y Desarrollo Empresarial) es una empresa que nace en octubre del 2013 y desarrolla sus servicios en tres rubros: Capacitación, Asesoramiento empresarial (marketing y finanzas) y Asesoría contable – tributaria. CADE Perú además del servicio de declaraciones mensuales para el pago de impuestos brinda, como beneficio diferencial a las empresas, asesoría con el fin de facilitar a partir del manejo contable, su desarrollo en otros rubros como: crecimiento del negocio, comparación en índices de venta con respecto a cada mes, índice de ganancias, etc. En su cartera de clientes se incluyen agroexportadores y empresas de servicios, entre otros. El principal factor en común es la relación que mantiene con cada uno de sus clientes. Es la recomendación de sus servicios, lo que ha permitido que esta empresa se posicione.

“Por eso para nosotros ha sido muy importante integrarnos a la Cámara de Comercio. Somos testigos de la labor que realizan, si nos remontamos a algunos años nos damos cuenta del enorme crecimiento que ha tenido, no solo en infraestructura sino en los servicios que brinda a los empresarios en Piura. Por eso todo empresario que inicia sus actividades debe tener como un aliado importante a la Cámara de Comercio”, nos detalla el gerente de CADE Perú, Isaac Marky. En ese sentido, recomendó a empresarios que recién inicien sus actividades o deseen impulsar su negocio, unirse a la Cámara de Comercio para expandir su abanico de posibilidades. En CADE Perú están convencidos de que seguirán creciendo empresarialmente. Por ello, mantienen firme el compromiso de hacer que sus clientes actuales se desarrollen gracias a la asesoría que les brindan.



La revista Empresario se renueva

Con el objetivo de acercarse más a sus asociados, la Cámara de Comercio y Producción de Piura, renueva su revista “Empresario” incorporando nuevos contenidos con la finalidad de contribuir con la difusión de su actividad empresarial y facilitarles mayor información que les pueda ayudar en la toma de decisiones.

El gerente general de la Cámara de Comercio y Producción de Piura, Carlos Sánchez Delgado, señaló, que esta renovación busca brindar nuevos y mejores contenidos que ayuden al sector empresarial, así como información acerca de la economía regional, nacional e internacional.

“A las secciones habituales a través de la cual proporcionamos información institucional, económica, sectorial, estadística, notas de nuestros agremiados y actividad empresarial, estamos añadiendo la de nuevos socios, que será un espacio dedicado para las empresas que recién ingresan a nuestro gremio; así como, entrevistas con temas de interés empresarial y de actualidad” sostuvo Carlos Sánchez. Igualmente, precisó, que la Cámara desea ser un apoyo para las personas naturales o jurídicas, con actividad empresarial o que están iniciando un negocio.

“La Cámara de Comercio y Producción de Piura busca ser el aliado estratégico para las empresas y emprendedores...”

“Contamos para ello con un variado portafolio de servicios como: Asesoría (legal, tributaria, contable, en comercio exterior), capacitación, información, venta y visado de certificados de origen, oficina virtual de certificados de origen, registro de protestos y moras, protestos en línea y reporte Infocorp. Así como, entrega de la Placa Única Nacional de Rodaje, ventanilla única de formalización de empresas, Centro de Arbitraje, acceso a diversos ambientes de la institución (auditorios, aulas, salas de reuniones, etc.), plataforma tecnológica, entre otros” indicó.

“La Cámara de Comercio y Producción de Piura busca ser el aliado estratégico para las empresas y emprendedores. En la medida que las empresas se consolidan y se crean nuevos negocios, tenemos mejores y mayores perspectivas de crecimiento. Por esta razón, formulamos una invitación para que se unan a nuestro gremio y se benefician con la gama de servicios de desarrollo empresarial que ofrecemos y el respaldo institucional que permanente les otorgamos. De esta manera, juntos podemos contribuir con el desarrollo integral de nuestra región y del país” finalizó el Gerente General de esta institución.





Camco Piura busca participación del empresariado en obras públicas

Piura aprovechará mejor sus recursos

El gobernador regional de Piura, Reynaldo Hilbck Guzmán, expuso el pasado 17 de junio, ante los socios de la Camco Piura los 11 proyectos priorizados por su gobierno y que han sido elevados al Ministerio de Economía y Finanzas para que sean ejecutados con la participación de la inversión privada.

La presentación fue organizada por el organismo estatal en coordinación con la Camco Piura y contó con la asistencia de autoridades representativas de la localidad y socios del gremio empresarial.

Participaron el alcalde de Piura, Dr. Oscar Miranda Martino; el presidente de la Cámara de Comercio, Edmundo Rodríguez – Frías Benza; el gerente general, Carlos Sánchez Delgado; entre otros.

Según detalló Hilbck Guzmán los proyectos en cuestión consideran cuatro ejes principales como son: Desarrollo Humano; Igualdad de Oportunidades e Inclusión Social; Desarrollo Territorial Equilibrado con Infraestruc-



**Los 11 proyectos
planteados tiene una
inversión de 6 millones
507 mil nuevos soles.**

tura Adecuada, Productividad y Empleo; y finalmente Recursos Naturales, Biodiversidad, Gestión Ambiental y Gestión del Riesgo de Desastres.

Todos estos proyectos de desarrollo, enmarcados en su plan de metas estratégica al año 2018, requieren una inversión de S/. 6,507 millones.

Es importante señalar que actualmente Piura genera mensualmente un aproximado de dos millones de nuevos soles en impuestos y aporta el 4.8% al PBI nacional, por lo que es necesario que estos aportes también sean en beneficio de la región.

Durante su exposición la autoridad regional resaltó la labor que viene realizando la Cámara de Comercio como ente impulsor para la realización de estos proyectos, los cuales requieren la participación activa del empresariado privado tanto para las obras en la modalidad de obras por impuestos como en las referidas a las iniciativas privadas cofinanciadas que reducen exponencialmente el período de ejecución de la obra que antes demoraba casi 20 años para que pudiera ser financiada totalmente por el Estado.

Entre los proyectos que pasaron a evaluación del Gobierno central destacan el proyecto de Poechos - La Peñita, con una inversión de un millón 483 mil nuevos soles y una extensión de 170 mil hectáreas; y el Proyecto Alto Piura con una inversión de S/. 2,228 millones.

En el sector salud se priorizó la creación de un hospital de alta complejidad, con una capacidad para 396 camas y una inversión de S/. 450 millones.

Finalmente en el tema vial destaca el proyecto de paquete Costa - Sierra con una inversión de S/. 1,103 millones y una extensión aproximada de 989 km. de carretera.

La manufactura es la actividad que mayores ingresos genera a la región con 18.8%

Obras por impuestos que se ejecutarán del 2015 al 2020 suman una inversión de 650 millones.

Piura aporta al Estado 2 millones de soles mensuales en impuestos



Capacitan gratuitamente a mujeres emprendedoras

Con éxito se presentó el pasado 4 de junio la charla informativa sobre DreamBuilder, organizada por la Cámara de Comercio y Producción de Piura, en coordinación con Perucámaras.

La charla, orientada a contribuir con el desarrollo personal y profesional de las mujeres de nuestra región, estuvo a cargo de Cheri Varnadoe, Directora de DreamBuilder Perú.

El programa, innovador y amigable, enseña todos los pasos básicos para iniciar y hacer crecer un negocio.

DreamBuilder

Ha sido diseñado por Thunderbird, Escuela de Gerencia Global, una de las mejores escuelas de negocios del mundo. No tiene costo y está abierto para todas.

Es un programa de aprendizaje libre, en línea, diseñado para las mujeres interesadas en iniciar o hacer crecer su propio ne-

gocio, o para las mujeres que simplemente están interesadas en explorar la idea de la iniciativa empresarial.

Se basa totalmente en la nube. Esto significa que se puede acceder al programa desde cualquier computadora con conexión a internet.

La estudiante no tiene que poseer una computadora, sólo necesita tener acceso a una. Se puede trabajar en el programa a cualquier hora del día, desde cualquier lugar. Gracias a su estructura modular, la estudiante puede avanzar a su propio ritmo en cada sesión.

Cursos

DreamBuilder en español consiste en 12 cursos agrupados para la creación paso a paso del marco necesario para iniciar un negocio.

La mayoría de los cursos requiere de una o dos horas para completar. Al final del programa, las estudiantes tienen un plan de negocios completo.

Para mayor información visite:
<http://spanish.dreambuilder.org>



CETICOS PAITA es una zona primaria aduanera de tratamiento especial liberada de todo tipo de impuestos. Toda mercancía o producto que ingresa del extranjero a esta zona, no paga ningún tipo de impuesto. Todas las empresas instaladas en esta zona, están exoneradas del impuesto a la renta (28%), tanto para la exportación, importación o nacionalización de sus productos. Si ingresa una mercancía del territorio nacional hacia CETICOS se considera una exportación, por lo tanto no está afecto al IGV (18%). También es aplicable el beneficio del drawback para la exportación (recuperación del 5% del valor FOB). Los beneficios de exoneración se han previsto hasta el año 2022, con proyecto de ley que amplía hasta el año 2042. También le

son aplicables los beneficios de los TLC suscritos por el Perú con otros países.

En CETICOS se pueden realizar las actividades de manufactura o producción, maquila, ensamblaje, reparación de maquinarias y equipos, agroindustria, agroexportación, almacenamiento de mercancías en general, etc.

CETICOS PAITA cuenta con un área total de 939.66 Has, de las cuales 20 has se encuentran habilitadas y cuentan con los servicios necesarios; dentro de las empresas usuarias se destaca la fabricación de geomembranas, frutas deshidratadas, insumos para gaseosas y reconstituyentes, refrescos en polvo, solubles, remanufacturas de mercancías, biofertilizantes, laboratorios, etc. **CETICOS PAITA**, otorga a través de una subasta pública, la adjudicación de lotes de terrenos para la realización de actividades principalmente industriales, con valor agregado similar a un alquiler.

La cercanía al Puerto de Paipa permite tener una ubicación estratégica, más los beneficios tributarios y aduaneros de **CETICOS PAITA** permitirán lograr el objetivo de convertirse en un POLO DE DESARROLLO.

(51-73) 51-1841 Anx. 212
Fax (51-73) 51-1841 Anx. 210
RPM: #966825851 / RPC: 983702734
Carretera Paipa - Sullana Km. 3 Paipa, Perú
www.ceticospaipa.com.pe



BUSCAN FRENAR OLA DELICTIVA EN PIURA

Comprometidos con la seguridad ciudadana

PODER JUDICIAL E INPE ORGANIZAN MESA REDONDA “RESOCIALIZACIÓN Y SEGURIDAD CIUDADANA”

La seguridad ciudadana es una labor conjunta que implica el compromiso integral de todos los miembros de la sociedad y principalmente de sus autoridades. En este sentido, la Cámara de Comercio y Producción de Piura apuesta por el diálogo conjunto de las instituciones para combatir la inseguridad.

La solución no está solo en el encarcelamiento de los delincuentes, basta con analizar la situación carcelaria en nuestro país para darnos cuenta que también es necesaria una mejora en el sistema judicial, en las competencias policiales, entre otras áreas.

Por esta razón, el pasado 18 de junio se llevó a cabo la mesa redonda denominada “Resocialización y Seguridad Ciudadana” organizada por el Poder Judicial y el Instituto Nacional Penitenciario (INPE), con el apoyo de la Cámara de Comercio y Producción de Piura.

Participaron el alcalde de Piura, Oscar Miranda Martino; el director nacional del INPE, Julio Magán Zevallos; el presidente de la Corte Superior de Justicia de Piura, Juan Carlos Checkley Soria; el director del penal de Piura, Guery Chirinos Alvarado; el jefe del Programa de Asuntos Penales y Penitenciarios de la Defensoría del Pueblo, César Cárdenas; y el gerente de la Cámara de Comercio, Carlos Sánchez Delgado.



Asimismo, la directora regional de Trabajo y Promoción del Empleo, Verónica Luy Delgado; el representante de la Universidad de Piura, Dr. Percy Caverro García; el secretario técnico del Comité Regional de Seguridad Ciudadana, Keelman Saavedra; y por parte del INPE, Jorge Cotos Ochoa, director Regional Norte y César Bocanegra Velásquez, director general de Tratamiento.

Durante su exposición el director nacional del INPE, Julio Magán Zevallos dijo que la seguridad ciudadana es un gran tema de debate y una gran preocupación de todos los que sentimos día a día la presencia de la inseguridad que vivimos en las calles y por ello el Estado tiene que responder.

Para tal efecto, la actual gestión del INPE vie-

ne promoviendo la construcción de establecimientos penitenciarios adecuados para evitar el hacinamiento de la población penal de los diferentes centros de reclusión en el país. Magán aseguró que el INPE busca implementar penales que no solo cuenten con celdas y patios, sino con áreas comunes y espacios para la educación, pues el objetivo del penal es la reinserción social de la persona privada de libertad.

“Por ello es necesario entender a la prisión no solo como un castigo, sino como la oportunidad para que el encarcelado pueda aprender algún oficio y se capacite de forma que le sea más sencillo volver a la sociedad después de cumplir su pena” según explicó. Es importante resaltar que actualmente en el Perú existe una población penal de 86,998 presos a nivel nacional, lo que significa un incremento del 40% respecto al 2014.

De acuerdo al director del INPE estas cifras obedecen al denominado “populismo penal”, que no es otra cosa que mantener a un presunto autor de un delito en prisión hasta que sea procesado judicialmente, lo que conlleva al aumento en la población carcelaria. En Piura, la población penal en el año 2015 alcanza los 2,906 presos, siendo la ciudad capital la que más delincuentes aporta al mapa de procedencia penal con 670 presos.



INICIATIVA BUSCA LA ATENCIÓN DEL EJECUTIVO

Cruzada Regional por el respeto que merece la región Piura

PIDEN AL GOBIERNO CENTRAL MAYOR ATENCIÓN A LA PROBLEMÁTICA DE NUESTRA REGIÓN

“¡Basta ya de postergaciones! y que el gobierno central le destine los recursos y el presupuesto que le corresponde a Piura, como una de las regiones más importantes del país”, fue el pedido de las autoridades y de los representantes de las instituciones que participaron el pasado 22 de junio de la conferencia de prensa denominada: “Cruzada Regional por el respeto que merece la Región Piura”.

Carlos Sánchez Delgado, gerente general de la Camco Piura, sostuvo que los piuranos a partir de ahora tienen que cambiar en el buen sentido de la palabra y hacerse respetar, “pues ya es momento de decirle hasta aquí no más al gobierno y exigir un trato justo”.

A pesar de que Piura es una de las regiones con mayor aporte al PBI nacional, los niveles de pobreza monetaria alcanzan el 35%, según detalló el consultor de la Camco Piura, Humberto Correa, quien cuestionó el retraso socioeconómico de la región a pesar de las contribuciones al país.

Esto, agregó, tampoco se refleja en las transferencias de recursos que realiza el gobierno central a pesar de que es la segunda región más poblada, tal es así que de las 24 regiones, Piura ocupa el puesto 22 en transferencia y solo recibe 17 mil 690 millones de soles.

Por lo que indicadores sociales como



desnutrición (24,9 %) y anemia (43,9%), los cuales son coordinados con el nivel central, presentaron un incremento en los últimos cinco años, pese a sus aportes importantes.

Por ejemplo –indicó– Piura es el primer productor y exportador de banano orgánico, mango, limón, uva de mesa y productos

como café y panela. Además es el primer productor de petróleo, de fosfatos y el segundo de arroz a nivel nacional.

Ante esta situación, el Colectivo Cívico e Institucional de Piura, remitirá al presidente de la República, Ollanta Humala Tasso, una carta solicitando una reunión con el Presidente del Consejo de Ministros y el Ministro de Economía y Finanzas para que se atienda, por su urgencia, temas prioritarios de la región vinculados con: Salud, Seguridad, Transporte urbano y nacional, Saneamiento, Proyectos regionales y Producción.

El Colectivo considera que la solución de los problemas de la región Piura se corresponden con el trabajo técnico y la voluntad política de del Gobierno central. Asimismo, considera que esta es una oportunidad única que tiene el Gobierno para demostrarle a la Nación que el diálogo oportuno y el trabajo conjunto con las regiones es la mejor vía para el entendimiento y el desarrollo.

El gerente de la Camco Piura, Carlos Sánchez, dijo que espera una respuesta favorable del presidente de la República.

Se anunció que el 06 de julio emitirán un pronunciamiento público a nivel regional y nacional, suscrito por el Colectivo y las instituciones públicas y privadas que deseen sumarse a esta cruzada.

Factores en la determinación de la valuación comercial de terrenos

Ing. Oscar Vicente Carrasco Vásquez



El verdadero valor de mercado de un terreno es el de compra-venta siempre con la acuciosidad de que no sea un valor “con cosmética”, dicen y confiesan entusiastamente los compradores y vendedores para no pagar “demasiados” impuestos de acabala, a la renta y activos fijos, pero este “afeite” simula la realidad de la transacción, genera un estigma, una marca en el historial del bien, genera sospechas o dudas de su verdadero valor y cuando por las necesidades de la vida los propietarios deciden venderlo a su justiprecio y se encuentran con directorios de empresas que estudian a profundidad la crónica de las transacciones del predio se encuentran con la duda razonable sobre la verdadera apreciación del bien, porque en el pasado reciente o no, el bien valuaba por decir la décima parte del actual, prudentemente desisten en adquirirlo por los problemas auditables que puede generar ante una presunta colusión en el pago exorbitante de un bien que valuó antes en una disminuida cantidad.

Es sano considerar los verdaderos valores de los bienes porque el daño se lo hacemos al bien porque lo minusvaloramos para pagar menores tributos, paralelo es el peregrino razonamiento de no ganar mucho para no pagar demasiadas cargas, el poner techos hace que los negocios no crezcan y tengan el rasero del piso.

Volvamos al tema, mientras no tengamos esos valores de compra venta porque en ciertas notarías esta información tiene una tarifa exuberante que colisiona con los honorarios para la determinación de estos valores, tenemos que hacer un estudio de mercado de terrenos de similares características que tiene que ser ajustado o premiado de acuerdo a las características del bien objeto de tasación, lo ideal es que las muestras que se consiga sean actuales, a lo mucho del año, de lo contrario hay que actualizarlas de acuerdo al IPC que convencionalmente es el de Lima Metropolitana y como sabemos estos índices son mensuales por ello si tenemos valores que actualizar a los primeros días del mes se considera como base el índice del mes anterior y si tenemos como fecha días de la segunda quincena se considera como base el índice del propio mes.

De ordinario los patronos del estudio de mercado se encuentran distanciados del bien objeto de estudio por lo que cualitativamente por este factor se considerará una adaptación mínima por el distanciamiento bajo el supuesto que los bienes cercanos o próximos deben tener un valor parecido. Otro factor es el tamaño o área de los terrenos modelo bajo el concepto que los bienes mientras más pequeños su valor tiende a ser mayor e inversamente los terrenos más grandes su valor unitario propende a ser menor.



Antes de continuar, las muestras del estudio de mercado tienen que tener la misma zonificación, es decir, si estamos estudiando un predio residencial no corresponde usar muestras de terrenos industriales, el análisis sería distorsionado.

El entorno también tiene que sensibilizarse de acuerdo a las características y circunstancias físicas que rodean el bien.

Ahora bien, los ajustes son eminentemente cualitativos y usados con mesura, algo hay que afectar, lo importante es que se plasmen eso sí con magnitudes conservadoras que es la característica esencial en este tipo

de trabajos, no es aconsejable hacer mediciones proporcionales que haría irreales los valores determinados.

Otro multiplicador son las características del suelo en comparación con el suelo del terreno que se tasa, es decir, si el terreno que estamos analizando es arenoso y la muestra terreno pedregoso, para que tenga una aproximación, el valor de la muestra tiene que ser castigado.

La expresión polinómica debe integrar un coeficiente ecológico, si el terreno objeto de estudio tiene buenas condiciones ambientales y el terreno de la muestra tiene problemas de contaminación el valor de esta muestra tiene que ser mejorado de lo contrario el atributo de la muestra va a sesgar la determinación del valor unitario del bien objeto del estudio.

Un elemento afectante generalizado es que todos los valores que se encuentran en el mercado son valores de oferta y por regla general, aunque pueden darse excepciones, los valores de oferta son superiores a los valores de mercado por lo tanto los valores de oferta tienen que ser corregidos para que tengan una buena ponderación en la determinación del valor de mercado.

Todos estos aspectos son opinables de acuerdo a la formación y experiencia de quienes formulan estos estudios que ven más el uso, el comportamiento del consumidor, por ejemplo hacer distinción entre las condiciones físicas de dos terrenos vecinos y que por lo tanto deberían tener un valor diferenciado.

Los valores que permanecen en el tiempo, generalmente de oferta tienen que ser nuevamente analizados, a pesar que la vigencia de una tasación establecida en el ordenamiento legal peruano es de 06 meses, el dinamismo del mercado inmobiliario define valores cambiantes en el día a día, por lo que las valuaciones pueden crecer o disminuir o permanecer con mínimos incrementos como se avizora para el resto del año.

El autor es Ingeniero Agrícola, Perito del Centro de Peritajes del CIP CDP. Perito REPEJ. Perito REPEF del Distrito Judicial de Piura. Perito Adscrito a la Dirección de Construcción del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento. Miembro Activo del Cuerpo Técnico de Tasaciones del Perú (CTTP).



SUNAT EXTIENDE PLAZOS

Hasta fin de año contribuyentes podrán adecuarse a emisión electrónica de comprobantes

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) extiende hasta el 31 de diciembre del 2015, el plazo para que el segundo grupo del directorio de Principales Contribuyentes Nacionales, obligados a emitir comprobantes de pago electrónicos, culminen de manera adecuada la implementación del Sistema de

Emisión Electrónica (SEE) y puedan superar el periodo de estabilización.

Es así que este universo de contribuyentes podrá seguir emitiendo facturas, boletas de venta, notas de crédito y notas de débito en formatos impresos o importados por una imprenta autorizada y tickets o cintas de máquinas registradora, según lo dispuesto en

el Reglamento de Comprobantes de Pago, hasta el 31 de diciembre, siempre que cumplan con alguna de las siguientes condiciones al 30 de setiembre del presente año; en caso contrario, pasado dicho plazo, tendrían que emitir los referidos comprobantes, únicamente de manera electrónica:

- Pasar el proceso de homologación para emitir en el SEE del contribuyente, de manera satisfactoria.
- Iniciar la emisión electrónica en el SEE – SOL en el portal de la SUNAT (www.sunat.gob.pe).

Para mayor información puede comunicarse con la Central Telefónica 0-801-12-100 ó 315-0730, visitar los Centros de Servicios o consultar el portal institucional www.sunat.gob.pe.

Cabe recordar que el segundo grupo de obligados está conformado por los contribuyentes que al 30 de setiembre del 2014 tenían la calidad de Principales Contribuyentes (PRICOS), según lo dispuso en el numeral 9.2 del artículo 9° de la Resolución de Superintendencia N° 300-2014/SUNAT, publicada, el año pasado, en el diario oficial.



Centro de Arbitraje

Cámara de Comercio de Piura

“La solución a tu conflicto que estabas esperando”



Cuenta con un Código de Ética y reglamentos modernos que garantizan la aplicación de los instrumentos adecuados entre las partes y una nómina de árbitros de Piura y de Lima, de reputación intachable, con experiencia y especialización comprobada, reconocidos a nivel nacional e internacional.

Informes:
Dra. Susana Seminario Vega
Secretaría General
Urb. San Eduardo A-2. Piura
Teléfono: 321871 anexo 104
Telefax: 332609
arbitraje@camcopiura.org.pe

Cláusula Modelo del Centro

“Todo litigio o controversia, derivados o relacionados con este acto jurídico, será resuelto mediante arbitraje, de conformidad con los Reglamentos Arbitrales del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Piura, a cuyas normas, administración y decisión se someten las partes en forma incondicional, declarando conocerlas y aceptadas en su integridad”.

EL MANGO PERUANO EN EL EXTRANJERO TIENE MUY BUENA REPUTACIÓN

Exportación de **MANGO** crece **18% al año**

PIURA REPRESENTA EL 80 % DE LA EXPORTACIÓN A NIVEL NACIONAL

Actualmente en nuestra región la exportación de mango tiene un crecimiento del 18 % anual, lo cual significa una tendencia a la consolidación de la industria agroexportadora, aseguró el gerente general de la Asociación Peruana de Exportadores de Mango (APEM), Juan Carlos Rivera.

Esta tendencia, dijo, se ve reflejada en el uso de mejores tecnologías por parte de los productores para la exportación de mango fresco, lo cual sumado al aprovechamiento de los subproductos como el congelado y deshidratado, que se viene haciendo en los últimos 5 años, representa un mayor ingreso para los productores y exportadores. Rivera explicó que ahora las empresas exportadoras de la región tienen mejores conocimientos y aplican las normas de ca-



lidad de inocuidad en el empaque, esto se manifiesta en el buen nombre que tiene el mango peruano en el extranjero, "tenemos excelente reputación, no solo en la calidad de la fruta, sino también en cuanto a las prácticas comerciales de los exportadores" indicó el representante de APEM.

Precisó que se ha generalizado la aplicación del Global GAP en los campos de producción, que es una garantía de que los alimentos cumplen con los niveles establecidos de calidad y seguridad, y que se han elaborado siguiendo criterios de sostenibilidad, respetando la seguridad, higiene y bienestar de los trabajadores y el medio ambiente, así como el HACCP en plantas de empaque, normas de calidad con las que los productores no contaban hace 10 años.

El total del área sembrada para la exportación de mango en Piura es de 22 mil hectáreas en manos de aproximadamente 12 mil productores, donde se cultivan todas las variedades de este fruto como el Tommy, Atkins, Hadden, Keytt, Edward, Ataulfo y Kent, siendo éste último el que más se vende al extranjero.

El Gerente de APEM, señaló que actualmente los principales mercados hacia donde se comercializa nuestro mango son Holanda (45%), Estados Unidos (35%) e Inglaterra, España y Alemania (20%) y se viene trabajando para incursionar en los potenciales mercados de China, Chile, Nueva Zelanda y Japón.

cifras

El 80% de la exportación de mango a nivel nacional procede de Piura, mientras que Lambayeque y Ancash comercializan el 20%.

De este 80%, el 50% se siembra en el Valle de San Lorenzo y el 30% en el Valle del Chira y el Alto Piura.

En la campaña de 2014 se exportó 104 mil toneladas de mango fresco, 18 mil de congelado y 3 mil en conserva.

Actualmente el mercado de Estados Unidos permitirá la entrada de mangos de 900 gramos, ya que antes solo aceptaba de 650 gramos.



AGROEXPORTACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE CULTIVOS IMPULSAN EMPLEO

Empleo creció en Sullana y Paita

SECTOR PESQUERO TAMBIÉN INCREMENTÓ PUESTOS DE TRABAJO FORMAL

Las provincias de Sullana y Paita, en la región Piura, son las jurisdicciones donde más creció la generación de empleo formal en los primeros meses del 2015 y los factores que influyeron en esta tendencia fueron las inversiones en el sector agroexportador y en el sector pesquero.

A sí lo informó la directora Regional de Trabajo de la región Piura, Verónica Luy, quien destacó que la diversificación productiva en el sector agrario permitió también que más empresas se interesen en invertir en estas tierras.

“En las provincias se incrementó el empleo formal en un 9 por ciento. Tenemos distritos como Querocotillo y Salitral donde sólo cultivábamos arroz, pero ahora se trabaja en el tema de la reconversión de cultivos y tenemos banano orgánico, uvas y también se iniciaron proyectos para sembrar quinua”, afirmó Luy.

Manifiestó que en Sullana también se instalaron empresas agroindustriales que ya procesan el jugo de limón y dan valor agregado a otros productos de la zona, lo que demanda una mayor mano de obra local.

“Tenemos casi todos los servicios financieros,

están todos los bancos, las cajas rurales, han crecido las empresas de transportes y de comunicaciones; todo esto hace que crezca el empleo formal y que las actividades económicas tengan más dinamismo”, recalcó.

Sobre la provincia de Paita, que creció en un 9.2 por ciento en empleo formal, explicó que allí el sector pesquero y la industria manufacturera fueron el motor para la creación de nuevos puestos de trabajo.

“Se han instalado más empresas de procesamiento de productos hidrobiológicos, empresas de comunicaciones y también existen nuevos centros comerciales”, sostuvo.

La funcionaria recalcó que los inversionistas están mostrando, cada vez más, su interés por invertir en Piura, por su estratégica ubicación para acceder al mercado, su clima privilegiado para la agricultura, recursos hídricos y la mano de obra para desarrollar la industria.



...En Sullana también se instalan empresas agroindustriales que ya procesan el jugo de limón y dan valor agregado a otros productos de la zona, lo que demanda una mayor mano de obra local.

5 apps para hacer negocios

Los dispositivos móviles se han convertido en una herramienta indispensable para hacer negocios, y por ello, en el mercado se ofrecen un sinfín de aplicaciones. Te presentamos las cinco indispensables, que no pueden faltar en tu negocio:



1. Expensify

Esta aplicación te ayuda a hacer un seguimiento de tus gastos de forma menos complicada. Se trata de una app gratuita que permite registrar el kilometraje, presentar informes de gastos y cargar un número ilimitado de entradas usando la cámara de tu Smartphone, que es capaz de extraer información como la fecha y la cantidad cargada. Disponible para iPhone / IPAD, Android, WebOS y BlackBerry. Para obtenerlo ingresa a: <http://www.expensify.com/mobile>



2. WebEx Meeting Center

Para mantener conferencias en línea a través de tu celular, debes conocer esta aplicación de Cisco Systems que tiene precios mucho más bajos. A través de ella puedes tener reuniones, compartir documentos y presentaciones, además de chatear con otros participantes. Asimismo puedes hacer una transferencia de una reunión de teléfono a un midcall con un simple movimiento. Disponible para iPhone / IPAD, Android, y los dispositivos BlackBerry. Descárgalo en: <http://www.webex.com/mobile/>



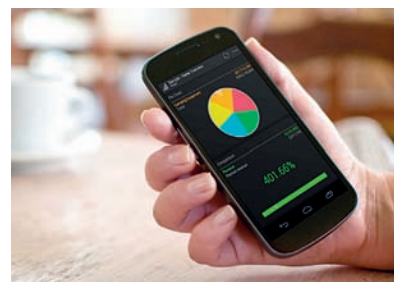
3. TripIt

A través de TripIt puedes mantenerte al día con múltiples vuelos, alquiler de coches y reservas de hotel. Esta app ofrece un itinerario principal en el teléfono, además de la posibilidad de realizar una confirmación de los viajes que se realicen a través del e-mail. La aplicación básica es gratuita; sin embargo, si quieres características como el seguimiento de millas de viajero frecuente, debes pagar US\$49 al año. Está disponible para iPhone, IPAD, Android, y BlackBerry. Para obtenerlo ingresa a: <http://www.tripit.com/uhp/mobile>



4. Roambi

Si quieres hacer presentaciones, esta aplicación transforma los datos en tablas y gráficos interactivos, que son enviados a tu Smartphone. La versión gratuita se sincroniza con Excel, pero si quieres hacer una integración con sistemas más pesados como SAP BusinessObjects y IBM Cognos, debes pagar US\$795. Disponible para iPhone y IPAD. Puedes descargarlo en: <http://www.roambi.com/>



5. Box

Esta herramienta social te permite ver y compartir archivos, de tal forma que a través de una contraseña puedes colaborar en documentos y hojas de cálculo en la nube (de la misma forma que Google Docs). La aplicación básica es gratis y tiene memoria limitada; sin embargo, que puedes disponer de más gigabytes pagando US\$15 al mes. Disponible en IPAD / iPhone y Android. Puedes descargarlo en: <http://www.box.net/features/mobile>



Aplicativo para móviles será un servicio gratuito y accesible a productores

Minagri presenta el “datero agrario”

Aplicativo para móviles será un servicio gratuito y accesible a productores

En junio, “Mes de la Agricultura”, el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) presentó el aplicativo denominado DATERO AGRARIO, un novedoso sistema para obtener, vía telefónica y de forma gratuita, el precio de los alimentos de primera necesidad con solo marcar *343# desde un celular básico hasta un Smartphone, según anunció el ministro del sector, Juan Manuel Benites.

El sistema se puso en marcha mediante un convenio entre el MINAGRI y Telefónica del Perú, que permitirá que 1.7 millones de productores que cuenten con un celular Movistar puedan acceder a los precios al por mayor de los alimentos que se expenden en los mercados mayoristas de Lima y 26 ciudades del interior del país.

El ministro Juan Benites señaló que el “Datero Agrario” es un sistema gratuito de consulta de precios promedio al por mayor que involucra el conocimiento en tiempo real de más de 160 productos y variedades agrícolas de temporada.

“El Datero Agrario permite un acceso fácil para los usuarios móviles, independiente-

mente del tipo de celular o tecnología que se disponga. Este servicio se presta a través de la tecnología USSD (Servicio Suplementario de Datos no Estructurado, por sus siglas en inglés) y garantiza la seguridad e inmediatez de la información. Esperamos que con esta tecnología a los productores de todo el Perú puedan recibir información oportuna y pertinente para la toma de mejores decisiones. Con ello, Telefónica cumple con su misión de acercar lo mejor de la tecnología a las personas, las empresas y el Estado”, informó José Carlos Escudero, gerente de M2M y Movilidad de Telefónica Grandes Empresas.

¿CÓMO FUNCIONA?

El usuario podrá obtener la información al llamar al *343# desde un teléfono móvil básico hasta un Smartphone Movistar. Luego, hay que ingresar el nombre del producto, la variedad/tipo/calidad del mismo y la ciudad, cuyo precio se quiere conocer. Seguidamente, el dato aparecerá en la pantalla de su teléfono celular. De manera opcional, el productor o usuario puede solicitar que se le envíe vía SMS (gratis) este dato a su celular.

Además, el portador del teléfono podrá usar un vocabulario predictivo, cual es actualizado constantemente. Por ejemplo, al digitar “manz” o “mansana”, el servicio entenderá que se consultó “manzana”.

Para acceder al servicio y a la información solo se deberá contar con señal móvil en el teléfono. No se requiere de saldo para llamadas o mensajes, ni internet. Tampoco hay un límite de consultas por usuario.

El servicio tendrá información de 27 ciudades: Lima, Tumbes, Piura, Chiclayo, Trujillo, Huaraz, Ica, Arequipa, Moquegua, Tacna, Cajamarca, Chachapoyas, Huánuco, Cerro de Pasco, Huancayo, Huancavelica, Ayacucho, Abancay, Cusco, Puno, Iquitos, Tarapoto, Pucallpa, Puerto Maldonado, Andahuaylas, Jaén y Chota.

En Lima tendrá acceso libre a los precios al por mayor de los productos promedios que se comercializan a diario en el Gran Mercado Mayorista de Lima, Mercado Mayorista de Frutas N°2 y Mercado de Productores de Santa Anita, que forman parte del Sistema de Información de Abastecimiento y Precios del MINAGRI, cuyos reportes se ofrecen diariamente al público.

La importancia del seguimiento comercial en el crecimiento de las empresas

José Darío Dueñas Sánchez



Lo más importante en toda empresa es contar con clientes, son el activo máspreciado. Muchas empresas saben lo importante de contar con una cartera de clientes, diversificada y buena. Y para construir una base de datos debemos de enfocarnos en referidos, personas conocidas, empresas visitadas en ferias, misio- nes comerciales, directorios, etc.

Lo primero que debemos de tener en cuenta es el envío de correo electrónico, dejar un espacio de 2 días, luego de los cuales llamaremos a la empresa para concretar una reunión y ofrecer nuestros productos y servicios.

Realizar el seguimiento comercial es tan importante como el mismo producto o servicio y no conseguir clientes será inútil para el crecimiento de nuestra cartera.

Cuentan que hubo una petición de un presupuesto a 10 fabricantes y a continuación nuestro los resultados:

- Un fabricante informó por correo electrónico en un plazo de 2 horas que estaba trabajando en el presupuesto y lo enviaría en breve.
- En total 6 fabricantes mandaron un presupuesto.
- Cuatro no dieron señales de vida.
- Tres fabricantes llamaron para obtener más información antes de enviar el presupuesto.
- El mismo fabricante que avisó por correo electrónico, llamó en 2 horas para conocer si había interesado su presupuesto.
- Ningún otro fabricante llamó ni mandó un correo electrónico de seguimiento.

Definitivamente el que obtuvo el trabajo fue el fabricante que avisó en un plazo breve.

El 90% de las empresas no realizan ningún tipo de seguimiento y por lo leído líneas arriba así funcionan los negocios. La ventaja comercial de un buen seguimiento nos permitirá estimar cuantitativamente el ingreso de una empresa, las ventas que obtendrá. Tomar nota que la estimación es solo subjetiva, finalmente el solo hecho de llamar no nos asegura el éxito comercial.

Hago notar que si la empresa nos niega la reunión o la agenda de negocios no será para derrumbarse, recuerden que ese NO es para la empresa y lo que debemos de realizar en ese momento es “voltear la página” y seguir adelante con nuestro Plan Comercial.

Al organizar una agenda de negocios el seguimiento comercial será el punto o herramienta para las reuniones, el tenor o el mensaje que transmitimos, debe ser clara y directa. Muchas empresas no responden sus correos por falta de tiempo bá-



sicamente, el famoso “día a día”, es por ello que debemos de tomar la iniciativa, efectuando llamadas, realizando nuestros cuadros de seguimiento.

El seguimiento comercial o la post venta es el método ideal para lograr el éxito comercial. La comunicación comercial tiene que sobrepasar las expectativas del cliente, las empresas deben esforzarse al máximo.

Una vez realizado el primer contacto comercial con nuestro cliente, es muy im-

portante el próximo contacto, pudiendo ser una llamada o una visita haciéndola en breve para no esperar días, de preferencia en una semana. No presionar al cliente, ya que muchos de ellos en el primer momento no están interesados pero luego puede enviarles una nueva agenda de reunión.

Algunas empresas de plano no quieren tener ningún contacto comercial si es posible saber el motivo bien, de lo contrario dejarlo ir hasta otra oportunidad. El seguimiento nos servirá para recopilar información para el momento de la decisión. A veces nuestro correo o llamada cae en el momento preciso en que buscan nuestros servicios. Recuerden que actualmente las empresas “buscan a los clientes” no esperan sentaditos a que vengan a ellos.

Un buen seguimiento es primordial para la venta si nosotros no mostramos interés por el cliente, por qué ellos deberían interesarse en nosotros. Un cliente fácilmente puede olvidarse si no estamos recordándole nuestros servicios, el seguimiento comercial pasa por las siguientes etapas:

- Eventos (contactos comerciales, presentaciones, reuniones, etc.)
- Llamadas (prospección, seguimiento, post venta)
- Visitas (prospección, seguimiento, post venta)
- Demostración (seguimiento, venta)
- Oferta (presupuesto, oferta personalizada)
- Cierre de venta (venta y cobro)
- Post venta (mantener contacto)

Finalmente para tener éxito en el plan de negocio comercial, sea para la venta local o internacional, contar con un sistema de Plan de Seguimiento será crucial para lograr nuestros objetivos. Llámese estrategia, paciencia, técnicas de persuasión, el caso es que el gerente comercial de cualquier empresa deberá contar con un seguimiento comercial matricial para ir midiendo el avance del plan de negocios. Toda empresa necesita realizar un adecuado seguimiento comercial.

El autor es Consultor de Negocios Internacionales.



Sin una estrategia de marketing, una empresa no llegará lejos

MBA. José Luis Cotrina Viacava

Toda empresa busca que su producto o servicio sea exitoso, que sea reconocido y preferido por el consumidor, para ello, es necesario contar con herramientas que ayuden a posicionarse en el mercado y llegar a su público objetivo.

El marketing es una herramienta muy importante dentro de toda empresa, sostuvo, José Luis Cotrina, Director de la Cámara de Comercio y Producción de Piura, quien también es Gerente de Saga Falabella S.A, porque identifica las necesidades y los deseos insatisfechos, define, mide y cuantifica el tamaño del mercado y la potencial utilidad; determina con precisión cuáles segmentos puede atender mejor la empresa; diseña y promueve los productos y/o servicios apropiados, señaló.

José Cotrina refirió que las empresas deben partir por encontrar y mantener una Ventaja Competitiva, saber qué es lo que los va a hacer diferentes, pero hoy debido a la imitación rápida de los productos, al acortamiento radical del ciclo de vida de los mismos y la información mayor que dispone el cliente, esto se vuelve más complicado. Por lo que el marketing empresarial es la base del éxito de una empresa.

¿Qué es el marketing empresarial?

El marketing empresarial consiste en definir cómo enfocar las estrategias comerciales de la empresa con el fin de satisfacer las necesidades del mercado, llegando con el producto adecuado, en el momento indicado, al mercado seleccionado, a un precio valorado y adecuado, junto a la promoción y publicidad correcta, con el fin de cumplir los objetivos de la organización.

¿Qué estrategias de marketing se pueden utilizar para mejorar una empresa?

Mucho dependerá de los objetivos que la empresa busque y también del sector en el cual se encuentre la empresa. Principalmente las estrategias de marketing sirven o se utilizan para posicionar un producto en el mercado, así como también para desarrollar tareas específicas en los dis-

tintos aspectos del marketing mix (precio, promoción, producto y plaza).

Podemos nombrar como estrategias de marketing las siguientes: estrategias de posicionamiento, competitivas, de producto, de precio, de promoción, de publicidad, de gastos, de segmentación de mercados, de diferenciación, entre otras. Según Philip Kotler, hoy hay tres tipos de estrategias que están cambiando el mercado: 1) Las compañías que renuevan las maneras de bajar el costo de vida; 2) Las que impulsan la calidad a niveles superiores y 3) Las que tienen una conciencia social. Busquen y piensen en empresas que las vemos día a día y van a encontrar muchos ejemplos de éstas.

¿Qué factores se deben tener en cuenta para realizar un plan de marketing?

Debemos partir definiendo claramente los objetivos que se quieren lograr, saber nuestra misión y propósito. Tener bien claro qué queremos: ganar más participación de mercado, incrementar el margen, incrementar las ventas, llegar a nuevos mercados, lanzar nuevos productos, entre otras.

Se debe desarrollar un buen y correcto análisis externo e interno de la organización, para luego poder armar una matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, la cual nos permitirá saber cómo seleccionar y enfocar nuestras estrategias correctas.

¿Qué ventajas puede obtener una empresa con una estrategia de marketing?

Pienso que toda empresa tiene como objetivo principal obtener las mayores utilidades posibles, y esto se logra con buenas ventas, buenos márgenes y un buen control del gasto.

Una estrategia de marketing bien armada, te va a llevar a conseguir esto, sin duda toda empresa que aplica una estrategia

de marketing bien estructurada logra que el producto o empresa se posicione bien en el mercado, que el producto o marca tenga una buena recordación, que la gente prefiera tu producto, que el cliente entienda que es ese “plus” que tu producto tiene y el de la competencia no, el marketing te hace diferente ante los demás y esto se traduce en ventas.

¿Es importante una estrategia de marketing dentro de una empresa? ¿Por qué?

Claro que sí. Toda empresa necesita del marketing, el marketing está en el día a día, en la calle, en la gente, en internet, en todos los medios. Hoy el poder de internet (redes sociales) puede destruir una empresa, todo por una mala experiencia de algún cliente.

El boca a boca, la recomendación, las experiencias que viven los clientes con tu producto o servicio son claves y esto es marketing. Por ejemplo, si voy a un restaurante que acaba de inaugurar y se demoran en notar mi presencia en el local, el mozo no se presenta, no me traen la carta, mi pedido toma mucho tiempo y la comida llega fría, entonces voy a comentar a todo mi círculo que no vayan a ese lugar. Esto es marketing, la experiencia vende, y vende gratis, esto no te cuesta, es simplemente darle al cliente lo que él espera de tu producto o servicio.

¿Y si no existe una estrategia de marketing?

Si no tenemos estrategia, sino sabemos a dónde vamos, que queremos lograr, no llegaremos lejos. Debemos ser ordenados, estar preparados, y saber competir. Hoy todo gerente debe estar al día con sus conocimientos, debemos saber de finanzas, contabilidad, derecho, recursos humanos, economía, ventas, logística y sobre todo de marketing. Los gerentes deben tener los conceptos claros, saber que es la segmentación, saber definir a su cliente objetivo, posicionamiento, mezcla de marketing, canales de distribución, imagen, calidad, valor, diferenciación, relación con los clientes, bases de datos, entre otros.



Gestiones de cobro

para provisionar deudas

Daniel Montes Delgado

Abogado PUCP,
MBA Centrum Católica.
Montes Delgado – Abogados SAC



El inciso i) del art. 37 de la Ley de Impuesto a la Renta permite deducir como gasto las provisiones por deudas incobrables, para lo cual se precisa en el inciso f) del art. 21 del reglamento de la misma ley que esa provisión procede, entre otros supuestos, cuando “se demuestre la morosidad del deudor mediante la documentación que evidencie las gestiones de cobro luego del vencimiento de la deuda”. Lo que no hace la norma es definir qué se entiende por “gestiones de cobro”. Y eso nos lleva a casos como el siguiente: un auditor de SUNAT desconoce una provisión de deuda incobrable porque a su criterio las cartas notariales remitidas al deudor no son suficientes, ya que el notario puso constancia en ellas que en el domicilio del deudor no las recibieron por no encontrar allí al deudor, sino a otra persona.

En otras palabras, para SUNAT las cartas notariales solo equivalen a gestiones de cobro si las mismas llegan a ser recibidas por el deudor. Salvando las distancias, eso es tan absurdo como pretender que SUNAT no pueda calificar a un contribuyente como “no habido” sino hasta que consiga notificarle, allí en su domicilio fiscal donde no lo encuentra, que precisamente va a ser considerado como no habido.

Lo primero a decir es que la norma no exige que se realicen “notificaciones”, o ni siquiera “comunicaciones”, mucho menos que sean efectivas, de modo que no puede extraerse de la norma la supuesta regla de que

las cartas deben haber sido recepcionadas por el propio deudor.

Por otro lado, si la carta notarial no es recibida en el domicilio señalado por el deudor en el contrato, o en el título valor, o en los documentos que acreditan la deuda, o por último en su domicilio fiscal, eso no quiere decir que la carta notarial no equivalga a nada. La cuestión, sin embargo, es preguntarse si equivale al menos a una “gestión de cobro”. El término “gestión” conforme al diccionario de la lengua nos remite al de “gestionar”, que no es otra cosa que “hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera”. Y para lo que nos interesa, el término “diligencia”, que es lo que uno tendría que hacer con el objetivo de conseguir el cobro de la deuda, es según el mismo diccionario el “trámite de un asunto administrativo, y constancia escrita de haberlo efectuado”. Pues bien, si esto es así, el hecho de que el acreedor haya procurado exigir el pago de la deuda al moroso a través de la entrega de una carta con constancia del notario, nos parece que perfectamente equivale a una “gestión de cobro”, por mucho que el resultado no se consiga por causa imputable no al acreedor, sino al mismo deudor, como es el hecho de que se haya mudado de domicilio fiscal o contractual.

Distinto sería el caso en que la carta se hubiese intentado entregar en lugar distinto o ajeno al que corresponde al deudor, o si solo se hubiera notificado al aval o fiador so-

lidario y no al deudor, o si el notario hubiera dejado constancia más bien de que no ubicó el lugar indicado, entre otros supuestos. Incluso podría aceptarse la suspicacia del auditor de SUNAT en caso la carta no hubiera sido notarial, sino una carta simple, con lo cual la constatación de la mudanza de domicilio por parte del deudor no hubiera tenido suficiente fehaciencia.

Por otro lado, cabe preguntarse si una invitación a solicitud de conciliación extrajudicial califica como una gestión de cobranza, en especial porque en ese caso también puede ocurrir que el conciliador no logre notificar al invitado por haberse mudado de domicilio. Creemos que la constancia del conciliador en ese sentido equivale a la constancia del notario en la carta notarial, como hemos visto.

Finalmente, en ambos casos (notario o conciliador) puede discutirse si no era necesario que además de constatar que el deudor se ha mudado sin domicilio conocido, se intentara notificar a su representante legal, en caso de ser persona jurídica, o al menos a quien aparezca en la partida registral como tal, en el propio domicilio de ese representante. Aunque admitimos que esto pudiera ser útil para los intentos de cobranza de la deuda, nos parece que no puede exigirse tal diligencia a la empresa que quiere provisionarla, ya que dicho representante no es el deudor mismo y se entiende que las gestiones de cobro deben ir dirigidas directamente al deudor.



Dato

El Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Piura cuenta con una nómina de árbitros de reputación intachable, con especialización y experiencia nacional e internacional y comprobada. Para acceder al Centro, sólo deben incluir en sus contratos la siguiente CLÁUSULA: “Todo litigio o controversia, derivados o relacionados con este acto jurídico, será resuelto mediante arbitraje, de conformidad con los Reglamentos Arbitrales del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Piura, a cuyas normas, administración y decisión se someten las partes en forma incondicional, declarando conocerlas y aceptarlas en su integridad”.

MEDIO ALTERNATIVO DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EFICIENTE Y EFICAZ

¿Qué es el Centro de Arbitraje?

¿Qué hacer ante el surgimiento de una controversia entre personas naturales o jurídicas? El Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Piura ofrece un medio de solución de controversias distinto al proceso judicial, por el cual las partes se someten a la decisión de un tercero, que en este caso es el árbitro, quien es responsable de dar solución a la disputa, así nos detalló Susana Seminario Vega, secretaria general del Centro de Arbitraje.

Asimismo, precisó que esta instancia brinda la seguridad de tener una institución supervisando el cumplimiento del debido proceso y evitando innecesarias demoras o problemas de orden procesal, a través de un conjunto de normas claras, previamente establecidas.

¿Qué es el Centro de Arbitraje?

El Centro de Arbitraje es una Institución Arbitral que tiene a su cargo la administración de los arbitrajes a los cuales las partes han sometido la solución de sus controversias.

¿Y qué es el Arbitraje?

Es un medio privado de solución de controversias, alternativo al sistema judicial, por medio del cual terceros especialistas en la materia, designados por las partes, resuelven la controversia mediante un Laudo (equivala a una sentencia) que tiene el

carácter de definitivo e inapelable. No hay instancia de apelación.

En ese contexto, el Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Piura nace como un esfuerzo del sector empresarial de presentar una alternativa efectiva y rápida de solución de controversias, que una economía de mercado globalizada requiere.

¿Quiénes resuelven las controversias?

Las controversias son resueltas por los llamados árbitros, que cumplen el rol del juez en el poder judicial. En nuestro Centro se cuenta con una lista de árbitros profesionales imparciales y de reputación honorable.

¿A quiénes beneficia?

En primer lugar, beneficia a las partes que someten sus controversias al Centro de Arbitraje y que al final dilucidan su conflicto, de manera transparente, eficaz y en el menor tiempo posible. Estas partes pueden ser del sector privado o del sector público. Además beneficia a la sociedad en general, en tanto muchos arbitrajes resuelven conflictos en los que se encuentran inmersas la ejecución de obras que redundarán en beneficio de la región.

¿Cuándo se puede acudir al Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Piura?

La parte interesada, respetando los plazos que la ley confiere sobre el particular,

recurre al Centro de Arbitraje cuando se presenta un conflicto con su contraparte. Y para ello, deben respetar lo dispuesto en el Convenio Arbitral.

El Convenio Arbitral, es el acuerdo por el cual las partes de un contrato deciden someter a arbitraje sus controversias, y en nuestro caso, ante el Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Piura.

¿Por qué recomendaría hacer uso de este servicio que ofrece el Centro de Arbitraje?

Porque el arbitraje es un medio alternativo de solución de controversias totalmente eficiente y eficaz; y nuestro Centro de Arbitraje, preocupado por la seguridad jurídica, aplica Reglamentos Arbitrales modernos, acorde a las necesidades de hoy, ofreciendo la garantía suficiente de un proceso rápido, transparente y efectivo. Las partes conocen con anterioridad los reglamentos y procedimientos previstos.

Nuestro Centro garantiza: Administración Expeditiva; Imparcialidad e Independencia; Economía y Costos Accesibles; Confidencialidad, Eficacia y Satisfacción; Infraestructura de primer nivel.

Además contamos, con un Consejo Superior de Arbitraje, cuya función principal es garantizar que en los arbitrajes cumplan las normas previstas en el Estatuto y Reglamentos de la Institución, resguardando un debido proceso.



VISITANDO A NUESTROS SOCIOS

UNIMAR

Unimar brinda servicios logísticos orientados al comercio internacional peruano. Inició sus operaciones en el Perú en 1978. Tiene como principales clientes a líneas navieras, agentes de carga, importadores y exportadores, buscando minimizar costos para sus clientes.

En su afán por expandirse y crear nuevas redes de negocio, Unimar ha ubicado estratégicamente sus oficinas en el Puerto del Callao y en el Puerto de Paita, además de una oficina de coordinaciones logísticas en el Centro Empresarial de la Camco Piura.

“Al ser socios de la Cámara de Comercio, tenemos acceso a base de datos de clientes, estadísticas, tarifas especiales. Así mismo, decidimos ubicar nuestra oficina



en el Centro Empresarial porque estamos cerca a la misma Cámara y también a otras empresas, lo que nos permite entablar relaciones con ellos. Nos sentimos muy bien debido a que los servicios e información que brinda la Cámara siempre está actuali-

zada”, nos comenta la jefa de Negocios Logísticos del Grupo Unimar, Agnes Franco. Es importante mencionar que Unimar inició sus operaciones en la oficina ubicada en el Centro Empresarial de la Cámara de Comercio en enero del 2013, como una alternativa para brindar servicios orientados a las necesidades de los exportadores e importadores de manera eficiente. Maneja una cartera de clientes importantes y está posicionada entre los mejores operadores logísticos de la región norte, teniendo como clave de sus servicios el proceso de tercerización de las actividades logísticas, con el fin de mejorar el servicio a sus clientes, logrando así una operación final flexible e integrada.

NORVID S.A.C.

NORVID S.A.C. es una de las primeras empresas exportadoras de uva de nuestra región, constituida en el año 2008.

El año pasado renovó sus accionistas, siendo su actual gerente general Dino Rosingana Puccio, quien indicó, que si bien es cierto, esta empresa se inició como productora y exportadora de uva, ahora también se dedican a la exportación de fruta fresca y legumbres.

“Actualmente en NORVID nos encargamos de buscar productores asociados para exportar, no sólo uva, sino también palta y mango, y otros productos que se cultivan aquí en Piura”, refirió Rosingana Puccio.



Como empresa exportadora NORVID busca crear alianzas con los productores a mediano y largo plazo, y tiene como una de sus metas mantener su posición de liderazgo. Su oficina está ubicada en el Centro Empresarial de la Camco Piura, y para el gerente general eso es una gran ventaja, “porque nos permite tener cerca los servicios que esta importante institución ofrece a sus socios, de una manera rápida”.

Ser socio de la Cámara, señaló, les da muchas ventajas como contar con una base de datos de todos los asociados, participar de conferencias, y charlas relacionadas con el rubro, entre otras.

Detrás de cada empresa hay una historia de empuje y visión empresarial. Por eso, desde este espacio deseamos difundir la labor que realizan cada uno de nuestros socios, cómo han ido construyendo sus logros y su aporte al desarrollo de nuestra región y del país. Los invitamos a compartir estas valiosas experiencias.

RC NEGOCIOS

RC Negocios es una empresa de distribuidores especializados en tratamiento y almacenamiento de agua, almacenamiento de sustancias químicas, tratamiento de aguas residuales domésticas, bombeo de agua, remoción de sólidos, etc.

Fue fundada en el año 2005, especializándose en el rubro en el 2008.

La empresa cuenta con una amplia línea de electrobombas, válvulas, tanques, etc. para uso industrial.

Según nos informa el gerente general de RC Negocios Luis Cragg, no solo ofrece la venta de productos como los distribuidores domésticos, sino que va más allá ofreciendo como valor agregado soluciones industriales a sus clientes.

Asimismo cuenta con una línea de saneamiento destinada al uso de fondos sociales, teniendo como producto principal a los de-



nominados “Baños Dignos” que contribuyen con las familias de bajos recursos que tienen en sus viviendas una conexión de agua pero no desagüe. De esta manera se fabrican baños de fibra de vidrio de alta calidad, ofreciendo la posibilidad de contar con un servicio higiénico que disminuye considera-

blemente el contagio de enfermedades gastrointestinales y respiratorias.

Se encuentran en el Centro Empresarial de la Camco Piura desde el 9 de marzo del presente año. RC Negocios atiende a nivel nacional y dentro de su cartera de clientes cuenta con empresas del sector agroindustrial, agrícola y afines.

Luis Cragg señala que a diferencia de su competencia, RC Negocios es el único distribuidor especializado que se encuentra en el norte del país, lo que no ocurre con otros distribuidores que se ubican en Lima y en la zona sur del Perú. Además, el trato con los clientes es directo y especializado.

RC busca reforzar el posicionamiento alcanzado en el rubro de saneamiento, ofreciendo alternativas como plantas de tratamiento de agua, potabilizadoras, que ofrecen soluciones a empresas y hogares.

CAJA PIURA

Paga tus tarjetas de crédito en Caja Piura de forma rápida y segura (vía transferencias interbancarias)

Ante la creciente ola de inseguridad que experimenta el país, Caja Piura en cooperación con la Cámara de Compensación Electrónica (CCE) y otras Entidades Financieras peruanas, han trabajado en conjunto para ofrecer a sus clientes una forma segura de hacer sus pagos.

‘Pago de Tarjetas de Crédito’ es el servicio que CAJA PIURA ofrece a sus clientes a nivel nacional, a través de la modalidad TRANSFE-



RENCIAS INTERBANCARIAS. Este nuevo servicio permite el pago de las tarjetas de crédito de otras entidades financieras en la Agencias de Caja Piura, sin necesidad de movilizar efectivo, de manera fácil, rápida y segura.

Además, los clientes que hagan uso de este servicio hasta el 25 de agosto, participan del sorteo de 25 parlantes bluetooth Bose y 90 Fujita. Sorteo que se realizará el 31 de agosto del 2015 en las oficinas del CCE. Mayor información y consulta en www.cajapiura.pe o en la página de Transferencias Interbancarias www.tin.com.pe.



XIII Encuentro Regional de Mesas de Concertación para la Lucha contra la Pobreza.



Conferencia de Prensa. Resocialización y Seguridad Ciudadana.



Reunión de Coordinación. Cruzada por el respeto que merece la región Piura.



Conferencia de Prensa. 50 Aniversario del Coro Polifónico de Piura.

!!!Feliz Aniversario!!!

En la Cámara de Comercio y Producción de Piura buscamos acercarnos cada día a nuestros socios. También queremos celebrar con ellos, animándolos a seguir adelante, a cumplir los objetivos trazados, con el mismo empeño con el que iniciaron sus proyectos. Piura está orgullosa de ustedes y la Cámara de Comercio también. Por eso queremos desearles en su aniversario todos los parabienes para su empresa. ¡Éxitos y muchas felicidades!

Julio

- | | |
|--|--|
| 01 Asel Ingenieros S.R.LTDA. | 12 Turiservice S.A.C. |
| 01 Good Image E.I.R.L. | 14 Punto Blanco S.A.C. |
| 01 New Transport S.A. | 16 Ubillús Consultores Asesores S.R.L. |
| 02 LAN Perú S.A. | 20 Maquinarias y Frutas de |
| 04 Panificadora y Negocios | Exportación del Perú E.I.R.L. |
| El Molino S.R.L. | 22 Smartsea S.A.C. |
| 04 Centro Médico Hematológico E.I.R.L. | 23 Terminal Pesquero José Olaya S.A. |
| 05 Tivba Multiservis S.A.C. | 25 Víctor Orlando Vilela Saldarriaga. |
| 05 Universidad Señor de Sipán S.A.C. | 25 Bar Restaurant Caracol Azul S.A.C. |
| 06 Eleodoro Quiroga Ramos S.A.C. | 26 María Patricia Cardoza |
| 06 Profuturo A.F.P. | de Peña E.I.R.L. |
| 07 Northhydraulic S.A. | 26 Universidad Privada |
| 10 Impex "Rico Pez" S.R.LTDA. | Antenor Orrego. |
| 10 Inversiones Holding Perú S.A.C. | 31 Frigoexpert S.A.C. |
| 10 Mamut Perú S.A.C. | |

Agosto

- | | |
|--|--|
| 01 ICPNA - Región Grau. | 14 4 M S Organizadora de Eventos |
| 01 Altamar Foods Perú S.R.L. | y Catering E.I.R.L. |
| 03 Port Logistics S.A.C. | 15 Rensa Ventas y Servicios S.R.LTDA. |
| 06 Gezalt Arquitectura Diseño | 16 Mapping S.A.C. |
| y Construcción S.R.L. | 16 Servicios Electromecánicos |
| 06 Negocios Generales Valeska E.I.R.L. | Generales S.R.L. SEMAG S.R.L. |
| 08 Prima AFP S.A. | 17 Inmobiliaria Santa Margarita S.A.C. |
| 08 Dysmar E.I.R.L. | 17 Corporación IXNUK E.I.R.L. |
| 09 Eco Proyec Perú S.A.C. | 17 Astro S.A.C. |
| 10 Real Plaza S.R.L. | 20 Formularios Piura S.A.C. |
| 10 América Móvil Perú S.A.C. | 20 Consorcio Norvid S.A.C. |
| 12 Perú Frut Tropical S.A.C. | 21 Escuela de Capacitación de |
| 12 Peruvian Seafood Export S.A.C. | Empresarios Perú S.A.C. |
| 12 Piura Top Llantas E.I.R.L. | 24 Grupo Carita Feliz S.R.L. |
| 13 Institución Educativa | 25 Procampo S.A. |
| "San Juan Bautista". | 26 Electronoroeste S.A. |
| 13 NN Guillén S.A. | 26 Servimotor E.I.R.L. |
| 14 Luis Enrique Borrero Pulache - | 28 Catering Gourmet CMP S.R.L. |
| Comercial Borrero. | 31 Transportes María S.A.C. - |
| | TRANSMARSAC. |



ALVAREZ LARA ABOGADOS ASOCIADOS S.R.L.

José Antonio Alvarez Lara

GERENTE GRAL. - ABOGADO - ARBITRO EN CONTRATACIONES
CONCILIADOR EXTRAJUDICIAL
REG. ICAP N° 1264
REG. CALL N° 3509



**ASESORIA
EMPRESARIAL**

INDUSTRIAL

FINANCIERA

ESTUDIOS

JR. AREQUIPA 550 - 2DO. PISO - PIURA - OF. 073-320623
CEL. 969785948 - RPM: #941888183 - NEXT. 834*3329

CALLE HUÁSCAR N° 633 - CEL. 969785948
TELF. 074-281506 - LAMBAYEQUE

CALLE GAMARRA N° 679 - 2DO. PISO OF. 01
TELF. 044650051 - CEL. #94888183 - TRUJILLO



SolRiego

Soluciones de Riego SRL



**Sistemas de Riego por aspersión,
Goteo, Micro Aspersión
y Nebulización,
Geomembranas en LDPE y HDPE,
Electrobombas, Gaviones,
Malla Raschell,
Red de mangas para conducción
de agua, Gotosos.**

Av. Luis Antonio Eguiguren 804 - Piura

Teléfono 073-301115

Celular (073) 968180626

RPM #140626 Nextel: 427*8740

Email: ventassolriego@yahoo.es

SOMOS DISTRIBUIDORES



JOHN DEERE
WATER TECHNOLOGIES

**La
Auxiliadora**
CORREDORES DE SEGUROS SAC

Empresa Corredora de Seguros, autorizado por
la Superintendencia de Banca y Seguros con
Matrícula J-0734.

Asesoramos a empresas Públicas y Privadas y
Licitaciones del Estado. Ofrecemos las mejores
alternativas del mercado para la contratación
de los seguros con las diferentes Compañías
del mercado asegurador.

- SOAT Delivery 969104925 / RPM # 852578
- Seguros de SALUD
- Seguros Patrimoniales
- Seguros de VIDA
- Seguros de TRANSPORTE
- Seguro de VEHÍCULOS A TODO RIESGO
- Seguros de Responsabilidad Civil
- SCTR - Complementario de Trabajo de Riesgo
- Seguro de Cascos Marítimos
- Asesoría a empresas Públicas y Privadas
- Licitaciones del Estado



Jr. Huánuco N° 365 Int. 003 (Ref. alt. Tacna con Huánuco) PIURA

Teléfono: 073 326142 / 969104925 / #852578

E-mail: josefcordova@yahoo.com

VENDO y/o ALQUILO PUERTO DE PAITA

Ideal para sector logístico, centros comerciales,
desarrollo inmobiliario, sector educación.

02 terrenos ubicados a 10 min. del puerto de
Paíta con las siguientes características:

01 TERRENO DE 60,000 M2.

CON FRENTA A LA CARRETERA
INTEROCEÁNICA NORTE (PAITA-PIURA), A
800 MTS. DEL NUEVO HOSPITAL
PROVINCIAL Y VECINO A LOS ALMACENES
DE NEPTUNIA

01 TERRENO DE 14,500 M2,

CON FRENTA A LA CARRETERA PAITA-
SULLANA, VECINO A LOS ALMACENES
DE RANSA

997737621 / 997053988

email: informespaíta@gmail.com

**PROGRAMA DE
FORMACIÓN
PARA ADULTOS**



sube.ucv.edu



@subeucv

OBTÉN UN TÍTULO PROFESIONAL.

Alcanza la vida que sueñas.

INSCRIPCIONES ABIERTAS

CARRERAS PROFESIONALES

- Administración
- Contabilidad
- Marketing y
Dirección de Empresas
- Ingeniería Industrial
- Ingeniería Civil
- Ingeniería Sistemas

sube

SISTEMA UNIVERSITARIO
BASADO EN LA EXPERIENCIA

Piura:

Prolongación Av. Chulucanas S/N.
T.: (073) 285900, anexo: 5601- 5563 - 5535
Calle Tacna 371 T.: (073) 308512

Talara:

Av. Ignacio merino Mz F- 15
T.: (073) 382432

Sullana:

Calle Tarapacá 465
T.: (073) 491501

Tumbes:

Calle Huascar N° 380
T.: (072) 504586



UCV

UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO



Los proyectos con **MEJOR UBICACIÓN** en **TODO PIURA !**

a 800 mts del OPEN PLAZA



INICIAL HASTA EN 20 MESES !
sin intereses

Hasta 108 MESES PARA PAGAR !
crédito directo, sólo con DNI

SEGURIDAD 24 HORAS !

- Dren Pluvial
- Cámaras de Vigilancia
- Vigilancia motorizada
- Pórticos de Ingreso



**Más de 4 mil lotes vendidos,
miles de familias felices !**

Av. Andrés Avelino Cáceres,
al lado de la Universidad Nacional de Piura



INFORMES:
Tel: 073 - 626400