



REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE PIURA

Empresario

AÑO 22 - N° 79

Piura frente a las elecciones 2016

Panorama económico de la región Piura de cara a las próximas elecciones

2015 NACEN 5 MIL EMPRESAS

En el año 2015 se generó más de 241 mil puestos de trabajo por la creación de nuevas empresas

TARJETAS EN ÉPOCA ESCOLAR

SBS informa que más de 390 000 personas en la región Piura tienen por lo menos una deuda

MARKETING VIRAL

Beneficios y aplicaciones para las empresas grandes y pequeñas

PYMES Y TECNOLOGÍA

4 tips para acercar a las pequeñas empresas a las tecnologías de la información

¿Necesita instalaciones y un servicio adecuado para su evento?

Ponemos a su disposición los diversos ambientes de nuestra sede institucional



- Sala de reuniones
- Auditorios
- Salón Directorio
- Salones tipo aula
- Plataforma

Informes:



Urb. San Eduardo A-2 – Piura



073 321871 Anexo 106



relacionespublicas@camcopiura.org.pe



www.camcopiura.org.pe





REVISTA

Empresario

FEBRERO 2016

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. Huancavelica 435. Int. 4 Piso
073 331840 #969675555

IMPRESIÓN

PRENSA GRAF EIRL
Jr. Junín 487 - Piura
Telf: 073 305276 Cel.:969636665

Urb. San Eduardo A-2
Teléf.: 073 321871 Telefax 332609
<http://www.camcopiura.org.pe>
E-mail: camarapiura@camcopiura.org.pe

En esta edición

8

Más de 235 mil empresas se crearon en el 2015



10

SUNAT ya no multará a pequeñas empresas que no declaren



14

Piura frente a las elecciones 2016



19

Plazo para implementar lactarios en centros laborales



además

5. Nuestro Presidente

6. Nuestro Gerente

11. SBS aconseja uso adecuado de tarjetas en campaña escolar

12. Ritmo de desdolarización de créditos se acelera

13. Inflación de la Macro Región Norte fue de 4% en enero

16. ¿Qué es el Marketing viral?

17. 4 Tips para potenciar las PYMES a través de la tecnología

18. Una fotocopia basta para acreditar existencia de un contrato

20. Nuevos socios

21. Nuevos socios

22. Nuestros socios

23. Nuestros socios

24. Vida Empresarial

26. Efemérides

Cámara de Comercio y Producción de Piura



El aliado estratégico para su empresa

Servicios de desarrollo empresarial a su servicio:

- › 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
- › Reporte Infocorp
- › Entrega de la Placa Única Nacional de Rodaje
- › Centro de Arbitraje
- › Ventanilla Única de Formalización de Empresas
- › Soporte Promocional
- › Uso de Instalaciones (auditorios, sala de reuniones, aulas, etc.)
- › Plataforma Tecnológica



Urbanización San Eduardo A-2. Piura
Teléfono 321871 - Telefax 332609
camarapiura@camcopiura.org.pe
www.camcopiura.org.pe

Seguir avanzando

Un objetivo común que comparten los sectores, público y privado, es contribuir con el crecimiento económico y social de la región y del país.

Para que ello suceda, atraer y retener la inversión privada, es un pilar fundamental.

Incentivar la inversión requiere que se den ciertas condiciones tales como: garantizar la seguridad jurídica, reducir o eliminar las barreras administrativas, trabajar en el fortalecimiento institucional, mejorar deficiencias en infraestructura, elevar los niveles de seguridad ciudadana, etc.

Regiones como la nuestra, con gran potencial productivo tienen en la inversión privada socialmente responsable la oportunidad de generar bienestar para una población que bordea el millón 900 mil habitantes y que nos convierte en la tercera región más poblada del país, después de Lima y La Libertad.

Piura ha crecido económicamente en los últimos años. La tasa promedio anual en el período 2008-2014 fue del 5,5 por ciento y el aporte al Valor Agregado Bruto Nacional, al año 2014, de acuerdo a cifras del INEI, fue del 4,3 por ciento. No obstante, es importante recordar que nuestra economía descendió del segundo lugar en 1997 al sexto. Por otro lado,

Piura mantiene como tarea pendiente reducir las diferencias existentes entre Costa y Sierra; y las zonas urbanas y rurales. Es de público conocimiento que la capacidad de gasto de nuestra región es limitada, razón por la cual la inversión privada se convierte en un aliado para sacar adelante proyectos estratégicos entre los que destacan el Alto Piura, entre otros de infraestructura de salud, vial, energético, por ejemplo. Sin que ello signifique que el Estado deje de asumir el rol promotor que le corresponde.

Convertir ventajas comparativas en ventajas competitivas es un desafío para nuestra región. Mayor innovación y tecnología, un adecuado aprovechamiento de los acuerdos comerciales, dejar atrás problemas como el centralismo, inseguridad ciudadana, déficit de infraestructura, corrupción, etc., nos permitirá lograr un crecimiento que beneficie a todos. Los resultados de las elecciones generales 2016 del próximo 10 de abril no deberían representar un riesgo para el clima de inversiones. Por el contrario, tendrían que garantizar que nuestras expectativas continúen siendo optimistas.

De nuestro voto dependerá, en gran medida, el derrotero a seguir. Por consiguiente, al momento de sufragar hagámoslo responsablemente. Piura tiene que seguir avanzando.

Dr. Edmundo Rodríguez – Frías Benza
Presidente



Gas natural en compás de espera

El gas natural es un combustible económico, amigable con el medio ambiente, puede ser empleado por la industria, el transporte y los hogares.

Por su bajo costo, los más favorecidos son los usuarios de menores ingresos. Familias de Lima e Ica, que consumen el gas de Camisea (Cusco), pueden testimoniarlo.



Lamentablemente, aunque Piura cuenta con el recurso, continúa siendo ajena a sus beneficios porque ha venido postergándose la explotación de esta importante fuente de energía.

Recordemos que en noviembre de 2014 Sechura Oil & Gas Consorcio resultó ganador de la licitación de distribución del gas natural en Piura, la cual fue declarada nula a fines de enero de 2015 por el Ministerio de Energía y Minas, MEM, quedando como único postor Gases del Norte del Perú, GASNORP.

El 27 de enero del presente año Osinergmin presentó en Audiencia Pública la propuesta tarifaria para el otorgamiento de la concesión de distribución de gas natural la cual fue seriamente cuestionada, entre otros aspectos, por resultar elevada.

Finalmente el 11 de febrero publicó la resolución que establece las tarifas de distribución de gas natural, aclarando que la fijación tarifaria es uno de los 14 requisitos que GASNORP debe presentar al MEM para solicitar la concesión de la distribución de gas natural en la región, la misma que el MEM puede otorgar o denegar. Según informa, al triplicarse la futura demanda de la refinería de Talara se reduce la tarifa que plantearon inicialmente.

Hay que tomar en cuenta que Osinergmin continúa considerando dos escenarios: con y sin la demanda de la central de Malacas.

“Lamentablemente, aunque Piura cuenta con el recurso, continúa siendo ajena a sus beneficios porque ha venido postergándose la explotación de esta importante fuente de energía”.

Conforme explica, en el primer escenario los usuarios residenciales pagarían mensualmente S/ 14.60 (la propuesta inicial era de S/ 17). En el segundo escenario el pago mensual en los hogares sería de S/ 17 (la propuesta inicial era de S/ 22.5). En ambos casos, los precios incluyen el IGV.

De acuerdo al procedimiento regulatorio, se pueden presentar recursos de reconsideración en un plazo máximo de 15 días hábiles y Osinergmin tiene hasta el 18 de abril para resolverlos.

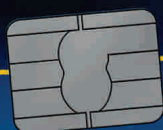
Frente a este panorama, si tenemos gas a 50 o a 60 km, habría que contemplar como una alternativa, solicitar al Congreso o al MEM que lo que subsidiamos a Camisea (Ley 27133/DS 046-2002-EM) se quede en Piura. De este modo el gas podría llegar a los más pobres y a no más de S/8.

Debemos evitar que las controversias pongan en riesgo la masificación del gas en nuestra región.

VENCE A LOS CLONADORES

PIURA
CASH DÉBITO

CAJA PIURA



4558 9599 0294 9527
4558

VALID
THRU

01/20

VISA



*CÁMBIATE **GRATIS*** A LA NUEVA
TARJETA PIURA CASH VISA **CON CHIP.***



Más de 235 mil empresas se crearon en el 2015

En el año 2015 se generaron más de 241 mil puestos de trabajo por la creación de nuevas empresas

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) dio a conocer que a diciembre de 2015, se crearon 235 mil 381 empresas en nuestro país. De acuerdo con el Directorio Central de Empresas y Establecimientos, en la Provincia de Lima se registró el mayor número, representando el 40,1% del total, le siguen La Libertad y Arequipa con 5,5% cada uno, Cusco con 5,0% y Piura con 4,0%.

Las nuevas 235 mil 381 empresas emplearon a más de 241 mil personas, entre conductores de las empresas y asalariados. De este total, la actividad que demandó mayor personal fue el comercio con más de 102 mil nuevos empleos, generados principalmente en las microempresas.

SECTOR COMERCIO

En el 2015, se crearon y reactivaron 101 mil 640 empresas comerciales representando el 43,2% del total de nuevas empresas. Destacan las que se dedican a la venta de alimentos (21,6%), venta de textiles y prendas de vestir (11,0%), venta de materiales de construcción y artículos de ferretería (8,5%) y venta a cambio de una retribución o por contratación (7,6%).

En tanto, las otras actividades con mayor número de nuevas empresas fueron otros Servicios (actividades inmobiliarias, enseñanza, salud, salones de belleza, actividades artísticas, de entretenimiento y otras actividades de servicios personales) to-

talizando 30 mil 615, es decir el 13,0% y Servicios Prestados a Empresas con 28 mil 598 que representan el 12,1%, entre los principales.



Seis de cada diez empresas iniciaron actividad como Personas Naturales

Finalmente, el INEI informó que 153 mil 367 empresas iniciaron actividad como Personas Naturales (65,2%), 38 mil 434 como Sociedad Anónima (16,3%), 25 mil 552 como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (10,9%), 7 mil 923 como Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (3,4%) y 10 mil 105 con otro tipo de organización (4,3%).





ALVAREZ LARA ABOGADOS ASOCIADOS S.R.L.

José Antonio Alvarez Lara

GERENTE GRAL. - ABOGADO - ARBITRO EN CONTRATACIONES
CONCILIADOR EXTRAJUDICIAL
REG. ICAP Nº 1264
REG. CALL Nº 3509



**ASESORIA
EMPRESARIAL**

INDUSTRIAL

FINANCIERA

ESTUDIOS

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

CALLE HUÁSCAR Nº 633 - CEL. 969785948
TELF. 074-281506 - LAMBAYEQUE

CALLE GAMARRA Nº 679 - 2DO. PISO OF. 01
TELF. 044650051 - CEL. #94888183 - TRUJILLO



CLÍNICA OFTALMOLÓGICA

- Catarata • Pterigion • Glaucoma • Estrabismo
- Láser para Miopía, Hipermetropía, Astigmatismo,
- Tratamiento de Patologías de Retina y Vítreo

EMERGENCIA

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

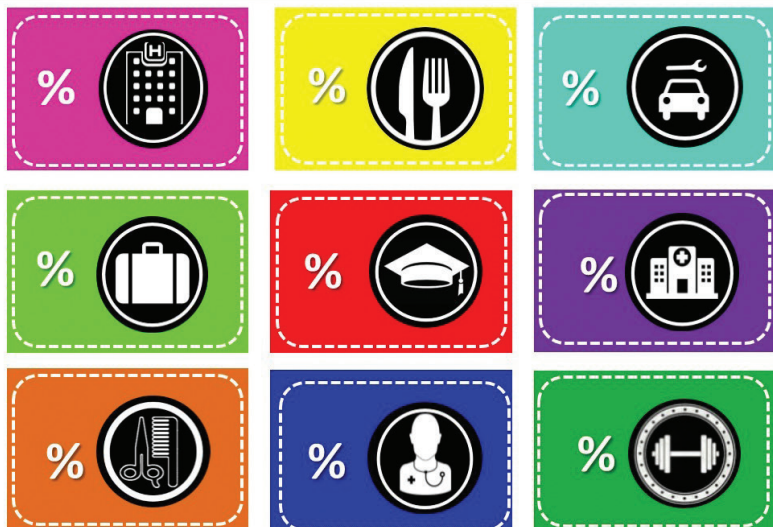
Av. Grau 1026 - Piura

Telf.: 073 - 325708 Cel.:969570940

RPM*624940 / E-mail: clinicaop@hotmail.com



**¡Disfruta de las mejores ofertas
exclusivas para socios!**



¡Afíliate!

**Y únete a nuestra
red de descuentos**

**¡Disfruta de este beneficio y de
muchos más!**



Urb. San Eduardo A-2 – Piura.



Telf. 073 321871 Anexo 106



relacionespublicas@camcopiura.org.pe



www.camcopiura.org.pe

**Cámara de Comercio y Producción de Piura,
el aliado estratégico para su empresa**

SUNAT ya no multará a pequeñas empresas que incumplan con presentar declaraciones

Beneficio también alcanza a quienes presenten sus declaraciones en forma extemporánea

Desde el 28 de enero la SUNAT ya no sanciona a aquellos contribuyentes que no presenten sus declaraciones o las presenten fuera de plazo. Así lo dispone la Resolución de Superintendencia Nacional Operativa N° 006-2016-SUNAT/60000.

Esta facultad de no sancionar se aplicará a los contribuyentes cuyo importe de ventas o compras, por cada uno de ellos no supere la media Unidad Impositiva Tributaria (UIT), es decir, S/. 1975 soles.

Para tal efecto, una vez detectada la infracción, la SUNAT notificará al contribuyente con una esquila de omiso, otorgándole un plazo para que cumpla con la presentación de las declaraciones o comunicaciones requeridas.

Hasta antes de esta disposición, la Administración Tributaria imponía la misma multa a todos los contribuyentes, sin tomar en consideración el nivel de sus compras o de sus ventas. En ocasiones los pequeños con-

tribuyentes pagaban multas que superaban sus ingresos.

En los dos últimos años se han aplicado este tipo de sanciones a cerca de 200 mil contribuyentes.



Los contribuyentes beneficiados son los que se encuentran en las siguientes situaciones:

- Omiten presentar las declaraciones debido a que no han iniciado actividades económicas (compras ni ventas) o porque las han suspendido temporalmente.

- Solicitan autorización de impresión de comprobantes de pago pero no inician actividades económicas que generen ingresos.

- Omiten presentar la declaración jurada anual del Impuesto a la Renta cuando la inscripción la realizan en los últimos meses del año.

- Presentan hasta 6 o 12 declaraciones en fecha posterior al vencimiento con importes cero, a fin de registrar la reactivación del RUC.

Por otra parte, también se busca beneficiar a aquellos pequeños contribuyentes en actividad, cuyos ingresos no superen la media UIT y que incurran en estas infracciones. La eliminación de estas sanciones se efectuará, incluso, a las infracciones cometidas o detectadas con anterioridad a la fecha de vigencia de la resolución cuando la resolución de multa no ha sido emitida o habiéndose emitido aún no ha sido notificada.



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 Paita 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 Paita - Sullana Km. 3 Paita, Perú
www.ceticospaita.com.pe

PIURA ES LA SEGUNDA REGIÓN A NIVEL NACIONAL CON MAYOR NÚMERO DE DEUDORES

SBS aconseja uso adecuado de tarjetas en campaña escolar

Más de 390 000 personas o empresas en la región Piura tienen por lo menos una obligación financiera

Ha llegado el mes en que todos los padres de familia están preocupados por las listas de útiles. Muchas veces por falta de liquidez se realizan operaciones en las librerías con las tarjetas de crédito.

La Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) reportó que Piura es la segunda región con mayor número de deudores que llegan a más de 390 000 personas o empresas que actualmente cuentan con alguna obligación financiera, en especial en lo que a tarjetas de crédito se refiere. Si bien con relación al año pasado la cifra ha disminuido, Piura es la cuarta región con mayor saldo de deuda y la quinta en niveles de morosidad.

Ante este panorama, la SBS brinda algunas recomendaciones para usar de manera correcta la tarjeta de crédito y evitar una creciente morosidad, debido a que lo más importante es optimizar el gasto de este dinero extra.

El primer paso para que su dinero no desaparezca rápidamente es realizar un presupuesto, es decir, llevar un control de todos sus ingresos y gastos. Puede planificar los regalos y gastos de fiestas con anticipación para evitar apuros de última hora, de manera que su dinero no se vaya en gastos innecesarios o en compras impulsivas.

Recuerde que es mejor pagar los gastos del día a día al contado, y pedir un crédito para hacer compras importantes o, tal vez, para hacer realidad el sueño de la casa o del negocio propio.

Es importante que se detenga a pensar y comparar los precios antes de comprar o de solicitar nuevos créditos. Sea un consumidor inteligente y saque el máximo provecho a su dinero.

Es importante recordar que los ingresos de la familia siempre deben ser mayores a los gastos, de lo contrario estará poniendo en



riesgo su salud financiera y la tranquilidad de su hogar.

La Oficina Descentralizada de la SBS en Piura atiende y orienta de manera gratuita a todos los usuarios que tengan quejas o necesiten mayor información de actividades financieras y promociones bancarias que en este mes ofertan las instituciones del rubro. Pueden acercarse a Prócer Merino 101. Urb. Club Grau, Piura.

La Auxiliadora
CORREDORES DE SEGUROS SAC

Empresa Corredora de Seguros, autorizado por la Superintendencia de Banca y Seguros con Matricula 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

Calle & Asociados S.C.
AUDITORES - CONSULTORES
EMPRESARIALES

FIRMA PROVEEDORA DE SERVICIOS DE:

- ▲ Auditoría Financiera
- ▲ Auditoría Operativa
- ▲ Asesoría Tributaria
- ▲ Peritajes
- ▲ Outsourcing Contable
- ▲ Drawback y SFMB Exportadores

(073) 308259
 968858040 - *208033

Jr. Arequipa N° 642 - 3er piso
Ofic. 4 Edificio Plaza Fuerte - Piura
 george@calleasociados.org
calle_auditor@hotmail.com

Ritmo de desdolarización de créditos se acelera

En los últimos ocho años, disminuye la dolarización de créditos hipotecarios en 53 puntos porcentuales

La tendencia al alza de la cotización del dólar en los últimos años ha determinado que la participación de los créditos otorgados en esa moneda se reduzca de manera importante. Este comportamiento muestra una mayor concientización, de parte de empresas y familias, del riesgo cambiario al que están expuestos si es que no asumen sus deudas en la misma moneda en la que reciben sus ingresos (o la mayor parte de éstos). En esta tendencia influyeron también la mayor oferta de financiamiento en moneda nacional y las facilidades que brinda la banca hoy para la conversión de créditos en dólares hacia soles. Todo ello, en línea con el objetivo expreso del Banco Central de reducir la dolarización en el sistema financiero, minimizando así el mencionado riesgo cambiario para el sistema financiero en su conjunto e incrementando la efectividad de la política monetaria.

De este modo, a diciembre de 2015, la dolarización de las colocaciones totales ascendió a 32.89%, cifra que representó una disminución de 10 puntos porcentuales frente al cierre de 2014, y de 19.46 puntos porcentuales frente al término del 2010 (últimos cinco años). Cabe resaltar que la reducción registrada en el último año fue marcadamente mayor a la reportada en el 2014, de sólo tres puntos porcentuales, como reflejo de la actuación conjunta del público, los bancos y el BCRP en el esfuerzo por acelerar la desdolarización de los créditos.



Si revisamos por tipo de crédito, observamos que en los créditos empresariales se dio una tendencia análoga. Así, la participación de los créditos en dólares en el financiamiento corporativo pasó de 51.45% a 38.39%, lo que representó una disminución de 13.06 puntos porcentuales, mientras que en los créditos a grandes y medianas empresas pasó de 61.24% a 49.64% y de 61.12% a 48.86%, lo que pone en evidencia una reducción de 12 puntos porcentuales en ambos casos. Mientras que, los créditos a pequeñas y microempresas, que presen-

tan niveles mucho menores de dolarización también se sumaron a esta tendencia.

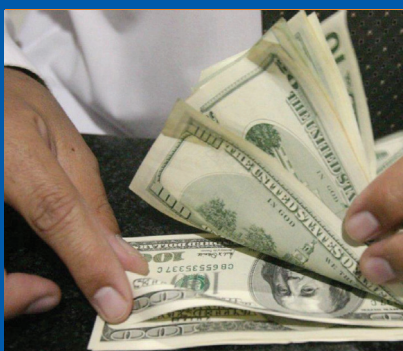
En el caso de los créditos a pequeñas empresas la participación en dólares pasó de 17.88% a 10.38% (una disminución de 7.50 puntos porcentuales), y la de créditos microempresa pasó de 14.17% a 3.64% (una reducción de 10.53 puntos porcentuales), en el transcurso del último año (2015). En todos los casos, el ritmo de desdolarización se aceleró respecto a lo observado en el 2014, año en el que incluso se reportó un aumento en la participación en dólares de los créditos microempresa (en 3.30 puntos porcentuales, de 10.87% a 14.17%).

De otro lado, los créditos destinados a las personas también presentaron una fuerte reducción en su nivel de dolarización, destacando particularmente el caso de los créditos vehiculares. Así, en este tipo de financiamiento, la participación en dólares mostró una caída de 24.98 puntos porcentuales, al pasar de 69.28% a 44.29%, mientras que para el caso de los créditos de consumo (que incluyen a los vehiculares, además de los préstamos personales y tarjetas de crédito), el ratio pasó de 10.41% a 7.71%, mostrando un retroceso de 2.70 puntos porcentuales.

Fuente: Asociación de Bancos del Perú - ASBANC

Créditos hipotecarios

Mención aparte merecen los créditos hipotecarios, cuya dolarización fue la que reportó el mayor retroceso en los últimos ocho años. Así, comparando lo reportado al cierre de 2007 frente al término de 2015, se evidencia una disminución de 52.89 puntos porcentuales, desde 80.20% hasta 27.30%, mientras que sólo en el 2015 la reducción fue de 7.42 puntos porcentuales (desde 34.72% al cierre de 2014).



Señala CIE de PERUCÁMARAS

Inflación de la Macro Región Norte fue de 4% en enero

La tasa inflacionaria en el 2015 fue de 3,3%. Lambayeque, Piura y Tumbes superaron el promedio de esta parte del país

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) de la Macro Región Norte se incrementó en 4% en enero último, en tanto en el 2015 la tasa anual de inflación fue de 3,3%, según un informe del Centro de Investigación Empresarial (CIE) de PERUCÁMARAS.

Es importante señalar que la tasa anual es mayor a la registrada en el 2014, que fue de 2,9%, lo que indicaría una tendencia al alza de los precios.

Asimismo, se observa que el incremento en el IPC se debe principalmente al aumento en el rubro alimentos y bebidas (5,7% en enero y 4,5% en el 2015) y alquiler de vivienda, combustible y electricidad (7,1% en enero y 6,4% en el 2015).

Lambayeque, Piura y Tumbes fueron las regiones que superaron la tasa inflacionaria promedio de la macro región, al registrar una variación acumulada anual de 3,8% (en el caso de las dos primeras) y 3,6%, respectivamente.

Las tasas de inflación de Cajamarca y La Libertad fueron menores al promedio de la macro región: 2,4% y 3%, respectivamente. El informe advierte que el IPC de enero del presente año es el más alto registrado desde diciembre del 2011, cuando llegó a 6%.

IPC por grupos de consumo

El informe del CIE de PERUCÁMARAS señala que de los ocho grupos de consumo que conforman la canasta del IPC, el rubro alimentos y bebidas, que tiene un importante peso, creció 4,5% en la Macro Región Norte en el 2015.

Dos fueron las regiones con resultados por encima del promedio de la tasa de inflación de este grupo de consumo. Se trata de Piura, con una tasa de 5,2%, y Lambayeque,



5,1%.

En tanto Cajamarca y Tumbes (ambas con una inflación de 4,3%), así como La Libertad (3,7%) exhibieron resultados por debajo del promedio.

Por su parte, el IPC del grupo de consumo vestido y calzado de esta macro región aumentó en 1,8%. Tumbes fue la única región que superó ese promedio al registrar una inflación de 3,7%.

Las regiones que se ubicaron por debajo del promedio regional fueron: Lambayeque (1,8%), Cajamarca (1,3%), Piura (1,3%) y La Libertad (0,8%).

Mientras que el IPC del grupo de consumo alquiler de vivienda, combustibles y electricidad subió en 6,4% en el período analizado. Dos regiones registraron resultados por encima del promedio: La Libertad alcanzó el 9,5% y Piura, 7,4%.

El IPC de este rubro en Tumbes fue igual al promedio regional: 6,4%. Las regiones que mostraron resultados por debajo del promedio fueron Cajamarca y Lambayeque, con una inflación de 4,4% y 4,3%, respectivamente.

De otro lado, el IPC del grupo muebles,

enseres y mantenimiento de la vivienda de la Macro Región Norte avanzó 1,9% en el 2015.

Las regiones de La Libertad y Tumbes mostraron variaciones anuales de este índice por encima del promedio, situándose en 2,2% y 2%, respectivamente.

El resto de regiones evidenciaron resultados por debajo del promedio: Lambayeque, 1,8%; y Cajamarca, 1,7%. El IPC de este rubro en Piura fue igual al promedio regional (1,9%).

En cuanto al IPC del grupo de consumo transportes y comunicaciones, se observa que las tasas de inflación de La Libertad (1,4%), Lambayeque (0,8%) y Tumbes (0,3%) fueron superiores al promedio de la Macro Región Norte, que se ubicó en 0,1%.

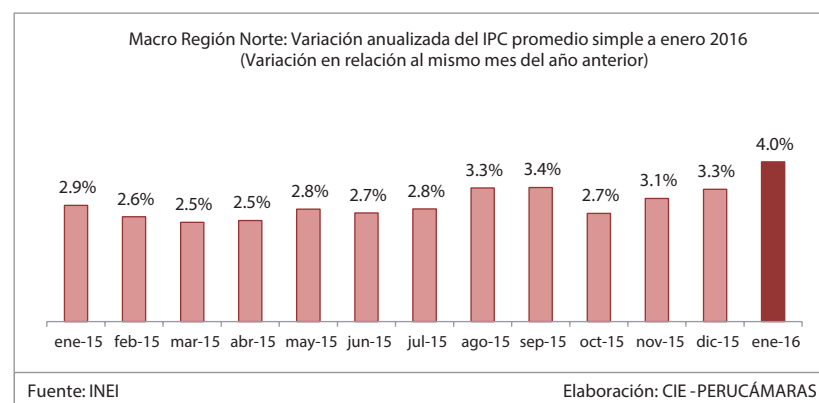
No obstante, las regiones de Piura y Cajamarca se ubicaron por debajo del promedio: -0,2% y -1,8%, respectivamente.

El IPC del rubro de cuidados y conservación de la salud mostró una variación anual de 3,3%. En este grupo de consumo, Piura y Tumbes evidenciaron tasas inflacionarias por encima del promedio: 6,1% y 5,8%, respectivamente.

Las regiones que registraron variaciones por debajo del promedio de la macro región fueron Lambayeque (2,2%), Cajamarca (1,4%) y La Libertad (1%).

En tanto el grupo de consumo esparcimiento, servicios culturales y de enseñanza en esta macro región reportó una inflación de 2,5% en el 2015.

Dos regiones superaron esta tasa promedio: Lambayeque, con una inflación de 4,1%, y Piura, 4%. Las regiones que registraron resultados por debajo del promedio fueron Tumbes (2,4%), Cajamarca (1,3%) y La Libertad (0,6%).





“L
produ
sarios r
integrals
condición
estos e

Mari
Magíster, Jefe
Económicos d
del Perú Suc

Panorama económico de la región Piura de cara al próximo proceso electoral

Piura frente a las elecciones 2016

El próximo 10 de abril de este año, cerca de 23 millones de peruanos acudirán a las urnas para elegir al nuevo presidente, vicepresidentes, congresistas de la República y parlamentarios andinos para el período 2016-2021. Piura, una de las regiones con mayor población y perspectivas económicas, aguarda con expectativa las medidas que adopte el nuevo gobierno. Al respecto, conversamos con el magíster Mario Alvarado Tabacchi, Jefe del Departamento de Estudios Económicos del Banco Central de Reserva del Perú Sucursal Piura.

construcción, por su parte, se recuperó, en gran medida, debido a la ejecución de obras de prevención por el evento El Niño. Hacia fines de año, las campañas de mango y uva se adelantaron, por las altas temperaturas, y repercutieron en la mejora de ingresos de la población y, en consecuencia, en una relativa mejora en el sector comercio. No obstante, los valores exportados de diversos productos se vieron afectados por la caída de precios en el mercado internacional, como por ejemplo, el petróleo, la uva, el mango, entre otros.

En el contexto electoral, ¿qué sectores deben priorizarse?

Los sectores de agroindustria y pesca son fundamentales en la región y por eso es vital que las propuestas de gobierno recojan alternativas de mejora de los mismos. En agroindustria y agro exportación, sigue siendo un tema pendiente el garantizar una infraestructura básica y, en especial, repotenciar la represa de Poechos, con el fin de seguir adelante con otros proyectos tales como el de Alto Piura y Vilcazán. Así mismo, es importante repotenciar al INIA y al Se-

Durante el 2015, ¿cuál ha sido el desempeño de los sectores productivos en la región?

En general, la suerte de los distintos sectores productivos ha sido desigual en el 2015 respecto del año anterior. En agricultura, hubo un desempeño positivo ya que el arroz, que es el cultivo principal en la región, contó con una adecuada disponibilidad de agua, a diferencia del 2014, en que hubo restricción de este recurso a principios del año; la uva también mantuvo un comportamiento favorable. Por el contrario, el sector pesquero tuvo una caída importante, ya que depende de la disponibilidad de pota y esta fue escasa e irregular por condiciones marinas anómalas debido al FEN. El sector



Los pequeños productores y empresarios requieren paquetes de apoyo, pero la condición previa para acceder a ellos es que se asocien”.

Alvarado Tabacchi
del Departamento de Estudios
del Banco Central de Reserva
Peru Piura.



Para Piura, la agricultura es una de las claves para asegurar el desarrollo económico y tecnológico en el campo y el ingreso a los mercados internacionales. De igual forma, sigue siendo un tema pendiente el de impulsar a la pequeña agricultura, que es predominante en la región, a través de paquetes integrales que incluyan asociatividad, asistencia técnica, créditos, información de mercados y certificación. Por otro lado, la vulnerabilidad de la pesca frente a condiciones marinas variables, nos llevan a considerar, como una opción válida, apostar también por la acuicultura, en tanto ésta constituye una actividad que se puede desarrollar bajo condiciones más controlables. Otros sectores con potencial en Piura que deben ser apoyados son los de turismo y energías renovables; en particular, las energías eólica, hidráulica y el gas natural.

Para Piura, la agricultura es una de las claves para asegurar el desarrollo económico y tecnológico en el campo y el ingreso a los mercados internacionales.

De igual forma, sigue siendo un tema pendiente el de impulsar a la pequeña agricultura, que es predominante en la región, a través de paquetes integrales que incluyan asociatividad, asistencia técnica, créditos, información de mercados y certificación. Por otro lado, la vulnerabilidad de la pesca frente a condiciones marinas variables, nos llevan a considerar, como una opción válida, apostar también por la acuicultura, en tanto ésta constituye una actividad que se puede desarrollar bajo condiciones más controlables. Otros sectores con potencial en Piura que deben ser apoyados son los de turismo y energías renovables; en particular, las energías eólica, hidráulica y el gas natural.

En general, lo que requiere el país es un relanzamiento del proceso de descentralización que implica garantizar adecuados recursos para las regiones a través de una clara separación fiscal por el lado de los ingresos y por el lado del gasto público. Se requiere también contar con cuadros técnicos calificados en el gobierno regional y en los gobiernos locales que deben pasar por un agresivo programa de capacitación y por adecuados procesos de selección de personal. Esto incluye la implementación de la Ley Servir, que apunta a que prime la meritocracia. Lo ideal es que las regiones definan claramente su vocación productiva y cuenten con los instrumentos y medios para impulsarla, lo que finalmente derivaría en la generación de auténticos polos de desarrollo regionales.

¿Las elecciones pueden afectar el desarrollo económico de Piura?

Obviamente, un escenario de elecciones genera un grado de incertidumbre en la in-

DATOS:

Piura tiene proyectos importantes como el Alto Piura, que se espera se encuentren en la agenda del próximo gobierno.

versión y en las decisiones de los agentes económicos. Sin embargo, los candidatos con mayores probabilidades de ser elegidos podrían definirse como pro-inversión y, por tanto, esto debería llamarnos a la calma. No obstante, las precisiones claras en las propuestas son importantes para ver cuál es el camino más conveniente para el país y para las regiones.

¿Qué medidas deberían adoptar las empresas?

En un mundo globalizado, como el que enfrentamos, siempre será importante que los estándares de competitividad se mantengan altos. En agroexportación, por ejemplo, los mercados internacionales son cada vez más exigentes en términos de inocuidad, buenas prácticas agrícolas y trazabilidad, y esto debe ser parte del esfuerzo conjunto de todos los actores que operan en este sector. Los pequeños productores y empresarios requieren paquetes integrales de apoyo, pero la condición previa para acceder a estos es que se asocien; en otras palabras, necesitamos impulsar también nuestro capital social a través de asociaciones, cooperativas o cadenas productivas que funcionen de manera eficiente y colaborativa.





¿Qué es el Marketing viral?

Beneficios y aplicaciones para las empresas

Cuando se hace referencia al marketing viral se describe un proceso por el cual un material realizado en formato audiovisual o escrito es rápidamente replicado y propagado por la acción voluntaria de los usuarios a través de diferentes canales, siendo los más utilizados redes sociales, blogs o campañas de email marketing o marketing tradicional.

Etimológicamente el término "Virus" proviene del latín, y su significado es "veneno" cuya principal característica es la forma rápida que tiene de multiplicarse y expandirse a otros organismos. Esta definición propia de la medicina ha sido empleada por las ciencias informáticas para referirse a aquellos productos creados específicamente para infectar ciertos dispositivos tecnológicos. En la actualidad, el marketing viral o la viralización hace referencia pura y exclusivamente a aquellos contenidos que gracias a su creatividad y poder de atracción son replicados espontáneamente y comentados en los diferentes medios digitales.

El marketing viral es muy beneficioso para las empresas ya que ayuda a multiplicar los impactos de la compañía en la web con poco presupuesto, porque son los mismos usuarios quienes comparten el contenido. Entre las principales características del marketing viral, el contenido debe ser anecdótico, porque el verdadero objetivo es crear material humorístico, candente, tabú, solidario o informativo que acapare la

concentración del navegante e incite a compartir en sus círculos íntimos. Lo fantástico y también difícil de predecir de la viralización es que es instantánea e inmediata.

Es importante recordar que la viralización se produce por factores de identificación del público y esperanza en los valores humanos que mediante un clic se manifiestan de manera masiva. Es decir, para realizar marketing viral exitoso debemos asombrar a nuestro público con contenido cargado de emocionalidad y poder de identificación.

Con esta identificación se logrará romper las barreras físicas y geográficas. Es decir, se debe pensar y crear campañas orientadas a un público masivo que no entiende de límites idiomáticos ni costumbres intrínsecamente nacionales. Por ejemplo, un vi-

deo en Youtube tiene una llegada igual a cualquier habitante del mundo y por ende el marketing viral es ideal para crecer en el mercado. La web está llena de material para todos los gustos y temáticas, pero sólo algunos consiguen convertirse en verdaderos fenómenos virales. Esta acción de compartir únicamente se da de manera espontánea, podemos apelar a frases, chistes, videos, gifts, animaciones, temas musicales, textos, poemas, consejos, reflexiones

Debemos recordar que la creatividad es la clave de una buena viralización. Además de ser original y astuto para pensar de manera rápida sobre los acontecimientos del presente, debemos pensar en nosotros mismos y en lo que nos gustaría encontrar.



4

Tips para potenciar las PYMES a través de la tecnología

Las pequeñas y medianas empresas buscan competir, y crecer en rendimiento y productividad. Para ello la tecnología se convierte en un factor muy importante que las ayudará a potenciarse y aprovechar mejor sus recursos.

1. Utilice un software para organizarse

Es necesario organizar los datos, cifras y estadísticas para visualizar los pasos a seguir. Una PYME necesita de un sistema que administre la información, demuestre las necesidades y genere nuevos objetivos. Lo recomendable es contar con un software de contabilidad, de servidor, de backup, antivirus y uno de mensajería. Las pequeñas empresas deben recordar que al ser nuevas tienen mayores dificultades para organizarse por lo que es urgente que definan a través de herramientas tecnológicas sus objetivos.

3. Estar informado le ayudará a crecer

No es necesario invertir mucho dinero en aparatos sofisticados de los cuales no sabemos bien cuál es la utilidad. Es recomendable, por tanto conocer a sus proveedores de tecnología, comparar los productos, analizar qué le será más útil y actualizar su información a diario para aprovechar todo lo que tiene al alcance y darle más utilidad a los productos por los cuales ya invirtió.

4. Ser parte de la red

El gran medio de información hoy es Internet, allí conviven millones de personas con datos del mercado constantemente. No dude en formar parte de esa tendencia. Es bueno introducir su marca, sus ideas y los logros de su pequeña empresa en las redes sociales como Facebook o Twitter. Actualmente, tener una página web no es suficiente para captar la atención del internauta.

2. Aprender en equipo

El manejo de la tecnología no debe ser asunto excluyente para ningún empleado en particular, por lo cual no es aconsejable contratar un tercero que se ocupe de ello. Es bueno capacitar a su personal para que manejen la información y aprender a administrar los objetivos en equipo. Ponga a disposición de ellos lo necesario para que confíen en que pueden encender una computadora y manejarla a la perfección. En este sentido, también puede resultar beneficioso escuchar las opiniones de sus clientes. Una visión algo más imparcial es siempre un buen dato para tener en cuenta y crecer en ideas.



¡Ya estamos en Facebook!
¡Síguenos!

facebook.com/Cámara-de-Comercio-y-Producción-de-Piura-565215676967686/

¡El aliado estratégico para su empresa!

EN LOS PROCESOS DE OTORGAMIENTO DE ESCRITURA PÚBLICA

Una fotocopia basta para acreditar existencia de un contrato

Los procesos de otorgamiento de escritura pública tienen como finalidad formalizar un acto preexistente y no discutir la validez del acto jurídico alegado. Por ello, puede acreditarse que se celebró un contrato de compraventa mediante una fotocopia del acto jurídico celebrado entre las partes.

Así lo estableció la Sala Civil Permanente de la Corte Suprema al resolver la Casación N° 1487-2014-Huaura en un proceso de otorgamiento de escritura pública.

Veamos el caso: una persona demandó a otra para que le otorgue la escritura pública del contrato de compraventa mediante el cual se le transfirió un inmueble ubicado en Supe. Alegó que, pese a cumplir con el pago total del predio, el demandado no cumplió con otorgar la correspondiente escritura pública. Para sustentar su pretensión, presentó una fotocopia de la minuta legalizada por notario.

Luego de que interviniera como litisconsorte la esposa del demandado, el juez del Segundo Juzgado Civil de Barranca declaró fundada la demanda. El magistrado advirtió que, en el acto de la audiencia única, la minuta fotocopiada y legalizada no fue cuestionada por los demandados.

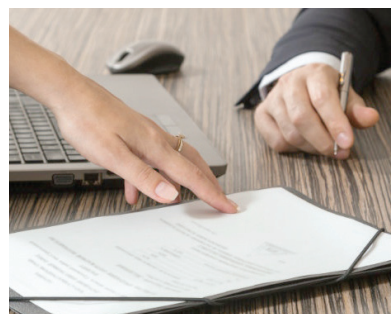
No conformes con esta decisión, los demandados apelaron la sentencia. La esposa alegó que la transferencia debe con-

siderarse nula debido a que no suscribió el contrato.

Elevados los autos, la Sala Mixta Transitoria de Barranca de la Corte Superior de Huaura revocó la sentencia de primera instancia y declaró infundada la demanda. Aseveró la Sala que el acto jurídico de compraventa celebrado entre la demandante y el demandado se realizó sin las formalidades de ley por la falta de manifestación de voluntad de la cónyuge del demandado. Por ello, a tenor de lo dispuesto en el artículo 1359 del Código Civil, concluyó que debe considerarse como inexistente el contrato de transferencia de propiedad.

Asimismo, la Sala señaló que el documento presentado por la demandante para acreditar el acto jurídico celebrado es un simple documento fotocopiado y legalizado, pero que no contiene los requisitos de un instrumento con fecha cierta, menos aún cuenta con legalización de firmas.

En casación, la Corte Suprema señaló que, en reiterada jurisprudencia, ha establecido que los procesos de otorgamiento de escritura pública solo tienen por finalidad formalizar un acto preexistente y, además, que en este tipo de procesos no se discute la validez del acto jurídico sino si debe cumplirse o no la formalidad requerida. Por ello, señaló la Corte, no es materia de este pro-



ceso la nulidad o ineficacia del acto jurídico por disposición del bien conyugal, pues ello debe ser analizado en otra vía.

De otro lado, la Sala Suprema advirtió que es irrelevante discutir si el documento presentado por la demandante es un documento público o no en la medida que no contiene la legalización de las firmas, como aseveró el ad quem. La Corte afirmó sobre el particular que, conforme al artículo 234 del Código Civil, la fotocopia es un documento privado y, por ello, “es un medio probatorio que las partes pueden presentar y que el juez debe necesariamente valorar”, precisó la Corte.

Por ello, la Corte declaró fundado el recurso de casación interpuesto por la demandante y, en consecuencia, nula la sentencia de vista. Además, actuando en sede de instancia, confirmó la sentencia de primera instancia que declaró fundada la demanda.

CAJA PIURA CELEBRÓ 34 ANIVERSARIO INSTITUCIONAL

Con un variado programa de actividades que incluyó verbena artística en la Plaza de Armas de Piura, así como un cóctel institucional, Caja Piura celebró su 34 aniversario de creación y lo hizo compartiendo con sus clientes y colaboradores más de tres décadas de éxitos, crecimiento y solidez empresarial.

Por ello, la PIONERA de las Cajas Municipales en el país, celebró los buenos resultados de gestión alcanzados el 2015 y consolidó su compromiso el 2016 con los emprendedores del país, ampliando mercados, nuevos e innovadores productos y servicios en los próximos meses. De esa manera, continuará fomentando progreso económico al país, democratizando el crédito y fomentando la bancarización y la inclusión financiera en el país (El multifacético Crísthian Rivero, animó la verbena por el 34 aniversario de Caja Piura).



Plazo para implementar lactarios en los centros laborales

Dr. Tulio M. Obregón Sevillano



La Ley N° 29896 (7.07.2012) estableció la obligación que todas las instituciones del sector público y del sector privado en las que laboren veinte o más mujeres en edad fértil, debían implementar un lactario.

Es decir, implementar un ambiente especialmente acondicionado y digno para que las madres trabajadoras extraigan su leche materna durante el horario de trabajo, asegurando su adecuada conservación.

La finalidad de esta Ley, que es la de promover la lactancia materna, ha sido Reglamentada por el D.S. N° 001-2016-MIMP (9.2.2016), en adelante el Reglamento.

EMPLEADORES OBLIGADOS

De acuerdo con el artículo 1° d Reglamento, tienen la obligación de implementar lactarios los centros de trabajo del sector público y del sector privado, donde laboren veinte (20) o más mujeres en edad fértil.

El artículo 3° del reglamento señala que se consideran en edad fértil a las mujeres que se encuentran entre los 15 a 49 años de edad.

En los centros de trabajo con menos de veinte (20) trabajadoras mujeres en edad fértil, es facultativa la implementación de lactarios.

Debe tenerse en cuenta que la obligación

es para todo centro de trabajo donde laboren veinte (20) o más mujeres. Vale decir, si en un centro de trabajo, el empleador tiene menos de dicho número de trabajadoras, estará obligado a dicha implementación si recibe trabajadoras destacadas por intermediación o tercerización, y con dichas trabajadoras alcanza el número necesario para tener la obligación de la implementación.

A la inversa, si un empleador tiene veinte o más trabajadoras en edad fértil, pero en diferentes centros laborales (agencias, sucursales, etc.), de tal manera que en un mismo centro laboral no se alcanza al número de veinte, no tendrá la obligación de implementar lactarios.

COMUNICACIÓN

Los empleadores deben comunicar la implementación del lactario al Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, por escrito y dentro del plazo de diez (10) días hábiles siguientes de su implementación.

PLAZO DE IMPLEMENTACIÓN

El artículo 18° del Reglamento, establece que el plazo para la implementación de lactarios es de noventa (90) días hábiles contados a partir del día siguiente de la publicación del Reglamento.

Dicho plazo vence el 16 de junio de 2016.

INCUMPLIMIENTO

El artículo 13° del Reglamento establece que en caso de incumplimiento, la fiscalización estará a cargo del Sistema de Inspección de Trabajo (SUNAFIL).

Para ello, mediante la Única Disposición Complementaria Modificatoria del Reglamento, se modifica el Reglamento de la Ley General de Inspección del Trabajo, aprobado por Decreto Supremo N° 019-2006-TR, para tipificar como infracción grave en materia de relaciones laborales, la siguiente:

“24.20 El incumplimiento de las obligaciones relativas a la implementación de lactarios contenidas en la Ley N° 29896, así como en sus respectivas normas reglamentarias y complementarias.”

Ello significa que, si no se implementa el lactario en el centro laboral obligado, la multa puede ser de hasta 100 UIT, por tratarse de una infracción grave.

Para este año, la multa podría ser de hasta S/. 395,000.00.

El autor es Abogado egresado de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Postgrado en Derecho del Trabajo en la Universidad de Salamanca - España



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 presentamos a nuestros nuevos afiliados, empresas que contribuyen con el surgimiento de Piura desde los diferentes rubros de su actividad, a las cuales les damos la bienvenida.

PALOMA EXPRESS E.I.R.L.

Paloma Express es una empresa de Courier, carga empresarial y mensajería creada en el 2006 bajo la gerencia general de la emprendedora Nancy Guevara de Gonzales. Paloma es una empresa acreditada a través de la Dirección General de Aviación Civil y ofrece a sus clientes como beneficio diferencial el reparto de Courier por vía aérea garantizando los envíos en menor tiempo y con mayor seguridad.

Paloma Express cuenta con un sistema integrado de entregas que permite que todo envío sea confirmado. Así mismo, ofrece el servicio de trámite documentario para la obtención de partidas de nacimiento, matrimonio, bautizo, etc. que se encuentren en otras ciudades.

“Desde el año pasado en que hemos empezado a trabajar con la Cámara de Comercio estamos contentos con la relación que tiene con los socios y los servicios que nos brinda”, enfatiza Nancy Guevara.

Paloma Express desea expandir y ampliar sus servicios a nivel internacional, para lo cual cuenta con



todos los permisos. Busca también abrir nuevas oficinas en distintos puntos del país.

Es importante resaltar que la mayoría de los envíos de PALOMA llegan a su destino en tan sólo 24 y 48 horas como máximo en el ámbito nacional. Y de 24 a 72 horas al resto del mundo.

Tiene como visión ser una empresa de mensajería, courier y carga empresarial con cobertura local, nacional e internacional. Ofrece un servicio de calidad, rapidez, puntualidad, seguridad y responsabilidad. Preocupados en resolver los problemas y necesidades de la micro, pequeña y mediana empresa a nivel nacional.

IMPORT EXPORT FARICOMA E.I.R.L.

Import Export Faricoma es una empresa dedicada al rubro de exportaciones de pieles animales. Se constituyó en el 2014 en Trujillo y actualmente realiza negocios con Hong Kong (China) a través del Puerto de Paita. La empresa solo exporta materia prima de alta calidad y pieles de diferentes variedades (equino, vacuno, caprino, entre otros).

El rubro de exportación de pieles está aún crecimiento en la región Piura, pero cada día son más las empresas que se incorporan a él debido al gran mercado extranjero que demanda sus productos, comenta Edwin Taboada, gerente general de Faricoma. Esto se debe principalmente al, cada vez, más comercial Puerto de Paita y a las nuevas leyes del Estado para las empresas del rubro exportador.

“La Cámara de Comercio, es una organización que brinda garantía y respaldo a sus socios. Nos ayuda mucho en el tema de las exportaciones y nos asesora ante cualquier eventualidad que se nos presente en nuestros negocios. Además nos permite conocer a otras empresas de diferentes rubros”.

Como beneficio diferencial ofrecen a sus clientes la garantía en sus productos, el servicio y todos los trámites reglamentarios para la exportación. Así mismo, entre sus perspectivas se encuentra la expansión a otros destinos y la diversificación de productos.

Faricoma también desea entrar a otros mercados como el de agroindustria que actualmente ha ganado mayor número de clientes.



GESTIÓN DE SOLUCIONES EMPRESARIALES ARAUCO E.I.R.L.

La empresa nace a raíz de un convenio empresarial entre Gestión de Soluciones Empresariales Arauco y Balanzas Murguía quien aporta a la sociedad la experiencia de 30 años en la fabricación de balanzas industriales y sistema de pesaje. Wilfredo Murguía, encargado del área operativa, comenta que sus clientes se encuentran principalmente en el sector agroindustrial.

Este sector que ha crecido en Piura demanda la creación de balanzas especiales para el pesaje exacto de frutas que requieren cuidados en su transporte tales como las uvas y el banano. En el caso de las uvas es necesario contar con balanzas que pesen la cantidad exacta que será empaquetada.

Soluciones Arauco ofrece a sus clientes como beneficio diferencial la elaboración de balanzas que se adaptan a sus necesidades, por ejemplo, en el caso del banano orgánico han creado un producto que además de pesar se encarga de contabilizar las bananas para hacer más sencillo el empaque y las distribución de las mismas. Así mismo, ofrecen a sus clientes servicio post venta para mantener la calidad



en el rendimiento de sus productos, entre estos se encuentran el mantenimiento y reparación de balanzas de diversas marcas, así como la instalación de las mismas.

“La Cámara de Comercio de Piura, juega un papel muy importante en todos los sectores. Gracias a la Cámara se puede fomentar la relación entre los socios y la camaradería”, resalta Mariza Arauco gerenta de Soluciones Arauco.

Arauco busca crecer en el sector agroindustrial y ofrecer nuevas balanzas que se adapten mejor a las necesidades de sus clientes, no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional, debido al auge de las exportaciones sobre todo a mercados asiáticos y europeos que necesitan sistemas de pesaje especializados.

PIURA ASISTE S.A.C.

Piura Asiste es una empresa de asistencia y auxilio vehicular, creada en sociedad, en abril del 2014 por especialistas en el rubro de asistencia y seguros vehiculares. La empresa nace ante la necesidad de una organización privada que ofrezca asistencia a clientes cuyos automóviles no cuenten con un seguro que brinde este auxilio.

Entre los servicios que ofrece Piura Asiste, señala su gerente general Humberto Saavedra, se encuentran: Chofer de reemplazo, recarga de batería, grúa remolque, apertura de puertas, cambio de llantas, entre otros. Como beneficio diferencial la empresa ofrece a sus clientes seguridad en el servicio de asistencia con personal calificado y debidamente identificado, así como, atención las 24 horas del día, todos los días de la semana incluyendo domingos y feriados.

El gerente de Piura Asiste resalta la contribución de la empresa a la seguridad de los conductores y bienestar social, debido

a que no solo ofrecen servicios de asistencia sino que también difunden el manejo responsable de vehículos de tal forma que los conductores no manejen cuando hayan ingerido alcohol y eviten contratar servicios de taxis o vehículos desconocidos para recibir recarga de batería o remolque ya que esto puede aumentar el riesgo de asaltos y robos.

“La Cámara de Comercio siempre apoya a todas las empresas ya sean grandes, medianas o pequeñas, nos ofrece capacitaciones y nos ayuda a hacernos conocidos con los demás socios a través de la publicidad y las reuniones que organizan”, resalta Saavedra.

Piura Asiste prevé ampliar su gama de servicios y contar con mayor número de unidades de asistencia para llegar a otros ámbitos geográficos, que beneficie no solo a Piura sino a otras ciudades. Piura Asiste busca consolidarse como la primera empresa privada de asistencia vehicular.





VISITANDO A NUESTROS SOCIOS

CARTONES VILLA MARINA S.A.

Dedicada a la fabricación de cajas de cartón para el uso industrial se fundó en el año 2004, dirigiéndose principalmente a los sectores: pesquero, agroindustrial, textil, entre otros. En la actualidad es líder en el rubro, en el sector agroindustrial, con casi el 45% de las exportaciones y es la primera empresa en Piura que cuenta con su propio almacén en donde acopia cerca de 500 toneladas de cajas de cartón al mes. Forma parte de un grupo con sede en Costa Rica a la cual pertenecen más de 500 empresas a nivel mundial. En el Perú cuenta con tres plantas: El molino de papel ubicado en Huachipa, la corrugadora donde se fabrican las cajas de cartón que se encuentra en Lima, y la fábrica de latas en Chimbote.



Así mismo tiene almacenes en Trujillo, Chiclayo, Piura y Arequipa desde donde distribuye su producto a todo el Perú.

El Jefe de Ventas de Cartones Villa Marina, Marco Albán Salazar, comentó que el crecimiento de la empresa se debe al reciente auge del sector agroindustrial en la región, con productos como la uva y el mango, lo que ha permitido el surgimiento de nuevas empresas en el rubro de cartones, para lo cual, ofrece a sus clientes como beneficio diferencial, la resistencia de sus productos para los mercados internacionales y su servicio post venta para mejorar las entregas. “Por medio de la Cámara de Comercio han llegado a nosotros varios clientes, lo que la convierte en un nexo importante entre las empresas de distinto rubro”, resaltó Albán.

CONTACT TOURS S.A.C.

Es una agencia de viajes y turismo, que ofrece también los servicios de courier y cargo. Nació en 1964 en Talara, siendo la cuarta agencia de viajes que entraba al mercado en la región Piura, con el fin de promover el turismo en Talara y Piura. Actualmente cuentan con 4 oficinas a nivel nacional, en Talara, Piura, Lima e Iquitos.

Entre los principales servicios que brinda se encuentran la venta de pasajes terrestres y aéreos nacionales e internacionales, envío de sobres y encomiendas, información turística (tours y excursiones), reservas de hoteles, cruceros, alquiler de autos, seguros de viajes, entre otros. Contact Tours cuen-



ta con todas las licencias para brindar los servicios turísticos y es miembro activo de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) que garantiza la calidad de sus servicios, así mismo, es parte de la campaña de la Marca Perú “Y, Tú ¿Qué planes?” que promueve el turismo interno en el Perú.

“La Cámara de Comercio de Piura brinda a sus socios oportunidades importantes para conocer el desarrollo empresarial en Piura y sobre todo en lo que respecta al sector turístico”, comentó Leyter Arízaga, gerente administrativo.

Contact Tours desea seguir consolidándose como una de las mejores agencias a nivel regional y de esta manera continuar promoviendo el turismo en Piura.

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.

CLÍNICA OFTALMOLÓGICA DE PIURA S.R.L.

La Clínica Oftalmológica de Piura abre sus puertas en Piura desde el año 1993 bajo la dirección del Oftalmólogo Humberto Pongo Águila. Actualmente ofrece los servicios de tratamiento de retina in vitro, tratamiento de córnea y cirugía láser para la corrección de miopía, astigmatismo, hipermetropía y presbicia.

La Clínica Oftalmológica de Piura, comenta la Dra. Vanessa Pongo, es la única clínica en Piura que cuenta con la tecnología de láser para el tratamiento de enfermedades oftá-



licas. La clínica cuenta además con sedes en la ciudad de Piura, una ubicada en la Av. Grau y la otra en la Urb. Miraflores, así mismo son los únicos representantes de Piura que participarán en el congreso XI ALACCSAR (Asociación Latinoamericana de Cirujanos de Catarata, Segmento anterior y Refractiva) que se llevará a cabo en la ciudad de Lima. “La Cámara de Comercio para nosotros es un aliado estratégico en el desarrollo empresarial ya que nos permite llegar a muchas más personas y ampliar las perspectivas del sector salud en la región”, señala el gerente de la clínica, Dr. Humberto Pongo.

ÁLVAREZ LARA ABOGADOS ASOCIADOS S.R.L.

Se fundó en el año 2004 como sociedad civil y posteriormente el 2011 se convierte en Álvarez Lara Abogados Asociados, gracias a la demanda de empresas interesadas en sus servicios. Actualmente cuenta con una oficina principal en Piura y con cuatro sucursales en Trujillo, Chiclayo, Tumbes y Tarapoto.

Álvarez Lara se especializa en la asesoría jurídica empresarial a través de tres servicios: Constitución de la empresa, asesoría jurídica en asuntos contables y contrataciones con proveedores y asuntos tributarios. Así mismo, trabaja de manera particular con entidades financieras en lo referente a contratos, cobranzas, entre otros.

El abogado y gerente general, José Antonio Álvarez Lara, comenta que la primera meta



que tuvo al fundar su empresa fue que los empresarios piuranos encontraran servicios jurídicos de calidad en la ciudad sin necesidad de viajar a la capital. Actualmente el sector se ha ampliado y se ha logrado poco a poco esta meta, para lo cual Álvarez Lara Abogados Asociados ofrece a sus clientes

como beneficio diferencial la especialización jurídica en el rubro empresarial, profesionales calificados y una buena atención a sus clientes en donde prima la ética profesional. “Para nosotros es muy bueno ser socios de la Cámara de Comercio debido a que gracias a su revista muchas empresas que son socios y tienen la necesidad de contratar a un asesor se dan cuenta de que en nosotros tienen un respaldo empresarial. Así mismo, gracias a los convenios de formación y actualización profesional que tiene la Cámara permite que muchos socios se capaciten constantemente y no necesiten viajar hasta Lima”, enfatiza Álvarez.



“Calidad en el Servicio y Atención al Cliente”, se denominó la conferencia que este 25 de febrero ofreció el Mg. Martín Lazo Sánchez, quien destacó la importancia de la atención y servicio de calidad para fortalecer las relaciones con el cliente, diferenciarnos de la competencia y sentar las bases para el éxito empresarial.



“Preparación del Cierre y Balance del Ejercicio 2015”, fue la conferencia que dictó el 28 de enero el Dr. Daniel Montes Delgado, socio fundador de Montes Delgado Abogados S.A.C. y director de la Cámara de Comercio y Producción de Piura.



Dun & Bradstreet, PERUCÁMARAS, y la Cámara de Comercio y Producción de Piura, presentaron el 18 de enero la charla: “El Poder de la información para Minimizar Riesgos”. Los especialistas Christian Cisneros y Jair Azaña, ejecutivo de soluciones de gerencia y analista comercial de Dun & Bradstreet, respectivamente, tuvieron a su cargo las exposiciones.



Rufino Arribas Otoya

El Banco Central de Reserva del Perú y la Cámara de Comercio y Producción de Piura ofrecieron el 15 de enero, un “Desayuno empresarial e institucional”. El Mg. Mauricio De La Cuba Restani, Jefe del Departamento de Economía Mundial de la Gerencia Central de Estudios del BCRP; y el Mg. Mario Alvarado Tabacchi, Jefe del Departamento de Estudios Económicos de la Sucursal Piura, dieron a conocer el panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2015-2017; así como, la situación actual y perspectivas de la actividad económica en Piura. El Dr. Rufino Arribas Otoya, director de la Cámara de Comercio y Producción de Piura, brindó la bienvenida a los asistentes.



Mauricio De La Cuba Restani



Mario Alvarado Tabacchi

!!!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!

Marzo

01 Corporación Agrosegura Perú S.A.C.
01 SATP
01 Taxi Tour Ejecutivo S.R.L.
01 Transportes La Esmeralda S.R.L.
01 Yamaha Motor del Perú S.A.
03 Asociación de Bananeros Orgánicos Solidarios Salitral
03 Depósito Pisfil S.R.L.
03 Ingra E.I.R.L.
05 CNC. S.A.C.
05 La Positiva Seguros y Reaseguros S.A.
06 Multiline S.R.L.
08 Centro de Reposo San Juan de Dios
09 General House de Comercio Industrial S.A.C.
09 Piuradent S.A.C.
10 Promaster S.R.L.
11 Banco GNB Perú S.A.
11 Construcción y Administración S.A.
11 Rodolfo Alfredo Távara Rodrich
12 Alva Rubina, Molero & Castillo Abogados Asesores & Consultores S.A.C.
12 Ankasea S.A.C.
12 Dogana S.A. Agentes Afianzados de Aduanas
12 Novo Export S.R.L.
12 Pablo Ramos Alarcón
12 Y & R Cía S.R.L.
13 Transportes El Dorado S.A.C.
14 People Consulting E.I.R.L.
16 Hispon S.A.C.
16 Seafrost S.A.C.
17 Banco Continental - Suc.Piura
18 Inmobiliaria y Constructora El Ángel S.A.C.
19 Autobacks E.I.R.L.
19 César Arroyo Burga S.R.L.
19 Pizca Foods S.A.C.
20 Caes Piura
20 Ceres Perú
20 Compañía Minera Miski Mayo S.R.L.
21 Food Trading Ng S.A.C.
23 Centro Empresarial Americano
23 Herrera's Brevete Card E.I.R.L.
25 IJ Contratistas S.A.C.
25 Mik Carpe S.A.C.

Abril

01 Álvarez Consultores y Asesores S.R.L.
01 Telefónica del Perú S.A.A.
03 Agrojibito S.A.
03 Dama Agrícola S.A.C.
04 Celi Modas E.I.R.L.
04 Consorcio Muza S.A.C.
04 Gescomex E.I.R.L.
04 Musterión Inca del Perú S.A.C.
05 Olenka Saldaña Abogados y Consultores en Materia Ambiental
07 AC Consulting S.A.C.
07 Bran Ingenieros S.A.C.
07 Distribuidora Comercial Álvarez Bohl S.R.L.
09 Banco de Crédito del Perú
10 Axis GL Agencia de Aduana S.A.C.
10 Empacadora de Frutos Tropicales S.A.C.
10 Fruitxchange S.A.C.
10 Hotelera Piura S.A.
11 Printer Graf E.I.R.L.
12 Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Trujillo - Agencia Piura
12 Escuela de Conductores Educación Al Volante S.R.L.
13 Ceturgh - Perú E.I.R.L.
15 Global Constructora Inmobiliaria S.A.C.
16 Deymi S.A.C.
16 Hospital Privado del Perú S.A.C.
17 Negocios Carrillo
18 Santivañez Abogados S.A.
21 Agrilap S.A.
21 DSM Marine Lipids Perú S.A.C.
21 Piura Asiste S.A.C.
22 Centro Médico Santa María de Los Ángeles E.I.R.L.
23 Asesoría y Diseño Electromecánico del Norte E.I.R.L.
25 Grupo Inmobiliario y Constructor G & M E.I.R.L.
25 Zulueta y Álvarez Asociados S.A.C.
26 Autosafe S.A.C.
27 Agroindustria El Overal S.A.C.
27 Cooperativa de Ahorro y Crédito del Perú LTDA.
27 Cooperativa de Servicios Múltiple Capema



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 aceptarlas en su integridad".

**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