



REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE PIURA

Empresario

AÑO 22 - Nº 83

Percepción de inseguridad supera el 90%

Según resultados del Informe Técnico “Estadísticas de Seguridad Ciudadana”, del Instituto Nacional de Estadística.

Población percibe que en los próximos doce meses puede ser víctima de algún hecho delictivo.

ADVIERTE PERUCÁMARAS

Regiones del norte solo han ejecutado 51,4% de recursos del canon y otros

SUPERAN NIVELES DEL 2015

Expectativas empresariales suben en septiembre

CAMCO PIURA A PARLAMENTARIOS

Solicita priorizar proyectos de masificación de gas natural para luego hablar de subsidios

IMPACTO TECNOLÓGICO

3 tipos de tecnología utilizadas por las empresas



Digital Marketing

Seminario - Taller

Marketing y Negocios por Internet



30 NOV.



Cámara de Comercio de Piura

CONTENIDOS:

- Marketing y Consumidor Digital
- Marketing en Redes Sociales
- Plan de Marketing Online
- Teletrabajo y Freelance
- E - Commerce
- Marketing Viral
- Community Manager
- E - Learning Business
- Social Media para Negocios
- Investigación de Mercados Online
- Neuromarketing en la Publicidad Online
- CRM Online y Base de Datos

INCLUYE:

Certificado de participación, coffee break y material de estudio.

FORMA DE PAGO:

CTA. BBVA N° 0011-0267-0100037524
Tesorería de la Cámara de Piura (Efectivo o)

EXPOSITOR:

■ Lic. MBA. Carlos Ginocchio Vega

Licenciado en Ciencias Administrativas con Maestría en Administración y Dirección de Empresas. Conferencista, catedrático, consultor y coach de empresas. Con amplia experiencia a nivel regional y nacional. Especialista en Gestión y Marketing Estratégico, Servicio al Cliente y Desarrollo Organizacional.

INVERSIÓN:

Tarifa	Hasta el Viernes 18/11/16	Hasta el Lunes 28/11/16
Socio	S/. 50	S/. 60
No Socio	S/. 60	S/. 70
Estudiante con Carné (Pregrado)	S/. 40	S/. 50
Corporativo (3 a más)	5%	5%

HORA:



5:00 p.m. - 8:00 p.m.

INFORMES:

relacionespublicas@camcopiura.org.pe
 321871 Anexo 106 982071593



www.camcopiura.org.pe
Urb. San Eduardo A-2



REVISTA
Empresario

OCTUBRE 2016

INTEGRANTES DEL DIRECTORIO

Sr. Ricardo Álvarez Elías
Presidente

MBA. José Luis Cotrina Viacava

Primer Vicepresidente

Dr. Edmundo Rodríguez – Frías Benza

Segundo Vicepresidente

MBA. Javier Bereche Álvarez

Director Tesorero

Ing. José Luis Puig Raygada

Director Pro Tesorero

Ing. Eduardo Espinosa Burneo

Director

Lic. Julio Guillermo Castagnino Lema

Director

Sr. Guillermo Alejandro León Arámbulo

Director

Lic. Salustio García Espinosa

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

Impresos Gráficos
Montalbán E.I.R.L.

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

En esta edición

9

**Equipos de Gestión
cumplen jornada
de capacitación en
Alemania**



12

**Llegada de turis-
tas internaciona-
les creció 9,8% en
julio de 2016**



13

**Expectativas
empresariales
suben en
setiembre**



14

**Regiones del norte
solo han ejecutado
51,4% de recursos
del canon y otros**



además

5. Nuestro Presidente
6. Nuestro Gerente
8. Cámara de Piura pide al gobierno priorizar proyectos de masificación de gas natural, luego hablar de subsidios
11. Percepción de inseguridad, supera el 90%
16. La informalidad es el principal factor que limita el crecimiento de las empresas
17. Piura: Cuentas regionales, inacción y sobrecostos
18. 5 tips para mejorar el marketing en las redes sociales
19. 3 tipos de tecnología utilizadas por las empresas
20. SUNAT ya no multa rectificaciones en declaraciones juradas de IGV
21. Nuevos socios
22. Nuestros socios
23. Vida Empresarial
26. Efemérides

¿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



Seguridad para Piura

La inseguridad ciudadana en nuestra región se ha convertido en uno de los principales problemas sin resolver. La situación parece haberse agravado. Piura ha sido testigo de una serie de crímenes, aún sin esclarecer, que han causado un gran impacto en la opinión pública.

La multitudinaria marcha “Quiero mi Piura Segura”, realizada el 7 de octubre, en la que participaron más de 12 mil personas, representa un serio llamado de atención para nuestras autoridades.

La población, se volcó masiva y pacíficamente a las calles -en un hecho sin precedentes- para exigir seguridad y justicia para las víctimas. Mientras que el Gobierno Regional que preside el Comité Regional de Seguridad Ciudadana (CORESEC) ha solicitado la declaratoria de estado de emergencia para Piura.

Según cifras policiales, en el primer semestre del presente año nuestra región registró un total de 8 mil 492 delitos, 37 de ellos fueron homicidios. En la provincia de Piura se cometieron 4 mil 282 hurtos y robos simples y agravados, y 18 homicidios.

En el período 2011-2015, según el INEI se incrementó la tasa de homicidios en nuestra región, de 4,8 víctimas por cada 100 mil habitantes a 6,1.

Seramente afectados por la ola delincuencia, la seguridad

ciudadana se convierte en un desafío para las autoridades, el sector público y privado, y la sociedad civil.

El Plan Nacional de Seguridad Ciudadana 2013-2018, plantea como objetivos estratégicos: 1) Disponer de un Sistema Nacional de Seguridad Ciudadana articulado y fortalecido, 2) Implementar espacios públicos seguros como lugares de encuentro ciudadano, 3) Reducir los factores de riesgo social que propician comportamientos delictivos, 4) Promover la participación de los ciudadanos, la sociedad civil, el sector privado y los medios de comunicación para enfrentar la inseguridad ciudadana, 5) Fortalecer a la Policía Nacional del Perú como una institución moderna, con una gestión eficaz, eficiente y con altos niveles de confianza ciudadana, 6) Mejorar el sistema de administración de justicia para la reducción de la delincuencia. ¿Cuáles son los avances en el logro de estos objetivos?

Nuestra Cámara se encuentra participando en una mesa de diálogo multisectorial con la finalidad de coadyuvar a establecer estrategias efectivas para combatir esta grave situación. Esperamos que nuestras autoridades actúen, y que las leyes en seguridad ciudadana que se den, en el marco de las facultades legislativas otorgadas por el Congreso al Ejecutivo, coadyuven a detener este flagelo que pone en riesgo el desarrollo de nuestra economía y el bienestar social.

Ricardo Álvarez Elías
Presidente



Piura después del APEC

Piura fue por segunda vez sede del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC). Del 16 al 27 de septiembre representantes de las 21 economías que lo conforman se reunieron en nuestra ciudad para abordar temas relacionados con la seguridad alimentaria.

La “Declaración de Piura”, suscrita al término de la IV Reunión Ministerial “Fortaleciendo el Mercado Regional de Alimentos”, fijó compromisos hacia un sistema de alimentación APEC 2020, en torno a los desafíos y oportunidades para la seguridad alimentaria en la región, el mercado regional de alimentos y comercio, la sostenibilidad de un sistema alimentario, la innovación y tecnología para aumentar la capacidad de recuperación, mitigación y respuesta al cambio climático y los desastres naturales, el desarrollo rural-urbano e infraestructura, inversión y servicios para la

seguridad alimentaria.

Este evento, ha resultado relevante para nuestra región por brindarnos la oportunidad de mostrar nuestras potencialidades al mundo, abriéndose en torno a ellas, un abanico de posibilidades para el comercio exterior, el turismo y las inversiones en general. El bloque Asia-Pacífico es un gran mercado que comprende 2.8 billones de personas, aproximadamente, y representa alrededor del 57 por ciento del PBI mundial y el 47 por ciento del comercio mundial. En el período enero-julio del presente año el 59,5% de nuestras exportaciones se dirigieron hacia este.

El gobierno se ha propuesto la meta de duplicar las exportaciones y el número de turistas al 2021. Para lograrlo será necesario establecer prioridades e implementar medidas que promuevan el mejor aprovechamiento de los tratados de libre comercio con una mayor participación de la pyme por el rol que desempeña en nuestra economía.

Será muy importante el trabajo articulado entre gobierno, academia y empresa.

“Nuestra Institución ha diseñado una propuesta para el análisis, promoción y difusión de la oferta y perspectivas de exportación de la región Piura, en el marco de los TLC suscritos por nuestro país”.

Precisamente, nuestra Institución ha diseñado una propuesta para el análisis, promoción y difusión de la oferta y perspectivas de exportación de la región Piura, en el marco de los TLC suscritos por nuestro país.

Piura cuenta con un gran potencial exportador y turístico. Su ubicación privilegiada, clima y biodiversidad, entre otros, constituyen ventajas para abrir nuevos mercados e incrementar las cifras de ventas al exterior y de visitas internacionales. No obstante, tenemos temas pendientes que atender como: mejorar nuestra competitividad, infraestructura, conectividad, diversificar la oferta, etc.

Generar resultados concretos que impacten positivamente en la creación de puestos de empleo, mejoramiento de la calidad de vida de la población y desarrollo integral de la región, es el reto que nos deja APEC.





y **Arellano**marketing
investigación | consultoría

Te invitan al **CICLO DE CONFERENCIAS:**

DESARROLLA Y HAZ CRECER TU NEGOCIO

TEMAS:

- Características del mercado de Piura
- ¿Cómo definir quién es mi público objetivo?
- Estrategias de producto, marca y empaques
- Consideraciones a tener en cuenta para la fijación de precios
- Plan de ventas y publicidad

FECHA:

Viernes 25 de noviembre

Universidad Nacional de Piura:
Aula Tangará

INSCRIPCIONES Y/O CONSULTAS:

hans.utor@prensapopular.com.pe / 941882363

PREVENTA S/30

Precio regular S/50

Incluye:

- Certificado
 - Material de trabajo
- CUPOS LIMITADOS

Con el auspicio:



EXPOSITORES:



**ARNALDO
AGUIRRE BROU**

Gerente de Cuentas de Arellano Marketing
MBA con 35 años de experiencia
gerencial en Marketing y Ventas.



**JHOAN
VEGA VILLARREAL**

Director comercial de Arellano Marketing
MBA con 15 años de experiencia en
investigación y consultoría
de marketing.

Cámara de Piura pide al gobierno priorizar proyectos de masificación de gas natural, luego hablar de subsidios



Impulsar proyectos de masificación de gas natural como el de Piura para beneficiar a más peruanos, antes que anunciar subsidios para conexión al que pocos peruanos accederán, demandó Ricardo Álvarez Elías presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura, al referirse al BonoGas.

“Con el BonoGas el gobierno pretende financiar la instalación doméstica de gas natural y beneficiar a medio millón de familias peruanas en el próximo lustro. Sin embargo, pospone la masificación

del gas en una región como la nuestra que posee el recurso y podría cubrir sus requerimientos y el de otras zonas del territorio nacional”, argumentó.

En este sentido, demandó al gobierno demostrar con hechos su interés de que este proyecto alcance a todo el país. “Lima no es el Perú”, señaló.

“Si el gobierno considera que el BonoGas va a contribuir a la masificación del gas, impulsar proyectos como el de Piura, que viene posponiéndose sin justificación, resulta primordial para que más personas se favorezcan con este combustible, que es más económico y amigable con el medioambiente”, subrayó.

Recalcó que este combustible no solo es para uso doméstico sino que también tiene una aplicación en la industria y el comercio por lo que su explotación es una necesidad.

“El ministro de Energía y Minas ha dicho que este beneficio está centrado en Lima e Ica y espera que próximamente esté en Piura y otras ciudades. La pregunta es cuándo”, cuestionó.

Álvarez fue enfático al señalar que Piura ha perdido más de tres años con este proyecto. Motivo por el cual exhortó a las autoridades competentes y al grupo parlamentario por Piura para que realicen gestiones al más alto nivel que permitan sacar adelante el proyecto de masificación de gas natural en Piura e impulsar nuestro desarrollo económico y social.



ASESORÍA EMPRESARIAL - INDUSTRIAL - FINANCIERA - CORPORATIVA

Estudios:

Piura

Jr. Arequipa N°550 Of: 01-02-2do. Piso
Of: (073) 320623 - Cel: 969785948
Rpm: #941888183 - Nextel: 834*3329

Lambayeque

Calle Huáscar N° 633 - Lambayeque
Oficina: (074) 281506 Celular: 969785948
CHICLAYO

Trujillo

Calle Gamarra N° 679 - 2do. Piso Of: 01
Of: (044) 650051 - Cel: 941-888183
TRUJILLO

Dr. José Antonio Álvarez Lara
Gerente Geral - Abogado

Visítanos en: www.alabogadosasociados.com



La Auxiliadora

Empresa Corredora de Seguros, autorizada 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.

- Seguros de SALUD
- Seguros Patrimoniales
- Seguros de VIDA
- Seguros de TRANSPORTE
- Licitaciones del estado
- Seguros de Cascos Marítimos
- Seguros de Responsabilidad Civil
- Seguros de VEHÍCULOS A TODO RIESGO
- Asesoría a empresas públicas y Privadas
- SCTR - Complementario de Trabajo de Riesgo

Piura
Asiste

SOAT DELIVERY
943093845 / 073 350376

Jr. Huánuco N° 365 Int. 003 (Ref. alt. Tacna con Huánuco) PIURA
Teléfono: 073 326142 / 969104925 / #852578
E-mail: josefcordova@yahoo.com



Equipos de gestión del Proyecto de Fortalecimiento Cameral cumplen jornada de capacitación en Alemania

En el marco del Proyecto para el Fortalecimiento Cameral en el Perú, Perucámaras y las cámaras de comercio de Tacna, Huancayo y Piura, realizaron un viaje de capacitación a Alemania para cumplir una agenda de visitas y reuniones a gremios e instituciones promotoras del comercio exterior; así como, para participar en talleres inherentes al desarrollo del mencionado proyecto.

La localidad portuaria de Hamburgo y Berlín, capital alemana en donde el BGA tiene su sede, fueron las ciudades en las cuales se cumplió la jornada de capacitación que permitió recoger experiencias, acopiar contactos e información y evaluar el desenvolvimiento institucional de los integrantes del proyecto, que será de utilidad para las cámaras, sus asociados, el empresariado en general y sus respectivas regiones. Los visitantes tuvieron, además, la oportunidad de recorrer el Puerto de Hamburgo, el más importante de Alemania y uno de los más reconocidos a nivel mundial; así como, conocer algunos atractivos turísticos de ambas ciudades.

A continuación ofrecemos una breve síntesis de las principales citas cumplidas.

VHE

El Verein Hamburger Exporteure e.V. (VHE) es un gremio de exportadores fundado en 1903 que representa a más de 70 asociaciones, entre ellas las de cacao, té y cerveza.

Su gerente Rodger Wegner quien representa también al Verein Der Am Rohkakaohandel Beteiligten Firmen e.V. German Cocoa Trade Association, al ser consultado por productos peruanos que podrían tener oportunidad en el mercado alemán citó como ejemplos al cacao blanco y productos de cacao; así como vegetales para la industria farmacéutica.



LAV

La Asociación Empresarial para América Latina (LAV), fundada en 1916, constituye la red empresarial y plataforma informativa para el sector



económico alemán con intereses en América Latina.

Entre sus 400 miembros figuran empresas de Alemania y de Latinoamérica, desde la mediana y pequeña empresa hasta los consorcios globales. La red de la LAV cuenta con instituciones públicas y asociaciones al igual que con personas naturales.

Su gerente general Christoph G. Schmitt, destacó las posibilidades de los productos agrícolas y la importancia de “crear marca” para posicionarse en el mercado.

OCEX

La Oficina Económico Comercial del Perú en Hamburgo (OCEX) es responsable de la promoción en materia de exportaciones e inversiones y turismo del mercado germano (y el de otros países de Europa) hacia el nuestro.

Gycs Gordon Calienes, director de la OCEX señaló que el mercado alemán es muy exigente, por lo que certificados de calidad, sellos de comercio justo, garantizan un mejor pago.

Destacó que frutas y hortalizas tienen gran acogida, a la vez que recomendó identificar el patrón de consumo de los potenciales clientes. En tal sentido, mencionó que el mercado orgánico “bio” va en marcado crecimiento y dio a conocer que según la Unión Vegetariana Alemana (VEBU), 7,8 millones de alemanes son vegetarianos y de estos, cerca de 900 mil son veganos.

La OCEX puede acompañar una misión comercial si figura como contraparte.



WAREN-VEREIN

El Waren-Verein Der Hamburger Börse e.V., establecido en 1900, representa los intereses del comercio exterior y el comercio de alimentos al por mayor con productos enlatados, productos congelados, frutos secos, nueces comestibles, legumbres secas, especias, miel, productos orgánicos y productos relacionados. Cuenta con 200 asociados.

Representan miembros de Alemania y los países vecinos. Desde hace más de 100 años,



mantiene un tribunal de arbitraje independiente de importancia internacional.

Helena Melnikov, directora ejecutiva del gremio, destacó como pilares de su institución: el tribunal arbitral, importadores y el lobby.

ZDH

La Zentralverband Des Deutschen Handwerks (ZDH), representa los intereses de más de 1 millón de empresas artesanales en Alemania con más de 5 millones de trabajadores, alrededor de 380.000 estudiantes y una facturación anual de 533 millones de euros.

André Weiß, representante del ZDH indicó que mantienen una red de alianzas con organizaciones similares en Europa central y oriental y en los países en desarrollo. Mencionó la formación dual (contratación de aprendices) como medio efectivo para lograr trabajadores cualificados.



IPD

El Import Promotion Desk (IPD), tiene como objetivo promover la importación sostenible y estructurada de productos provenientes de determinados países en desarrollo o emergentes, socios del IPD. Así como, coordinar los intereses de importadores alemanes con los de exportadores de dichos países socios.

Frank Maul, responsable del Sector de Maderas Técnica y Angie Martínez, responsable del Área de Ingredientes Naturales explicaron las oportunidades que tienen las pyme nacionales que responden al perfil que requiere el IPD como: no ser una empresa conocida y establecida en el mercado europeo (no más de 3 clientes en Alemania o más del 50% del volumen de exportación generado por clientes europeos), no haber recibido apoyo de programas europeos como SIPPO o CBI, tener capacidad de exportación, etc.

Entre los productos con más oportunidad se dio a conocer, entre otros: ingredientes para la industria cosmética (aceites esenciales,



extractos), suplementos alimenticios (otros que la quinua), productos innovadores y poco conocidos (aceite de palta, cañihua, etc.), pulpas y frutas enlatadas, frutas trozadas, IQF, todos los ingredientes orgánicos.

DIHK

La Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag e. V. (DIHK) es la asociación cúpula de las cámaras de comercio e industria. Tiene 79 cámaras regionales como miembros, aproximadamente cuatro millones de empresas.

Durante 150 años ha estado comprometida a garantizar un marco que propicie el crecimiento y la prosperidad.

Mark Heinze, director para las Américas, quien tuvo la oportunidad de vivir en nuestro país, manifestó que conoce el desarrollo de este en la última década.

Entre otros puntos destacó que por ley la formación dual, calificación y certificación pasa al sector privado para asegurar calidad. El empresario sabe lo que necesita y funciona.



Mencionó que existe cooperación entre las cámaras y sindicatos, la institucionalidad y confianza son la clave (convencer no obligar). Así mismo que trabaja en coordinación con gremios con los que comparte intereses como BDI y BDA los cuales se ubican en la misma sede. La economía alemana funciona entre competencia y cooperación. La responsabilidad social de las empresas es un aspecto fundamental. Un dato interesante fue que se puede crear una empresa en solo 5 minutos.

VISITAS

Un recorrido por el puerto de Hamburgo conocido como la puerta al mundo de Alemania, H.D.Cotterell GmbH & Co. KG. (almacén de cacao), Municipalidad de Hamburgo, Cúpula del Reichstag, Selgros, C&C Markt Berlín, Mercado Markthalle 9, Supermercado Aldi Giest & Compagnon, Berliner Kaffeerosterei GmbH An Co. (torrefacción de café), formaron parte del programa del viaje de capacitación.

BGA

El Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen E. V. (BGA), la Federación de Comercio al por mayor de Alemania, Comercio Exterior y Servicios, originalmente fue fundada en 1916, y refundada después de la Segunda Guerra Mundial (1949).

Actualmente el BGA se compone de 23 asociaciones regionales y 45 asociaciones sectoriales e impulsa el Proyecto de Fortalecimiento Cameral en el Perú.

La delegación peruana durante su permanencia tuvo la oportunidad de participar de reuniones y talleres en su sede, en el que intervinieron Gerhard Handke, gerente general de BGA; José Antonio Meier, embajador del Perú en Alemania; Gregor Wolf responsable del Proyecto en el BGA y André Shwarz, Subgerente y responsable de Prensa y Relaciones Públicas de esta importante asociación. Así como, contar con el acompañamiento de Marcus Schwenke, Carolin Lodka, Ana Peter y Jens Nagel.



Los talleres con los equipos de gestión de las cámaras integrantes del proyecto, que contribuyeron a fortalecer la interacción entre los miembros del mismo, estuvieron a cargo de la experta a largo plazo del BGA y reconocida consultora internacional, Beate Heimberger.



“El Proyecto para el Fortalecimiento Cameral en el Perú es impulsado por la Federación Alemana del Comercio Mayorista, Exterior y Servicios (BGA) con el patrocinio del Ministerio de Cooperación Económica y de Desarrollo (BMZ) de la República Federal de Alemania, a través de Sequa gGmbH (socio del sector privado alemán)”.



Percepción de inseguridad, supera el 90%

Según el Informe Técnico “Estadísticas de Seguridad Ciudadana”, del Instituto Nacional de Estadística, en el primer semestre del presente año, el 90,4% de la población del área urbana a nivel nacional percibe que en los próximos doce meses puede ser víctima de algún hecho delictivo, que atente contra su seguridad. Asimismo en las ciudades de 20 mil a más habitantes esta cifra es de 92,1%, mientras que, en los centros poblados urbanos entre 2 mil y menos de 20 mil habitantes es de 86,0%.

En esta investigación se considera como percepción de inseguridad, a la sensación de la población de ser víctima de algún hecho delictivo o evento que pueda atentar contra su seguridad, integridad física o moral, vulnere sus derechos y la conlleve al peligro, daño o riesgo como robo a la vivienda, robo de vehículo automotor (auto, camioneta, etc.), robo de autopartes del vehículo automotor (faros, llantas, aros, etc.), robo de motocicleta, mototaxi, bicicleta, robo de dinero, cartera, celular, amenazas e intimidaciones, maltrato físico y/o psicológico de algún miembro de su hogar, ofensas sexuales (acoso, abuso, violación, etc.), robo de negocio, extorsión, estafa u otro; en cualquier lugar durante el periodo de referencia (próximos doce meses)”.

De acuerdo al documento, cuyas cifras preliminares son resultado de la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales (módulo de “Seguridad Ciudadana”), en comparación con el semestre similar al año anterior, la percepción de inseguridad aumentó en los tres ámbitos de estudio (Nacional urbano, ciudades de 20 mil a más habitantes y centros poblados urbanos entre 2 mil y menos de 20 mil habitantes).

Ciudades

Las ciudades con mayor percepción de inseguridad son: Cusco (96,8%), Puerto Maldonado (95,5%), Tacna (95,1%), Abancay (95,1%), Chiclayo (95,0%), Arequipa (94,8%), Cajamarca (94,7%), Ayacucho (94,5%), Huancavelica (94,2%), Provincia Constitucional del Callao (93,7%), Huaraz (93,2%), Puno (93,1%), Lima (92,9%), Juliaca (92,4%), Pucallpa (92,3%), Ica (92,2%), Trujillo (91,4%), Huancayo (90,8%) y Piura (90,4%).

En comparación con los resultados del semestre similar al año anterior (enero - junio 2015), la percepción de inseguridad tuvo un mayor aumento en las ciudades de Ayacucho, Huancavelica e Ica.

Victimización

El informe señala que se considera como víctima a la persona de 15 y más años de edad que haya sufrido al menos un hecho delictivo

durante el periodo de referencia.

De acuerdo al estudio, el 31,1% de la población de 15 y más años de edad del área urbana a nivel nacional, son víctimas de algún hecho delictivo, asimismo en las ciudades de 20 mil a más habitantes esta cifra alcanza el 33,9%, mientras que a nivel de centros poblados urbanos entre 2 mil y menos de 20 mil habitantes el 24,1% son víctimas de algún hecho delictivo, según los resultados del último semestre en análisis. En comparación con el semestre similar del año anterior, a nivel de las ciudades de 20 mil a más habitantes esta cifra tuvo una variación de 2,1 puntos porcentuales, pasando de 31,8% a 33,9%.



- 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

Llegada de turistas internacionales creció 9,8% en julio de 2016

El crecimiento acumulado de enero a julio del 2016 fue de 6,8% respecto a similar periodo al año anterior

De enero a julio de 2016, la llegada de turistas internacionales al Perú creció 6,8% en comparación del mismo periodo del año anterior, lo que significó un flujo positivo de 136 609 turistas internacionales, informó el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

Durante los primeros siete meses del año, los países emisores que presentaron un mayor crecimiento fueron Estados Unidos (9,7%), Chile (5,1%), Ecuador (12,0%), Colombia (8,0%) y México (16,6%).

Asimismo, se informó que durante julio del 2016, llegaron al Perú 365 320 turistas internacionales, lo que representó un incremento de 9,8% con relación al mismo mes del año previo. Durante dicho mes destacó Chile con un crecimiento de 9,2% respecto a julio 2015, lo que significó un adicional de 9 187 turistas internacionales, seguido de Estados Unidos con un crecimiento de 8,1%, con un total de 4 500 turistas adicionales, resalta también el crecimiento del Ecuador con un incremento de 20,9% y un flujo adicional de 4 373 turistas, así como México y España, los que registraron un aumento de 39,4% y 16,0% respectivamente.

Cabe destacar el crecimiento de Australia en julio, registrando un incremento de 30,4%, mercado en el que se viene desarrollando alianzas estratégicas con líneas aéreas.

Por continentes

De acuerdo a las cifras del MINCETUR, los turistas internacionales provenientes de América del Sur se incrementaron en 5,7%, respecto al periodo de enero a julio del 2015, los que representaron el 55,3% del total de las llegadas internacionales. Lidera el crecimiento en este periodo Chile con 5,1% y 631 781 turistas registrados en ese periodo, seguido del Ecuador con un crecimiento del 12,0% con 144 148 turistas y Colombia con un crecimiento del 8% con 101 982 turistas.

En tanto, América del Norte creció 9,7%, cuyas llegadas de turistas internacionales representaron una participación de 20,8% del total de llegadas internacionales al país. Estados Unidos presentó un mayor flujo de turistas adicionales con un aumento de 9,7%, seguido de México con 16,6% y Canadá con 2,7%.

En América Central se destaca el crecimiento de Costa Rica con 18,0%, seguido de Panamá con 15,8%, Guatemala con 61,7%, Honduras con 29,1% y Cuba con 13,1%. Las llegadas de este continente se incrementaron 17,3% respecto a similar periodo del año 2015, representando el 2,3% del total de las llegadas internacionales. La reciente conectividad Panamá/Chiclayo ha contribuido con el crecimiento del mercado panameño principalmente.

Respecto a Europa, las llegadas internacionales al país crecieron 6,7% durante el periodo de enero a julio del 2016, con una participación del 16,1% del total de las llegadas internacionales. Los países europeos que presentaron un mayor incremento en el flujo turístico durante el

periodo en mención fueron Reino Unido con 10,9%, Países Bajos con 21,4%, España con 4,4%, Francia con 6,2% e Italia con 8,2%. Destaca el aumento sostenido de dos cifras del mercado del Reino Unido que durante el mes de julio tuvo un crecimiento del 13,5%.

Por su parte, la región de Asia y Oceanía registró un incremento de 3,1% durante los primeros siete meses del año, con una participación de 5,3%. Los países emisores con un mayor flujo turístico fueron la República Popular de China con 25,0%, Australia con 8,5%, Nueva Zelanda con 31,5%, Turquía con 55,2% e Israel con 5,0%.

Por último se destacó el crecimiento de 6,1% de los países que conforman la Alianza del Pacífico, liderado por Chile con 5,1%, Colombia con 8,0% y México con 16,6%. Las llegadas provenientes de estos tres países representaron el 36,4% del total de las llegadas internacionales al país durante el periodo de enero a julio del presente año.



CÉSAR ARROYO BURGA SRL
Los profesionales del Valor



TASACIONES, VALUACIONES, PERITAJES DE :

Terrenos, aires, locales comerciales
Viviendas, condominios, departamentos, edificios
Predios agrícolas, prendas de producción agrícola
Locales industriales, unidades de producción
Equipos, maquinarias, vehículos
Prenda global flotante, warrants
Predios rústicos, ribereños y costeros
Obras en construcción, avances de obra
Tasación de activos para bajas contables
Certificaciones de calidad en edificaciones

TELF. (073) 621995
CEL. 949783840
RPM. #949783840

EMAIL. informes@cesararroyoburga.com
PÁGINA. www.cesararroyoburga.com

Expectativas empresariales suben en setiembre

Se superó los niveles alcanzados en setiembre del año pasado

En setiembre de este año, todos los indicadores de expectativas de actividad a tres y doce meses se mantuvieron en el tramo optimista y superaron los niveles alcanzados en setiembre del año pasado, según la última Encuesta de Expectativas Macroeconómicas del Banco Central de Reserva del Perú.

En el noveno mes del año, seis de los siete indicadores de expectativas registraron incrementos respecto al mes previo. Destacan los avances del índice de expectativa del sector a 12 meses que subió 1,2 puntos porcentuales en setiembre, respecto al mes previo, hasta los 71,9 puntos.

El índice de expectativa de contratación de personal a 3 meses fue el segundo que más creció en setiembre, en 0,8 puntos porcentuales respecto a agosto, hasta los 53,7 puntos.

Las expectativas de los empresarios sobre la situación de la economía a tres y doce meses subieron a 62 y 75 puntos en se-

tiembre, respectivamente.

Asimismo, las expectativas de demanda de los empresarios por sus productos en los próximos 3 meses se mantienen en el tramo optimista y subieron a 63 puntos en setiembre de este año.

Por otro lado, los empresarios esperan una mejor situación dentro de los próximos 3 y 12 meses. En el primer caso, el índice expectativas subió a 59,3 puntos en setiembre, mientras que en el segundo aumentó a 71,9 puntos.



Su confianza, es nuestra inspiración...

ms
PROYECTOS

- Elaboración de Proyectos en General.
- Movimiento de Tierras.
- Construcción de Obras de Edificación.
- Construcción de Obras Civiles.
- Construcción de Obras Industriales y Comerciales.
- Reforzamientos Estructurales.
- Remodelaciones y Ampliaciones.
- Servicios Afines.
- Piscinas y Otros.



Email: ms.proyectos@hotmail.com / marco.a.s.j@hotmail.com

Dir: Urb. Jardín Mz. P1 Lt. 18 - 2do Piso - Sullana
Cel: 968710446 / 972956147 / Rpm: #503988



Advierte PERUCÁMARAS

Regiones del norte solo han ejecutado 51,4% de recursos del canon y otros

A setiembre de este año, los gobiernos regionales y locales de la Macro Región Norte han ejecutado solo el 51,4% de sus recursos disponibles por concepto de canon, sobrecanon, regalías, renta de aduanas y participaciones que ascienden a S/ 2,130.8 millones, según un informe del Centro de Investigación Empresarial (CIE) de PERUCÁMARAS.

Dicho presupuesto para gasto incluye las transferencias recibidas este año, que suman S/ 1,035.9 millones (39% menos que el 2015), así como los saldos de balances

de años anteriores.

Cabe precisar que solo el 28,6% del gasto público total de los gobiernos locales es financiado con estos recursos, en tanto que en los gobiernos regionales solo alcanza el 5,9%.

Canon

Los ingresos por canon (minero, petrolero, hidroenergético y pesquero) en esta macro región ascendieron a S/ 761.3 millones este año. El 65,9% de estos recursos (S/ 501.9 millones) fue explicado por el canon minero, el 32,6% por el canon petro-

lero (S/ 248.4 millones), el 1% por el canon hidroenergético (S/ 7.7 millones) y el 0,4% por canon pesquero (S/ 3.4 millones).

Este año, las regiones que recibieron mayores recursos del canon minero fueron La Libertad con S/ 253.4 millones (50,5%) y Cajamarca con S/ 216.9 millones (43,2%). Le siguen Piura con S/ 31.6 millones (6,3%) y Lambayeque con S/ 4,315.

Con respecto al canon y sobrecanon petrolero, la región de Piura recibió el 75% de los ingresos (S/ 186.2 millones) y Tumbes el 25% (S/ 62.2 millones).

Macro Región Norte: Presupuesto y ejecución de canon, sobrecanon, regalías, renta de aduanas y participaciones - 2016*

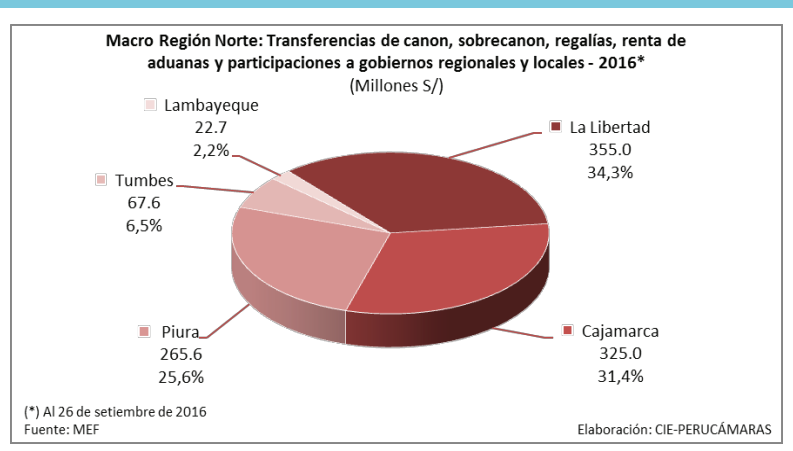
(Millones S/)

Regiones	Gobiernos Regionales		Gobiernos Locales		Total subnacionales	
	Presupuesto	Ejecución (%)	Presupuesto	Ejecución (%)	Presupuesto	Ejecución (%)
Cajamarca	142.6	39.1%	487.4	49.9%	629.9	47.4%
La Libertad	107.2	71.1%	522.2	48.6%	629.4	52.4%
Lambayeque	12.2	21.1%	64.2	57.3%	76.4	51.5%
Piura	196.7	55.2%	426.1	55.5%	622.8	55.4%
Tumbes	51.0	45.3%	121.2	49.4%	172.2	48.2%
Macro Región Norte	509.6	52.2%	1,621.1	51.2%	2,130.8	51.4%

(*) Al 26 de setiembre de 2016

Fuente: MEF

Elaboración: CIE-PERUCÁMARAS



Por regiones

El CIE de PERUCÁMARAS señala que este año La Libertad exhibió las mayores transferencias por canon, sobrecanon, regalías, renta de aduanas y participaciones: S/ 355 millones (34,3%), seguida de Cajamarca con S/ 325 millones (31,4%) y Piura, S/ 265.6 millones (25,6%). Las regiones de Tumbes y Lambayeque registraron los menores ingresos: S/ 67.6 millones (6,5%) y S/ 22.7 millones (2,2%), respectivamente.

La Libertad

Actualmente, el gobierno regional de La Libertad cuenta con un presupuesto para gasto con recursos de canon, sobrecanon, regalías, renta de aduanas y participaciones de S/ 107.2 millones, con un avance de ejecución de 71,1%. No obstante, los gastos financiados con estos recursos representan solo el 5,7% del gasto total.

Cabe mencionar que de las transferencias recibidas este año, que suman S/ 70.4 millones, el 88,7% corresponde a canon minero, el 6,3% a regalías mineras y el 4,5% a participaciones del Fondo de Estímulo al Desempeño y Logro de Resultados Sociales (FED).

En tanto los gobiernos locales cuentan con un presupuesto para gasto con estos recursos de S/ 522.2 millones, con un avance de ejecución de 48,6%. Los gastos financiados con estos recursos significan solo el 33% del gasto total.

De las transferencias recibidas, que ascienden a S/ 284.6 millones, el 67,1% corresponde a canon minero, el 15,3% a participaciones del Fondo de Promoción a la Inversión Pública Regional y Local (Foniprel) y el 8,3% a regalías mineras.

Cajamarca

En el caso de Cajamarca, el gobierno regional cuenta con un presupuesto para gasto con recursos de canon, sobrecanon, regalías, renta de aduanas y participaciones

de S/ 142.6 millones, con un avance de ejecución de 39,1%. No obstante, los gastos financiados con estos recursos representan solo el 5,4% del gasto total.

Cabe señalar que de las transferencias recibidas este año, equivalentes a S/ 67.3 millones, el 80,5% corresponde a canon minero, el 10,2% a participaciones del Fondo de Estímulo al Desempeño y Logro de Resultados Sociales (FED) y el 6,3% a regalías mineras.

En tanto los gobiernos locales cuentan con un presupuesto para gasto con estos recursos de S/ 487.4 millones, con un avance de ejecución de 49,9%. Los gastos financiados con estos recursos significan solo el 30% del gasto total.

De las transferencias recibidas, que alcanzan los S/ 257.6 millones, el 63,1% corresponde a canon minero, el 16% al Plan de Incentivos a la Mejora de la Gestión y Modernización Municipal y el 8,7% a regalías mineras.

Piura

El gobierno regional de Piura cuenta con un presupuesto para gasto con recursos de canon, sobrecanon, regalías, renta de aduanas y participaciones de S/ 196.7 millones, con un avance de ejecución de

55,2%. No obstante, los gastos financiados con estos recursos representan solo el 10% del gasto total.

Cabe mencionar que de las transferencias recibidas este año, que suman S/ 60.4 millones, el 81,1% corresponde a canon y sobrecanon petrolero y el 13,1% a canon minero.

En tanto los gobiernos locales cuentan con un presupuesto para gasto con estos recursos de S/ 426.1 millones, con un avance de ejecución de 55,5%. Los gastos financiados con estos recursos significan solo el 28,3% del gasto total.

De las transferencias recibidas, que ascienden a S/ 205.1 millones, el 66,9% corresponde a canon y sobrecanon petrolero y el 11,6% a canon minero.

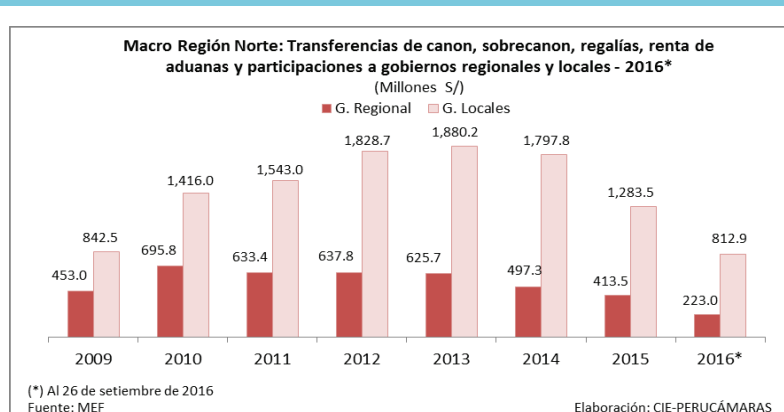
Tumbes

Por su parte, el gobierno regional de Tumbes cuenta con un presupuesto para gastos con recursos de canon, sobrecanon, regalías, renta de aduanas y participaciones de S/ 51 millones, con un avance de ejecución de 45,3%. No obstante, los gastos financiados con estos recursos representan solo el 8,2% del gasto total.

Cabe señalar que de las transferencias recibidas este año, que alcanzan S/ 20.4 millones, el 94,3% corresponde a canon y sobrecanon petrolero y el 5,7% a participaciones del Fondo de Estímulo al Desempeño y Logro de Resultados Sociales (FED).

En tanto los gobiernos locales cuentan con un presupuesto para gasto con estos recursos de S/ 121.2 millones, con un avance de ejecución de 49,4%. Los gastos financiados con estos recursos significan el 50,3% del gasto total.

De las transferencias recibidas, que ascienden a S/ 47.2 millones, el 90,9% corresponde a canon y sobrecanon petrolero y el 7,4% al Plan de Incentivos a la Mejora de la Gestión y Modernización Municipal.



Informalidad e inseguridad golpean a las empresas, reveló Encuesta Nacional de Empresas

La informalidad es el principal factor que limita el crecimiento de las empresas

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) informó que según los resultados de la Primera Encuesta Nacional de Empresas 2015, el 39,5% de las empresas manifiestan que la informalidad es uno de los tres principales factores que limitan el crecimiento de las empresas. Entre otros factores, el 36,7% de empresas respondieron que la demanda es limitada, el 34,8% que existe dificultad para acceder a financiamiento, y el 30,6% la excesiva regulación tributaria.

Los resultados, fueron presentados en el marco del convenio interinstitucional entre el Ministerio de la Producción-PRODUCE y el INEI.

La primera Encuesta Nacional de Empresas (ENE) abarcó a 19 mil 204 empresas, ubicadas en todos los departamentos del país, incluyendo la Provincia Constitucional del Callao, que registraron actividades durante el 2014, y cuyas ventas anuales fueron iguales o mayores a 20 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Más de la mitad de los que conducen alguna empresa tienen entre 18 y 49 años

El 53,3% de las personas que conducen alguna empresa tienen entre 18 y 49 años de edad, 35,3%, tienen entre 50 y 64 años de edad y el 11,4% tienen 65 a más años de edad. Los conductores con edades entre 18 y 49 años de edad representan el 47,6% en las grandes y medianas empresas, 49,2% en la pequeña empresa y el 55,7% en la microempresa.

En tanto los conductores con edades entre 50 y 64 años de edad son el 47,0% que los

que dirigen grandes y medianas empresas, en 37,3% en las pequeñas empresas y el 33,0% en la microempresa.

La mayoría de los conductores de las grandes, medianas, pequeñas y microempresas tienen estudios superiores

Más de la mitad de las grandes y medianas empresas son conducidas por personas con nivel superior universitario (56,9%), el 34,2% tiene postgrado y el 5,5% superior no universitario.

Con relación a las pequeñas empresas, el 66,0% cuenta con nivel superior universitario, el 7,0%, con estudios de postgrado, el 14,5% con nivel secundaria y el 11,6% con nivel superior no universitario.

En las microempresas el 39,8% de los conductores tienen nivel superior universitario, el 5,2%, postgrado, 28,5% secundaria y 22,6% superior no universitaria.

La mayoría de las empresas consideran que existe competencia informal para su principal producto

En el año 2014, el 81,2% de las empresas considera que existe competencia informal para su principal producto. A nivel de segmento empresarial, el mayor porcentaje se presenta en la microempresa (84,2%), mientras que la competencia informal es menor en la mediana y gran empresa (65,3%).

Casi el total de las empresas tienen acceso a internet

En el año 2014, respecto a las diversas tecnologías de información y comunicación a las

que tuvieron acceso las empresas, el 93,5% de las empresas tuvo acceso a internet, el 8,6% a intranet, el 3,0% a extranet y el 6,5% no tiene acceso a estas tecnologías.

Las empresas que tuvieron mayor acceso a internet según actividad económica se encuentran en Información y comunicaciones (99,3%), Inmobiliarias (99,2%), Financieras (98,9%), Profesionales, científicas y técnicas (98,8%), y otras actividades de servicios (98,3%).

3 de cada 10 empresas tienen página Web propia

El porcentaje de empresas que tienen una página Web propia es de 30,1% y las que utilizan redes sociales (Facebook, Twitter) es de 29,4%, siendo estos porcentajes mayores para las empresas medianas y grandes, donde llegan a 71,6% y 40,7%, respectivamente.

Además, el 44,3% de empresas utilizan el Internet para promocionar sus productos, siendo este porcentaje 39,16% en las grandes y medianas y 44,9% en las pequeñas y microempresas.

El 28,9% de las empresas han sido víctimas de algún hecho delictivo

En el periodo de estudio, el 28,9% de las empresas fueron víctimas de algún hecho delictivo. De este grupo el 66,4% fue víctima de robo o hurto, el 20,4% de intento de robo, el 15,0% de extorsión, el 11,5% de estafa, el 10,7% de amenazas y el 2,6% de daños por vandalismo.

Más del 95% de las empresas no realizan actividades de exportación en el año 2014

En el año 2014, el 95,7% de las empresas no realizaron actividades de exportación. Sólo el 4,3% de las empresas realizaron exportación. Entre las principales dificultades que presentan las empresas para exportar están los procedimientos aduaneros (25,0%), los retrasos en aduanas (20,6%), los retrasos causados por el transporte internacional (15,5%), los costos logísticos (12,0%), la identificación de mercados y compradores potenciales (7,6%) entre los principales.





Piura: Cuentas regionales, inacción y sobrecostos

Por: Eco. Miguel Alberto Zapata Zapata (*)

Iniciaremos el “balance” de la situación económica de Piura, analizando brevemente los activos más importantes construidos en el periodo 1960–2015, con un valor aproximado de 8,300 millones de dólares USA, distribuidos en 35,892.4 Km²; superficie que da cabida a una población de 1’844,129 habitantes.

Nuestros activos, constituidos por aeropuertos comerciales, terminales de operación múltiple en Paita, petroleros en Talara y Bayóvar, embarque de fosfatos en Bayóvar, refinería de petróleo, oleoducto, represas, canales de transvase y riego, drenaje trocal y parcelario, diques de defensa contra inundaciones, carreteras de articulación internacional en la costa y penetración a sierra y selva, central eólica e hidroeléctricas, producción de agua potable y sistemas de saneamiento, centros del comercio y turismo, disponibilidad de 5,347 MMC de agua superficial y 450 MMC de agua subterránea para 150,763 Has

bajo riego, plantaciones de uva, mango y banano, caña de azúcar para producción de etanol, pesca y derivados industriales, fosfatos y cemento, entre otros productos de exportación para mercados especiales, son importantes. Sin embargo, el activo más importante, no visible, es la articulación e interacción existente entre ellos.

Tomando en cuenta la vulnerabilidad de nuestro territorio ante la evidente variabilidad climática y los riesgos hídricos que de ella se deprenen, debemos adicionar los riesgos producto de la ineficiencia humana. Por ejemplo, los deficientes programas de mantenimiento de la infraestructura pública, que nos restan competitividad frente a los avances que puedan mostrar nuestros vecinos del país y del exterior. Sería un colapso económico perder competitividad por el mal estado de las carreteras, pérdida de capacidad de las represas, salinización de tierras agrícolas y escasa investigación e innovación en

nuestras universidades.

Una de las formas de afrontar los retos y evitar que activos importantes se conviertan en pasivos, es transparentar los mecanismos de financiamiento e inversión en obras públicas. Las inversiones en prevención de riesgos, sin sobrecostos, reducen la probabilidad de ocurrencia de inundaciones, escasez hídrica, sobre explotación de acuíferos, contaminación de aguas superficiales y subterráneas, en especial, la contaminación minera de aguas fronterizas y la destrucción de carreteras y viviendas. Debemos aumentar el presupuesto de los programas de operación y mantenimiento y la vida útil de la infraestructura hidráulica.

El horizonte es claro y determinante para Piura. La solución está en nuestras manos. Nuestra prioridad, hoy, es salir de la inacción. Es un sobrecosto que debemos eliminar.

El autor es consultor privado.



ZED 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 ZED PAITA 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 3% del valor FOB). Los beneficios de exoneración se han previsto hasta

el año 2042. También le son aplicables los beneficios de los TLC suscritos por el Perú con otros países.

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

ZED 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. ZED 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 ZED 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
RPC: 983702734

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

5 tips para mejorar el marketing en las redes sociales

Si uno de tus propósitos para el nuevo año es mejorar tus estrategias en marketing aplicado a las redes sociales, es importante tener en cuenta cuáles son los aspectos más importantes que hay que resaltar y cuidar. El mundo de las redes sociales puede convertirse en uno de los aspectos más beneficiosos de tu plan de mercadotecnia. A continuación te dejamos cinco tips que podrían ayudarte a mejorar ese terreno.

1. Elige las plataformas que vayan bien con tu negocio

La proliferación de las redes sociales es indiscutible, ya no solo estamos hablando del alcance y la influencia que tienen sobre los consumidores, también nos referimos a que han aumentado las posibilidades de redes. Puede resultar muy tentadora la idea de hacer una cuenta de tu empresa en todas las redes, pero eso a la larga solamente acarreará que dejes algunas abandonadas y luzcan mal, así que lo que piensas que es un punto positivo, se volverá en tu contra. Analiza todas las redes sociales que hay a tu alcance y elige las que más se adapten a tu modelo de negocios sin dejar fuera las dos más influyentes (Facebook y Twitter). No desperdices energías.



2. Interactúa con los clientes, no los desvíes de una red a otra

Un error de muchas compañías o servicios de atención a clientes es enviar a los usuarios que interactúan vía Twitter a marcar a algún teléfono para resolverles las dudas. Dale una sola dirección a la información y responde en el medio en el que te preguntan o terminarás envuelto en un (quizá involuntario) sistema burocrático eterno y los clientes se cansarán de ser enviados de un lugar a otro.



3. Planea promociones

Una manera de obtener clientes es mediante trivias y promociones. No tengas miedo de regalar algunas cuantas cosas de buena calidad para dar a conocer tu marca, o invertir en un buen regalo de promoción para atraer más seguidores que posteriormente se convertirán en potenciales clientes. La mejor manera de atraer a las masas es haciéndoles notar que te importa consentir a tu audiencia. No dudes en el poder publicitario de las promociones.



4. Pide al resto de la compañía que comparta contenidos desde su cuenta personal

No importa si tu empresa se constituye sólo por cinco personas. Entre más involucrados compartan los contenidos de la cuenta oficial, llegará a más gente de forma orgánica. Se trata de ir creando una red, en un ámbito en el que lo más importante es cuántas veces se comparte lo que posteas, así que entre más gente en tu empresa esté involucrada en el ámbito del social media, mejores resultados generará.



5. Toma en cuenta a tu competencia

Date un tiempo para revisar qué suben a sus redes las compañías con las que compites, cada cuánto, con qué longitud de caracteres, con qué tipo de imágenes. Y revisa también cómo reacciona el público ante sus publicaciones. Hacer un análisis de la competencia también te ayudará a ver qué puedes mejorar con respecto a ellos, y a generar nuevas ideas.

Hace a las empresas más competitivas

3 tipos de tecnología utilizadas por las empresas

La tecnología de negocios juega un papel importante en las tareas diarias de comercio. La tecnología puede mejorar la productividad, incrementar las ventas y obtener rápidamente la información operacional clave para la toma de decisiones importantes. Además, la inversión en tecnología es una de las mejores inversiones de capital que una empresa puede hacer. Las siguientes aplicaciones son la de mayor uso y necesidad en las funciones de producción de las empresas:

1. Las aplicaciones de software empresarial

Las aplicaciones de negocios van desde aplicaciones ofimáticas que se ejecutan en ordenadores portátiles y de escritorio a las aplicaciones empresariales que se ejecutan en los ordenadores más grandes. Las principales aplicaciones utilizadas en los ordenadores portátiles y de escritorio incluyen programas para presentaciones,

hojas de cálculo y procesadores de texto. Las aplicaciones empresariales son un poco más complejas, ya que suelen interconectar diferentes funciones, tales como el marketing, manufactura, recursos humanos y contabilidad.



2. Comunicaciones

Una variedad de dispositivos de comunicación son frecuentes en el mundo de los

negocios.

Uno de los dispositivos más populares es el asistente y organizador personal, como BlackBerry de RIM, el iPhone de Apple y Nokia N-Series, que tienen una gran aceptación en la comunidad empresarial. Las empresas también utilizan tecnologías de comunicación como la mensajería instantánea desde computadoras portátiles y con protocolo de voz por internet (VOIP)

3. Búsqueda en internet

Los negocios prosperan en la investigación y regularmente utilizan potentes motores de búsqueda de Internet, como Google y Bing de Microsoft, con el fin de obtener conocimiento.

Además, las empresas suelen tener acceso a una variedad de bases de datos de buscadores especializados.

La tecnología de búsqueda facilita el proceso de toma de decisiones en la mayoría de las empresas.

Esto ocurre cuando el logo
de tu empresa no tiene identidad



**Que el público te reconozca
es nuestra misión**

Creamos tu Manual de Identidad Corporativa

 #969675555 / 073 331840

 marketing@norpress.pe


NORPRESS
CONSULTORES EN COMUNICACIÓN

Si no ocasionan perjuicio al fisco

SUNAT ya no multa rectificaciones en declaraciones juradas de IGV

Si se presenta una Declaración Jurada rectificando el monto del IGV de las compras o de las ventas y esa corrección no origina perjuicio fiscal, es decir, el monto rectificado no ha sido compensado o devuelto, el contribuyente no será multado por esa modificación según una directiva interna vigente difundida por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT).

La determinación de no sancionar administrativamente a los contribuyentes por este cambio en su declaración aparece conjuntamente con otras disposiciones que eliminan multas reunidas en la resolución N° 039-2016-SUNAT/600000 de la Superintendencia Nacional Adjunta Operativa publicada en el diario oficial "El Peruano".

Otros de los motivos por los que no se sanciona con multas a los contribuyentes, según la resolución citada, son los siguientes:

- Si el incumplimiento de las obligaciones obedece a hechos fortuitos o de fuerza mayor, como incendios y desastres naturales.
- Si dos o más libros y/o registros se presentan con un atraso mayor al permitido;

en este caso solo se multará una sola vez. Tampoco se multará en el caso de pérdida o robo de estos libros y/o registros, cuando estos hechos se comuniquen a la SUNAT antes de cualquier notificación.

- Si se detecta que el contribuyente no ha presentado dos o más Declaraciones Juradas, solo se multará una vez por el período más reciente.

- Cuando en una fiscalización se induce al contribuyente a presentar una declaración rectificatoria, no se sanciona si dicha declaración es la segunda o siguientes.

- En caso no se proporcione la información solicitada por el auditor tributario, siempre que sea la primera vez y se entregue la misma en el nuevo plazo otorgado.

- Si el contribuyente no se presenta o lo hace fuera del plazo legal, siempre que exista causa justificada (enfermedad, viaje u otros) o la comparecencia se realice dentro del nuevo plazo otorgado.

En todos estos casos la SUNAT aplica su facultad discrecional de no sancionar administrativamente determinadas infracciones tributarias. La aludida resolución reúne en un solo dispositivo estos criterios para mejorar su difusión entre los contribuyentes y fomentar su correcta apli-

cación.

Estos criterios beneficiarán a un gran universo de deudores tributarios, considerando que las infracciones son objetivas y pueden ser cometidas independientemente del régimen al cual pertenece el contribuyente.

Se incluyen no solo las infracciones contenidas en el Código Tributario sino también algunas relacionadas con el Sistema de Detracciones y el Sistema de Embargos Electrónicos.

Por su parte, la Resolución de Superintendencia Nacional Adjunta Operativa N° 040-2016-SUNAT/600000 tiene como objetivo difundir que no se sanciona los casos en que los contribuyentes no exhiban sus libros y registros, no comparezcan o lo hagan extemporáneamente, cuando dichas infracciones son producto de una acción inductiva, considerando que su objetivo es que los contribuyentes regularicen voluntariamente las omisiones o inconsistencias detectadas.

Ambas resoluciones no solo se aplicarán a las nuevas infracciones sino también a aquellas cometidas o detectadas con anterioridad, siempre que la multa no se haya impuesto.



Conociendo a nuestros nuevos socios

SAVAR CORPORACIÓN LOGÍSTICA

Savar es una Corporación Logística que cuenta con servicios propios de: Agentes de Carga Internacional (SAKJ Cargo), Terminal Extraportuario en Callao (SAKJ Depot), Agencia de Aduanas, Almacenes simples y autorizados y transporte local y nacional con flota propia. Y en Piura están habilitados para dar servicios de Agencia de Aduanas y Agencia de carga internacional, los que se desarrollan en Paita. En el Perú, Savar trabaja hace más de 36 años y en Piura están a punto de cumplir su tercer año. Su principal logro es haber consolidado toda la cadena logística propia en un solo operador, con solidez y respaldo financiero, gran calidad y capacidad de equipo humano. Tiene certificaciones como Operador Económico Autorizado por Aduanas (OEA) y la BASC e ISO, que brindan mayor seguridad a sus clientes. El gerente de Savar, Orlando Zevallos, considera que la región Piura viene mostrando un importante crecimiento y participación en la balanza comercial, por lo que asegura que el puerto de Paita se coloca en un meritorio tercer lugar dentro del ranking de los



principales puertos del Perú, los cuales son trece. Además de brindar servicios de logística especializados, Savar cumple una responsabilidad social y ha generado puestos de trabajo de manera directa e indirecta en Paita. Sus proyectos a futuro están ligados a implementar más almacenes, cadena de frío y transporte especializado. Zevallos destaca la honestidad como el valor principal de la empresa. Ser socios de la Cámara de Comercio de Piura les ha permitido, dice el gerente, ser parte de un excelente grupo empresarial y red de contactos.

ASIS TECHNOLOGY PARTNERS

Los sistemas de información y telecomunicaciones son su especialidad. Asis Technology Partners es una empresa que llegó este año a Piura y tiene muchas expectativas de crecimiento en esta región. Carlos Aguilar Velarde, gerente general, explica que hace 18 años que la compañía ofrece soluciones en el sector de telecomunicaciones para responder tanto a las necesidades tecnológicas como a las oportunidades de negocio de sus clientes. Telefónica, Entel, Claro, Osipitel, Osinergmin, Interbank, BBVA, Backus son algunas de las empresas e instituciones con las que trabajan temas de tecnología. Como recién llegaron este año, la empresa decidió empezar con Asis Institute, una unidad de capacitación y responsabilidad social empresarial. Se trata de una asociación educativa sin fines de lucro con la que han ido conociendo y aprendiendo del entorno empresarial y la sociedad

piurana. En ella realizan capacitaciones y talleres expertos en diversos temas de interés general. Y para el 2017, Asis Technology tiene grandes planes. Carlos Aguilar indica que “desplegaremos nuestros servicios y soluciones tecnológicas para el aprovechamiento de la Red Dorsal de Fibra Óptica en la región”. También trabajarán en el desarrollo informático de soluciones corporativas en dispositivos móviles, servicios de “gamificación” para entrenamiento de personal en conceptos y procedimientos a través de videojuegos educativos hechos a medida. Ser socios de la Cámara de Comercio y Producción de Piura les ha permitido conocer un espacio donde converge un conjunto significativo de empresas multidisciplinarias que operan en Piura, y la ven como un eje de coordinación, capacitación, referencias e intercambio para el desarrollo de la región.



Carlos Aguilar Velarde
Gerente General



VISITANDO A

NUESTROS SOCIOS

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.

MONTES DELGADO ABOGADOS S.A.C.

Están al servicio de los empresarios del norte del Perú. El estudio de abogados Montes Delgado tiene 12 años brindando asesoría integral a empresas con las que ha desarrollado una confianza inquebrantable gracias a la lealtad y eficiencia con la que desarrollan su trabajo. El abogado especialista en temas tributarios, Daniel Montes Delgado, gerente general de la empresa y también miembro del directorio de la Cámara de Comercio y Producción de Piura, resalta que la buena reputación y prestigio que goza el equipo de abogados que dirige se debe gracias a que son especialistas en Derecho Administrativo, Civil, Comercial, Laboral, Penal Económico, Tributario, Societario. Su nivel de especialización y conocimiento les ha permitido



Daniel Montes Delgado
Gerente General

incrementar su cartera de clientes y atender diversos sectores como Inmobiliaria y Construcción, Pesca, Transportes, Hotelería y Turismo, Educación, Agroindustria,

Servicios, Comercio, Combustibles, entre otros. Asimismo cada año desarrollan un Desayuno Empresarial en el que sintetizan los hechos más importantes que ocurrieron en el año respecto al Derecho y el sector empresarial. Este 2016, el evento será el 7 de diciembre en el hotel Casa Andina. El gerente Daniel Montes Delgado espera que gracias a la gran acogida del norte, en los próximos años se pueda abrir una oficina en Chiclayo y otra en Trujillo, donde ya tienen una y esperan reforzar su presencia. Además desea incrementar el núcleo de abogados y diversificar sus especialidades. Ser socios de la Camco Piura les ha permitido difundir sus conocimientos, promover sus actividades empresariales y brindar capacitaciones.



¡Síguenos en Facebook!

<https://www.facebook.com/camaradecomerciodepiura/>

¡El aliado estratégico para su empresa!

54° Aniversario de Diario Correo Piura

La Cámara de Comercio y Producción de Piura, se sumó a las celebraciones por el 54° Aniversario del Diario Correo de Piura ofreciendo una cena en su honor, la cual contó con la presencia de autoridades civiles y militares, miembros del directorio de la Camco Piura, representantes del Grupo Epena, Prensart, y empresarios de la localidad.

Ricardo Álvarez Elías, presidente de la Cámara de Piura distinguió con un reconocimiento a Luis Agois Banchemo, presidente ejecutivo del Grupo Epena.

Álvarez Elías, destacó a través de emblemáticos casos periodísticos como: Soto Quiroz, Díaz Campos, Zarái, la cobertura del conflicto con Ecuador y la contaminación del mar de Paita, el carácter de Correo y su papel activo en la dinámica social. Así mismo, lo eficiente que puede ser el periodismo para transformar la palabra escrita en hechos concretos, tangibles y significativos.

Ricardo Álvarez recordó a don Enrique Martín Agois Paulsen, uno de los dos fundadores de Correo y la empresa editorial, quien en junio de este año nos dejó. Así como, resaltó la figura de Luis Banchemo Rossi, visionarios y pioneros al descentralizar la industria periodística.

“Hace 54 años, se empeñaron en que cada una de las principales ciudades del país, debía tener su propio Diario Correo. Y así fueron creciendo las ediciones que hoy están en 15 ciudades del país en versiones impresas y muchas más en ediciones electrónicas”, destacó el presidente de la Cámara de Piura.



Día del Periodista

Como es tradicional, la Cámara de Comercio y Producción de Piura, reconoció la labor que realizan los periodistas y les rindió un merecido homenaje.

En vísperas del Día del Periodista, compartieron un Desayuno Institucional con miembros del Directorio y la Gerencia General.

La ocasión fue propicia para que Ricardo Álvarez Elías, presidente del gremio empresarial, entregara una placa recordatoria a Gladys Navarro Palacios, decana del Colegio de Periodistas del Perú-Consejo Regional Piura en mérito al destacado rol que el periodismo desempeña en la sociedad actual.

“Esta es una magnífica ocasión para resaltar el invaluable apoyo que los periodistas le brindan a nuestra región. Ustedes son un pilar muy importante para Piura y no podemos dejar de mencionarlo y agradecerles”, manifestó Álvarez Elías.



Conferencia: Libros Electrónicos y Comprobantes de Pago Electrónicos. CPC. Víctor Soto Castillo, expuso el tema en evento organizado el 19 de octubre por la Sunat y la Cámara de Comercio de Piura.



Conferencia: Contratación Laboral e Impuesto a la Renta. Ofrecida el 6 de octubre por Montes Delgado Abogados S.A.C. y la Cámara de Comercio de Piura, a cargo del Dr. Daniel Montes Delgado.



Conferencia: Alternativas de Financiamiento no Reembolsable y Capacitación. Organizada por el Ministerio de la Producción (PRODUCE) y la Cámara de Comercio de Piura fue dictada el 05 de octubre por los ingenieros Patty Chunga Yesquén y José Félix Pingo Lozada, coordinadores de PRODUCE.



Clausura. Con ceremonia realizada el 30 de septiembre, concluyó exitosamente el Diploma de Especialización en Arbitraje, brindado por IDE-ESAN, en alianza con PERU-CÁMARAS y la Cámara de Comercio de Piura.



Conferencia: Prevención de Riesgos Laborales: Alcance de la Ley 30102. Clínica Miraflores-Auna y la Cámara de Comercio de Piura presentaron, el 29 de septiembre, ponencia del Dr. Juan Carlos Velásquez Gálvez, especialista en Salud Ocupacional.



Conferencia Magistral: Retos y Desafíos de la Gestión Pública. Organizada el 29 de septiembre por IDE-ESAN y la Cámara de Comercio de Piura estuvo a cargo del MSC. Erick Paulet Monteagudo.



Conferencia Magistral: Formulación de Planes de Agronegocios. Expuesta por el Dr. Octavio Chirinos Valdivia, director del Instituto de Desarrollo Económico de la Universidad ESAN. Se desarrolló el 29 de septiembre y fue organizada por IDE-ESAN y la Cámara de Comercio de Piura.



Inicio de Clases. Cámara de Comercio y Producción de Piura en alianza con Piura Consulting Group, iniciaron el 27 de septiembre el curso intensivo Gestión de Proyectos, dictado por el MBA Juan Quinde Li Say Tan.

¡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!

Noviembre

- 01 Estación De Servicios Piura S.R.L.
- 01 Fresh Co S.R.L.
- 01 Messer Gases del Perú S.A.
- 01 Oriundo Agro S.A.C.
- 02 Clean Energy Del Perú S.R.L.
- 02 Sociedad Agrícola Larapinta S.A.C.
- 05 Inversiones & Exportaciones Roneyme Coffee S.R.L.
- 06 Grupo L'ancora E.I.R.L.
- 06 Piuramaq S.R.L.
- 07 I.E.P "San Juan" -Grupo Exitus
- 07 JA Ingenieros Constructores E.I.R.L.
- 07 Satisac E.I.R.L.
- 08 Ingesa Norte
- 08 Teodoro Palacios Peña
- 09 Corporación Schroth-Vera S.A.C.
- 09 Proanco S.R.L.
- 11 Grifo "Vigma" S.R.L.
- 11 Marketing y Proyectos D Primer Nivel E.I.R.L.
- 11 Ortiz & Jara Saldaña Aud.Cons.Asoc.S.Civ.
- 12 Inmobiliaria y Servicios Masaris S.A.C.
- 13 Pqa del Perú S.A.C.
- 14 Techo Norteño S.A.C.
- 15 Casa del Tornillo Ferretero y Afines E.I.R.L.
- 15 Factoría Grau E.I.R.L.
- 15 Perú Hosting E.I.R.L.
- 16 Educa Escuela de Negocios S.A.C.
- 17 Andrea Alessandra E.I.R.L.
- 19 Agro Exportaciones Ae S.A.C.
- 19 Asociación de Lucha Integración Desarrollo y Progreso de Personas con Discapacidad-Alideppd
- 19 Mavila Hnos. S.A.
- 20 Estación de Servicios San Miguel S.R.L.
- 21 Depósito San Sebastián S.A.C.
- 21 Lima Guns S.A.
- 23 Securitas S.A.C.
- 24 Asociación Educativa La Fontana
- 24 Fogapi
- 25 Corporación de Alimentos S.A.C.
- 25 Mármoles y Vidrios Velásquez S.A.C.
- 26 Cooperativa Agraria Norandino Ltda.
- 26 Maviplac S.A.C.
- 27 Cementos Pacasmayo S.A.A.
- 27 Inst. Super. Pacífico Norte
- 27 Las Dos Jarras E.I.R.L.
- 29 Grupo Empresarial de Transportistas del Norte S.A.C.-Gemtranort S.A.C.
- 29 Life Spa and Fitness S.R.L.
- 30 Universidad César Vallejo S.A.C.

Diciembre

- 01 Constructora e Inmobiliaria Ensamar S.R.L.
- 01 Fosyeiki S.A.C.
- 01 Hellmann Worldwide Logistics S.A.C.
- 01 Hostal Latino S.R.L.
- 05 Cipca-Centro de Investigación y Promoción del Campesinado
- 07 Jessica Paola Garay Morante
- 07 Grupo Don Parce S.A.C.
- 08 Berendson Natación S.R.L.
- 08 Compañía de Seguridad Prosegur S.A.
- 09 GA Ingenieros Constructores S.A.C.
- 10 Guayas Foods S.A.
- 12 Foto Carrasco Digital S.A.C.
- 12 Innovaciones Digitales S.A.C.
- 12 People Progress S.A.C.
- 12 Servis Piura S.A.
- 13 Sodimac Perú S.A.
- 14 La Auxiliadora Corredores de Seguros S.A.C.
- 15 Ares Coaching Recovery & Services S.R.L.
- 15 Open Plaza S.A.
- 16 Safety Belt Optimun S.A.C.
- 17 Instituto Médico Especializado en Diabetes Soy Diabético E.I.R.L.
- 17 Transp. y Representac. Goicochea E.I.R.L.
- 19 Benjamín y José Solutions E.I.R.L.
- 19 Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Sullana S.A.
- 20 Balarezo Automotriz E.I.R.L.
- 20 José María Espinoza Farfán
- 20 Grupo Óptico Mi Óptica E.I.R.L.
- 20 Productos de Belleza Alby E.I.R.L.
- 21 Industria Textil Piura S.A.
- 22 Piura Mega Service E.I.R.L.
- 23 El Chalán S.A.C.
- 24 Limones Piuranos S.A.C.
- 24 Orgánicos Río Verde S.A.C.
- 28 Dupiu S.R.L.
- 28 Estación de Servicio San José S.A.C.
- 28 Librería Bazar Papelería Virgen del Carmen y Distribuciones
- 28 Nortfarma S.A.C.
- 30 NKAP S.R.L.
- 30 Repuestos y Representaciones Frank E.I.R.L.



¡BENEFICIOS EXCLUSIVOS PARA TRABAJADORES DE NUESTROS ASOCIADOS!



Conoce los descuentos ingresando a www.camcopiura.org.pe
o escríbenos a marketing@camcopiura.org.pe

SERVICIOS EMPRESARIALES

SALUD Y BELLEZA

EDUCACIÓN

PUBLICIDAD Y PAPELERÍA

DEPORTE Y DIVERSIÓN

ALIMENTOS Y BEBIDAS

VIAJES Y TURISMO



¿Qué esperas?



Urb. San Eduardo A - 2
Cámara de Comercio de Piura

Soy jubilado y hago
LO QUE QUIERO'
Con Cuenta BienEstar



**ABRE TU CUENTA BIENESTAR Y EMPIEZA A DISFRUTAR
DE TU JUBILACIÓN COMO QUIERAS.**

- Tu escoges la modalidad de retiro: Vitalicio o programado.
- Eliges fecha, monto y número de retiros.
- Puedes ganar hasta 7.5% de interés anual.

Atención al cliente: (073) 284 321 | 0801-14321 | www.cajapiura.pe

 **CAJA PIURA**
Trabajando a tu ritmo

La TREA del 7.5% aplica para importes iguales o mayores a S/ 100,000.00 a un plazo de 1800 días. Ejemplo: Para un monto de S/ 5,000.00 por un plazo de 1080 días le paga la TREA del 6% anual ganando un interés de S/300.00 en 360 días, siempre que sea un Plazo Fijo BienEstar Vitalicio. Más Información sobre tasas de interés, comisiones y gastos disponibles en: tarifarios, red de agencias y en www.cajapiura.pe. Información difundida de acuerdo a Ley N° 28587 y Resolución de Transparencia SBS N° 8181-2012.