



REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE PIURA

# Empresario

AÑO 24 - Nº 92

Cámara de Comercio  
y Producción de Piura

127  
ANIVERSARIO



## CONSEJO DIRECTIVO 2018-2020

Ricardo Álvarez fue reelecto presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura

## ENCUENTRO DE MUJERES EMPRENDEDORAS

Con éxito se desarrolló evento organizado por PRODUCE y la Camco Piura

## UNIÓN EUROPEA Y ALEMANIA

Oportunidad para la exportación de frutas regionales

## EN EL 2017

Llegada de turistas a las regiones del norte se redujo 2,7%



¿QUÉEE?



**7.5%**  
*FOR  
TU CTS*  
\*TREA en soles

**UN GRAN INTERÉS Y EL RESPALDO  
DE LA CAJA MÁS SÓLIDA DEL PERÚ**

- ✓ 35 años en el mercado.
- ✓ Más de 1,200 puntos de atención.

**CAJA PIURA**  
Tu oportunidad es ahora





### REVISTA

# Empresario

ABRIL 2018

Consejo Directivo 2018-2020

Sr. Moisés Ricardo Álvarez Elías  
**Presidente**

Dr. Edmundo Rodríguez – Frías Benza

**Primer Vicepresidente**

MBA Javier Bereche Álvarez

**Segundo Vicepresidente**

Lic. Julio Guillermo Castagnino Lema

**Director Tesorero**

Ing. José Luis Puig Raygada

**Director Pro Tesorero**

Dr. Rufino Francisco Arribas Otoyá

**Director**

MBA Emiliano Flores Palacios

**Director**

Lic. Salustio García Espinosa

**Director**

Dr. Daniel Andrés Montes Delgado

**Director**

Mg. José Arroyo Medina

**Director**

Dr. Mateo Gómez Matos

**Director**

Sr. Gustavo Velázquez Tello

**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](mailto:camarapiura@camcopiura.org.pe)

## En esta edición

# 7

**Ricardo Álvarez fue reelecto presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura**



# 9

**Unión Europea y Alemania: Oportunidad para la exportación de frutas regionales**



# 10

**Con éxito se desarrolló Encuentro de Mujeres Emprendedoras**



# 14

**Llegada de turistas a las regiones del norte se redujo 2,7%**



## además

5. Nuestro Presidente
6. Nuestro Gerente
8. UDEP, Sembrando Empresa y Camco Piura impulsan desarrollo de las pymes asociadas al gremio piurano
11. Exportaciones de productos no tradicionales aumentó 25,8% en febrero
12. Créditos alcanzan en febrero su mayor crecimiento desde julio del 2016
13. El Indecopi advierte a los consumidores sobre la importancia de comprar productos formales en los que se consignen los datos del proveedor
16. SUNAT simplifica identificación de personal de operadores de comercio exterior
17. 6 Consejos para tu Estrategia de Marketing de Contenidos
18. Tecnología en las empresas: la inversión necesaria para el éxito
20. "A un año del desastre que afectó a Piura"
21. Trabajador de confianza e indemnización por despido
22. Nuevos socios
24. Vida Empresarial
27. Efemérides





CÁMARA DE COMERCIO Y  
PRODUCCIÓN DE PIURA

## CONFERENCIA

# INNOVANDO CON UN MARKETING (CASI) SIN DINERO



Miércoles, 30 de mayo de 2018



5:00 p.m. a 08:00 p.m.



Socio: S/ 55

No Socio: S/ 75



Cierre de Inscripciones:  
23 de mayo



Incluye: material y certificado



Descuentos de acuerdo a categoría  
del asociado.  
Descuentos corporativos (3 a más)

## OBJETIVO:

Generar escenarios para incrementar las ventas y utilidades con un presupuesto reducido.

## EXPOSITOR:

**MBA JOSÉ A. CARRERAS SCHROEDER**

Consultor Senior con amplia experiencia y perspectiva multinacional como gerente de proyectos, promotor, diseñador, ejecutor y catalizador de planes estratégicos de negocios en Perú, Ecuador, Colombia y Argentina, en empresas de retail, consumo masivo, mayoristas, industrial, de intangibles y de servicios. Experto en Planeamiento Estratégico, Marketing, Modelos Comerciales disruptivos con Rentabilidad Sostenible, Capital Humano y Equipos de trabajo de alta productividad.

## INFORMES E INSCRIPCIONES

✉ [relacionespublicas@camcopiura.org.pe](mailto:relacionespublicas@camcopiura.org.pe)

☎ 073 321871 Anexo 106

🌐 [www.camcopiura.org.pe](http://www.camcopiura.org.pe)

## 127 años de vida institucional

La Cámara de Comercio y Producción de Piura celebra 127 años de su creación. Es una de las instituciones más antiguas del país. A lo largo de estos años, ha procurado mantenerse a la vanguardia con la finalidad de satisfacer las exigencias del sector empresarial y de atender los requerimientos de la sociedad dentro de la cual desarrolla su actividad gremial.

Esta celebración es particularmente significativa porque marca el inicio de un nuevo periodo como presidente de esta centenaria institución. Me cabe el honor y la responsabilidad de conducirla en el próximo bienio, siguiendo los principios rectores que le dieron origen y que han ido enriqueciéndose con el aporte de las sucesivas administraciones.

Al celebrar un nuevo aniversario expreso mi gratitud al Consejo Directivo, a la gerencia general, al personal, a los asociados y a los aliados estratégicos regionales, nacionales e internacionales, que han hecho posible la continuidad de nuestro gremio, desde fines del siglo XIX a la fecha, superando los vaivenes económicos, políticos, sociales y ambientales.

Fundada el 26 de abril de 1891, nace con vocación de servicio. Destacados hombres de negocio de la época, liderados por Henry Hilton Leigh (quien sería su primer

presidente) crean la Cámara de Comercio con la finalidad de contribuir con el desarrollo económico y social de Piura que enfrenta una crítica situación debido a las inclemencias de la naturaleza.

A un año de la tragedia ocasionada por el Niño Costero que -según el Centro de Operaciones de Emergencia Nacional (COEN) dejó 91.835 damnificados, 310.570 afectados y 17 fallecidos- la Cámara de Comercio y Producción de Piura, como lo hizo hace 127 años, ratifica su compromiso con la región Piura.

En la actual coyuntura, las expectativas para este 2018 son moderadamente optimistas. Por consiguiente, reiteramos la exhortación a nuestros gobernantes a pensar en el país y trabajar unidos por el bienestar de todos los peruanos.

Sin duda, ha llegado el momento de dejar atrás las diferencias, esforzarse por superar la crisis política y trabajar coordinadamente para garantizar la gobernabilidad del país, acelerar el crecimiento económico de las regiones y mejorar la calidad de vida de la población.

Hay mucho por hacer por la reconstrucción con desarrollo y la modernización de Piura. Está en nuestras manos, darle a nuestra región el sitio que merece.

**Ricardo Álvarez Elías**  
Presidente





# Cámara de Comercio y empresa: Alianza estratégica

Las empresas son el motor del desarrollo. Grandes, medianas, pequeñas y microempresas, dinamizan la economía e impulsan el bienestar social. Aportan al erario nacional, generan fuentes de empleo y contribuyen con la erradicación de la pobreza.

En este sentido, empresas competitivas constituyen, para las regiones y el país, valiosos agentes de cambio por el impacto positivo de su actividad en la mejora de la calidad de vida de la población.

Desde este punto de vista, la sostenibilidad de las empresas representa un gran desafío. Especialmente, de las micro y pequeñas empresas (mypes), cuyo aporte al PBI bordea el 40%.

Según las estadísticas, más del 90% de las empresas formales corresponden a estos estratos. No obstante, alrededor del 80% de las

empresas existentes son informales. Lo cual resulta preocupante porque van a tener serias limitaciones para crecer y mantenerse en el tiempo. Se estima, por ejemplo, que cerca del 70% de las mypes sobreviven solo un año.

En este contexto la Cámara de Comercio y Producción de Piura se presenta como un aliado estratégico para las empresas que agrupa y representa, a las cuales ofrece sus servicios, beneficios y el respaldo institucional de un gremio con 127 años de trayectoria.

Recordemos que la Cámara tiene entre otros objetivos: procurar la prosperidad del comercio y la producción por lo que está orientada a contribuir con su acción al desarrollo económico de sus asociados, considerando dentro de sus programas empresariales a los grupos de menores ingresos económicos; contribuir al perfeccionamiento de la legislación que permita y favorezca la prosperidad económica, procurando la desaparición de las medidas que puedan perjudicarla y gestionando las disposiciones adecuadas.

---

**La Cámara de Comercio y Producción de Piura se presenta como un aliado estratégico para las empresas que agrupa y representa, a las cuales ofrece sus servicios, beneficios y el respaldo institucional de un gremio con 127 años de trayectoria.**

---

Así como, propender a la moralización de las prácticas comerciales e industriales, alentando las respectivas sanciones en los casos de procedimientos incorrectos; intervenir en la amistosa y privada solución de las controversias, cuando se le solicite; fomentar la más estrecha unión entre las cámaras de comercio y organizaciones similares del país y del extranjero para la realización de sus análogos fines y estudiar los problemas relativos al comercio y la producción, buscando las soluciones convenientes.

Al celebrar un aniversario más, invitamos a las empresas de la región a integrarse a nuestro centenario gremio para asumir juntos el reto de hacer empresa.



## Ricardo Álvarez fue reelecto presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura

La Cámara de Comercio y Producción de Piura, reeligió a Ricardo Álvarez Elías, como su presidente para el período 2018–2020.

El acto se cumplió durante la Sesión de Directorio convocada por el electo Consejo Directivo quien aprobó por unanimidad la designación de Ricardo Álvarez Elías como titular de la institución.

Ricardo Álvarez, empresario con amplia y reconocida trayectoria en el sector comercio, agradeció por la confianza depositada y el apoyo que durante su gestión ha venido recibiendo de los miembros del directorio, la gerencia general, el personal, los asociados, y los aliados estratégicos del sector público y privado, regional, nacional e internacional.

Al iniciar un nuevo periodo al frente del centenario gremio, ratificó la voluntad y compromiso de la Cámara de Comercio de

Piura de continuar contribuyendo con el desarrollo de la región y del país como lo ha venido haciendo desde su creación en 1891.

Hizo hincapié en que a través de iniciativas, propuestas, acciones y la promoción de la competitividad del sector empresarial de los diversos estratos y sectores que la Cámara congrega y representa, aportará para la reactivación de la economía regional y el bienestar de la comunidad.

Resaltó la importancia de seguir trabajando articuladamente con el gobierno, la academia y la sociedad civil organizada.

En este sentido, destacó la reciente conformación del Frente Cameral por la Reconstrucción y Prevención de Desastres Naturales, alianza que reúne a la Cámara Nacional de Comercio, Producción, Turismo y Servicios (PERUCÁMARAS) y 13 cámaras de comercio del país, de los cuales la Camco Piura es vocero.

### · CONSEJO DIRECTIVO 2018-2020 ·



**Sr. Moisés Ricardo Álvarez Elías**  
**Presidente**



**Dr. Edmundo Rodríguez – Frías Benza**  
**Primer Vicepresidente**



**MBA Javier Bereche Álvarez**  
**Segundo Vicepresidente**



**Lic. Julio Guillermo Castagnino Lema**  
**Director Tesorero**



**Ing. José Luis Puig Raygada**  
**Director Pro Tesorero**



**Dr. Rufino Francisco Arribas Otoyá**  
**Director**



**MBA Emiliano Flores Palacios**  
**Director**



**Lic. Salustio García Espinosa**  
**Director**



**Dr. Daniel Andrés Montes Delgado**  
**Director**



**Mg. José Arroyo Medina**  
**Director**



**Dr. Mateo Gómez Matos**  
**Director**



**Sr. Gustavo Velázquez Tello**  
**Director**



**Sr. Carlos Sánchez Delgado**  
**Gerente General**



# UDEP, Sembrando Empresa y Camco Piura impulsan desarrollo de las pymes asociadas al gremio piurano



Como *Wai Fai*, vive la nueva experiencia **Smart Wifi de Movistar**.

Ten mayor control y cobertura de tu internet en casa.

Pídelos llamando al 0-800-11-800

Dúos desde: **S/ 89.90** al mes

Tríos desde: **S/ 139.90** al mes

**2 meses de descuento**

**SPEEDTEST AWARDS**  
INTERNET FLUJO MÁS RÁPIDO DEL PERÚ  
2017

Módem Smart WiFi + Repetidor Smart WiFi **S/ 12.90 al mes**

App Smart WiFi

**movistar**  
ELIGE TODO

Descarga el app Smart Wifi en:

Promoción válida a nivel nacional hasta el 30/04/18 para clientes nuevos residenciales, RUC 10 y RUC 20 Negocios. Velocidad mínima garantizada al 40% de la contratada. Aplican costos de instalación sobre servicio de Internet y línea fija. Sujeto a evaluación crediticia y facilidades técnicas. Descuentos aplican para 2 primeros meses del servicio. App Smart Wifi disponible para clientes residenciales que cuenten con un módem compatible, la descarga es sin costo. Módem Smart Wifi se entregará sin costo desde 01/04/18 por servicio de Banda Ancha con velocidad mayor o igual a 20Mbps. Módem Wifi se entrega sin costo Wifi por servicio de Banda Ancha con velocidades de hasta 12Mbps. Repetidor Smart Wifi costo de alquiler de S/12.90 al mes. 50mts2 de cobertura de Wifi dependen de la infraestructura de la casa. Precios incluyen IGV. Mayor información en movistar.com.pe. Certificado obtenido según el análisis de Ookla de los datos de Speedtest Intelligence para Q3 - Q4 2017. Las marcas comerciales de Ookla se usan bajo licencia y se reproducen con permiso. Certificado obtenido según el análisis de Ookla de los datos de Speedtest Intelligence para Q3 - Q4 2017. Las marcas comerciales de Ookla se usan bajo licencia y se reproducen con permiso.

La Universidad de Piura, a través de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales-Programa Académico de Administración de Empresas, la Asociación Civil Sembrando Empresa y la Cámara de Comercio y Producción de Piura, proporcionarán a las pymes asociadas a este gremio empresarial, herramientas útiles para la mejora y desarrollo de sus negocios.

La alianza estratégica, ofrece ventajas tales como asesoría y capacitación.

Las empresas seleccionadas son escogidas tomando en cuenta exigencias mínimas como poseer una clara vocación de desarrollo empresarial, tener una actitud receptiva a la innovación y al cambio, ser pyme debidamente constituida, contar con RUC vigente y actividad comercial de por lo menos un año, no tener información negativa en las centrales de riesgo, entre otras.

En esta primera etapa se beneficiarán de este acuerdo:

- Contact Tours S.A.C.
- Fumiplag E.I.R.L.
- Grupo Allemant Contratistas S.A.C.
- HSE Solutions E.I.R.L.
- Kisgo Life & Business E.I.R.L.



## Unión Europea y Alemania: Oportunidad para la exportación de frutas regionales

Los productos orgánicos constituyen una gran oportunidad en el exigente mercado alemán y europeo. Dentro de estos, las frutas tienen buenas perspectivas por la tendencia del mercado a lo saludable, así se desprendió del Foro Internacional Exportación de Frutas a Alemania y la Unión Europea, organizado el 23 de abril por la Cámara de Comercio de Piura, a cargo de expertos alemanes.

El Foro se desarrolló en el marco del Proyecto Alianza para el Fortalecimiento Cameral en el Perú que impulsa la Federación Alemana de Mayoristas, Comercio Exterior y Servicios (BGA) y cuenta con el patrocinio del Ministerio de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) de la República Federal de Alemania, a través de sequa gGmbH, socio del sector privado.

Gregor Wolf jefe del Área de Comercio Exterior de la BGA, una de las principales organizaciones empresariales de Alemania, explicó que el Proyecto busca fortalecer a las cámaras de comercio contrapartes, en su función de representantes de los intereses del sector empresarial y de proveedores de servicios contribuyendo al objetivo de mejorar la competitividad empresarial y regional. Asimismo, destacó que si bien es cierto el mercado europeo es muy exigente hay que asumir el desafío.

Andreas Brügger, gerente de la Asociación Alemana de Comercio de Frutas (DFHV), resaltó la importancia de conocer los estándares de calidad que exige el mercado ya que es preciso cumplir estrictamente con la regulación existente y los requisitos de seguridad alimentaria de los productos y procesos para garantizar la inocuidad de los mismos. Advirtió que “un nuevo sistema y controles más estrictos entran en vigor en el 2019”.

Por su parte Linda Mense, experta en Abastecimiento y Compras del Programa para la Promoción de Importaciones (IPD) explicó que su institución tiene entre sus objetivos promover la importación sostenible y estructurada de productos provenientes de determinados países en desarrollo o emergentes, socios del IPD como el Perú, y coordinar los intereses de importadores alemanes con los de los exportadores de dichos países socios.

Los servicios están dirigidos a pequeñas y medianas empresas con pocos o ningún contacto existente con Europa. Cualquier compañía que cumpla con los criterios del programa puede aplicar al IPD.

Ricardo, Álvarez, presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura, enfatizó en que Piura puede llegar a convertirse en líder de la producción y exportación de frutas.

“La Unión Europea es una potencia comercial, Alemania es el mercado más importante de Europa, con 83 millones de habitantes. Es además, el mayor consumidor de alimentación ecológica de dicho continente por lo que representa una buena oportunidad para las empresas piuranas”, recalcó.

Hizo hincapié en que debemos aprovechar el TLC con la Unión Europea.

ASESORIA: EMPRESARIAL - INTEGRAL - INDUSTRIAL - FINANCIERA - CORPORATIVA

**ALVAREZ LARA**  
*Abogados & Asociados*

**Piura**  
Jr. Arequipa N° 550 2do. Piso. Oficinas N° 01, 02 y 04  
Telf.: (073) 320623  
Cel.: 969785948 - 978005005 - 953629863 - 951811031

**Lambayeque**  
Calle Huascar N° 633 - Lambayeque  
Cel.: 969785948 - 978005005 - 953629863 - 951811031

**Trujillo**  
Calle Gamarra N° 679 - 2do. Piso Of. 01  
Cel.: 969785948 - 978005005 - 953629863 - 951811031

**Cajamarca**  
Jr. 02 de Mayo N° 311  
Cel.: 969785948 - 978005005 - 953629863 - 951811031

**Huarez**  
Prolongación Calle Cajamarca N° 204  
Cel.: 969785948 - 978005005 - 953629863 - 951811031  
Coordinador Carlos Lázaro Cochachin: 943813262

www.alvarezlaraabogados.com



# Con éxito se desarrolló Encuentro de Mujeres Emprendedoras

## Experiencias que inspiran... historias que motivan

Alrededor de un centenar de asistentes, entre empresarias, ejecutivas, profesionales y mujeres con ideas de negocio, participó el pasado 28 de marzo en el Encuentro de Mujeres Emprendedoras organizado por el Ministerio de la Producción y la Cámara de Comercio y Producción de Piura.

El evento tuvo como objetivos contribuir a motivar y empoderar a las emprendedoras mediante el intercambio de conocimientos y experiencias; así como, resaltar el rol que desempeñan y su importancia para nuestra región y el país.

Compartieron sus testimonios de esfuerzo y éxito: Noelia Trillo Mendoza, gerente de Forestbambú Esencia del Bosque E.I.R.L.; Gladys

Patricia Cannata Arriola, gerente general del Centro Médico Hematológico E.I.R.L.; Luz Maribel Guayanal Silva, gerente general de Guayas Foods S.A., Nancy Chú Gonzales, gerente de Real Plaza Piura y Tessa del Carmen Correa Vilela, representante de Orgánicos Don José.

La conferencia magistral "Perfil de la mujer emprendedora: retos y motivaciones", estuvo a cargo de Juana Huaco García, docente de la Universidad de Piura.

El Encuentro de Mujeres Emprendedoras brindó, además, la oportunidad de interactuar durante la exposición-venta de productos regionales, facilitando el networking entre los participantes.



## BALMACEDA & OCAMPOS ABOGADOS

### Estudio de abogados especializado en Derecho Tributario y Corporativo

Brindamos servicios de asesoría y consultoría legal para el sector empresarial, con amplia experiencia en procedimientos administrativos y judiciales, ofreciendo propuestas innovadoras y eficaces para la solución de los problemas de nuestros clientes.

Contamos con un equipo de profesionales especialistas en las áreas tributarias y corporativas, ex funcionarios de la Administración Tributaria (SUNAT) y asesores de prestigiosas empresas.

Estudio asociado a la Cámara de Comercio de Piura

**Sede Piura:** Av. Sullana N° 858 – Urb. 04 de Enero- Piura

**Sede Trujillo:** Mz. J. Lt. 07, Urb. UPAO

**Teléfonos:** (073) - 538236, 969380797, 954892099 - (044) – 420231

**Correo electrónico:** [abogados@estudio-bo.com](mailto:abogados@estudio-bo.com)

**www.estudio-bo.com**



# Exportaciones de productos no tradicionales aumentó 25,8% en febrero



En febrero del presente año, el volumen exportado de productos no tradicionales se incrementó en 25,8% al compararlo con similar mes del año 2017, registrando la tasa más alta de los últimos ocho meses; informó el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el Informe Técnico, Evolución de las Exportaciones e Importaciones, elaborado con información de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT).

Contribuyeron con este resultado los mayores envíos de los sectores agropecuario (25,4%), textil (10,8%), pesquero (48,3%), químico (22,8%), metalmecánico (32,5%) y siderometalúrgico (15,5%); mientras que disminuyeron los envíos del sector minero no metálico (-4,7%).

El volumen exportado de productos agropecuarios creció explicado por las mayores ventas de mangos y mangostanes (37,4%), plátano incluido el tipo Cavendish (25,3%), paltas (143,1%) y paprika (31,5%). Igualmente, el sector pesquero tuvo un resultado favorable impulsado por los envíos de calamar, pota y jibias (51,8%), filete congelado de pescado (118,9%) y colas de langostinos con caparazón (24,8%).

En el sector textil destacó la mayor exportación de polos de algodón (31,1%), pelo fino cardado o peinado de alpaca o llama (97,6%), así como prendas y complementos de vestir de punto de algodón para bebé (0,7%), entre los principales. En el volumen exportado del sec-

tor químico destacaron los envíos óxido de zinc (67,1%) y placas de polímeros de polipropileno (38,5%), entre los principales.

## Creció la exportación tradicional de productos agrícolas en 7,6%

En febrero de 2018, el volumen exportado de productos tradicionales agrícolas aumentó en 7,6% respecto a similar mes del año anterior; sin embargo, disminuyó la exportación principalmente de productos mineros (-12,1%), pesqueros (-58,4%), así como petróleo y gas natural (-16,3%); sin embargo, aumentaron los envíos agrícolas (7,6%).

Los productos mineros que reportaron menor demanda fueron cobre (-1,7%), oro (-16,0%), plomo (-15,0%) y estaño (-22,2%); sin embargo, aumentaron los envíos de zinc (31,9%) y plata refinada (1,4%). Entre los pesqueros disminuyeron los envíos de harina de pescado (-69,0%); en tanto que crecieron las exportaciones de aceite de pescado (88,1%). Con relación a los productos agrícolas destacaron el café (48,5%) y el azúcar (726,8%). Cabe mencionar que luego de tres meses de resultados positivos la exportación de petróleo y gas natural disminuyó en 16,3%.

## En febrero el volumen total exportado disminuyó 5,7% luego de tres meses de resultados positivos

El volumen total exportado de bienes disminuyó 5,7% respecto a febrero de 2017, explicado por los menores embarques de productos tradicionales (-15,3%); mientras que aumentaron los envíos de productos no tradicionales (25,8%). En términos nominales, el valor de las exportaciones disminuyó en 0,5%, explicado principalmente por los menores precios de los productos no tradicionales pesqueros y los menores envíos de cobre.

Los principales países de destino de nuestras exportaciones fueron China con 27,3%, Estados Unidos de América 17,7%, India 6,2%, España 5,7%, Corea del Sur 5,5% y Japón con el 4,4% del valor total exportado.

## Mejóroó expectativa de la economía para los próximos 12 meses

Las expectativas que tienen los empresarios sobre el desempeño de la economía para los próximos 12 meses mejoraron en marzo hasta los 66 puntos, superando al nivel del mes previo, de acuerdo a la Encuesta de Expectativas del Banco Central de Reserva del Perú. Destacó la recuperación de los sectores comercio, servicios y minería.

Otro de los indicadores que repuntó fue el de la expectativa del sector en los próximos 12 meses. Se observó una recuperación de los sectores comercio y manufactura.

En el tercer mes del año, si bien algunos indicadores de expectativas empresariales bajaron, todos permanecieron en el tramo optimista, mayor a 50 puntos.

La expectativa de los empresarios sobre la economía en los siguientes tres meses se ubicó en 54 puntos; mientras que la expec-

tativa sobre el sector a tres meses llegó a 56 puntos.

Con respecto a las expectativas sobre la situación de su empresa a tres meses, éstas alcanzaron los 58 puntos en marzo.

Por su parte, las expectativas de la demanda de sus productos y de contratación de personal a tres meses se ubicaron en 61 y 51 puntos, respectivamente.





## Créditos alcanzan en febrero su mayor crecimiento desde julio del 2016

Los créditos totales entregados por las entidades bancarias privadas llegaron a S/ 246,508 millones al cierre de febrero del presente año; de este modo, registró un incremento de 5.99% respecto a similar mes del 2017, utilizando un tipo de cambio constante para dicho cálculo. Es importante resaltar que el ritmo de crecimiento del financiamiento bancario se aceleró por octavo mes consecutivo y registró su mayor tasa de expansión desde julio del 2016. El avance referido habría estado impulsado por el mejor desempeño de los sectores económicos no primarios durante el primer bimestre del 2018.

No obstante, a pesar del aumento de los préstamos, al calcular el ratio créditos/PBI de nuestro país se obtuvo un porcentaje de 35% al cierre del 2017, ubicándose por debajo de otros países de la región como Chile, que muestra un indicador mayor al 80%, Colombia con alrededor de 46%, y del promedio de América Latina cercano al 45%, lo cual refleja el enorme potencial de crecimiento de la industria financiera por atender a nuevos segmentos del mercado.

Desagregando por tipo de moneda, se observa que los créditos en soles sumaron S/ 165,012 millones en febrero pasado, alcanzando un aumento de S/ 355 millones (0.22%) en comparación con enero y de S/ 5,678 millones (3.56%) frente a febrero del 2017. En tanto, los créditos en dólares totalizaron US\$ 24,999 millones en el mes de análisis, y superó en US\$ 137 millones (0.55%) lo reportado en enero último y en US\$ 2,531 millones (11.26%) a lo anotado en febrero del año pasado.

Concluye que dado lo anterior, el nivel de solarización del porta-

folio crediticio se situó en 66.94% al término de febrero de este año, porcentaje inferior en 0.37 puntos porcentuales respecto al mes anterior, en tanto que en los últimos doce meses dicho índice retrocedió en 1.56 puntos porcentuales. Si bien el referido indicador registró un leve descenso en los últimos meses, la participación de los créditos en dólares es mucho menor al de años atrás, lo que disminuye el riesgo cambiario, asociado a las fluctuaciones bruscas en el tipo de cambio.

Fuente: Asociación de Bancos del Perú-ASBANC



**Inmo GO**

¡Bienvenido un nuevo espacio...  
...Hogar o Negocio!

**0% estress**

ENCONTRAMOS PARA TI...  
La Mejor oportunidad que se ajuste a tu presupuesto.  
Cuéntanos tu idea para VIVIR O INVERTIR.

**SIN COSTO**

SÍGUENOS EN

KISGOLifeBusiness

**KISGO**  
life & business  
Inmobiliaria

997033608  
968701085  
kigocontact@gmail.com



## El Indecopi advierte a los consumidores sobre la importancia de comprar productos formales en los que se consignen los datos del proveedor

El Indecopi en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor y como ente rector en Propiedad Intelectual, advierte a los ciudadanos que ante la cercanía de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018, se ha detectado la comercialización de artículos alusivos a este torneo deportivo, tales como polos, suvenires, álbumes y demás, que no contarían con las licencias de uso respectivas, lo cual los convertiría en productos pirata.

En consecuencia, estos artículos no tienen garantía de cara a los consumidores, quienes podrían verse afectados ante un eventual conflicto de consumo o incumplimiento de sus expectativas, pudiendo incluso verse imposibilitados de presentar reclamos ante un proveedor que asuma la responsabilidad por la eventual falta de cumplimiento o afectación.

Ante tal situación, el Indecopi aconseja a los consumidores lo siguiente:

- Comprar artículos en establecimientos formales que entreguen comprobantes de pago para que garanticen la posibilidad de solicitar cambios, devolución de dinero u otras acciones ante algún problema de consumo.

- Verificar que estos productos cuenten con una etiqueta en la que se consigne el nombre, RUC y dirección del proveedor. Estos datos son imprescindibles para que el consumidor pueda presentar algún reclamo si el producto que adquiere no satisface sus expectativas.

- No comprar artículos en los que la autoridad competente haya indicado que no cumplen con la normativa correspon-

diente, es decir, un producto pirata.

En ese sentido, el Indecopi exhorta y recuerda a los consumidores que, en aras de proteger sus derechos, adquieran productos formales, en los que se identifiquen los datos del proveedor en las etiquetas o comprobantes de pago que, ante la eventualidad de un reclamo o denuncia, permitan al proveedor asumir su responsabilidad.

### INVERSIONES TUMA S.A.C.

Calle Los Sauces N° 463 Oficina 101 - Urb. Santa Victoria - Chiclayo - Lambayeque  
Teléfono: 074-221499

Empresa inmobiliaria con amplia experiencia en el rubro de bienes raíces en el norte del país, ahora con su nuevo proyecto en la ciudad de Piura, el cual contará con 60 habitaciones en un moderno Hotel, donde los turistas y empresarios podrán gozar de las virtudes de esta hermosa ciudad; tiene el agrado de saludar y felicitar a la honorable Cámara de Comercio y Producción de Piura por sus 127 años de vida institucional, deseándole el mejor de los éxitos en el desarrollo de sus esenciales actividades en pro del bienestar de toda la Región.

Piura, abril 2018





En el 2017

## Llegada de turistas a las regiones del norte se redujo 2,7%

La Macro Región Norte reportó 5'073,531 arribos de turistas nacionales e internacionales en el 2017, equivalente a una caída de 2,7% con relación al año anterior, según un informe del Centro de Investigación Empresarial (CIE) de PERUCÁMARAS.

El número de visitantes nacionales, que representaron el 95,5% del total de llegadas a esta parte del país, se redujo en 2,4%. En tanto el arribo de turistas extranjeros (que explicaron el 4,5%) disminuyó

7,4%.

Las regiones que registraron un mayor número de visitantes, tanto nacionales como internacionales, fueron La Libertad y Piura, al reportar 1'850,282 (36,5%) y 1'121,565 llegadas (22,1%), respectivamente.

En tanto Lambayeque, Cajamarca y Tumbes concentraron el 18,5% (938,572 visitantes), 16,3% (824,506) y 6,7% (338,606) de los arribos, respectivamente, en el 2017.

### Por regiones

De acuerdo al informe del CIE, **La Libertad** registró 1'850,282 arribos, lo que representó una reducción de 4% frente al 2016, debido a una menor presencia de turistas nacionales (-3,5%) y extranjeros (-18,8%).

De ese total, el 96,3% correspondió a visitantes nacionales (1'798,127), provenientes en su mayoría de Lima Metropolitana y Callao (34,3%). Le siguen Lambayeque (12,7%), Cajamarca (10,9%) y Lima Provin-

### Macro Región Norte: Arribo a establecimientos de hospedaje - 2017

(Número y porcentaje)

| Región       | Nacionales       | Extranjeros    | Total            | Par. %        | Var. %<br>2017/2016 |
|--------------|------------------|----------------|------------------|---------------|---------------------|
| La Libertad  | 1,798,127        | 52,155         | 1,850,282        | 36.5%         | -4.0%               |
| Piura        | 1,038,513        | 83,052         | 1,121,565        | 22.1%         | -4.3%               |
| Lambayeque   | 915,833          | 22,739         | 938,572          | 18.5%         | -4.3%               |
| Cajamarca    | 805,674          | 18,832         | 824,506          | 16.3%         | 4.2%                |
| Tumbes       | 274,245          | 64,361         | 338,606          | 6.7%          | -1.0%               |
| <b>Total</b> | <b>4,832,392</b> | <b>241,139</b> | <b>5,073,531</b> | <b>100.0%</b> | <b>-2.7%</b>        |

Fuente: Mincetur

Elaboración: CIE- PERUCÁMARAS

cias (10,7%).

Mientras que el 3,7% fueron turistas del exterior (52,155), los cuales procedieron principalmente de los Estados Unidos (14,2%), Francia (8,7%), España (7,4%) y Argentina (7,3%).

La región de **Piura** reportó 1'121,565 llegadas el año pasado, equivalente a una disminución de 4,3%, como consecuencia de una menor captación de visitantes nacionales (-3,6%) y extranjeros (-12,5%).

Los turistas nacionales, que tuvieron una participación de 94,5% en el total de arribos (1'038,513), procedieron en su mayoría de Lima Metropolitana y Callao (49,5%), seguidas de Lima Provincias (10,6%), Lambayeque (8,9%) y La Libertad (8,6%).

En tanto los visitantes internacionales, que representaron el 5,5% (83,052), provinieron principalmente de Ecuador (30,6%), Chile (14,5%) y Argentina (7%).

Por su parte, **Lambayeque** registró 938,572 arribos, es decir, 4,3% menos que el año anterior, debido a una reducción de turistas nacionales (-3,8%) y extranjeros (-20,9%).

Los visitantes nacionales, que concentraron el 95,9% del total de llegadas a esta región (915,833), en su mayoría procedieron de Lima Metropolitana y Callao (29%). Les siguen Cajamarca (17,2%), Lima Provincias (12,2%) y La Libertad (11,8%).

Asimismo, los turistas del exterior, que explicaron el 4,1% (22,739), provinieron principalmente de Ecuador (12,6%), Estados Unidos (12,1%) y España (8,8%).

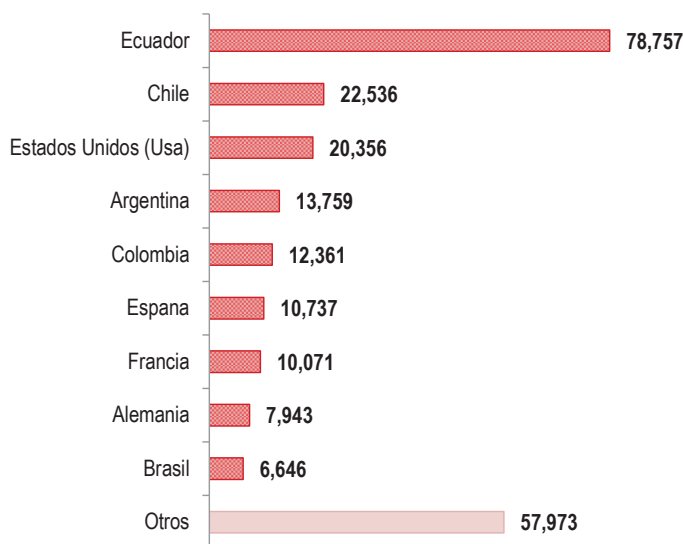
En el 2017, **Cajamarca** reportó 824,506 llegadas, lo que significó un crecimiento de 4,2%. Ello debido al mayor número de visitantes nacionales (4,3%), así como extranjeros (0,8%).

En esta región, los visitantes nacionales -que explicaron el 96,9% (805,674)- provinieron en su mayoría de Lima Metropolitana y Callao (27,4%), Lambayeque (19%), La Libertad (17,8%) y Lima Provincias (12,8%).

En tanto los turistas foráneos, que tuvieron una participación de 3,1% en el total de arribos (18,832), procedieron de Estados Unidos (18,1%), Bolivia (11,4%) y Alemania (8%).

La región de **Tumbes** registró 338,606 arribos, lo que representó un descenso de 1% con relación al 2016, debido a la menor presencia de turistas nacionales (-4,8%).

### Macro Región Norte: País de procedencia de turistas extranjeros - 2017 (Número)



Fuente: Mincetur - Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje  
Elaboración: CIE-PERUCÁMARAS

No obstante, se incrementó el número de visitantes extranjeros (19,7%).

De ese total, el 87,5% correspondió a visitantes nacionales (274,245), provenientes en su mayoría de Lima Metropolitana y Callao (48,9%), seguidas de Piura (17,8%) y Lima Provincias (8,5%).

Mientras que el 12,5% fueron turistas foráneos (64,361), los cuales procedieron principalmente de Ecuador (71,5%) y Chile (6,5%).

#### Sitios turísticos

El CIE de PERUCÁMARAS señala que al 2017, el Complejo Arqueológico Huaca del Sol y de la Luna, en La Libertad, recibió 116,224 visitantes; 13,6% menos que el año anterior, debido a una menor llegada de visitantes nacionales (-15,8%) y extranjeros (-6%).

Asimismo, el Complejo Arqueológico Huaca El Brujo registró 49,853 turistas (6,2% menos). En tanto el Museo de Sitio Chan Chan reportó 22,880 visitantes (un incremento 18,1%).

Por su parte, en Lambayeque, el Museo Tumbas Reales del Señor de Sipán reportó 149,761 visitas; 18,9% menos que el

2016, debido a una menor afluencia de visitantes nacionales (-19%) y extranjeros (-17,7%).

Mientras que el Museo de Sitio de Túcumse se registraron 37,933 visitantes, lo que representó una reducción de 32,1%, explicado por una reducción de los visitantes nacionales (-33%) e internacionales (-25,5%).

Asimismo, el Museo Nacional de Arqueología y Etnografía Heinrich Brüning recibió 37,055 visitas (-3,7%); el Museo Nacional de Sicán, 28,388 turistas (+3,5%); y el Santuario Histórico Bosque de Pómac, 15,497 visitantes (-32,1%).

En el 2017, el Centro Arqueológico Ventanillas de Otuzco, en Cajamarca, reportó 97,303 visitantes, 6,3% menos que el año anterior, debido a que los turistas nacionales se redujeron en 6,6%, pese al aumento de visitantes foráneos (6,1%).

Asimismo, el Complejo Monumental Belén recibió 86,713 visitas (-12,2%) y el Monumento Arqueológico Cumbemayo tuvo 78,316 turistas (+17,6%). En tanto el sitio arqueológico Kuntur Wasi registró 4,728 visitantes, un descenso de 22,1% con relación al 2016.





## SUNAT simplifica identificación de personal de operadores de comercio exterior

Desde el 5 de febrero la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), con el objeto de simplificar y optimizar sus trámites y procedimientos administrativos, dispuso la eliminación del uso de carnés de identificación del personal para los Operadores de Comercio Exterior (OCE) los que han sido reemplazados por el DNI o el Carné de Extranjería, en el caso de personas extranjeras registradas.

El control del registro de dicho personal se realiza a través del portal de la SUNAT al que el público usuario de los servicios aduaneros, interesados y operadores de comercio exterior pueden acceder, garantizando la veracidad de la identidad de

las personas que se registren ante la Administración Aduanera. Esta modificación permitirá que los operadores de comercio exterior ahorren hasta 150 mil soles anuales, monto que se generaba por la emisión de dichos documentos. En los últimos tres años el costo que el sector privado invirtió en la emisión de carnés de identificación fue de aproximadamente S/ 450,000 soles.

Estas disposiciones de la SUNAT responden a la aplicación del TUO de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por el Decreto Supremo N° 006-2017-JUS y Decreto Legislativo N° 1246 que aprueba Diversas Medidas de Simplificación Administrativa y normas adicionales de simplificación y optimización del servicio público que presta el Estado, reducen costos en las gestiones de los operadores de comercio exterior y generan eficiencias en la dinámica de comercio exterior.



CESAR ARROYO BURGA S.R.L.

Telf. 073- 621995 | Cel. 949783840  
informes@cesararroyoburga.com  
www.cesararroyoburga.com

**Tasaciones y Servicios de Ingeniería**

### Tasaciones - Valuaciones - Peritajes

(Terrenos, Edificaciones, Locales Comerciales, Plantas Industriales, Predios Agrícolas, Equipos, Maquinarias, Líneas de Producción, etc.).

### Servicios de Ingeniería

Desarrollo de proyectos (arquitectura e ingeniería), informes de avances de obra, certificados de calidad en edificaciones, informes de daños por siniestros, levantamientos topográficos, supervisiones y construcciones de obras de edificación; Permisología (declaratorias de fábrica, independizaciones, subdivisiones y acumulaciones de predios, búsquedas catastrales, licencias de construcción, licencias de funcionamiento, verificaciones catastrales, etc.).





# 6

## Consejos para tu Estrategia de Marketing de Contenidos

Sin una estrategia digital que defina correctamente tu plan de marketing a seguir, todo se vuelve muchísimo más difícil. Sin planificación de contenidos, no llegarás a generar oportunidades de venta de tus servicios y valor al nuevo usuario digital (cada vez más ávido de novedades), aunque cuentes con el blog más puntero. Todos los tipos de blogs deben seguir un plan de marketing de contenidos y qué acciones se pueden llevar a cabo dentro de una estrategia de comunicación.

### 1. Utilizar audio y video

No hay que pensar únicamente que el contenido es escribir, escribir y escribir. Un blog no debe convertirse en “una biblia” larga e interminable. A veces, los usuarios están cansados de leer y quieren algo que les llame la atención en su fugaz paso por las redes. ¿Qué mejor que un video o un podcast de una entrevista interesante? Aplicar algunos de los súper trucos de YouTube realmente te ayudará a potenciar todas tus estrategias de marketing.

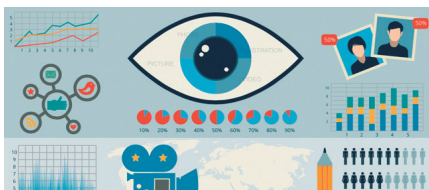


### 4. Humanizar la comunicación

Este consejo es vital. Aunque se puede aplicar a todos los tipos de blogs, el usuario debe saber que hay alguien al otro lado. Imprímele tu personalidad a tu blog o web y te asegurarás ese plus de diferenciación sobre la competencia con una estrategia de comunicación mucho más accesible y confiable.

### 6. Realizar un informe del contenido generado

Para terminar con estos tips, recuerda recopilar todas las estadísticas y datos generados mensualmente por los contenidos de tu blog para realizar un buen informe de resultados. El uso de Google Analytics o las estadísticas generadas por el plugin Jetpack by WordPress te permitirá analizar la repercusión de tus contenidos e identificar cualquier necesidad de modificación.



### 2. Incluir elementos visuales

También hay otros elementos, como los banners o las infografías, que aportan dinamismo y siempre son una buena opción para exponer un tema de forma visual. Pero si lo tuyo no es el diseño, o no tienes mucho tiempo para crear tus propios materiales, ver un tutorial o leer una guía de herramientas de diseño de infografías te puede ayudar mucho.

### 3. Relacionar una temática específica con algo de la actualidad

Esta idea es fundamental y debe formar parte en tu estrategia de marketing de contenidos. Atraer al usuario con algo actual, que sea de su interés para que después siga “curioseando” tu blog. Siempre debes estar atento a las tendencias, revisar las redes sociales para saber de qué se está hablando, o suscribirte a otros blog y sitios con contenidos de calidad relacionados para ayudarte en esta tarea.



### 5. Actualizar el contenido

Esto es muy importante, ya que la estrategia de marketing que funcionó en su momento, puede que ya no funcione hoy. Esto forma parte de todo plan de marketing de contenidos, ya que cuando defines tus objetivos, vas a tener que contemplar la posibilidad de tener que hacer cambios. Estos cambios, originados por tendencias externas o modificaciones en tu plan estratégico, van a implicar que tu contenido también se deba actualizar.



# Tecnología en las empresas: la inversión necesaria para el éxito

**La tecnología en las empresas se traduce en una reducción de costes, un aumento de la productividad y una mejora de la imagen de marca de la empresa**

Hoy en día, para sobrevivir en un entorno tan volátil donde el nivel de competencia es altísimo, las empresas basan su desarrollo en la tecnología, debiendo trabajar constantemente en la implantación de nuevas herramientas que les permitan innovar en el mercado, incrementar su valor y productividad empresarial.

Así, la tecnología en las empresas es una de las claves del éxito de las empresas del siglo XXI, apostando por filosofías y métodos de gestión innovadores y por herramientas que simplifiquen y agilicen al máximo el día a día.

## Tecnología en las empresas

La tecnología en las empresas es, hoy en día, totalmente necesaria. La tecnología se convierte en la gran protagonista de empresas de todos los tamaños y sectores: desde Pymes hasta multinacionales; desde empresas de servicios hasta empresas dedicadas 100% a procesos productivos.

La tecnología es clave para que una empresa obtenga ventaja competitiva respecto al resto de empresas que actúan en su mismo entorno y satisfacen las mismas necesidades. Por tanto, hoy en día, la tecnología no es una opción, sino una auténtica necesidad.

Además, no debemos concebir la inclusión de la tecnología en las empresas como el mero hecho de comprar e invertir en nuevos productos o sistemas que agilicen la toma de decisiones y el trabajo

del día a día. Se trata también de formar a los trabajadores, para remar todos hacia una misma dirección y luchar por conseguir los objetivos empresariales gracias al trabajo en equipo y el esfuerzo constante.

## ¿Qué es una empresa de base tecnológica?

Una empresa de base tecnológica se caracteriza porque basa su actividad empresarial en la innovación tecnológica, dedicándose a la comercialización de productos y servicios innovadores y totalmente disruptivos gracias al conocimiento científico y tecnológico, así como por la inversión en I+D+i y el personal altamente cualificado.

Para que pueda considerarse una empresa de base tecnológica, debe cumplir una serie de requisitos, reflejados en la Norma Técnica 166100:2010, entre los cuales encontramos:

- La empresa de base tecnológica debe basar su actividad económica en la producción de bienes y servicios basados en el conocimiento técnico y científico.
- Debe tener constituido formalmente un departamento de innovación con personal cualificado, dotándole de independencia respecto a organismos externos de investigación.
- Debe invertir en activos para actividades de innovación (I+D+i).
- Al menos el 15% de sus gastos se destinarán a innovación.
- Tener capacidad de transferir tecnolo-

gía a otras empresas.

Asimismo, dependiendo del entorno en el que se crean, las empresas de base tecnológica se las conoce como:

1. Spin-off universitarias: una iniciativa empresarial basada en el conocimiento y la tecnología innovadora. Su principal característica es que está formada por miembros de la comunidad universitaria, así como por los centros de investigación de dicha institución. El objetivo de la spin-off es explotar comercialmente los resultados de la investigación realizada.

2. Start-up: un tipo de empresa de base tecnológica, cuya actividad se basa en el dominio del conocimiento científico y tecnológico. ¿El objetivo de la start-up? Introducir y explotar en el mercado ese conocimiento tecnológico desarrollado por profesionales.

A día de hoy se libra una batalla en las empresas por ver quién es la más innovadora, la más rápida a la hora de cubrir las necesidades de sus clientes, la más cool de cara a sus trabajadores, apostando por nuevas prácticas como el teletrabajo y, sobre todo, la más eficiente a la hora de tomar decisiones y optimizar procesos.

La tecnología en las empresas está más presente que nunca. Las TIC han cambiado la vida de las empresas, así como su relación con los clientes. Un gran reto, sin duda, al que debemos enfrentarnos en pleno siglo XXI.



# Túneles de Maduración de Frutas

ASAP Consulting Group: Soluciones para la Cadena de Frío & Refrigeración en la Agroindustria

No existe la fruta perfectamente madura y hacer que madure no es fácil pero con el uso de la tecnología podemos lograrlo de forma cada vez más segura y confiable.

Los procesos productivos de frutas a gran escala (congelamiento IQF) demandan que la materia prima sea suministrada en volúmenes y periodos de tiempo exacto, con un nivel de maduración muy preciso. Esto se puede lograr con Túneles de Maduración, guiando a los proveedores de estas frutas (Plantas emparadoras o Packings) durante el proceso de madurado según las demandas y necesidades del mercado.

Los sistemas de maduración se emplean para diversos frutos (mangos, paltas, bananas, etc.), con el desarrollo de software, termometría y sensores de precisión se ejecuta un proceso confiable de registro y regulación de parámetros como humedad, temperatura (frío y calor), concentración y extracción de gases ( $\text{CO}_2$  y etileno), etc.

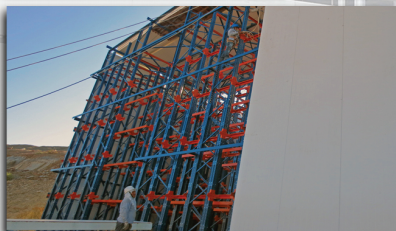
Los proyectos realizados en Perú para enfriamiento y maduración (operación dual), con tiempos de madurado de 3 a 4 días (palta y mango); utilizan racks a dos niveles, puertas seccionales motorizadas, evaporador de doble flujo para enfriamiento del aire, empleando cualquier tipo de refrigerante (HFC, glicol

y centrales de amoníaco).

Si necesitan mejorar su capacidad instalada o crecer a una escala mayor de maduración, pueden contactar a los ingenieros de **ASAP Consulting**.



## CADENA DE FRÍO & REFRIGERACIÓN INDUSTRIAL



- PLANTAS FRIGORÍFICAS - PACKINGS
- TÚNELES DE PRE FRÍO Y MADURACIÓN
- CONGELAMIENTO DE PULPA DE FRUTA, TÚNELES IQF
- CÁMARAS PARA STOCKS (REFRIGERADOS Y CONGELADOS)
- CLIMATIZACIÓN Y AIRE ACONDICIONADO
- TERMOMETRÍA Y SENSORES (HR, °C,  $\text{CO}_2$ ,  $\text{NH}_3$ ,  $\text{C}_2\text{H}_4$ )
- ANDENES DE CARGA, PUERTAS Y NIVELADORES
- CHILLERS PARA ENFRIAMIENTO DE AGUA Y GLICOL
- PLANTAS DE HIELO (BLOQUES, ESCAMAS, ETC)
- SALAS DE MÁQUINAS Y AUTOMATIZACIÓN

Telf. 01-441-1559 / 969-335-430

Email: [ventas-proyectos@asap-peru.com](mailto:ventas-proyectos@asap-peru.com)

Oficina central: Luis Felipe Villarán 228, San Isidro, Lima

Talleres y almacenes en Piura y Chimbote

.... seguridad y confianza

[www.asap-peru.com](http://www.asap-peru.com)

**ASAP**

ASAP Consulting Group

DISEÑO INGENIERÍA EQUIPAMIENTO FABRICACIÓN MONTAJE SERVICIO TÉCNICO CAPACITACIÓN



## “A un año del desastre que afectó a Piura”

Por: Víctor Palacios Córdova (\*)



El 27 de marzo pasado, los piuranos recordamos con una mezcla de desánimo, desconfianza y una sensación de impotencia, el primer año del desborde del río Piura como consecuencia del denominado Fenómeno “El Niño Costero” (FENC) que asoló la costa norte del Perú durante los primeros meses del año 2017.

Piura fue la región con mayores daños por las lluvias intensas del FENC que ocasionaron inundaciones, desbordes, deslizamientos y descargas eléctricas. Resultaron afectadas personas, viviendas, instituciones educativas, establecimientos de salud, vías de comunicación, áreas de cultivo; etc. cuyos datos se muestran en el cuadro lo que restringió severamente los medios de vida de la población.

La emergencia generada por el FENC puso en evidencia y agudizó las brechas existentes en la región por falta de infraestructura adecuada o poca calidad de los servicios proporcionados por el Estado.

Una de las principales actividades convocadas para traer a la memoria ese infortunado día, fue el Conversatorio Regional “A un Año del Desastre que afectó a Piura: Avances y Desafíos en el Proceso de Reconstrucción con Cambios”, organizado por la Mesa de Concertación para la Lucha Contra la Pobreza (MCLCP), la Plataforma Inundación Nunca Más y el Programa Mundial de Alimentos (PMA). El evento tuvo como sede las instalaciones de la Cámara de Comercio y Producción de Piura y contó con la participación de las principales autoridades de la Región encabezadas por el Gobernador Regional y representantes de la sociedad civil organizada. El objetivo fue realizar el balance desde las colectividades afectadas, identificar los nudos críticos que dificultan el avance en el proceso de Reconstrucción y exponer propuestas para la

| Reporte de daños en la región Piura                         |                                |                                  |                           |                                  |                   |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|---------------------------|----------------------------------|-------------------|
| VIDA Y SALUD                                                |                                |                                  |                           |                                  |                   |
| DAMNIFICADAS                                                | AFECTADAS                      | FALLECIDAS                       | HERIDAS                   | DESAPARECIDAS                    |                   |
| 97.708                                                      | 427.693                        | 20                               | 50                        | 3                                |                   |
| DAÑOS A LAS VIVIENDAS, INFRAESTRUCTURA EDUCATIVA Y DE SALUD |                                |                                  |                           |                                  |                   |
| VIVIENDAS DESTRUIDAS E INHABITABLES                         | VIVIENDAS AFECTADAS            | II.EE. DESTRUIDAS E INHABITABLES | II.EE. AFECTADAS          | EE.SS. DESTRUIDOS E INHABITABLES | EE.SS. AFECTADOS  |
| 22.120                                                      | 91.584                         | 70                               | 1.035                     | 6                                | 299               |
| DAÑOS EN TRANSPORTES                                        |                                |                                  |                           |                                  |                   |
| CAMINOS RURALES DESTRUIDOS (Km)                             | CAMINOS RURALES AFECTADOS (Km) | CARRETERAS DESTRUIDAS (Km)       | CARRETERAS AFECTADAS (Km) | PUENTES DESTRUIDOS               | PUENTES AFECTADOS |
| 674                                                         | 981                            | 416                              | 1.214                     | 32                               | 106               |
| DAÑOS EN LA AGRICULTURA                                     |                                |                                  |                           |                                  |                   |
| ÁREA DE CULTIVO PERDIDA (Has)                               | ÁREA DE CULTIVO AFECTADA       | CANAL DE RIEGO DESTRUIDOS        | CANAL DE RIEGO AFECTADO   |                                  |                   |
| 10.408                                                      | 16.653                         | 6.469                            | 2.191                     |                                  |                   |

Según la FUENTE: SINPAD/COEN/INDECI  
Al 07 DE AGOSTO 2017, Piura

construcción de una nueva Piura.

Las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó en este evento fueron:

- El Perú registra una tendencia de incremento en el número de emergencias. Entre el 2003 y el 2015, más de 56 mil emergencias afectaron a 12 millones de habitantes.
- El riesgo se ve exacerbado por el Cambio Climático, derivando en nuevos tipos de peligros como el FENC del 2017.
- Las condiciones socioeconómicas de la población incrementan su vulnerabilidad frente a los desastres naturales.
- Se requiere una fuerte inversión en gestión de riesgos de desastres para evitar que los crecientes peligros naturales afecten de manera cada vez mayor la vida y los medios de vida de las personas, especialmente de los más vulnerables.
- El FENC permite identificar oportunidades para seguir mejorando la eficiencia y la eficacia de la respuesta a desastres, mediante nuevas tecnologías y plataformas para fortalecer la gestión de la información

y sistemas de protección social más reactivos a emergencias.

- Garantizar que los derechos y las necesidades de la población damnificada sean atendidos y que los más vulnerables, quienes son los más afectados en una emergencia, no se queden atrás.
- Lo ocurrido durante el 2017 es una oportunidad estratégica para este gobierno de hacer reformas estructurales al SINAGERD que fortalezcan sustantivamente el desarrollo económico y social.

- Resulta preocupante que en sucesivas emergencias se repitan las mismas recomendaciones, lo que pone en cuestión la habilidad del país de aprender de sus propias lecciones y experiencias.

Para finalizar, la MCLCP hace una exhortación para trabajar en conjunto: Estado, sociedad civil y sector privado, un acuerdo por el desarrollo de la región Piura que tenga como centro a cada persona y genere un compromiso político para una lucha activa de la ciudadanía y de las autoridades contra la corrupción, afirmando la transparencia y la rendición de cuentas para lograr la reconstrucción de las zonas afectadas por las inundaciones. El proceso electoral de octubre próximo debe ser una oportunidad para construir dicho acuerdo.

(\*) Coach y Docente de la Maestría en Gerencia Social de la Escuela de Posgrado de la PUCP. Coordinador Regional de la Mesa de Concertación para la Lucha contra la Pobreza.





## Trabajador de confianza e indemnización por despido

Por: Daniel Montes Delgado (\*)

A contracorriente, en parte, de la corriente jurisprudencial anterior, la Casación 18450-2015-Lima ha establecido que, en los casos de trabajadores que, desde el inicio de su relación laboral, han ejercido cargos que califican como de confianza, no tienen derecho a una indemnización por despido, en caso el empleador les retire esa confianza y prescinda de sus servicios. Esto a diferencia del caso de aquellos trabajadores que no ejercieron cargos de confianza desde un inicio, sino que fueron promovidos por el empleador a esos puestos en el transcurso de la relación laboral; supuesto en el cual corresponde que se les regrese al puesto anterior que no sea de confianza (como establecieron la Casación 01489-2000-Lima y las siguientes).

Estamos de acuerdo con esta nueva sentencia, ya que existe una contradicción entre el puesto de confianza y la indemnización por despido arbitrario. El despido indemnizable parte del supuesto de que no hay razones objetivas (una discapacidad o inhabilitación legal, por ejemplo) o subjetivas (una conducta del trabajador) para desvincular al trabajador y por ende se le causa un daño. En el caso de la confianza para ciertos puestos de trabajo, estamos ante una causa subjetiva, pero no del lado del trabajador, sino del lado del empleador, el mismo que no necesita justificar la pérdida de esa confianza, porque es algo tan subjetivo que el legislador no ha querido exigirle tal cosa, sino que el legislador admite que esa pérdida de confianza no justificada termine la relación laboral.

Puede admitirse que en esos casos el trabajador igualmente sufre un daño, pero no es un daño indemnizable, porque estamos ante el ejercicio regular de un derecho, en este caso, del empleador. Por supuesto, todo parte de que en realidad se trate de un puesto de confianza y no se simule simplemente tal condición. Y aunque se diga que el trabajador de confianza no tiene estabilidad laboral, porque puede ser despedido en cualquier momento, pero que igualmente

corresponde solo indemnizarlo, eso no deja de ser una contradicción, porque crear un desincentivo para que el empleador no despidiera al trabajador de confianza (al saber, por ejemplo, que deberá pagarle doce sueldos por tal concepto), es lo mismo que darle estabilidad al trabajador, por más que no sea absoluta. A fin de cuentas las decisiones empresariales se basan también en esas condiciones o desincentivos, por lo que no se puede afirmar fácilmente que reconocer indemnización en esos casos no restringe el campo de actuación del empleador. Esperemos que esta nueva corriente

jurisprudencial no se extinga producto de las críticas que seguramente recibirá, sino que se entienda claramente y de manera general que la estabilidad laboral no es un derecho absoluto ni irrestricto, ni tiene por qué ser de carácter universal, admitiendo que la ley reconoce la diversidad de situaciones que las relaciones laborales pueden contemplar, algunas de las cuales no causan daño alguno si no contienen ese derecho o solo lo reconocen parcialmente.

(\*) Abogado PUCP; MBA Centrum Católica.  
Montes Delgado – Abogados SAC.





### Conociendo a nuestros nuevos socios

#### ADHESIVOS PERUVIAN YMAN S.A.C.

“Somos una empresa formada por un equipo de profesionales con más de 10 años de experiencia en brindar soluciones de embalaje a los sectores económicos Industrial, y principalmente al sector Agroexportador a nivel nacional”, informa su gerente comercial Gino Yman Aguilar.

Cuenta que iniciaron sus actividades en Lima en enero del 2017 “ante la necesidad del empresario Agroexportador, principalmente de las provincias de Piura, la Libertad y Casma de abastecerse de productos de embalaje en sus campañas cortas de exportación de frutas. Surgimos como una nueva alternativa priorizando la calidad y precio justo de nuestros productos”. “Actualmente, nuestros productos de embalaje para la Agroexportación vía aérea de mayor rotación son las mallas y bases de espumas de polietileno para la protección de frutas (mangos, paltas, granadas, carambola, etc.)”, explica.

Entre sus proyectos futuros señala que están “en plena planificación para que en el año 2019 tengamos una sucursal en la provincia de Piura, permitiendo que nuestros productos sean despachados directamente a las instalaciones de la empresa permitiendo que

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.



**Gino Yman Aguilar | Gerente Comercial**

estas disminuyan sus elevados costos de traslado de Lima a la región, contribuyendo, de esta manera, al crecimiento de las empresas Agroexportadoras.”

“Asociarnos a la Cámara de Comercio y Producción de Piura significa formar parte de una comunidad empresarial que nos mantiene informados y actualizados sobre las actividades comerciales y productivas de la región, permitiéndonos también, relacionarnos con sus integrantes y obtener relaciones comerciales y alianzas dentro del marco de la responsabilidad social y el desarrollo sostenible”, concluye.

#### KISGO LIFE & BUSINESS

“Es una empresa joven dedicada a realizar actividades inmobiliarias (comprar, vender, alquilar, rediseñar, decorar y desarrollar proyectos de construcción), con un importante posicionamiento en el mercado y excelente proyección de crecimiento”, explica su gerente Katyeen Gonzaga Obando.

“Encontramos para nuestros clientes la mejor oportunidad de espacios para habitar, vacacionar o invertir de acuerdo a su presupuesto y requerimiento”, indica.

#### Cuéntanos tu idea de vida o negocio

“En INMOGO, nuestros clientes tienen una oportunidad de negocio, encontramos la mejor oferta para alquilar o vender su propiedad de manera rápida y a buen precio”, destaca.

“Brindamos asesoramiento y seguimiento en cada operación que realizamos, fortaleciendo y afianzando relaciones duraderas con nuestros asociados de negocios”, agrega.

Con presencia en Cajamarca, Chiclayo y alianzas estratégicas a nivel nacional.



“Buscamos posicionarnos en el mercado como una empresa con servicio diferenciado, comprometidos con nuestros clientes, encontrando la mejor opción de vida o negocio con enfoque en la calidad de vida, seguridad, oportunidad de negocio y emprendimiento. Con proyección hacia nuevos mercados como Ecuador, Colombia y EEUU; generando alianzas estratégicas a fin de realizar intercambios comerciales”, resalta.

Son asociados de la Cámara de Comercio porque esta es “un aliado estratégico importante en nuestra capacitación y asesoramiento empresarial”.

### IPINCA

“La Asociación Juvenil Imaginación Peruana Inca (IPINCA) es una institución social sin fines de lucro con casi 5 años de vida institucional, que cuenta con la acreditación para recibir donaciones y poder iniciar, potenciar y ejecutar proyectos sociales en bienestar de la sociedad Piurana en el rubro educativo, artístico, medioambiental, deportivo y de ayuda social en la figura de Asistencia Social”, detalla su presidente Héctor Rodríguez Fiestas.

“Nuestra misión es brindar los espacios necesarios a los jóvenes para así potenciar sus habilidades artísticas, culturales, deportivas e inclusión dando a conocer el potencial de ellos; así como realizar campañas sociales y de sensibilización. Para ello contamos con profesionales expertos en proyectos sociales”, informa.

Entre sus principales proyectos bandera menciona “LÍDER TALLAN” de fortalecimiento de capacidades y valores sociales, “ESCAM”, de cuidado ambiental social, “VYD” de actividades deporti-



vas y recreativas, “PODART” de actividades artísticas “PODART”, “PURIQ SONQO” de turismo vivencial y La Casa Social Juvenil “JOVEN PASION”.

“Tenemos fiel confianza en que juntos podemos ser agentes activos y directos del desarrollo social y crecimiento de nuestra región Piura, pueden conocernos más y ver las actividades realizadas en nuestra página web [www.ipinca.org](http://www.ipinca.org)”, finaliza.



## ¡Síguenos en Facebook!

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

*¡El aliado estratégico para su empresa!*



# Cámara de Comercio de Piura

La Cámara de Comercio y Producción de Piura celebró el 26 de abril su 127 aniversario, en una ceremonia especial que reunió a sus directivos y personal con asociados y aliados estratégicos del gremio empresarial.

La ocasión fue propicia para reconocer a los asociados más antiguos, con más de medio siglo de permanencia ininterrumpida y compromiso con la institución. La distinción recayó en el Banco de Crédito del Perú, Telefónica del Perú S.A.A., Interbank y Distribuidora Comercial Álvarez Bohl S.R.L.

En el marco del acto celebratorio, la Cámara de Comer-

cio y Producción de Piura rindió un merecido homenaje a la poetisa piurana Elvira Castro de Quiroz, a quien distinguió como Ciudadana Ejemplar, en mérito a su destacada trayectoria y valioso aporte al desarrollo de la cultura en la región.

El discurso de orden estuvo a cargo de Manuel Rosas Córdova, presidente del Patronato de Cultura de Piura. Ricardo Álvarez Elías, presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura ofreció la bienvenida; Edmundo Rodríguez-Frías Benza, primer vicepresidente, el brindis de honor.



Manuel Rosas Córdova, presidente del Patrono de Cultura de Piura, durante el discurso de orden.



Rocío Aguinaga Arrascue, gerente de agencia del Banco de Crédito del Perú y Daniel Montes Delgado, director de la Cámara de Comercio y Producción de Piura.

# celebra su 127° Aniversario



Javier Bereche Álvarez, gerente regional nororiente de Telefónica del Perú S.A.A. y Emiliano Flores Palacios, director de la Cámara de Comercio y Producción de Piura.



Milagros Chávez Medina, gerente de tienda de Interbank y José Arroyo Medina, director de la Cámara de Comercio y Producción de Piura.



Ricardo Álvarez Elías, director de Distribuidora Comercial Álvarez Bohl S.R.L. y Javier Bereche Álvarez, segundo vicepresidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura.



Elvira Castro de Quiroz, Ciudadana Ejemplar y Edmundo Rodríguez Frías Benza, primer vicepresidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura.



Miembros del Consejo Directivo  
2018-2020



Integrantes del Consejo Directivo y personal de la  
Camco Piura





**Taller Crea y Emprende.** Dictado del 18 al 20 de abril, ante masiva concurrencia, por el Ministerio de la Producción y la Cámara de Comercio de Piura.



**Conferencias de Actualidad Económica.** La situación económica en Piura, el panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2018-2019, fueron abordados el 17 de abril, en el evento organizado por el Banco Central de Reserva del Perú y la Cámara de Comercio de Piura.



**Conferencia y Conversatorio.** “Perspectiva Sistémica ¿Cómo enfrentar las barreras en la implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo?” fue el tema central de la capacitación ofrecida el 27 de marzo por HSE Solutions y la Cámara de Comercio de Piura, en el marco del ciclo de conferencias ofrecidas por asociados.



**Conversatorio Regional.** “A un año del fenómeno del Niño Costero, avances y desafíos en el proceso de reconstrucción con cambios” se denominó el conversatorio que organizó el 27 de marzo la Mesa de Concertación para la Lucha contra la Pobreza con el apoyo de la Cámara de Comercio de Piura.



**Curso: Formación de auditores para implementar Sistemas de Gestión de Calidad en Producción Orgánica y GlobalGAP.** Brindado del 26 al 28 de marzo, organizado por la DIRCETUR y el Programa Euroecotrader-DRAP, con el apoyo de la Cámara de Comercio de Piura.



**Taller: Reglas de Origen y Certificación Digital.** Realizado el 08 de marzo por MINCETUR, a través de la Unidad de Origen del Viceministerio de Comercio Exterior, y la Cámara de Comercio de Piura.



# !!!Feliz Aniversario!!!

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

## Mayo

- |                                              |                                                          |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 01 Mango Verde E.I.R.L.                      | 13 Daniel E.I.R.L.                                       |
| 02 Estudio Muñiz-Piura S.C.R.L.              | 13 Security Force Ur S.R.L.                              |
| 02 Centro de Capacitación Decco E.I.R.L.     | 15 Translogistics S.A.C.                                 |
| 02 Construcciones & Servicios Kasap S.C.R.L. | 17 Banco Internacional del Perú - Interbank              |
| 05 Divecenter S.A.C.                         | 19 Kisgo Life & Business E.I.R.L.                        |
| 05 Promotora de Turismo Nuevo Mundo S.A.C.   | 20 Asenergia E.I.R.L.                                    |
| 07 Santa Rosa Elena E.I.R.L.                 | 20 Touring y Automóvil Club del Perú                     |
| 07 Mac Seguridad & Control S.R.L.            | 24 Petróleos del Perú-Petroperú S.A.                     |
| 09 Clínica Dental Arribas                    | 25 Publiarte S.R.L.                                      |
| 10 Transportes El Poderoso Cautivo E.I.R.L.  | 30 Rodapaper E.I.R.L.                                    |
|                                              | 31 Maintenance Engineering and Construction Narva S.A.C. |

## Junio

- |                                                     |                                                           |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| 01 Contact Tours S.A.C.                             | 18 Cold Import S.A.                                       |
| 01 Atca Operadores Aduaneros S.A.C.                 | 20 Caylu Import S.R.L.                                    |
| 04 Impresos Gráficos Montalbán E.I.R.L.             | 20 Centro de Estética Facial y Corporal Coquetas Spa      |
| 05 Gráficos Xpress E.I.R.L.                         | 21 A & Q Contratistas Generales S.R.L.                    |
| 06 Sinelcon Import E.I.R.L.                         | 21 AFP Integra                                            |
| 07 Industria Maderera Alto Maraño S.A.C.            | 21 HSE Solutions E.I.R.L.                                 |
| 07 Piura Gas S.A.C.                                 | 22 Juan Manuel Quinde Rázuri                              |
| 07 Revin S.R.L.                                     | 23 Pesquera San Simone S.A.C.                             |
| 07 Simedic Diagnostica S.A.C. - Centro Médico Piura | 23 Río Blanco Copper S.A.                                 |
| 11 Industrias Agrícolas S.R.L.                      | 24 Compañía Peruana de Medios de Pago S.A.C.              |
| 12 Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote     | 24 Frigoríficos La Granjita E.I.R.L.                      |
| 13 ABC Corredores de Seguros S.R.L.                 | 24 Alhgroup S.A.C.                                        |
| 13 Car Wash King E.I.R.L.                           | 25 Plásticos Agrícolas y Geomembranas S.A.C.              |
| 13 José Antonio Valle Benites                       | 25 Sociedad Agrícola Saturno S.A.                         |
| 13 Asesoría y Consultoría Ávila E.I.R.L.            | 26 Concesionaria Vial del Sol S.A.                        |
| 13 Distribuidora MKM S.A.C.                         | 27 Banco Central de Reserva del Perú - Sucursal Piura     |
| 13 Ome Consultoría & Construcción S.A.C.            | 27 Taxi L & F S.A.C.                                      |
| 15 Cromoplastic E.I.R.L.                            | 29 Asociación Educativa Proyecto Pontificio Juan Pablo II |
| 15 Enlace Bussines E.I.R.L.                         |                                                           |
| 16 Dexim S.R.L.                                     |                                                           |
| 16 Valle Inka Perú S.A.C.                           |                                                           |
| 17 KWS Perú S.A.C.                                  |                                                           |





CÁMARA DE COMERCIO Y  
PRODUCCIÓN DE PIURA



## CURSO - TALLER

# GESTIÓN DE PROYECTOS

ALCANCE, TIEMPOS, COSTOS Y RIESGOS



20, 21 y 22 de junio de 2018



8 horas lectivas



Socio: S/170  
No Socio: S/200



Horario: Miércoles y Jueves  
de 7:00 p.m. a 10:00 p.m.  
Viernes de 7:00 p.m. a 9:00 p.m.



Cierre de Inscripciones:  
15 de junio



Descuentos de acuerdo a categoría  
del asociado.  
Descuentos corporativos (3 a más)

## OBJETIVO

El éxito en el desarrollo de proyectos se logra con una adecuada gestión. Este curso le permitirá dirigir proyectos con adecuados y modernos lineamientos de reconocimiento internacional, el Project Management Institute (PMI) nos ofrece una metodología que asegura la gestión exitosa del proyecto así como el logro de los objetivos de la empresa.

## EXPOSITOR

### MBA PMP JUAN QUINDE

Consultor de proyectos y Project Management Professional. Experiencia en gestión de operaciones, talento humano, proyectos, logística y retail. Gerente de KPI Centro Tecnológico. Ha sido gerente de logística en Saga Falabella.

## INFORMES E INSCRIPCIONES

✉ [relacionespublicas@camcopiura.org.pe](mailto:relacionespublicas@camcopiura.org.pe) ☎ 073 321871 Anexo 106 🌐 [www.camcopiura.org.pe](http://www.camcopiura.org.pe)