



REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE PIURA

Empresario

AÑO 25 - Nº 96

2019: Moderadamente Optimistas

Trabajemos para construir una región
y un país mejor



CONSTITUYEN AGENCIA REGIONAL DE DESARROLLO DE PIURA

Las Agencias son promovidas a través de la Secretaría de
Descentralización de la Presidencia del Consejo de Ministros

DESTACAN ENTREGA DE PROPUESTAS A VIZCARRA

El documento contiene agendas de trabajo para
proyectos prioritarios de las regiones Norte, Centro
Oriente y Sur del Perú

CAMCO PIURA OFRECE APOYO A NUEVAS AUTORIDADES

El presidente de la CAMCO Piura anunció la disposición de
apoyar la gestión del nuevo gobernador regional y del electo
alcalde de Piura

PROYECTO QUE IMPULSARÁ LA RECONSTRUCCIÓN

La Cámara de Piura presentó a los congresistas por Piura
“Proyecto de Ley para La Reconstrucción con Desarrollo en las
regiones afectadas por el Fenómeno de El Niño Costero”



Feliz Navidad y Año Nuevo

**El Directorio, la Gerencia General y el
Personal de la Cámara de Comercio
y Producción de Piura, le desean
¡Feliz Navidad y un Venturoso Año 2019!**

Piura, diciembre de 2018



REVISTA

Empresario

DICIEMBRE 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 Otoya

Director

MBA Emiliano Flores Palacios

Director

Lic. Salustio García Espinosa

Director

Mg. Daniel Andrés Montes Delgado

Director

Mg. José Arroyo Medina

Director

Dr. Mateo Gómez Matos

Director

Sr. Gustavo Velázquez Tello

Director

Abg. Susana Seminario Vega

Gerente General (e)

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

6

Constituyen la Agencia Regional de Desarrollo de Piura



8

Cámara de Piura destaca entrega de propuestas al presidente Vizcarra



10

Capacitan a operadores del comercio exterior



12

Plan Norte 2019



además

5. Nuestro Presidente
7. Cámara de Comercio de Piura ofrece apoyo a las flamantes autoridades
9. Cámara de Piura presenta a congresistas por Piura propuesta de proyecto de ley para impulsar la reconstrucción
11. Exponen estudio sobre "La digitalización como estrategia competitiva de las empresas peruanas"
13. Lanzan Agenda Bicentenario 2021 en todo el país
14. Pobreza en regiones del norte alcanzó al 29% de su población
16. Exportaciones peruanas bordearon los US\$ 40 mil millones en el período enero - octubre 2018
17. 6 tips que debes agregar a tu estrategia de social media
18. Razones para invertir en tecnología innovadora en tu empresa
19. SUNAT modifica plazo para emisores electrónicos obligados con ingresos iguales o mayores a 622 mil soles anuales
20. Trabajadores podrán deducir del Impuesto a la Renta los gastos en IGV pagados en restaurantes y hoteles
21. El futuro del país tiene algo que decirnos
22. Más digitales, más humanos: el desafío de los negocios piuranos
23. Utilización de FORFAITING en los negocios internacionales
24. Nuevos Socios
25. Vida Empresarial
26. Efemérides



CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE PIURA



**Ambientes ideales
para eventos corporativos
y sesiones de trabajo**

Solicite mayor información
Área de Relaciones Públicas | 321871 Anexo 106
relacionespublicas@camcopiura.org.pe | www.camcopiura.org.pe

2019: Moderadamente Optimistas

Ante el advenimiento del 2019 que marcará el inicio de una nueva gestión regional y municipal, lo hacemos con la convicción de que será el momento para pasar de las palabras a los hechos, con base en una adecuada planificación, equipo de trabajo idóneo y una conveniente articulación entre los diferentes niveles de gobierno y con los diversos actores de la sociedad.

El desafío presente es comenzar a poner en marcha las medidas que nuestra región reclama, a casi dos años de los estragos causados por El Niño Costero. Nuestros gobernantes tienen la difícil tarea de demostrarle a la población que pueden traducir las promesas en acciones concretas y que están en la capacidad de recuperar su confianza.

Será necesario para ello, dejar de lado las improvisaciones, cerrarle el paso a la corrupción y subordinar el interés personal al bien común.

Debemos impulsar el desarrollo de una región que pese a su enorme potencial pierde competitividad. Según el Índice de Competitividad Regional 2018, elaborado por el Instituto Peruano de Economía, Piura pasó del puesto 12 al 13, ubicándose a la mitad de la tabla. Actualmente, somos la sexta economía del país, cuando en la década de los 90 ocupába-

mos un destacado segundo lugar.

Tenemos grandes retos en temas relacionados con la salud, educación, agua potable y saneamiento, seguridad, infraestructura y conectividad, megaproyectos como el Alto Piura o la modernización del aeropuerto, masificación del gas natural reconstrucción y modernización, reducción de las brechas sociales, entre otros.

Las proyecciones de crecimiento para el 2019 son moderadamente optimistas. El Banco Mundial mantiene su proyección de crecimiento del PBI en 3.8%. Mientras que el Banco Central de Reserva del Perú lo estima en 4% y el MEF en 4.2%.

En lo que respecta a la reconstrucción el MEF ha reconocido un avance más lento del esperado en el año que concluye. Sin embargo, asegura que en el 2019 se acelerará el proceso. El Frente Cameral por la Reconstrucción y Prevención de Desastres Naturales, del cual somos voceros, ha presentado un proyecto dirigido a impulsar la reconstrucción, esperamos ser atendidos.

Rumbo al 2021, son grandes las expectativas. Trabajemos para poder alcanzar las metas del Plan Bicentenario y construir una región y un país mejor.

Ricardo Álvarez Elías
Presidente





Constituyen la Agencia Regional de Desarrollo de Piura

Con la finalidad de facilitar la coordinación entre los actores de la región para la formulación de estrategias de desarrollo de acuerdo a nuestra realidad, quedó conformada el 11 de diciembre la Agencia Regional de Desarrollo, cuyo comité directivo está integrado por el Gobierno Regional, Universidad de Piura, Universidad Nacional de Piura, Cámara de Comercio y Producción de Piura, y el Colectivo Cívico Institucional "Por el respeto que merece la región Piura".

La Agencia tiene como objetivos: conducir la articulación con las entidades del Gobierno Nacional para alinear las acciones a las prioridades establecidas por los actores de la región Piura; propiciar acciones públicas requeridas para potenciar la economía y el capital social de nuestra región; optimizar la ejecución de los recursos de las intervenciones sectoriales; promover la coordinación y articulación entre los diferentes niveles de gobierno para el desarrollo económico

regional.

Las Agencias Regionales de Desarrollo son promovidas a través de la Secretaría de Descentralización de la Presidencia del Consejo de Ministros para conducir e implementar mecanismos de coordinación, alineamiento y articulación intersectorial e intergubernamental; así como acciones públicas requeridas para potenciar la economía y el capital social de los territorios.

Como expresión de la voluntad por construir un Estado descentralizado, el presidente de la República, anunció en su discurso por Fiestas Patrias el inicio del proceso de implementación de Agencias Regionales de Desarrollo en Tacna, La Libertad y San Martín.

El objetivo del Ejecutivo es implementar 12 Agencias Regionales al 2021.

Y en ese contexto, Piura ya dio el primer paso. Así para su constitución, suscribieron el Acta: Reynaldo Hilbck Guzmán, gobernador regional; Antonio Abruña Puyol, rector de la Universidad de Piura; César Reyes Peña, rector de la Universidad Nacional de Piura; Ricardo Álvarez Elías, presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura y Susana Seminario Vega, representante del Colectivo Cívico Institucional "Por el respeto que merece la región Piura".

La Auxiliadora
CORREDORES DE SEGUROS SAC

Empresa Corredora de Seguros, autorizado por la Superintendencia de Banca y Seguros con Matrícula J-0734.
Asesoramos a empresas Públicas y Privadas y Licitaciones del Estado. Ofrecemos las mejores alternativas del mercado para la contratación de los seguros con las diferentes Compañías del mercado asegurador.

- 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

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

Teléfono: 073 326142 / 969104925
E-mail: josefcordova@yahoo.com

Visítanos en www.laaxiliadoracorredores.com

Cámara de Comercio de Piura ofrece apoyo a las flamantes autoridades

Ricardo Álvarez Elías, presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura, anunció la disposición de su Institución para apoyar la gestión del nuevo gobernador regional, Servando García Correa y la del electo alcalde de Piura, Juan José Díaz Dios.

“Nuestro compromiso es contribuir con el desarrollo socio-económico de la región Piura. Por consiguiente, deseamos articular esfuerzos con el gobierno, la academia y la sociedad civil para, así, alcanzar objetivos comunes”, dijo.

“Piura tiene grandes desafíos que enfrentar, en salud, educación, seguridad, infraestructura y conectividad, entre otros; pero, sobre todo, en lo que respecta a la reconstrucción y modernización de la región. Razón por la cual es necesario trabajar unidos”, aseguró.

“Contribuir con el éxito de las gestiones entrantes redundará en beneficio de todos, por tanto, resulta relevante deponer cualquier interés personal o político partidario y pensar en el bien común”, enfatizó.

Debate

Como se recordará el gobernador regional electo participó conjuntamente con Santiago Paz de Región para Todos en el

debate que organizó la Cámara de Comercio y Producción de Piura, con motivo de la segunda vuelta electoral.

El debate se desarrolló el 15 de noviembre y los ejes temáticos que abordaron fueron: visión de país, prevención y lucha contra la corrupción, seguridad ciudadana (gestión regional), salud y educación, productividad y competitividad, promoción de la inversión y desarrollo sostenible, reconstrucción y prevención de desastres naturales.



**17 AÑOS DE
EXPERIENCIA**

EN EL MERCADO, CON
GRAN PRESTIGIO A NIVEL
REGIONAL Y NACIONAL



Piura: Jr. Arequipa Nro 550,
2do piso, Oficina 01-02-04

Lambayeque: Calle Huascar
Nro 633

Trujillo: Calle Gamarra Nro 679
2do Piso, Oficina 02

Cajamarca: Jr. 02 de Mayo Nro 311

Huaraz: Prolongación Calle
Cajamarca Nro 204



(073) 320623
(+51) 969785948 / 978005005
953629863



info@alvarezlaraabogados.com
alvarez_lara@hotmail.com

www.alvarezlaraabogados.com

**ALVAREZ LARA
ABOGADOS ASOCIADOS**



**EFICACIA EN
RESULTADOS**

Somos un Estudio Jurídico con visión de negocios y oportunidades empresariales. Teniendo como principal premisa el proteger los intereses de quienes confían en nuestros servicios profesionales; ayudándoles a resolver conflictos de interés de manera judicial y/o extrajudicial de las empresas generadoras de actividad comercial y humana.

SERVICIOS



Corporativo



Empresarial



Financiero



Industrial

Cámara de Piura destaca entrega de propuestas al presidente Vizcarra

Susana Seminario Vega, gerente general de la Cámara de Comercio y Producción de Piura resaltó la entrega formal al Despacho Presidencial, el 19 de noviembre, del documento que contiene agendas de trabajo para proyectos prioritarios de las regiones Norte, Centro Oriente y Sur del Perú, tales como el “Proyecto de Ley para la reconstrucción con desarrollo en las regiones afectadas por el Fenómeno del Niño Coste-

ro”, presentado por la Cámara de Piura, vocero del Frente Cameral para la Reconstrucción y Prevención de Desastres Naturales, conformado por 13 cámaras regionales y Perucámaras, con el apoyo del Proyecto Alianza para el Fortalecimiento Cameral en el Perú.

Asimismo, Seminario recordó que, este proyecto, ha sido presentado a los congresistas por Piura el 13 de noviembre, estando a la espera de los aportes

técnicos ofrecidos.

Remarcó, que dicho documento, en el que también se solicita reunión con el presidente de la República, fue entregado directamente en las manos del presidente Vizcarra durante el acto de suscripción del convenio de cooperación técnica entre la CAF-Banco de Desarrollo de América Latina y la Cámara de Comercio e Industria de Arequipa.

Al respecto, saludó esta iniciativa de su par, que impulsará el desarrollo del Clúster Minero del Sur del Perú por el impacto socioeconómico que generaría.

En cuanto a la actividad minera, Seminario Vega observó que, en Tacna, Arequipa, Moquegua y Cusco existen proyectos importantes en ejecución. Sin embargo, Piura continúa sin considerar oportunidades para desarrollar la actividad minera de manera responsable y respetando las normas legales, sobre todo, en el cuidado del medio ambiente. Debido a la expectativa generada por el presidente Martín Vizcarra, al ratificar en Arequipa su voluntad de apoyar toda iniciativa público-privada y sinergia entre los diversos actores del desarrollo, la Cámara de Comercio de Piura espera que confirme, en breve, la audiencia solicitada por las cámaras regionales representantes del Norte, Centro Oriente y Sur.



Nueva Estación **PRIMAX** en Paita

📍 Carretera Paita - Sullana Km. 1.9
(Ref. Al costado de Neptunia)

Oficinas y locales comerciales en alquiler
☎ 982 590 474 / 073 - 608861



Encuentra aquí

G-Prix 95

90

84

GLP Diesel

Y mucho más

CENTRO-ORIENTE Y SUR

Por la región Centro-Oriente, la Cámara de Comercio y Turismo de Ica, presentó el estudio de factibilidad del proyecto de inversión pública “Construcción de la Presa Tambo” y FEDECAM Centro, integrada por 7 cámaras de comercio, sustentó el “Proyecto de Construcción de las Vías Alternas de la Carretera Central y Gestión para la ejecución de la autopista de cuatro carriles”.

Por su parte la Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, además del “Clúster Minero Sur Peruano”, presentó los proyectos “Transporte Marítimo” y “Majes Siguan II”.



Cámara de Piura presenta a congresistas por Piura propuesta de proyecto de ley para impulsar la reconstrucción

Con la finalidad de impulsar el proceso de reconstrucción, la Cámara de Comercio y Producción de Piura, presentó a los congresistas por Piura el “Proyecto de Ley para La Reconstrucción con Desarrollo en las regiones afectadas por el Fenómeno de El Niño Costero”.

Ricardo Álvarez Elías, presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura, explicó que la propuesta legislativa ha sido formulada por el Frente Cameral para la Reconstrucción y Prevención de Desastres Naturales que agrupa 14 gremios a nivel nacional y cuenta con el apoyo del Proyecto Alianza para el Fortalecimiento Cameral en el Perú.

La iniciativa fue expuesta el 13 de noviembre en reunión convocada por la Cámara de Comercio y Producción de Piura, vocero del Frente Cameral. Cita en la que participaron los congresistas Karla Schaefer Cuculiza (Fuerza Popular), Freddy Sarmiento Betancourt (Fuerza Popular) y Hernando Cevallos Flores (Frente Amplio). En representación del congresista Mártires Lizana Santos (Fuerza Popular), asistió su asesor Darwin Sosa Tineo.

Ricardo Álvarez señaló que su Institución espera que la representación parlamentaria piurana apoye la iniciativa cameral por el impacto que tendrá en nuestra región y en el país.

Informó que “la propuesta consiste en una modificación de la Ley de Reconstrucción con Cambios N° 30556 y plantea la creación de la Autoridad Autónoma Regional de Reconstrucción con Desarrollo, con la finalidad exclusiva en el espacio regional para planificar y elaborar el Plan Regional de Reconstrucción con Desarrollo. Así como, para priorizar los proyectos, supervisar la elaboración y ejecución de los proyectos de prevención, rehabilitación y reconstrucción de la infraestructura dañada, necesaria para enfrentar futuros eventos climáticos extremos con una gestión estratégica y participativa del riesgo”.

Dijo también que “la Autoridad Autónoma Regional de Reconstrucción con Desarrollo será de naturaleza temporal, diez años, y se organizará como Unidad Ejecutora Especial de coordinación, sustentado en el principio de subsidiariedad del proceso de descentralización del país y de modernización del Estado. Requiere contar con un fideicomiso”.

Asimismo, que “estará constituida por un Consejo Directivo de

Gestión Participativa e integrado por: El gobernador regional, el alcalde representante de los gobiernos locales provinciales, el alcalde representante de los gobiernos locales distritales, el representante de las universidades regionales, el representante de los colegios profesionales, el representante de sociedad civil organizada, el representante gremial del sector empresarial regional”.

Frente Cameral

Se constituye en febrero del año en curso, con la finalidad de apoyar el proceso de reconstrucción y fomentar una cultura de prevención ante los embates de la naturaleza, en específico en las zonas afectadas por el niño costero. Lo integran:

- PERUCÁMARAS
- Cámara de Comercio y Producción de Piura
- Cámara de Comercio de Lima
- Cámara de Comercio y Producción de Aguas Verdes y de la Provincia de Zarumilla
- Cámara de Comercio, Producción y Turismo de Sullana
- Cámara de Producción, Comercio, Turismo y Servicios de Paita
- Cámara de Comercio e Industrias de Talara
- Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque
- Cámara de Comercio y Producción de La Libertad
- Cámara de Comercio y Producción de La Provincia de Pacasmayo
- Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ancash
- Cámara de Comercio y Producción de Casma
- Cámara de Comercio, Producción, Agropecuaria y Turismo de Huarmey
- Cámara de Comercio de Puno

Proyecto “Alianza para el Fortalecimiento Cameral en el Perú”

Con el apoyo del Ministerio Alemán de Cooperación Económica y Desarrollo a través de sequa y gestionado por BGA, busca elevar la competitividad de las empresas de las regiones del Perú a través de las Cámaras de Comercio. Se inició el 2014 y finaliza el 2020.

Presta constante apoyo a la Cámara de Comercio de Piura, a fin de fortalecer la plataforma articuladora en la macro-región norte que impulsa al sector empresarial y el desarrollo económico local/regional.

Capacitan a operadores del comercio exterior

Con el objetivo de fomentar el desarrollo del comercio exterior en la región, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) en coordinación con la Cámara de Comercio y Producción de Piura, desarrolló el 22 de noviembre, el Seminario “Fortaleciendo Capacidades en Comercio Exterior en la Región Piura”. El evento fue inaugurado por el viceministro de Comercio Exterior, Edgar Manuel Vásquez Vela. Susana Seminario Vega, gerente general de la Cámara de Comercio y Producción de Piura ofreció el saludo de bienvenida.

Durante la jornada se abordaron temas como: Herramientas de Financiamiento de Comercio Exterior, Oportunidades de mercado para productos de la Región Piura, Aplicando con éxito las reglas de origen en el marco de los Tratados de Libre Comercio y Requisitos hidrobiológicos de exportación.

Las ponencias estuvieron a cargo de Fernando Cerna Chorres, director de Facilitación del Comercio Exterior; Gustavo Bedoya Robinson, profesional de la Dirección de Desarrollo de Mercados Inter-

nacionales; Martín Márquez Castro, profesional de la Dirección de la Unidad de Origen; y Daniel Raá Hervías, subdirector de Certificaciones Pesquera y Acuícola de SANIPES Piura.



CRÉDITO NEGOCIO
tunegociocrece.pe

CAJA PIURA
Tu oportunidad es ahora



Exponen estudio sobre “La digitalización como estrategia competitiva de las empresas peruanas”

RGX, Red Global de Exportación, en colaboración con SAP, su socio estratégico SYPSOFT360 y la Cámara de Comercio y Producción de Piura presentaron los principales hallazgos del estudio “La digitalización como estrategia competitiva de las empresas peruanas”. Los resultados se expusieron en el Seminario “Cómo hacer una empresa más competitiva a través del uso de la tecnología” que tuvo lugar hoy en el auditorio del gremio piurano.

La apertura la realizó Susana Seminario Vega, Gerente General de la Cámara de Comercio y Producción de Piura. Los resultados del estudio los expuso Juan Carlos Barrera Salazar, especialista internacional de RGX, quien destacó que el objetivo del mismo fue conocer cómo las soluciones tecnológicas permiten lograr mayor competitividad en las empresas. Asimismo, hubo otras dos ponencias de Ricardo Gargurevich, Director de Canales SAP Business One en Perú sobre Economía Digital y de Grimaldo del Solar, Director Gerente de Syppsoft360 que centró su presentación en los factores más importantes a tener en cuenta a la hora de implementar un

ERP dentro de una organización.

La investigación se realizó sobre 100 empresas productoras, manufactureras y de servicios de entre 50 y más de 200 empleados. Asimismo, la muestra fue representativa, ya que tomó empresas de diferentes regiones del país (Lima, Cusco, Ancash, Arequipa y Trujillo). Se entrevistó a los dueños, gerentes generales, o responsables de IT de cada empresa a fin de conocer su comportamiento en términos del conocimiento y uso de las soluciones de negocios tecnológicas.

Las principales tendencias que surgen del Estudio son:

- Más del 80% de las empresas indicó como prioridad ALTA la generación en tiempo y forma de reportes de gestión para la toma de decisiones. En paralelo, resulta más prioritario para ellas la celeridad con la que se generan los reportes, que la dificultad para integrarlos.
- En paralelo, nueve de cada diez indican que su software de gestión corre en servidores locales. Entre quienes utilizan soluciones de gestión Icloud,

SAP ha sido el proveedor mayormente nombrado.

- Solo un 20% de las pymes peruanas entrevistadas utiliza alguna aplicación para generar valor agregado a sus clientes (internos y externos) a través de la inteligencia comercial.
- Un 46% de pymes indicó no usar actualmente ninguna solución CLOUD. El desconocimiento de soluciones que podrían mejorar su negocio, fue la principal razón de no uso indicada por este grupo (63%), seguida por la desconfianza en la nube (11%).
- Las empresas que afirmaron utilizar soluciones ICloud confirman que los principales usos son: facturación y cuentas corrientes, compras, ventas y stocks.

“La investigación se realizó sobre 100 empresas productoras, manufactureras y de servicios de entre 50 y más de 200 empleados”.



Plan Norte 2019

En un período de cambios importantes los propietarios, gerentes y líderes de empresas en crecimiento deben prepararse para enfrentar nuevos escenarios y aprovechar las oportunidades que se presentan en un contexto de mercado cada vez más competitivo y retador. Por este motivo Seminario, con la colaboración de la Cámara de Comercio y Producción de Piura, brindó el 06 de noviembre, el Seminario “Plan Norte 2019”.

Reconocidos expositores del ámbito nacional e internacional, proporcionaron información relevante y actual sobre el macro entorno económico y político, el micro entorno empresarial, y las estrategias de transformación digital y gestión de personas; útil para que los participantes tomen conocimiento de las perspectivas con miras al 2019 y apliquen dicho conocimiento en su proceso de toma de decisiones para alcanzar con éxito los objetivos de crecimiento de sus compañías, generar eficiencias, potenciar su rentabilidad y entender la dirección que éstas deben tomar en el corto plazo.

Los expositores fueron Claudia Cooper, economista, consultora especializada en microfinanzas y ex-ministra de Economía; Carlos Basombrío, analista político, consultor e investigador en temas de seguridad y conflictos sociales, ex ministro del Interior; Clara Agustín, especialista en Investigación de Mercados y Marketing, gerente general en Marketwin; Juan Pablo Sanguinetti, Partner Manager de Whalecom Perú y Pablo Salvador, Socio de Consultoría en EY Perú.



Lanzan Agenda Bicentenario 2021 en todo el país

El 10 de noviembre se llevó a cabo el lanzamiento oficial de la Agenda de Conmemoración del Bicentenario de la Independencia del Perú con un programa de actividades descentralizado liderado por el presidente de la República, Martín Vizcarra, en Ayacucho.

La Agenda fue aprobada mediante Decreto Supremo N° 009-2018-MC y la formuló el Proyecto Especial Bicentenario de la Independencia del Perú creado a través del Decreto Supremo N° 004-2018-MC, adscrito al Ministerio de Cultura, con el objeto de formular la Agenda de Conmemoración del Bicentenario de la Independencia del Perú, y ejecutar, articular y dar seguimiento a las acciones requeridas para dicha conmemoración, con alto valor simbólico para el ejercicio de una ciudadanía democrática y de fortalecimiento de la identidad nacional, conforme lo señala la mencionada norma.

Más de 100 obras emblemáticas con una inversión superior a los 35 mil millones de soles y un programa con más de 40 actividades de alto impacto, son

los puntos fundamentales de la Agenda, según lo ha dado a conocer el Ministerio de Cultura.

Su objetivo para el año 2021 es haber desarrollado un proceso nacional de reflexión y haber comprometido a la ciudadanía como protagonista en la construcción del país que anhelamos ser en nuestro tercer siglo de vida Republicana.

Comisión Bicentenario Piura 2021-2032

En nuestra región juramentó, el 09 de noviembre, el Consejo Directivo de la Comisión Bicentenario Piura 2021 - 2032, que tendrá a cabo la organización de la conmemoración del Bicentenario de la Independencia de Piura y del Perú, y de concientización de la celebración de los 500 años de Fundación de Piura el año 2032, de conformidad con la Ordenanza Regional N° 427-2018/GRP-CR.

Según lo dispone la norma, la Comisión Regional es la responsable de preparar, coordinar e implementar el programa de eventos a realizarse en la Región Piura.

Esta Comisión será responsable, también, de poner en valor el hecho de que, en el año 2032, Piura cumple 500 años de fundación; para cimentar así una visión de mediano y largo plazo, basada en hitos históricos y tendrá vigencia hasta la fecha de celebración.

Integran la Comisión Reynaldo Hilbck Guzmán, gobernador regional (presidente); Oscar Miranda Martino alcalde provincial de Piura, (vicepresidente); Carolina María Vilchez Carrasco, directora de la Dirección Desconcentrada de Cultura de Piura; Monseñor José Antonio Eguren Anselmi, Arzobispo de Piura y Tumbes; Pedro Peña Maravi, presidente del Consejo Regional de Decanos de los Colegios profesionales de Piura (CONREDE); Antonio Abruña Puyol, rector de la Universidad de Piura; César Reyes Peña, rector de la Universidad Nacional de Piura; y Ricardo Álvarez Elías, presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura.

Al producirse el cambio de autoridades asumirán la representación sus sucesores.



Foto: Gobierno Regional



Cayó en 0,3 puntos porcentuales en el 2017

Pobreza en regiones del norte alcanzó al 29% de su población

En la Macro Región Norte la pobreza se redujo en 0,3 puntos porcentuales el año pasado, alcanzando al 29% de la población de esta parte del país, advierte un informe del Centro de Investigación Empresarial (CIE) de PERUCÁMARAS.

Por regiones, los mayores niveles de pobreza se registraron en Cajamarca (47,5%), seguida de Piura (28,7%) y La Libertad (23,5%). Más atrás se ubicaron Lambayeque (18,5%) y Tumbes

(11,8%).

Asimismo, se observa que la pobreza en Lambayeque aumentó en 3,7 puntos porcentuales. Mientras que en Piura, La Libertad, Cajamarca y Tumbes la pobreza cayó en 2, 1, 0,7 y 0,1 puntos porcentuales, respectivamente.

En tanto en los últimos seis años, la pobreza en la Macro Región Norte disminuyó 6,6 puntos porcentuales, pasando de 35,6% en el 2012 a 29% en el 2017. Este resultado significa

que 355,667 personas abandonaron su situación de pobreza.

En dicho periodo 2012-2017, la pobreza en La Libertad se redujo en 7,1 puntos porcentuales; en Lambayeque, 6,8 puntos porcentuales; Cajamarca, 6,6 puntos porcentuales; y Piura, 6,2 puntos porcentuales. No obstante, en Tumbes se incrementó en 0,1 puntos porcentuales.

Por otra parte, el 6,8% de la población en esta parte del país se encuentra

Macro Región Norte: Población en situación de pobreza - Periodo 2012/2017
(Porcentaje con respecto al total de población por año)

Región	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Var. p.p. 2017/2016
Cajamarca	54.2%	52.9%	50.7%	50.8%	48.2%	47.5%	-0.7
La Libertad	30.6%	29.5%	27.4%	25.9%	24.5%	23.5%	-1.0
Lambayeque	25.2%	24.7%	24.7%	20.8%	14.8%	18.5%	3.7
Piura	34.9%	35.1%	29.6%	29.4%	30.7%	28.7%	-2.0
Tumbes	11.7%	12.7%	15.0%	13.0%	11.9%	11.8%	-0.1
Macro Región Norte	35.6%	35.0%	32.4%	31.2%	29.3%	29.0%	-0.3
Nacional	25.8%	23.9%	22.7%	21.8%	20.7%	21.7%	1.0

Fuente: INEI

Elaboración: CIE-PERUCÁMARAS

Macro Región Norte: PBI - 2012/2017
(Variación porcentual anual)

Región	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Var. Promedio
Cajamarca	6.4%	-1.6%	-2.1%	-0.3%	-1.1%	1.0%	-0.8%
La Libertad	7.7%	4.4%	1.4%	2.0%	0.3%	1.7%	2.0%
Lambayeque	9.5%	3.6%	2.1%	4.2%	2.2%	2.1%	2.8%
Piura	4.3%	4.0%	5.7%	0.3%	0.4%	-1.7%	1.7%
Tumbes	12.5%	2.1%	4.8%	-2.3%	-1.4%	0.9%	0.8%
Macro Región Norte	6.9%	2.9%	2.3%	1.3%	0.3%	0.6%	1.5%

Fuente: INEI / BCRP

Elaboración: CIE-PERUCÁMARAS

en situación de pobreza extrema; es decir, 465,484 personas. En el periodo analizado, la pobreza extrema disminuyó 3,9 puntos porcentuales. La región con mayor pobreza extrema es Cajamarca (17%), seguida de Piura (5,1%) y La Libertad (4,3%).

Evolución económica

En el periodo 2012-2017, la Macro Región Norte experimentó un crecimiento económico promedio anual de 1,5%. Por regiones, Lambayeque creció 2,8%; La Libertad, 2%; Piura, 1,7%; y Tumbes, 0,8%. En tanto la economía de Cajamarca se redujo 0,8%.

Este resultado fue impulsado básicamente por actividades como Comercio con una participación de 13,3% en el PBI macro regional; Manufactura, 12,2%; Extracción de petróleo, gas y minerales, 10,8%; Agricultura, ganadería, caza y silvicultura, 10,6%; y Construcción, 7,6%.

Al analizar la participación de cada región con respecto a su aporte al PBI macro regional, La Libertad representó el 32,4%; Piura, 29,1%; Lambayeque, 17,6%; y Cajamarca, 17%. Más atrás se encuentra Tumbes (4%).

Ingreso per cápita

El ingreso promedio mensual por persona en la Macro Región Norte al 2017 fue de S/ 857, lo que significó un incremento de 0,9%.

Por regiones, La Libertad registró el mayor ingreso por persona en esta macro región con S/ 1,013, equivalente

a un aumento de 3,2% con respecto al año anterior. Le siguen Tumbes con S/ 980 (-2,5%) y Lambayeque con S/ 905 (-3,1%). Más atrás se ubican Piura con S/ 793 (4,6%) y Cajamarca con S/ 594 (-4,8%).

En tanto el gasto promedio mensual por persona en la Macro Región Norte alcanzó los S/ 684,4, representando un incremento de 0,7% frente al 2016. Las regiones de La Libertad, Piura, Cajamarca y Tumbes mostraron un crecimiento en el gasto de 1,6% (S/ 763), 1,2% (S/ 656), 0,9% (S/ 460) y 0,3% (S/ 773), respectivamente. Mientras que en Lambayeque se redujo en

0,3% (S/ 770).

Pobreza y desnutrición

Según el CIE de PERUCÁMARAS, el impacto de la pobreza en las regiones se puede observar en las tasas de desnutrición y anemia. Así, Cajamarca que registra la tasa más alta de pobreza en esta macro región presenta una tasa de desnutrición de 26,9% y de anemia de 30,3% en niños menores de 5 años al 2017.

Mientras que Tumbes, que registra la menor tasa de pobreza en esta macro región, presenta una tasa de desnutrición de 10,1% y de anemia de 35,2%.



Exportaciones peruanas bordearon los US\$ 40 mil millones en el período enero - octubre 2018

El ministro de Comercio Exterior y Turismo, Rogers Valencia, informó que, entre enero y octubre de 2018, las exportaciones peruanas alcanzaron los US\$ 39 453 millones, creciendo un 10, 3% respecto al mismo período del año anterior (US\$ 35 781 millones).

Explicó que este resultado fue impulsado por el buen desenvolvimiento de las exportaciones no tradicionales, que ascendieron a US\$ 10 827 millones (+14,9%), principalmente, por productos como la papa (+65,5%), arándano (+54,1%), uva (+40,7%) y palta (+25,3%).

“Casi todos los sectores de mayor valor agregado han incrementado sus exportaciones, lo cual es manifiesto de que las exportaciones no tradicionales reportarán cifras récord en 2018 y superarán los US\$ 13 mil millones”, destacó el ministro Valencia.

Por su parte, en dicho período, las exportaciones tradicionales llegaron a US\$ 28 626 millones (+8,6%), principalmente, por las mayores ventas de gas natural (+50%) y nafta (+24%), que son productos vinculados a la explotación del proyecto Camisea.

AGROEXPORTACIONES MARCARON RÉCORD

En los primeros diez meses del 2018, las agroexportaciones, que representan el 42% de las exportaciones no tradicionales, superaron los US\$ 4 600 millones, creciendo 17% en relación a igual periodo del 2017.

Los productos con mayor dinamismo fueron castañas (+45%), palta (+25,3%) y cítricos (+6,1%), que alcanzaron récord hasta octubre de 2018.

El titular del Mincetur resaltó que, tras el inicio de la campaña de arándanos en el último trimestre, la exportación del fruto marcó cifras récord de US\$ 381 millones gracias a los mayores volúmenes exportados (+86%), que compensaron el menor precio pagado (-17%). De igual manera, los bananos (+12%), cebollas frescas (+19%), tara (+18%), frijoles (+39%), manteca de cacao (+51%) registraron crecimientos significativos.

El ministro Valencia destacó que, en lo que va del año, han ingresado a exportar 583 empresas más que en similar período del 2017, en

sectores como el frutícola. Así, entre enero y octubre del 2018, Perú exportó frutas por más de US\$ 2 mil millones, previendo superar los US\$ 3 mil millones hacia fin de año.

Cabe precisar que la mayor oferta exportable de fruta peruana viene siendo orientada a Estados Unidos (+33,2%), Países Bajos (+33,3%) y el Reino Unido (+16,7%). “El Perú está camino a convertirse en uno de los diez exportadores frutícolas más importantes del mundo” expresó.

EXPORTACIONES PESQUERAS

Otro de los sectores que viene creciendo dinámicamente es la pesca, cuyas exportaciones aumentaron 35,6% en octubre y 30,6% en el periodo enero – octubre, totalizando US\$ 1 213 millones.

Hasta octubre, destacó la mayor exportación de la papa (+65%) y conserva de pescado (+37%), donde casi 80% de este último proviene del rubro acuícola.

El ministro señaló que, de las exportaciones pesqueras no tradicionales, fue España (19% de participación) que aumentó sus compras más de 40%, así también destacaron los envíos a Corea del Sur (+104%), que aumentó su participación de 8% a 12%.

La papa y el langostino, procedentes principalmente del norte (Piura y Tumbes), acumularon hasta octubre US\$ 591 millones y US\$ 189 millones, respectivamente, superando el valor de las exportaciones en similar periodo de 2017.

Este crecimiento obedeció a los mayores volúmenes (+20%) y (+18,4%), en el mismo orden, siendo los principales destinos España, China y Corea del Sur, que explicaron en total el 58% de las ventas totales.

MÁS TEXTILES Y PRODUCTOS QUÍMICOS

Entre enero y octubre de 2018, los envíos textiles ascendieron a US\$ 1 177 millones, cifra 11,9% mayor a la registrada en 2017. Este crecimiento obedeció a las mayores ventas de productos de lana y pelo fino, y t-shirt, que aumentaron 26,3% y 15,5%, respectivamente. En el sector químico, los envíos de dichos productos ascendieron US\$ 1 295 millones, creciendo 14,6% respecto a similar periodo de 2017, impulsado por las mayores ventas de óxidos de zinc (+32%) y plásticos y sus manufacturas (+20%).

IMPORTANTE

- Al décimo mes del 2018, destacó el dinamismo de los envíos peruanos totales a países asiáticos (+16%) y a los vecinos países americanos (+5,8%), así como a los europeos (+5,6%).
- En el mes de octubre, las exportaciones peruanas disminuyeron 3,5% debido a la menor exportación de cobre (-13,2%), oro (-6%) y zinc (-24%). No obstante, esta caída fue compensada por el aumento de las exportaciones no tradicionales (+13,7%), principalmente: pesca (+35,6%), agropecuario (+21,1%) y textil (18,1%).





6

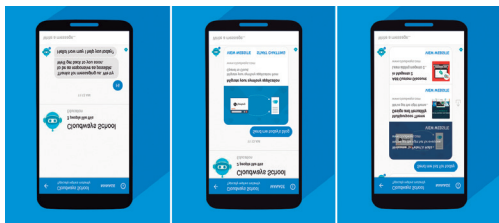
tips que debes agregar a tu estrategia de social media

La estrategia define la forma en la que tu firma utilizará el social media para lograr los objetivos; esto desde el momento en el que se planteará qué plataforma se usará, los objetivos, las métricas de éxito, entre otros aspectos. Te presentamos seis elementos que deberías considerar agregar a tu estrategia para llevar ésta al siguiente nivel.

1. Incorpora un chatbot de Messenger en tu perfil de Facebook

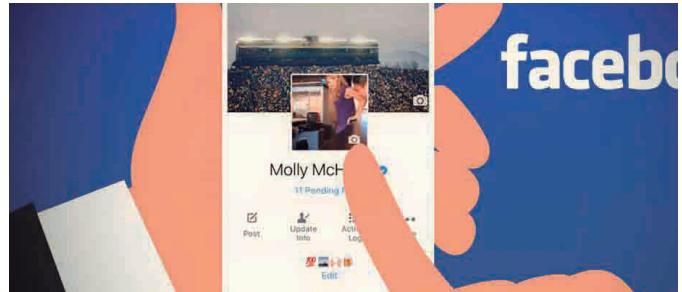
Un chatbot puede ser una excelente forma de mantenerte en contacto con tu audiencia en el plano individual. Asimismo, la posibilidad de personalizar los mensajes que envía a las personas que aceptaron recibir tu contenido, así como alertarlos sobre ofertas especiales o contenido en tu nuevo sitio.

Los chatbots también permiten hacer que el servicio al cliente sea más sencillo y eficiente, debido a que puede responder a las consultas durante todo el día, algo que ayuda a la construcción de una relación con los clientes, por lo que genera vínculos a largo plazo.



3. Usa más videos en todas las plataformas, especialmente en vivo

El contenido audiovisual es sumamente importante en la actualidad, especialmente cuando los videos se reproducen de forma automática en el News Feed de Facebook. Asimismo, también brindan la posibilidad de iniciar sesión en Instagram, Facebook y Twitter; es por ello que pensar en diversas formas de usar esta herramienta te permitirá generar contenido atractivo. Todos los expertos predicen que el video seguirá creciendo en popularidad, por lo que en definitiva vale la pena invertir tiempo y esfuerzo para incorporar al video en tu estrategia.



2. Agrega portadas a los videos en tu perfil de Facebook

La foto de portada en tu muro de Facebook es una de las primeras cosas que ven los visitantes, derivado de ello, es importante generar un impacto, una imagen de portada de video, ya que representa la primer referencia con el contenido que generas.

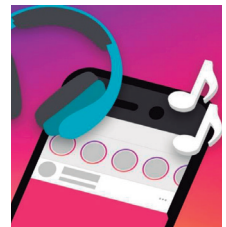


4. Invertir en anuncios pagados

Si bien, siempre te debes asegurar de que estás compartiendo contenido valioso y de elevada calidad, una inversión publicitaria, por pequeña que sea, puede generar importantes dividendos, especialmente en Facebook.

5. Usa historias

Las historias sociales continuarán con el aumento de su popularidad. Las historias son una excelente forma de llegar a tu audiencia en tiempo real, y es que gracias a la inmediatez no se necesita producir contenido curado de alta calidad, en cambio, puedes usarlo como una forma informal de mostrar un detrás de cámaras de tu negocio.



6. Reutiliza tu contenido

En caso de que hayas creado un video en vivo sobre un tema en específico, súbelo a otros canales de redes sociales, además de transitarlo y convertirlo en una publicación de blog.

Además de ello, mezclar videos de Instagram y publícalos en tus perfiles de Facebook o YouTube, de esta forma podrás reutilizar una pieza elaborada en las distintas plataformas.



Importancia de la innovación tecnológica en el entorno empresarial para poder mejorar en competitividad

Razones para invertir en tecnología innovadora en tu empresa

En un mundo globalizado, la competencia en los mercados es creciente, lo que hace necesario que las empresas estén en constante cambio para pensar en distintas formas de ampliar sus fuentes de ingresos al mismo tiempo que recortan gastos. Es decir, lo que se busca es hacer más con menos. Y en este punto, la tecnología es clave ya que nos ayudará a tener un negocio innovador que nos permita diferenciarnos respecto a nuestros competidores. Ya sea en productos, en servicios, en procesos o incluso en el modelo de dirección, innovar permite obtener ventajas competitivas si al final del proceso se obtiene algo novedoso que aporte valor con independencia del sector, del tamaño o de la capacidad financiera de la empresa.

Renovarse o morir: consejos para mejorar en innovación

Innovar puede ser más fácil de lo que parece. Algunos consejos prácticos para mejorar son:

1. Hay que ser creativo, pensar diferente. Para ello hay que empezar por adoptar una actitud innovadora. Sin ese talante de partida es imposible avanzar en todo lo demás.
2. Buscar la especialización, lo que permitirá abrir espacios sin competencia. El precio no es siempre el factor determinante si lo que se vende es lo mejor.
3. Probar, probar y probar hasta dar con lo que se busca, aun sin saber qué es lo que se está buscando. La tenacidad da sus frutos, aunque el camino se llene de fracasos.
4. Ayudarse de los que están alrededor porque ellos son los que saben cómo mejorar las cosas. No hace falta salir fuera porque el talento está en casa, sólo hay que montar una "red de inteligencia" para recolectarlo.
5. Pensar en la lógica del comprador poniéndose en su lugar. La empatía hacia el cliente es saber lo que le gustaría comprar y no obligarle a que compre lo que le vendemos, aunque no le guste.

Cuáles son los retos más importantes para la pyme

Innovar en el entorno tecnológico sigue siendo uno de los mayores retos y desafíos tecnológicos para una pyme.

¿Qué desafíos debe afrontar una empresa que quiera lograr el éxito en los próximos años? ¿Qué puede aportar la tecnología al negocio de una pyme y por qué es tan importante? Estas son algunas de las preguntas que muchos responsables de negocio se hacen a diario y que necesitan una respuesta si se quiere tener éxito en cualquier mercado.

Las pymes se enfrentan cada día a las dificultades particulares de sus mercados y sectores en los que se mueve. La tecnología les sirve sobre todo para modernizarse, pudiendo dar así soporte a su negocio en distintas áreas, además como herramienta para ser más eficientes, para llegar mejor a los clientes, para desarrollar mejores productos y servicios, para coordinar a los distintos actores que participan en el negocio (proveedores, clientes, colaboradores, entre otros) y para ayudar en muchas otras tareas en el día a día.

La tecnología adopta diferentes formas y existen en combinaciones de hardware y software que permiten ofrecer infinidad de soluciones en cualquier sector.

La pyme necesita la tecnología para lograr el éxito en el negocio, siendo una herramienta que no puede faltar en un entorno turbulento como el actual, en el que se necesita ser muy eficiente para poder sobrevivir en cualquier mercado. Para que esta relación entre pyme y tecnología sea rentable, las pymes deben afrontar y gestionar una serie de retos.

Invertir en tecnología para ser más competitivo

La tecnología es necesaria y debe integrarse como una parte del negocio. Ayuda a que las pymes sean más eficientes y a que se consigan mejores resultados, por tanto, cuando se dedican recursos a tecnología deben considerarse como una inversión que permita obtener un retorno.

Invertir en una nueva solución de gestión empresarial debe servir para poder trabajar de manera coordinada y racionalizar los recursos que se dedican a esas tareas, al mismo tiempo que para acceder a la información de manera ágil y eficiente y así poder tomar buenas decisiones en los plazos que requiere cada mercado.

La tecnología es una ayuda para hacer las cosas mejor y posicionarse como empresa de referencia en un mercado.

Hasta el 1 de marzo del 2019

SUNAT modifica plazo para emisores electrónicos obligados con ingresos iguales o mayores a 622 mil soles anuales

Ampliación de plazo beneficiará a 60 mil contribuyentes

Más de 60 mil empresas que hayan declarado ingresos mayores o iguales a 150 UIT (S/ 622,500) durante los periodos tributarios correspondientes a los años 2016 y 2017, tendrán hasta el 1 de marzo del 2019 para adaptarse, de manera obligatoria, al Sistema de Emisión Electrónica (SEE) de comprobantes.

Esta ampliación de plazo se da como una facilidad para permitir que estos contribuyentes cuenten con tiempo suficiente para asegurar que sus sistemas sean adaptados y utilicen la versión de soporte de emisión electrónica en la versión 2.1. Esta disposición se da como parte del modelo de masificación de comprobantes electrónicos que viene implementando la Administración Tributaria y que facilitará el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las pequeñas y medianas empresas.

Conectividad

Por otro lado, teniendo en cuenta la información proporcionada por el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Tele-

comunicaciones (OSIPTEL), la SUNAT ha determinado zonas rurales con baja o nula conexión a Internet en las cuales, los emisores electrónicos, se encontrarían impedidos de emitir sus comprobantes de pago electrónicos (consultas en <http://cpe.sunat.gob.pe/>).

En ese sentido, la segunda medida de la SUNAT considera que cuando por ausencia de conectividad al servicio de Internet disponible en una determinada zona, no se pueda utilizar el Sistema de Emisión Electrónica a pesar de estar obligado se podrá emitir un comprobante de pago, una nota de crédito o una nota de debido en formato impreso.

Actualmente, más de 160 mil empresas emiten sus comprobantes de pago de manera electrónica y hacia fines de año se habrán incorporado al nuevo sistema de emisión cerca de 230 mil contribuyentes. Con ello se estará dando un importante paso en la masificación del uso de los comprobantes electrónicos que transparentan las actividades comerciales de los contribuyentes posibilitando una mayor base tributaria.



Trabajadores podrán deducir del Impuesto a la Renta los gastos en IGV pagados en restaurantes y hoteles

Mediante Decreto Supremo N° 248-2018-EF se modificó el reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta (IR) en lo referido a las deducciones de gastos de personas naturales, incluyendo como nuevos gastos que los trabajadores pueden deducir de sus rentas del trabajo, el 15% de la contraprestación y el IGV pagado por servicios prestados por restaurantes, bares, cantinas y hoteles.

Para hacer efectivo este beneficio, a partir de 2019, los restaurantes, bares, cantinas y hoteles deberán emitir comprobante electrónico, de esta manera la SUNAT podrá registrar en tiempo real ese mismo recibo y automáticamente ser considerado ese gasto para la deducción correspondiente a fin año.

Además, el Decreto Supremo publicado hoy amplía la lista de servicios de profesionales u oficios que pueden ser deducidos como gastos para el pago del IR. De esta manera todos los servicios profesionales u oficios podrán ser deducibles.

“Ahora será mucho más sencillo deducir estos gastos que realizan los trabajadores que pagan impuesto a la renta, además de generarse el incentivo para que las personas soliciten sus recibos para poder deducirlo. Estas medidas son parte de las acciones que venimos tomando para aumentar la formalización

y reducir la evasión y la elusión tributaria”, resalto el ministro de Economía y Finanzas, Carlos Oliva.

Los trabajadores para determinar su IR pueden deducir como gasto de sus rentas de trabajo, entre otros, el 30% del importe pagado por los servicios prestados por trabajadores independientes que desempeñan una profesión u oficio (rentas de cuarta categoría)¹, hasta antes del Decreto Supremo publicado eran 13 las profesiones y oficios deducibles de gasto, a partir del 1 de enero de 2019 todas las profesiones y oficios dan derecho a la mencionada deducción.

También, con la finalidad de promover las mencionadas deducciones se elimina el requisito de bancarización a aquellas transacciones por importes menores a S/ 3,500 o US\$ 1 000.

De esta manera, se podrán beneficiar de la deducción de gastos alrededor de cerca de dos millones de trabajadores, y promover la formalización. Según información de la SUNAT, el nivel de evasión del IGV de los sectores de restaurantes, bares, cantinas y hoteles es alrededor del 86% del impuesto potencial y equivale a aproximadamente S/ 3 200 millones, y medidas como esta buscan promover reducir esos niveles de elusión o evasión.





El futuro del país tiene algo que decirnos

Por: Víctor Palacios Córdova (*)

El mes pasado se llevó a cabo la Conferencia Anual de Ejecutivos (CADE), evento que ininterrumpidamente por 5 décadas se realiza en nuestro país y que congrega a cientos de empresarios, políticos y ciudadanos comprometidos en pensar al país que queremos.

Ad portas de celebrar el bicentenario de nuestra independencia, nos encontramos en un momento crítico como país, sumido en una profunda crisis política marcada por la corrupción; flagelo que según la Defensoría del Pueblo, nos cuesta un aproximado de S/ 12,974 millones anualmente. Ante ello, es vital que distintos grupos de ciudadanos busquen espacios para reflexionar sobre el futuro que nos depara como país. Hoy ese futuro del país tiene algo que decirnos: transcribo algunos extractos de la carta que los niños y niñas dirigen a los líderes del Perú con mucha esperanza de que esta vez sus palabras puedan ser escuchadas:

“... pero no es fácil tener esperanza y mantenerse optimista cuando vivimos en un país que parece malogrado. Nuestro Perú de ahora no es hermoso. Hay personas que viven en extrema pobreza y otras que no saben ni qué hacer con tanta plata. En cualquier trabajo que exista, el hombre gana más que la mujer, y si no la golpea, la viola, la mata. Nuestros problemas los resolvemos con golpes y violencia, y esos que sufren de violencia después van y cometen más violencia.

... yo sueño que mi país es distinto. Yo quiero un Perú sin delincuencia, donde se puede caminar seguro por las calles. Yo quiero un Perú sin corrupción, donde todos nos ayudamos a salir adelante... Un país donde los niños no crezcamos enfermos, sino sanos y fuertes.

Pero, el primer cambio soy yo. Yo estoy tratando de construir este país, con todo lo que puedo. Estoy tratando de no botar basura por la calle. Estoy tratando de ayudar a mis amigos, a mis padres, a mis hermanos. Estoy estudiando mucho para poder ayudar a hacer este país un

país mejor. Mis amigos y yo queremos que nuestros animales, aves, árboles y personas sean felices... Mañana seré un líder y lucharé por que todo esto se cumpla. Hoy, te pido a ti que hagas lo mismo.

Que luches por un país con más naturaleza, donde todos podamos respirar y caminar sobre la yerba verde. Un país lleno de bosques y sin contaminación.

Que luches por un país donde todos conozcamos nuestros derechos y nos hagamos respetar, donde nadie nos pisotee para beneficiarse a sí mismo.

Que luches por un país sin racismo, sin machismo, donde las personas no se dejen comprar y trabajen honestamente.

... por favor, trabajemos juntos. Yo como estudiante, ustedes como autoridades y líderes. Estoy seguro que si lo hacemos, el Perú cambiará...”

Al cierre del 2018, la economía peruana

habrá sostenido 20 años consecutivos de crecimiento del PBI, acumulando una expansión aproximada de 151.1% para ese periodo, que ha superado los crecimientos acumulados de Chile, Colombia y México. Un notable logro luego de enfrentar décadas anteriores de profundas crisis económicas. Este crecimiento ha ido de la mano con una de las tasas de inflación más bajas de América Latina. No obstante, el desafío es que ese crecimiento se distribuya equitativamente y que las diferentes necesidades sociales (educación, salud, empleo...) se atiendan con celeridad, y sean resueltas por las reformas que urge ejecutar. ¡No defraudemos el sueño de los niños del Perú!

(*) Coach Profesional Certificado 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.

Ver texto completo de “Carta de los Niños del Perú” en <https://www.carta.pe/>



Más digitales, más humanos: el desafío de los negocios piuranos

Por: Otto Regalado (*)



Piura es una región con más de 1 millón 856 mil habitantes y que cuenta con sectores con grandes posibilidades de desarrollo como son el turismo, retail, educación, finanzas y los agronegocios. Más allá de las diferencias que puedan tener entre sí, todos tienen en común la necesidad de mejora en los siguientes dos aspectos: 1) ecommerce y marketing digital y 2) atención al cliente.

De esta forma, en un contexto donde se habla en el mundo empresarial de transformación digital y digitalización de procesos, en Piura no solo se necesita una mayor vinculación con la tecnología, sino que también se requiere una mejora en el trato entre los colaboradores de los negocios y los clientes.

Este último aspecto se evidenció en un reciente estudio ("Demanda de Ocupaciones a Nivel Nacional 2018") publicado por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Dicha investigación arrojó que más de un tercio (35%) del empresario piurano espera contratar personal capacitado en ventas, atención al cliente y marketing.

En un mercado altamente competitivo, las organizaciones consideran que es-

tas especialidades (ventas, atención al cliente y marketing) son las que, en primer lugar, generan el contacto con los clientes y que luego pueden contribuir con construir una relación sostenible en el tiempo. No se trata solo de generar una compra sino de mantener el vínculo y ello que se traduzca en un consumo sostenido o referenciado (la recomendación de una persona puede atraer a otras y así sucesivamente).

¿Por qué apostar por la digitalización y humanización de los negocios?

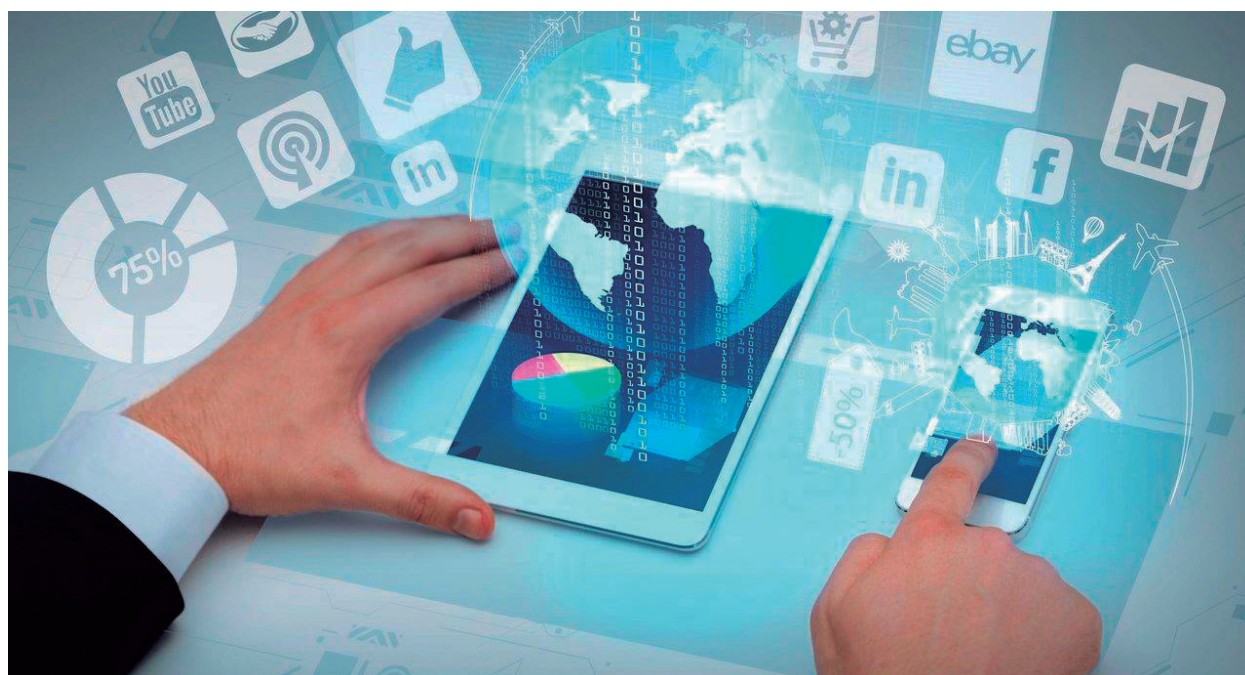
Los consumidores son cada vez más conocedores y expertos; cuentan con experiencia e información, por lo que reclaman mejores estándares de servicios y productos. Esta situación obliga a que los negocios eleven sus estándares para seguir siendo atractivos y competitivos. Lastimosamente, en Piura la atención al público no se ha profesionalizado y el uso de herramientas tecnológicas como las redes sociales y plataformas de información de clientes no es extendido.

¿Cuántos establecimientos turísticos o negocios minoristas de venta de pro-

ductos agrícolas cuentan con personal de ventas capacitado en habilidades blandas como la escucha activa, la empatía o negociaciones creativas? Va otra pregunta: ¿cuántos establecimientos tienen información sobre los hábitos de sus clientes para establecer promociones personalizadas que permitan incrementar sus volúmenes de ventas? Vamos con algo más simple: ¿cuántos negocios tienen programas de fidelización que permitan que las compras recurrentes de sus clientes sean premiadas?

Resulta fundamental emplear la tecnología relacionada al marketing digital, así como aquella que envuelve a la comunicación, al comercio electrónico, al desarrollo de portales, medios digitales, etc. Por ejemplo, las empresas del rubro del turismo deberían estar registradas en plataformas como Booking.com. A través de la capacitación en marketing digital o e-commerce, los negocios podrían utilizar plataformas más innovadoras que les permitan tener una interacción mayor con sus clientes.

(*) Profesor del MBA de ESAN





Utilización de FORFAITING en los negocios internacionales

Por: José Darío Dueñas Sánchez (*)

En la actualidad más mercados internacionales se suman a la lista de los Acuerdos Comerciales. En proyecto existen nuevos mercados para exportar. Sin embargo, muchas empresas, especialmente medianas y pequeñas, aunque cuentan con buenos productos que tienen documentos, certificaciones, etc., no encuentran el camino para asegurar sus pagos o no conocen las diversas posibilidades de negociar con sus clientes para aceptar medios de pago seguros, ventajosos y, sobre todo, comercialmente hablando, brindar soluciones a sus clientes para incrementar sus pedidos.

Recuerdo que hace unos meses una agroexportadora peruana tenía un pedido de exportación de mangos a los Emiratos Árabes, los árabes proponían pagar al arribo de la nave y el peruano quería abono por adelantado. No se pusieron de acuerdo y perdieron una oportunidad interesante de llegar a nuevos mercados.

¿Qué diferencia hay entre hoy 2018 y 20 o 30 años atrás? El INTERNET. El Internet hace que el mundo sea más global, que se tomen decisiones más seguras y rápidas; así como, que aparezcan nuevas herramientas comerciales para conocer quién es nuestro potencial cliente. Lo de la empresa agroexportadora peruana es válido, el temor a que no le cancelen es legítimo. Sin embargo, existen diversos informes comerciales brindados por empresas especializadas que nos permiten tomar decisiones acertadas.

Imagínese que su cliente quiere comprar su producto y usted pudo convencerle que le emita una carta de crédito de exportación, pero como su comprador desea ganar tiempo para el pago propone un pago diferido a 90 días. Usted al inicio duda, dado que esperará 90 días para hacer efectivo la carta de crédito. Se pregunta, cómo podré financiar mi operación o espero 3 meses para cobrar.

Pues bien, en el mercado internacional existen diversos medios de pago para agilizar la cancelación del exportador y así no interrumpir su flujo de caja, más aún cuando las empresas tienen poco tiempo en el mercado.

Este producto se llama FORFAITING. La empresa exportadora vende a una entidad un instrumento que implica promesa de pago sin recurso (quiere decir que la entidad financiera asume el riesgo de no pago).

El Banco o entidad financiera es conocida como FORFAITER. Con el Forfaiting el exportador se libera del riesgo y consigue liquidez por la venta a crédito, su única obligación es la de entregar la mercancía de acuerdo a lo estipulado. Cuando se emplea el Forfaiting para vender unos documentos en una operación de comercio exterior, el Forfaiter asume los riesgos de la operación a cambio de un descuento.

Características

Existe un crédito del exportador al importador.

a) El Forfaiting cubre el crédito a plazos más largo que un cré-

dito Factoring.

b) La entidad financiera analiza primero el riesgo antes de tomar la operación, el exportador le brinda los datos del importador (nacionalidad de empresa, tipo de mercancía, valor del contrato, fecha, duración del mismo, cantidad de pagos, el medio de pago acordado), pudiendo solicitar documentación adicional al importador.

Ventajas

La principal ventaja es obtener liquidez que le permitirá financiar la operación, no consumiendo sus líneas de crédito. Reducción de cargas administrativas, la gestión de cobranza es por cuenta de la entidad financiera. Para ingresar a mercados nuevos es ventajoso ingresar con el FORFAITING. Para importes bajos no es recomendable utilizarlos. De otro lado, para el importador ajusta sus pagos con sus previsiones de ingresos. Son empleados en el FORFAITING, letras de cambio, pagarés, pero mayormente, los créditos documentarios irrevocables y con plazo diferido. Los agentes que intervienen en una operación de FORFAITING son:

- 1) Exportador, persona o empresa que vende los efectos a un plazo.
- 2) Importador, persona o empresa que compra los efectos.
- 3) Avalista, entidad obligada al pago de sus efectos.
- 4) Cedente, persona que contrata el Forfaiting que da los documentos a cambio del pago con descuento.
- 5) Tomador o Forfaiter, entidad que compra los efectos y asume el riesgo.

Si necesitan abrir nuevos mercados el FORFAITING es buena herramienta financiera, especialmente si la empresa cuenta con liquidez adelantada. Finalmente, dependerá de la empresa utilizar o no el medio de pago.

(*) Consultor de Negocios.



Conociendo a nuestros nuevos socios

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

UPAO: formando profesionales comprometidos con la comunidad

Más de 30 años de responsabilidad en la formación profesional y científica de excelencia es el sello de la Universidad Privada Antenor Orrego (UPAO), institución educativa que nació un 26 de julio de 1988 en Trujillo y que desde el 2011 brinda sus servicios en Piura con el mismo compromiso que lo caracterizó desde sus cimientos.

La UPAO ha demostrado su competitividad y compromiso con el país a través de más de 27,000 egresados y una plana docente altamente calificada; además de sus 64 convenios con universidades nacionales y extranjeras, su moderna infraestructura y laboratorios con equipos de última generación, la biblioteca más moderna del país y su emblemático teatro “Víctor Raúl Lozano Ibañez”, una obra de arquitectura de altísima calidad.

UPAO Piura ofrece nueve carreras profesionales: medicina humana, psicología, derecho, ciencias de la comunicación, ingeniería civil, ingeniería industrial, administración, contabilidad y arquitectura.

La Rectora de la Universidad, Dra. Yolanda Peralta Chávez,



Doctor José Castañeda Nassi - Director Ejecutivo UPAO Piura

anunció la próxima construcción de tres edificios en un área de más de 17,000 m. Por su parte, el Director Ejecutivo de la Filial Piura, Dr. José Castañeda Nassi, expresó que “la UPAO no puede darle la espalda a la sociedad y al empresariado; por ello, decidieron ser socios de la Cámara de Comercio y Producción de Piura”.



www.camcopiura.org.pe

-  Servicios y Beneficios
-  Datos Económicos
-  Eventos
-  Publicaciones
-  Promociones
-  Mucho más



La Cámara de Comercio y Producción de Piura, compartió el 12 de diciembre con los periodistas de la localidad, su tradicional Desayuno Navideño Institucional.



“Principales Aspectos del Procedimiento de Regularización de Edificaciones: Ley 27157– Ley 30830”, fue el tema de la conferencia dictada el 20 de noviembre por Balmaceda & Ocampos Abogados S.A.C., en el marco del ciclo de conferencias ofrecidas por asociados.



ABJ Ingenieros y Consultores Asociados S.A.C. en el marco del ciclo de conferencias dictadas por asociados, disertó el 16 de noviembre, sobre la “Aplicación de Herramientas Efectivas ante una Fiscalización de la SUNAFIL.



PRODUCE y la Cámara de Comercio de Piura, capacitaron los días 14 y 15 de noviembre en el uso y manejo de herramientas de gestión empresarial, a través del taller: “Gestionando mi Empresa”.



SUNAFIL, en coordinación con la Cámara de Comercio de Piura brindó el 13 de noviembre, la conferencia: “Compensación por Tiempo de Servicios (CTS). Desde el Enfoque del Procedimiento Inspectivo”.

!!!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!

Enero

- | | |
|--|--|
| 01 Adela Figueroa E.I.R.L. | 13 Edwin Naquiche López |
| 01 Cervecerías Peruanas Backus S.A.A. | 13 Sistemas de Administración Hospitalaria S.A.C. |
| 01 Creditex S.A.A. | 16 Exportadora Cetus S.A.C. |
| 01 Inca Lines S.A.C. | 16 Negocios e Inversiones F. Chang E.I.R.L. |
| 01 Mibanco - Banco de la Microempresa S.A. | 18 Clínica Miraflores S.A. |
| 01 Tiendas El Rocío SRLTDA. | 19 Calle & Asociados Auditores Consultores S.Civil |
| 01 Protección a Personas Importantes Provip's Security Cia Ltda. | 19 Inmobiliaria Miraflores Perú S.A.C. |
| 04 CMAC-Piura S.A.C. | 21 Ana Banana S.A.C. |
| 05 Compañía Peruana de Radiodifusión S.A. | 21 Service Jackson S.R.L. |
| 05 Fegurri S.A.C. | 21 Contech S.R.L. |
| 07 Export Import Candres S.A.C. | 22 Mezymol Inversiones S.A.C. |
| 08 Stevia One Perú Industria S.A.C. | 23 Depósito Pakatnamu E.I.R.L. |
| 09 Diario "El Tiempo" S.A.C. | 24 Corporación Cruz S.A.C. |
| 10 Transportes y Servicios Generales Carolina S.A.C. | 24 Inversiones Ludimarc S.A.C. |
| 10 Adolfo Enrique Zegarra Soto | 25 Ingeniería Electromecánica E.I.R.L. - Ingelme |
| 11 SK Rental | 25 Revifácil S.A.C. |
| 12 Navarro Fruits S.A.C. | 27 Banco de la Nación |
| 13 Álvarez Lara Abogados Asociados S.R.L. | 27 Cear Traders S.C.R.L. |
| 13 C.E.I.P. Reina de los Ángeles E.I.R.L. | 28 Consultoría Empresarial ICR S.A.C. |

Febrero

- | | |
|---|--|
| 01 Ecoacuicola S.A.C. | 14 Agrícola Arantxa S.A. |
| 01 Inversiones Turísticas Magán S.R.L. | 14 Banco Interamericano de Finanzas |
| 01 Adhesivos Peruvian Yman S.A.C. | 14 Colegio de Licenciados en Administración |
| 02 Gonzales Morante Norte S.R.L. | 14 Estudio Tributario Sánchez - Piura S.A.C. |
| 04 Mar & Lu Business And Advice E.I.R.L. | 16 Unimaq S.A. |
| 05 Jalicha E.I.R.L. | 20 Cargueros Terrestres E.I.R.L. |
| 05 Consultores en Seguridad y Medio Ambiente E.I.R.L. | 20 Montes Delgado-Abogados S.A.C. |
| 08 Oftalmólogos Asociados Ver S.A.C. | 21 Grifo San Ramón S.R.L. |
| 10 Aba y Servicios E.I.R.L. | 21 San Miguel Servicios Logísticos S.R.L. |
| 11 Grupo PR S.A.C. | 26 Luna Consultores & Asociados S.C.R.L. |
| 12 Sociedad Agrícola Rapel S.A.C. | |
| 12 Promotora Inmobiliaria Industrial de Piura S.A.C. | |
| 13 Planeta D'frutas S.R.L. | |

Ventanilla Única

De Formalización de Empresas

f /camaradecomerciodepiura

t #CamaradePiura

Ahora, constituir su
empresa es fácil



No pierda la
oportunidad de
convertirse en un
empresario formal

Contáctenos:

Urb. San Eduardo A - 2. Piura

073 321871 Anexo 108

ventanillaunica@camcopiura.org.pe

www.camcopiura.org.pe

Todos los trámites en un solo lugar:

- Formación de S.A., S.A.C., S.C.R.L. y E.I.R.L.
- Búsqueda del nombre de la empresa en SUNARP
- Elaboración de minuta - escritura
- Inscripción en SUNARP
- Obtención de RUC





EL PRIMER CANAL DE
TELEVISIÓN REGIONAL

5 Años

Puedes vernos por:



CANAL 15
Piura - Sullana



SEÑAL DIGITAL 2.4
Paíta - Suchura

Contando con programación local
hecha por profesionales piuranos
al servicio de la región

ANUNCIA
con nosotros



968700593
936915542

NUESTRA PROGRAMACIÓN

D-bate
Noticias
Edición Medio Día

D-bate
Noticias
Edición Sullana

D-bate
Noticias
Resumen Semanal



PIURA TV
SEÑAL QUE NOS UNE AL MUNDO

www.piuratv.pe

Síguenos en las redes sociales

