

14.5%

FUE EL CRECIMIENTO REGISTRADO POR EL SECTOR PESQUERO EN FEBRERO EN TÉRMINOS DE VOLUMEN DE EXTRACCIÓN, REPORTÓ EL MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN



Adex se reunió con el MTPE

En una reunión con el ministro de Trabajo y Promoción del Empleo, Christian Sánchez, el presidente de la Asociación de Exportadores (Adex), Juan Varilias, expresó el compromiso de su sector para contribuir a la formalización laboral. Varilias resaltó que esta formalización va de la mano con iniciativas para hacer más competitivas a las empresas exportadoras peruanas. "No podemos mejorar nuestra competitividad si no mejoramos los niveles de productividad", aseveró.



SUPLEMENTO SEMANAL
DIARIO OFICIAL
DEL BICENTENARIO

El Peruano

andina

Segunda Etapa. Año 4. Edición N° 260
Lunes 16 de abril de 2018

ECONOMÍA

NEGOCIOS, INVERSIONES Y FINANZAS



INTEGRACIÓN LATINOAMERICANA

HACER REALIDAD EL SUEÑO POSTERGADO

El director ejecutivo del Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), César Peñaranda, destaca que si la agenda integradora regional no va a la velocidad deseada, los acuerdos binacionales son una opción viable, tal como lo han demostrado Perú, Chile y Colombia.

Escribe
Rodolfo Ardiles V.

¿ En qué situación se encuentra la relación comercial entre los países latinoamericanos y qué es lo que podemos esperar a futuro?

–Lamentablemente, el comercio intrarregional no significa un porcentaje muy importante del comercio global de la región. En los últimos años, el promedio del total de lo que compran y venden los países de Sudamérica y Centroamérica llega solamente al 20%. Es decir, todo lo que compran y venden los países de la región entre ellos no supera ese porcentaje, no obstante el número de acuerdos regionales y los años que se han invertido en la búsqueda de la integración. Esta aspiración viene desde la década de 1960, cuando la Asociación Latinoamericana de Integración (Aladi) y el Sistema Económico Latinoamericano (Sela), o la Asociación Latinoamericana de Comercio (Alalc), se crearon para ese fin.

CONTINÚA EN LA **PÁGINA 2**



ENTREVISTA

» VIENE DE LA PÁGINA 1

¿Estas instituciones no funcionaron?
 –Así es. En realidad, lo que no funcionó fue la integración regional. Por eso, se comenzó a buscar la integración subregional.

Así surgieron el Acuerdo de Cartagena, que hoy es la Comunidad Andina (CAN); también el Mercado Común del Sur (Mercosur) y, más recientemente, la Alianza del Pacífico (AP). Todos estos intentos aparecieron con muchos bríos, pero tampoco implicaron que las corrientes de comercio entre los países que las integran representen un porcentaje alto del comercio de cada país.

En resumen, no obstante los intentos de acuerdos regionales y subregionales, que ya tienen cerca de 50 años, la integración no se ha logrado.

–¿La aparición de gobiernos más inclinados a la apertura comercial y promercado significará un cambio en el objetivo de integración económica?

–Los acuerdos de integración deben implicar la búsqueda no solo del aspecto comercial, sino también la integración económica. Ese

Acuerdos bilaterales

De acuerdo con Peñaranda, todos los países esperaban que la Organización Mundial del Comercio (OMC) avanzara aceleradamente hacia la apertura de los mercados y que redujera los aranceles, con lo cual se beneficiarían a escala mundial con una mayor apertura de mercados.

“La OMC comenzó a tener problemas en el comercio de bienes y servicios. Era difícil avanzar. Fue allí cuando se pensó que los acuer-

dos regionales podrían llegar a ser útiles y, como ya hemos visto, en América Latina no avanzaron con la dinámica prevista”, refirió.

Pese a ello, dijo, hay países de la región que son líderes, como es el caso de Perú, Colombia y Chile.

“Estas naciones se dieron cuenta a tiempo de que el mercado es todo el mundo. Por lo tanto, la clave del éxito está en abrir sus economías”, sostuvo el ejecutivo.



FIRME. Peñaranda solicitó mayor integración regional.

Cifras

21

TRATADOS DE libre comercio (TLC) en vigencia tiene suscrito el Perú, entre ellos con China y Estados Unidos.

22.7%

CRECIERON LAS exportaciones peruanas al mundo el año pasado, lo que totaliza 44,058 millones de dólares.

46%

DE TOTAL de nuestras exportaciones a la Alianza del Pacífico tuvo a Chile como destino.

hasido, en parte, el problema que tuvieron esos intentos de integración regional, pues además se buscaba otras áreas dónde integrarse, tratando de emular al Mercado Común Centroamericano;

aunque los enfoques económicos de los países no necesariamente coinciden.

Por ello, cuando se creó la Alianza del Pacífico se generó una expectativa muy grande, ya que los cuatro países que la integran (Perú, Colombia, México y Chile) tienen una política económica similar.

Son países que tienen sistemas económicos abiertos que descansan en una economía de mercado que da prioridad al sector privado para que fomente la actividad económica.

Por ello, se pensó que esos cuatro países tan parecidos en lo económico podrían avanzar más rápido. Al comienzo, gran parte del comercio de esos países se abrió entre ellos, pero luego de ese impulso las cosas se estancaron y ya no vemos avances significativos.

Cuando hablamos de la región, la disparidad es aún mayor; no solo se trata de Venezuela, Ecuador está cerrando su economía; Brasil tiene una economía bastante cerrada también. Intentar un acuerdo mayor de integración sería en este momento una ambición muy grande.

–Estal lentitud, en cuanto a la integración económica y comercial de la región, ¿se debe solo a cuestiones políticas o hay otras consideraciones,

como la disparidad económica entre los países latinoamericanos?

–Hay varios factores, pero lo primero es aspirar a una integración que vaya más allá de lo comercial. Esto quiere decir trabajar en inversiones, flujo de capitales, intercambio de trabajadores, es decir, aspirar a una integración mayor, como lo hizo la Comunidad Económica Europea (CEE).

Sin embargo, eso es difícil ahora, pues hay una gran disparidad en cuanto al enfoque económico. A su vez, hay elementos políticos que han surgido. Esta realidad complica los avances del objetivo integrador.

Además, los países enfrentan dificultades, en algunos casos mayores que otros. Eso complica el avance, pues la integración también significa apertura.

Cuando un país tiene una tasa de crecimiento menor enfrenta una coyuntura complicada, se resiste a abrir su mercado, pues sus empresas comienzan a tener problemas. También se niegan a reducir aranceles, ya que eso trae como resultado una menor recaudación. Actualmente tenemos problemas políticos, pues las visiones económicas no son parecidas, salvo la de los países de la AP. ●

CHILE Y PERÚ SON LOS PAÍSES QUE MÁS TLC HAN SUSCRITO, ADEMÁS DE ACUERDOS BILATERALES.



INFORME

SITUACIÓN AEROPORTUARIA EN AMÉRICA LATINA

Las entradas del desarrollo

El transporte aéreo en América Latina experimentó una transformación importante en la última década, acompañada de un crecimiento significativo del tráfico aéreo de pasajeros. El sector se benefició de un alto desarrollo económico de los países de la región.

Es innegable que en los últimos diez años la modernización de la infraestructura aeroportuaria en América Latina ha sido relevante para el desarrollo económico de los países de la región.

La participación del sector privado en este proceso ha sido relevante, junto con una reestructuración de aerolíneas con grandes consolidaciones a escala continental, así como un aumento de la competencia a partir de una apertura progresiva del mercado.

De acuerdo con un informe realizado por el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), en el período 2006-2015 la oferta aérea de pasajeros en la región creció significativamente, con una tasa promedio de 5.1% anual, constituyéndose en el tercer mercado con mayor crecimiento a escala mundial, después de Medio Oriente y Asia-Pacífico.

Asimismo, la demanda a nivel de tráfico aeroportuario analizada en el informe, para un total de 316 aeropuertos, alcanzó los 611 millones de pasajeros al año y un crecimiento a un ritmo anual de 8%.

No obstante, el transporte aéreo de la región está aún lejos de alcanzar el nivel de acceso de la población de economías más desarrolladas. Aunque América Latina casi duplicó su propensión a volar en los últimos años (de 0.28 viajes *per capita* en el 2006 a 0.51 viajes en el 2015), sigue manteniéndose por debajo de los niveles de Norteamérica (2.80 viajes *per capita*) o de Europa (2.1 viajes).

Impacto económico

El crecimiento aeronáutico en América Latina generó un importante desarrollo económico a partir del impacto directo, indirecto, inducido y catalítico, característico de la aviación, debido a su alto impacto en otros sec-



Región andina

De acuerdo con la CAF, la región andina manejó un tráfico aeroportuario de 120 millones de pasajeros en el 2015. Colombia es el mayor mercado, con una cuota de mercado del 48.2%, seguido por el Perú con 21% y Venezuela con 17.8% en ese mismo año.

El mercado más pequeño fue Bolivia con 5.7 millones de pasajeros, que representa un 4.7%,

aunque a nivel de población Bolivia representa el 10% de la región, que remarca su bajo desarrollo del transporte aéreo.

La región cuenta con 23 aeropuertos con más de un millón de pasajeros anuales, y solo Bogotá, Lima y Caracas, cuentan con más de 10 millones; es una región con una infraestructura aeroportuaria relativamente pequeña.

tores como los negocios o el turismo.

De acuerdo con la CAF, la aviación regional genera hoy un impacto económico directo de más de 37,500 millones de dólares anuales y un impacto total de más de 152,000 millones de dólares,

que representan el 5% del impacto de la industria de la aviación a escala mundial.

Además, el sector sostiene anualmente más de 4.9 millones de empleos totales. Este impacto de la aviación sobre la economía latinoamericana se mantendrá al

Datos

- El parque aeroportuario regional se compone de más de 12,000 aeródromos, que representa una densidad de 0.6 aeródromos por cada 1,000 kilómetros cuadrados.

- Del total de aeródromos, 316 son aeropuertos con tráfico comercial, lo que totaliza un tráfico de 611 millones de pasajeros al año.

- De los aeropuertos evaluados, el 15% maneja tráfico doméstico; el 52%, ambos tráficos (doméstico e internacional); y el 33% opera vuelos intercontinentales.

LAS AEROLÍNEAS DE BAJO COSTO AÚN SON MERCADO INCIENTE YA QUE, SALVO MÉXICO Y BRASIL, EL PROMEDIO DEL RESTO DE PAÍSES NO ALCANZA EL 10% DE CUOTA DE MERCADO PARA ESTE TIPO DE AEROLÍNEAS.

alza a partir del crecimiento orgánico de volumen de tráfico, pero también a partir de una mayor eficiencia de los actores involucrados, una mayor diversificación en los negocios de la aviación y una especialización de los sectores productivos.

También hay una relación directa entre el nivel de impacto de la aviación en el producto bruto interno (PBI) regional con el nivel de desarrollo de las economías, con lo que el futuro crecimiento previsto para la región con-

llevará un mayor impacto de la aviación, así como una mayor generación de empleos directos e indirectos.

Aeropuertos

El crecimiento significativo del tráfico aéreo en América Latina ha ido acompañado de un cambio en los principales aeropuertos de la región. Así, de los 12,500 aeródromos que hay en la región, 320 tienen una base de tráfico comercial, acumulando más de 580 millones de pasajeros comerciales anualmente.

Asimismo, los roles de los principales aeropuertos se vieron reforzados durante el proceso de consolidación de las aerolíneas, fortaleciendo la conectividad y segmentando los mercados que sirven. Con todo ello, los principales aeropuertos incrementaron su conectividad internacional en términos de frecuencias y destinos. ●

INVESTIGACIÓN + DESARROLLO + INNOVACIÓN (I + D + I)

RECETA PARA DAR EL SALTO

Una de las herramientas para el desarrollo de un país es la innovación tecnológica y la inversión en campos en donde se pueden ser competitivos. El gran reto del Perú es crear una tecnología eficiente. Un camino para ello es una alianza productiva y atractiva entre la empresa, la universidad y el Estado.

Escribe **Fernando Mac Kee Tueros**

Idiosincrasia

Para desarrollar tecnología en el país, una de las vías es el mecanismo de tributos por innovación tecnológica. La experiencia que promueve el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (Concytec) es exitosa y puede serla aún más.

Esta opción está enmarcada por la Ley N° 30309, que se refiere a los beneficios tributarios para las empresas que inviertan en I+D+I (investigación + desarrollo + innovación); entró en vigencia el 2016.

El Concytec precisa que en esta norma el Estado concede una deducción tributaria sobre los gastos incurridos en proyectos de I+D+I hasta de un 175% cuando se desarrollan en el país o de 150% cuando se desarrollan mediante centros de investigación científica, desarrollo tecnológico o innovación tecnológica domiciliados fuera del país.

“Es una experiencia muy positiva. Si bien otros países tienen normas similares hace 20 años, creemos que los resultados son exitosos. Hasta el 2017 tenemos 30 proyectos de 17 empresas aprobados en comparación con Chile, que en los dos primeros años de una norma similar tenían solo 11 proyectos o México con 10. El monto de inversión de las empresas es de 21.5 millones de soles”, afirmó la especialista del Concytec, Claudia Carpio.

Sostuvo que estamos por buen camino, puesto que en lo que va del 2018 hay proyectos

Uno de los obstáculos ha sido la idiosincrasia de las empresas. Algunas invierten en innovación y tecnología, pero no pasan a la segunda etapa de perfeccionamiento; esto sucede con las medianas y pequeñas empresas. A las grandes sí les interesa continuar.

“Es importante el éxito con estas empresas grandes para demostrar al resto que los proyectos funcionan y así decidan invertir. Uno de los campos más interesantes es la biotecnología, en la que hay muchas posibilidades de desarrollo y crecimiento”, sostuvo el representante de la PUCP.

aprobados de cinco empresas.

“Debemos considerar que este proceso de aprobación tiene protocolos de confidencialidad por temas de secreto industrial, pero hay ejemplos que se pueden destacar”, aseveró.

Uno de ellos está en el sector salud. La empresa Cefra, vinculada a la fertilización in vitro, cuenta con un proyecto que busca la disminución de los costos para las mujeres con problemas de fertilidad.

“El objetivo es reducirlos. Así, más mujeres pueden optar por esta alternativa, lo que generará más ingresos para la empresa y, a la larga, un

Cifras

139

SOLICITUDES SE recibieron entre el 2016 y 2017. En el 2016 se aprobaron ocho proyectos y en el 2017 fueron 22.

155

MILLONES DE soles es el monto máximo de la deducción tributaria establecido para este año.

10%

DEL MONTO máximo total anual deducible está destinado a las micro y pequeñas empresas.

incremento de recaudación tributaria”, precisó la especialista.

Una nueva experiencia de impuestos por tecnología en el marco de I+D+I es llevada a cabo por Avícola San Fernando y la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).

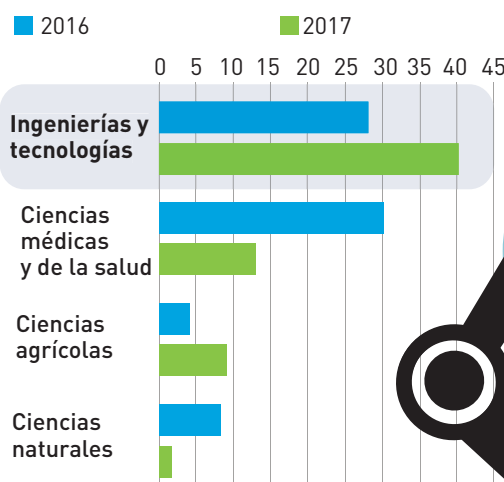
La empresa tiene un proyecto en el que participa la PUCP mediante su Oficina de Innovación, que desarrolla la parte técnica.

El objetivo es diseñar y poner en marcha un robot que permita recoger, neutralizar y recolocar el guano en los galpones.

“El prototipo se encuentra

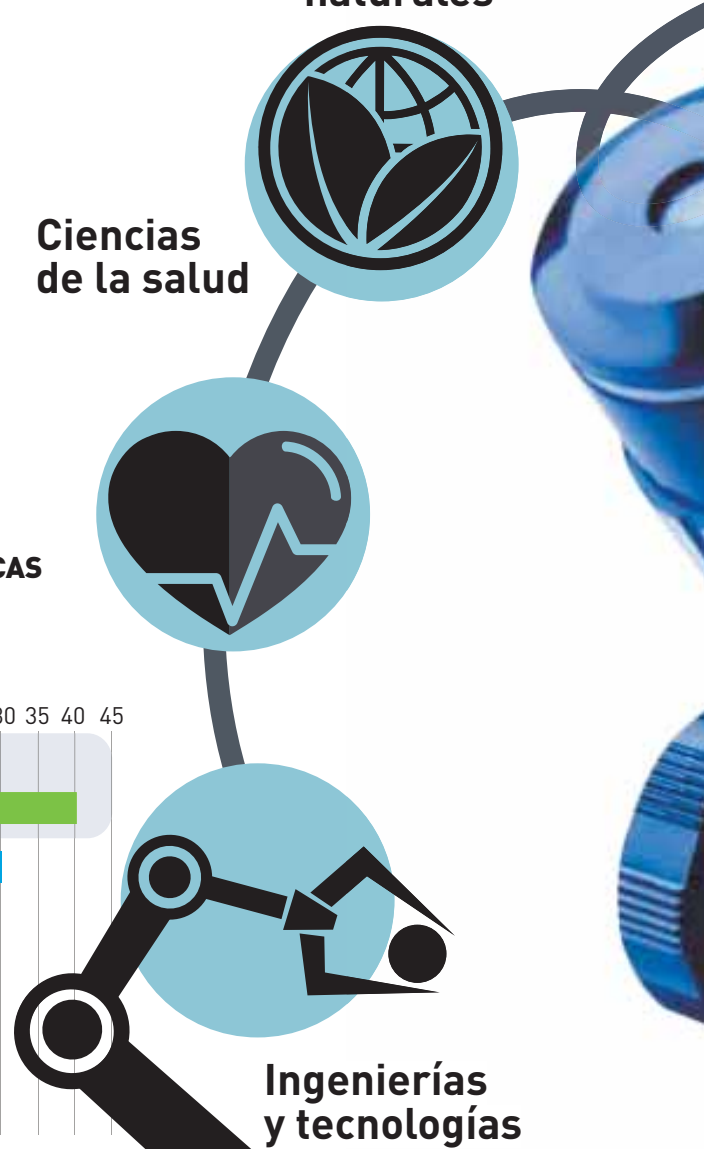
PROYECTOS POR ÁREAS CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS

Principales resultados acumulados (al 31 de mayo del 2017)



Ciencias naturales

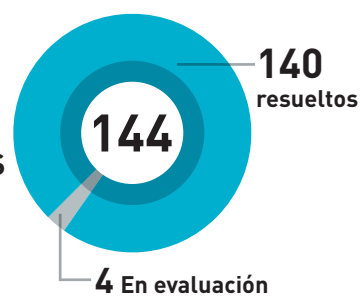
Ciencias de la salud



Ingenierías y tecnologías

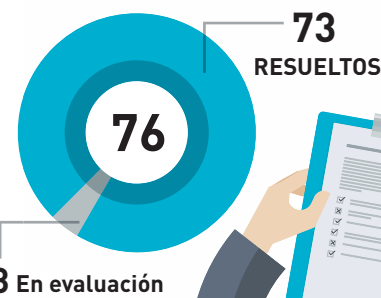
Solicitudes recibidas

NÚMERO DE PROYECTOS

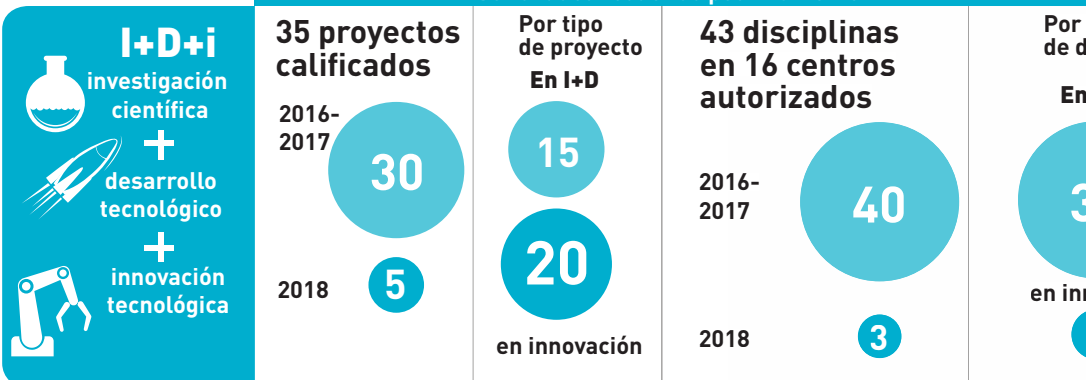


PROYECTOS DE I+D+i AUTORIZADOS
Principales resultados acumulados (al 31 de marzo del 2018)

NÚMERO DE DISCIPLINAS AUTORIZADAS en 16 centros de I+D+i



Solicitudes resueltas positivamente



Fuente: Plataforma beneficios tributarios, Concytec

Ciencias agrícolas



CONCYTEC TIENE PROGRAMAS RELACIONADOS CON CIENCIAS BÁSICAS, AMBIENTALES, MATERIALES Y BIOTECNOLOGÍA. LA MAYORÍA DE LOS PROYECTOS ESTÁN LIGADOS A CREAR TECNOLOGÍA.

Impacto socioeconómico

La representante del Concytec aseveró que la mayoría de los proyectos tienen impacto social y económico.

“Por supuesto se prioriza la parte tecnológica. El proyecto de San Fernando es de tipo robótico; sin embargo, genera un impacto en la empresa, la producción y en su público externo. La tecnología y los proyectos de innovación siempre repercutirán

en la parte social, pues se buscan soluciones a los problemas”, sostuvo Carpio.

Según el Concytec, los proyectos no solo son negocios. Una empresa minera puede invertir en un proyecto acuícola, en comunidades vecinas, en proyectos ambientales.

Hubo una empresa de sistemas con proyectos relacionados con la contaminación de lagos.

Datos

- Son 35 empresas las beneficiadas con la ley. En el 2017 fueron 30, es un proceso lento, pero se han superado las expectativas.

- De acuerdo con el Concytec, se prepara un informe para ampliar la norma a 10 años más, pues esta vence en el 2019, considerando que entró en vigencia en el 2016.

LA EXPERIENCIA DE SAN FERNANDO SE ORIENTA AL DISEÑO Y LA GENERACIÓN DE UN PROTOTIPO QUE SE APLICARÁ EN UNA GRANJA.

Este tipo de experiencias tienen En los países desarrollados más de 60 años. “Estamos utilizando su experiencia, usar lo mejor y evitar lo malo. Se trata de cortar caminos para llegar a las empresas más rápido.

Política pública

El Concytec destaca esta vinculación academia-empresa como una de las políticas públicas que busca el Estado.

El objetivo no solo es dinamizar y promover la competitividad de la empresa, sino que también fomente el empleo para los investigadores, como en este caso los ingenieros en mecatrónica y se potencie el recurso humano de las universidades.

De acuerdo con la ley, un proyecto de innovación puede ser hecho por la misma empresa o un centro autorizado, como una universidad u otro centro privado. No es la primera experiencia que una empresa mande a hacer un proyecto a otro centro.

Hay 17 centros autorizados con 42 disciplinas de investigación. “Las empresas deben entender que es una oportunidad para aquellas inversiones que ellas quisieran dinamizar, mejorar o innovar. El Estado brinda el incentivo tributario para ello”, sostuvo la especialista Carpio.

Precisó que se invierten un millón de soles en un proyecto para el 2018, se establece como gasto en la declaración jurada al impuesto a la renta; pero por haber acudido al Concytec, y habiendo calificado el proyecto como innovador, se coloca un adicional de 75% al millón de soles; es decir, un millón 750,000 soles y se genera un gasto adicional.

“Esto rebota en una menor masa imponible y se paga menos impuesto a la renta”, puntualizó la especialista. ●

en diseño. De tener éxito sería sumamente rentable para la empresa, permitiendo invertir más recursos en nuevas granjas.

Precisamente, el investigador jefe de la Oficina de Innovación de la PUCP, Francisco Cuéllar, sostuvo que se debe ofrecer un proyecto que genere valor a la empresa. La remoción del guano, su tratamiento para neutralizarlo y colocarlo otra vez en el galpón se hacían de manera manual.

“Los trabajadores están expuestos y pueden permanecer horas en los galpones. San Fernando y la PUCP tienen un acuerdo de propiedad intelectual. La empresa puede exportar la tecnología que se diseñe a las entidades con las que trabaja, inclusive puede licenciarse en el extranjero. La PUCP no busca un lucro”, sostuvo Cuéllar.

+D+i

tipo disciplina

I+D

39

ovación

4

SEPA CÓMO INICIAR UN EMPRENDIMIENTO

Sumérjase en la aventura del negocio propio

Para muchas personas, contar con un negocio propio resulta un sueño por hacer realidad, un objetivo impostergable en su vida, pero es necesario considerar ciertos aspectos para no morir en el intento.

El emprendimiento es una de las características más preponderantes en los peruanos. Por ello, los distritos que se proyectan hacia el norte, sur y este de la ciudad, los cuales vienen creciendo y desarrollándose rápidamente, tienen como uno de sus principales impulsos los negocios propios de los vecinos del lugar.

Cada vez se hallan más oportunidades de negocio y también más empresarios emergentes, por lo que conocer el mercado donde se moverá el producto será imprescindible para el inicio y crecimiento de una micro o pequeña empresa.

Una vez decidido el emprendimiento que se desarrollará, lo primero que hay que hacer es buscar la mayor información posible sobre las distintas opciones.

Hay infinidad de alternativas entre las que el emprendedor puede elegir.

Tómese su tiempo. Es posible que al principio siempre es difícil tomar una decisión correcta. Por tal motivo, cuanto más información se recabe, menos margen de error habrá a la hora de iniciar un negocio.

En el marco del concurso denominado **EmprendeNorte**, dirigido a los emprendedores de Lima Norte, el gerente comercial del centro comercial Megaplaza, Juan Carlos Chiappe, comparte tres importantes consejos que toda persona debe considerar si tiene en mente iniciar un propio negocio.

Conceptualización de la idea. El primer paso será plasmar en un esquema algunos puntos básicos del negocio que permitan conocer el producto y proyectar la aceptación del mismo en el mercado.

Para ello, sostuvo Chia-



PROPUESTA. Si desea contar con un negocio propio, recuerde ser creativo y muy audaz.

Cifras

43%

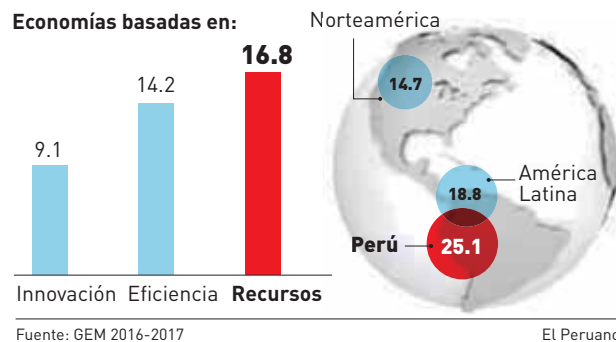
DE LOS emprendimientos se concentraron en el comercio y la distribución mayorista.

91%

DE LOS emprendedores desean recuperar su inversión en un tiempo máximo de dos años.

pe, es necesario determinar el público al que se dirige, conocer a la competencia, plantear una ventaja diferencial, saber el costo exacto de producción, el valor que los

ÍNDICE DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA (%)



consumidores estarían dispuestos a pagar y si este va acorde con otros productos similares del mercado; entre otros ítems indispensables para proyectar el éxito del potencial negocio.

Canales de distribución. El segundo paso será deter-

minar la vía en que el producto llegará a los clientes o consumidores, por lo que habrá que evaluar si la venta se hará mediante canales digitales como páginas webs, aplicaciones móviles, redes sociales, entre otros; o en tiendas físicas, en ese caso en se deberá tomar en

cuenta la ubicación, tamaño y costo del local.

“Es importante mencionar que son las mismas características del producto lo que determinará las vías de comercialización que se implementarán”, aseveró el gerente comercio de Megaplaza.

Asesoría. Es muy importante consultar a personas que cuenten con más experiencia o conocimientos en temas de negocio.

Esto podrá ayudar a hacer mejoras en los procesos y/o producto final, lo cual se reflejará en el incremento de la rentabilidad.

Asimismo, los concursos para emprendedores tienen por objetivo guiar a un negocio potencial al éxito. ●

CURSOS, EVENTOS Y CAPACITACIONES

AGENDA PYME

18, 19 Y 20 DE ABRIL

Congreso

La empresa T-Capacita SAC invita a ejecutivas, asistentes de gerencia, secretarías, personal administrativo, profesionales diversos y público en general al IV Congreso Nacional de Secretarías 2018, que se realizará en el auditorio de Derecho de la Universidad Católica del Perú.

Informes: 531-4078

18 DE ABRIL

Foro

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) organiza el XII Foro Internacional de Economía, denominado Escenarios Económicos y Empresariales al 2021: El Perú puede y debe crecer a tasa alta, en que se debatirán importantes temas relacionados con el desarrollo económico del país y las perspectivas hacia el Bicentenario.

Informes: 219-1671

19 DE ABRIL

Misión comercial

China es el mercado más grande del mundo para la compra al por mayor de artículos industriales, de consumo y uso personal. En la feria más importante de China podrá hallar los sectores de joyería, artesanía, electrodomésticos, calzado, juguetería, textil, accesorios diversos, floristería, tecnología y muchos más.

Informes: 219-1778

20 DE ABRIL

Mesa de asesoría

Participe de manera exclusiva y gratuita de la próxima Mesa de Asesoría, denominada Desarrollo del talento humano en las organizaciones inteligentes de hoy, la cual se realizará este 20 de abril en la sede de Los Olivos de la Cámara de Comercio de Lima (CCL). El Ingreso es libre, previa inscripción exclusiva para los asociados al gremio empresarial.

Informes: 219-1530

NEGOCIOS

MERCADOS & FINANZAS

Vivienda invertirá S/. 1,000 millones

Con el objetivo de reducir la brecha en infraestructura de los servicios básicos de agua y alcantarillado, el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento invertirá más de 1,000 millones de soles en la ejecución de proyectos de agua potable y desagüe en siete distritos de Lima entre el 2018 y 2021. Estas obras beneficiarán a más de 366,000 vecinos del Rímac, San Juan de Lurigancho, Lima Cercado,

Chorrillos, San Antonio de Huarochirí, Lurigancho-Chosica y Pachacámac. Los trabajos estarán a cargo del programa Agua Segura para Lima y Callao (PASLC). Dos de los siete proyectos están actualmente en ejecución: la instalación de redes y conexiones de agua y desagüe en Lima Cercado y San Juan de Lurigancho, así como la ampliación y el mejoramiento del sistema de agua y alcantarillado en el Rímac.



Senatinos estudiarán en aula SKF

Rodeada de alineadores láser, cámaras termográficas y maquinaria de última generación luce la recién inaugurada aula SKF, la que recibirá a cerca de 500 alumnos cada semestre. Es ahí donde los estudiantes podrán manipular y aprender haciendo con la gigante sueca, a fin de entrar al exigente mercado laboral. Durante un recorrido por

el aula tecnológica, que demandó una inversión de más de 296,000 soles, el director nacional de Senati, Gustavo Alva, explicó que los alumnos de las áreas de metalmecánica, mecánica de mantenimiento, mecánica automotriz, entre otras, serán los principales beneficiados. Por ello, los instructores de dichas escuelas son capacitados exhaustivamente por SKF.

“Con esta nueva aula tecnológica fortaleceremos la formación de instructores y estudiantes del sector minero, industrial, automotor, diseño e ingeniería de planta, mantenimiento y otros. Ello mejorará la competitividad y la diversificación de la oferta de capacitación de técnicos”, explicó Gustavo Alva.

EL CRECIMIENTO EN AMÉRICA LATINA

Proyección para 2018. En %

América del Sur		América Central y México	
	Bolivia 4		Panamá 5.6
	Paraguay 4		Nicaragua 5
	Perú 3.5		R. Dominicana 5
	Chile 3.3		Honduras 4.1
	Uruguay 3		Costa Rica 3.4
	Colombia 2.6		Guatemala 3.3
	Argentina 2.5		El Salvador 2.4
	Brasil 2.2		México 2.3
	Ecuador 2.0		Haití 2
	Venezuela -8.5		Cuba 1.6

Fuente: AFP, Cepal (abril 2018)

El Peruano

América Latina se recupera

Los países latinoamericanos registrarán una expansión de 2.2% este año, de acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), que mantuvo su pronóstico de “moderada recuperación” para 2018. Aunque empeoró su estimación de caída para Venezuela. Según la Cepal, este año el mayor dinamismo de la demanda externa aportaría estímulos a la actividad económica de América Latina y el Caribe, junto a un esperado incremento de la demanda interna. Al igual que en años anteriores, el crecimiento mostrará dinámicas heterogéneas entre países y subregiones. América del Sur crecerá en promedio un 2% (frente al 0.8% del 2017), como resultado del mayor dinamismo de Brasil, que crecerá 2.2%. Varios países que crecían a tasas moderadas registrarán en el 2018 una aceleración, entre ellos Chile (3.3%), Colombia (2.6%) y Perú (3.5%).

CEAM será jurado en concurso

El Centro de Altos Estudios de la Moda (CEAM) fue seleccionado como el único representante del Perú para participar como jurado en la competencia Arts of Fashion Foundation, uno de los concursos de moda más importantes del mundo. Constituido en el 2002, Arts Of Fashion Foundation de San Francisco busca promover a jóvenes talentos de la moda. Por 16 años, el evento ha invitado a estudiantes de escuelas de moda del mundo para que se animen a mostrar sus creaciones. La competencia internacional, que se celebra cada año, recibirá alrededor de 340 trabajos provenientes de más de 32 países.

Crece el uso de taxi por aplicativo

Pedir un taxi por aplicativo móvil se ha vuelto una costumbre para miles de peruanos. Un sondeo, realizado en Lima por la empresa Easy Taxi, reveló que un 21% de los usuarios afirmaron que utiliza el servicio de taxi mediante aplicativo móvil todos los días. Asimismo, un 19% de los consultados lo utilizan cinco veces a la semana; y un 32% lo hace tres veces por semana.

Un mall para Santa Clara

El primer mall vecinal Qhatu Plaza abrirá sus puertas en el distrito de Ate. El centro comercial combina lo mejor del retail moderno con el mercado tradicional. Qhatu Plaza se construye sobre 2,500 metros cuadrados y se ubica frente al parque

cívico de Santa Clara. La obra, que demanda una inversión de 12 millones de dólares, contará con áreas de esparcimiento y de estacionamiento. “Qhatu Plaza es un mall vecinal porque está dirigido a los vecinos y se ha diseñado pensando en ellos, en sus costumbres

y en sus necesidades”, señala Karen Lozada, CEO de O-Rec Perú, empresa que administra Qhatu Plaza. Este mall abrirá desde las 7 a.m. hasta a la 10 p.m.; sin embargo, la parte de entendimiento y gastronomía tendrá un horario más extendido.

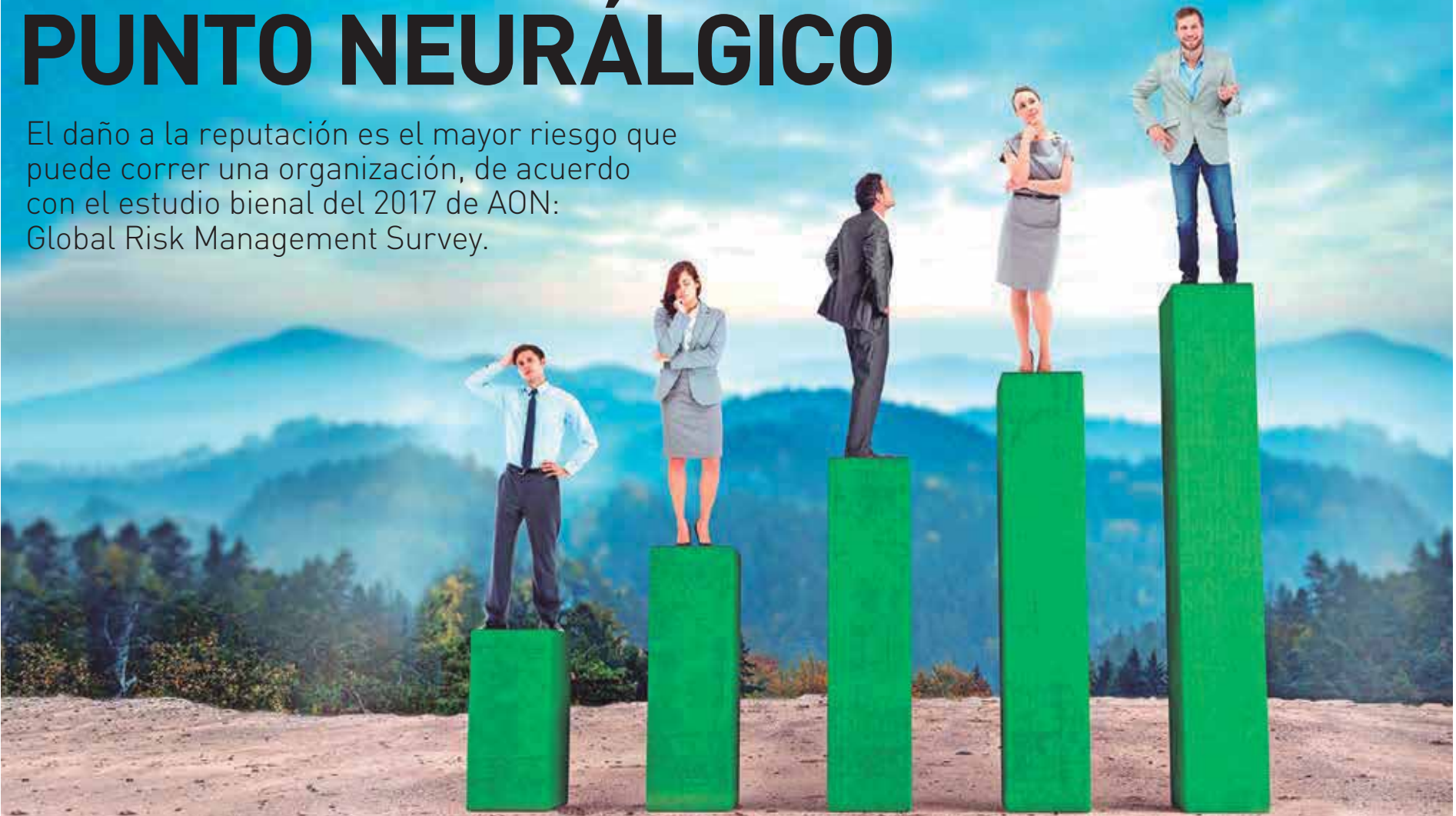


VALIOSO ACTIVO EMPRESARIAL

REPUTACIÓN

PUNTO NEURÁLGICO

El daño a la reputación es el mayor riesgo que puede correr una organización, de acuerdo con el estudio bienal del 2017 de AON: Global Risk Management Survey.



La reputación, el activo principal de la empresa que se construye durante años de buen trabajo, actualmente puede dañarse en pocos minutos.

Los productos defectuosos, las prácticas comerciales engañosas o la corrupción han sido los motivos más habituales de destrucción de reputación y la globalización no ha hecho sino agravarlos, el uso masivo de la tecnología amplió su impacto negativo haciendo a las empresas aún más vulnerables.

Según Villafañe & Asociados, el riesgo reputacional es la posibilidad de que se produzca un comportamiento corporativo incorrecto que afecte negativamente a la satisfacción de las expectativas de sus grupos de interés.

Riesgo reputacional es la posibilidad de que se produzca un comportamiento corporativo incorrecto, que afecte negativamente a la satisfacción de las expectativas de sus grupos de interés, de manera suficientemente grave como para acarrear una respuesta que menoscabe de modo severo la reputación corporativa y, por lo tanto, el valor de la compañía.

Casos puntuales

La petrolera British Petroleum (BP), el 20 de abril del 2010, tras el accidente de la plataforma *Deepwater*, registró un retroceso histórico.

La pérdida atribuible a los accionistas de BP fue de 13,197 millones de euros, lo que supuso pérdidas de 91.29 centavos de dólar por cada título de la petrolera,

Claves

Según Villafañe & Asociados, hay 3 claves en la gestión del riesgo reputacional.

- 1. Un tratamiento singularizado.** Por cada compañía, riesgo y stakeholder.
- 2. Con métricas consistentes.** Basadas en evidencias empíricas, no en opiniones.

obligando a la compañía a suspender el pago de dividendos en los ejercicios siguientes para hacer frente a los grandes costes (24,770 millones de euros).

El caso Volkswagen, un caso de crisis derivado de

- 3. Una gestión equilibrada del riesgo.** Entre una cultura preventiva sustentada en el cumplimiento y una respuesta operativa eficaz.

“Una empresa buena debe poseer dos herramientas de inteligencia de negocio; un cuadro de mando de reputación y un sistema de prevención de riesgos de reputación”.

un comportamiento inusual, es otro ejemplo. El 19 de setiembre de 2015, la Agencia de Protección del Medio Ambiente de Estados Unidos acusó a Volkswagen de falsificar los tests de contaminación de sus vehículos.

LA MAYOR PARTE DE LAS COMPAÑÍAS SONDEADAS POR AON TIENEN UN DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE RIESGOS, PESE A ELLO, LA GESTIÓN DEL RIESGO SIGUE SIENDO INFRAVALORADA.

El conocido caso como *dieseltgate* supuso un impacto financiero sin precedentes para la compañía de automóviles.

Tan solo dos días después del escándalo, la empresa perdió un tercio de su valor (más de 25,000 millones de euros). Al cierre del ejercicio 2015, las pérdidas se cuantificaron en 1,585 millones de euros.

Para Villafañe & Asociados, si un riesgo no ha

podido evitarse, este debe enfrentarse ética y profesionalmente. Y si la reputación es el reconocimiento que los *stakeholders* hacen del comportamiento de una empresa u organización en la satisfacción de sus expectativas, el riesgo reputacional debe entenderse asociado a su conducta cuando éstas no se ven satisfechas.

Mitigación

No obstante, el estudio recalca que la buena reputación no evita las crisis, pero sí mitiga la pérdida de valor.

Así lo demuestra un estudio comparado de 17 crisis que, aunque en todos los casos hay una importante pérdida de valor inicial, el efecto es mayor y más persistente en empresas que partían de una peor reputación corporativa.