

346,666

MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS SE BENEFICIARÁN DE LOS RECURSOS DEL FONDO CRECER, SEGÚN LA CORPORACIÓN FINANCIERA DE DESARROLLO (COFIDE).



Nueve proyectos para este año

El ministro de Energía y Minas, Francisco Ísmodes, informó que este año se iniciaría la construcción de nueve proyectos mineros, valorizados en 14,021 millones de dólares, lo que traerá desarrollo para las diversas regiones del país, gracias a las mejores perspectivas internacionales para esta industria. Explicó que esa proyección se basa en la pronta construcción de Quellaveco, por 4,882 millones de dólares, y la ampliación de Toquepala, por 1,255 millones de dólares.



SUPLEMENTO SEMANAL
DIARIO OFICIAL
DEL BICENTENARIO

El Peruano



Segunda Etapa. Año 5. Edición N° 267
Miércoles 6 de junio de 2018

ECONÓMIKA

NEGOCIOS, INVERSIONES Y FINANZAS

INTELIGENCIA Y VERSATILIDAD

Telefonía móvil: un mercado cada vez más exigente

El gerente general de Motorola para el Perú y Chile, Fernando Sánchez, dijo que este año ingresarán al mercado local 9.8 millones de teléfonos inteligentes, debido a que los consumidores están mejor informados y saben lo que quieren.

una plaza conocedora. La gente sabe lo que quiere y aquello es positivo para Motorola. Esa cualidad hace que el Perú sea un foco en la región para empresas como nosotros. El consumidor peruano es exigente. Por ello, los operadores hacen grandes esfuerzos para ofrecerles acceso y buena conectividad, además de servicios atractivos. En ese punto, nuestra puesta en valor hace sintonía perfecta con el mercado.

Escribe
Rodolfo Ardiles V.

¿Qué es lo que destacaría del mercado peruano de telefonía móvil?

—Algo que llama la atención del Perú es el nivel de información del público consumidor. Se trata de

Adicionalmente, este año entrarán 9.8 millones de teléfonos en la plaza peruana. Esa combinación de un público consumidor exigente y afín a la tecnología, y de propuestas de valor como la nuestra permiten tener un mercado competitivo y con buenos resultados.

CONTINÚA EN LA PÁGINA 2 >>>

ENTREVISTA



EXPANSIÓN. El actual escenario permite que el consumidor mejore su experiencia con los smartphones que tiene, afirmó Fernando Sánchez.

» VIENE DE LA PÁGINA 1

Hacia dónde se dirigen las preferencias del mercado peruano?

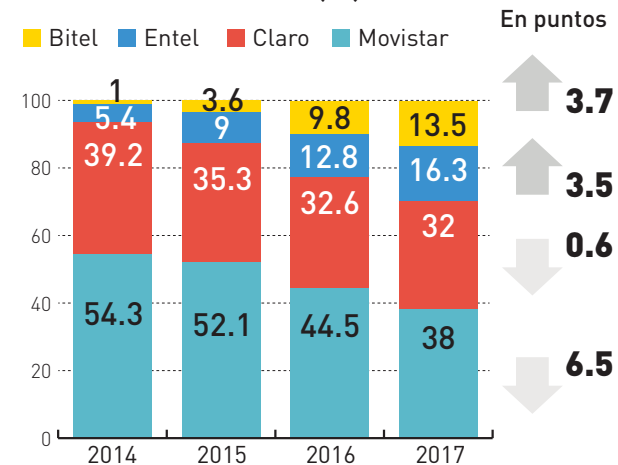
–Al consumidor peruano le interesa sacarles el máximo beneficio a sus equipos y a la tecnología que se le ofrecen.

Por ello, los operadores hacen esfuerzos para que la conectividad con internet y el acceso a los servicios lleguen a un costo que permita que más gente acceda a ello con una velocidad adecuada.

Vemos que los usuarios sacan más provecho a sus equipos, partiendo desde las llamadas y mensajes de texto hasta el uso del WhatsApp, Youtube y redes sociales.

Hoy se fortalece y posiciona con más solidez la presencia de tecnologías como la inteligencia artificial en los teléfonos que llegan al usuario. Reitero que el consumidor peruano, al ser una persona muy enterada de la tecnología, va sacando partido de todas las bondades que empresas como la nuestra

NUEVA ESTRUCTURA DEL MERCADO DE TELEFONÍA MÓVIL (%)



Fuente: Osiptel

El Peruano

le pueden ofrecer y, por su parte, de los servicios que las compañías operadoras ponen a su disposición.

–¿A qué se debe que en el mercado peruano muchas personas tengan más de una línea móvil abierta?

–Eso ocurre en los mercados que se desarrollan en materia de telecomunicaciones. Hay usuarios que tienen una línea dedicada a sus negocios o su trabajo y

EN EL PERÚ HAY MÁS DE 40 MILLONES DE LÍNEAS MÓVILES EN ACTIVIDAD Y LA PENETRACIÓN DE TELEFONÍA ES DE 130 LÍNEAS POR CADA 100 HABITANTES, SEGÚN EL ORGANISMO SUPERVISOR DE LA INVERSIÓN PRIVADA EN TELECOMUNICACIONES (OSIPTEL).



otra destinada al ámbito familiar y amistades. También están los que poseen líneas que usan específicamente para datos. Diría que es una característica propia de plazas en la que los consumidores están creciendo.

–¿Cómo evalúa al Perú como escenario para los que deseen invertir en telecomunicaciones?

–El mercado peruano es muy competitivo. Tenemos

cuatro grandes jugadores y un quinto que quiere surgir. En ese escenario, las ofertas son muy dinámicas, lo que se ha reflejado en la portabilidad, algo muy relevante.

Los consumidores entienden mucho de ello, lo cual hace que los operadores desplieguen un gran esfuerzo para captar clientes. En cuanto a los fabricantes, notamos una oferta muy amplia. El Perú es un mercado de

Datos

- El año pasado, la participación de Motorola en el mercado peruano de terminales móviles fue cercana al 12%.
- Los teléfonos inteligentes tienen una penetración del 50% en el mercado peruano. Eso quiere decir que de toda la base de teléfonos que hay en el país, la mitad ya son smartphones.
- La mitad de los peruanos que tienen un smartphone busca mejorar su experiencia en función del teléfono.

economía abierta, con marcas tradicionales, pero cada día ingresan nuevos actores.

Además, cuenta con servicios de *retail* de gran calidad. Todo ello nos gusta y acomoda, pues estamos acostumbrados a crecer y competir para demostrar que nuestra propuesta de valor es atractiva.

–Los consumidores peruanos hacen más uso de los mecanismos para hacer valer sus quejas acerca del servicio. ¿Qué análisis hace de ello?

– Las quejas y los reclamos bien entendidos alimentan la innovación; en el Perú, los operadores conocen los puntos que afectan a los consumidores.

Como fabricantes también trabajamos para satisfacer esas necesidades. Las quejas son algo natural en un país en el que los usuarios exigen calidad cuando pagan por un servicio.

–¿Las tarifas son competitivas?

–Los operadores hacen grandes esfuerzos para bajar las tarifas y aumentar el paquete de servicios a los usuarios. Hay promociones en las que se puede acceder gratuitamente a ciertos servicios, consumir datos y también se da más espacio de navegación por un menor costo, además de los llamados planes familiares.

Esos esfuerzos orientados a traer mejores precios y servicios a la plaza peruana son bienvenidos. ●

INFORME

COMPETITIVIDAD EN MARCHA

Industria: la locomotora inicia viaje

La compañía internacional Atlas Copco cumple 68 años en el mercado peruano, inmersa en un proceso que la separa de Epiroc, pero que también la concentra en atender las necesidades de un mercado industrial cada vez más exigente y competitivo.

La industria siempre será el sector que determine el desarrollo de un país, y en el Perú, después de muchos años de incertidumbre y vaivenes, la industria empieza a reactivarse y se espera que en los próximos años inicie una etapa de consolidación, impulsada por las últimas tendencias mundiales.

Para el gerente general de Atlas Copco Perú, Vicente Trenado, en el país y en la región andina en general hay una interesante oportunidad de crecimiento constante, especialmente en el plano industrial.

“Ello permite que las grandes empresas diversifiquen sus propuestas y catálogos. Es importante potenciar la industrialización del país para generar más puestos de trabajo y desarrollar la materia prima que se produce como casi en ningún otro país ocurre”, sostuvo el ejecutivo.

Desarrollo evidente

Para el ejecutivo de origen español, el desarrollo de la industria peruana es evidente.

“Hoy tenemos un país cada vez más industrializado, que abre sus puertas a la innovación y a los procesos industriales. Esto hace que muchas empresas se interesen por el Perú y quieran aprovechar estas condiciones para seguir creciendo y desarrollándose”, expresó Trenado.

Destacó de manera específica el crecimiento del

La empresa en el Perú

Atlas Copco se instaló en el Perú hace 68 años. Es la primera compañía de ventas del grupo Atlas Copco en América Latina.

“En el país trabajamos básicamente en dos de las cuatro áreas que operamos; me refiero a compresores y construcción, también conocida como técnicas de energía”, aseveró Trenado.

El gerente general

de Atlas Copco sostuvo que la empresa cuenta con alrededor de 115 trabajadores en todo el territorio.

“Tenemos presencia a escala nacional, con sucursales en el sur, técnicos y vendedores desplazados por todo el país y nuestra facturación asciende aproximadamente a 40 millones de dólares al año”, puntualizó el ejecutivo.

sector agroindustrial, especialmente debido al desarrollo que ha alcanzado la gastronomía.

“La agroindustria es muy potente en el Perú. Hay una serie de productos que han pasado de una producción artesanal, casi tradicional, a una industrialización propiamente dicha, en la que se requieren sistemas neumáticos para su desarrollo y elaboración”, recalzó.

Otro interesante sector destacado por el gerente general de Atlas Copco es la industria textil.

Para Trenado, este sector se muestra muy sólido y cada vez más los empresarios textiles se interesan en el desarrollo de nuevas tecnologías que les permitan ser más eficientes en sus diferentes procesos.

Otra industria con gran potencial de desarrollo en el corto y mediano plazo

Cifras

8%

DE LAS VENTAS totales de Atlas Copco en el mundo se concentra en Sudamérica.

17%

CRECIÓ LA facturación de la empresa en Sudamérica en el 2017 y se espera algo similar este año.

20%

DE CRECIMIENTO anual es el objetivo proyectado por la empresa en el mundo.



en el Perú es la petroquímica o plástico.

“A ella le debemos sumar la metalmeccánica, que continúa siendo fuerte, y la industria farmacéutica. En realidad, el sector industrial en el Perú tiene muchas posibilidades de crecer a gran nivel”, manifestó.

Proceso en auge

De acuerdo con el representante de Atlas Copco, hay avances significativos en el proceso de industrialización en el Perú.

“De actividades artesanales pasamos ahora a procesos mucho más dinámicos, acordes con las exigencias del mundo moderno. Somos testigos del uso de maquinaria más moderna. Los empresarios

EN DICIEMBRE DEL 2017, ATLAS COPCO SE SEPARÓ DE EPIROC. AHORA, LA EMPRESA SE ENFOCA MÁS EN SUS CLIENTES INDUSTRIALES.

peruanos se dedican a mejorar su productividad y ser más competitivos, y la única forma de lograrlo es invirtiendo en la industrialización”, comentó el ejecutivo.

No obstante, Trenado sostuvo que aún falta trabajar en el tema de la sostenibilidad.

“En ese sentido, en el Perú estamos por detrás de otros países en este tema. Afortunadamente, ya estamos viendo un cambio positivo en la adquisición de equipos que mejoran la eficiencia de la producción a un menor costo”, aseveró.

Trenado especificó que es necesario trabajar en temas relacionados con el cuidado de medioambiente, tales como el reciclaje,

el ahorro de consumo de energía, el menor consumo de agua y un menor uso de productos contaminantes.

“Vemos que se genera una mayor conciencia sobre la importancia de trabajar amigablemente con el medioambiente. Además, las normas internacionales obligan a las empresas a implementar programas y procesos ecológicos, y el Perú no puede quedar al margen de ello”, enfatizó.

Entre los objetivos que tiene Atlas Copco en el Perú, destacan la consolidación de su presencia en el mercado industrial y completar el proceso de mudanza a su nueva sede en el distrito de Ate.

“Contamos con una gama de productos que permite que las empresas alcancen sus metas y se vuelvan más competitivas. En este proceso, queremos crecer juntos”, puntualizó el ejecutivo. ●

EN EL 2019 CARRERA SE REALIZARÁ ÍNTEGRAMENTE EN EL PERÚ

DAKAR RALLY DE OPORTUNIDAD

Estar en vitrina siempre es importante para la imagen de un país, no solo para mejorar su posición en el concierto internacional, sino también para apalancar recursos económicos, el turismo, obtener inversiones y registrar entradas de divisas. En esta ocasión, el Perú será la sede íntegra del rally más duro del mundo.

Escribe **Fernando Mac Kee Tueros**

Hay eventos especiales y reconocidos a escala mundial que son motores o catalizadores que promueven la presencia de un país en diversos campos no solo deportivos, sino también culturales, humanos y, por supuesto, económicos.

Uno de ellos es el Rally Dakar, icónica carrera de largo aliento considerada la más dura del mundo y la más mediática.

La carrera, de por sí, es todo un mundillo conformado por millonarios participantes, marcas, pilotos profesionales y *amateurs*, independientes, mecánicos y aventureros que solo quieren participar y sentirse miembros de esta clase aparte de deportistas.

Es un medio con una infraestructura especializada, moderna y costosa con fieles seguidores que se pueden contar por millones en el mundo.

Para el Perú, formar parte del *jet set* automotor es muy importante. Tres veces ya ha sido parte de la justa; hemos tenido tanto la meta como la partida, con una gran parti-

Coordinación

La edición del Rally Dakar 2018 fue para el Perú un evento ambiental y culturalmente responsable.

El trazo de la ruta se hizo en coordinación con el Ministerio del Ambiente (Minam), por medio del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp), el Ministerio de Cultura y otros sec-

tores como Educación, Defensa e Interior, respetando todas las zonas de exclusión, claramente delimitadas por nuestras autoridades competentes.

Cuando concluyó la última etapa del Dakar 2018 en el Perú, se realizaron las verificaciones correspondientes, sin registrarse afectación alguna a nuestro patrimonio cultural.

LOS PAÍSES QUE BUSCAN SER SEDE DE UNA PARTE DE LA CARRERA DEBERÁN INVERTIR 6 MILLONES DE DÓLARES, CIFRA QUE PUEDE VARIAR DE ACUERDO CON EL NÚMERO DE ETAPAS CON QUE SE CUENTE EN SUS TERRITORIOS.

cipación popular que ha sido destacada en medios internacionales.

Afición ancestral

La afición por el automovilismo es de larga data, sobre todo en provincias. Inclusive, se ha

anotado que su fervor e interés es solo comparable con el fútbol por las miles de personas que se agolpan en las rutas.

La idea es aprovechar este interés para apuntalar la imagen país, la Marca Perú y el turismo tanto receptivo como interno; el Dakar lo hace posible, la inversión es rentable.

Ingresos

En las anteriores versiones del Dakar, nuestro país logró ingresos directos e indirectos que fueron desde los 200 millones hasta los 400 millones de dólares.

Solo en la versión 2018 se obtuvieron beneficios por encima

Cifras

9,000
KILÓMETROS FUE

el recorrido que el Rally Dakar tuvo este año entre Perú, Bolivia y Argentina.

525

PARTICIPANTES DE 54 nacionalidades diferentes corrieron en la última edición del rally más duro del mundo.

337

VEHÍCULOS **CORRIERON** en el rally, entre ellos 140 motos, 105 autos y 42 camiones.



DAKAR 2019:
PREVÉ UN IMPACTO ECONÓMICO DE S/ 190 millones

SERÁ ÍNTEGRAMENTE EN PERÚ
se espera mostrar lugares del país como Moquegua y Tacna



CAPACIDAD MULTIPLICADORA EN EL ÁMBITO ECONÓMICO:



Costo de participación - automóviles (en US\$)



- Independiente: **Más de 100,000**
- Piloto de marca: **Más de 1'000,000**
- Inscripción: **30,000**
- Inscripción de un mecánico: **10,000**

IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO E INDIRECTO

Aproximado en el Perú en ediciones pasadas
En millones de dólares



ES

S



unidas y
vidas



Seguridad y policía



Equipo aéreo



Combustible



Servicios sanitarios y médicos

de los 300 millones de dólares. Para el 2019, se espera que estos fluctúen entre los 300 millones y 350 millones de dólares.

Sin embargo, información proveniente de la Amaury Sports Organisation (ASO), uno de los principales organizadores de eventos deportivos en Francia, da cuenta que el Perú podría, en el mejor de los casos, por ser el único país donde se correrá el rally el próximo año, registrar ingresos cercanos a los 600 millones de dólares.

CIFRAS DE EDICIONES ANTERIORES

4.6 millones de espectadores en el 2017

1,200 horas de difusión en televisión en 190 países

4 millones de espectadores en la ruta

1,460 periodistas de 130 medios de comunicación

2 millones de seguidores en redes sociales

16.3 millones de vistas de videos en redes

Los beneficios monetarios están a la vista. A ello se debe sumar la presencia en medios y el incremento futuro del turismo receptivo como consecuencia.

Renuncia

Es importante considerar que Chile renunció a participar en la organización de la carrera debido principalmente a problemas ambientales y económicos.

Por su parte, Argentina lo hizo por cuestiones de financiamiento y cambio de prioridades en el Gobierno Nacional, que apunta a ser sede de una de las carreras que conforman el calendario de la Fórmula 1.

Bolivia también desistió de participar en la organización del Dakar, pues la intención del gobierno altiplánico es promover la diversidad de su territorio y no solo el área desértica.

diversos paisajes y atractivos turísticos, también se logró un destacado impacto económico interno.

Responsabilidad

El Rally Dakar 2019 será un evento ambiental y culturalmente responsable, tal como sucedió a inicios de este año, donde no ocurrió ninguna afectación a nuestro patrimonio cultural, tal como lo refirió el Mincetur.

El director del Rally Dakar, Etienne Lavigne, sostuvo que ante la no participación de Chile y Argentina, el Perú quedó como la única opción, pero de lujo.

“Desde la época de África en Marruecos, Mauritania y Senegal, en los últimos años no teníamos tanto porcentaje de dunas”, precisó.

Lavigne remarcó que la edición 2019 será la más parecida a las africanas, pues prácticamente el 70% de la competencia se realizará sobre arena.

Por su parte, el ministro de Comercio Exterior y Turismo, Roger Valencia, subrayó que el rally, que se correrá del 6 al 17 de enero del próximo año, permitirá que nuestro país tenga una extraordinaria exposición mediática a escala mundial.

“El interés peruano se debe a los buenos resultados de las ediciones anteriores. Hoy, con la totalidad de la prueba en el país, los beneficios podrán multiplicarse”.

Las regiones por donde pasó el Rally Dakar se favorecieron. “Por ejemplo, el movimiento de personas se incrementó, lo cual dinamizó el sector hotelero, así como actividades relacionadas con el transporte, alimentos y bebidas, entre otros sectores”, precisó Valencia. ●

Versión peruana

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), la competencia tendrá un recorrido “en bucle, que empezará y terminará en Lima”; la prueba se disputará íntegramente en el Perú.

Refirió que nuestro país posee una geografía inigualable para albergar la competencia: desiertos y rutas difíciles que serán, definitivamente, del agrado de los pilotos y espectadores.

La entidad ministerial sostuvo que el interés del Perú de formar parte de la competencia respondió a los logros obtenidos a inicios de año con el paso del Rally Dakar por nuestro territorio.

Además de la promoción internacional que obtuvo el Perú mediante la transmisión de secuencias e imágenes sobre

LA MARCA PERÚ FUE VISTA POR MÁS DE 190 MILLONES DE PERSONAS EN 180 PAÍSES GRACIAS A QUE NUESTRO PAÍS FUE LA LARGADA DEL DAKAR.

BENEFICIOS DEL DAKAR PARA EL PERÚ:

Promoción del país

Impacto turístico receptivo e interno

Presencia del país en medios

Cuidado del medio ambiente y bienes culturales

Puntualizar en la necesidad de ser ecorresponsable

Resaltar la seguridad

LA IMPORTANCIA DE LA EMPRESA SOCIAL

Ejecutivos aislados en un mundo dinámico

Las organizaciones enfrentan vacíos de destrezas, cambios en el lugar de trabajo, una fuerza laboral más expresiva y altamente empoderada y un llamado social a la acción.

En medio de la preocupación por la automatización, la necesidad de nuevas habilidades, una fuerza laboral que envejece y el endurecimiento de los mercados laborales, el problema decisivo que enfrentan las empresas es alinear a los ejecutivos de primera línea para centrarse en el papel evolutivo de los negocios en la sociedad.

El informe *Tendencias globales de capital humano 2018*, elaborado por la consultora Deloitte, acuña el surgimiento de la empresa social, o Social Enterprise.

Asimismo, examina las crecientes expectativas de las personas y el ritmo apasionante al que la tecnología moldea las prioridades de capital humano de las organizaciones.

“Dada la complejidad del mundo en que vivimos, cuyos desafíos no son solo económicos o tecnológicos, sino demográficos y sociales, la sociedad en su conjunto pide a los líderes empresariales del sector privado que cumplan con un propósito social”, afirmó la socia de Capital Humano de Perú & Colombia en Deloitte Perú, Alejandra D’Agostino.

Resultados

De acuerdo con el informe, los encuestados peruanos refieren abrumadoramente la necesidad de contar con ejecutivos de primera línea que tengan un enfoque interdisciplinario y basado en equipo para enfrentar problemas complejos, con un 94% que define esta tendencia como importante o muy importante.

Los resultados de las encuestas muestran que las empresas donde los ejecutivos de primera línea colaboran con regularidad tienen un tercio más de posibilidad de crecer un 10% más que



NECESIDAD. Se debe contar con ejecutivos que tengan un enfoque interdisciplinario.

El factor empleados

Abordar la fuerza de trabajo alternativa (contratados, colaboradores, independientes) es el centro de atención de las organizaciones socialmente conscientes.

No obstante ello, solo el 10% dijo que tiene establecido un conjunto de

políticas y prácticas para manejar esta variedad de tipos de trabajadores.

Es fundamental implementar estrategias de mano de obra híbrida porque tendrán un impacto significativo en la marca empleador de una organización.

las empresas cuyo liderazgo opera en silos. No obstante ser tan necesario para avanzar en la empresa, el 70% dice que sus ejecutivos no colabora regularmente.

Ciudadanía

Ejercer una buena ciudadanía debe ser esencial de la identidad y la misión de una organización.

De acuerdo con el estudio de Deloitte, el 89% de

Cifras**4**

DE CADA 10 compañías en Perú creen que la automatización tendrá un impacto mayúsculo en los empleos.

67%

DE LOS líderes de recursos humanos calificaron la inteligencia artificial como importante.

los encuestados peruanos citó esta tendencia como importante o muy importante.

No obstante el vínculo emergente entre el impacto social y el desempeño financiero de las empresas, solo el 21% de los encuestados dice que la ciudadanía es una prioridad en la estrategia corporativa.

El 52% tiene pocos o mal financiados programas de ciudadanía, o no está enfocado en esto en absoluto.

Envejecimiento

Asimismo, el aumento de la expectativa de vida plantea preguntas sobre la duración de las carreras y cómo los trabajadores que envejecen afectarán a las economías y las políticas públicas.

El 56% de las empresas en el Perú no tiene planes ni estrategias para desarrollar la experiencia y un 26% ve la edad avanzada como una desventaja.

Sin embargo, la fuerza de trabajo envejecida es un recurso sin explotar con experiencia y conocimiento que las empresas sociales pueden utilizar a su favor. ●

CURSOS, EVENTOS Y CAPACITACIONES

AGENDA PYME

7 DE JUNIO

Curso

El Programa Avanzado en Estructuración Financiera de Proyectos bajo la Modalidad de Asociaciones Público-Privadas (APP) tiene como objetivo impartir los fundamentos financieros de las APP y herramientas de gestión y evaluación, así como dar a conocer la estructuración financiera de proyectos y asignación de riesgo.

Informes: 219-1616

7 Y 8 DE JUNIO

Curso

En el curso Manejo y Análisis de Datos y Gráficas con Excel encontrará las herramientas necesarias que harán su labor más eficiente y convertirán a Excel en una base de datos en la cual se integrarán los tres componentes fundamentales de esta herramienta en su hoja de cálculo.

Informes: 333-4144

11, 12 Y 13 DE JUNIO

Curso

En el curso Excel Básico 2013 podrá crear cuadros en la hoja de cálculo mediante el ingreso de datos, elaboración de fórmulas y uso de funciones básicas y representar los datos en gráficos, interpretar dichos gráficos. Asimismo, conocerá las principales características de este fundamental programa informático.

Informes: 552-8191

14 Y 15 DE JUNIO

Seminario

El objetivo del seminario taller Costos y Presupuestos en Excel es desarrollar la capacidad de los participantes en el análisis, evaluación y gestión de los costos para gestionar el presupuesto de su empresa. Uno de sus objetivos es comprender los conceptos, herramientas y modelos de análisis necesarios para un buen desempeño.

Informes: 981 351 639

NEGOCIOS

MERCADOS & FINANZAS

Perú y Ecuador suscriben convenio

El ministro de Agricultura y Riego, Gustavo Mostajo, suscribió con su similar de Ecuador, Rubén Flores, un convenio para permitir unir esfuerzos a ambas naciones para enfrentar al Huanglongbing (HLB), la plaga más destructiva de limones, naranjas y mandarinas que viene menoscabando la producción de varios países del mundo. Mostajo resaltó la importancia de establecer alianzas estratégicas

comunes en las áreas fronterizas de ambos países para combatir la plaga y establecer mecanismos de acción ante su presencia o introducción. Con este acuerdo, el Perú espera evitar el ingreso del vector desde Ecuador. Ello se logrará con la participación activa de los gobiernos regionales y locales, gremios privados y grandes productores en defensa de la pequeña y mediana agricultura.



Digemid mantiene ISO 9001

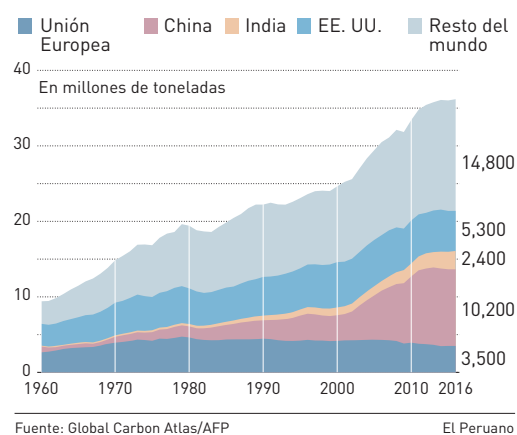
Por undécimo año consecutivo, la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (Digemid) recertificó en la ISO 9001 en su sistema de gestión de la calidad, logrando mejorar los servicios que brinda la institución. La empresa certificadora Icontec Internacional de Colombia realizó una auditoría de seguimiento de certificación y

actualización de la nueva versión de la norma ISO 9001: 2015. La viceministra de Salud Pública, María del Carmen Calle, destacó que la Digemid es una de las direcciones que mejora permanentemente y que ello se ve reflejado en la optimización de sus procesos. Consideró que al ser los medicamentos una parte importante del

cuidado de la salud, los procesos de la Digemid se enfocan en garantizar que la población acceda a productos farmacéuticos seguros y eficaces. Por su parte, la directora general de la Digemid, Enma Córdova, destacó que mantener esta certificación pone en evidencia el esfuerzo y compromiso de la entidad de mejorar la calidad de sus servicios.

LAS EMISIONES DE CO2 EN EL MUNDO

36,200 millones de toneladas en el 2016



CO2 afecta sembríos de arroz

La emisión creciente de dióxido de carbono (CO2) a la atmósfera está haciendo que el arroz pierda parte de su valor nutricional, una consecuencia potencialmente catastrófica para los millones de personas en Asia que tienen a este cereal como parte de su dieta básica. "Demostramos que el calentamiento global, el cambio climático y especialmente los gases de efecto invernadero como el dióxido de carbono pueden afectar el contenido nutricional de las plantas que comemos", afirmó el profesor de epidemiología en la Universidad de Washington, Adam Drewnowski. Agregó que el efecto podría ser devastador en los países consumidores de arroz, donde alrededor del 70% de las calorías y la mayoría de los nutrientes proviene de este producto. Países como Birmania, Laos y Camboya están aún más amenazados.

Compras con pasión futbolera

Con la llegada del Mundial de Fútbol Rusia 2018, los hábitos de compra del consumidor en línea se contagian de la pasión futbolera. En eventos deportivos internacionales, los clientes de Linio eligen los mejores productos para disfrutar de los partidos. Tan solo la venta de televisores aumenta casi un 200% y la búsqueda de la Camiseta Perú creció 93% un día después de haber clasificado. FIFA es la búsqueda más popular en este e-commerce asociado al deporte; en comparación con una semana normal, su crecimiento alcanza el 163% y las ventas del videojuego con ese nombre aumentan en más del 700%.

Shandong desarrollará proyectos

La minera china Shandong Gold Mining Co, cuyo objetivo es convertirse en una de las 10 empresas de oro más importantes del mundo, buscará desarrollar proyectos auríferos en el Perú, informó su presidente, Yumin Chen, en su presentación en el 13° Simposium Internacional del Oro y de la Plata organizado por la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía.

THN abrió su primera tienda

La compañía multimarca Triathlon Sport anunció su expansión bajo un nuevo y único concepto de marca en el país llamado THN, donde se ofrecerán diversos productos urbanos. La primera tienda THN fue inaugurada en el centro comercial

Real Plaza Salaverry con una inversión de aproximadamente 200,000 dólares en un amplio espacio de 120 metros cuadrados; continuará con la apertura en el centro comercial Open Plaza Angamos y Real Plaza Centro Cívico en lo que va del año.

"Estamos seguros de que THN tendrá resultados positivos, pues nos orientamos al público más juvenil con las marcas más importantes del mundo y, sobre todo, una buena experiencia de compra", comentó el gerente comercial de THN, Ricardo Ferrand.



EL CONCEPTO GASTRONÓMICO DE HALFTIME

DEPORTE a la carta

El Mundial de Rusia 2018 ha despertado grandes expectativas y las ansias de emprender nuevos proyectos. Halftime es un restaurante que promete 'golear' en este torneo.



Luis Roble es un fanático de los deportes, especialmente de la lucha libre. Siempre le ha gustado disfrutar sus comidas viendo las peleas o los partidos de fútbol, pero en Lima no es sencillo encontrar el lugar ideal para ello.

Esa idea rondó por su cabeza: crear un restaurante especializado en deportes, un concepto que abarque todo lo que las disciplinas deportivas exigen.

Así nació Halftime, el primer restaurante bar especializado, donde no solo se podrá disfrutar del fútbol, sino también de las peleas y del hockey sobre hielo.

"Debíamos diferenciarlos y no solo en el plano deportivo. Así, en nuestro restaurante bar ofrecemos una carta muy variada, pero además servimos 26 estilos de cerveza que nosotros mismos producimos", detalla.

Además, el restaurante cuenta con una planta de producción de insumos y comida, con los que elabora sus platos sin el uso de alimentos congelados.

"No compramos a las grandes tiendas, trabajamos directamente con los pequeños comerciantes y proveedores. Lo importante de trabajar con ellos es que asumen un nuevo concepto y lo hacen más formalmente cumpliendo con los horarios. Ello nos garantiza la frescura de nuestros productos", asevera.

Y es que nada se desperdicia en Halftime. Todo es reutilizable. "Tratamos de aprovechar al máximo cada insumo que utilizamos".

Riesgo cervecero

A diferencia de lo que se pueda pensar, elaborar su propia cerveza no representa riesgo alguno para Luis.

Por el contrario, el emprendedor asegura que ello le permite ahorrar importantes costos.

"No gastamos, por ejemplo, en logística de transporte. Una empresa grande vende un barril o chop a 700 soles, pero a nosotros producir ese barril, con un mayor valor nutricional, nos cuesta 540 soles", detalla Roble.

Además, Halftime también produce sus propias gaseosas.

"Esto lo hicimos pensando en la inclusión, ya que hay muchos grupos que cuentan

Inversión

En un inicio, la inversión estimada en Halftime fue de 550,000 dólares.

No obstante, la implementación y equipamiento del local, ubicado en Miraflores, así como la demora en los trámites para la obtención de las autorizaciones respectivas, hicieron que esta inversión alcance los 1.3 millones de dólares.

"Contamos con el respaldo de una empresa de acero y debo destacar que Halftime es un proyecto con 100% capital peruano", explica Roble.

El local se abrió al público el 9 de mayo, pero la inauguración está prevista para el mundial.

EL NOMBRE HALFTIME (MEDIO TIEMPO), SE DEBE AL ENTRETIMIENTO QUE HAY LUEGO DE HABERSE JUGADO LA PRIMERA ETAPA DE UN PARTIDO DE FÚTBOL.

con una persona que no bebe cerveza o cualquier otra bebida alcohólica, para ella se elaboran nuestras gaseosas", menciona.

En este punto, Roble sostiene que los sabores de las gaseosas se remontan al abanico de posibilidades que había en la década de 1990.

"Tenemos gaseosas de diversos sabores y colores, pensando justamente en las bebidas que había en el mercado hace casi 20 años", refiere.

Halftime cuenta con 54 personas que trabajan en tres turnos. "Solo en cocina y producción laboran 22 personas, es decir, estamos generando un importante número de empleos", precisa el joven emprendedor.

Así es Halftime, un nuevo concepto que no solo ofrece lo mejor de la gastronomía nacional e internacional, sino que además es el ambiente idóneo para gritar los goles de nuestra selección en el mundial. ●