

# 3,293

MILLONES DE DÓLARES SUMARON LAS INVERSIONES MINERAS ENTRE ENERO Y SETIEMBRE DEL 2018, REPORTÓ LA SOCIEDAD NACIONAL DE MINERÍA, PETRÓLEO Y ENERGÍA (SNMPE).



## La oportunidad de los bonos verdes

Los proyectos de infraestructura que el país necesita constituyen una oportunidad para la colocación de bonos verdes y dinamizar el mercado local, afirmó el gerente general adjunto de negocios de la Bolsa de Valores de Lima (BVL), Miguel Ángel Zapatero. Refirió que la brecha de infraestructura, que se calcula en 160,000 millones de dólares en el país de acuerdo con la Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional (Afin), constituye una oportunidad para la colocación de este tipo de bonos.



SUPLEMENTO SEMANAL  
DIARIO OFICIAL  
DEL BICENTENARIO

**El Peruano**



Segunda Etapa. Año 5. Edición N° 290  
Miércoles 14 de noviembre de 2018

# ECONÓMICA

NEGOCIOS, INVERSIONES Y FINANZAS



ECONOMÍAS FORMAN PARTE DE APEC

## PERÚ Y COREA DEL SUR: EL AUUGE, DE LA INTEGRACIÓN

Las relaciones entre nuestro país y una de las economías más prominentes de Asia van viento en popa. El consejero comercial de la Oficina Comercial del Perú en Seúl (Ocex Seúl), Joan Manuel Barrera, brinda detalles de esta integración que se consolidó con la firma del tratado de libre comercio en el 2011.

Escribe  
**Sonia Dominguez D.**

**¿** **Cómo evolucionan las exportaciones peruanas en Corea del Sur?**

—El año pasado, Corea del Sur fue considerado el cuarto destino de las exportaciones peruanas. En lo que va de este año, ya ocupa el tercer lugar y se espera que al cierre del

2018 se mantenga en esa posición.

Históricamente, este país asiático es un destino importante para el sector pesquero peruano. Sin embargo, desde el año pasado, la agroindustria destaca en igual magnitud con ventas aproximadas de 86 millones de dólares.

Nuestro país es considerado uno de los más importantes socios de Corea

del Sur en América Latina, pues para los inversionistas asiáticos somos la puerta de entrada a América del Sur.

Además, tenemos 55 años de excelentes relaciones diplomáticas y nuestro comercio bilateral supera los 3,000 millones de dólares, con una balanza favorable para nosotros.

CONTINÚA EN LA **PÁGINA 2**



**ENTREVISTA**

**OPORTUNIDAD.**

Corea del Sur es uno de los mercados con mayores perspectivas de desarrollo comercial para el Perú, afirmó el jefe de la Ocxes Seúl.



**EL ACUERDO DE LIBRE COMERCIO (ALC) ENTRE EL PERÚ Y COREA DEL SUR FUE SUSCRITO EL 21 DE MARZO DE 2011 EN LA CIUDAD DE SEÚL.**

(Montaña de siete colores), las Líneas de Nasca y las Dunas de Ica son los principales destinos.

—¿Qué estrategia están implementando para atraer a un mayor número de turistas de ese país?

—Se están firmando alianzas estratégicas con empresas locales que nos permitan promover nuevos destinos peruanos en medios especializados.

El año pasado, junto con la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú), se facilitó la visita de la revista *AB-ROAD* a Lima, Amazonas e Iquitos. Los representantes de la revista pudieron recorrer diferentes destinos turísticos y plasmarlos en artículos publicados en tres ediciones diferentes.

En el curso de este año se hizo lo propio con las revistas de *The Traveler* y *KTX*, las que recorrieron la ruta del Pisco/Vino (Queirolo, Tacama y Tabernerero) y disfrutaron del primer tren nocturno de lujo de América Latina (Belmond Andean Explorer).

Adicionalmente, todos los años el Perú participa con un pabellón informativo en la feria Hana Tour International Travel Show, que recibe más de 80,000 visitantes interesados por descubrir nuevos destinos.

—¿Cuántos viajeros surcoreanos nos visitaron en 2017 y cuántos nos visitarán este año?

—El año pasado, la llegada de surcoreanos al Perú creció 37% con relación a lo registrado en el 2016. En el transcurso del 2018 (con cifras hasta abril), el flujo turístico coreano se incrementó en 38%.

De mantenerse la tendencia, se espera que se registren 40,000 visitantes coreanos para fines de este año.

» VIENE DE LA PÁGINA 1

**¿Qué aceptación tienen los productos peruanos en ese mercado?**

—En los últimos años, los denominados *superfoods* han tenido una gran aceptación en Corea del Sur, tanto que si sumamos las exportaciones de los últimos 24 meses de cacao *nibs* (semilla fraccionada), castañas y sacha inchi, estas superan los 100 millones de dólares.

—¿Se ha dado el caso de que productos peruanos que llegan Corea del Sur se estén redistribuyendo hacia otros países asiáticos?

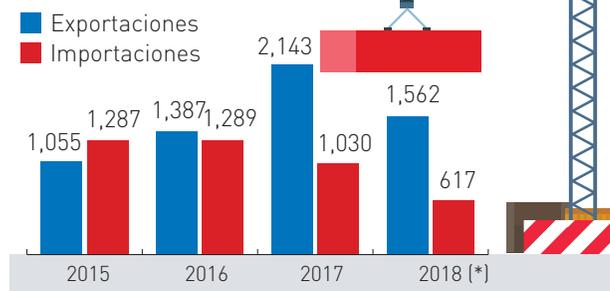
—Hemos recibido demandas de café comercial y mango congelado por parte de grandes y medianas empresas surcoreanas que cuentan con filiales en China o atienden este mercado desde su país.

—¿Qué estrategia implementan para promocionar efectivamente los productos y servicios peruanos?

—La Ocxes Seúl se inauguró en el 2014, con el firme propósito de promover las exportaciones peruanas, atraer a un mayor número de turistas, así

**INTERCAMBIO COMERCIAL PERÚ-COREA DEL SUR**

En millones de dólares



Fuente: Ocxes Seúl

El Peruano

como incentivar las nuevas inversiones coreanas.

Se han identificado los sectores peruanos con mayor potencial comercial en Corea del Sur y tenemos definidas las herramientas de promoción más efectivas para cada sector. En función de ello se ejecutan planes de acción anuales.

—¿Cuál es la presencia de las pequeñas y medianas empresas (pymes) peruanas en Corea del Sur?

—Las empresas exportadoras peruanas de *superfoods* que atienden la demanda surcoreana son principalmente pequeñas y medianas empresas.

Inclusive, algunas de ellas pasaron de pequeñas a me-

**Cifras**

**2,179**  
MILLONES DE dólares suma el intercambio comercial entre Perú y Corea del Sur de enero a julio de 2018.

**100**  
MILLONES DE dólares recibió el Perú de Corea del Sur en materia de cooperación social en los últimos 5 años.

dianas gracias al éxito que obtuvieron en estas transacciones comerciales.

—¿Se hace uso del comercio electrónico para facilitar las exportaciones de bienes y servicios?

—Se ha identificado una empresa surcoreana que importa peluches de alpaca elaborados por pymes peruanas ubicadas en el Cusco y que los vende vía *online*.

—¿Se siguen abriendo más restaurantes peruanos en ese país?

—En Corea del Sur solo tenemos cinco restaurantes peruanos identificados; tres de ellos ubicados en ciudades donde hay bases militares norteamericanas y dos en Seúl. Además, hay pequeños emprendimientos de importación y venta de artesanías.

—¿Cómo está evolucionando el turismo y cuáles son los atractivos turísticos perua-

nos que más les interesan a los surcoreanos?

—El Perú es reconocido por los surcoreanos como un destino exótico, en donde Machu Picchu, Vinicunca



INFORME

MODELOS INNOVADORES EN LA DISTRIBUCIÓN DE MEDICAMENTOS

# La modernización de la salud

Una reforma del Estado debe incluir al sector salud. La Asociación Nacional de Laboratorios Farmacéuticos destaca que se han ahorrado más de 820 millones de soles con los modelos innovadores de adquisición, entre ellos los catálogos electrónicos.

Escribe  
**Rodolfo Ardiles Villamonte**

La eficiencia en la distribución de medicamentos en el Perú es una labor compleja, pero necesaria. Sin embargo, hay herramientas que pueden facilitar este proceso y que deben estar comprendidas en la modernización del Estado, la cual, obviamente, debe incluir al sector salud.

En el caso del mercado de farmacéuticos, la directora ejecutiva de la Asociación Nacional de Laboratorios Farmacéuticos del Perú (Alafarpe), Ángela Flores, afirmó que existen experiencias en Estados Unidos, Chile e inclusive Kenia, en donde se coordinan propuestas para seleccionar y planificar medicamentos.

“Las instituciones públicas suelen sufrir desarticulaciones, pero desde sus plataformas de software se pueden interconectar para saber dónde se necesita y falta y así identificar las brechas existentes en este tema”, manifestó.

Agregó que el caso de Chile es un paradigma para América Latina. “En ese país se invierte un 4.5% del producto bruto interno (PBI) en salud. En el Perú, este tema es enfocado como un gasto, algo que afortunadamente está cambiando y comienza a ser visto como una inversión”.

**Descentralización**

Según la ejecutiva, la centralización de los mecanismos de adquisición está sistematizando los procesos y debería ahorrar tiempo y recursos.

“Por ejemplo, medica-

**Una gran demanda**

De acuerdo con un estudio presentado por Videsa Consultores, a pedido de Alafarpe, el 57% de los asegurados compran medicamentos en boticas y farmacias privadas, demostrando que hay una gran demanda en el país.

Esto ocasiona que el 42% del gasto en salud se destina a cubrir ese déficit.

Cnn base en esos re-

sultados, el gremio de laboratorios farmacéuticos propone contar con un sistema de información único e interinstitucional, que permita la programación de compras a partir de información precisa sobre la demanda de los pacientes, así como la utilización de métodos innovadores de compra que se ajusten al tipo de fármaco (commodities y estratégicos).

mentos con proveedor recurrente o, en algunos casos, con proveedor único, que son caros y difíciles de comprar, no deberían pasar por todo el ciclo para situaciones de compra que tiene la nueva legislación”, precisó.

Flores sugirió revisar la legislación y establecer propuestas de aceleración de los procesos y mecanismos. “Esa sería una primera medida que podríamos adoptar en el Perú. Se podría analizar la ley de contrataciones del Estado”.

Por otro lado, se tiene que establecer una planifi-

**Datos**

- Para la directora ejecutiva de Alafarpe, no es posible que los pacientes de alto riesgo tengan que esperar un promedio de seis meses por sus medicinas y un poco más de eso por sus citas.

- Comentó que es imprescindible que todo el foco de atención de la gestión pública en salud sea el paciente.

- Flores comentó que en el Instituto Nacional de Salud del Niño hay proyectos de telemedicina que permiten un acceso a consulta para áreas como oncología, que se encuentra centralizada en Lima.

cación adecuada a las características de las regiones y a la demanda por localidad, agregó.

“Es importante acelerar el proceso de mapeo, así como una adecuada distribución con los almacenes que serán creados según lo fijado por el Ministerio de Salud”, comentó.

**Almacenes**

La directora ejecutiva de Alafarpe destacó la creación de un almacén central, en donde se aglutinará la mayor cantidad de medicamentos; además de otros almacenes similares en el norte y el centro del país.

“Estos locales deben estar interconectados con las postas y con las zonas más recónditas del Perú, en las que se conoce la carencia de cierto tipo de medicamentos y así evitar las compras rápidas y directas, las cuales resultan ser más caras”, refirió Flores.

En cuanto a la innovación, la representante de Alafarpe precisó que, conforme a cifras de Perú Compras, los modelos innovadores de adquisición, como los catálogos electrónicos, han permitido ahorros por más de 820 millones de soles.

“Las nuevas tecnologías no solo nos ayudan a hacer un sistema más transparente y trazable, sino que además nos ordena en términos económicos. Adicionalmente, este ahorro hace posible que se invierta en pacientes más necesitados”, manifestó Flores.

Por tal motivo, la ejecutiva sostuvo que es imprescindible darle una mayor prioridad al proceso de digitalización.

“Se habla mucho sobre innovación, pero se dice muy poco acerca de la digitalización en materia de salud. Hoy se están abriendo oportunidades en el área de la telemedicina”, puntualizó. ●

**PARA ALAFARPE, LA INDUSTRIA NO SE CENTRA SOLO EN EL SECTOR FARMACÉUTICO. TAMBIÉN INCLUYE AL DE SEGUROS, ENTRE OTROS.**



**DISPOSICIÓN.** Para Alafarpe, hay mucho que hacer para fomentar el diálogo constructivo de los sectores público y privado en materia de salud.

PUNTAL DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES

# TEXTILES

## LLEGÓ LA HORA DE CRECER

APROXIMADAMENTE EL 40% DEL VALOR DECLARADO EN HILADOS Y TEJIDOS IMPORTADOS INGRESA SUBVALUADO AL PERÚ.

El sector textil y confecciones es un puntal en las exportaciones no tradicionales. No obstante, en los últimos años bajó su participación por temas que van desde costos hasta la competencia desleal. Empero, el sector vuelve a tener un futuro promisorio.

Escribe **Fernando Mac Kee Tueros**

### Inteligencia

Otro tema prioritario es reforzar el sistema de inteligencia, desde el concepto de crimen organizado, para combatir el contrabando, subvaluación y piratería, proponiendo además crear un registro de operadores de comercio exterior (importadores y exportadores) como una medida para prevenir los delitos mencionados y el lavado de activos.

El ejemplo colombiano se basa en la imposición de un régimen arancelario mixto a las importaciones de textiles y calzado para combatir la competencia desleal.

Según la SNI, el Perú debería adoptar igual práctica para casos similares a fin de salvaguardar los empleos, la inversión y los ingresos del fisco.

carencia de marcas fuertes en el sector, baja productividad ocasionada por serios problemas de entorno, menor competitividad tributaria, entre otras; que le permita competir de manera eficaz con los países centroamericanos, países de la región, entre ellos Colombia, Ecuador o Brasil, y con los países asiáticos.

### Consecuencias

El sector confecciones y prendas de vestir tiene enorme impacto socioeconómico, pues da mucho empleo generado por micro, pequeñas y medianas empresas (mipyme), cuyo número ha aumentado considerablemente desde el 2009.

El efecto multiplicador de este segmento es relevante, refiere la SNI, dado el número de encadenamientos que posee con otras industrias locales, como la fabricación de fibras, químicos, plásticos.

Por el lado de la comercialización, se vincula estrechamente con las ventas al por menor y por mayor, transporte y comunicaciones y servicios de publicidad.

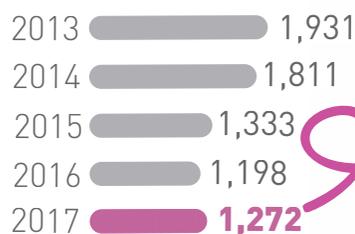
Entre enero y agosto de este año, las exportaciones generaron más de dos millo-

## EXPORTACIONES TEXTILES

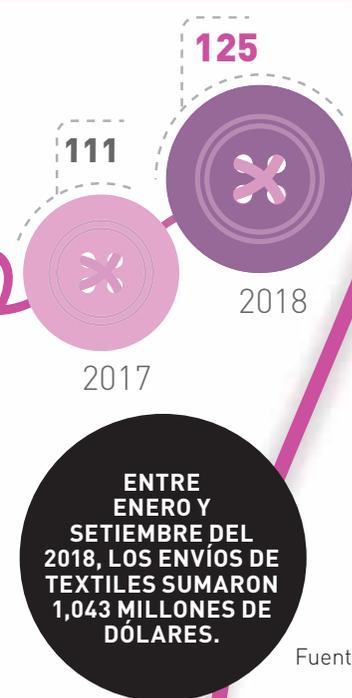


### AGOSTO

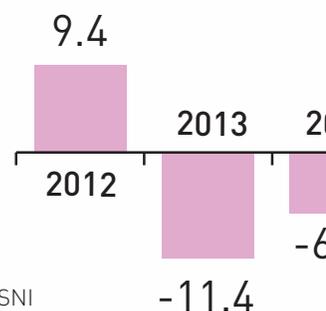
en millones de dólares



Fuente: Sunat



### Variación % de ex



Fuente: SNI



### Producción textil a agosto (%)



### Ene-ago



"La reducción de su participación en el producto bruto interno (PBI) de la industria, al pasar de 10.6% en el 2010 a 7.5% en el 2016, fue consecuencia de su menor actividad productiva", precisó la Sociedad Nacional de Industrias (SNI).

El gremio industrial refiere que recuperar el crecimiento significa superar las barreras que actualmente impiden hacerlo, entre ellos, la competencia desleal, rigidez laboral y regulatoria, la

MIL PUESTO directo genera el confecciones, esto el 8.9

INDUSTRIAS

DE ACUERDO CON LOS GREMIOS, LA IMPORTACIÓN SUBVALUADA DE TEXTILES Y CONFECCIONES CONSTITUIRÍA TAMBIÉN UNA MODALIDAD RECURRENTE EMPLEADA PARA EL LAVADO DE ACTIVOS

LOS PRODUCTOS MÁS DEMANDADOS FUERON T-SHIRTS, PELO FINO DE ALPACA, CAMISAS, CAMISETAS, ENTRE OTROS.

Participación del sector textil en el PBI industrial (%)



Registro de importadores

El presidente de la SNI, Ricardo Márquez, propuso la creación de un registro de importadores, como un mecanismo para combatir la subvaluación y el lavado de activos.

“Es preciso seguir el ejemplo de Colombia, cuyas medidas para frenar la subvaluación fueron respaldadas por la Organización Mundial del Comercio (OMC)”, refirió. No obstante, el sector comenzó a crecer. Así, según el Banco Central de Reserva, el primer bimestre del año cerró con un aumento de 12%, aún lejos de lo acumulado entre 2012 y 2017, de 36.3%.

Márquez resaltó la necesidad de aplicar medidas arancelarias y no arancelarias para enfrentar la llegada de importaciones subvaluadas, como ocurre en Colombia desde el 2016.

75%

DEL MERCADO NACIONAL de confecciones es informal.

EL PRINCIPAL MERCADO DE LAS PRENDAS PERUANAS ES ESTADOS UNIDOS. PERÚ CONCENTRA EL 0.8% DE LAS IMPORTACIONES TEXTILES DE ESTE PAÍS, MIENTRAS QUE CHINA CONCENTRA EL 33.7%

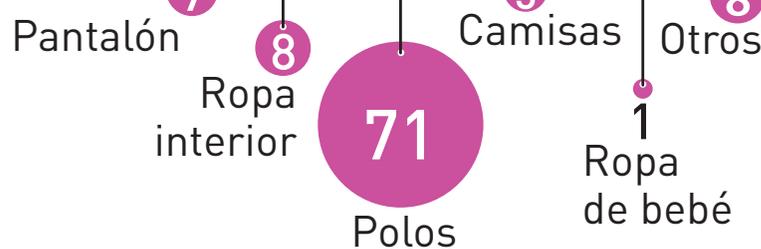
Peso de la industria manufacturera total



Importaciones textiles



Estructura de producción de prendas de vestir (%)



HACE POCOS AÑOS, COLOMBIA FIJÓ NUEVOS ARANCELES AD VALOREM PARA PRODUCTOS IMPORTADOS.

nes de empleos, entre directos, indirectos e inducidos; en cuanto a las confecciones, fue la segunda actividad no tradicional más intensiva en mano de obra, al promover 160,239 puestos de trabajo (incremento de 11,548 puestos), precisó un reciente informe del Centro de Investigación en Economía y Negocios Globales (Cien-Adex).

**Malas prácticas**  
Pero las malas prácticas en el comercio internacional

también repercuten en el sector. Por ello, es primordial la cooperación que se puede recibir del sector privado para frenarlas.

“La asesoría de la SNI a la Aduana Marítima del Callao mediante sus veedores, ha evitado la evasión de 15.4 millones de dólares en la subvaluación de mercancías importadas en el período enero-setiembre de este año”, afirmó el gerente del Comité Textil-Confecciones del gremio, Martín Reaño.

En similar período del 2017, el apoyo del gremio industrial a la Aduana Marítima del Callao también impidió la evasión de 15.1 millones de dólares.

Según Reaño, los malos importadores se dedican a declarar que sus productos tienen un menor valor con la intención de pagar menos aranceles, menos impuesto general a las ventas (IGV) y, por lo tanto, tampoco pagan impuesto a la renta, pues gran parte de lo que ingresan, “haciendo trampa”, lo venden en el mercado informal.

Las consecuencias de estas prácticas son menos impuestos y una industria formal muy afectada, pues no puede competir en igualdad de condiciones con los precios irreales de los subvaluadores, lo que da como resultado final menos empresas formales y un incremento de la informalidad.

“A esto hay que sumar la subvaluación en la importación de prendas de vestir, en la que el problema resulta más grave aún”, comentó el representante gremial.

412

POS de trabajo en el sector textil y confecciones corresponde al 2% de la PEA.

1,200

MILLONES DE dólares totalizaron las exportaciones del sector textil y confecciones el año pasado.

**EL ORIGEN DE LOS EMPRENDIMIENTOS**

# Negocios: identificando las oportunidades

El aprovechamiento de las oportunidades identificadas es la principal motivación entre los emprendedores peruanos al momento de iniciar un negocio. Enseguida se ubica el emprendimiento por necesidad.



Implementar un nuevo negocio, impulsado por el espíritu emprendedor, es una de las principales razones que esgrimen aquellos que deciden incursionar en este mundo.

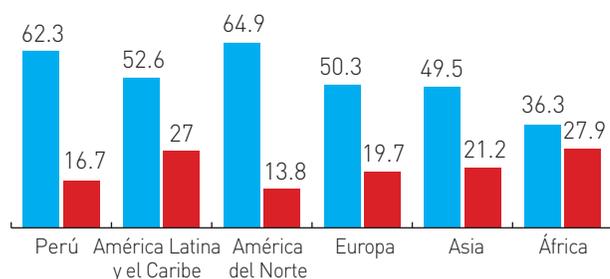
A diferencia de lo que se puede creer, son más las personas que optan por un negocio independiente guiados por su instinto, por su olfato para detectar oportunidades, de comparación con aquellos que lo hacen por una cuestión de supervivencia.

De acuerdo con el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y Esan 2018, el aprovechamiento de oportunidades identificadas es la principal motivación entre los emprendedores peruanos (63%), seguida por el emprendimiento por necesidad (16.7%).

El líder del proyecto GEM

**EMPRENDIMIENTOS EN ETAPA TEMPRANA (TEA) POR OPORTUNIDAD Y NECESIDAD (%)****Motivación para emprender:**

■ Por oportunidad ■ Por necesidad



Fuente: GEM-ESAN

El Peruano

Perú, desarrollado por el Centro de Desarrollo Emprendedor de la Universidad Esan, Jaime Serida, explicó que esta cifra, vista de manera agregada y comparada con otros países, coloca al Perú en el primer puesto en América Latina (3.7%).

A continuación se ubican Panamá con 3.2%; Colombia con 3%; Argentina con 2.5% y Chile con 2.3%. En el ámbito mundial, nuestro país se ubica en el puesto 13 de 54.

**Tipo de oportunidad**

Por su parte, el coordinador e

investigador del equipo GEM Perú, Carlos Guerrero, aseguró que no solo debemos enfocarnos en el motivo que impulsa el emprendimiento, sino también en el tipo de oportunidad que identifican los emprendedores y el negocio que se desarrolla respecto a esta.

“De acuerdo con la experiencia del equipo, la gran mayoría de emprendedores que inician un negocio por oportunidad terminan generando iniciativas tradicionales”, comentó el especialista.

En ese sentido, aseguró que hay dos grandes grupos: aquellos que identifican una muy buena oportunidad de mercado (problema o necesidad insatisfecha), pero la aprovechan desarrollando un negocio tradicional.

“En segundo lugar están quienes identifican oportu-

**Cifras****28%****DE EMPRENDEDORES**

en etapa temprana no espera generar ningún puesto de trabajo adicional al suyo en los próximos cinco años.

**52.8%****DE LOS**

emprendedores espera generar apenas entre uno y cinco empleos en los próximos cinco años.

nidades tradicionales y sobre esa base desarrollan un negocio tradicional”, aseveró Guerrero.

**Innovación**

Otro dato importante que revela el estudio GEM es el relacionado con el índice de innovación de los emprendimientos, basado en la novedad de producto, la intensidad competitiva y el uso intensivo de tecnología, que sitúa al Perú en la posición 43 de los 54 países participantes.

El Perú tiene 17.5%; mientras que América Latina y el Caribe poseen un 22.9%; América del Norte un 39.6%; Europa se ubica con 28.7%; Asia y Oceanía con 25.4% y África con 23.6%.

En este índice, en América Latina, el Perú ocupa el puesto 6 de 11.

En primer lugar se encuentra Chile con 54%; seguido por México con 31.7%; Guatemala con 29.5%; Uruguay con 26.2%; Puerto Rico con 25.2%; Perú con 17.8%; Ecuador con 16.5%; Colombia con 14.9%; Argentina con 14%; Brasil con 13.9% y Panamá con 8.5%. ●

CURSOS, EVENTOS Y CAPACITACIONES

**AGENDA PYME**

15 DE NOVIEMBRE

**Conferencia**

El seminario Cómo obtener financiamiento a través del Mercado de Valores tiene por principal objetivo difundir las nuevas alternativas de financiamiento mediante el Mercado de Valores. Está dirigido a empresas industriales, empresas exportadoras y público interesado.

**Informes:** 6183333

Extensión 4306

16 DE NOVIEMBRE

**Exposición**

La primera Expo Venta Lima 2018 tiene por meta dar a conocer la oferta de las empresas del grupo de trabajo sectoriales de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) en los sectores alimentos y bebidas, textil, accesorios de moda, salud y turismo. El ingreso será gratuito.

**Informes:** 463-3434

Anexo 280

20 Y 21 DE NOVIEMBRE

**Congreso**

El principal encuentro de negocios e inversiones inmobiliarias de América Latina regresa al Perú. Expo Real Estate Perú 2018 es un ambiente propicio para que los visitantes conozcan al detalle las ofertas del sector y se evalúen las distintas propuestas en directo con cada empresa para encontrar los mejores proyectos de inversión.

**Informes:** 950 120 165

22 DE NOVIEMBRE

**Conversatorio**

La pasarela, conversatorio y showroom Ser mujer está de moda tiene el propósito de dar a conocer las nuevas colecciones primavera/verano de marcas peruanas, lideradas por mujeres. Generar un entorno empresarial y de cooperación entre los diseñadores, empresarios, funcionarios del Estado y privados y consultores.

**Informes:** 618-3333.

NEGOCIOS

MERCADOS & FINANZAS

'Matías' en semifinal de concurso

En la quinta edición del concurso internacional Una idea para cambiar la historia, de History Channel, un proyecto peruano se encuentra entre los semifinalistas.

Se trata del módulo de vivienda temporal denominado 'Matías', el cual permitirá atender de forma adecuada a las familias de las zonas más vulnerables a los desastres naturales.

El Programa Innóvate Perú, del Ministerio de la Producción (Produce), cofinanció y apoyó técnicamente el primer prototipo de esta vivienda, que compite con otros emprendimientos de México, Colombia, Guatemala, Argentina y Ecuador.

Para que el proyecto siga en competencia, se debe ingresar a <https://unaidea.tuhistory.com/votar/MATIAS> y votar por él. Hay plazo hasta el 27 de noviembre.



Pandero Inmuebles en Arequipa

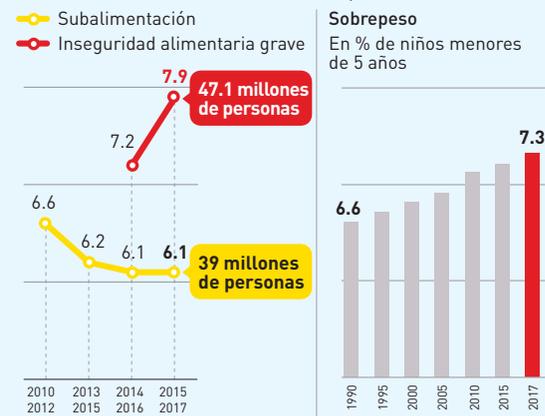
Con el fin de cubrir la demanda insatisfecha de viviendas con financiamiento confiable y de bajo costo, Pandero Inmuebles inició operaciones comerciales en Arequipa.

El gerente central de Comercialización de Pandero, César Antúnez de Mayolo, resaltó que se trata de la primera provincia donde opera Pandero Inmuebles.

Manifestó que de enero a setiembre de este año, la unidad de negocios Pandero Inmuebles logró colocar 500 certificados para la adquisición o remodelación de viviendas por un valor de 15 millones de dólares. Al cierre del 2018, la empresa ha proyectado vender alrededor de 660 certificados, que representarán aproximadamente 19

millones de dólares. "Pandero Inmuebles ha registrado desempeños interesantes y tenemos muchas expectativas en este producto", aseveró el ejecutivo. Actualmente, la unidad de negocios Pandero Inmuebles cuenta con una fuerza de ventas de 60 personas, de las cuales seis se encuentran en Arequipa.

LA SEGURIDAD ALIMENTARIA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (% de la población)



Fuentes: ONU, AFP

El Peruano

Hambre y obesidad en región

Lejos de reducirse, el hambre y la obesidad aumentan en América Latina, en particular en Venezuela, Argentina y Bolivia. En el 2017 había 39.3 millones de personas subalimentadas y otras 3.6 millones se incorporaron a la epidemia de la obesidad, alertó Naciones Unidas. El 7.9% de la población de la región se encuentra en inseguridad alimentaria grave, lo que significa 47.1 millones de personas, casi cinco millones más que en el trienio anterior, alerta el informe, de las cuales 29 millones están en Sudamérica. Mientras tanto, la "epidemia" de la obesidad sigue imparable: 104.7 millones de adultos en la región son obesos, casi un cuarto de la población. Los más pobres son las principales víctimas tanto de la malnutrición como de la obesidad, en particular las mujeres, los indígenas, los afrodescendientes y las poblaciones rurales.

Celulares Philips en el Perú en 2019

El próximo año ingresarán a competir en el mercado de celulares los terminales Philips, con el objetivo de ocupar el 5% del market share para el primer año, informó Alonso Mendoza, gerente comercial de Technology Envision, empresa responsable de la operación de televisores Philips en el Perú. La marca holandesa planea ingresar al mercado peruano con equipos de gama media y alta. "Los celulares llegarán para la campaña del Día de la Madre. En un primer año de comercialización, buscamos alcanzar el 5% del mercado, teniendo en cuenta la competencia en precio y calidad", precisó.

Primera obra por impuestos de agua

El Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento y la Municipalidad de Motupe firmaron un convenio de cooperación para la evaluación y ejecución del proyecto Mejoramiento y ampliación del servicio de agua potable y saneamiento del CP de Palo Blanco en Motupe, mediante Obras por Impuestos. Esta será la primera obra de este tipo en la región Lambayeque.

Se realizó Cyber Wow en el Perú

El Interactive Advertising Bureau Perú (IAB Perú), principal organismo a escala mundial que representa a la industria online y 50 de los principales operadores del país, organizó una nueva edición del Cyber Wow, el cual busca consolidarse como la principal

herramienta que promueva y dinamice el comercio electrónico en el Perú. La presidenta del comité organizador de la segunda edición del Cyber Wow, Marcela Urteaga, manifestó que desde el IAB Perú se buscó que este evento se convierta en la principal herramienta de

promoción del eCommerce en el país. "Para ello, integramos la mayor cantidad de comercios posibles que, con el respaldo de IAB Perú y el Cyber Wow, brindaron confianza a los peruanos de una compra segura con eCommerce seguro", anotó.





## Perspectivas 2019

Víctor Hugo Montalvo sabe muy bien a dónde quiere llegar. Sus perspectivas y metas van más allá de abrir nuevos locales, tanto de salones de belleza como de institutos.

“Si bien hemos proyectado abrir 10 nuevas sedes del instituto el próximo año, lo que buscamos es formar verdaderos profesionales de la belleza en el país. Esperamos que a fines del 2019, hayamos formado a unos 10,000 profesionales en todo el país”, comentó el empresario.

Para Montalvo, la formación de estos nuevos especialistas le permitirá expandirse hacia nuevos mercados en el sur y el norte de la región.

## EMPREDIMIENTO EN EL MUNDO DE LAS PELUQUERÍAS

# DESTINO DE TIJERAS

No sorprende ver salones de belleza abiertos en casi toda Lima, aunque muchos no cuenten con profesionales capacitados, algo que Víctor Hugo Montalvo quiere cambiar.

**H**ace 23 años, Víctor Montalvo tomó una de las decisiones más importantes de su vida. Llegado a Lima desde su natal Barranca, buscó desempeñarse en cualquier actividad que le permitiera surgir.

Así, Víctor empezó vendiendo plásticos. No lo hacía mal. Por el contrario, este pequeño negocio le permitió hacerse de un capital que luego invertiría en lo que sería la empresa de su vida.

“Vengo de una familia dedicada al trabajo del campo, pero a mí no me gustaba. Yo buscaba una alternativa. En Lima, comencé a trabajar como ambulante, pero por esas casualidades de la vida, lo hacía frente a una peluquería, en un momento en el que los salones de belleza, caracterizados por atender exclusivamente al público femenino, comenzaron a mirar al segmento masculino”, detalló.

### Visión

El dinamismo del sector belleza, así como las falencias

administrativas de la peluquería, llamaron la atención del joven emprendedor, que decide dejar el negocio de los plásticos para dedicarse al mercado de las tijeras, los tintes y los peinados.

“Le pedí al dueño de la peluquería trabajar con él. Lamentablemente, el negocio cerró un año después; pero no me amilané. Intenté una

**EN LIMA HAY ALREDEDOR DE 15,000 SALONES DE BELLEZA QUE EMPLEAN A 70,000 PERSONAS, DE LAS CUALES SOLO EL 30% ESTÁ CAPACITADO PROFESIONALMENTE.**

segunda vez, pero la falta de preparación y manejo de gestión hicieron que el negocio no funcione. Tuve que cerrarlo también”, recordó con cierta nostalgia.

Y a la tercera fue la vencida. Con la experiencia ganada y los nuevos conocimientos adquiridos, Víctor Hugo Montalvo abrió un nuevo salón.

“Tuve la oportunidad de

viajar a Chile para participar en una feria de belleza y allí compré un proyecto que apliqué en el Perú. Mi iniciativa debía tener un nombre y opté por utilizar mi apellido. Así nació la cadena de salones Montalvo”, comentó.

### Instituto

Pero el sueño de Víctor Hugo Montalvo no terminó allí.

Consciente del poco profesionalismo en la industria de la moda y la belleza, este joven emprendedor optó por abrir una cadena de institutos de enseñanza superior.

Así, en el 2011 nace el Instituto Montalvo, que ya cuenta con 13 sedes en el ámbito nacional.

Este centro de enseñanza de la belleza cuenta con sedes en los distritos de Comas, Los Olivos, Lima, San Juan de Lurigancho, Villa El Salvador, Chorrillos, San Miguel y Magdalena.

En provincias, tiene presencia en Piura, Chiclayo, Trujillo, Arequipa y, próximamente, abrirá un nuevo local en el Cusco.

“Queremos que la educación técnica que necesita el país se fortalezca y sea más competitiva. El sector de la belleza viene creciendo, pero lo hace empíricamente. Hay más salones de belleza que antes, pero con personal no tan calificado. Pretendemos cambiar esa imagen y convertir a esta actividad en una de las más importantes del país”, aseveró. ●