



HACIA UN NUEVO PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO NACIONAL

Waldo Mendoza

Es imposible dar un salto en el crecimiento económico sin nuevos motores

José Luis Chicoma

Vacunas ayudarán al crecimiento económico

Ricardo Karbage

Productividad en la nueva colaboración a distancia

Claudia Cornejo

Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo

Javier Gamboa

Inversión de la CTS en productos financieros líquidos de instituciones sólidas

Enrique Louffat

Diseño de Estructuras Organizacionales por Procesos

En plena convulsión económica y social, producto del Covid-19 y de la emergencia sanitaria, este año las políticas y planes de nuestra visión país, cumplen su plazo. Queda evaluar cuántos de ellas se han cumplido en nuestro territorio y establecer nuevas metas.



IMI

Medición
de la Innovación
Organizacional

ÍNDICE DE MADUREZ
DE LA INNOVACIÓN

imi.upc.edu.pe



PROMHIL



Valorando el Servicio



ESTAMOS
A LA VANGUARDIA EN
PRODUCTOS DE
**CALIDAD
MUNDIAL**

Saludamos a INDECO por
sus **69 AÑOS** de excelente
trayectoria empresarial

AGRADECEMOS EL APOYO DE NUESTROS:

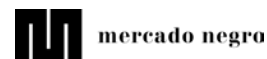
AUSPICIADORES:



ALIADOS ESTRATÉGICOS:



MEDIA PARTNERS:



SUCURSALES

AZÁNGARO: Jr. Azángaro 983 Tienda E-F-I Lima
BELLOTA: Av. Rep. Argentina 327, pabellón P. Int 7-8
LAMPA: Jr. Lampa 1122 Lima
MARSANO: Av. Tomás Marsano 1411 Int.27.Surquillo

PARURO: Jr. Paruro 1132 Int.116. Lima
PARURO 2: Jr. Paruro 1079 Int.113. Lima
NICOLINI: Av. Rep Argentina 215, pabellón S. Int 10-12
MANCO CAPAC: Av. Manco Capac 944. La Victoria

CHICLAYO: Cal. Juan Cugllievan Nro. 1280 Dpto. 101
Cercado De Chiclayo Lambayeque

AREQUIPA: Cal. Virgen Del Pilar Nro. 70 C.C. Don Manuel
(Sec.7 Mz.n Stand 1-2-12-13)

www.promhil.com

Clima tóxico respiran los pulmones del país

Editorial

En lo que va de la pandemia, más de 45,000 empresas tuvieron que cerrar, mientras que más de 235,000 negocios nacieron en esta etapa, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Y cuando parecía que la pesadilla de la pandemia llegaba a su fin, con el arribo al país de millones de vacunas contra el Covid-19, un nuevo escenario lúgubre ha tenido el panorama político. Las idas y vueltas de un proceso electoral que ha significado más que una sorpresa, un trago amargo difícil de digerir.

Y es que, contra todo pronóstico, los dos personajes más controvertidos del proceso electoral, están ahora disputándose el sillón de palacio. Por un lado, Pedro Castillo, de Perú Libre; y por el otro, Keiko Fujimori, por Fuerza Popular. Un escenario que ni el propio Dante Alighieri hubiera imaginado.

En fin, sólo queda pedir a la ciudadanía que acudirá a las urnas en junio próximo, emitir su voto con claro sentido de responsabilidad y respeto a las instituciones del país, así como su apego irrenunciable al sentido democrático que debe primar en el proceso electoral. Este no es un lla-

mado a elegir un bando en especial, solo a sufragar con conciencia y sin apasionamientos políticos.

Hay que dejar de lado, las recetas económicas imposibles, las ideologías recalcitrantes, las promesas trasnochadas, los apetitos por un gobierno del terror social, la corrupción en su máxima expresión. Debemos ser vigilantes de la democracia y de las buenas costumbres. El país necesita seguir creciendo y no vivir todo el tiempo estancado, sin futuro y sin libertad.



A la búsqueda de instituciones fuertes con planeamiento estratégico

Llegó el Bicentenario y en el Perú, en vez de ser un año de celebración y de establecimiento de nuevos retos, nos coge una situación más que difícil. Una pandemia global que ha cobrado la vida a millones de personas en el mundo y dentro de nuestras fronteras, una elección presidencial complicada, que ha polarizado literalmente al país.

El panorama es desalentador en gran medida. Ello, sumado a los protagonistas de la contienda electoral, crea un caldo de cultivo ideal para detonarnos en el rostro. Una convulsión social a cuestas, sombras de corrupción del pasado y un temible rostro maquillado de la violencia popular. Estamos frente a una infame dicotomía. Entre elegir la corrupción o el terror comunista, como dicen los principales líderes políticos y medios de comunicación.

Sin embargo, a pesar de este removido clima de inestabilidad, se nos olvida que precisamente este año, cuando celebramos doscientos años de nuestra independencia, tenemos que renovar nuestra visión de país: el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional.

Y es que dicho instrumento que rige al Perú actualmente, es el Plan Bicentenario: Perú hacia el 2021. Este año, las políticas y los planes cumplen su plazo, por ello se tiene que saber cuánto de ellos se ha cumplido en nuestro país.

En materia de Planeamiento Estratégico, en la parte del Estado, el surgimiento de las Políticas de Estado, estas se establecen a través de un Acuerdo Nacional, escenario donde se trazan rutas de desarrollo para un país de manera concertada, entre diferentes entidades del Estado, entidades privadas, partidos políticos, gremios patronales, religiosos, etc.

En base a la Política de Estado, el CEPPLAN elabora el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional, que tiene una visión a largo plazo y que es aprobado por el Consejo de Ministros o el gobierno de turno. El llamado a rubricar dicho documento será el vencedor de la contienda electoral.

En cuanto a Territorio y Gobierno: Cada gobierno debe respetar las Políticas de Estado y bajo esas políticas deben determinar su Política General de Gobierno y las Políticas Nacionales y de ahí se desprende la Política Sectorial o Multisectorial, que son determinados por un sector o diferentes sectores bajo un mismo objetivo.

Estas políticas sectoriales o multisectorial se ven reflejado en el desarrollo del Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM), también se desprende la Política Regional y este da pie a la creación del Plan de Desarrollo Regional Concertado (PDR). De la Política Regional se desprende la Política Local Provincial y también la

Política Local Distrital cada uno con su Plan de Desarrollo Local concertado.

Mientras por el lado de la Entidad Pública: esta debe definir la política institucional de todos los ministerios o sectores, que se verá reflejado en el Plan Estratégico Institucional (PEI) que tiene un periodo de 3 a 5 años, una vez definido el PEI se desprende el POI. Todas las unidades ejecutoras de cada cartera ministerial deben tener un POI, que aportan al PEI. Luego se dará un seguimiento y evaluación para una mejora continua.

Tal como se aprecia, es todo un engranaje de políticas públicas que se deben mantener si es que deseamos mantener un horizonte de desarrollo y gobernabilidad para el país. Patear el tablero a estas alturas no es una opción viable, y sería muy contraproducente para las intenciones de recuperación económica del país.

Cabe indicar que el Acuerdo Nacional se suscribió en el 2002 y se ha aprobado 31 Políticas de Estado, las cuales han sido agrupadas en cuatro ejes temáticos: Democracia y Estado de derecho; Equidad y justicia social; Competitividad del país y Estado eficiente, transparente y descentralizado.

Estas políticas de Estado constituyen el marco orientador para la definición de los objetivos nacional, las políticas y las metas que debemos alcanzar, además de la articulación de acciones incluidos en el Plan Bicentenario: Perú Hacia el 2021 (Plan aprobado el año 2010 y su vigencia es hasta el 2021).

Los ejes temáticos contienen políticas y el sector educación esta inmerso en la décimo segunda política: "Acceso universal a la educación y promoción de la cultura y deporte" que depende del eje temático "Equidad y justicia social". Esto era hace 10 años y tiene vigencia hasta este año.

Actualmente Ceplan tiene una mirada futura del Perú al 2030 el cual tiene que pasar por un proceso de concertación y diálogo con el nuevo gobierno hacia una sola visión.

Índice

- 5 A la búsqueda de instituciones fuertes con planeamiento estratégico
- 6 José Luis Chicoma, Vacunas ayudarán al crecimiento económico
- 7 Nuevo inicio en busca de la recuperación del Perú
- 8 Waldo Mendoza, Es imposible dar un salto en el crecimiento económico sin nuevos motores
- 9 Créditos a clientes mujeres millennials representan el 53% en el segmento de crédito a microempresa
- 10 Kenneth Bengtsson, Aprovechamiento del factoring en potencial en el sector de las pymes
- 11 Juan Manuel Chávez, Los retos que ha dejado la pandemia para el sector inmobiliario
- 12 Indeco, 69 años de exitosa trayectoria
- 14 Hacía un mejor aprovechamiento del Gas Natural en actividades económicas
- 15 Instituto Peruano de Economía Pobreza 2020: el Perú retrocede 10 años
- 16 Ricardo Karbage, Productividad en la nueva colaboración a distancia
- 17 Elio Sánchez, Jubilaciones anticipadas representaron 63% de retiros por jubilación

- 18 SNMPE, Gobiernos regionales y locales recibieron s/. 40 mil millones por canon y regalías mineras en periodo 2011- 2020
- 19 Ministerio de Energía y Minas, Inversiones mineras en el país sumaron US\$ 943 millones en el primer trimestre
- 20 Agrokasa, Trayectoria de crecimiento y orientado al bienestar y desarrollo para el mundo
- 22 Yuri Fiaschi, Recorridos inteligentes: La clave para fidelizar al cliente en el sector retail
- 23 Aerolíneas se suman a propuesta de Mincetur para reactivar el turismo en el país
- 24 Enrique Louffat, Diseño de Estructuras Organizacionales por Procesos
- 25 Javier Gamboa, Inversión de la CTS en productos financieros líquidos de instituciones sólidas
- 26 Silvana Cárdenas, Estabilidad laboral en tiempos de pandemia
- 27 Gianina Orellana, Una persona invierte cerca de USD 3000 para realizar el famoso turismo de vacunas
- 28 Clínica Delgado, Comprometidos con la salud de los pacientes

- 30 Mincetur, Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo
- 31 Indecopi, Se podrá interponer demandas colectivas que busquen resarcir a consumidores
- 32 Alberto Morisaki, Venta de vehículos electrificados creció 116% en los primeros 4 meses del año
- 33 Internet fijo aumentó 16.9% en primer trimestre por necesidad de conectividad
- 34 #CADEdigital, La inclusión financiera no será posible sin una previa inclusión digital
- 35 Daniel Suárez, La IA permite reducir la dependencia para realizar procesos complejos
- 36 Estrategias
- 37 Limpieza integral para garantizar un retorno laboral con bioseguridad
- 39 Alberto Ferreira, La sociedad tiene nuevos hábitos de limpieza debido a la pandemia.

AÑO XV N° 91- 2021

Director:
Director Periodístico:
Gerencia de Gestión de Negocios:
Redacción:

Elio Huamani
Juan Feliz López
Nelly Barturén
Marita Maguiña Cáceres
Mayra Morales Palomino

Relaciones Publicas :
Jefe de Marketing y Publicidad:
Publicidad:

Lucero Uccapure
Allison Carol Vidal B.
Natalia Aldunate H.
Norma Jara

Diseño gráfico publicitario:
Dpto. Legal:

Marco Ramírez A. / marco.m7c@gmail.com
Dr. Hernán Rondón C.

Es una publicación de:

Editora Grupo Conceptos Perú S.A.C.

Calle Gonzáles Prada 342 of 203 Miraflores Lima 18 Perú

Telf.:(511) 651 2626 Telefax: (511) 651 2631

Dirección en EE.UU.: 3022 Warder ST. NW. Washington DC

Prensa: prensa@revistaeconomia.com / juanfeliz28@yahoo.es

Publicidad: marketing@revistaeconomia.com

Los artículos firmados son de responsabilidad de sus autores. Se autoriza la reproducción total o parcial de la información de esta edición, siempre y cuando se cite la fuente.

Hecho el Depósito Legal N° 2008 - 09483

Panorama

P. 5

Economía



José Luis Chicoma, ministro de la Producción

Vacunas ayudarán al crecimiento económico

Con la llegada del nuevo lote de vacunas a nuestro país no solo se asegura la salud de la población, sino también se lograrán alcanzar las expectativas de crecimiento al cierre del 2021, sostuvo el ministro de la Producción, José Luis Chicoma. Esto ayudará directamente a la reactivación económica del país.

Con el nuevo lote de 395,460 dosis de Pfizer, que se suman a los 2 millones 980,000 vacunas de este laboratorio, el Gobierno continúa recibiendo los lotes correspondientes a los 61 millones de vacunas contratadas de manera transparente y confiable.

“Las vacunas son el motor de la reactivación económica. Cumplir con un plan de vacunación será clave para ello, sobre todo porque más del 70 % de la mype se dedica al sector comercio y servicios, altamente dependiente de la reactivación del consumo. Estas mype representan a más de 4.5 millones de empleos a escala nacional”, aseguró.

El avance de la vacunación permitirá alcanzar las expectativas de crecimiento para el 2021, de 10 %, así como también se apuntalará a la recuperación de la demanda interna (10 %), sobre todo para aquellos sectores dependientes de la reactivación del consumo, como lo son, los grupos de restaurantes y afines, turismo, comercio y servicios, dijo.

Al referirse al proceso de vacunación, el ministro indicó que entre la primera y segunda inoculación se han superado los 2.5 millones de dosis aplicadas contra el covid-19 en todo el país, dando prioridad a los médicos, enfermeras, personal de primera línea de “combate” como la Policía Nacional, Fuerzas Armadas; así también a los adultos mayores de 80 y 70 años, personas con síndrome de Down mayores de 18 años y a los pacientes con tratamiento de hemodiálisis.

José Luis Chicoma señaló que el Gobierno está comprometido con que se cumplan todos los protocolos establecidos en la vacunación. A partir de ahora, el personal de enfermería a cargo del proceso de inmunización tendrá la obligación de mostrar la jeringa con la vacuna antes de colocarla a la población.

Por último, el ministro hizo un llamado a la calma y tranquilidad a la ciudadanía porque todo demuestra que las personas inoculadas en las jornadas de vacunación, en el ámbito nacional, han recibido las dosis adecuadas.

INYECCIÓN DE OPTIMISMO A LA ECONOMÍA

Por su parte, el economista Alberto Morisaki, señaló a la agencia Andina que el incremento del proceso de vacunación contra el coronavirus co-

vid-19, es una inyección de optimismo a la economía, ante la pandemia que el país enfrenta.

“El aumento del proceso de vacunación que está básicamente ligado a la llegada de vacunas, es una inyección de optimismo para el mercado”, destacó Morisaki, quien también es gerente de Estudios Económicos de la Asociación Automotriz del Perú (AAP).

Refirió que el incremento gradual de las personas vacunadas en el país se verá reflejado en un crecimiento del consumo en los sectores de servicios como restaurantes y turismo.

De igual manera, el profesor de Pacífico Business School, Jorge Carrillo Acosta, señaló que el incremento de la población vacunada en el país, impulsará el consumo interno.

“El sector que más se va a favorecer es el sector servicios como el turismo, hoy día mucha gente no hace turismo interno, pero al estar vacunada podrá viajar con más confianza manteniendo los protocolos del caso y por lo tanto, permitirá una mayor reactivación”, indicó.

También consideró que a medida que la vacunación avance, los aforos en los centros comerciales y otros establecimientos se incrementarán, lo cual permitirá que más personas puedan consumir.

Tanto Morisaki como Carrillo destacaron el resultado del crecimiento económico del Perú registrado en marzo de este año, con el avance de 18.21% comparado con el similar mes del 2020, por el mayor número de actividades económicas operando.

“Ahora se ha visto un rebote estadístico fuerte y seguro abril va a venir con un rebote importante, el sector primario y no primario han impulsado este resultado”, dijo Morisaki.

Asimismo, Carrillo sostiene que el mejor resultado de marzo “era un tema previsible” al compararse marzo del 2020 que estaba paralizado en parte por las medidas de la cuarentena para enfrentar la pandemia del covid-19.

Nuevo inicio en busca de la recuperación del Perú

El principal activo de un país son sus ciudadanos pues son los que crean empresas y generan empleos, el Estado por su parte tiene un rol fundamental: establecer un ambiente propicio para el surgimiento y consolidación de iniciativas empresariales a fin de recuperar la economía.

En opinión del presidente de la Asociación de Exportadores (ADEX), Erik Fischer Llanos, la elección del nuevo presidente de la República marcará un nuevo inicio para mejorar nuestra economía, la cual se contrajo 11.12% en el 2020, el peor desempeño en las últimas tres décadas.

“Reactivar la economía es urgente y las exportaciones son la mejor vía. Es importante generar marcos promotores dirigidos a las actividades con mayor potencial, reducir los sobrecostos logísticos y laborales, mejorar la infraestructura en puertos y aeropuertos, e incrementar la red vial de forma longitudinal y transversal”, expresó.

Asimismo, —continuó— eliminar las trabas y la burocracia en las instituciones que están comprometidas con el comercio exterior y dar el soporte financiero a las empresas, especialmente a las pequeñas y microempresas (pymes).

CERRANDO BRECHAS

Hasta inicios del 2019, Perú era el único miembro de la Alianza del Pacífico (AP) que no tenía un Plan Nacional de Competitividad y Productividad (PNCP). Gracias a un esfuerzo público-privado, en julio de ese año fue promulgado mediante D.S. N° 237-2019-EF, con 84 políticas públicas que buscan una intervención gubernamental articulada, eficaz y eficiente. Ese mismo año también vio la luz el Plan Nacional de Infraestructura para la Competitividad (PNIC).

En palabras del director del Centro de Investigación de Economía y Ne-

gocios Globales CIEN-ADEX, Edgar Vásquez Vela, Perú no logra superar las grandes brechas estructurales que influyen en la pérdida continua de la competitividad. “No podemos salir al escenario global de una manera más eficiente y ganar más espacios”, explicó.

Efectivamente, nuestro país sigue retrocediendo en competitividad, principalmente en indicadores como instituciones e infraestructura. Si bien en el 2020 subió tres posiciones —del 55 al 52— en el Ranking Mundial de Competitividad elaborado por el Instituto para el Desarrollo de la Gestión de Suiza (IMD por sus siglas en inglés), en retrospectiva empeoró su calificación dado que en el 2008 ocupó el puesto 35.

Para la economista por la Universidad Complutense de Madrid UCM-España, Milagros Rosario Quispe, Perú requiere cerrar con urgencia la brecha en infraestructura. “A pesar de algunas inversiones importantes en los últimos años, el país enfrenta grandes problemas que generan desigualdad en la población”, dijo.

Señaló que las trabas regulatorias, los trámites burocráticos, la corrupción, la falta de institucionalidad y la crisis por el Covid-19 ralentizaron varios proyectos, por lo que el stock de infraestructura es muy pobre en cantidad y, en varios casos, inadecuada en cuanto a calidad.

“Disminuir esta brecha es fundamental para el crecimiento. Se necesita invertir alrededor de S/ 363 mil 452 millones en 20 años para alcanzar el nivel de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)”, detalló.

AVANCES

El PNCP y PNIC deben confluir y lograr los objetivos trazados: construir una agenda de desarrollo transparente y consensuada que se traduzca en mejoras en la productividad y la com-



petitividad del país, y con ello lograr mejores condiciones de vida para la población.

En febrero último el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) publicó el Informe de avance del PNIC, el cual evalúa los adelantos desde el 28 de julio del 2019 hasta el 31 de diciembre del 2020, periodo en el que se invirtieron S/ 3,730 millones.

Los proyectos de infraestructura con mayor inversión ejecutada se ubican en la Zona Centro 1 que incluyen Lima (provincias), Huánuco, Pasco, Junín y Ucayali (S/ 676 millones), la Zona Centro 2 que involucra a Lima Metropolitana (S/ 1,621 millones) y la Zona Sur 1 que comprende Ica, Huancavelica, Ayacucho, Apurímac, Cusco y Madre de Dios (S/ 777 millones).

COMPARACIÓN

Al hacer un comparativo entre los países de la AP —según el ranking del IMD—, se observa que Perú (52) supera ligeramente a México (53) y Colombia (54), aunque estas tres naciones se ubican muy por debajo de Chile (38).

El vecino del sur tiene desde el 2009 la Política Nacional de Innovación para la Competitividad gracias a la cual es líder en la región, pues priorizó la modificación paulatina de su base productiva (producción y exportación de commodities) hacia otra capaz de crear riqueza y bienestar a partir del conocimiento y talento de las personas (analizar, investigar, diseñar, emprender e innovar).



Waldo Mendoza, ministro de Economía y Finanzas

Es imposible dar un salto en el crecimiento económico sin nuevos motores

El ministro de Economía y Finanzas, Waldo Mendoza, destacó la respuesta macroeconómica de Perú ante la pandemia del covid-19, y que el crecimiento del crédito en plena crisis del covid-19 es expresión del éxito económico peruano.

“La prueba más palpable del éxito económico del Perú es la respuesta de política macroeconómica que mi antecesora, María Antonieta Alva; y el presidente del Banco Central de Reserva, Julio Velarde, pusieron en marcha el año pasado, con 10 % del producto bruto interno (PBI) en créditos con aval estatal”, dijo.

“El ritmo de crecimiento del crédito al sector privado en tiempos normales estaba en 6 % a 7 % anual y (con la respuesta macroeconómica) trepó a 18 % anual, cosa inédita en crisis anteriores”, agregó.

Durante la presentación del libro “BI-Deconomics Perú: oportunidades

para la recuperación y el crecimiento sostenible y resiliente”, Waldo Mendoza sostuvo que el apoyo gubernamental para otorgar créditos y facilidades al sector privado continúan.

“El Gobierno de transición y de emergencia ha reprogramado esos créditos con aval estatal, así que ese elemento del crecimiento notable del crédito al sector privado en plena crisis es una expresión del éxito económico peruano”, afirmó.

NUEVOS MOTORES

Por otra parte, el ministro consideró que es imposible dar un salto en el crecimiento económico del Perú sin la generación de nuevos motores.

“Ya sabemos cómo crecer, mantener la inflación estable y las finanzas públicas sanas, pero hace tiempo estamos con los mismos motores de crecimiento económico y es imposi-

ble dar un salto sin nuevos motores”, señaló.

“Cuando se mira la historia peruana no sabemos si planificadamente, o de casualidad, los nuevos motores de crecimiento económico no han surgido de políticas transversales respecto a la institucionalidad, el capital humano, la educación o la salud”, añadió.

Waldo Mendoza explicó que hay actividades económicas que tuvieron éxito con políticas sectoriales, como los casos de la minería y la agroexportación.

“¿Que teníamos con la minería?, un enorme potencial, piedras por todo el Perú, pero ¿Qué cosa no teníamos?, la seguridad de invertir en la minería. Por lo tanto, a lo que Dios nos ha dado le sumamos políticas públicas, contratos de estabilidad jurídicas, leyes promocionales para la inversión”, dijo.

“Otro ejemplo es la agroexportación, la costa grande que existe en el Perú la tenemos desde siempre y el mercado internacional estaba ahí también. Entonces, a alguien se le ocurrió que a ese enorme potencial de tierras le faltaba algo, y vino una ley favorable para este sector, los tratados de libre comercio, las grandes obras de infraestructura de irrigación y ahí está la agroexportación”, añadió.

“La agroexportación y la minería son ejemplos de políticas sectoriales que han funcionado. Por tanto, ahora decimos, ¿qué hacemos?, ¿escogemos otra vez ganadores, como la minería y la agroexportación, o insistimos con las políticas transversales?”, sostuvo.

El ministro consideró que, con las instituciones se debe hacer como con las políticas sectoriales, porque cuando se hacen transversales se quiere mejorar la justicia y 20 cosas más, pero a las finales no se hace nada.

“Quizás mejor, con las políticas sectoriales, ver cuál es el cuello de botella o lo urgente que habría que solucionar para que este país institucionalmente, camine más o menos bien”, manifestó.

Créditos a clientes mujeres millennials representan el 53% en el segmento de crédito a microempresa

Según el último informe de Experian Perú, “Las mujeres y su impacto en la evolución del crédito”, la deuda en el sistema financiero creció 12.6% de enero del 2020 con relación al mismo mes del 2021. El estudio, que estuvo enfocado en las mujeres, encontró que las millennials tienen gran participación en el crédito del sector empresas y consumo.

Dentro del sector empresarial, tomando como referencia a las clientes mujeres con créditos activos, se observa que las millennials registran mayor concentración en microempresas (53%) y pequeñas empresas (36%). En el sector consumo, el 48% de mujeres son millennials que solicitan crédito para consumo revolviente y no revolviente, mientras que para el crédito hipotecario representan el 39%.

En el estudio se indica que los millennials son aquellos que tienen una edad hasta 40 años. Dicha generación, busca alcanzar el equilibrio entre su vida personal y profesional, son altamente digitales y tienen un fuerte potencial para ser emprendedores.

“El informe demuestra que este tipo de características se cumplen en el Perú, pues según los datos, hay un número considerable de mujeres jóvenes que tienen una visión emprendedora desde una edad muy temprana y que solicitan créditos en el sistema financiero con el objetivo de salir adelante con sus negocios y ser el sustento de su familia”, sostuvo Marcela Pinzón, Middle Office Head de Experian Perú.

Finalmente, se observa que hay una gran proporción de mujeres jóvenes que solicitan créditos de consumo. Ello se debe a que en la nueva coyuntura

el uso de plataformas digitales se ha incrementado y el grupo de usuarios suelen ser los jóvenes.



CRÉDITOS PRE APROBADOS

Las entidades financieras suelen ofrecer créditos pre-aprobados a los usuarios dentro de su radar de acción (generalmente clientes actuales, previos o de otras entidades), los cuales representan un mayor nivel de confianza para las instituciones debido a que estas ya cuentan con ciertos datos clave de dichos usuarios.

De esa forma, las entidades buscan fidelizar a los clientes más confiables, ofreciéndoles tasas menores u otras facilidades de pago. Si bien pareciera que los créditos pre-aprobados no tienen requisitos, luego de solicitarlos se deberá presentar la documentación necesaria (no se requiere completar numerosos documentos, pues la institución ya cuenta con los datos del cliente), la cual deberá ser evaluada para luego pasar a la aprobación final.

A diferencia de otros productos financieros, los créditos pre-aprobados no suelen ser solicitados por el cliente, sino que es el banco el que informa al usuario que tiene un financiamiento disponible. Cabe destacar que a este tipo de préstamos se los suele llamar créditos de consumo fácil porque se otorgan rápidamente, por lo general a través de medios digitales.

En ese contexto, y ante la gran cantidad de alternativas crediticias que existen actualmente, Experian Perú ha lanzado Buscacrédito (www.buscacredito.pe), una innovadora plataforma que alberga a las diferentes ofertas de préstamos personales que existen hoy en día, provenientes de una gran variedad de entidades financieras, desde bancos hasta cajas municipales.



Kenneth Bengtsson, presidente ejecutivo de Efact Aprovechamiento del factoring en potencial en el sector de las pymes

El potencial del crecimiento del financiamiento a través de las facturas (factoring) en el Perú se encuentra en las pequeñas y medianas empresas (pymes), señaló el presidente ejecutivo de Efact, Kenneth Bengtsson.

Refirió que las empresas que acceden al factoring representan menos del 2% de todos los comprobantes que podrían ser negociados en el país y básicamente tienen como adquirientes a las grandes empresas.

“Desarrollar el financiamiento para pequeñas y medianas empresas representa un gran potencial de crecimiento para el mercado del factoring”, afirmó Bengtsson.

Asimismo, enfatizó que las herramientas digitales contribuirán a generar oportunidades para este segmento.

“Los bancos carecen de datos reales sobre la capacidad de pago de las pymes, porque los registros tributarios y facturas que históricamente se han llevado en papel no ofrecen la misma transparencia que los comprobantes electrónicos que, al estar verificados por Sunat, representan información transparente que califica para las evaluaciones de riesgo financiero”, explicó.

Bengtsson refirió que las empresas que acceden al factoring tienen un

perfil crediticio que da tranquilidad a las entidades financieras, pero ahora, por la pandemia del covid-19, se están tomando menos riesgos de antes.

En ese sentido, señaló que las facturas que tienen como adquirientes a las pymes, por el momento, representan un segmento que no está bien atendido por el factoring.

“Porque falta que las pequeñas y medianas empresas aprendan a aprovechar las herramientas digitales, como la facturación electrónica, para organizar su información financiera y facilitar un atractivo perfil de riesgo crediticio”, puntualizó.

PROVEEDORES QUE APROVECHARAN EL FACTORING

SUNAT emitió la Resolución de Superintendencia N° 221- 2020/SUNAT donde establece que a partir del 1 de julio del 2021 será obligatorio para todos los Proveedores de Servicios Electrónicos (PSE) contar con la Certificación ISO/IEC-27001, que acredita a las empresas en el manejo seguro y confidencial de la información.

“A la fecha, de los casi 130 PSE autorizados por SUNAT para brindar el servicio de facturación electrónica, solo el 21% contamos con la Certificación ISO/IEC-27001”, reveló Kenneth Bengtsson, presidente ejecutivo

de Efact, quien opinó que se trata de una medida positiva que ofrece confianza a las empresas sobre el resguardo de su información tributaria.

Bengtsson explicó que la exigencia de la Superintendencia es entendible porque los Proveedores de Servicios Electrónicos trabajan con la emisión y recepción de información muy confidencial, como las facturas de sus clientes. Agregó que las empresas pueden revisar la lista de PSE autorizados con Certificación ISO/IEC-27001 en la web de la SUNAT.

Esta importante certificación será obligatoria para tanto para los PSE que se encuentren en el registro oficial de la superintendencia como para aquellos que requieran obtener la inscripción, informó la SUNAT.

“Acceder a la Certificación ISO/IEC-27001 requiere un exigente proceso que incluye implementación de controles y metodologías, auditorías internas y externas, evaluaciones en el tratamiento de riesgos, todos dirigidos a preservar la seguridad de la información. Establecer los más altos niveles de protección de datos es la mejor forma de profesionalizar el sector de PSE”, dijo el ejecutivo de Efact.

Bengtsson reveló que, desde que implementó el proyecto de masificación de la factura electrónica, SUNAT siempre mostró su intención de exigir la Certificación ISO/IEC-27001 a los PSE, pues emitió en julio de 2015 una primera resolución con este fin, la misma que fue postergando y que entrará definitivamente en vigencia el próximo 1 de julio del presente año.

MODALIDADES DE FACTORING

a) Factoring Con Recurso (FCR)

Si la compañía adquiriente, es decir aquella que debe pagar la factura de su proveedor, no cumple con su obligación, entonces la entidad financiera puede reclamar la deuda a la empresa que emitió el comprobante y recibió el financiamiento.

b) Factoring Sin Recurso (FSR)

En caso la compañía adquiriente no asuma su responsabilidad de cancelar la factura, la empresa de factoring o fondo de inversión no pueden cobrar la deuda al emisor de la factura.

Juan Manuel Chávez, Escritor y Colaborador de OBS Business School

Los retos que ha dejado la pandemia para el sector inmobiliario

Todas las industrias están analizando las dinámicas que se han desprendido desde que comenzó la pandemia. Un año después del inicio de la crisis sanitaria, se presenta el momento preciso para sacar conclusiones acertadas para tomar decisiones estratégicas que permitan a las organizaciones seguir navegando por las “aguas” de la incertidumbre, pero con contextos concretos.

Juan Manuel Chávez, Escritor y Colaborador de OBS Business School, se refirió a los cambios en el sector inmobiliario. Para él, el impacto en Latinoamérica se relaciona -en gran medida- directamente con la migración que hay de las zonas rurales a las grandes ciudades.

“América es el continente con mayor número de población urbana del mundo; es la región, en contraste con otras, donde más se agudizaron las migraciones desde las áreas rurales y el abandono del campo. En tal sentido, la convivencia en situaciones de férreo confinamiento por la pandemia, en las inmensas capitales y sus grandes ciudades, llegó a ser asfixiante de puertas adentro”, explicó Chávez.

Y es que, en las medianas y grandes urbes, el impacto de la pandemia en el sector inmobiliario se evidenció de manera clara con la suspensión de múltiples proyectos de construcción. No obstante, este detenimiento llevó a que los consumidores colocaran su atención en otras ofertas, que no necesariamente incluían el hecho de comprar vivienda nueva. Estas viviendas, que a veces requieren reformas para su habitabilidad, también comienzan a reformar algunos comportamientos con el hecho de ocupar mayores parcelas del mercado.

Para el colaborador de OBS, la pandemia hizo evidente la brecha de desigualdad que azota al continente, ya que mientras están quienes no podían afrontar el pago de su hipoteca o reunir a fin de mes la cantidad para su alquiler, están los que acumularon inmuebles para nuevas residencias o con el objetivo de inversión.

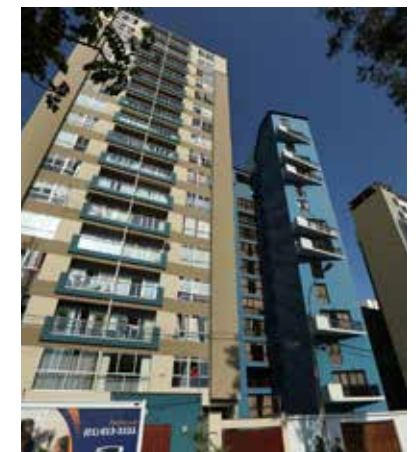
En cuestión de tendencias y retos dentro del sector inmobiliario, el experto asegura que el panorama actual tiende a un relativo estancamiento, producto de una crisis sanitaria, que es imbrica desde lo económico a lo político, sumado a la incertidumbre que se ha instalado en la sociedad.

Por lo tanto, algunos de los retos en los que hay que trabajar de manera detenida, para movilizar de nuevo el sector son diversos. Primero, repensar el tamaño y distribución de las viviendas, al igual que su ubicación y plan urbanístico (con acceso a servicios básicos de alimentación, salud y recreación; incluso, fuera de los grandes de concentración poblacional).

UNA MIRADA MÁS ENFOCADA

Desde la perspectiva inmobiliaria corporativa, el activo más afectado fue el de los centros comerciales. Las restricciones de movilidad decretadas por el Gobierno Nacional, alcaldías y autoridades, fueron un golpe bastante fuerte para el retail.

Sin embargo, el impacto negativo del inicio hizo que gerentes y empresarios se vieran en la necesidad de proponer nuevas alternativas para seguir llegando a sus clientes, esto enfocado al fortalecimiento digital -redes sociales- o la creación de tien-



das virtuales y nuevas estrategias de click and collect.

Es por esto que, como lo menciona Felipe Becerra, CFA. Director de Inteligencia de Mercados e Innovación de la firma inmobiliaria Colliers, “en este segmento se registró un crecimiento significativo en la vacancia de espacios e índices más altos de volatilidad en los precios de renta y venta en todas las ciudades monitoreadas”.

Becerra añadió que la renegociación de contratos para este tipo de activo se convirtió en un aliado fundamental para mantener las vacancias al margen, en especial, cuando se identifica que las condiciones pactadas inicialmente son diferentes a las que está ofreciendo el mercado.

En lo que tiene que ver con el sector industrial, el panorama no fue en su totalidad desolador. Por el contrario, el aumento del comercio electrónico a la hora de adquirir bienes de primera necesidad y tecnológicos, llevó a un nuevo ritmo de abastecimiento a nivel global.

Por su parte, los centros de distribución de los principales retailers vieron aumentar sus stocks y volumen de ventas, lo que les permitió adquirir, provisionalmente o de forma permanente, nuevos espacios de almacenamiento y distribución. Esta misma necesidad de generar eficiencias en la distribución al cliente final ha provocado que las empresas traten de acercarse más a las zonas urbanas a través de bodegas conocidas como última milla.



Indeco

69 años de exitosa trayectoria

Es una empresa peruana líder en la industria del cable, ofreciendo una extensa gama de cables y sistemas de cableados. Sus productos están presentes en los principales proyectos de infraestructura de uso público de electricidad y telecomunicaciones, en construcción civil y en los sectores minero y petrolero.

Indeco es un fabricante peruano de alambres, cables y conductores eléctricos de cobre para los sectores de energía, telecomunicaciones, minería y construcción. Sus productos son sinónimo de calidad y seguridad. Desde hace más de 60 años, la empresa nació con el compromiso de llevar energía a los hogares peruanos.

Su filosofía se basa en el crecimiento y desarrollo permanente del país, suministrando productos de calidad para satisfacer en forma equilibrada los requerimientos de sus clientes, accionistas, proveedores y personal de la empresa, posicionándose, así como líder de la fabricación de ca-

bles y conductores eléctricos y de telecomunicaciones.

Fue fundada en 1952 y con la energía como base de su desarrollo. Casi por llegar a las siete décadas, es líder nacional en la industria del cable, ofreciendo una extensa gama de productos e insumos eléctricos. Verdaderas soluciones seguras, confiables e innovadoras.

Es una empresa industrial responsable basada en el desarrollo sostenible como parte integral de su estrategia global y operativa. Desde el año 2008 INDECO es miembro del grupo fabricante más grande del mundo: Nexans, una compañía de capitales

franceses, pero con un sentimiento profundo por el Perú.

La innovación continua en productos, soluciones y servicios, el desarrollo de los empleados y su compromiso, y la introducción de procesos industriales con limitado impacto ambiental, son algunas de las iniciativas claves que la empresa ha implementado. Es decir, sus productos cumplen un rol importante en la vida de los peruanos.

CALIDAD Y CERTIFICACIÓN

Respecto a su Sistema Integrado de Gestión, Indeco Nexans cuenta en su denominado "Cable ecológico". Y es que debido a su constante preocupación por la seguridad de sus trabajadores y por el respeto al medio ambiente, la empresa sometió su Sistema de Gestión de Seguridad y Medio Ambiente a una auditoría de certificación.

Posee la certificación de sus Sistemas de Seguridad y Medio Ambiente bajo las normas: OHSAS 18001 (Sistema de Seguridad), ISO 14001:2004 (Medio Ambiente). Estas nuevas certificaciones, aunadas a la Certificación ISO 9001:2008, constituyen un pilar muy importante en la gestión de las actividades de la empresa.

Sus actividades se rigen bajo un "Código de Ética y Conducta de Negocios de Nexans" que todo su perso-

nal suscribe y respeta. Este Código refleja sus Principios de Responsabilidad Social Corporativa, por lo cual todas las personas que forman parte de INDECO cumplen a cabalidad con los lineamientos que figuran en este documento, con una conducta y un compromiso alineados con los valores que los inspiran.

Cuenta además con la Certificación OEA a la importación y certificado OEA exportación. Esto contribuye a la facilitación y seguridad del comercio internacional, a través de la implementación de estándares mínimos de seguridad, otorgando beneficios a las empresas en cuanto a la simplificación en sus trámites.

Igualmente, contribuye a que las empresas controlen sus procesos y la trazabilidad de su cadena logística, sirviendo de instrumento de mejora para la competitividad a nivel empre-

HISTORIA

El 19 de mayo de 1952 los ingenieros peruanos Jorge Cánepa Campodónico y Alejandro Tabini Fernández Dávila fundaron Industrias del Cobre Sociedad Anónima (INDECO S.A.), empresa constituida bajo las leyes peruanas con la finalidad inicial de fabricar cables eléctricos para la construcción.

1994

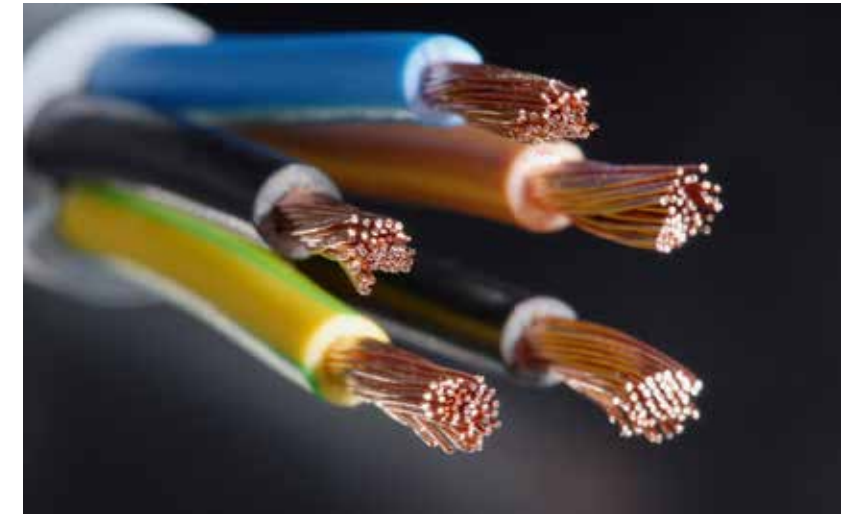
El Grupo Milpo concreta un acuerdo de fusión de todas sus empresas vinculadas a esta rama industrial con las pertenecientes al Grupo Madeco en el Perú (representadas principalmente por Triple C), dando origen a una nueva empresa con la misma razón social pero con mayor solidez financiera y respaldada tecnológicamente por el más importante fabricante de cables en esta parte del continente que cuenta con importantes inversiones en Chile, Argentina y Brasil.

1996

Indeco S.A. en asociación estratégica con Ceper S. A. constituyen Cobrecon S.A. empresa dedicada a la elaboración de alambres de cobre para consumo nacional y de exportación. Cobrecon provee el 100 % del alambre de cobre requerido por Indeco, ayudando a la mejora de la productividad, gracias a la mejor calidad del producto que se elabora por el proceso de colada continua

1997

La empresa culmina con el proceso de consolidación post fusión y concentra-



sa y país; fomentando la responsabilidad en la seguridad de las operaciones de comercio exterior.

Permite a la Administración Aduanera, gestionar el riesgo maximizando

sus esfuerzos en operadores y operaciones de "alto riesgo". Fortalece la relación del sector privado con la Administración Aduanera, constituyendo un aliado contra la criminalidad.

ción de actividades, con la reubicación de equipos, la nacionalización de procesos y la aplicación de reformas internas, dirigidas a obtener importantes reducciones de costos, que le permiten enfrentar con mayor optimismo el futuro

1998

Madeco S.A. adquiere la participación de Compañía Minera Milpo en Invercob, asumiendo íntegramente el control del holding, accionista principal de Indeco.

Indeco S.A. como resultado de 47 años de liderazgo, trabajando de manera exigente y calificada, con el único fin de satisfacer los exigentes requerimientos del mercado, obtiene la certificación ISO 9002, a cargo de UNDERWRITERS LABORATORIES INC. (UL), líder mundial en el desarrollo de normas de producción para cables y certificación de sistemas de calidad

2000

Indeco S.A. e Invercob S.A. (Holding propietario de las acciones de Indeco) se fusionan con el propósito de buscar el fortalecimiento financiero y patrimonial, incrementando el valor de las inversiones de los accionistas mediante la eficiencia en el gasto y distribución de recursos.

2001

Indeco se fusiona con PIVSA, incorporando dentro de sus actividades la manufactura de sulfatos. Apertura de la primera tienda descentralizada de cables en la ciudad de Arequipa.

2002

Indeco S.A. cumple sus primeros 50 años de vida institucional. Inauguración de la nueva línea catenaria, primera y única planta en el Perú, para la fabricación de cables de alta tensión y minería de polietileno reticulado. Indeco se coloca en primer lugar en tecnología y producción para estas aplicaciones.

2005

INDECO adquirió un terreno aledaño con un área de 2000 m². Esto permitió reordenar la planta. Se inició la producción de un producto de categoría superior, el Alambre Esmaltado 200°, lo que permitió satisfacer los requerimientos de nuestros clientes.

2008

MADECO líder regional en la fabricación de conductores eléctricos, vendió todas sus operaciones de cables a la firma Nexans de Francia, el grupo corporativo de empresas fabricantes de cables más grande del mundo. Récord de ventas de cables en el mercado nacional.

2010

Inversión de USD. 3.5 millones en ampliación de la capacidad industrial y en la modernización de equipos de producción. Record de ventas de cables en el mercado nacional.

Hacia un mejor aprovechamiento del Gas Natural en actividades económicas

Con el fin de optimizar el uso de gas natural y darle un mejor aprovechamiento en las actividades económicas, el Poder Ejecutivo aprobó la creación del Gestor de Gas Natural e implementó modificaciones al Reglamento del Mercado Secundario de ese recurso, lo cual generará más competitividad en el sector y beneficiará a los usuarios.

Mediante el Decreto Supremo N° 012-2021-EM, se establece que el Gestor de Gas Natural tendrá como función principal la gestión de las compras y transferencias realizadas por los operadores en el mercado de gas natural, para optimizar los recursos y costos de dicho hidrocarburo.

De esta manera, se podrá estimar la disponibilidad de gas natural y atender la demanda de otros consumidores demandantes que requieran de dicho recurso energético para el desarrollo de sus operaciones, específicamente en lo relacionado a la industria, comercio, transporte y uso residencial.

Con este mecanismo, se busca tener un mayor aprovechamiento del gas natural y utilizar aquella producción contratada pero no utilizada por las empresas que cuentan con capacidad disponible, implementando para ello una plataforma electrónica que registre la disponibilidad de los volúmenes de gas y la capacidad de transporte por ductos.

Asimismo, el Ejecutivo modificó el Reglamento del Mercado Secundario de Gas Natural para implementar el Mercado electrónico de las subastas de transferencias de volumen y/o capacidad de transporte de gas natural (MECAP), que permitirá asignar volúmenes excedentes de ese recurso a otros usuarios que lo demanden.

Para estas operaciones, el administrador del MECAP publicará diariamente la información de las transacciones realizadas, y el precio máximo de venta de los excedentes de gas natural será la tarifa regulada por Osinergmin, priorizando la atención de los concesionarios de gas natural para consumidores residenciales, comerciales y de GNV.

De manera temporal, las tareas del Gestor de Gas Natural estarán a cargo de la Dirección General de Hidrocarburos (DGH) del Ministerio de Energía y Minas (Minem), en tanto se implementa la transferencia de sus funciones a una entidad de naturaleza privada y reconocida solvencia técnica, conforme al procedimiento que se establezca.

MASIFICACIÓN DEL GAS NATURAL

Igualmente, tras la emisión del Decreto Supremo N°008-2021-EM, que contiene la modificación del Reglamento de Distribución de Gas Natural por Red de Ductos, a través del cual se busca que millones de peruanos cuenten con dicho recurso energético en sus hogares, mejorando su calidad de vida y su economía familiar.

Este nuevo marco normativo busca agilizar la llegada del gas natural domiciliario a nivel nacional, brindando facilidades para que más familias cuenten con energía limpia, económica y eficiente, obteniendo un importante ahorro dado que el precio del gas natural es menor a otros energéticos, como el GLP o la electricidad.

Entre las modificaciones realizadas, se establece la reducción del plazo para acceder al servicio de 45 a 25 días para los usuarios del sector residencial y, se promueve la ampliación



de redes de distribución haciendo uso de recursos del Fondo de Inclusión Social Energético (FISE), de cara a llevar el servicio a más hogares y extenderlo en varias regiones.

La normativa también abre la posibilidad a que las familias usuarias accedan a financiamiento para costear la conversión o adquirir equipos alimentados con gas natural para su uso doméstico, como la cocina, terna, secadora de ropa, accediendo a un mayor ahorro en tanto cuenta con más puntos de conexión en el domicilio.

Asimismo, con la finalidad de brindar una mejor calidad y atención de este servicio público al sector residencial, se establece la simplificación de los recibos de facturación para una mejor lectura del consumo, se reducen los tiempos de atención de reclamos y se establecen mecanismos para denunciar eventuales incumplimientos contractuales.

Por su parte, Osinergmin, como ente regulador y supervisor, tendrá a su cargo la aprobación del contrato de suministro, con el fin de dar celeridad a este proceso y mejorar la atención de solicitudes, tango de hogares como de asociaciones, asentamientos humanos, entre otros.

Finalmente, se establece mayor celeridad para otorgar concesiones de distribución de gas natural, que se realizarán mediante una resolución ministerial y a través de este mecanismo se aprobará el respectivo Contrato y se designará al funcionario que debe intervenir en su celebración, estableciéndose además un plazo para su emisión.

Instituto Peruano de Economía Pobreza 2020: el Perú retrocede 10 años

Según ámbitos geográficos, el incremento de la pobreza fue mayor en áreas urbanas. En Lima metropolitana y el Callao, la pobreza casi se duplicó.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) ha publicado las cifras de pobreza monetaria del año 2020, así como las bases de datos de la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho). De acuerdo con el INEI, la pobreza monetaria se incrementó de 20.2% de la población en 2019 a 30.1% en 2020. Este nivel representa un retroceso de diez años, al ser similar a la incidencia de pobreza observada en el año 2010 (30.8%).

Entre el 2016 y 2019 los niveles de pobreza fueron muy similares; sin embargo, los resultados actuales señalan una interrupción en la reducción de la pobreza en el país. Asimismo, en el caso de la pobreza extrema, esta se incrementó de 2.9% en 2019 a 5.1% en 2020. Con ello, se observan cifras similares a las del 2013, cuando la pobreza extrema fue de 4.7%.

POBREZA SEGÚN REGIONES

Según ámbitos geográficos, el incremento de la pobreza fue mayor en áreas urbanas, al aumentar de 14.6% de la población urbana en 2019 a 26% en 2020. Por su parte, en áreas rurales, si bien mantienen niveles de pobreza más elevados, el incremento fue menor, al pasar de 40.8% en 2019 a 45.7% en 2020.

Además, según regiones naturales, el cambio de la pobreza fue mayor en la costa –de 13.8% en 2019 a 25.9% en 2020–, particularmente en Lima Metropolitana y Callao, donde la incidencia de la pobreza monetaria casi se duplicó: de 14.2% en 2019 a 27.5% en 2020. Asimismo, cabe destacar que la zona con mayor pobreza continúa siendo la Selva Rural,

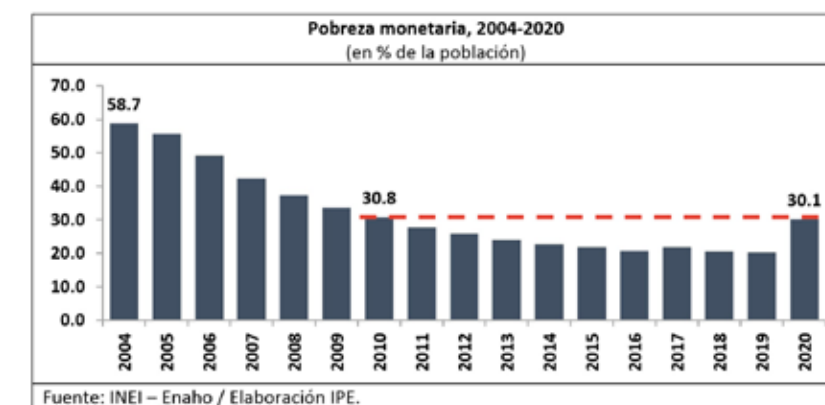
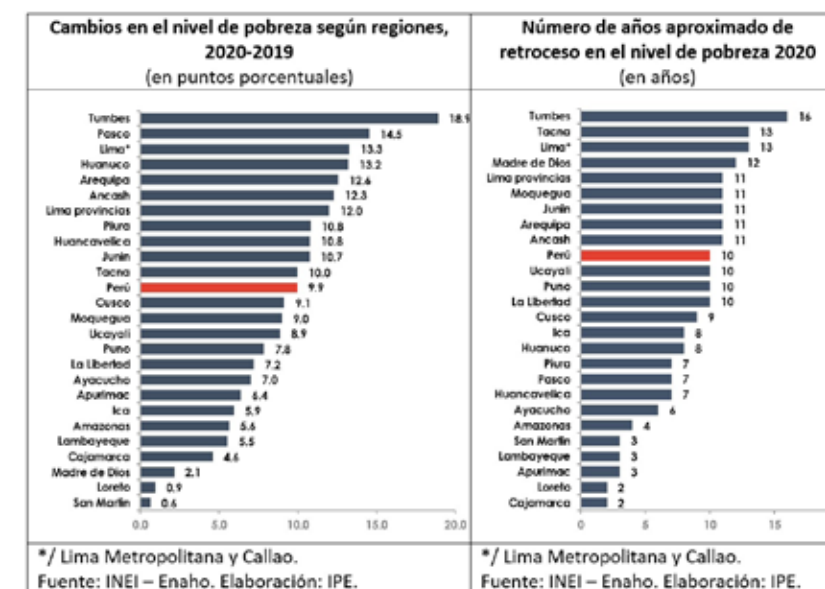
con 50.4% de su población en situación de pobreza monetaria.

A nivel de regiones, de acuerdo con estimaciones del IPE, la pobreza creció en todos los departamentos. La mayor pobreza en el 2020 se observó en Huancavelica (47.7% de la población), seguido de Ayacucho (46.4%) y Pasco (44.8%). Por otra parte, aquellas con menor pobreza fueron

Ica (8.5%) y Madre de Dios (11.3%). Respecto a la pobreza extrema, las tres regiones con mayor incidencia fueron Huancavelica (14.9% de la población), Cajamarca (13.3%) y Ayacucho (12.7%).

Por otra parte, las regiones que mostraron un mayor incremento en puntos porcentuales (pp.) fueron Tumbes (18.9 pp.), Pasco (14.5 pp.), Lima Metropolitana (13.3 pp.) y Huánuco (13.2 pp.).

Con estos resultados, Tumbes y Lima Metropolitana también fueron los más afectados en términos de años de retroceso en sus niveles de pobreza. La pobreza en Tumbes alcanzó niveles no mostrados desde el año 2004 (36.0%), mientras que en Lima Metropolitana se observaron niveles similares a los del año 2007 (25.1%).



Ricardo Karbage, Director General Xerox Brasil

Productividad en la nueva colaboración a distancia

Las nuevas formas de trabajo que trajeron consigo el confinamiento derivado de la crisis sanitaria que comenzó en 2020 han dado pie a que se requieran de nuevas herramientas, se adapten y mejoren los sistemas de monitoreo, gestión y seguridad con mira a tener el mayor nivel de productividad de las empresas y sus colaboradores.

Si bien la nueva manera de colaborar sigue evolucionando, está claro que su naturaleza híbrida significa una mayor flexibilidad para trabajar desde casa, en este sentido las soluciones digitales seguras serán fundamentales para cualquier oferta que permita flexibilidad.

Las empresas están invirtiendo en nuevos recursos para ser compatibles con una fuerza de trabajo híbrida, remota y en oficina, ya que el 56 % de los tomadores de decisiones en las empresas dijo que buscaría aumentar sus presupuestos de tecnología y el 34% planeó acelerar su transformación digital como consecuencia del COVID-19, de acuerdo con la encuesta Future of Work de Xerox, realizada en mayo de 2020.

“Nuestra visión como expertos en productividad en el lugar de trabajo incluye una combinación de trabajadores en sitio, híbridos y remotos. Es por ello que estamos listos para habilitar una experiencia de trabajo perfecta dondequiera que se encuentren las personas”, comenta Ricardo Karbage, Director General Xerox Brasil.

Herramientas de colaboración digital, soluciones y servicios de automatización de procesos, así como dispositivos multifuncionales fortalecen la continuidad de los planes de operación ante la actual pandemia. De igual manera, se debe considerar la protección contra ataques cibernéticos y riesgos de seguridad con una fuerza de trabajo distribuida.

De tal manera que las empresas deberán de asegurar su capacidad para compartir documentos, impresos o digitales, de forma segura, el fácil acceso de los trabajadores a la información debe para mantener la colaboración y productividad, al mismo tiempo que se evita el tiempo perdido de la distracción del hogar.

“Nuestro enfoque nos ha preparado, desde hace tiempo, para tener listas las herramientas y servicios de colaboración digital para la fuerza de trabajo distribuida, facilitar la ampliación de las soluciones hospedadas en la nube disponibles “as a service” y ajustarnos a las amenazas de seguridad cibernética a través de desarrollo de capacidades y asociaciones internas”, agrega Karbage.

Las empresas tradicionales han acelerado el ritmo del cambio para seguir siendo competitivas ante las organizaciones de más reciente creación, que tienen la característica de ser más pequeñas y flexibles. En los últimos siete meses se ha demostrado que las reuniones pueden ocurrir de forma remota, la creatividad sigue viva y los empleados pueden seguir siendo profesionales cuando se les deja a sus propios dispositivos.

Sin duda la tendencia está clara: se ha producido una revolución en el trabajo. Las empresas que puedan brindar a sus empleados más seguridad, flexibilidad y conectividad serán las que salgan adelante.

FLUJOS DE TRABAJOS AUTOMATIZADOS

2021 es un año de transformaciones para las empresas de cualquier tamaño. No obstante, para que las PyME realicen cambios en sus modelos de negocios se requiere de precisión y seguridad debido a la cantidad de recursos y fuerza laboral que manejan.



De acuerdo con Xerox, en colaboración con la consultora de servicios tecnológicos Accenture, la automatización de flujos de trabajo en las PyME genera un importante crecimiento en sus ingresos, específicamente pueden percibir el doble de aquellas que no lo hacen.

Se descubrió que las compañías sin un plan de transformación digital perdieron 15% de su entrada económica del año anterior. Además, se proyecta un crecimiento de 46% en sus ingresos anuales para el 2023 en aquellos lugares de trabajo que implementen un plan para automatizar procesos laborales.

La automatización se perfila como una de las propuestas ganadoras para sobrepasar y protegerse en tiempos adversos debido a las ganancias rápidas que pueden generar. Su fácil implementación se convierte en otro punto a considerar si se realiza con una empresa de tecnología que se adapte a las necesidades y los tiempos que requieran las pequeñas y medianas empresas.

Otro factor para destacar es la necesidad de una implementación “invisible”, con el cual las PyME evitarán interrumpir su trabajo y caídas en la productividad al momento de establecer la automatización en sus espacios de trabajo. Servicios como los de Xerox son capaces de ofrecer estas características debido a que su metodología identifica áreas donde pueden integrarse y adaptarse a la configuración actual de la PyME para mantener sus procesos críticos en ejecución.

Elio Sánchez, superintendente adjunto de las AFP de la SBS

Jubilaciones anticipadas representaron 63% de retiros por jubilación

Las jubilaciones anticipadas representaron el 63 % del monto de retiros de hasta 95.5% de las cuentas individuales por jubilación a diciembre del 2020, logrando superar a los retiros de los ceses por edad legal, informó el superintendente adjunto de las AFP de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), Elio Sánchez.

“Con los retiros y el REJA (Régimen Especial de Jubilación Anticipada), la edad efectiva de jubilación se ha reducido hasta los 59 años (de edad)”, señaló en la Comisión de Economía, Banca, Finanzas e Inteligencia Financiera del Congreso de la República.

De esta manera, mientras en el país se acorta la edad de jubilación, en el mundo se está elevando, porque las personas están viviendo más, sostuvo el superintendente adjunto de la administradoras privadas de fondos de pensiones (AFP) de la SBS.

Sostuvo que los sistemas de protección frente al desempleo tienen como objetivo que los trabajadores cuenten con ingresos durante el tiempo que les toma reinsertarse en el mercado laboral y esta protección puede ser vía un seguro de desempleo, una indemnización o cuentas por desempleo.

Sin embargo, la protección al desempleo en el Perú ha sido desvirtuada al permitir el retiro del íntegro de los ahorros por Compensación por Tiempo Servicios (CTS) a quienes se encuentran trabajando, destacó.

A ello, si adicionalmente a los retiros aprobados, un fondo de pensiones, que protege la vejez, debe además, resguardar el desempleo entonces, con un menor número de años de capitalización de los ahorros, debido

al anticipo en la edad de jubilación, se desampara aún más al afiliado, agregó.

JUBILACIÓN Y DESEMPLEO

Sánchez indicó que desde el 2001, en el Sistema Privado de Pensiones (SPP) se aprobaron leyes transitorias combinando jubilación con desempleo: Leyes 27617 (2001), 28991 (2007), 29426 (2009), 30425 (2016) y 30939 (2019).

La Ley 27617 (2001) aplicó para los afiliados en situación de desempleo por un año, con edades de por lo menos 55 años (hombres y mujeres), con un requisito de tasa de reemplazo de los últimos 60 meses, o un monto igual o mayor a dos remuneraciones mínimas vitales (RMV), siendo su vigencia del 2002 al 2007, indicó.

En otro momento, el superintendente adjunto de las AFP de la SBS dijo que la edad de jubilación no debe obedecer a situaciones coyunturales y se trata de una variable paramétrica importante en el diseño de un sistema de pensiones.

“Depende de variables como: la evolución del mercado laboral y los ingresos, la tasa de aporte al fondo y el proceso de acumulación, los factores demográficos y el objetivo de pensión esperada en función a su ingreso (tasa de reemplazo)”, anotó en su exposición en el Congreso respecto a los proyectos de ley 7352/2020-CR y 7599/2020-CR referidos al REJA.

Señaló que la determinación de la edad de retiro se realiza con miras al largo plazo (adecuada protección en la vejez) y no obedece a aspectos coyunturales como crisis financieras o pandemias.



“Reducir la edad de acceso de los afiliados al REJA y a la JAO (Jubilación Anticipada Ordinaria) deteriora la cobertura previsional del sistema de pensiones”, sostuvo el funcionario durante su exposición en el Parlamento para opinar sobre las propuestas que plantean la rebaja de la edad de los afiliados para su acceso.

Así, se hace más complejo el objetivo de alcanzar una pensión de jubilación adecuada para quienes actualmente no aportan, pues se pierde la capitalización; y se aumenta el riesgo de caer en una situación de pobreza en la vejez, porque el afiliado tiene menos fondos y, a la vez, más años por proteger en la vejez, enfatizó.

A ello se suma la mayor carga financiera futura a las familias y a la sociedad, pues habrá que financiar protección de quienes retiraron anticipadamente sus fondos y en algunos años se quedarán sin recursos, comentó.

Además, se causa potenciales pérdidas en los recursos de los afiliados, pues se pierden escenarios de rentabilidad, anotó.

Sánchez refirió que los fondos de pensiones tienen carácter de intangibles. “El artículo 12 de la Constitución Política del Perú señala que los fondos y las reservas de la seguridad social son intangibles. Los recursos de los fondos de pensiones no deben ser destinados para fines distintos al aseguramiento y la garantía del pago de una pensión”, dijo.

El acceso directo al fondo de pensiones por parte de un tercero (potencial beneficiario por alimentos) contraviene el carácter intangible de los fondos de pensiones, aseveró.

SNMPE

Gobiernos regionales y locales recibieron s/. 40 mil millones por canon y regalías mineras en periodo 2011- 2020

Los gobiernos regionales y locales recibieron 40 mil millones de soles por concepto de canon y regalías entre los años 2011-2020 como producto de las actividades productivas del sector minero en el país, informó Pablo de la Flor, director ejecutivo de la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía (SNMPE).

Durante su participación en el seminario web “Diálogo: Desafíos de traducir la renta minera en desarrollo”, que forma parte de las actividades “Camino al 14 Simposium del Oro, la Plata y el Cobre”, que se realizará en Lima en 2022; el representante gremial explicó que, del monto total, S/. 30,371 millones correspondieron a canon minero y S/. 9,619 millones a regalías mineras.

Asimismo señaló que, en los últimos 10 años, Áncash fue una de las regiones que más se benefició con las transferencias por canon y regalías, seguido de Arequipa y La Libertad, logrando en conjunto más del 40% del total distribuido para ese periodo.

De la Flor, también manifestó que entre los años 2011-2020, en promedio, el 22% de los presupuestos de los gobiernos subnacionales (regionales y locales) fue financiado con los recursos provenientes de dichas transferencias.

En ese contexto -citó- que el aporte para los presupuestos fue mayor en regiones mineras como Moquegua (42%), Áncash (42%) y Tacna (38%), lo que gráfica muy bien la importante contribución del sector en el desarrollo de diferentes regiones del Perú.

El representante de la SNMPE, indicó que -en los últimos 10 años- los gobiernos regionales y municipales que reciben canon y regalías mineras, han ejecutado en promedio el 61% de los recursos presupuestados con estos fondos.

En cuanto al uso de estos recursos por parte de los gobiernos subnacionales, -sostuvo- que, en el promedio general, aproximadamente el 50% de lo ejecutado corresponde a proyectos de transporte, planeamiento y educación; y que, en algunas regiones, esta priorización de gasto no tiene un correlato con las brechas sociales y de infraestructura.

“A fin de garantizar el impacto positivo de la minería sobre el desarrollo económico local y regional, es indispensable fortalecer la gestión de las autoridades regionales y municipales, de modo que se mejore la calidad y eficiencia de la inversión pública que se sustenta con los recursos del canon”, expresó.

En esa línea, comentó que se debe perfeccionar el funcionamiento del canon, con el propósito de asegurar que estos recursos contribuyan a cerrar las brechas sociales y de infraestructura que el país arrastra por décadas.

“Hay que salvaguardar el uso adecuado de estos fondos, priorizando sobre todo el bienestar de las comunidades y centros poblados más próximos a las operaciones mineras, para lo cual también es necesario establecer mecanismos de seguimiento y control que le den más transparencia a las inversiones”, subrayó.



Por su parte, Carolina Trivelli, consultora senior de la FAO y exministra de Desarrollo e Inclusión Social, dijo que el desafío de las autoridades es mejorar la distribución del canon y regalías bajo un enfoque territorial para lograr mejores resultados en el cierre de brechas sociales y de infraestructura.

“Un rubro a priorizar es la conexión de las comunidades a través de obras de transporte y telecomunicaciones. Lo ideal sería trabajar un paquete mínimo de inversiones que se traduzcan en desarrollo”, añadió.

Trivelli citó que es necesario construir una agenda común para mejorar la gestión de los recursos del canon y las regalías mineras en favor de las comunidades más alejadas del país.

En tanto, Milton Von Hesse, director de Videnza Consultores y exministro de los portafolios de Agricultura y Vivienda, Construcción y Saneamiento, mencionó que es importante focalizar la inversión y la transparencia del manejo de los recursos del canon y regalías; y en ese sentido, planteó la creación de un fideicomiso para darle una mejor administración a estos fondos.

“El foco territorial de las inversiones sociales es esencial y es mejor tener una cartera de proyectos en salud, agua y saneamiento definidos para invertir los fondos provenientes del canon y regalías con una mayor prioridad”, señaló.

Finalmente, comentó que las inversiones del canon se caracterizan por no responder a una mirada territorial de desarrollo y que existe una baja efectividad y eficiencia en la ejecución presupuestal de estos recursos que provienen del desarrollo de la minería.



Ministerio de Energía y Minas

Inversiones mineras en el país sumaron US\$ 943 millones en el primer trimestre

Las operaciones mineras en el Perú han completado inversiones por US\$ 943 millones en los primeros tres meses de 2021, con variaciones positivas en los rubros de exploración y otros al comparar las cifras de marzo con las del mismo mes de 2020, registra el Boletín Estadístico Minero (BEM) del Ministerio de Energía y Minas (Minem).

Solo en marzo, las inversiones mineras sumaron US\$ 372 millones, lo que constituye un aumento de 25.1% en comparación al mes de febrero, consolidando a esta actividad como una de las principales fuentes de recuperación económica del país, generando empleos directos e indirectos, así como recursos para el fisco.

A nivel de empresas, Anglo American Quellaveco S.A. conservó la primera ubicación con un 26.0% de participación en el total de inversiones mineras del primer trimestre del año, seguida por Compañía Minera Antamina S.A., que opera en la región Áncash, y Marcobre S.A.C., que viene implementando el proyecto Mina Justa en la región Ica.

Las tres empresas señaladas representan en conjunto más del 40% de la inversión minera ejecutada a nivel nacional; en tanto que más de la cuarta parte de los montos invertidos en minería se destinaron a la construcción

de Planta Beneficio, destacando en ese rubro Minera Chinalco Perú S.A., que ha completado la primera fase del proyecto Ampliación Toromocho.

En tanto, el rubro de Infraestructura constituyó el 23.2% del total de la inversión en esta actividad, siendo las empresas Anglo American Quellaveco S.A., Southern Perú Copper Corporation y Minsur S.A. las que han realizado mayores desembolsos.

Otro rubro que presenta un incremento es el de Exploración, que ya acumula tres meses consecutivos al alza y tiene un aumento de 20.1% en comparación a marzo de 2020, producto de las mayores inversiones realizadas por Volcan Compañía Minera S.A.A. y Compañía de Minas Buenaventura S.A.A.

Respecto a la inversión ejecutada a nivel de regiones, Moquegua mantuvo su liderazgo captando un total de US\$ 262 millones, como consecuencia del desarrollo del proyecto minero Quellaveco; en tanto que el segundo lugar lo ocupó Ica (US\$ 111 millones), seguido de Áncash (US\$ 92 millones).

GENERACIÓN DE EMPLEO

Las cifras promedio de empleo directo generado por la actividad minera en el primer trimestre de 2021 ascendieron a 207 107 trabajadores, lo cual

reflejó un aumento del 16.6% en relación con el promedio anual de 2020, año en que la minería generó 177 692 puestos de trabajo.

De acuerdo con las cifras del Boletín Estadístico Minero (BEM) del Minem, las cifras de empleo directo en marzo de este año representaron un 4.7% de incremento respecto al personal reportado en marzo de 2020, consolidando el crecimiento del subsector minero y su contribución en la generación de puestos de trabajo.

Jaime Gálvez, titular del Minem, señaló que la tendencia al alza de la cifra de empleo en minería ratifica que esta actividad es fundamental en el esfuerzo por dinamizar la economía y el crecimiento que tanto necesita el país para recuperar los indicadores que tenía antes del estado de emergencia sanitaria.

Resaltó además que, según estimaciones del Instituto Peruano de Economía (IPE), por cada empleo generado de forma directa en la actividad minera, se generan ocho empleos adicionales en el resto de la economía: uno por efecto indirecto, tres por el efecto inducido en el consumo y cuatro por el efecto inducido en la inversión.

En cuanto a la distribución del empleo minero a nivel regional, Áncash ascendió al primer lugar con un total de 27,440 trabajadores, representando el 13.3% del total. Por su parte, Arequipa (12.2% de participación) se posicionó en el segundo lugar; seguido por Junín que agrupa al 9.3% del total de personal empleado.

Con respecto al tipo de empleador, los puestos de trabajo generados por los contratistas significaron en marzo el 69.6% del total de empleo en minería, reflejando un aumento de 8.7% respecto al mismo mes del año 2020; mientras que las empresas mineras han generado el 30.4% del total de empleos directos.

Por otro lado, en el mismo periodo, la producción de cobre (3.2%), zinc (11.1%), plata (3.7%), hierro (16.2%), estaño (29.3%) y molibdeno (13.9%) anotó un crecimiento en comparación al mismo periodo del 2020.



Agrokasa

Trayectoria de crecimiento y orientado al bienestar y desarrollo para el mundo

Agrokasa produce, envasa y comercializa aguacates, uvas de mesa, espárragos y arándanos en fresco, satisfaciendo las necesidades de sus clientes y desarrollando sus actividades en base a las siguientes premisas:

Invertir en el desarrollo humano y tecnológico de sus colaboradores, a través de asegurar el acceso a equipos y procesos de última generación, así como promover una mejora constante en todas las etapas del negocio.

Cuidando el Medio Ambiente, velando por la Salud Ocupacional de sus colaboradores y manteniendo una relación de apoyo con las Comunidades donde desarrollan sus actividades. Alinear los intereses de sus Clientes y del Entorno Local con los de sus Colaboradores y Accionistas.

Dentro de su proyección al futuro la empresa agroexportadora, trabaja para ganar el reconocimiento de sus clientes, producto de la alta calidad

de sus productos y los servicios logísticos y comerciales que brindan.

Agrokasa mantendrá su posición de liderazgo nacional en la exportación de productos frescos, como aguacates, uvas de mesa, espárragos y arándanos. Para ello basará su éxito en una adaptación oportuna al cambio, promoviendo constantemente la innovación como medio para generar valor para la empresa.

Dentro de su visión es la de convertirse en una empresa donde los trabajadores se enorgullecen por el alto nivel profesional, la divulgación comunitaria, el compromiso con la seguridad y salud ocupacional, así como el respeto por el medio ambiente.

COMPROMISO

Fundada en 1995 la empresa posee cimientos que los sostienen a través del tiempo. Para ello cuenta con valores organizacionales que brindan un

propósito en los negocios, así como objetivos trazables de la empresa. En función de esos lineamientos posee las siguientes políticas:

Política de derechos humanos

Sociedad Agrícola DROKASA S.A. se compromete a apoyar y respetar los derechos humanos fundamentales reconocidos internacionalmente, asegurándose de no ser cómplice de ninguna forma de abuso o violación de los mismos entre empleados, proveedores, contratistas, colaboradores, socios, competidores y la sociedad en general.

Política Integrada

La empresa también satisface las necesidades de sus clientes y consumidores finales. Suministra productos agrícolas y servicios logísticos que cumplen con sus requerimientos en los diferentes mercados del mundo, haciendo énfasis en la producción de alimentos seguros, legales, auténticos y de calidad.

Política de control y seguridad

Es dedicada al cultivo, envasado y exportación de frutas y hortalizas frescas, y forma parte de la cadena logística del comercio internacional.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

AGROKASA favorece su relación con las comunidades vecinas dentro de una visión de desarrollo sostenible y de largo plazo. Las comunidades vecinas son socios estratégicos para el desarrollo de sus proyectos. En este contexto, se han comprometido a promover relaciones de mutuo beneficio que los permitan colaborar con el desarrollo autónomo local a través del diálogo, la participación, la confianza y el respeto hacia la población que nos acoge.



Para ello prioriza la implementación de proyectos de desarrollo en las comunidades locales dentro de su área de influencia. Para ello, AGK ha definido cinco frentes de actuación: El desarrollo de habilidades educativas, cívicas y productivas, promoviendo la participación de la población y apoyando a las instituciones locales.

Acciones específicas de apoyo social, comunal e institucional. Apoyar al municipio local para el desarrollo de infraestructura básica y la implementación de programas estatales de asistencia social.

En cuando a Seguridad Pública. Agrokasa se compromete a reducir la cantidad de basura en Perú.

También, con el apoyo de la fundación Nature's Pride, ha implantado un programa de separación y reciclaje de residuos sólidos en los asentamientos cercanos a sus operaciones en Barranca, Perú.

En zonas céntricas de los pueblos y en las escuelas han instalado contenedores de diferentes colores para la recolección y separación de basura. Los horarios de los camiones volquete del municipio se han ajustado al programa para lograr resultados óptimos. Los lugareños también reciben formación.

APOYO A DOCENTES EN ACTIVIDADES A DISTANCIA

La emergencia sanitaria mundial a causa de la Covid-19 ha obligado a que se replantee la forma en la que se brindan los servicios educativos involucrando aún más a la familia y a la comunidad educativa en general.

Es por eso, que por segundo año consecutivo Agrokasa y el Instituto APOYO se suman a la estrategia nacional "Aprendo en Casa" para que a través del programa que vienen implementando desde hace más de 14 años "Matemáticas y Comunicación Para Todos" sigan dotando de herramientas a docentes y estudiantes de diversas entidades educativas en Ica.

"Desde el 2003, asumimos la ejecución de una propuesta pedagógica en Ica denominada Matemáticas y Comunicación para Todos, como parte de una estrategia de desarrollo en las comunidades e instituciones locales de nuestras zonas de influencia. Y desde hace un año, producto de la pandemia se replanteó el programa para sumarnos al plan nacional Aprendo en Casa y al gran desafío de la educación a distancia", comentó Carlos Arrese, gerente general de Agrokasa.

Añadió que, durante el segundo semestre educativo, se fortaleció el acompañamiento de los docentes con el uso de una plataforma virtual con acceso a una biblioteca virtual, módulos de capacitación docente, foros y acompañamiento pedagógico; así como, acceso al material digital del Programa Matemática Para Todos (libros digitalizados, planificadores y unidades didácticas).



Finalmente, el gerente general de Agrokasa, Carlos Arrese, aseveró que, desde el sector privado, seguirán comprometidos con el desarrollo educativo de Ica y seguiremos dando el soporte necesario para garantizar la continuidad de las clases. "Es importante seguir cerrando brechas, sobre todo en el ámbito de la educación y lo digital. El desarrollo sostenible del país solo puede forjarse sobre la base de una educación de calidad", resaltó.



Especialistas en la propagación de plantas frutales.

Felicita y saluda el gran trabajo que realiza:



Por sus 24 años de excelente trayectoria empresarial en beneficio y desarrollo de la agricultura peruana.

¡Tu éxito, nuestro éxito!



Contacto:
Cel. +51 959 391 771
lcasas@vlv.pe

Síguenos en: www.vlv.pe

Por: Yuri Fiaschi, Director de Ventas de Infobip

Recorridos inteligentes: La clave para fidelizar al cliente en el sector retail

Cuando las personas navegan por la web de una tienda retail tienen a la mano múltiples opciones de productos y, sin embargo, muchas veces no encuentran lo que necesitan y abandonan el sitio. Para evitar esta situación y, en consecuencia, la pérdida de ingresos, los retailers pueden implementar recorridos más inteligentes e impulsar la lealtad del cliente.

En la publicación Líderes en CX del Retail, elaborada por Infobip, recopilamos tres acciones clave para optimizar estas rutas y maximizar la fidelización:

CAMPAÑAS Y SERVICIO PERSONALIZADOS

Ya no es suficiente que, al comprar en línea, la tienda por departamento nos salude por nuestro nombre y con eso cumpla con ofrecer un servicio “personalizado”. Ahora los clientes exigimos más e incluso estamos dispuestos a pagar más por una experiencia de compra rápida, sencilla y conveniente.

La personalización es una herramienta ideal para alcanzar estos objetivos, así como para lograr que el cliente o potencial cliente se sienta valorado durante el proceso.

Una de las áreas que puede llegar a generar frustración en el cliente si no se gestiona de manera adecuada, es el proceso de entrega del producto. La falta de información o el incumplimiento de los plazos ofrecidos consume el tiempo y los recursos del cliente de manera innecesaria.

Por eso, los retailers deben informar proactivamente y de manera clara sobre los pasos del proceso de entrega, así como lo que el cliente debe hacer -o esperar- a continuación. En este contexto, las campañas automatiza-

das y personalizadas juegan un rol clave para retener clientes, generar lealtad y aumentar las ventas.

Otra forma en que la personalización puede contribuir a este objetivo es facilitando el propio proceso de compra. Por ejemplo, los retailers pueden configurar puntos de intervención automatizados, para que en caso un cliente se detenga en la web entre 15 y 30 segundos, se active un mensaje que brinda asistencia o un consejo sobre cómo completar la tarea en cuestión. Sin duda, esto marcará una diferencia significativa en las tasas de conversión de ventas.

APROVECHAR AL MÁXIMO LOS DATOS

Al haberse digitalizado la mayoría de los recorridos de compra, los comercios minoristas tienen acceso a una enorme cantidad de datos: perfiles de cliente, hábitos de compra, preferencias de canales de comunicación, entre otros.

Toda esta información debe ser aprovechada al 100% para mejorar las experiencias de usuario de manera focalizada y motivar a los clientes a comprar más productos y volverse fieles a la marca.

Optimizando la forma en que se administran los datos, se obtiene una visión integral de cada usuario. Esta puede analizarse desde una sola plataforma que permita enriquecer los recorridos de múltiples clientes a través de distintos canales digitales. ¿Acaso no sería una experiencia positiva, por ejemplo, que el supermercado donde hacemos la compra semanal sepa que queremos recibir la boleta en el correo electrónico, pero las actualizaciones sobre la entrega del pedido vía SMS?



Con esta estrategia, lo que se busca es crear una experiencia de usuario atractiva sin llegar a ser invasiva. Una experiencia con la que los clientes puedan comunicarse, comprar, absolver dudas y recibir notificaciones sobre nuevas oportunidades de compra.

CANALES INTEGRADOS

Una de las principales preocupaciones de los retailers es cómo lograr que los agentes de servicio al cliente gestionen más canales sin que eso implique incrementar el estrés, la carga laboral y por ende la rotación de personal.

Una vez más, la tecnología es el gran aliado para lograrlo, al ofrecer soluciones digitales de experiencia del cliente con canales integrados. Estas deben contar con una interfaz intuitiva que permita a los agentes mantener conversaciones asincrónicas en diferentes canales con una sola visualización.

De esta forma serán capaces de responder múltiples consultas, a diferencia de una sola cuando se atiende vía telefónica.

La implementación de este tipo de soluciones contribuye a mejorar la satisfacción de los colaboradores, reduce el estrés y les da herramientas para brindar una mejor experiencia de atención al cliente.

En resumen, la personalización automatizada, una mayor visibilidad de los datos y herramientas intuitivas de integración de canales permitirán ofrecer a los clientes recorridos amigables capaces de ganarse su confianza.

Aerolíneas se suman a propuesta de Mincetur para reactivar el turismo en el país

Comprometidos con la reactivación y la recuperación del turismo, la Asociación Peruana de Empresas Aéreas – APEA y la Asociación de Empresas de Transporte Aéreo Internacional – AETAI señalan la importancia del trabajo conjunto de la empresa privada y las autoridades competentes en la recuperación de la conectividad y el turismo en el Perú.

Al respecto, las asociaciones manifiestan estar de acuerdo con la propuesta de la Ministra de Comercio Exterior y Turismo, Claudia Cornejo, de continuar con políticas de flexibilidad como beneficio para los pasajeros, en tanto se recupere la demanda.

Hoy esa facilidad ya existe, y el objetivo es que continúe para que los viajeros sigan aprovechando precios atractivos y, en caso sus planes se modifiquen, puedan cambiar las fechas de sus vuelos a otras con tarifas similares, sin penalidades por dicho cambio.

APEA y AETAI señalaron que las líneas aéreas del país continúan haciendo campañas promocionales para que quienes requieran viajar, puedan hacerlo a precios bajos. Las asociaciones agregaron que este es el momento de apoyar a la industria del turismo interno y receptivo, con disposiciones que fomenten viajes responsables y seguros.

Como agrupaciones de aerolíneas, APEA y AETAI reafirman su compromiso con la reactivación del turismo en el país, a través de un transporte rápido, sumamente seguro y con todos los protocolos de salud.

LATAM CONFIRMA EXPANSIÓN DE SU FLOTA

El grupo LATAM (“LATAM”) anunció la expansión de su plan de crecimiento de flota convertida a carguera, bajo el cual espera sumar

gradualmente 10 Boeing 767-300 Boeing Converted Freighters en los próximos tres años, totalizando una flota de hasta 21 aviones de carga a fines de 2023. El primero será recibido a fines de este año.

En un principio, el plan de crecimiento de flota carguera del grupo contempló cuatro aviones confirmados con Boeing y cuatro opciones de conversión. A dos meses del anuncio, LATAM ratificó la adquisición de estos ocho aviones y comunicó la conversión de dos Boeing 767-300ERs adicionales.

Con ello, la flota total de los operadores de carga quedará compuesta por hasta 21 aeronaves a fines de 2023, lo que implica que el grupo prácticamente duplicará su flota carguera y reducirá la edad promedio de dicha flota de 17 a 14 años.

Creer de 11 a 21 aviones cargueros llevará a los operadores de carga del grupo a expandir y reforzar su presencia desde, hacia y entre Sudamérica, y consolidarse como el principal grupo de operadores cargueros en la región. Por lo pronto, y tras realizar ligeros ajustes, se definió la distribución de la capacidad de las primeras ocho aeronaves para aumentar su oferta en los mercados relevantes de sus clientes.

COLABORADORES PREFIEREN EL HOME OFFICE

Tras haber implementado un régimen flexible que permite a sus colaboradores hacer home office de forma permanente si así lo desean; SKY anuncia la gran aceptación y alta valoración que ha tenido esta medida.

La compañía aérea realizó una encuesta que reveló que el 93% de los colaboradores que ha elegido el trabajo flexible encuentra esta modalidad valiosa. La medición revela que las generaciones que más lo valoran



son centennials y millennials, las cuales representan el 72.7% de quienes han adoptado la flexibilidad.

“Estos resultados ratifican que tomamos la decisión correcta al proponer nuestra política de trabajo flexible. Nuestros colaboradores resaltaron que les permite pasar más tiempo de calidad con sus familias y ahorrar tiempos de traslados y tener más autonomía en la gestión del tiempo” resalta Anahí Montoya, gerente de Personas de SKY en Perú.

Además, la encuesta evidenció que esta nueva modalidad ha permitido que el 21% cambie de residencia a otro distrito, región o incluso a otro país.

En tanto, Manuela Urrutia, analista de Compensaciones, pudo mudarse a Río de Janeiro, pues a su esposo le habían ofrecido una muy buena oportunidad laboral. “En otro contexto, hubiéramos tenido que conversar sobre cómo abordar la nueva propuesta laboral que le hicieron a mi pareja para trabajar en otro país. Sin embargo, gracias al home office que tenemos en SKY, sentí un gran alivio, pues no tuve que elegir entre mi trabajo y mi familia”.

Cabe recordar que tras obtener buenos resultados después de la implementación del trabajo remoto debido a la pandemia; a fines del año pasado, la aerolínea SKY ofreció trabajo flexible a sus más de 350 trabajadores administrativos, quienes por la naturaleza de sus funciones puedan laborar desde el lugar que prefieran.

Por: Enrique Louffat, Dr. Adm., Jefe del área Académica de Administración de Esan Graduate School of Business

Diseño de Estructuras Organizacionales por Procesos

En la última década las estructuras organizacionales han evolucionado gradual y sostenidamente, desde los viejos modelos clásicos-funcionales hacia los modelos emergentes de redes basados en procesos, siendo universal el ámbito y alcance de su aplicación, no haciendo distinciones entre empresas privadas o instituciones públicas, empresas pequeñas, medianas o grandes, empresas que brindan productos o servicios, empresas nacionales o internacionales, etc.

En el caso de nuestro país, tanto en el sector público como en el privado, hay una tendencia sostenida y positiva en la adopción de estructuras organizacionales por procesos, así en el sector público uno de los pilares centrales de la política nacional de modernización de gestión pública se refiere a "la gestión por proceso, simplificación administrativa y organización institucional". De ahí que la adecuación de estructuras clásicas funcionales hacia estructuras por procesos más que una moda se convierte en una exigencia necesaria de trascendencia para todas las entidades del estado a nivel central, regional y local. En el sector privado no cabe duda de su aplicación, pues cada vez más se evalúa el nivel de calidad de las empresas y de sus productos y/o servicios, siendo evaluadas y certificadas por las normas ISO, la cual establece que las empresas e instituciones deben organizarse por procesos. A todo lo anotado podemos agregar el factor Coronavirus, que sin duda impulsa la reestructuración organizacional en contextos VUCA (volátiles, inciertos, complejos, ambiguos), ya sea por cambio estratégico de actividades y mercados, reducción de personal, etc.

Etapas para diseñar estructuras organizacionales por procesos

Las etapas básicas para diseñar estructuras organizacionales por procesos son las siguientes:

1. Elaboración del mapa de procesos

El mapa de procesos es la representación gráfica de todos los procesos organizacionales identificados por la empresa para poder realizar sus operaciones y que se contextualizan de manera integrada en cuatro dimensiones: Procesos Estratégicos, son aquellos que se originan de la misión, visión, los objetivos y la estrategia corporativa; representan la esencia misma de la empresa, tomando como referencia sus core-competencias; Procesos Misionales, son aquellos que están dirigidos a brindar el servicio o producto al cliente final; Procesos de Soporte, se encargan de ofrecer el soporte necesario al cliente interno para que puedan realizarse eficientemente los procesos estratégicos, ejecutores y administrativo; y el Proceso Administrativo, constituido por la planeación, organización, dirección y control integrado, sistémico y holístico que permita el uso racional –eficaz y eficiente– de recursos.

2. Detallar la jerarquización de procesos

La jerarquización de procesos está constituida fundamentalmente por las siguientes categorías o niveles: los de mayor rango se denominan macroprocesos y son los que se ubican en el mapa de procesos; luego viene los subprocesos, los cuales se desgagan de los macroprocesos anteriores; la tercera categoría se denomina mi-



croprocesos y se desgagan de cada subproceso anterior y finalmente se consideran los procedimientos que vendría a ser el detalle de cada microproceso anterior.

3. Diseñar los Organigramas de procesos

En relación al organigrama por procesos, este se fundamenta en el modelo organizacional de redes y/o procesos, el cual se basa en interrelaciones sinérgicas integradas entre sus unidades orgánicas, denominadas como células, nudos, equipos, etc. tanto internas (dentro de la empresa) como externas (con otras empresas o stakeholders). En ese contexto, puede haber tanto organigramas de redes internas por procesos como redes externas por procesos, las cuales se sustentan en las informaciones previas tanto del mapa de procesos como de la jerarquización de procesos.

4. Redactar las fichas de procesos.

Las fichas de procesos son textos donde se describen cada uno de los macroprocesos, subprocesos, microprocesos y/ procedimientos contenidos previamente en la jerarquización de procesos. La sumatoria de todas esas fichas descritas constituyen el manual de Procesos y/o Procedimientos.



Javier Gamboa, Gerente de la Mesa de Negociación de RIMAC Seguros

Inversión de la CTS en productos financieros líquidos de instituciones sólidas

Tener a disposición libremente el 100% de la Compensación de Tiempo de Servicios (CTS) que tengan acumuladas en el sistema financiero peruano, hace que pensemos qué caminos debemos tomar para hacer que ese dinero aumente en vez que disminuya.

Esta medida, aprobada por el Congreso, busca que los trabajadores puedan cubrir sus necesidades económicas causadas por la pandemia COVID-19. Ante ello, nace la pregunta: ¿qué deben hacer los peruanos con estos recursos?

Para Javier Gamboa, Gerente de la Mesa de Negociación de RIMAC Seguros, dada la naturaleza de la CTS (protección en caso de desempleo), la manera correcta de aprovechar estos fondos, en caso los trabajadores opten por retirarlos, es mantenerlos en inversiones líquidas para poder utilizarlas en caso la situación económica del país se deteriore. "Es recomendable retirar la CTS siempre que destinemos las inversiones a un tipo de activos que cumplan una función similar a la que se tenía mientras se encontraba inmovilizada en la cuenta bancaria", indicó.

Pero, cómo saber por qué institución apostar. De acuerdo con el especialista, lo recomendable es invertir la

CTS en instituciones sólidas y que puedan ofrecer productos con una rentabilidad garantizada. "Es importante tomar en consideración para la decisión, la solidez crediticia de la entidad y, como consecuencia de ello, el nivel de rentabilidad", precisó.

LAS ASEGURADORAS: UNA OPCIÓN DESCONOCIDA

Refirió que una opción poco conocida para invertir con liquidez son las aseguradoras, las cuales cuentan con instrumentos que pueden dar rentabilidades en soles de hasta 6.32% y en dólares de hasta 4.2%, dependiendo del plazo pactado.

"Las empresas de seguro como RIMAC contamos con portafolios diversificados de alta calidad crediticia que nos permiten respaldar productos ideales para personas que necesiten solidez y rentabilidad", manifestó. Agregó que, en el caso específico de RIMAC, "contamos con productos que ofrecen rentabilidades garantizadas a plazos desde 1 a 25 años, con posibilidad de rescate y de recibir pagos periódicos".

En ese sentido, recomendó a los ciudadanos realizar un minucioso análisis antes de elegir una entidad, sea esta una aseguradora o un banco, en

el que priorice la calidad crediticia de la institución, incluso por encima de las tasas que puedan ofrecer, con el objetivo de estar más protegidos. "Primero, se debe determinar cuáles son las tres compañías más sólidas y con mejor respaldo del mercado. Luego, se deben comparar los productos que cumplan con los objetivos de seguridad, liquidez y rentabilidad", precisó.

Respecto a los principales instrumentos ofrecidos en el sistema financiero peruano, dijo que destacan los depósitos a plazo de los bancos; los seguros de ahorro e inversión, como la Renta Garantizada o el Vida Ahorro Seguro, que ofrece RIMAC; y los fondos mutuos extraconservadores.

OPCIONES DE HACER CRECER EL DINERO

Por su parte, Joel Villanueva, Country Manager de Facturedo Perú, nos brinda algunas recomendaciones, teniendo siempre presente que lo mejor es diversificar nuestra inversión.

Villanueva nos señala aquí cuatro opciones, considerando dos tipos de depósitos a plazo fijo, fondos mutuos y crowdfactoring, en un periodo de inversión corto, es decir de hasta 180 días.

1. Depósitos bancarios a plazo fijo: Según Villanueva, en el periodo señalado, los bancos ofrecen una rentabilidad entre 1% y 2%. Es importante tener en cuenta también, que a mayor monto y mayor plazo, se pueden obtener mejores condiciones. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que el dinero depositado se encontrará totalmente "congelado", durante el periodo de tiempo establecido.

2. Depósitos en cajas a plazo fijo: Las cajas en nuestro país, ofrecen una rentabilidad que va entre 3% y 4%. La dinámica es muy similar a la de los bancos, por lo que el dinero depositado no podrá ser usado durante el rango de tiempo que dure el contrato de plazo fijo. El ejecutivo de Facturedo recomienda verificar si la entidad elegida cuenta con un Fondo de Seguro de Depósitos.

Silvana Cárdenas, Latam Right Management Practice Leader en ManpowerGroup

Estabilidad laboral en tiempos de pandemia

En el pico de la crisis por la pandemia, la reestructuración de planillas afectó la estabilidad laboral de miles de empleados de distintas industrias; en algunos casos tan repentinamente se quedaron sin trabajo, sin apoyo adicional y sin perspectivas laborales.

En consecuencia, la reputación de algunos sectores se vio seriamente afectada y el mercado en general con una fuerza laboral en la que la moral, la productividad y la lealtad estaban en su punto más bajo.

Sin embargo, de acuerdo con Silvana Cárdenas, Latam Right Management Practice Leader en ManpowerGroup, brindar un programa de outplacement (transición de carrera), asegurará que tus colaboradores cuenten con las herramientas y la información que necesitan para que su transición sea lo más fluida posible y aborden con confianza un mercado laboral muy difícil.

Si bien la reestructuración y los despidos podrían ser una realidad para muchas organizaciones en tiempos de crisis e incertidumbre, Cárdenas recomienda que lo correcto es ayudar a las personas a identificar sus habilidades potenciales fuera de su sector o experiencia. Para ello, la especialista comparte los siguientes consejos:

1. La comunicación es clave para cualquier cambio, especialmente cuando se trata de una reestructuración. Cómo reestructuras tu organización y la manera en que la preparas para el crecimiento se ven directamente afectadas por la forma en que tratas a los empleados que se van. Los comentarios de candidatos resaltan que la mala comunicación tiene un impacto negativo en la moral durante tiempos de cambio, lo que a

menudo marca la diferencia entre una iniciativa exitosa y una que fracasa.

2. Ofrecer apoyo a los empleados, para que su transición sea lo más fluida posible. Asegurarse de que sus trabajadores estén equipados con un currículum ganador, conocimiento del mercado laboral oculto, técnicas de networking en línea y una comprensión de sus habilidades transferibles. Hoy en el mundo digital con redes sociales y páginas de reseñas de empleadores, las empresas deben recordar que sus ex empleados son críticos y clientes también.

3. Identificar oportunidades potenciales para los trabajadores, resaltando áreas para su desarrollo y apoyándolos a través de la capacitación. Es importante reconocer que el mundo del trabajo ha experimentado un cambio significativo, y se debe cuidar a cada empleado en caso de que vuelvan a necesitar de sus habilidades en el futuro.

“Aquí el enfoque será ayudar a las personas. Podría decirse que el factor más crítico en el éxito de cualquier cambio organizacional es cómo se dirige a las personas. Dado esto, un liderazgo eficaz es vital para garantizar que se transmita un mensaje claro y coherente en toda la empresa”, destacó Silvana Cárdenas.

CIBERSEGURIDAD EN HOME WORK

Por otro lado, ESET, compañía líder en detección proactiva de amenazas, revela que el 80% de las empresas en todo el mundo confían en que sus empleados que trabajan desde sus casas, específicamente quienes que trabajan con software financiero o participan en transacciones oficiales de la empresa, tienen el conocimiento y la tecnología para mitigar la ciberseguridad. riesgos.



Sin embargo, esta sensación general de confianza se reduce cuando casi tres cuartas partes (73%) de estas empresas afirman que es probable que se vean afectadas por un incidente de ciberseguridad. Además, de estas empresas, las industrias de investigación y análisis de información (93%) y de contabilidad, banca y finanzas (87%) respondieron que tenían más probabilidades de verse afectadas por un incidente de ciberseguridad.

ESET analizó las actitudes de los gerentes senior hacia la tecnología financiera (FinTech) y la seguridad en el segmento comercial en su investigación global de FinTech, encuestando a 1200 gerentes senior en una variedad de industrias en el Reino Unido, EE. UU., Japón y México. Una de las áreas clave en las que se centró la encuesta fue la confianza empresarial en torno al trabajo remoto y sus efectos en la seguridad de las finanzas.

No es ningún secreto que desde que comenzaron los cierres de COVID-19, el ciberdelito ha aumentado y el trabajo remoto ha presentado mayores riesgos para las empresas. El delito cibernético ya estaba aumentando antes de la pandemia, y la investigación de ESET reveló que el 45% de las empresas dijeron que habían experimentado alguna infracción cibernética en el pasado.

La pandemia convirtió a la ciberseguridad en una preocupación clave para las empresas, y el Informe de riesgos globales 2021 del Foro Económico Mundial incluso clasifica los riesgos cibernéticos entre los riesgos globales destacados.

Gianina Orellana, Directora General & Founder de Orange 360

Una persona invierte cerca de USD 3000 para realizar el famoso turismo de vacunas

Solo en el mes de marzo, más de 21 mil peruanos viajaron a territorio americano para vacunarse, escogiendo lugares como Miami, Houston, Los Ángeles, Atlanta, entre otros. EE.UU es el primer destino de miles de turistas que buscan ser inoculados.

Desde que inició la vacunación contra la COVID-19, algunos países alrededor del mundo han comenzado a inmunizar a su población, como también, han dado carta abierta a personas de diferentes nacionalidades para que puedan ingresar a sus territorios y acceder a la vacuna.

En este escenario, países como Estados Unidos, Cuba y Rusia, han iniciado una campaña de atracción masiva, siendo el país norteamericano el primero en perfilarse como uno de los países que mejor está aplicando esta fórmula.

Solo en el mes de marzo, más de 21 mil peruanos viajaron a territorio americano para vacunarse, escogiendo lugares como Miami, Houston, Los Ángeles, Atlanta, entre otros. Asimismo, en las últimas semanas se cuadruplicó el precio de los pasajes a destinos como Miami, un vuelo que, si antes costaba 500 dólares, ahora podemos encontrarlo a 2,000 dólares.

“El ciudadano que decide viajar a cualquier de los destinos de los 19 estados de EE.UU. que permiten a los turistas acceder a las vacunas, debe quedarse un promedio de 24 días, realizando una inversión de un aproximado de 3,000 dólares para que pueda recibir las 2 dosis que aplica el gobierno contra la COVID-19”, señaló Gianina Orellana, Directora General & Founder de Orange 360,

agencia especializada en comunicación integral.

“No solo hay una inversión en pasajes, sino también en hospedaje y alimentación, generando un flujo en la economía del país norteamericano que solo invirtió un aproximado de 20 dólares por dosis. Si antes ir a EE.UU. significaba realizar trámites tediosos con la poca esperanza que te dieran la visa solicitada, ahora, hay una accesibilidad notoria para viajar”, agregó.

Si bien no existe una campaña abierta por parte de los gobiernos con mensajes directos sobre cómo el turismo de vacunas reactivará la economía de dichos países, si existe una estrategia de comunicación y marketing silenciosa con la intención de mitigar los efectos producidos por la pandemia, en la que intervienen las instituciones encargadas de dar los permisos necesarios para viajar, y las agencias de viaje. Estas en conjunto buscan reactivar ciertos sectores como el de turismo, a través de trámites rápidos y paquetes llamativos que incluyen destinos específicos donde se está dando la vacunación.

Por otro lado, si bien países como Cuba y Rusia aún no vacunan a extranjeros que no sean residentes, también han iniciado una campaña basada en promesas para aquellos que quieran vacunarse en dichos países.



Estos mensajes se ven reflejados en la comunicación de los avances y resultados de sus vacunas como es el caso de Sputnik V. El laboratorio encargado de producir la vacuna rusa, publicó en su cuenta oficial de Twitter una gráfica de personas con maletas y un avión de fondo, con el mensaje “¡Sputnik V vacunación en Rusia! ¿Quién está a bordo?”.

Por su parte Cuba, en el último spot de su vacuna, comunicó que este año planea fabricar más 100 millones de vacunas para inocular a su población y a todo extranjero que desee acceder a la inmunización, además de añadir en el cierre del spot el mensaje “Playas, Caribe, Mojitos y vacuna, todo en un mismo lugar. ¿Qué te parece la oferta?”

“En el caso del spot del Gobierno Cubano, la estrategia es totalmente visible. Si bien podemos ver mensajes como “Cuba única nación en vías de desarrollo con vacunas contra el COVID-19” que destaca la participación del gobierno en temas de salud y sus avances para acabar con la pandemia. Este va acompañado con un cierre comercial de lo que representa Cuba como atracción turística, sacando a relucir esta segunda intención que tanto hemos mencionado, la reactivación económica a través del turismo”, concluyó Orellana.

Poco a poco se irán sumando más países con poder adquisitivo y logístico a esta estrategia. En el caso de Perú, si bien su lento proceso de vacunación no nos permitirá competir como destino dentro de esta campaña de turismo de vacunas, sí podría ser una oportunidad para reactivar una parte del sector empresarial que promueve el turismo externo y que se vio tan afectado durante este primer año de pandemia.



Clínica Delgado

Comprometidos con la salud de los pacientes

Es uno de los establecimientos de salud del ámbito privado más importantes del Perú, con más de 40 especialidades y más de 53 subespecialidades. Brinda una atención exclusiva en la prevención, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación de sus pacientes. Debido a la pandemia sanitaria, la Clínica Delgado también ha puesto el hombro dotando de sus modernas instalaciones para el proceso de vacunación contra la Covid-19.

Históricamente, este importante establecimiento de salud abrió sus puertas un 27 diciembre de 1928, a cargo del prestigioso médico cirujano Ernesto Delgado Gutiérrez, reconocido por su empleo de técnicas innovadoras y espíritu filántropo. Marcando así un hito de la historia de salud del país. Consolidándonos en la década de los cincuenta y sesenta como especialistas en ginecología y obstetricia.

Nacido con la misión de transformar la experiencia en salud, la Clínica Delgado siempre fue sinónimo de prestigio por la calidad de sus médicos, especialistas reconocidos en el país. Ellos, junto a su personal asistencial, trabajaron incansablemente para labrar una trayectoria de éxito. Su mirada hacia el futuro, según podemos revisar en su portal electróni-

co, radica en ser la mejor opción de salud.

Los pacientes de la clínica siempre estuvieron en buenas manos, y es así que un 24 de noviembre del 2014, comienza una nueva etapa para la institución, ya que se termina de construir lo que es hoy una de las clínicas más importantes de América Latina.

Con oferta médica en más de 40 especialidades y más de 53 subespecialidades, cada detalle ha sido pensado para brindar el mejor servicio, garantizando la calidad y la seguridad de sus pacientes. Los servicios más importantes son el: Banco de Sangre, Ginecología y Obstetricia, Neurología Clínica, y Unidad Cardiovascular.

Debido a la situación de emergencia sanitaria nacional por el Covid-19, la clínica puso a disposición del Ministerio de Salud su vacunatorio para agilizar el proceso de inmunización en la población, incluso propuso inmunizar gratuitamente a aproximadamente 500 personas por día en una primera etapa, demostrando con ello su sentido de responsabilidad social, siempre y cuando, respetando el orden de prioridad señalado por el Gobierno.

“Nos sumamos a la iniciativa del Estado de convocar al sector privado para establecer sinergias y colaborar con el proceso de vacunación. Es de suma importancia alinearnos y trabajar en conjunto para lograr resultados que impacten positivamente a la salud de más personas”, dijo el doctor Jesús Canales, director médico de Auna.

FORTALEZAS INSTITUCIONALES

Centro de Maternidad

La clínica promueve el parto respetado considerando los deseos y necesidades de los padres, y el contacto precoz piel a piel con el bebé inmediatamente después del nacimiento, fortaleciendo el vínculo afectivo entre ellos.

Para ello cuenta con suites de parto integral para la dilatación, parto y recuperación en un mismo ambiente, un Centro Quirúrgico exclusivo para casos de cesáreas y la Unidad de Cuidados Intensivos Neonatales (UCIN) mejor equipada del país, a fin



de brindar la más alta calidad y seguridad en la atención de la madre y su bebé. Los pacientes pueden acceder, además, a un exclusivo beneficio de Psicoprofilaxis obstétrica.

Unidad de Emergencia

Cuenta con médicos emergenciólogos de primer nivel las 24 horas. Prioriza la atención según el grado de emergencia y de urgencia. Además, su infraestructura ha sido diseñada especialmente para facilitar el flujo a áreas claves de la clínica, como salas de operaciones, unidad de cuidados intensivos, entre otras.

Así mismo, dispone de 23 boxes independientes para una atención cómoda y segura, 3 vías de acceso de emergencia, 2 salas de Shock Trauma y 9 salas de operaciones con la más avanzada tecnología.

Unidad Cardiovascular

Su objetivo es satisfacer las necesidades de prevención, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación de sus pacientes con problemas cardiovasculares, tanto para personas adultas como niños. Por eso, son la única clínica que cuenta con todas las subespecialidades en cardiología, entre ellas:

Cardiología Clínica, Cirugía Cardíaca y Vascular, Electrofisiología y Marcapasos, Hemodinamia e Intervencionismo Cardíaco, Cardiología Intensiva, Imágenes en Cardiología, Cardiología Pediátrica y de Anomalías Congénita. También cuenta

con un staff médico de alto nivel de especialización para todos los procedimientos y exámenes requeridos dentro de la medicina cardiovascular.

Proceso de admisión

Su Área de Emergencia está lista para atender desde lesiones leves hasta afecciones de máxima gravedad y sus médicos de emergencias, altamente capacitados, junto a un equipo de enfermeras y auxiliares brindan la atención oportuna y cuidados que necesitan los usuarios del servicio de salud.

Para ello cuenta con boxes individuales para adultos y niños, además de zonas de ambulancias y un helipuerto para atenciones más efectivas. Además, su departamento de Apoyo al Diagnóstico, que brinda el servicio de imágenes de resonancia, ingresa las imágenes al sistema hospitalario o son enviados en formato digital.

CAMED y su línea TRILAR de Ropa Hospitalaria Descartable saluda a la Clínica Delgado del Grupo AUNA, por el éxito y liderazgo alcanzado en estos 7 años de operación ininterrumpida al frente del Sector Privado de la Salud

“

Trilar Medical como socio estratégico del Grupo AUNA, se compromete a seguir proveyendo productos de calidad, alineados a las necesidades de sus clientes.

www.grupocamed.com



Mincetur

Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo

Este es un importante plan que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) aprobó, a través de la Resolución Viceministerial N° 004-2021-MINCE-TUR/VMT, la “Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2021 – 2023”.

En él se establecen una serie de medidas para la reactivación económica, preservación y desarrollo sostenible del sector, en el marco de la declaratoria de emergencia nacional por la COVID-19. Su horizonte de ejecución es de tres años.

Según los considerandos de la Resolución Viceministerial, la referida estrategia tiene como objetivo general, posicionar al Perú como un lugar de experiencias únicas sobre la base de su riqueza natural y cultural, fortaleciendo su reputación, teniendo como visión que el Perú sea reconocido a nivel mundial como un destino turístico sostenible, competitivo, de calidad y seguro.

Cabe indicar que, en la elaboración de este plan, se contó con la intervención de representantes de los gobiernos regionales, gobiernos locales, otras entidades públicas y gremios del sector turismo.

SOBRE LA ESTRATEGIA NACIONAL

La Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo tiene tres objetivos específicos: (i) desarrollar y consolidar una oferta de destinos sostenibles, (ii) posicionar al Perú como destino con productos turísticos de primer nivel y seguros, y (iii) mejorar la competitividad del sector, fortaleciendo su institucionalidad y articulación público-privada.

Es importante mencionar que en el documento publicado en la página

web del Mincetur se revelan, además, las estrategias propuestas para lograr cada uno de los objetivos específicos.

Como se recuerda, en la economía peruana, el turismo constituye un importante catalizador para el desarrollo económico del país, en particular para las regiones. En el año 2019 aportó un 3,9 % al PBI nacional, y generó empleo a casi 1 millón y medio de personas de manera directa e indirecta, además de generar otros efectos no cuantificables como cultura, imagen global y atractivo para futuras inversiones.

“Por parte del Ejecutivo, venimos evaluando los mecanismos para reactivar, de manera progresiva y cuando las condiciones lo permitan, el turismo no solo en la región, sino en todo el país. Del mismo modo, buscamos impulsar y diversificar las exportaciones de Loreto, las cuales han tenido en el primer bimestre del 2021 un importante crecimiento”, destacó la ministra de Comercio Exterior y Turismo, Claudia Cornejo.

REACTIVACIÓN DEL TURISMO

La reactivación del turismo en Perú tiene como hoja de ruta la Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2021 – 2023, aprobada hace pocas semanas. La participación de Loreto es fundamental.

“A través de Mincetur venimos realizando diversas acciones de apoyo al sector. Por ejemplo, Turismo Emprende entregó del 2017 al 2020 un total de S/ 2'148,489 a 263 beneficiarios en Loreto. A ello, sumemos herramientas financieras como el FAE Turismo y el RAF Turismo, así como la deducción de gastos vinculados al turismo y otros para personas



naturales. También hemos brindado capacitaciones a favor de artesanos, asistencia técnica permanente a funcionarios del gobierno regional y gobiernos locales en el marco de la reactivación del turismo, entre otros”, comentó la ministra.

Es importante mencionar que, durante su permanencia en Loreto, la titular del Mincetur hizo entrega del Sello internacional Safe Travels al destino turístico Iquitos – Río Amazonas – Reserva Nacional Pacaya Samiria, que fue posible gracias a las coordinaciones con el sector turismo, reunidos en el Comité Pro Turismo Regional de Loreto.

Este destino turístico comprende cuatro rutas: Cultura Ancestral, Aventura en el Amazonas, City Tours, y Conservación y Biodiversidad. Asimismo, es importante resaltar que, a la fecha, hay una lista de 105 empresas de la región que vienen cumpliendo con la implementación de los protocolos sanitarios y están aptas para la obtención de este sello internacional.

El desempeño positivo de las exportaciones peruanas, en los últimos años, se ha sustentado en la ejecución del Plan Estratégico Nacional Exportador al 2025 y los 24 Planes Regionales de Exportación (PERX). A través de estos, se busca continuar promoviendo el desarrollo de las exportaciones con mayor valor agregado, con un enfoque de competitividad para las empresas, a través del trabajo conjunto de los actores del sector público y privado.

Indecopi

Se podrá interponer demandas colectivas que busquen resarcir a consumidores

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) presentó la guía digital con los ‘Lineamientos sobre resarcimiento de daños causados a consumidores como consecuencia de conductas anticompetitivas’, documento que reglamenta la facultad de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia (CLC) de promover demandas indemnizatorias ante el Poder Judicial para compensar económicamente a los consumidores por daños causados por conductas anticompetitivas.

“Este era un tema que teníamos pendiente como Indecopi y hemos cumplido con nuestro compromiso. Hoy estamos en un momento histórico en materia del fortalecimiento del sistema de la libre competencia”, manifestó la presidenta del Consejo Directivo del Indecopi, Hania Pérez de Cuéllar.

Resaltó que la defensa de la libre competencia no implica únicamente multar a las empresas que incurran en conductas anticompetitivas, como los cárteles o los acuerdos ilegales, sino que “debemos velar por el resarcimiento de los consumidores que hayan sufrido daños específicos, y con este documento el Indecopi da un paso importante en esa dirección”.

“Estos lineamientos nos permiten activar un instrumento legal y jurídico para que el Indecopi pueda interponer demandas o indemnizaciones colectivas para los consumidores que se ven afectados por prácticas anticompetitivas”, destacó la funcionaria.

Asimismo, anunció que el Indecopi publicará pronto la directiva que permite imponer demandas colectivas desde la Autoridad de Protección del

Consumidor, junto a otros actores, como las asociaciones de consumidores.

DEMANDAS EN CONJUNTO

Por su parte, el secretario técnico de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia, Jesús Espinoza, manifestó que, con estos lineamientos, el Indecopi facilita el camino para realizar demandas en conjunto a favor de todos los consumidores afectados, dejando atrás los pocos incentivos que tenían los ciudadanos para demandar individualmente, pues el daño derivado de una conducta anticompetitiva puede ser bajo, mientras los costos judiciales son altos y los procesos largos.

“Las conductas anticompetitivas pueden afectar a los consumidores con sobrepagos impuestos a los ciudadanos de entre 15% y 20%, y el Indecopi lo ha comprobado en la práctica”, refirió.

RANKING DE FUNCIONARIOS

Por otro lado, desde el segundo semestre del 2021, el Indecopi publicará de manera semestral el ranking de funcionarios de las entidades de la administración pública que lideran la eliminación voluntaria de barreras burocráticas en las instituciones del Estado del ámbito nacional.

Este listado contendrá información de los funcionarios públicos que han logrado coordinar, en sus respectivas entidades, la eliminación voluntaria de barreras burocráticas ilegales o carentes de razonabilidad identificadas en las investigaciones iniciadas por las secretarías técnicas del Indecopi especializadas en el tema.



La elaboración de esta relación de funcionarios estará a cargo de la Gerencia de Estudios Económicos (GEE) del Indecopi a partir de la información reportada por la Secretaría Técnica de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas (ST-CEB) y la Secretaría Técnica Regional de Eliminación de Barreras Burocráticas (SRB).

La creación de esta lista se dio mediante la Directiva N.º 003-2017/Dir-Cod-Indecopi —a través de la cual se implementaron los listados de entidades de la administración pública en materia de barreras burocráticas—, a fin de incluir el ranking de funcionarios, según lo establecido en la Ley de Prevención y Eliminación de Barreras Burocráticas.

Para la elaboración del ranking y para determinar el orden de prelación se tomarán en cuenta los siguientes criterios:

- El tiempo promedio requerido por las entidades para eliminar una barrera burocrática ilegal o irracional, que es cualquier requisito, exigencia, cobro, prohibición o limitación que impone una entidad de la administración pública, a través de una actuación o una norma, que de manera contraria a ley o en su defecto irracional, dificulte el acceso o la permanencia de un agente económico en el mercado o contravenga las normas sobre simplificación administrativa.

- La ratio entre el número de barreras eliminadas y el número de barreras identificadas y notificadas.
- El número de barreras burocráticas eliminadas sin identificación y notificación previa del Indecopi.

Alberto Morisaki, Gerente de Estudios Económicos de la Asociación Automotriz del Perú

Venta de vehículos electrificados creció 116% en los primeros 4 meses del año

Entre enero y abril de 2021 se comercializaron 315 unidades de vehículos electrificados, número mayor en 115.8% al resultado observado en similar periodo del año anterior (146 unidades), y representando más de la mitad de todo lo vendido en el 2020 (576 unidades). “Sólo en abril pasado se han registrado 109 unidades”, apuntó Alberto Morisaki, Gerente de Estudios Económicos de la Asociación Automotriz del Perú (AAP).

La mayor oferta de este tipo de vehículos, sumado al mayor conocimiento de los consumidores peruanos sobre sus beneficios para el medio ambiente y ahorro en su operación, son los factores detrás de este importante crecimiento. No obstante, Morisaki sostuvo que “falta aún el impulso de parte del Estado a través de diversas medidas que gatillarían un mayor desarrollo de este segmento”.

En ese sentido, dijo, recientemente la AAP dio a conocer la Propuesta del Plan Nacional de Electromovilidad que “tiene como objetivo consolidar y sumar esfuerzos entre los diferentes actores del mercado en diseñar políticas públicas que apunten a reducir la contaminación ambiental producida por el parque vehicular”.

De otro lado, al analizar la información de los vehículos electrificados por tipo de tecnología, las cifras muestran que los vehículos más comercializados en los primeros cuatro meses del año siguen siendo, y de lejos, los híbridos convencionales o HEV (Hybrid Electric Vehicle, por sus siglas en inglés) con 297 unidades, mayor en 112.1% con relación a igual periodo del 2020 (140 unidades).

En segundo lugar, se encuentran los eléctricos puros o BEV (Battery Electric Vehicle) con 12 unidades, número superior en 300% en comparación

con lo observado en similar lapso del año pasado (3 unidades), y finalmente se ubican los híbridos enchufables o PHEV (Plug-in Hybrid Electric Vehicle) con 6 unidades, cifra mayor en 100% respecto a lo reportado en enero – abril del 2020 (3 unidades).

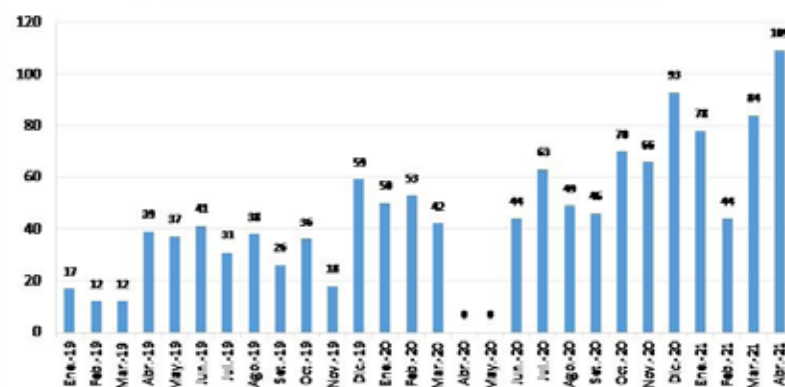
INTERÉS CRECIENTE

El interés por este tipo de vehículos por parte de los consumidores y la necesidad de la participación del Estado en impulsar el desarrollo de esta actividad económica a través de distintos incentivos, sobre todo al inicio, se confirman en una reciente encuesta realizada por Neoauto entre quienes visitan su portal, interesados en un vehículo, en los últimos tres meses.

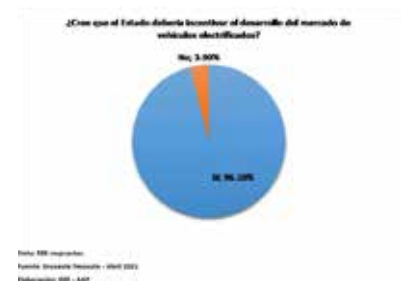
Así, se puede apreciar que más del 73% de los que respondieron dicha encuesta estarían dispuestos a adquirir un vehículo electrificado, además que el 61% adquiriría un vehículo eléctrico puro. Adicionalmente, indicaron que entre las características que más valoran en estos vehículos son el ahorro en combustible (61%), son amigables con el medio ambiente (29%) y el ahorro en mantenimiento (10%).

Finalmente, más del 96% de los que respondieron la encuesta están de acuerdo que el Estado debería incentivar el desarrollo de los vehículos electrificados, al considerar que los factores que podría detener la decisión de adquirir este tipo de vehículos son el precio (46%) y disponibilidad de estaciones de carga (32%).

VENTA VEHÍCULOS ELÉCTRICOS E HÍBRIDOS



Fuente: SUNARP - AAP
Elaboración: GEE - AAP



Fuente: Neoauto
Fecha: Encuesta realizada: 10/03/2021
Entrevistas: 600 - AAP



Internet fijo aumentó 16.9% en primer trimestre por necesidad de conectividad

El Perú reportó un total de 2.84 millones de conexiones al servicio de internet fijo al cierre del primer trimestre del año, lo que significó un incremento de 16.9 % respecto al mismo periodo del 2020, informó el Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel).

“Quedó en evidencia la necesidad de mantener la conectividad para actividades como el trabajo, el estudio y el entretenimiento a través del soporte digital, en un contexto de restricciones de movilidad por la pandemia de la covid-19, factores que impulsaron el crecimiento en el acceso a internet fijo en los tres primeros meses del 2021”, explicó.

Aproximadamente 2.5 millones de conexiones a internet fijo correspondieron a la tecnología alámbrica, que concentró el 88% del mercado principalmente por el uso de cable módem, la fibra óptica y xDSL, indicó.

En tanto que el 12% restante de las conexiones fueron a tecnología inalámbrica, que mostró un creciente avance en los últimos años, sobre todo en tecnología LTE. Del total de conexiones a internet fijo, el 61.4% fueron únicamente a usuarios en Lima y Callao, con aproximadamente 1.74 millones de accesos a este servicio, es decir, una variación porcentual cercana al 13%, señaló.

En tanto, las regiones concentraron el 38.6% del mercado de internet

fijo con 1.10 millones de conexiones. Amazonas reportó el mayor avance porcentual en el total de conexiones (117.9%), seguida de Pasco (83.2%) y Apurímac (54.2%), precisó.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO

El aumento de conexiones de internet fijo también, propició una variación en la participación de las empresas operadoras en este mercado, mencionó.

Así, Telefónica del Perú redujo en 5.1 puntos porcentuales su liderazgo en la categoría y obtuvo una participación de 63.1%, en cambio el grupo Claro, integrado por Claro, Olo y TVS Wireless, ganó 3.7 puntos en este periodo y fortaleció su ubicación, con una participación de 27.8%, informó.

Por su parte, el Grupo Entel, conformado por Entel y Americatel, se ubicó en tercer lugar con 5.3% de participación, seguido del Grupo WI-NET y Optical Technologies con 1.5% y Hughes de Perú con 1.1% del mercado, señaló.

El Grupo Econocable, Fiberlux y el resto de empresas alcanzaron el 0.4%, 0.3% y 0.5%, respectivamente, mencionó.

INTERNET SATELITAL

Por el lado del servicio de Internet satelital, la empresa Hughes Perú

realizó una encuesta, donde se conoció que el 75% de usuarios peruanos utilizan el servicio de Internet satelital para la teleeducación, siendo los teléfonos móviles y laptops los dispositivos más utilizados para acceder a esta modalidad de estudio.

La muestra señaló que 39% de personas a nivel nacional han visto una oportunidad en el Internet para continuar el aprendizaje de forma remota, mientras que el 26% optan por llevar cursos de gusto personal. Por otro lado, se identificó que un 46% de encuestados reciben sus clases virtuales a través de la plataforma Aprendo en Casa, servicio que pueden utilizar sin consumo de datos gracias al beneficio que otorga la compañía a sus usuarios.

“El comportamiento del consumidor ha cambiado a raíz de la pandemia y esto se ve reflejado en el acceso a Internet, el cual se ha vuelto prioritario a pesar de que en regiones como Huancavelica, Ayacucho y Cajamarca, la cobertura de Internet apenas supera el 20%. Hemos realizado un gran avance instalando Internet en el 65% de lugares donde nunca antes hubo conectividad, pero aún hay mucho trabajo por hacer en conjunto entre el Estado y las empresas privadas”, afirmó Hugo Paredes, gerente general de Hughes Perú.

De acuerdo a información propia del estudio realizado a más de 2 mil clientes de internet en zonas rurales, el 60% de usuarios utiliza Internet satelital en el hogar para educación y capacitación. Por ello, es importante desarrollar un plan de inclusión y democratización de Internet a fin de que más peruanos puedan acceder a mejores oportunidades de crecimiento y capacitación en sus estudios y negocios.

Hoy en día, en el contexto en el que vivimos, es primordial acortar la brecha digital y permitir que todos los peruanos tengan acceso a información de calidad a través del servicio de Internet, el cual podrá mantenernos a todos en igualdad de oportunidades. Solo de esa manera, se podrá continuar creciendo como país y como sociedad.

#CADEdigital

La inclusión financiera no será posible sin una previa inclusión digital

Ho y en día, las operaciones financieras son una necesidad en la vida cotidiana de todas las personas; sin embargo, muchas de ellas se encuentran actualmente fuera de este sistema. ¿Cómo concebir esta realidad mientras hablamos de transformación digital y banca del futuro? Esa fue la pregunta que buscó responder Brett King, futurista y fundador de Moven, en la sesión Banca 4.0: El futuro de los bancos en el escenario post-pandemia, en la presente edición de #CADEdigital. La misma estuvo dirigida por Omar Crespo, Gerente de Innovación Estratégica en Caja Piura.

Para el expositor, la falta de bancarización es una situación que se vive a nivel mundial. Subrayó que, por ejemplo, en el África subsahariana, el 70% de la población tendría que gastar el salario de un mes para poder movilizarse a las ciudades en las que hay oficinas de bancos. Esto, en plena era de la transformación digital, es impensable: “Incluir a más personas en los sistemas financieros ya no pasa por abrir oficinas más cerca de las personas sino en crear la tecnología para que puedan realizar sus operaciones financieras desde un dispositivo móvil”, explicó.

Por supuesto, para ello es necesario que las personas tengan acceso no solo a un dispositivo sino también a Internet. En esa línea, el fundador de Moven destacó que, a la fecha, se vienen desarrollando diversas iniciativas para contar con el servicio de internet satelital a precios muy razonables, con el claro objetivo de lograr la conectividad de los ciudadanos de las zonas rurales y que estos puedan tener acceso a los servicios financieros.

Brett King también resaltó que el uso de las billeteras electrónicas en

los últimos años creció considerablemente en comparación al canal tradicional: “Alipay y WeChat Pay (billeteras electrónicas chinas) realizaron transacciones por 52 trillones de dólares mientras que Visa y Mastercard juntas, apenas alcanzaron los 24,5 trillones”, precisó. Continuó diciendo que el uso de las billeteras digitales son una alternativa a los servicios tradicionales bancarios, con las que el usuario no tiene que pisar una agencia bancaria ni siquiera para abrir su cuenta. Alipay, una de las más usadas en todo el mundo y fundada en el 2004, ni siquiera cuenta con oficinas físicas.

Este hecho supone una gran ventaja para los usuarios, ya que ya no deben movilizarse a una agencia bancaria o contar con el plástico de la tarjeta para realizar sus operaciones. Incluso, su uso es más seguro debido a que las incidencias de fraude son mucho menores que los medios de pago tradicionales. “También hay ventajas considerables para las mismas organizaciones financieras, el costo de adquisición de un cliente para la billetera digital china es de 75 centavos de dólar mientras que para bancos como el JP Morgan Chase este costo es de 350 dólares”, remarcó.

Todo este proceso de digitalización se ha visto ciertamente acelerado por la pandemia y lo esperado es que la tendencia se mantenga, según explicó King, “En los últimos 6 años, el uso de efectivo para realizar pagos pasó del 96% a menos del 40%”.

Para finalizar su exposición, King resaltó que en los próximos años la banca tendrá que adaptarse y cambiar los principios básicos de sus sistemas para seguir creciendo, es necesario que todos los servicios se puedan proporcionar a través del celular. “Tiene que haber un cambio en



la cultura organizacional para que en el futuro se ponga primero la tecnología y luego las finanzas, incorporar talento humano reentrenado en tecnología y ciencia de datos, los bancos cada vez serán más industrias tecnológicas que financieras”, concluyó.

RUTA PARA REACTIVACIÓN DE INDUSTRIAS

Por su parte el gerente general de Hitachi ABB Power Grids en Perú, Augusto Martinelli, sostuvo que la digitalización en la industria energética se refleja, por ejemplo, en lograr un ecosistema estandarizado de equipos interconectados.

Y es que luego de más de un año de crisis económica por la pandemia del covid-19, la digitalización toma valor como el principal activo para impulsar las actividades empresariales e industriales en el país, jugando un papel importante en la reactivación de los diversos sectores de la economía nacional.

“El impacto de la digitalización de la industria nacional también trasciende en reducción de los costos de consumo de energía, uno de los más altos en el proceso de producción, siendo que con el uso de transformadores digitales, las empresas podrían ahorrar energía entre 3% y 4%, un costo significativo para los segmentos de utilities y minero del mercado peruano”, aseveró Martinelli.

Según un reciente estudio de EAE Business School, poco más de 3.3% de las industrias en América Latina han apostado por la implementación del internet de las cosas en sus procesos.

Daniel Suárez, Country Manager de Dahua en Perú

La IA permite reducir la dependencia para realizar procesos complejos

Según una investigación de IBM, sobre el uso de la inteligencia artificial (IA) en Latinoamérica: el 21% de los profesionales de TI encuestados en la región señaló que su negocio ahora está utilizando IA, en tanto que el 43% informa que sus organizaciones han acelerado la implementación de IA como consecuencia de la pandemia de COVID-19.

En ese sentido, ahora que estamos viviendo una crisis sanitaria, donde la toma de decisiones es crucial para salvaguardar la vida y salud de millones de personas, la IA juega muchos roles importantes en muchos sectores de la actividad humana. Para Daniel Suárez, Country Manager de Dahua en Perú, el segmento de la seguridad es uno de los que más recoge las ventajas que ofrece el uso de la IA.

La IA permite, mediante la automatización de procesos y algoritmos específicos, que los usuarios puedan ser detectados como objetivo primario, identificados, analizados, medidos, reportados, entre otros procesos que requieren de un análisis, de tal forma que se evita dependencia de personas, aproximación y contacto entre ellas, necesidad de mayores recursos humanos o tecnológicos debido a la gran cantidad de análisis que se debe realizar al mismo tiempo.

En ese sentido la IA sería un facilitador de procesos para salvaguardar a las personas evitando su exposición o sobre exposición al entorno que lo hace vulnerable.

APORTE DE LA IA EN EL SECTOR SALUD

Al igual que otros aportes de avances científicos, como la Biomedicina, la IA permitiría reducir la dependencia de personas para realizar procesos

relativamente complejos, así como incrementar la cantidad de recursos disponibles para personal médico, como información detallada, discriminada o filtrada, de forma más precisa y seguramente en un tiempo suficientemente breve.

Dahua ya venía trabajando varios años en soluciones de IA que facilitan los procesos de detección inteligente, de tal forma que ante la pandemia solo se requirió afinar funcionalidades, repotenciar capacidades y arreglar paquetes de productos que en conjunto ofrezcan una solución completa, ajustada a las exigencias que la pandemia nos trajo para salvaguardar a las personas.

Estas permiten, entre otras cosas, medición de temperatura corporal efectiva y control de acceso sin contacto, que es una necesidad básica hoy en día, así como el análisis inteligente del comportamiento humano, incluyendo control de aforo; todo esto para reducir el riesgo de contagio y la propagación del virus.

CAMBIO DE HÁBITOS

Cada vez más usuarios no especializados tienen acceso a productos más económicos y más prácticos que incluyen estas funciones de IA, de tal forma que es más común llegar a un lugar, por ejemplo, centro laboral, donde no se requiere un procedimiento especial para registrar su asistencia, autorizarse/restringirse el ingreso, identificarse, medirse la temperatura, todo sin ejecutar rutinas de ingreso a dicho lugar. Los usuarios encuentran mayor practicidad en procesos cotidianos y más accesibilidad a ellos sin reducir, si no por el contrario, incrementándose el nivel de seguridad que previamente se tenía.



INDUSTRIA DE LA SEGURIDAD

Prácticamente todas las soluciones que Dahua ofrece van teniendo acogida dentro de la industria, ya que se aplica a diferentes necesidades, además que la empresa continúa desarrollando soluciones específicas para diferentes industrias, considerando inteligencias que aplican de forma específica y con la facilidad de ofrecer desarrollo adicional según cada necesidad de proyecto.

Teniendo así colocado en el mercado peruano las soluciones de Medición de Temperatura Corporal sin contacto, Control de Acceso sin Contacto con reconocimiento facial y medición de temperatura, Control de Aforo a través de conteo unificado de personas, Reconocimiento facial, Registro de metadatos con atributos faciales, corporales, vehículos motorizados, vehículos no motorizados, protección perimetral con discriminación de falsas alarmas, por mencionar las más comunes hoy en día.

A nivel de seguridad ciudadana, la tecnología está presente en muchas municipalidades, distritales y provinciales del país, también en sectores de industria (plantas o fábricas), minería, construcción, educación, salud, transporte, entre otros. No solo con soluciones robustas y complejas, pero adecuadas, sino también con algunas soluciones económicas, pero suficientemente prácticas y eficientes para las necesidades.

Lejos de lo que pudo haberse pensado en cuanto al gran impacto que la pandemia y la situación política podría haber tenido con un rubro que no está considerado como de primera



ABE

Certifica como buen empleador a Sodexo

Sodexo Beneficios e Incentivos, empresa del referido grupo, fue reconocida por la Asociación de Buenos Empleadores – ABE, por sus prácticas en gestión del talento humano. En el marco de la crisis sanitaria, uno de los principales retos para el sector empresarial fue implementar iniciativas que respondan a las necesidades del nuevo colaborador. En ese sentido, la Asociación de Buenos Empleadores de la Cámara de Comercio Americana del Perú (Amcham), otorgó la certificación ABE del Buen Empleador, por segunda vez, a Sodexo Beneficios e Incentivos, empresa líder en el diseño, gestión e implementación de servicios de calidad de vida para colaboradores. Dicha certificación, considera y reconoce los más altos estándares en gestión del talento humano, entre ellos, el pago puntual de las remuneraciones, la continua capacitación y desarrollo de los colaboradores en la organización, evaluación de desempeño, programas de reconocimiento y entrega de beneficios sociales; criterios altamente valorados frente a la nueva normalidad por la pandemia.



GRUPO CENTENARIO

Cuenta con los primeros edificios corporativos en el Perú

Grupo Centenario recibió la revalidación de Protocolos de Bioseguridad Frente al Covid-19 para sus complejos de oficinas, el Centro Empresarial Real de San Isidro y el Centro de Negocios Cronos de Surco, por parte de la certificadora AENOR, una de las más grandes y reconocidas del mundo. La última medida de bioseguridad implementada en sus edificios fue un nuevo sistema para purificación de aire en los ascensores. El artefacto UV CleanAir de Schindler utiliza la tecnología suiza de luz UVC, que permite higienizar y renovar el aire con mayor frecuencia y eficiencia. Es eficaz contra virus, bacterias y otros microorganismos. Entre los elementos de bioseguridad aplicados desde inicios de la pandemia, destacan los protocolos de ingreso a complejos y edificios, señalética, paneles de separación de acrílico en recepciones, reducción de aforo al 50% en todos los espacios comunes, sistemas de medición de temperatura automáticos, purificador de aire IQAIR en los Community Lounge e incremento sustancial de recursos para desinfección y limpieza, entre muchos otros.



JOCKEY PLAZA

Anuncian importante centro de distribución logística en Lima

El comercio digital se dinamizó con la pandemia y logró avances que pocos hubieran podido imaginar. Las compras se realizan ahora por cuentas digitales y las entregas al consumidor final deben realizarse con un amplio respaldo logístico que garantice seguridad, calidad y puntualidad. Liderando siempre en servicio y atención al público, el Jockey Plaza incorpora en sus instalaciones un potente Centro de Distribución Logística, suscribiendo una alianza estratégica con Scharff, reconocida empresa con más de tres décadas de experiencia, en procesos exitosos de millones de entregas satisfactorias a nivel nacional e internacional. La atención del centro logístico de Scharff, desde el Jockey Plaza, permitirá también que emprendedores y empresarios puedan acortar distancias con sus públicos y despachar sus mercaderías directamente desde la zona que representa el 70% de despachos urbanos con todos los beneficios que implica tener en el corazón comercial de la ciudad un hub logístico a precios razonables y con garantía de máxima eficiencia de entregas según la programación y lugar de destino.



NIKE

Presentan campaña RUN FEARLESS: CORRE SIN MIEDO

El proyecto "Run Fearless" tiene como misión mantener a los corredores en su actividad al proporcionarles herramientas para seguir saludables. Los estudios científicos realizados para cada lanzamiento son controlados e independientes para verificar que en efecto reduzca las lesiones derivadas del running. Con el fin de poder imaginar un futuro en el que ningún corredor sufra lesiones derivadas del running. Nike siempre ha creído que los humanos tienen el potencial para lograr lo que sea, pero cada año demasiados corredores se pierden en el camino por lesiones que les impiden alcanzar sus metas. El equipo del NSRL (Nike Sports Research Lab) se embarcó en un plan para diseñar un calzado de running que realmente evite las lesiones. Al concluir que el calzado con control de movimiento no lograba ser la solución. El sistema "Run Fearless" les tomó varios años a los científicos del NSRL. La información transmitida por corredores reales indicó que la comodidad es clave. Además, descubrió que diversificar la rutina de running también es esencial para evitar lesiones.



BANCO DE COMERCIO

Avanza en proceso de transformación digital

El desarrollo tecnológico ha permitido que las personas continúen realizando sus operaciones financieras a través de plataformas online alternativas, de forma segura y sin la necesidad de salir de casa. Ante este panorama, el Banco de Comercio continúa su apuesta por impulsar la bancarización a través de la tecnología, brindando experiencias seguras y confiables a sus clientes. Su servicio de cambio de divisas es una solución alterna a una actividad frecuente como la de comprar o vender. En este contexto, la entidad financiera viene impulsando #Cambix, una solución digital gratuita, segura, rápida y accesible de cambio de divisas 'Open Market', dirigida a personas que tienen cuentas en cualquier banco en el Perú, que usan dispositivos móviles o la web y realizan continuamente operaciones de cambio de moneda, gracias al apoyo de la tecnología, brinda un ecosistema gratuito, seguro y accesible para realizar esta tarea, sin salir de casa. La plataforma está disponible en App Store, Google Play y en navegadores web, a la fecha Cambix cuenta con más de 6,000 usuarios recurrentes.



Limpieza integral para garantizar un retorno laboral con bioseguridad

Los protocolos de limpieza para el personal de una empresa determinada, se han activado desde hace varios meses en el Perú. Desde que la pandemia y emergencia sanitaria, comenzaron a hacer estragos en el entorno laboral y en el ámbito personal, las cosas ya no son las mismas para el trabajo y los espacios de producción.

A medida que avanza el proceso de inmunización en el Perú y viendo que en muchas partes del mundo las cosas y la vida, parecen estar volviendo a la normalidad, hay que planificar un eventual retorno a la "presencialidad" en el trabajo, en los estudios y en la vida pública. Es por ello que surgen varias interrogantes como, por ejemplo: ¿Cómo se adaptarán los nuevos protocolos de limpieza a los ya existentes? ¿Se mantendrán ciertas prácticas que incentiven la

no contaminación de espacios comunes y cerrados? ¿Las mascarillas y protectores faciales se incorporarán en nuestra cultura de prevención epidemiológica?

Cabe recordar que, desde antes de la pandemia del Covid-19, que cobró la vida de millones de personas en el mundo y decenas de miles en el Perú, la noción de equipos de protección personal, limpieza y desinfección; eran distintas. Ahora existen protocolos que son estrictos con el aforo de personas en un espacio común.

Los sistemas de ventilación y los espacios diseñados para una óptima circulación del aire, son importantes en la medida que protegen de la concentración de los temidos aerosoles.

MANTENIMIENTO DE OFICINAS

Es casi un hecho que dentro de pocos meses se proceda al retorno a los centros de trabajo, a las oficinas y centros de producción. A las escuelas, a los clubes sociales, a los comercios en todo su esplendor, a los restaurantes, a los cines, etc. Es justo y necesario para la reactivación de nuestra economía.

En el caso de las oficinas, para el buen desenvolvimiento de los procesos y gestiones administrativas, al interior de los espacios laborales; la limpieza a jugado un rol importantísimo para el aseguramiento de la bioseguridad del cierto número del personal, que dejó de prestar servicios de manera remota, para pasar a una semi presencialidad de sus funciones.

En ese sentido diversas empresas del sector limpieza integral e industria, han realizado eficientemente la función de mantenimiento diario.

Realizando la mantención diaria de la oficina incluyendo la limpieza de vidrios, limpieza de pisos, limpieza de alfombras, limpieza de puestos de trabajo, limpieza de cocinas, limpieza de baños, limpieza de interiores, entre otros; se ha garantizado el flujo de trabajo.

En el caso de las industrias, el servicio personalizado de limpieza en centros industriales y plantas de producción, con el objeto de alcanzar el normal desarrollo del proceso productivo; ha permitido el mantenimiento de la seguridad física de las instalaciones y las personas que trabajan en ellas.

También se han realizado trabajos de limpieza de pisos y alfombras. Para ello se ha utilizado equipos de tipo industrial para realizar una limpieza profunda de pisos y limpieza de alfombras decorativas (sobrepuestas), muro a muro (adheridas al piso) y modulares (áreas de trabajo), quedando no solo limpias sino también desinfectadas.

TRABAJO EN EXTERIORES

En ese tipo de actividades, la solución más efectiva en limpieza de lunas (vidrios) interiores, exteriores y de altura, es haberlo realizado con diligencia y profesionalismo. Para ello se han tomado las medidas de seguridad establecidas según la Normativa, evitando cualquier posible accidente dentro de la prestación del servicio.

En la limpieza de fachadas cada empresa ha puesto de los suyos, garantizando a sus clientes un trabajo de calidad en la limpieza de exteriores y fachadas de sus empresas, retirando la suciedad de los muros exteriores de sus instalaciones, cumpliendo con todas las medidas de seguridad establecidas.

El principal beneficio de subcontratar una empresa que se encargue de la limpieza, es el ahorro importante de recursos, debido a que esta se encarga de proporcionar los insumos necesarios, así como el equipo de trabajo conformado por operarios,

supervisores de saneamiento y técnicos.

El cliente se concentrará más en su negocio, y la empresa tercerizada en la limpieza. Las empresas del rubro han tenido que estar al día con su registro de Actividades de Intermediación Laboral otorgada por el Ministerio de Trabajo; así como con la Autorización como empresa de Saneamiento Ambiental otorgado por el Ministerio de Salud.

SANEAMIENTO AMBIENTAL

Desinsectación (Fumigación). Consiste en la eliminación de todo tipo de insectos voladores y rastreros, aplicando los sistemas de pulverización, nebulización y aplicación de gel. Nuestros productos están autorizados por la DIGESA.

Desinfección. Eliminación de micro organismos nocivos presentes en el medio ambiente mediante productos desinfectantes autorizados por la DIGESA.

Desratización. Eliminación de roedores utilizando raticida de dosificación múltiple en trampas de diversos tipos.



Limpieza y Desinfección de Reservorios de Agua. Eliminación de residuos (suciedad, hongos, mohos y algas) adheridas a las paredes del reservorio para seguidamente desinfectarlas con el fin de mejorar la Calidad del Agua.

Recolección y Transporte de Residuos Sólidos. Brindamos el servicio de traslado de los residuos sólidos a relleno sanitario.

Limpieza de Pozos Sépticos, Trampas de Grasa y Sumideros. Consiste en la succión de las aguas servidas, así como el retiro de los residuos y su debido traslado a una disposición final formal.

PROTOCOLOS AMBIENTES DE TRABAJO

Aumentar la renovación de aire ya sea de manera natural o forzada principalmente en aquellas áreas de trabajo de las instalaciones donde exista mayor cantidad de trabajadores según la naturaleza de las operaciones.

Los Puestos de atención al cliente y entrega de mercadería contarán con barreras como mamparas u otro medio, para evitar el contacto directo con el público en general, así como otras medidas preventivas para disminuir el nivel de riesgo de exposición.

Disponer los equipos, vehículos y áreas de forma tal de contar con el espacio no menor a 02 metros entre los trabajadores.

Disponer de un espacio o área aislada para efectos de poder atender de manera ambulatoria a las personas que manifiestan síntomas de la enfermedad hasta su traslado al centro médico más cercano. Medidas rigurosas contra la contaminación cruzada durante y después del confinamiento de una persona deben implementarse.

LIMPIEZA DE CUARTOS Y ÁREAS COMUNES

- Use guantes desechables cuando limpie y desinfecte. Tire los guantes después de cada limpieza.
- Lávese las manos inmediatamente después de quitarse los guantes.
- Cambiar ropa de cama a diario y lavar.
- Para desinfectar utilice una mezcla de cloro diluido con un mínimo de 70% de alcohol.
- Si las superficies están sucias, deben limpiarse con un detergente o jabón y agua antes de la desinfección.



Alberto Ferreira, Managing Director Kärcher Perú

La sociedad tiene nuevos hábitos de limpieza debido a la pandemia.

Para Kärcher Perú, lo más importante es que sus consumidores tanto del negocio B2C como B2B, puedan desinfectar, higienizar y limpiar sus establecimientos y hogares de manera correcta, para reducir los índices de contagios y frenar el avance del COVID-19.

A pesar que el país viene atravesando una emergencia sanitaria, la empresa se ha convertido en un aliado de las soluciones de limpieza para todos los segmentos, demostrando con ello, que la desinfección puede ser un proceso sencillo y más efectivo para los usuarios.

“Por ejemplo, con el trabajo remoto, en el hogar, cada vez tenemos menos tiempo de limpiar en casa, porque ayudamos a los chicos con sus tareas. Los equipos para el hogar de Kärcher contribuyen justamente a alcanzar una limpieza más eficaz en un periodo más corto y con un fácil uso”, señaló Alberto Ferreira, Managing Director Kärcher Perú.

Para el sector B2B, hoy es muy importante que las empresas cumplan los protocolos de sanitización. Por ello Kärcher Perú desarrolló procedimientos para darle valor agregado a las indicaciones del Gobierno y que encuentren en nuestros equipos soluciones para las diferentes tareas y sectores: Minería, Industria, Industria Alimentaria, supermercados.

La nueva normalidad, señaló el ejecutivo, hizo que la limpieza sea una prioridad y Kärcher ofrece soluciones tanto en el hogar como en el sector industrial para cumplir con las medidas de bioseguridad en esta nueva normalidad.

“Nos hemos transformado rápidamente para corresponder a las necesidades de clientes. Desde un inicio nuestras ventas fueron afectadas por la falta de apertura de tiendas. Implementamos de forma rápida la tienda online (www.tiendakarcher.pe) en menos de un mes, mostrando todos los productos para la línea hogar como profesional”, indicó.

Debido a los cambios de hábito en higiene, la categoría de limpiadoras a vapor, aspiradoras e hidrolavadoras para los segmentos B2C y B2B crecieron en un 170%. Los consumidores identificaron que los productos de Kärcher ayudan a eliminar virus y bacterias (en cuanto a vaporizadores). Mientras que por el lado de hidrolavadoras, en la línea profesional, se muestra eficiencias para la limpieza y desinfección de calles, autos, jvas de alimentos, carritos de supermercados, etc.

“La limpieza, hoy por hoy, cumple un factor indispensable en cualquier tipo de empresa, sin importar su espacio, tamaño o ubicación. Un número importante de la población está adoptando buenas prácticas de desinfección para prevenir el contagio por COVID-19. El sell out de las limpiadoras de vapor tuvieron un incremento de ventas exponencial desde el 2020 al presente”, dijo Ferreira.

Diversos estudios demostraron que la limpieza del entorno de trabajo está relacionada con un mejor rendimiento. Un ambiente higiénico, desinfectado y aseado con regularidad es sinónimo de trabajadores cómodos y con un mejor desempeño, lo que repercute directamente en la producción y resultados finales.

Con la pandemia, el valor principal para los usuarios es tener la seguridad que cuentan con un aliado en la desinfección, y las nuevas soluciones se dirigen hacia este punto. “En Kärcher el portafolio de equipos de vapor para el hogar aumentó hasta en 4 tipos, cada una más versátil y para todo tipo de consumidores. Adicional a ello, introducimos al portafolio una fregadora de pisos, con cable y sin cable, donde su función principal es ahorrar tiempo de uso de manera ergonómica”, comentó.

La eliminación de virus se consigue, entre otros, con altas temperaturas como las que se generan durante el uso de limpiadoras de vapor e hidrolavadoras de agua caliente HDS Kärcher. Nuestras soluciones tanto de la línea hogar como industrial expulsan vapor de agua caliente a más de 100 °C. garantizando la higiene necesaria sin el uso de químicos.

Los limpiadores de vapor traen beneficios múltiples, como la seguridad de ambientes desinfectados, la eliminación de virus y bacterias a un 99.99% y sin necesidad de utilizar químicos o detergentes para la limpieza de pisos, baños, cocinas, campanas extractoras. La comodidad es un aspecto fundamental. La eliminación de la grasa ayuda mucho a que el trabajo sea muy rápido y eficaz, por eso, los restaurantes toman como opción nuestro equipo, para una higiene eficaz y rápida.

En cuanto a la línea HDS es ideal para la industria de la minería, industrial y forestal. Las soluciones de Kärcher otorgan a las empresas la posibilidad de un proceso de desinfección con inyección de vapor que permite configurar el equipo con los parámetros necesarios para obtener vapor saturado, muy útil para las líneas, fajas transportadoras, estruc-



turas, principalmente en el sector de alimentos.

“Nos hemos adaptado como todas las empresas. Tenemos un plan de vigilancia de acuerdo a las medidas de sanitización establecidas por el Gobierno y lo ejecutamos tanto en nuestra tienda física como en nuestras oficinas. Si bien estamos realizando trabajo remoto, el área de servicio técnico atiende con los protocolos utilizando los vaporizadores de Kärcher. Tenemos una web

online que facilita la generación de citas con el objetivo de evitar aglomeraciones en nuestro local. (www.serviciotecnicokarcher.pe)”, señaló.

Como líder global en soluciones de limpieza, la marca está comprometida con la seguridad de sus clientes en su tienda Kärcher Center Lima, donde cumplen con todas las medidas y protocolos, utilizando sus equipos para asegurar un ambiente correctamente desinfectado y libre de virus y bacterias.

KÄRCHER

LIMPIEZA,
EL NUEVO
WOW

SG 4/4 **SC 3**

TECNOLOGÍA DE PRIMER NIVEL

PARA EL MONITOREO DE
TODAS NUESTRAS UNIDADES



El soporte para este sistema de gestión permite articular esfuerzos humanos y tecnología de punta, incluyendo un portal web y monitorear en tiempo real tanto la parte documentaria del personal y equipos, su disponibilidad, ubicaciones y performance en el servicio de precisión.

LINEA

CERTIFICACIONES



OFICINA PRINCIPAL: Av. Daniel A. Carrión 140 - Urb. San Nicolás, Trujillo
OFICINA LIMA: Av. Paseo de la República 941 - 959, La Victoria
OFICINA AREQUIPA: Calle Eduardo López de Romaña 174 - Parque Industrial
CALL CENTER: 0 800 - 00 - 015 / Correo: rvegan@linea.pe
CONTACTO: 976310257 - 948311967



LINEA.PE

KÄRCHER

¡DILE ADIÓS A LOS VIRUS Y BACTERIAS DE TU EMPRESA

CON UN EQUIPO DE LIMPIEZA PROFESIONAL!



Kaercher Perú S.A.
Av República de Panamá 6641 Surco, Lima
info@pe.kaercher.com
www.tiendakarher.pe