

# 6.1%

CRECIERON LAS VENTAS DEL SECTOR RETAIL MINORISTA EN ENERO DE ESTE AÑO, AL TOTALIZAR 3,100 MILLONES DE SOLES, REPORTÓ EL MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN.



## SBS presenta el Planef

La jefa de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), Socorro Heysen, presentó el Plan Nacional de Educación Financiera (Planef) y destacó que las acciones que se realizarán disminuirán el número de fraudes en el país. Durante el lanzamiento efectuado en la institución educativa emblemática Melitón Carvajal, Heysen resaltó que este plan ya forma parte del Currículo Nacional de la Educación Básica de todos los centros educativos del Perú.



SUPLEMENTO SEMANAL  
DIARIO OFICIAL  
DEL BICENTENARIO

**El Peruano**



Segunda Etapa. Año 5. Edición N° 306  
Miércoles 3 de abril de 2019

# ECONÓMIKA

NEGOCIOS, INVERSIONES Y FINANZAS



ES EL TURNO DE LAS PROVINCIAS

# Mercado: una estrategia más descentralizada

El presidente de la Sociedad Peruana de Marketing, Rolando Arellano Bahamonde, afirma que hoy, en cuanto a la participación de mercado, el conjunto de las ciudades del interior han superado a Lima, pese a que la capital continúa siendo la plaza de mayor demanda concentrada.

Escribe **Rodolfo Ardiles Villamonte**

**¿Qué análisis hace del mercado peruano? ¿Continúa siendo una plaza asentada en Lima o ve una mayor participación de otras ciudades?**

—Desde hace cinco años, la tendencia ha sido favorable para las ciudades del

interior. La participación de todas ellas en conjunto ya es mayor a la de la capital, es decir, que cuando analizamos el producto bruto interno (PBI) del país, el peso de las provincias es mayor que Lima, lo que es una buena señal porque nos indica que ya no podemos dejar de lado al Perú profundo.

No obstante, al analizar el tema debemos ser cuidadosos,

pues también es cierto que los resultados de las provincias tienen que ver con factores como la minería, la agricultura y la pesca. Esas actividades trasladan parte de sus resultados a la población generando consumo.

Si bien esas ciudades, en bloque, han destronado a la capital, Lima sigue concentrando la demanda.

CONTINÚA EN LA PÁGINA 2 >>>

## ENTREVISTA

» VIENE DE LA PÁGINA 1

**¿Lima consume más?**  
 –La capital tiene mucha demanda concentrada en un territorio más acotado que en provincias. Por esa razón, muchas empresas realizan sus mayores esfuerzos en Lima, donde pueden llegar a más consumidores.

En provincias, es distinto. Se requiere una estrategia más descentralizada.

En la zona sur (Arequipa y Cusco) corresponde una estrategia diferente a la que se debe aplicar en la zona norte (Trujillo o Chiclayo), urbes que constituyen polos de concentración muy importantes de negocio.

En Huancayo y otras ciudades, la situación es similar, de manera que captar provincias es un tema más trabajoso que conquistar Lima.

**–¿Estas diferencias con Lima se deben a cuestiones culturales o responden a las formas en que esas sociedades observan el mercado?**

–Las dos cosas. Primero, porque al llegar a provincias se debe enfrentar un tema logístico, pues se ingresa en un territorio mucho más grande que el de la capital. Allí, una dificultad puede, inclusive, aumentar los costos.

Después, se observa la cuestión social, pues las provincias son menos homogéneas que Lima, de manera que los discursos tienen que cambiar las propuestas de valor. Inclusive, las estaciones y el clima difieren, pues mientras en la capital es verano, en las provincias hay un clima lluvioso, muy parecido al invierno capitalino.

Por ello, si una empresa limeña quiere captar mercado en provincias, debe pensar en esas diferencias para lograr resultados exitosos.

Otro tema por analizar son las ventajas, pues muchas de las ofertas que hay en Lima aún no llegan a las ciudades del interior, con lo cual llegar primero con ello aporta un valor en sí. Es posible entrar en esas plazas adaptando la oferta a esas realidades.

**–¿La expansión de los centros comerciales y los supermercados a provincias ha cambiado las costumbres de consumo?**

–Efectivamente. El im-



**DEMANDA.** Para el presidente de la SPM, el consumo en las provincias es un reto que muchas empresas ya empiezan a asumir para ganar mercados.

## Cifras

4%

**CRECERÍA EL** consumo interno en el Perú este año, según proyecciones de la consultora Kantar Worldpanel.

3.9%

**SE EXPANDIÓ** el gasto en América Latina el año pasado, debido al incremento de precios.

contratan personal para dar seguridad. Todo eso optimiza la experiencia de compra.

**–¿No hay puntos que podrían mejorarse?**

–Por supuesto. Aunque, en términos generales, algunas cosas han mejorado, hay otras que deben hacerlo. Por ejemplo, el *mix* de ofertas de las tiendas debe estar acorde con las necesidades de la población local. Eso se observa especialmente en los centros comerciales.

Muchos de esos negocios ingresan en las ciudades del interior con parte de la oferta que se destina a Lima, pero eso no es necesariamente lo que busca la gente de esas localidades.

**–¿Que los mercados y bodegas sean tan importantes aún se debe a una cuestión cultural o es el mercado peruano que todavía no se adapta a los nuevos canales?**

–Ahora tenemos una clase media nueva en el Perú, surgida como resultado de la transformación social del país. Esa nueva clase media tiene capacidad de consumir.

Pese a ello, la variable precio continúa siendo importante y los canales tradicionales tienen ese atributo ganado, inclusive puede que no sean más baratos, pero el público cree que lo son.

Cuando se entra en provincias, hay que considerar que estamos ante un público con sus propias necesidades.

Hay una falla en la comunicación, pues los centros comerciales que llegan a las ciudades del interior parece que le siguen hablando al consumidor de Lima. ●

## Mayor fortaleza

Para el presidente de la SPM, la mayor fortaleza que muestra el mercado se debe a una mayor capacidad de endeudamiento y a una mejor capacidad adquisitiva.

“El desarrollo de la capacidad adquisitiva de los peruanos es el resultado de su espíritu emprendedor y trabajador, que ha mejorado las condiciones de sus familias”, aseguró Arellano Bahamonde.

Respecto a la capacidad de endeudamiento, el ejecutivo comentó que eso permitió que las personas accedieran a ciertos bienes para los cuales antes había que esperar mucho tiempo.

“Antes, las personas debían ahorrar por uno o dos años para comprar un televisor. Hoy, pueden adquirirlo con las promociones disponibles”, precisó.

pacto es muy fuerte, pero los canales de comercialización tradicionales mantienen mayor participación. La gente sigue comprando en las galerías cuando se trata de ropa y asiste a los mercados y bodegas para adquirir alimentos. Lo mismo ocurre en Lima.

Está llegando una oferta más variada y diferente, más moderna con entretenimiento. Hoy, la gente en provincias encuentra cosas que antes solo hallaba en Lima, como centros comerciales con cine, restaurant y una variada oferta de ropa.

Pero, adicionalmente, hay

una modernización de las ciudades, pues en los lugares a donde llegan los supermercados o centros comerciales, los comercios tradicionales no se quedan atrás e incorporan carritos, ponen mayólicas en sus instalaciones y también

**EL NUEVO PERUANO SE ENCUENTRA EN LO QUE SE CONOCE COMO LA CLASE MEDIA.**

EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN EL MUNDO LABORAL

# Inteligencia artificial S.O.S

Los cambios que enfrentan las empresas están creando incertidumbre en el capital humano. La seguridad laboral es el principal factor para la atracción y la permanencia de empleados. Un estudio de Mercer identifica las tendencias que determinan el futuro del trabajo.

**D**e acuerdo con el estudio de Mercer sobre Tendencias Globales de Talento 2019, el 73% de los ejecutivos prevén una disrupción significativa en los próximos tres años, en comparación con el 26% registrado en el 2018.

A medida que las compañías se centran en garantizar su adaptación al futuro, hay importantes riesgos que abordar, incluida la capacidad de cerrar la brecha de habilidades y superar la fatiga por el cambio que enfrentan los empleados.

Resulta fundamental atender estas preocupaciones, puesto que solo uno de cada tres ejecutivos califica como muy efectiva la capacidad de su compañía para mitigar los riesgos de capital humano.

De acuerdo con los resultados del estudio –que incluyó a 7,300 ejecutivos de negocios, líderes de Recursos Humanos y empleados de nueve industrias clave en 16 geografías del mundo–, la seguridad laboral es una de las tres razones principales por las que los empleados se incorporaron a una compañía y la razón principal por la que permanecen en ella.

Precisamente, uno de cada tres ejecutivos piensa que la inteligencia artificial y la automatización reemplazarán el 30% de los puestos existentes.

“La transformación digital está en la agenda no solo de los ejecutivos, sino también de los líderes de gestión humana, los que deben entender sus implicancias y la relación que se está construyendo entre las capacidades humanas y la tecnología. Las compañías que entiendan esta dinámica esta-

rán indiscutiblemente liderando sus industrias”, comenta el CEO de Mercer Perú, Gabriel Regalado.

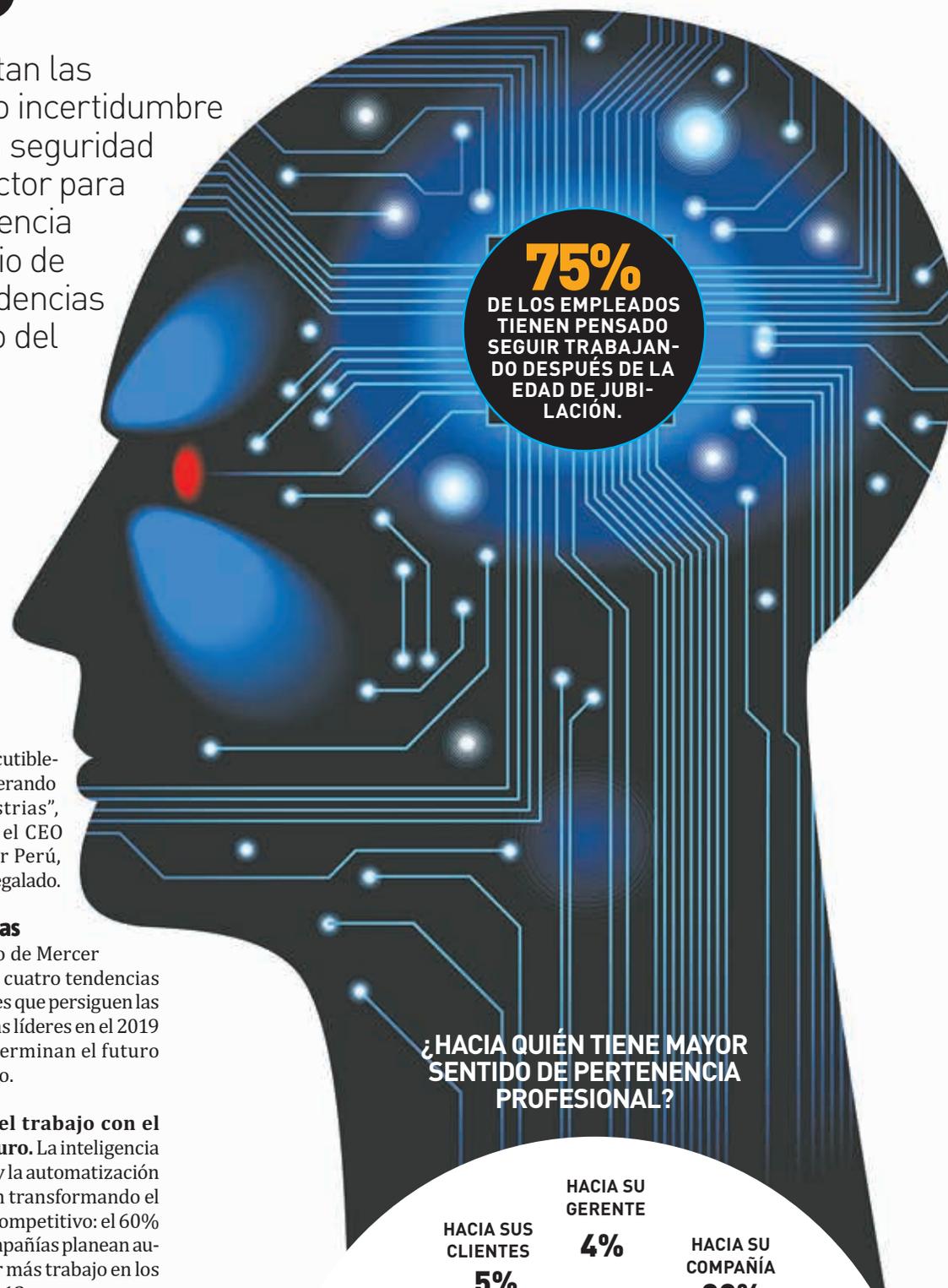
**Tendencias**

El estudio de Mercer identifica cuatro tendencias principales que persiguen las compañías líderes en el 2019 y que determinan el futuro del trabajo.

**Alinear el trabajo con el valor futuro.** La inteligencia artificial y la automatización continúan transformando el entorno competitivo: el 60% de las compañías planean automatizar más trabajo en los próximos 12 meses.

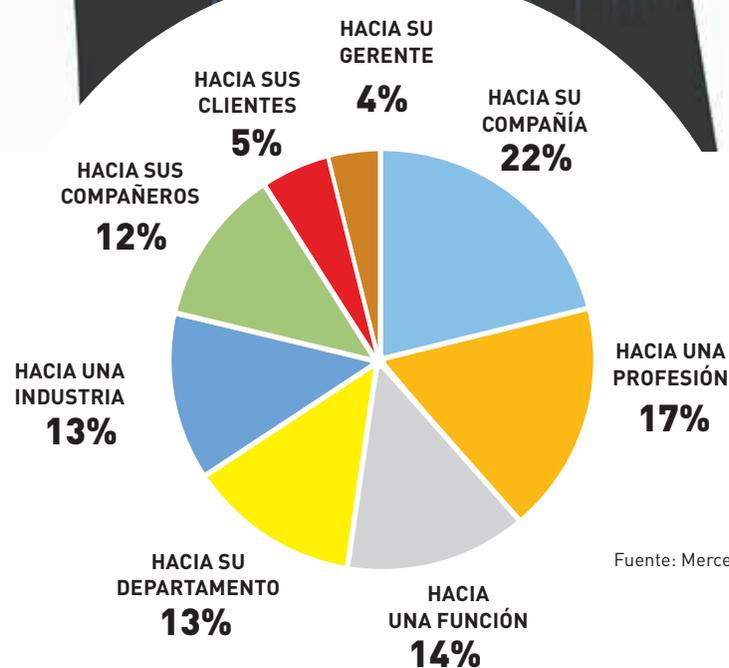
Al mismo tiempo, los ejecutivos mencionan el rediseño de puestos como el área de inversión en talento con el mayor potencial de retorno de la inversión y el 65% de los empleados exigen una definición de responsabilidades más clara.

**Repercusión de marca.** Las compañías exitosas garantizan que su marca resuene en todos los segmentos de la fuerza laboral: el 68% de las organizaciones de alto crecimiento diferencian su propuesta de valor al talento



**75%**  
DE LOS EMPLEADOS TIENEN PENSADO SEGUIR TRABAJANDO DESPUÉS DE LA EDAD DE JUBILACIÓN.

**¿HACIA QUIÉN TIENE MAYOR SENTIDO DE PERTENENCIA PROFESIONAL?**



Fuente: Mercer

**Datos**

- Solo el 40% de los líderes de Recursos Humanos están activamente rediseñando puestos de trabajo, lo que se traduce en una desconexión con el liderazgo.
- Lo que realmente les importa a los empleados y a las personas que buscan empleo es la forma en que una compañía lleva a cabo sus operaciones y defiende los valores de su marca.
- Solamente dos de cada cinco líderes de Relaciones Humanas participaron en la etapa de generación de las iniciativas de transformación.

entre diferentes grupos, en comparación con el 47% de las compañías de crecimiento moderado.

Los empleados prósperos tienen cuatro veces más probabilidades de trabajar para una compañía que garantiza la equidad en las decisiones sobre el salario y las promociones (78% frente a 18%).

**Organización de la experiencia laboral.** Los empleados prósperos tienen tres veces más probabilidades de trabajar para una organización que permita la rápida toma de decisiones (81% frente al 26%) y que les proporcione herramientas y recursos para realizar su trabajo de manera eficiente (82% frente al 30%).

Los empleados exigen planes personalizados de desarrollo profesional: más de la mitad (56%) de los empleados desean un aprendizaje organizado para desarrollar sus habilidades y prepararse para futuros puestos.

**Ofrecer un cambio liderado por el talento.** Existe un 61% de líderes de RRHH involucrados en la planificación de la ejecución de importantes proyectos de cambio y un 54% involucrado en la aplicación de estos planes. ●

**APUESTA POR LAS PRISIONES**

# CÁRCELES PRODUCTIVAS

## NO TODO ES NEGOCIO

El gran interés mostrado por los empresarios hacia la política de Estado Cárceles productivas ha dado como resultado la firma de 131 convenios en un año y medio, desde su ejecución.

Escribe **Claudett Delgado Llanos**

Por muchos años se ha creído que las cárceles son espacios en donde los hombres y las mujeres que incurrieron en alguna infracción solo tienen un destino que cumplir: pagar su delito con el encierro.

Esto suena duro a los oídos; sin embargo, en la actualidad el Estado se juega su mejor carta, confiando y apoyando a los internos, coordinando alianzas con el sector empresarial. Todo indica que no se equivocó.

Y por qué no hacerlo si vemos cómo la economía peruana se ha forjado con gente emprendedora y esforzada. El emporio de Gamarras es un buen ejemplo. Este fue y continúa siendo un espacio de oportunidades para los pequeños y medianos empresarios, pero afortunadamente no es el único que hay.

El Instituto Nacional Penitenciario (Inpe) ofrece actualmente otro terreno estratégico

en donde volcar nuestros esfuerzos y recursos: las 69 cárceles del país, lugares impensables para muchos, pero para las 131 empresas de diversos rubros que ya firmaron convenios de cooperación, se han convertido en una oportunidad de negocio.

**Encuentros**

En el 2017, el Inpe organizó 13 encuentros empresariales en todo el país. Los más destacables fueron con la Cámara de Comercio de Lima (CCL) y la Asociación de Exportadores (Adex), entidades que abrieron sus puertas e invitaron a sus agremiados para recibir información sobre el tema.

Así, un total de 1,500 empresarios asistieron a estas reuniones de trabajo. Allí, se les explicó las ventajas que ofrece el Decreto Legislativo 1343 para la Promoción e Implementación y Promoción de Talleres Productivos, el cual facilita la participación de las empresas del sector privado.

Asimismo, se informó sobre los 306 talleres productivos que funcionan en los penales

**Formalización**

En la actualidad, el Instituto Nacional Penitenciario viene fortaleciendo el proceso de formalización de los emprendimientos en los diferentes penales del país.

Se trata de un proceso un tanto complicado por el grado de coordinación de los involucrados, aunque se esperan importantes resultados de su aplicación. Cabe precisar que el

año pasado sirvió para identificar y capacitar a los internos emprendedores.

Este 2019, el reto es formalizar a aproximadamente a 200 emprendedores que ya se capacitaron y que actualmente tienen en el brazo no solo un proyecto de negocio, sino además un proyecto de vida (nueva vida) gracias a Cárceles productivas del Inpe.

**ASISTENCIA PENITENCIARIA**



**1** **CREO** Programa Estructurado de Intervención Construyendo Rutas de Esperanza y Oportunidades



Participación de la sociedad civil en la ejecución del programa **CREO** (CEAS, PUCP, Movimiento Misionero Mundial, entre otros)

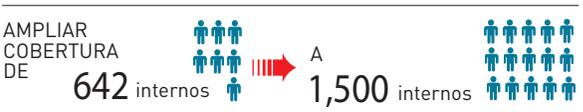
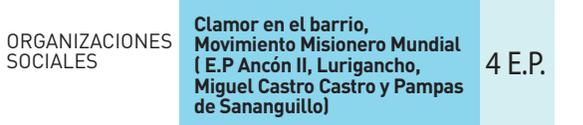
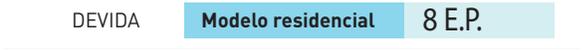
**3** **TAS** Programa de Tratamiento en Agresores - Sexuales

Ampliar criterios de inclusión, incorporando internos por delitos de violación de libertad sexual de menores de edad.



**4** **DEVIDA** Programa Presupuestal de Prevención y Tratamiento del Consumo de Drogas

Fortalecer el **Tratamiento de internos consumidores de drogas** en los E.P.



**LOS EMPRESARIOS PUEDEN BRINDAR TRABAJO A LOS INTERNOS CON LA PLENA SEGURIDAD DE QUE SON PERSONAS COMPROMETIDAS EN REALIZAR EL MEJOR DESEMPEÑO LABORAL POSIBLE.**

a escala nacional tales como zapatería, textiles, costura, carpintería, panadería y otros más; además la posibilidad de contratar la mano de obra de 25,596 internos que están inscritos en el área de trabajo de sus respectivos centros penitenciarios, los que están deseosos de empezar a trabajar para los empresarios.

Igualmente, el Inpe brinda su infraestructura y maquinarias, ubicadas en los mismos

# ACTIVAS



## TRABAJO Y COMERCIALIZACIÓN

### CÁRCELES PRODUCTIVAS RELACIONADAS A LOS PRODUCTOS QUE DEMANDA EL MERCADO

Implementación de **NUEVOS TALLERES** en



5 penales

- Huaral
- Lurigancho
- Chorrillos
- Anexo Chorrillos
- La Oroya

### FORMALIZACIÓN LABORAL DE LOS INTERNOS

- Documento Nacional de Identidad (DNI)
- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Cuenta en el Banco de la Nación



4 penales

Primera etapa  
150 internos



## Cifras

258

**PERSONAS TRABAJAN** en el Inpe a escala nacional en diferentes dependencias administrativas de la institución.

200

**MIL ROSARIOS** elaboraron internos de 12 penales con motivo de la visita del papa Francisco al Perú.

### ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

**A** Presencia en principales **CENTROS COMERCIALES** del país y **FERIAS** organizadas por las instituciones públicas.

**B** **SERVICIOS AL PÚBLICO GENERAL**



• LAVANDERÍA Chorrillos

2 penales



• PANADERÍA Huaraz

**C** **BAZARES**

En la parte externa de los penales

**D** **INSCRIPCIÓN** en el Registro Nacional del Artesano

3 penales

- Lurigancho
- Miguel Castro Castro
- Cusco



**E** **3 expoventas** de arte en Lima y Cusco.



**F** **CATÁLOGO** Virtual de productos



**G** Venta de productos con **POS** por **DELIVERY** y **VIRTUAL**

3 REGIONES

LIMA

CUSCO

AREQUIPA



**H** Marca Certificada de **CÁRCELES PRODUCTIVAS** en

Indecopi

50 **PROFESIONALES**

especializados para comercialización de Cárceles Productivas

recintos penales, para iniciar desde allí la actividad productiva.

### Apuesta por prisiones

El impacto de estas acciones con los empresarios fue realmente sorprendente, pues no solo nació el interés de iniciar negocios rentables, sino también el profundo deseo de hacer algo positivo por ayudar a estas personas privadas de libertad que solo piden una oportunidad para empezar una nueva vida.

A la fecha, la cifra de internos contratados por las empresas participantes de

Cárceles productivas llega a más de 1,307 reclusos en todo el país, de los cuales 216 son mujeres.

Todos ellos reciben un pago fijo bajo la modalidad de trabajo a destajo. La proyección es incluirlos en planilla, con los descuentos de ley por el concepto de reparación civil a favor del Estado.

Eso, desde ya, aseguraría una justicia restaurativa para la sociedad.

El referido Decreto Legislativo 1343 establece la intervención y la colaboración de las entidades públicas como el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (Reniec), Superintendencia Nacional de

## Beneficios

El programa Cárceles productivas permite a los internos aprender de la experiencia que ofrece la empresa privada.

De esta manera, reciben capacitación y son incorporados al ciclo productivo para aprender un oficio de utilidad.

Además, los internos adquieren una cultura del trabajo, con nuevos valores

y principios y adquieren la capacidad de generar un ingreso económico para sus familias. Los internos seleccionados por el Inpe para este proceso son aquellos que han mostrado significativos progresos en su tratamiento penitenciario y cuentan con predisposición para el trabajo y mayores posibilidades de reinserción en la sociedad.

Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat) y la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), a fin de otorgar a los internos su DNI, RUC y una cuenta bancaria, herramientas básicas

para trabajar mediante esta política penitenciaria.

Hoy, los empresarios tienen esta alternativa que les ofrece el Inpe, pues Cárceles productivas ya no es un proyecto piloto, sino

## Datos

- Se invitó a 160 emprendedores a visitas guiadas en los penales de Lurigancho, Mujeres de Chorrillos, Cusco, Tacna y otros.
- En el penal Ancón II, la empresa Renzo Costa tiene un taller dedicado a la producción de artículos de cuero y emplea a 61 internos como personal de trabajo.
- Los empresarios pueden contar con mano de obra calificada de los internos que previamente fueron seleccionados por el Inpe.

una realidad que beneficia a todos sus participantes.

### Fortalecimiento

El emprendimiento individual y grupal de los internos también ha sido considerado en Cárceles productivas.

Muchos reclusos ya iniciaron negocios y contratan la mano de obra de sus compañeros de celda. Por ello, ministerios como el de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), y el de la Producción (Produce), así como las empresas Nova, Corporación del Perú, el Sistema Nacional de Evaluación y Certificación de la Calidad Educativa (Sineace), se sumaron al Inpe y otorgaron capacitación en emprendimiento empresarial a decenas de internos e internas.



CURSOS, EVENTOS  
Y CAPACITACIONES**AGENDA  
PYME**

4 DE ABRIL

**Jornada**

La Jornada de Innovación Gerencial, organizada por la Cámara de Comercio de Lima, identifica cuatro lentes de la innovación, líneas estratégicas para destrabarla en la empresa y gestionarla exitosamente. Está dirigida a gerentes que tengan propuestas de innovación y capacidad para tomar decisiones en la empresa.

**Informes:** 219-1825

8, 10 Y 12 DE ABRIL

**Seminario**

El seminario La venta profesional describirá qué es, cómo se logra y qué se requiere para vender profesionalmente. Asimismo, prepara a los vendedores para encarar nuevos retos e incursionar en mercados cada vez más exigentes, mediante técnicas y procedimientos que contribuyan a su desarrollo integral.

**Informes:** 463-3434.

9 DE ABRIL

**Taller**

El taller Provéele al Estado armado de propuestas efectivas para bienes y servicios tiene la finalidad de brindar conocimientos teóricos y herramientas prácticas a los postores, funcionarios y servidores públicos en la Contratación Pública de bienes y servicios, con ello aprenderán la metodología de evaluaciones propuestas.

**Informes:** 219-1792

9 Y 10 DE ABRIL

**Foro**

El decimoquinto Foro textil exportador busca acercar a las empresas del sector peruano de textiles y prendas de vestir a las tendencias del mercado, la tecnología y la moda, así como promover los aspectos de innovación, diferenciación y sostenibilidad dirigidos a las empresas del sector textil y de prendas de vestir.

**Informes:** 618-3333**RECURSOS PARA HACER COMPRAS EN EL EXTRANJERO**

# RIN: indicadores de fortaleza económica

Las reservas internacionales netas (RIN) son consideradas como uno de los termómetro para evaluar la economía de un país. En este sentido, en el caso peruano, hay que destacar que mantienen un impulso positivo y recuperan posiciones.

Escribe  
**Fernando Mac Kee Tueros**

Las reservas garantizan la disponibilidad de divisas para situaciones extraordinarias, que podrían darse, por choques externos que se manifiesten en un eventual retiro significativo de depósitos en moneda extranjera y una posterior fuga de capitales del sistema financiero.

Tener un monto importante de reservas reduce el riesgo país y mejora la posición del país ante el sistema financiero internacional, favorece

la obtención de créditos en buenas condiciones. Asimismo, se palanquea inversión extranjera para el país.

Igualmente, un nivel adecuado de reservas reduce significativamente los riesgos generados por la volatilidad en los mercados de capitales del exterior por la globalización existente.

Las RIN son los activos que quedan luego del pago por importaciones, de deudas e intereses en el exterior; así como el envío de remesas y dividendos a inversionistas extranjeros tras recibir pagos por exportación, recepción de préstamos y

remesas recibidas y cualquier otra entrada de dinero.

**Posición de cambio**

Un concepto colateral es la posición de cambio, definida como elemento que establece la liquidez internacional del Banco Central de Reserva del Perú (BCR).

Resulta de deducir de los activos en moneda extranjera del BCRP sus obligaciones en moneda extranjera de corto y largo plazo, con residentes y no residentes.

Así, la posición de cambio al 20 de marzo fue de 40,498 millones de dólares, mayor

en 465 millones al saldo de fines de febrero y superior en 949 millones de dólares al del cierre del 2018.

Sibien todos los rubros exportadores son generadores de divisas y colaboran para la acumulación o ganancia de reservas, la minería es prioritaria en el caso peruano.

Una buena posición de las RIN está en directa relación con los montos de inversión, especialmente en el estratégico sector minero.

“Se tiene previsto que la inversión minera sumará 5,700 millones de dólares en el 2019 y 6,100 millones en el

2020,” afirmó el presidente del Banco Central de Reserva (BCR), Julio Velarde.

Agregó que la inversión minera en el Perú está recuperándose tras algunos años en bajada.

Hay que subrayar que las exportaciones mineras generadoras de divisas superan el 12% del producto bruto interno (PBI).

No obstante, Velarde advirtió que, de prolongarse el conflicto social por el proyecto minero Las Bambas en Apurímac, impactaría negativamente en la economía y en todos los peruanos. ●

# MERCADOS & FINANZAS

## Agua limpia para niños de Lurín

En el Día Mundial del Agua, más de 30 colaboradores de Procter & Gamble (P&G) y Plaza Vea asistieron a la institución educativa (IE) Ramiro Prialé Prialé, en Lurín, junto a United Way Perú, donde dictaron talleres a más de 250 alumnos de primaria y secundaria. Los voluntarios expusieron sobre la importancia de consumir agua limpia, recordaron el correcto uso del "Purificador de Agua P&G" y pintaron murales en

las instalaciones, que refuerzan el tema del cuidado del agua. Gracias al programa Agua Limpia para los Niños, el mismo que ha desarrollado los sobres de Purificador de Agua P&G, los estudiantes de este colegio tienen acceso a agua apta para su consumo. A la fecha, esta institución educativa y otras dos de la zona han recibido el equivalente a 1.8 millones de litros de agua.



## BanBif y WIT Perú por las mujeres

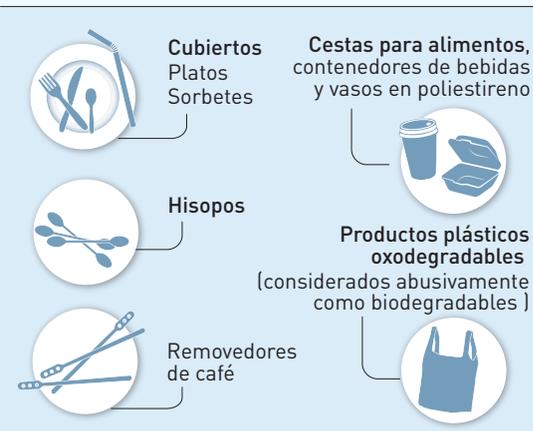
Con el objetivo de reducir la brecha de género que hay en la actualidad en las áreas de innovación y tecnología, BanBif y WIT Perú realizaron un Speed Mentoring & Networking, un nuevo formato de meetup en que más de 50 mujeres conversaron y compartieron sus dudas con más de doce mentoras especializadas en innovación y tecnología. Es importante destacar

que la meetup gira en torno a la dinámica de Speed Mentoring, la cual está diseñada para inspirar, fortalecer y dar soporte a jóvenes y mujeres con el objetivo de que sean capaces de convertirse en líderes de sus equipos y así lograr sus más grandes metas. Esta actividad busca motivar a que más mujeres se empoderen en las áreas de innovación y tecnología.

Este evento se realizó el último 11 de marzo en la sede central de BanBif en San Isidro. La actividad contó con la participación de Michelle Santibáñez de Devops; Victoria Ubaldo, ingeniera y análisis de datos; Melissa Nole, Ciberseguridad; Johana Chuquino; Astharté Cabanillas, Metodologías Ágiles; Claudia Céspedes, Transformación Digital; entre otras exponentes.

## La UE prohíbe los plásticos de un solo uso

Se restringirá la mayoría de productos a partir de 2021



Fuentes: Comisión Europea, AFP

## No a plásticos de un solo uso

La Eurocámara aprobó en la Unión Europea (UE) la prohibición del empleo de la mayoría de plásticos de un solo uso, como los hisopos y los sorbetes, a partir del 2021. Por 560 votos a favor; 35 en contra y 28 abstenciones, los eurodiputados reunidos en Estrasburgo (Francia) aprobaron prohibir estos productos, que incluyen cubiertos y platos, si existen alternativas. Para otros tipos de artículos, el objetivo es reducir su consumo a escala nacional, ser más exigente en su diseño y su etiquetado o crear nuevas obligaciones para los productores en materia de gestión y de limpieza de los desechos. "El plástico envenena nuestros mares, mata a sus habitantes y nos amenaza a nosotros, al final de la cadena. Era urgente actuar", aseguró el ponente del acuerdo, el eurodiputado liberal belga Frédérique Ries.

## Peruana APC Corporación en Canadá

Como parte de sus iniciativas de posicionamiento en el mercado empresarial y dentro del rubro de minería, APC Corporación, empresa peruana de alimentación colectiva, participó del Prospectors & Developers Association of Canada (PDAC), evento realizado del 4 al 7 de marzo en Toronto (Canadá). Esta actividad contó con la participación de Manuel Acuña, gerente general de APC Corporación, quien, al lado de otros empresarios líderes del sector minero, fue partícipe del ciclo de conferencias, exposiciones internacionales, paneles, presentaciones, actividades de networking, entre otras interesantes actividades.

## Total se afianza en el norte del país

El grupo energético mundial Total amplía su presencia en la zona norte del país, diversificando su red de distribución en Tumbes, Piura, Lambayeque, Cajamarca y Amazonas. Así, con la ampliación de mercados, la empresa logra su consolidación en las tres regiones del Perú, beneficiando así a sus actuales y potenciales clientes y consumidores finales.

## Fondo concursable de Belcorp

La Fundación Belcorp entregará el fondo concursable Emprendiendo avanzamos de más de 500,000 soles a la ONG Plan Internacional, a fin de poner en marcha el proyecto del mismo nombre. La gerente de Fundación Belcorp, Verónica Melzi, comentó

que esta iniciativa busca formar en adolescentes competencias de emprendimiento y liderazgo, para que se conviertan en agentes de cambio en su comunidad. "Brindar herramientas de empoderamiento económico a mujeres es un factor clave de

transformación social. Sin embargo, trabajar también con varones es necesario para eliminar estereotipos y construir relaciones equitativas", aseveró. Emprendiendo avanzamos se desarrollará con 2,000 alumnos de seis colegios de Tambogrande y La Unión (Piura).





## Los productos

Jéssica Salazar comercializa prendas tejidas a mano como suéters, cardigans, capas, vestidos, tops, guantes, bufandas, gorros, tanto en alpaca, baby alpaca, como en algodón pima.

Su oferta ya está en Australia, Dinamarca, Francia, Italia y Corea del Sur.

"A Corea del Sur llegamos por medio del Perú Moda, que organizan Promperú, Mincetur y Adex, por los compradores que vinieron de este país y otros asiáticos. En términos de ferias, los objetivos respecto a abarcar más mercados se logran en un mediano plazo. Y con mi experiencia, puedo decir que se trata de un tema de largo aliento", refirió.

**Jéssica Salazar promueve la calidad de la alpaca peruana**

# FIBRAS

## MODA SOSTENIBLE

Se considera una pequeña empresa de moda ética. Killa Knits ha colocado el 90% de sus prendas de alpaca en importantes mercados en el exterior que demandan calidad y responsabilidad.

**E**s economista y hasta hace unos años se desenvolvía provechosamente en el sector corporativo y bancario estadounidense.

Jéssica Salazar supo, en ese punto de su vida, que quería tomar otro rumbo, por lo que decidió emprender un negocio para promover la fibra de alpaca peruana en el mundo, la labor del artesano y de las comunidades tejedoras del Perú y el comercio justo.

Es así que nace Killa Knits, con un pilar principal de ser un referente de moda responsable y manteniendo el tejido manual como su protagonista.

"Siempre pensé en tener un componente de responsabilidad social dentro de la compañía. Por eso, trabajamos no solo para que nuestros hilados naturales sean reconocidos en el mundo. Buscamos mejorar día a día la calidad de vida de los artesanos", comenta la emprendedora.

Agrega que los artesanos mejoran diariamente mejoras técnicas tradicionales. "Entonces, con todos estos

elementos se armó el rompecabezas de un proyecto que tenía y así se formó esta empresa", relata.

### Inicios

Si bien sus inicios no fueron fáciles y pese a que aún se le presentan diversas dificultades, Jéssica resalta que lo importante es ver los pro-

**LA EMPRESA  
KILLA KNITS  
TRABAJA  
DIRECTAMENTE  
CON COMUNIDADES  
TEJEDORAS DE  
LA SIERRA SUR  
DEL PERÚ,  
PRINCIPALMENTE  
DE LA REGIÓN  
PUNO.**

blemas o debilidades como oportunidades de crecimiento y, sobre todo, de aprendizaje.

"Se nos presentan problemas esporádicos, desde la demora de pago de algunos clientes hasta contratiempos con el cumplimiento de parte de algunos artesanos. Ante esto, tratamos de enseñarles

que cumplir con una fecha pactada es tan vital como tejer una pieza de primera calidad con los mejores acabados", asevera.

Agrega que el cliente extranjero aprecia las cosas por igual.

"No obstante, si por algún motivo se le falla en la fecha acordada, no deseará volver

a trabajar con la empresa que le falló, porque ya le perdió la confianza", comentó.

En esa línea, añade, cualquier emprendimiento que una persona ponga en marcha, en confecciones o en el rubro que sea, debe poseer una visión de desarrollo sustentable.

Por ejemplo, en favor del medioambiente, del cuidado del agua, o de proyectos que beneficien a determinadas comunidades o grupos vulnerables.

Con seis años en el mercado, Killa Knits apuesta por la consolidación de la hoy demandada "moda sostenible", un componente obligatorio que debe ser incluido en la estrategia de las empresas, grandes o pequeñas.

Además, la empresa realiza trabajos de consultoría para diseñadores, empresas en la elección de fibras y en la producción de líneas de ropa.

"Estamos decididos a difundir un mensaje de conciencia ecológica y producción sostenible", refiere.

Para la empresaria, no hay mayor satisfacción que la de ser un generador de trabajo para muchas personas. ●