CAMARA de COMERCIO
de LA LIBERTAD
Nº 72. AÑO XVII. NOV-DIC 2009

VISIÓN empresarial

Calidad trujillana para el mundo

Primera Cámara de Comercio del Perú
en lograr la Certificación internacional
ISO 9001: 2008

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
Laureate International Universities®

Alexandra Villoslada
Administración

María Lucía Calderón
Administración

Eduardo Ubillús
Administración

Emili Albuquerque
Administración

Ángel Deza
Ingeniería Industrial

Gustavo Saldías
Ingeniería Industrial

Amanda Bambarén
Ingeniería Industrial

José Bayona
Ingeniería Industrial

En la UPN nos sentimos orgullosos de nuestros alumnos, ***somos la única universidad de Trujillo*** que por segundo año consecutivo logra el reconocimiento a la excelencia académica, premio otorgado por Prima AFP a nivel nacional.

Felicitamos a nuestros alumnos por este destacado logro.

EN ESTA EDICIÓN

- Cuando China se fija en nosotros
- Simplemente Maria
- La calidad como estilo de vida
- Con sabor a hamburguesa
- Viviendo con el enemigo

Gerente General Humberto Leturia Montes **Editor** Hugo Valdez Navarro

Redacción Mirko Campaña / Lenny Carbonel / Carlos Flores / Hugo Valdez

Colaboradores Mauro Viera / Sebastián Londono / Mario Alvarado / José Antonio Ulloa

Fotografía Mirko Campaña / Lenny Carbonel **Concepto Gráfico** Artcrea

Comité Ejecutivo 2008 - 2010: Presidente **Javier Caro Infantas** * Primer Vicepresidente **Rodolfo Cabada Paz** * Segundo Vicepresidente **Lucas Rodríguez Tineo** * Director de Asuntos Económicos y Financieros **Oscar Bocanegra Castañeda** * Director Secretario **Walter Pollack Velásquez.**

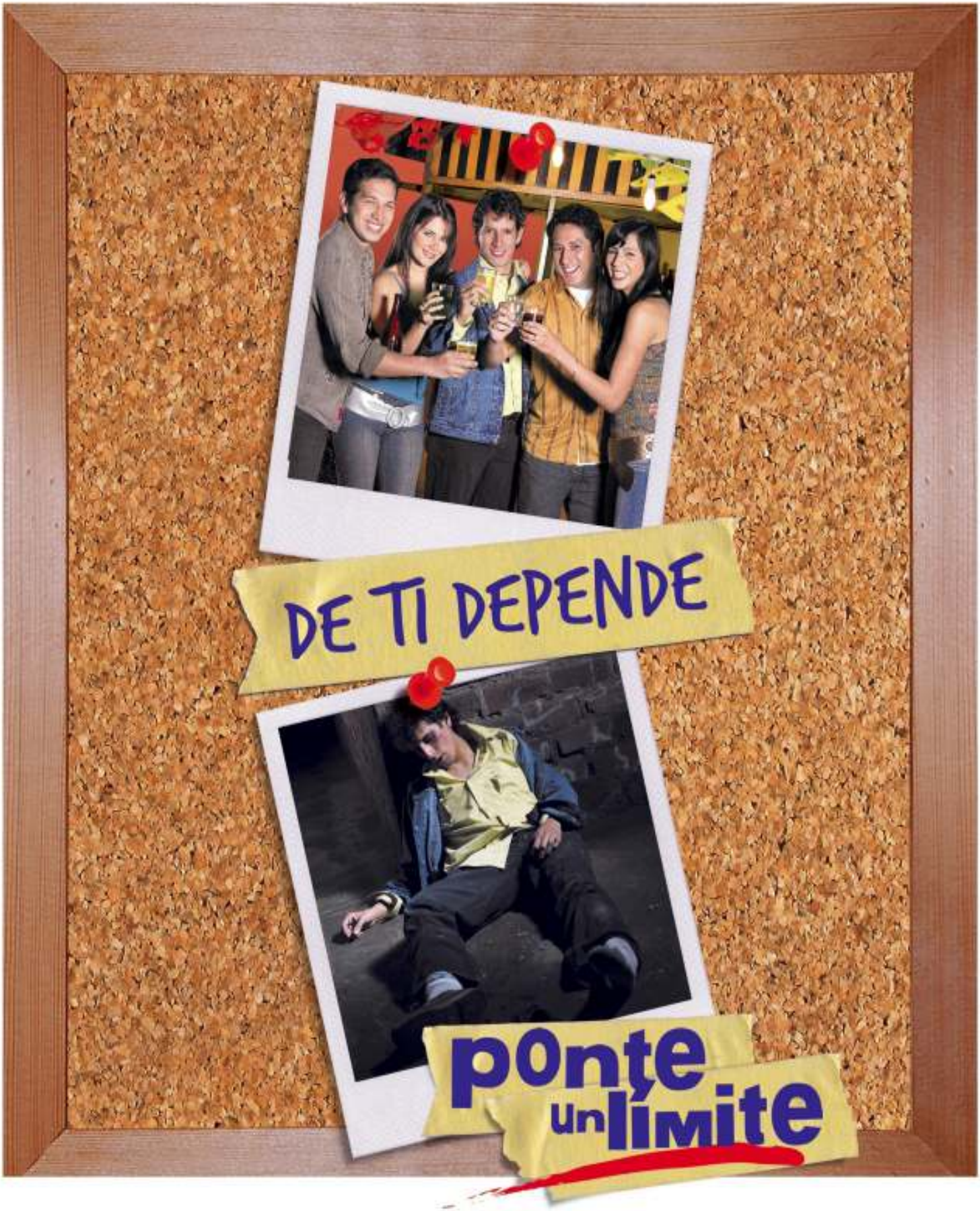
La institución no comparte necesariamente las opiniones vertidas por los articulistas.

CÁMARA de COMERCIO de LA LIBERTAD

Visión Empresarial es una publicación de la Cámara de Comercio de La Libertad

prensa@camaratru.org.pe • Jr. Junín 454 Telf. (44) 23 1114

www.camaratru.org.pe



Backus

PROMOVIENDO EL CONSUMO RESPONSABLE

Toma con responsabilidad. De ti depende que beber sea siempre una diversión. **Ponte un límite.**

Javier Caro Infantas
Presidente

Gran logro

Durante nueve meses se gestó nuestra política de calidad, con el objetivo de hacer realidad el compromiso del Consejo Directivo de la Cámara de Comercio de La Libertad: la Certificación ISO 9001: 2008, iniciativa que fue inmediatamente asumido por todo el personal de la institución.

Finalmente, la dedicación y el trabajo en equipo dieron sus frutos y así el jueves 3 de diciembre el Product Manager de la Societé Génerale de Surveillance (SGS), Alvaro López Derpich, entregó de manera oficial, en ceremonia especial, la ansiada certificación internacional de calidad.

Los procesos certificados son: Admisión de Asociados, Conciliación Extrajudicial, Ejecución de Actividades de Capacitación Empresarial y Regularización de Protestos. Ello significa que nuestros asociados y clientes como empresas no asociadas y población en general serán beneficiarios de la mayor calidad de los servicios que les brindamos y de la mejora continua que le impregnaremos a cada servicio certificado, así como a los demás servicios que ofertamos, haciendo realidad nuestro compromiso de trabajar pensando en la satisfacción del cliente.

La institución liberteña se convierte así en la primera Cámara de Comercio del Perú en lograr una certificación internacional de calidad, incluso antes que la Cámara de Comercio de Lima; además, según la propia versión del presidente de PerúCámaras, Guillermo Vega Alvear, somos la segunda cámara de Latinoamérica en lograrlo.

Es, a la vez, un referente para todos los gremios empresariales del país. Cabe resaltar que la cámara liberteña no sólo se preocupa por lograr una calidad en sus procesos, sino también el bienestar de la comunidad, por ello participa de manera activa y permanente con propuestas y actividades en la lucha contra la delincuencia, pues tiene muy en claro que el desarrollo de la sociedad se logrará con el desarrollo empresarial, socioeconómico y también con la tranquilidad de las familias.

Lo que podría suceder cuando
AZTECA
SE FIJA EN NOSOTROS
Modelo: Misao Chang Parra Figueroa
Fotografía: Arturo Acosta Rojas

Presidente de PerúCámaras, Guillermo Vega Alvear, confirma interés de empresarios asiáticos y afirma que proyectos en agroindustria, minería y turismo podrían brindar más de 800 mil puestos de trabajo para los próximos 20 años en el norte peruano.

En estos tiempos, que falta empleo en nuestro país, China se ha fijado una meta que, de concretarse, tendría impacto a favor de la oferta laboral en el norte peruano, incluido La Libertad. Vega Alvear informó que el país asiático se ha planteado como objetivo político pasar a su economía de mercado 275 millones de habitantes en los próximos tres años, eso significa casi pasar a la economía de mercado una población equivalente a todo EE.UU.

Y para lograr ese objetivo necesita disponer de los minerales, materia prima y alimentos que actualmente se producen en Perú.

Pero ese proyecto se ha quedado sin financiación a raíz de la crisis financiera, pues los bancos norteamericanos al recibir ayuda de su gobierno están prohibidos de prestar dinero a proyectos del extranjero. Así, lo que tenían planeado para invertir en proyectos de inversión en Perú quedó suspendido. Esa situación llevará de cuatro a seis años, tiempos de luz roja para proyectos mineros.

Existe cerca de cinco mil empresas asociadas en el conjunto de las 60 Cámaras de Comercio del país. Se ha hecho un inventario entre esos gremios y se ha registrado 880 mil pequeñas empresas.
En el norte peruano existen 31 proyectos de minería, la mayoría de ellos en Cajamarca, donde identificaron diferentes reservas de minerales.

Ante esto, China ha mostrado su interés en intervenir y está dispuesta a invertir cuanto antes, entonces aparecen las trabas y problemas. "Hace unos meses una empresa china deseaba invertir en el norte peruano y las ONG les bloquearon las carreteras, invadieron, inventaron víctimas, afectados, etc.", refirió Vega Alvear.

Camino al hablar

Entonces los empresarios chinos le solicitaron a Latin Finance realizar el estudio para cada proyecto minero y así se consiga la aprobación de la licencia social antes de iniciar la inversión. Buscan un diálogo con los pobladores de las localidades donde se va a ejecutar los proyectos. Se debe considerar que la empresa financiera trabajará en conjunto con PerúCámaras.

Si se logra la aprobación de la licencia social en un año, la inversión llegará de inmediato, pero quieren la garantía. Se espera identificar cuál es el impacto sobre el medio ambiente, que tendrán los proyectos en cada una de las minas y comunidades. Se debe identificar los programas de mitigación de impacto, tanto directo como indirecto.

Paralelamente, y en conjunto, se necesita aprobar el impacto social, dados por dos temas importantes:

1. Definir quienes son los verdaderos involucrados, que las cámaras de comercio locales podrán identificarlos para saber los verdaderos beneficiaros de cada proyecto, y dialogar con ellos, explicarles quienes serán los verdaderos beneficiados, para que se conviertan en verdaderos defensores de los proyectos y no aparezcan falsos beneficiarios como los creados en Bagua.
2. Identificar cuáles serían los perjudicados, quizás el proyecto pase por algunas tierras, y quizás haya que expropiarlas, y se les pide a Latin Finance que los ayude a negociar las compensaciones, para que sepan en qué medida se les perjudicará y en qué beneficiar.

A trabajar

"Nuestro objetivo con las Cámaras de Comercio es ayudar a las pequeñas y medianas empresas, asociadas o no. Hay 880 mil empresas registradas como pequeñas empresas. Si conseguimos que cada uno de ellas, por la actividad que le consigamos, pueda contratar a un trabajador nuevo tendremos 880 mil puestos de trabajo, como mínimo, asegurado para los próximos 20 años. Con lo cual no solo resolvemos el problema de la crisis, sino también el laboral, porque será gente que podrá tener trabajo remunerado en planilla, seguro, beneficios sociales", comenta el representante de PerúCámaras.

Para ello es muy importante la presencia de las Cámaras de Comercio, PerúCámaras ha firmado un convenio con la Cancillería y el Ministerio de la Producción, con miras a trabajar las licitaciones para los efectos de las compras del Estado y otra serie de inversiones. Eso lo vamos a trabajar en conjunto.

Lo que ellos quieren:

A los chinos les interesa adquirir productos de agroindustria y minería, pero además invertir en turismo. Están buscando la manera de hacerlo, porque tienen que dar ocupación a quienes han despedido, además proveer a 275 millones de habitantes en los próximos tres años.

Objetivos políticos:

-Reducción al 50% de la capacidad productiva de exportación.
-Incremento en tres años de la población en economía de mercado en 275 millones.
-Necesidad de adquirir minerales y agroindustria para abastecer a ese mercado.
-Contratación de empresas americanas y europeas de primer nivel para desarrollar marcas propias.

Destino Perú

En Turismo, China declaró como alianza estratégica a Perú, para que nuestro país se convierta en destino preferido del turismo para los asiáticos, lugar que antes lo tenía Australia.

A Perú llegaban 80 mil turistas. Ahora van por 2 millones y medio al año, por diversos intereses, y no solo vienen a visitar, sino también con la intención de invertir, por ejemplo en hoteles.
Todos esos beneficios se darían aparte del TLC que se firme con China. Eso significa interés en la política de Estado.

Unidos. Javier Caro, presidente de la Cámara de Comercio de La Libertad; José Murgia Zannier, presidente del Gobierno Regional; Alberto Escudero y Daniel Robles, congresistas de la República; Octavio Salazar, ministro del Interior; y Raúl Becerra, general de la III Dirtepol La Libertad, en un primer encuentro sobre la lucha contra la delincuencia en Trujillo.

Proyección. Javier Caro Infantas, presidente de la Cámara de Comercio entregando 2500 manuales sobre "Procedimientos para la Investigación Policial del Delito en el Marco del Nuevo Código Procesal Penal" al coronel Carlos Mesía Nieto, jefe de Investigación Criminal.

Diálogo. El presidente y el gerente de la Cámara de Comercio de La Libertad luego de la reunión con los directores y gerentes de los medios de comunicación más importantes de La Libertad, con quienes dialogó sobre propuestas para erradicar la delincuencia.

Reconocimiento. El decano del Colegio de Periodistas del Perú - Consejo Regional La Libertad, Alfredo Valle Riestra, otorgó un reconocimiento institucional a la Cámara de Comercio de La Libertad, por su valiosa campaña cívica en defensa del empresariado y la comunidad liberteña contra la delincuencia y el crimen organizado.

Rodolfo Cabada Paz, primer vicepresidente de la Cámara de Comercio de La Libertad, y Humberto Letuna Montes, gerente general de la institución gremial, anunciaron ante las autoridades policiales la entrega de circulinas para patrulleros de la PNP.

www.ucv.edu.pe

PLANA DOCENTE DE PRIMER NIVEL

Dr. Juan Carlos Mathews Salazar
* Doctor en Ciencias Económicas y Sociales en la Universidad de Leinz (Austria).
* Gerente Comercial de Exportaciones de Química Suiza S.A., Agroindustrias Galagro S.A. y EXCO S.A., Director Ejecutivo del EUROCENTRO PERÚ. Ex Director Ejecutivo de la Comisión para la Promoción de Exportaciones-PROMPEX.

Dr. Guido Bravo Monteverde
* Maestría en Administración de Negocios – Universidad del Pacífico. Especialidad en Certificación Internacional de Leader Coach por The Coaching Proyect y la Universidad del Pacífico.
* Director de consultoría en Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos, Consultor en temas de recursos humanos, gestión empresarial, planeamiento estratégico y servicio al cliente en la empresa Inmark Perú SA.

Dr. Mauricio Lerner Geller
* Master of Science in Industrial Engineering, University of Massachusetts, USA. Bachelor of Engineering, Stevens Institute of Technology, Hoboken, New Jersey, USA.
* Consultor de Marketing y Gerente General de Lerner Consultores, firma especializada en Investigación de Mercados. Especialista en marketing y calidad de servicio al cliente.

Mg. Julio Del Castillo Vargas
* Máster en Finanzas, Universidad del Pacífico, Perú.
* Gerente General del Banco de la Nación

INSCRIPCIONES ABIERTAS

DOBLE CERTIFICACIÓN

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES MBA

Duplica tus posibilidades laborales con la DOBLE CERTIFICACIÓN Perú – España

Informes e Inscripciones:
Jr. Banzas 713 – 115 Urb. California
Telf.: (044) 489000 Anexo: 7167 / 7186
Telefax: (044) 422509
Trujillo – Perú

POSTGRADO

Coordinación de Sede:

UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA DE POSTGRADO

---

www.ilvem.com.pe

| 28 AÑOS DE EXPERIENCIA |

ILVEM

CAPACITACIÓN PARA UN MUNDO GLOBAL

DESARROLLA TU MÁXIMO POTENCIAL EN EL TRABAJO

CURSOS DE METODOLOGÍA INTELECTUAL:

LECTURA VELOZ
DESARROLLO DE LA MEMORIA
MÉTODOS Y HÁBITOS DE ESTUDIO
CONCENTRACIÓN
AUDIENCIA
ORATORIA
REDACCIÓN

Lima: Av. Benavides N° 1997 - Miraflores * Av. La Marina 1693 - San Miguel
Tel. 628-5081 * 449-3546 * 460-8647

Trujillo: Las Hortencias 548 Urb. California 2do Piso
Telf. 284889

Los asaltos a mano armada y la nueva modalidad denominada "secuestros al paso" han irrumpido la tranquilidad. Surge el temor, la desesperación se apropia de nuestra mente y, en un abrir y cerrar de ojos, corremos riesgo... podríamos perder nuestros bienes o quizá nuestras familias. Llamadas telefónicas desde números privados se han traducido en extorsiones. Interceptan el camino y nos privan nuestra libertad. Sin duda, hemos sido secuestrados.

VIVIENDO CON

¿Alguna vez imaginó tener un "servicio de seguridad" manipulado, corrupto y conformado por bandas delincuenciales? Conozca a quiénes están detrás, las zonas donde realizan sus fechorías y entérese sobre el acelerado crecimiento de la nueva modalidad de extorsión que se viene utilizando en Trujillo. Pago de cupos a cambio de "seguridad ilegal" o un atentado contra sus bienes podría ser una letal consecuencia. ¿Quién los detiene?

Mientras los medios de comunicación anunciaban la muerte de un joven de 23 años con cinco impactos de balas, por un ajuste de cuentas, todo por la disputa de cobros de cupos a las empresas de transportes; la Cámara de Comercio de La Libertad y la División de Investigación Criminalística -DIVINCRI, como coincidencia de la vida, presentaba la conferencia denominada "Prevención de extorsiones y otros actos delictivos".

Esa charla es una de las actividades que la Cámara de Comercio brinda a la sociedad liberteña con la finalidad de promover propuestas que conduzcan a una decidida lucha contra el mundo del hampa. El gremio empresarial invoca a la unión de la comunidad liberteña, sociedad civil y autoridades para presentar propuestas a fin de erradicar la delincuencia.

El coronel PNP. Carlos Mesía Nieto, jefe de Investigación Criminal; el mayor PNP. Sergio Olguín Rodríguez, jefe de Investigación, Secuestros y Extorsiones, y el sub oficial PNP. Luis Pinillos Ibáñez, especialista en Investigación, Secuestros y Extorsiones. Todos, pertenecientes a la DIVINCRI, disertaron ante más de un centenar de personas, entre empresarios y civiles. Se presentaron casos detallados sobre las bandas organizadas en nuestra ciudad.

A continuación el testimonio de un empresario y la transcripción de una grabación realizada por la DIVINCRI sobre un caso de extorsión, aunque en ésta oportunidad no hubo agraviado, tengamos en cuenta la modalidad que utilizan para engañar y manipular a sus víctimas.

El tiro por la culata

"Era domingo por la mañana, de repente suena el teléfono y contesté"

-Empresario: ¿Aló?
-Desconocido: Buenas tardes, se encuentra el titular de la línea telefónica?
-Empresario: Él habla
-Desconocido: Hablamos de su empresa de telefonía fija. Sólo para confirmar datos. ¿Me puede decir su nombre completo, por favor?

"En realidad me quedé sorprendido. Por varios segundos pensé, ¿a caso no tienen mis datos?".

-Empresario: Soy Leonardo Pérez."Atiné a mentirle sobre mi nombre".

-Desconocido: Gracias. Estamos haciendo una promoción para descontarle a usted el 50% en su próxima facturación, sólo tiene que decirnos dos nombres de sus familiares que tengan línea de teléfono fijo.

"Pero me parecía muy extraño si se supone que más del 50% de peruanos tienen teléfono fijo".

-Empresario: ¡Ah claro! Tome nota de mi hermano Francisco Pérez. ¿Le puedo dar el nombre de uno que vive en otra ciudad?
-Desconocido: Por supuesto, no habría ningún problema.
-Empresario: ¡Ok! Luis Pérez.

"Volví a mentirle con los datos de mis supuestos hermanos. Si supiera que no tengo…"

-Desconocido: ¡Muy bien!, usted acaba de ganar el 50% de descuento en su próxima factura de telefonía.

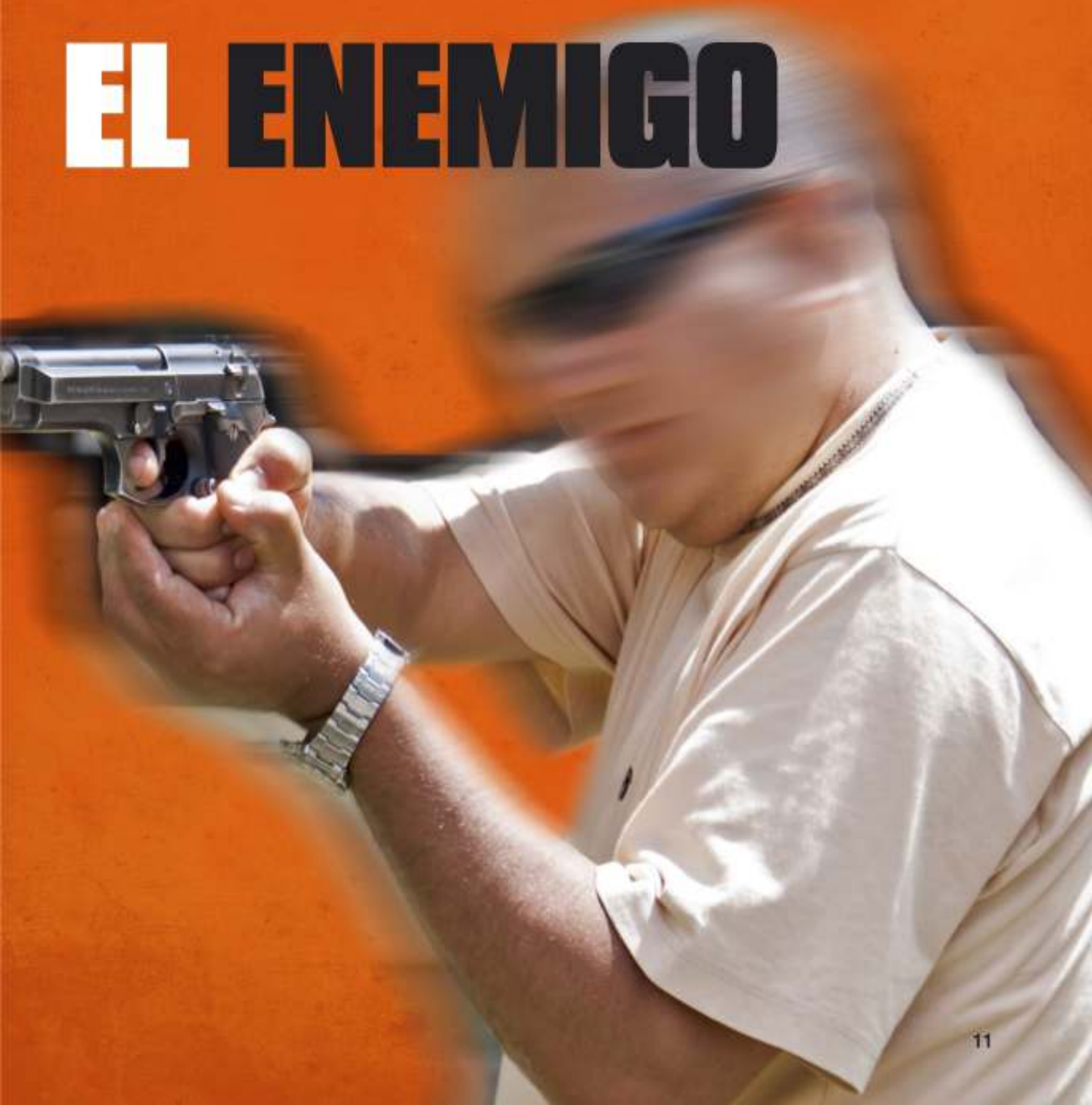
"La llamada terminó. Al día siguiente, iniciando la una de la tarde del lunes, suena el teléfono y contesté".

-Desconocido: ¿Quién habla?
-Empresario: ¿Con quién desea hablar?
-Desconocido: Quiero hablar con Leonardo Pérez"Rápidamente recordé que ese nombre había dado como dato un día anterior, así que le seguí el cuento".

-Empresario: Él habla, ¿qué desea?
-Desconocido: Tengo a tu hermano Luis Pérez. Somos los "Tirados del infierno" y quiero 10 mil dólares si es que quieres volver a verlo.
-Empresario: Por favor señor, no le haga nada a mi hermano, no lo vaya a matar.

"Continué con su juego. De repente ocurre algo inesperado, me pasó con mi supuesto hermano. Quedé anonadado…"

EL ENEMIGO



-Desconocido: Hay alguien que quiere hablarte.
-Hermano ficticio: ¡Leonardo, ayúdame!, ¡dales lo que piden, me están torturando!... ¡ayúdame!
-Empresario: Mira, la verdad es que me debes bastante dinero, así que mejor que te maten y yo cobro tu seguro.

"Oí una voz de fondo que decía, ´no cae´ y colgaron"."Han pasado varios días y no han vuelto a llamar.

Consultando con vecinos y amigos para ponerlos al tanto, me comentan que también han recibido llamadas haciéndose pasar como operadores de empresas locales preguntando por su consumo de luz, agua y otros servicios, consultan sobre ¿cuántos habitantes tiene su casa? y si les interesa una visita para revisar sus medidores o servicios", nos menciona el empresario anónimo. Son algunas de las patrañas que realizan grupos delincuenciales, se denomina extorsión y cada día vienen incrementándose en nuestra ciudad".

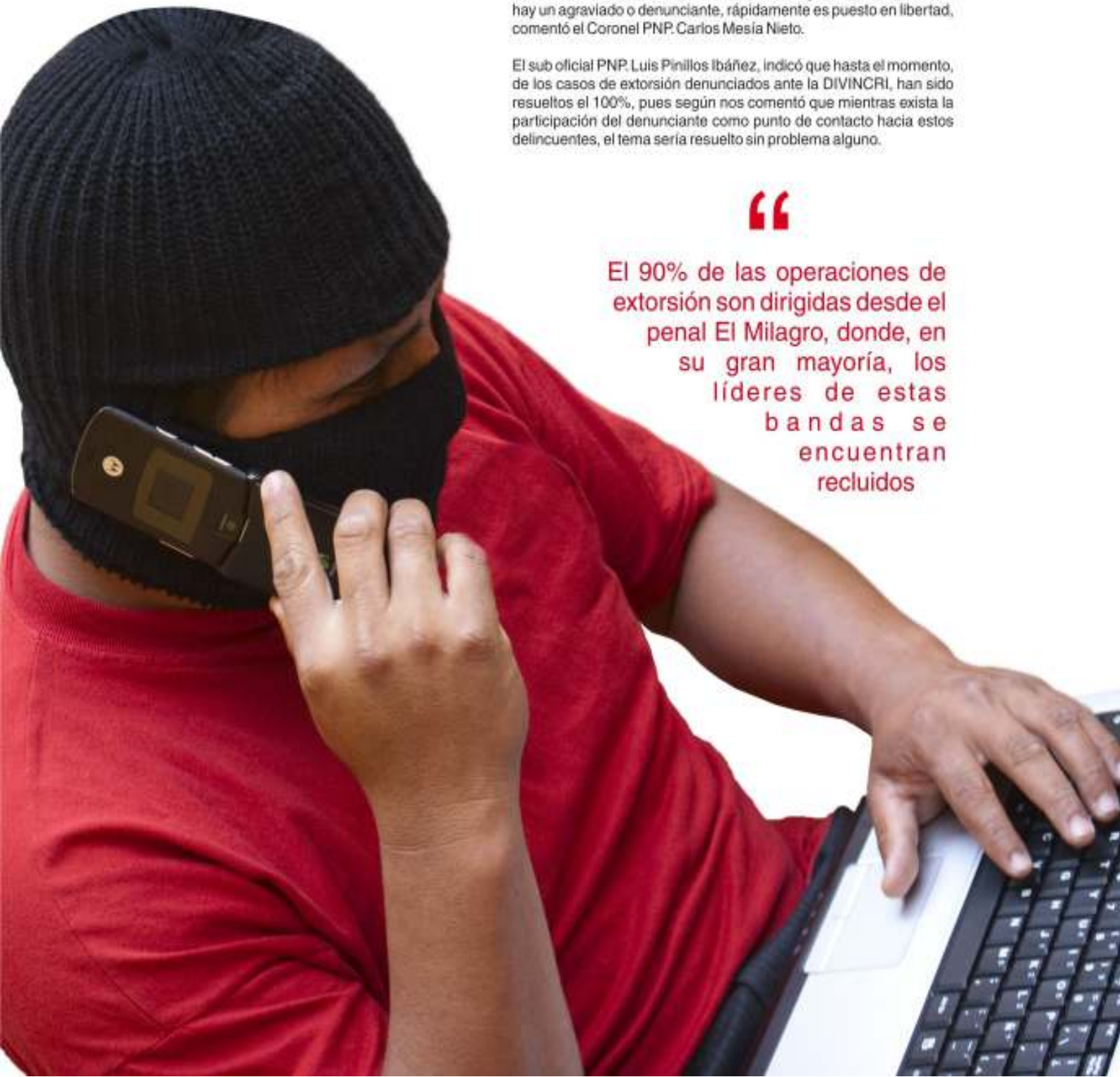
¿Algún parecido con la realidad?, esta vez no es coincidencia y es que los métodos que utilizan son siempre los mismos, aparentan "profesionalismo", pero muchas veces terminan enredados en su propio engaño, como es el caso que acabamos de mencionar. Esta vez, no hubo agraviado, pero pudo haberlo; sin embargo, el cobro de cupos es un "trabajo" de cada día.

¿Qué sucede?

Actualmente existen 7 zonas identificadas en Trujillo donde operan las bandas dedicadas a la comisión del "Delito Contra el Patrimonio-Extorsión", cada una está cubierta por un grupo indiscriminado "organizado", conformadas por familias, donde interviene el mal ejemplo de los padres denominados "patriarcas", seguidos de los hijos y en la mayoría de casos los nietos, muchos de ellos aún no alcanzan la mayoría de edad.

La DIVINCRI investiga varios casos de extorsión y tienen un listado de estas bandas, los nombres de sus líderes y la forma de cómo trabajan; sin embargo, existe otro problema, el del ocultamiento de información, pues muy pocos tienen la valentía de denunciar sus casos o cuando un delincuente es detenido y en ese momento no hay un agraviado o denunciante, rápidamente es puesto en libertad, comentó el Coronel PNP. Carlos Mesía Nieto.

El sub oficial PNP. Luis Pinillos Ibáñez, indicó que hasta el momento, de los casos de extorsión denunciados ante la DIVINCRI, han sido resueltos el 100%, pues según nos comentó que mientras exista la participación del denunciante como punto de contacto hacia estos delincuentes, el tema sería resuelto sin problema alguno.



"

El 90% de las operaciones de extorsión son dirigidas desde el penal El Milagro, donde, en su gran mayoría, los líderes de estas bandas se encuentran recluidos

www.santabeatriz.com.pe

50 años
construyendo contigo

Av. Nicolás de Pierola 1550/ Telf. 235483/ 477063/Fax. 290467
Av. América Sur 1350/ Telf. 581295/ Telefax. 258625

Los 8 más peligrosos

A continuación les presentamos los nombres y apellidos de los más temidos delincuentes de Trujillo, las zonas que han sido identificadas donde "trabajan" y el grupo al que pertenecen.

•Banda: Los Pulpos
•Líder: Jhon Smith Cruz Arce
•Alias: Jhon Pulpo
•Extorsionan: Distrito El Porvenir, principalmente a empresarios zapateros, Gran Chimú-Laredo, pegando calcomanías en los taxis, colectivos, microbuses y en algunos domicilios.

•Banda: Los Ochenta
•Líder: Julio Eduardo Becerra Espejo
•Alias: Julio
•Extorsionan: Distrito La Esperanza, Florencia de Mora, El Milagro, pegando calcomanías en vehículos, viviendas y empresas de transportes.

•Banda: Los Clavos de Chicago
•Líder: Juan Carlos Chacón Cruz
•Alias: Serrano Jhony
•Extorsionan: Urb. Palermo, Urb. Santa María, Chicago, La Noria, tiendas comerciales del centro cívico de Trujillo, Urb. El Bosque, Urb. Santo Dominguito, mercado Mayorista, Tacora, lanzan bombas incendiarias, disparos con armas de fuego hacia los que incumplen con sus pedidos.

•Banda: Los Plataneros
•Líder: César Velásquez Montoya
•Alias: Chino Malaco
•Extorsionan: Urb. San Nicolás, San Andrés I, II Y III Etapa, Santa Inés, Covicorti, Buenos Aires, Huanchaco, San Salvador, San Fernando, Los Cedros y otros.

•Banda: Los Chancheros de Wichanzao
•Líder: Wilson Eduardo Díaz Chávez
•Alias: Negro Chanchero
•Extorsionan: Jurisdicción de Winchanzao y Ramiro Prialé.

•Banda: Los Tacora de La Esperanza
•Líder: Carlos Alberto Lalupu Terrones
•Alias: Tacora
•Extorsionan: Jurisdicción de la parte alta de La Esperanza, Indoamérica y Fraternidad.

•Banda: Los Lobos del Porvenir
•Líder: Elmer Rolando Astopilco Alejandro
•Alias: Lobo
•Extorsionan: Jurisdicción de Laredo a comerciantes y transportistas del servicio público.

•Banda: Los Malditos del Triunfo
•Líder: Segundo Samuel Correa Gamarra
•Alias: Paco
•Extorsionan: En diferentes puntos de la ciudad dirigidos a transportistas y empresarios.

Comunicación sin fronteras, y efectiva

Según el Coronel Carlos Mesías, el 90% de las operaciones de extorsión vienen siendo dirigidas desde el penal El Milagro, donde en su gran mayoría los líderes de estas bandas se encuentran recluidos, pero, ¿es posible que los convictos puedan obtener teléfonos celulares y utilizarlas desde sus celdas?, ¿el INPE desconoce de este asunto?, ¿es difícil reclutarles sus teléfonos, así como los chips a cada delincuente?, ¿no se supone que está prohibido que los internos de las cárceles gocen de este beneficio?.

Al respecto nos comunicarnos con Mario Fernando Granados Cruz, director del INPE (Instituto Nacional Penitenciario), quien reconoció la utilización de celulares en el penal el Milagro de Trujillo. "Es verdad que existen celulares dentro del penal, pero existen varias modalidades que utilizan los internos para ingresarlos", indicó.

Aunque está totalmente prohibido su uso, poco o nada hacen para mitigar el ingreso tanto de los equipos como de chips prepagos al penal. Además mencionó la limitación que tienen sobre el sistema de seguridad, pues por el momento sólo cuentan con personal, mas no con tecnología que les permita la detección de equipos de esta naturaleza.

"Nosotros no podemos realizar, rigurosamente, una revisión personal minuciosa debido a que existe la defensa de los derechos humanos", refirió.

A todo ello, mostró su interés por las nuevas modalidades que optarán para mitigar este problema, a través de las revisiones ordinarias en el marco del Código de Ejecución Penal, el Reglamento General de Seguridad del Instituto Nacional Penitenciario y de acuerdo al Manual de Derechos Humanos aplicados a la función penitenciaria.

Finalmente indicó que para el 2010 existe la posibilidad de la adquisición de equipos tecnológicos que les permita detectar metales, y con respecto a la utilización de un sistema de bloqueo de llamadas por celulares, dijo que no es cien por ciento seguro, debido a que "poco a poco los internos descubren la manera de evadirlo y continuar con sus actos", enfatizó.

"Esta situación no se va a erradicar al cien por ciento, a dónde vayas, en todos los establecimientos penales nacionales y a nivel de otros países, por más alta tecnología que haya son propensas a la burla, por la visita de los internos o por la tecnología que utilizan. No se va a poder erradicar en su totalidad", finalizó el director del INPE, Mario Granados.

Territorio "privado"

Estas bandas operan de manera muy similar, utilizan las mismas fuentes con la diferencia que se ubican en distintas zonas que se han identificado en su gran mayoría, donde a ninguno les está permitido tocar sus territorios, esto ocasionaría las disputas entre sus integrantes y sus cobros de venganza (muertes). Sepa los 6 pasos que utilizan para la extorsión.

1.Identificación: Seleccionan a su víctima apoyados de la guía telefónica. También cruzan información con la Sunarp, Sunat y Reniec. Además ingresan a sus Hi5 y FaceBook.

2.Investigación: Realizan el reglaje para agenciar los números telefónicos fijos y celulares, así como de los nombres de sus familiares, empresas y otras fuentes de ingreso económico.

3.Extorsión: Amenazas a través de llamadas telefónicas, e-mails, mensajes de texto, cartas, entre otros.

4.Intimidación: Inician sus actos de sabotaje a través de disparos o incendios contra sus bienes, vehículos y viviendas.

5.Insistencia: Continúan efectuando llamadas telefónicas, solicitando se les realice la compra de tarjetas prepago o virtuales para continuar con la negociación y utilizan intermediarios.

6.Contrato: Luego que se les ha realizado el pago de extorsión ofrecen sus servicios de seguridad permanente con un cupo mensual.

Aunque la PNP tiene conocimiento de sus movimientos y zonas de "trabajo", no es suficiente. Se necesita la colaboración de la ciudadanía, principalmente de los agraviados, quienes deben efectuar sus denuncias con total confianza y seguridad en la DIVINCRI.

"Nosotros no podemos realizar, rigurosamente, una revisión personal minuciosa debido a que existe la defensa de los derechos humanos", refirió el director del INPE.

Piedras en el camino

Las limitaciones vienen por varios sectores y si tratáramos de buscar un culpable no habría hacia dónde señalar; sin embargo, las autoridades, como el Congreso de la República y la Fiscalía pueden destacar a través de sus funciones hacia un cambio radical sobre las leyes y trámites, así como los impedimentos que la Policía Nacional del Perú es sometida.

Obstáculos como la aplicación del nuevo Código Procesal Penal que supedita a la Policía a lo que disponga el Fiscal Provincial por ser el titular de la investigación, existiendo tramites burocráticos que retardan la intervención policial.

La falta de apoyo logístico (computadoras, cámaras fotográficas, filmadoras medios de transporte y medios de comunicación) para el proceso de investigación, es otro problema que perjudica a la DIVINCRI. También, los fiscales no dan margen a que la Policía dentro de las 24 horas de la investigación preliminar realice diferentes diligencias en forma inmediata. Se corre el riesgo de no capturar al extorsionador en flagrante delito, a través de la visualización de los números telefónicos en el celular, registro domiciliario, acta de reconocimiento de las víctimas, entre otros.

Finalmente es necesaria la capacitación urgente del personal policial para enfrentar adecuadamente las audiencias realizadas en el Poder Judicial cuando son citados como testigos en las diferentes investigaciones de capturas realizadas.

La seguridad en tus manos

Terminamos este informe presentándoles 12 puntos entregados por la DIVINCRI sobre las recomendaciones que deberá tomar en cuenta para evitar ser víctima de una extorsión.

1.No proporcionar información personal y familiar en una llamada telefónica desconocida.

2.Evite contestar llamadas privadas o números desconocidos.

3.Cuidado con proporcionar números telefónicos de celulares, fijos de casa y de la oficina a desconocidos.

4.Tener cuidado en el manejo de tarjetas de presentación y evite consignar su nombre completo y teléfono del domicilio.

5.No proporcione datos a encuestadores que lo entrevisten en la calle.

6.Mantenga una comunicación constante con su familia. Hazles saber donde estás, con quien y a que hora.

7.Eviten en su teléfono celular sobrenombres como "mamá", "casa", "papá", etc.

8.Proteja su teléfono celular, cuentas de correos y demás accesos a Internet. No consigne muchos datos personales o familiares en Hi5, facebook, etc.

9.No rete a quienes hagan la llamada, tampoco les demuestre miedo.

10.Verifique en el identificador el número telefónico, origen de la llamada, la hora y tome nota.

11.No pague ninguna cantidad de dinero por pequeño que sea el monto.

12.Denuncie todos los hechos de extorsión de la cual sea víctima ante la Sección de Investigación de Secuestros y Extorsiones de la PNP de Trujillo, ubicado en la calle Santo Toribio de Mogrovejo Nro.387-Urbanización San Andrés-Trujillo (2do Piso).

www.ucv.edu.pe

UCV
ABIERTOS AL MUNDO

"Desde el 5to ciclo nuestros alumnos pueden estudiar hasta por un año con **costo cero en 13 países**, gracias a nuestro **Programa de Intercambio Internacional.**

Esta experiencia internacional les permite ampliar su visión profesional y reforzar su compromiso con los objetivos de la sociedad moderna: **la integración y el intercambio solidario.**"

Anel Townsend Diez Canseco
Directora de Cooperación Internacional

UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO | PROGRAMA DE INTERCAMBIO INTERNACIONAL UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

EXAMEN DE GANADORES
31 DE ENERO

Campus Central Trujillo
Av. Larco 1770. Telf.: (044) 485000. Fax: (044) 485019.

Fabricamos Tuberías y Conexiones de PVC-U y CPVC de la mejor calidad de acuerdo a los estandares establecidos en las normas técnicas nacionales e internacionales. contamos con un moderno laboratorio de ensayo certificado por INASSA (international analitical services) de acuerdo a lo establecido en la Norma

ISO 17025

que garantizan la calidad y seguridad de nuestros productos

Inassa

Intertek

"Miembro Activo del Comite Tecnico Normalizador de tubos, válvulas y accesorios de material plástico - CTN"

CALIDAD GARANTIZADA

SPI

www.eurotubo.com.pe

EUROTUBO

excelente calidad en tuberías y conexiones de PVC-U !

PRECIOS DE FÁBRICA

Yee de 4" a 2"

Tee de 4" a 2"

Tee de 4" x 4"

Codo de 4" x 90°

Tee de 2" x 2"

Codo de 2" x 90°

Caja Rectangular

Caja Octogonal

Tee de ½

Codo de 1/2 x 90°

UPR ½

Codo CPVC 1/2 x 90°

SEDE INSTITUCIONAL: Psj. Odonovan 445 - Urb. El Molino - Trujillo
Telefax: (044) 208114

DEPARTAMENTO DE VENTAS:

- **INSTITUCIONAL:** N: 839*5453 / T: (044) 208114
  C: (044) 94 956 4610 / # 228201 / ventas@eurotubo.com.pe
- **FERRETERÍA:** N: 425*6524 / T: (044) 208114
  C: (044) 94 964 9349 / # 228204 mgoicochea@eurotubo.com.pe
- **MOSTRADOR - OFICINA:** N: 818*4838 / T: (044) 235696 - 295076 - 295138
  C: (044) 94 851 6990 / # 456990 / mterrones@eurotubo.com.pe
- **ASISTENCIA TÉCNICA:** N: 427*6358 / apasache@eurotubo.com.pe

Con sabor a hamburguesa

El revolucionario sistema de las franquicias llega a Trujillo

En 1979 la familia Marini, que ya era muy conocida por el negocio de sus bodegas, nunca imaginó que tres décadas después su apellido seguiría estando, literalmente, en boca de todos. Y es que cambiarían la actividad de venta de abarrotes y productos cárnicos por el de la comida rápida, un rubro desconocido en aquel entonces. Actualmente se alistan para expandir su marca a través del modelo de franquicias, marcando

Lenny Carbonel Namay
Periodista - Cámara de Comercio

Quien tuvo el gusto y olfato para cocinar este negocio fue Alejandro Marini, un hombre muy concentrado, observador y sobretodo atento con su clientela, quien fue inquietado por los antojos de los tantos parroquianos que frecuentaban su bodega. Al ver la variedad de embutidos "nos preguntaban si podíamos preparar un chorizo dentro de un pan, o jamón o queso y combinaciones de éstos".

Entonces, cuando le fue muy bien a MINIMARINI, la pequeña sucursal del negocio familiar ubicada en la Av. España que estaba a cargo de Alejandro, se habilitó un local exclusivo para la venta de sándwiches. Treinta años más tarde esta cadena de comida rápida que lleva el diminutivo del nombre de su fundador, paradójicamente, se consolidaría como una marca regional grande, competente y reconocida. Con ese sabor casero que sólo ellos pueden lograr, JANO`S dejaría gratos recuerdos en los paladares de los trujillanos, quienes hasta ahora no dudan en repetir la experiencia de tener entre sus manos a una patriota, tal vez una criolla o si prefieren a una hawaiana.

¿Lo definitivo?

Aunque "Lo definitivo" sea su slogan, para el equipo de trabajo que conforma JANO´S, no hay nada definitivo. Sus aspiraciones y ganas de crecer fortalecen su actitud de innovación y mejora continua.

"Siempre pensamos en avanzar", contestó contundentemente Alejandro Marini, cuando le pregunté por qué es que piensan convertirse en la primera franquicia de La Libertad. Luego, calculando una a una sus palabras y de modo muy didáctico, me explicó en qué consiste todo este proceso.

"Nos estamos preparando para ser franquicia y poder expandirnos con seguridad y solidez. Para eso debemos estandarizar todos los aspectos del negocio: el productivo, financiero, contable y el que tiene que ver con la atención al cliente. De este modo les vendemos a los empresarios, interesados en tener un negocio como el nuestro con nuestro nombre, una franquicia de calidad que a ellos les beneficiará. Así, nosotros ganamos siempre y cuando ellos ganen".

En franco desarrollo

Lo que define Alejandro de manera tan sencilla es la modalidad que está revolucionando los sistemas de distribución de productos y servicios; cada tres minutos se inaugura un nuevo local de franquicia en alguna parte del mundo. Los países más franquiciantes son EE.UU., Canadá, Brasil, Japón, Australia, Inglaterra, Francia y México. En el Perú, este mercado vive una efervescencia desde que despegó en 1995 y ahora está cimentando un panorama más que favorable, próspero.

Los colaboradores de Marini me comentan que desde hace tres meses vienen capacitándose para mejorar la calidad del producto y la eficacia del servicio. De la mano de una consultora, que tiene en su equipo a evaluadores para certificaciones de tipo ISO, JANO´S está pasando por una serie de estudios rigurosos que poco a poco han ido perfeccionando la infraestructura del local, su escenario financiero, el marco jurídico del negocio, la atención del personal, su imagen corporativa, la estrategia de marketing y el producto en sí.

Todo ello es necesario. La franquicia es un sistema de alianza estratégica que consiste en que una empresa que tuvo éxito, formatea su modelo de negocio, lo plasma en manuales de marketing, de administración, de operaciones, y transmite todo ese conocimiento empaquetado (know how) a un tercero llamado franquiciado, quien, a cambio, paga un monto de entrada y un porcentaje de regalías.

"Existen empresarios interesados en ser franquiciados por JANO´S; de Chiclayo, Cajamarca y Chimbote. Entonces, una vez que consigamos ser franquicia y la Cámara Peruana de Franquicias nos acepte como tal, nuestra primera meta es expandirnos en todo el norte", concienzudamente, Alejandro me cuenta de sus proyecciones. Él está orgulloso de que su marca se mantenga como la número uno en el rubro. Y es precisamente ese territorio ganado, durante 30 años, lo que constituye uno de los pilares que justifican el por qué JANO´S debe convertirse en una franquicia exitosa.

Definitivamente, este sistema de inversión desaira la temible crisis económica mundial y saca la cara por empresarios con ganas de progresar y vencer.

¡Si me cuelgo de tu marca, yo gano, y tú también!

En entrevista exclusiva para Visión Empresarial, luego de su participación como ponente en la Jornada de Negocios – Cajamarca 2009, organizada por la Federación de Cámaras de Comercio del Norte (FEDECAM NORTE); Luis Kiser Rodríguez, presidente de la Cámara Peruana de Franquicias calificó a la crisis internacional como un detonante para el sector de franquicias tanto para el empresario que quiere buscar nuevas formas de incrementar sus utilidades (franquiciador) como para el inversionista (franquiciado) que quiere apostar por un negocio de éxito asegurado.

Ya existen 150 franquicias en nuestro país y la Cámara Peruana de Franquicias, con el apoyo del Estado, a través de Prom Perú, trabaja para que este crecimiento no se desborde. Con un sello de calidad filtran las franquicias que ingresan "no solamente para una sólida expansión; sino también, para cuando son ofrecidas en las ferias internacionales, a fin de garantizar la calidad de nuestras marcas al inversionista extranjero", afirma Kiser.

Del total de franquicias, el 70% son extranjeras y el restante son nacionales. Pero se espera que en menos de tres años esa tendencia se revierta y la mayoría de las franquicias sean peruanas con un 60% como ha sucedido en Brasil, que es un caso inédito, con 90% de franquicias locales; México al igual que Argentina tiene 70% mientras que Venezuela un 65%.

"Este año, en el Perú, facturaremos aproximadamente US$ 600 millones. Asimismo, alcanzaremos un crecimiento de 30%, similar al del año pasado, pues entre 25 y 30 nuevas empresas se convertirán en franquicias, y ello nos permitiría en un máximo de dos a tres años lograr que la mayoría de empresas franquiciadas sean peruanas y mayormente del rubro de gastronomía", sostuvo el economista.

Así pues las empresas que quieran convertirse al formato de franquicias deben ser asesoradas por consultoras, tener todos los instrumentos necesarios, un buen escenario financiero y marco jurídico.

Mercado seguro

Para quienes quieran adquirir una franquicia, deben saber que las hay desde US$ 10 mil hasta US$ 1 millón, todo dependerá del valor de la marca, que es determinado por su calidad, posicionamiento y tiempo en el mercado.

Los negocios de franquicia tienen una mortandad muchísima más baja que los negocios independientes. Según una estadística del Departamento de Comercio de los Estados Unidos, al cabo de cinco años solo el 18% de los negocios independientes sobrevive, mientras que en el caso de los negocios franquiciados el 92% logran pasar esta barrera.

Ello demuestra que se prefiere invertir comprando una franquicia que inventarse un nuevo negocio. Y aunque no exista aún una legislación de franquicias en Perú, esto no significa que hay una desprotección de las partes. Existen 19 países cuyo mercado de franquicias se rige por un conjunto de leyes debido a que están en una etapa muy avanzada. En el Perú su desarrollo todavía es incipiente pero muy sólido.

En expansión

En 1983, KFC (Kentucky Fried Chicken) y Pizza Hut marcaron la primera etapa del desarrollo de franquicias en nuestro país. Pero el boom se dio en 1995 cuando ingresaron 30 franquicias al mercado peruano, mostrando un 100% de crecimiento en 18 meses. Fuertemente concentradas en marcas americanas al inicio.

La segunda etapa es la de franquicias de marcas locales. Al 2007 considerando el ingreso de nuevas franquicias y la salida de otras, se estima que ya había 84 negocios de franquicia que facturaban aproximadamente US$ 572 millones y generaban alrededor de 10,000 puestos de trabajo.
A mediados de 2008 el número de marcas franquiciantes locales llegaba a 36, registrando un crecimiento de 30% por año.

En la actualidad, este mercado se encuentra en su tercera etapa, la de expansión. Así pues tenemos varias franquicias peruanas que se están exportando, entre ellas el rubro que lidera el mencionado mercado es el gastronómico, pues de 11 franquicias peruanas en el extranjero un 90% son de este tipo:

- **China Wok** (Ecuador, Panamá, Costa Rica, El Salvador y Guatemala)
- **La Caravana** (Estados Unidos de N.A.)
- **Pardo´s Chicken** (Chile y EE.UU. de N.A.)
- **Bembos** (India, Panamá)
- **Alfresco** (Chile)
- **Rosatel** (México y Chile)
- **Rocky´s** (Bolivia, Brasil y España)
- **Astrid & Gastón** (Venezuela, Chile, Ecuador, España)
- **La Mar Cebichería** (México, con proyección a expandirse a otros 25 mercados)
- **Heladería 4D** (Paraguay)

En la exportación de estas franquicias siempre hay un componente nacional; es decir, siempre serán residentes peruanos en el exterior que conocen la marca y quienes primero quieren participar en la compra de estas marcas nacionales. Todo ello demuestra que estamos viviendo el boom de la gastronomía peruana, coyuntura que ha sido aprovechada por el mercado de franquicias para hacerse cada vez más conocido.

Sin embargo, el mercado de franquicias se está diversificando. El representante de la Cámara Peruana de Franquicias asegura que los rubros más competitivos después de la gastronomía son el textil; el de la belleza con sus spas, centros odontológicos y gimnasios; el de educación con sus colegios y academias; el de servicios de mensajería, entre otros.

Detrás del mostrador

Marini y sus colaboradores reconocen que todo el proceso que los acreditará como franquicia, es largo y estricto pero también saben del inmenso beneficio que este nuevo sistema les otorgará.

En tanto, Alejandro, la cabeza de todo, seguirá pendiente de cada cambio que se dé en su empresa. "No puedo vivir si no estoy detrás del mostrador", replica cuando lanzo un comentario sobre su atención personalizada. Él es conciente de que debe delegar tareas importantes dentro del negocio, pero es su estilo "convivir" con la clientela, observar en ellos su satisfacción por el servicio y llevarse siempre a casa esas "palmaditas en la espalda", en recompensa a todo su trabajo.

Sobre uso y derechos

En una franquicia se dispone el uso de la marca y el *know how* acumulado de un empresario con relativo éxito.

En la franquicia participan dos actores:
-El dueño del negocio llamado franquiciador o franquiciante, que es el que presta su marca y transmite su *know how*.
-El receptor del negocio que es el franquiciado, quien paga un canon por el derecho de desarrollar una actividad comercial utilizando el nombre y el sistema del franquiciante, más un porcentaje de regalías mensuales sobre las ventas.

Ventajas para el franquiciado:
- Se "cuelga" de una marca comercial reputada.
- Tiene asistencia y transferencia permanente de nuevos consejos.
- Facilita el acceso a financiamiento.
- Hay una motivación constante.

Ventajas para el franquiciador:
- Tiene un socio que conoce mejor el mercado.
- En lugar de hacer la inversión, cobra por enseñar lo que sabe y así sustituye inversión por ingresos inmediatos. Esto es el secreto de la franquicia.

ARESA
Contratistas Generales S.A.C.
Edificaciones
Saneamiento
Pavimentaciones
Habilitaciones Urbanas
Electrificaciones
Obras Civiles en General
Jr. Zepita 565 - Trujillo / Telefax: 22 3479
Email: aresa565@hotmail.com
aresa565@yahoo.com.mx

21 años
INCREIBLES REGALOS
S/ 20% DESCT.
SUPER OFERTAS
Tu Navidad empieza AQUÍ
GRUPO RI-CAR AUTOBOUTIQUE
Todo en un solo lugar
ACCESORIOS ORIGINALES DE LAS MEJORES MARCAS - NOVEDADES TECNOLOGICAS 2010
HYUNDAI
KIA MOTORS
TOYOTA
No solo especialistas sino ARTISTAS en INSTALACIÓN de Car Audio y Video Móvil
TRUJILLO: AV. HÚSARES DE JUNÍN Nº 336 - Urb. LA MERCED (FRENTE AL CULTURAL)
Tel: 044-204054 . 044-608120 Nex: 839*4815 / Rpm: #317016

Econ. Carlos Flores Mera
Oficina de Información CCPLL
Convenio COFIDE

La Calidad como estilo de vida

Cuando la mejora continua forma parte de nuestro trabajo

Esas lágrimas no pueden pasar inadvertidas, más aún si brotan desde el fondo del corazón de un hombre que es el reflejo de una institución que por años viene acompañando a directivos, gerentes y trabajadores; y hoy esas lágrimas significan mucho no sólo para el lugar donde labora, sino también para su vida, que de ahora en adelante cambiará, y será consciente que la mejora continua es parte de su quehacer diario.
Me refiero al trabajador de una institución ya centenaria en la región y que su principal misión es ser el ejemplo para sus empresas asociadas, que las represente y luche por sus derechos.
La institución a la que me refiero es la Cámara de Comercio y Producción de La Libertad, que desde diciembre del presente año se convierte en la primera Cámara de Comercio en el Perú en obtener una certificación ISO 9001 – 2008, en cuatro de sus servicios, continuando la misión que sus fundadores se plantearon.

¿Qué es ISO?

Cuando hablamos de Certificación ISO, nos referimos a la Organización Internacional de Normalización (ISO), organismo no gubernamental, conformado por 160 institutos de normalización nacionales de diferentes países, surgió tras la segunda guerra mundial, cuya función principal es buscar la estandarización de normas de productos y seguridad para las empresas u organizaciones a nivel internacional.

En algún momento, hemos escuchado en más de una ocasión, hacer referencia si una empresa cuenta con la certificación ISO. Aunque, intuitivamente, se percibe como algo positivo, sabemos muy poco sobre lo que implica esta certificación y cuál es su utilidad.

La globalización y la apertura hacia nuevos mercados internacionales que viene promoviendo el Gobierno, establecen nuevos retos a las empresas con visión y potencial para competir y expandirse, para lo cual deben ofrecer valor añadido sustancial que los diferencie de la competencia nacional y extranjera.
En ese contexto, eso es una Certificación ISO, un reconocimiento internacional, que se transforma en herramientas valiosas en las transacciones comerciales, un elemento insustituible, que crea confianza en las relaciones cliente – proveedor.

La Libertad: una región de calidad

Y nuestros empresarios de la región no son ajenos a las nuevas tendencias que implican mejorar procedimientos para lograr ese plus que los diferencie de sus competidores y que hoy en día es necesario para competir en todos los mercados, no basta con que nuestro producto sea bueno, debemos demostrarlo y certificarlo.

Así, según el primer directorio de Calidad Certificada en el Perú 2009 patrocinado por el ministerio de la producción y la CONFIEP, en La Libertad existen 50 empresas que cuentan con alguna certificación de sus principales procesos de producción o servicios. Según el cuadro adjunto, el 48% de empresas cuentan con la certificación HACCP (sistema que garantiza la inocuidad de los alimentos mediante la ejecución de una serie de acciones específicas); un 22% cuenta con certificación ISO 9001 (enfocada a la gestión de la calidad de cualquier organización de cualquier sector o actividad); un 16% cuenta con certificación BASC (enfocado a la seguridad y protección para el comercio exterior); y en menor porcentaje el 8% cuenta con certificación ISO 14001 (orientado a la responsabilidad con el medio ambiente) y un 6% cuenta con certificación OHSAS 18001 (enfocado a la seguridad y salud en el trabajo, riesgos laborales).

Todos pueden certificar

Pero quiénes pueden lograr una certificación o cuáles son los requisitos; en realidad no se necesita ser una empresa grande o mediana con cierta cantidad de trabajadores, hasta con un trabajador se logra certificar, toda empresa o institución puede lograr la certificación. Y el único requisito que se necesita es tener las ganas de mejorar y ser consciente que es un proceso que no termina cuando se logre obtener el certificado, por lo contrario, es el comienzo de un proceso que formará parte de la vida de la empresa y de quienes la conforman.

"Las empresas piensan que un sistema de gestión de calidad les va a cambiar totalmente la empresa en el sentido de exigirles nuevos métodos de trabajo, cuando en realidad la norma te pide ordenar tu sistema e incluir en él lo que la norma te pide…", nos comenta Roxana Rodríguez auditor de SGS del Perú S.A.C., empresa autorizada para recomendar que una empresa logre obtener una certificación o no.

Si bien es cierto que el proceso para obtener una certificación demanda tiempo, dedicación y recursos, es una inversión que redituará en los resultados del trabajo de la empresa. Antes, era exclusivo de las grandes empresas que exportan y que tienen grandes líneas de producción de productos, ahora hasta la persona natural con negocio puede obtener esa certificación.

Para Roxana Rodríguez, la empresa que quisiera auditar lo primero que tendría que hacer es una auditoría de diagnóstico, para observar la situación de la empresa, "…es muy importante esta auditoría para observar en qué grado de incumplimiento está con respecto a la norma y los sistemas legales que se puedan aplicar, y sobre la base de ello empezar a trabajar...", nos comenta la especialista.

Una vez realizado ello, lo que viene es un camino hacia la calidad, en donde una valora aún más su trabajo y en el cual podría pensar que lo que hace acá bien lo puede estar haciendo en cualquier parte del mundo, porque ahora su trabajo esta estandarizado a nivel internacional con empresas del mismo rubro o en similares procesos.

Logremos ofrecer al consumidor una mayor confianza en los productos o servicios que adquiere, alcanzar nuevos mercados y facilitar la exportación, potenciar el desarrollo de nuestra empresa y aumentar su competitividad, demostrar nuestro compromiso con el medio ambiente; esos son los beneficios que se logran con la certificación.

Certificaciones en La Libertad

Certificación	N° de Empresas	Participación
HACCP	24	48%
ISO 9001	11	22%
BASC	8	16%
ISO 14001	4	8%
OHSAS 18001	3	6%
Total general	50	100%

Fuente: Directorio Calidad Certificada en el Perú 2009
Elaboración: Centro de Información - CCPLL

E-mail: icp@camaratru.org.pe
www.icp.org.pe

Problemas ambientales en tu empresa?

Déjalo en nuestras manos

ICP

ESPECIALISTA EN ESTUDIOS DE GESTIÓN AMBIENTAL

REDES SOCIALES | EMPRESA | INCLUSIÓN SOCIAL | MEDIO AMBIENTE | SALUD | CULTURA

ÚNETE A NUESTROS CLIENTES

Destilerías Unidas S.A.C. - Cartavio Casa Grande S.A.A. – Casa Grande Complejo Agroindustrial Cartavio - Cartavio
SEDALIB S.A. - Trujillo Curtiduría Orión SAC – Trujillo Empresa Granja Sinchi S.A. – Huacho
Empresa Constructora Becteck S.A.C. – Trujillo

Jr. Junín 454 - Trujillo T. (51) 44- 204235 T. (51) 44-231114 Anx. 34 Fax. (51) 44-242888

costagas@costagas.com

Esta navidad añada comodidad, bienestar y calor a su hogar

COSTAGAS

Peruanos como Tú

GAS ECOLÓGICO - VENTAS POR MAYOR Y MENOR - RESTAURANTES, HOTELES, INDUSTRIAS Y GASEOCENTROS

TUMBES TALARA PIURA CHICLAYO TRUJILLO CHIMBOTE LIMA

Planta de Distribución: Carretera Industrial Km. 1-C trujillogas@terra.com.pe TRUJILLO

Atención al Cliente: (44) 206060

Un RENAULT espera por ti

Desde
US$ 13,500 ó S/. 40,500
Incluye IGV / T.C. referencial S/. 3.00

Aire acondicionado AIRBAG, lunas eléctricas, año 2009.

Desde
US$ 13,100 ó S/. 39,300
Incluye IGV / T.C. referencial S/. 3.00

RENAULT

MANNUCCI DIESEL S.A.C.

Av. Moriche 480 Telef.: (044) 23-6481 Fax (044) 23-2889 - TRUJILLO
www.mannuccidiesel.com

Foto: Juan Carlos Ávila

Es políglota y fue noctámbula. Pero un raro mal que la aqueja ha cambiado rotundamente su vida. Sin embargo esto no ha contrarrestado en nada su disciplinado y constante trabajo. Es una mujer de prensa aunque su fuerte son las máquinas. Tuvo como compañera de carpeta a la prima hermana del Rey de España y era la mejor de su clase en Filosofía, Historia del Arte y Matemáticas.

Simplemente María

Lenny Carbonel Namay
Periodista
Cámara de Comercio de la Libertad

María Isabel Cerro Moral, viuda del primer y único amor de su vida, don Alfonso Burga Tello, es la gerente general del diario La Industria de Trujillo, y, en diálogo con una reportera de Visión Empresarial, nos lleva por diversas escenas de su vida; una mujer que conduce, con éxito, una de las más importantes e influyentes empresas de la región.

Si alguna vez ha pasado por las instalaciones del diario La Industria, en el jirón Gamarra, entonces sabe que dos viejos linotipos lo reciben en la entrada. Serenos, como si descansaran de la agitada vida que tuvieron cuando eran utilizados para elaborar los tirajes de periódicos. Sin duda estas máquinas fueron cómplices, durante muchos años, de agudos y avispados periodistas que conmocionaban a la comunidad con el acontecer noticioso.

Así también, se convirtieron en la vida de María Isabel Cerro Moral, actual gerente general del diario; a quien esas viejas máquinas todavía susurran aquella graciosa anécdota en la cual, a los 29 años, recibió una oferta de trabajo de la misma empresa que fabricaba los linotipos en Estados Unidos. Su perfecto inglés y el extremo conocimiento sobre el funcionamiento de estos instrumentos casi ocasionan que su padre, Vicente Cerro Cebrián; cabeza de La Industria, junto a su hermano, desde fines de los años 50's, regrese solo de la tierra del Tío Sam. Pero Isabel, sonrojada, rechazó aquel ofrecimiento puesto que tenía en casa a tres niños, esperando el abrazo tierno de su madre.

Quien firma esta crónica, tuvo la suerte de entrevistar a una de las pocas mujeres que se adelantó a su época, persiguiendo aspiraciones con olor a tinta de imprenta y en forma de rodillos de papel. De hablar pausado y meticuloso, me da la impresión de que lo sabe todo y que mis preguntas le quedaron chicas; sin embargo descubrí su gran aporte al desarrollo y modernización de la industria periodística regional.

No hace alarde de sus logros, sólo recuerda con nostalgia sus experiencias vividas y se considera afortunada. Aromada de humildad, dulce y discreta. Se parece a una violeta escondida entre la hierba, semioculta al abrigo de una grieta; una rosa porpurina de encanto misterioso, aunque por ello no deja de ser modesta.

Érase una vez en América

Nació en Montevideo (Uruguay) huyendo del sol de Buenos Aires, donde su padre era un connotado diplomático. Cuando cumplió 2 meses retornó a Argentina y un mes antes de cumplir su primer añito, vino a Perú para que lo conocieran sus abuelos.

En aquellas épocas ella ignoraba los fuertes lazos familiares que la unirían con el periodismo, de por vida. Por un lado su abuelo materno, el insigne fotógrafo portugués Manuel Moral y Vega, fundador del diario La Crónica y la revista Variedades de Lima. Por el otro, a don Miguel F. Cerro Guerrero, quien en 1905 adquirió el total de las acciones de la compañía periodística que el empresario liberteño Teófilo Vergel y el intelectual Raúl Edmundo Haya de Cárdenas (padre de Víctor Raúl Haya de la Torre), fundaron en 1895, con el deseo de sacar a la luz un medio de difusión de ideas y opiniones independientes.

Así Miguel F. Cerro Guerrero, se convirtió con el tiempo, de un colaborador del diario en dueño total de La Industria. Cuando conoció a su nieta ya era un distinguido abogado y catedrático de la Universidad Nacional de Trujillo, posteriormente se convirtió en diputado.

Por las rutas del Perú

"Mi abuelo nació en la sierra de Piura, exactamente en Huancabamba y siempre me sentí orgullosa de él, fue un claro ejemplo de superación y de constante trabajo para mí. A los 86 años él dirigía el periódico, era senador y cultivaba algodón solito", me cuenta emocionada.

A los 9 años, la pequeña María Isabel vuelve a visitar Perú. Durante su estadía recorrió la fábrica de Casa Grande y se quedó impresionada de la elaboración del azúcar rubia, tanto así que hasta ahora mantiene vivo ese recuerdo. De ahí su gusto por el funcionamiento de las máquinas, esa comprensión profunda del mundo como un sistema de causas y de efectos.

No obstante esa complacencia por todo lo mecánico siguió creciendo cuando viaja a Piura y conoce el pozo petrolero de Talara. Luego visita las plantaciones de algodón de su abuelo y no se despega de él hasta que le explique todo el proceso de siembra y cultivo de este producto natural, para que sacie su curiosidad.

Definitivamente, fue un tour bastante educativo para la mayor de las hermanas Cerro Moral. Completaba el dúo, María Ofelia Cerro Moral.

Trujillo, La Industria y el periodismo

Sin embargo, lo que la marcó de por vida fue aquella vez que presenció la elaboración del diario La Industria, cuyo local quedaba antes en el Jr. Almagro. Fue como un vaticinio para ella, ver a los trabajadores dando forma a las palabras colocando una a una cada letra en cajitas de madera. Era la época en que todo el trabajo de composición se efectuaba manualmente, mucho antes de los linotipos y los modernos sistemas de impresión. Preparar cada página era un proceso lento, cuidadoso y de paciencia extrema.

Los textos resultaban de la unión de cada palabra formada letra por letra, a base de tipos, que debían unirse siguiendo el orden gramatical lógico. Sin olvidar los signos de puntuación y espacios. Fue una escena mágica para Isabel, que más adelante la vincularía a la industria periodística por casi 43 años.

"Nunca pensé que mi vida iba a ser lo que es. De muchacha quería ser arquitecta". Me comenta con una sonrisa dibujada en su rostro y con una mirada profunda y contemplativa, perteneciente sólo a personas que viven con pasión y desgarro. ¿Qué le pasaría por la mente cuando me dijo eso? A veces cuando vivimos el día a día sin mirar atrás, sin detenernos, aprovechando al detalle cada minuto; olvidamos reconocer cuánto es que hemos avanzado y nos sorprendemos de nuestros logros.

Luego voltea a mirarme como señal de que continuamos con la charla. Pero yo me desconcentré por tratar de descifrar aquella mirada. Entonces ella decidió ayudarme, contándome todo sobre sus viajes.

Camino al viajar

"Debido al trabajo de mi padre, tuvimos que viajar mucho". Así pues la familia Cerro Moral recorrió casi todo el continente americano, menos los países de Nicaragua, El Salvador y Canadá. El primer país de Europa que Isabel conoció fue Portugal, ya que de ahí provenía la familia de su madre, doña Ofelia Moral Hernández. Luego viaja a Italia, Francia y Alemania.

Hasta casi los 20 años, su vida fue como la de una errante golondrina. "Por eso no deseaba casarme con un diplomático. Era muy triste estar viajando, me costaba mucho hacer amistades". Pero esta soledad era sosegada por la riqueza de realidades y culturas que tuvo la oportunidad de conocer. Algunas costumbres impactaron su manera de ver las cosas, como el hecho de ver trabajar a las mujeres en Italia para poder ayudar a sus esposos en los gastos del hogar. En aquellas épocas eso no se estilaba en otros países, pero Isabel supo recepcionar muy bien esa experiencia.

Estudió la secundaria en Roma desde los 14 hasta los 18 años. Durante ese período de tiempo fue compañera de carpeta de la prima hermana del Rey de España. Como estudiante, destacaba mucho en Historia del Arte, Filosofía y sobretodo Matemática. "Gracias a ello me ocupo muy bien de la parte contable de la empresa", me dice modestamente.

Antes de que asiente sus raíces en Perú, viajó a Costa Rica con toda su familia en donde, ya convertida en una hermosa joven, tenía una gran agenda de compromisos. Sin embargo su celoso padre no la dejaba asistir a las reuniones sociales, a menos que su hermana María Ofelia la acompañara. "Para mi mala suerte, a mi hermana no le gustaban las fiestas pero yo le rogaba insistentemente y a veces lograba convencerla", así pudo disfrutar de elegantes recepciones de la época y hacer nuevos amigos.

Con el contrato perenne de una amistad en sus maletas regresa a Perú de vacaciones. "Hasta la actualidad no pierdo comunicación con una gran amiga de Costa Rica, a veces ella viene a visitarme o sino yo la voy a ver a su país".

Cuando retorna a la tierra de su padre, un caballero del mar le robaría el corazón. El comandante de la Armada Peruana, Alfonso Burga Tello, fue el primer amor de su vida, y el único, quien la desposaría a sus 22 años. Así, Isabel Cerro Moral tomó el apellido de Burga y fue infinitamente feliz.

La noticia continúa

En 1957 falleció su abuelo, don Miguel F. Cerro. El diario se enlutó pero el trabajo periodístico y los impactantes titulares debían seguir, misma rotativa. Así pues lo suceden sus hijos, los diplomáticos Miguel y Vicente Cerro Cebrián quienes conservaron la línea periodística de su ilustre predecesor, estando siempre al servicio de todo lo que signifique adelanto y progreso para el pueblo y sus industrias.

Instauraron una nueva mentalidad empresarial, de innovación, con objetivos y metas. Por esas épocas doña Isabel Cerro Moral residía en Ecuador junto a su esposo, pero siempre estaba pendiente de la empresa, apoyando a su padre en la compra de linotipos, por ejemplo, los cuales reemplazaron al rudimentario sistema de cajas y alcanzaron numerosos tirajes a gran velocidad.

Más adelante se incorpora al equipo de trabajadores de La Industria. Todos los días se levantaba muy temprano para dejar en el colegio a sus hijos; Anabel, María Laura y Luis Alfonso. A las 8 de la mañana controlaba por radio los tirajes de Piura, Chiclayo y Trujillo; por la tarde se encargaba de la publicidad y en las noches volteaba las noticias, que escuchaba por la radio, para el periódico.

"Pero poco a poco me fui acercando más al área de impresión. Sabía que mi fuerte eran las máquinas". Mientras su hermana María Ofelia se consolidaba como una de las mejores plumas del diario, María Isabel se vinculaba más a las rotativas, familiarizándose con sus estructuras, funcionamiento, secretos; e interesándose más por su modernización.

Con el tiempo, el Dr. Vicente Cerro Cebrián, de la mano de su hija mayor, decidió implementar el sistema de impresión periodística con el novísimo Offset Integral que, en aquella época sólo lo tenía El Comercio de Lima. Asentado en el principio físico de repulsión agua-aceite, el método usa tinta con base de aceite y agua. De este modo, los elementos impresores aceptan la tinta grasa y rechazan el agua, y los blancos rechazan la tinta y aceptan el agua.

"El truco está en que el agua esté limpia y transparente", me explica la experta. El novedoso proceso garantizó una impresión nítida y el abandono definitivo de los linotipos y la tradicional rotativa. Era el año 1967. Todo cambió.

En 1971, cuando La Industria tenía 76 años, el hombre visionario que siempre la llevó consigo en todos sus viajes, que la protegió, educó y tuvo plena confianza en ella, ya no pudo estar a su lado, partió a uno de sus viajes, aunque esta vez sin retorno. Pero ese ímpetu por crecer y mejorar se quedó perennizado y lo asumieron doña Ofelia Moral de Cerro y sus hijas María Isabel y María Ofelia Cerro Moral.

Una nueva etapa

En la actualidad, el decano de la prensa regional y sub decano de la prensa nacional está bajo la dirección de María Ofelia Cerro Moral, presidenta del directorio, y María Isabel Cerro Moral de Burga como gerente general.

"El primero de julio último, cumplí 28 años como gerente, pero tengo 43 dedicándole mi vida al periódico. Durante todo este tiempo he sido una más del equipo y he tenido la suerte de estar en uno muy unido", expresa la actual cabeza de este importante diario.

María Isabel guarda una belleza sabia, sutil y peregrina. Es justa con sus recuerdos, ya que cuando le pregunté por el momento más feliz de su vida, algo que podría sonar trillado; se recostó relajada en su silla y miró hacia arriba, serena y pensativa. "No puedo contestarte esa pregunta", me dijo, "es muy difícil para mí escoger tan sólo un momento".

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO
ESCUELA DE POSTGRADO

...la única!

DOCTORADOS MAESTRÍAS Y DIPLOMADOS

ADMISIÓN
NOVIEMBRE 2009

Cronograma

MAESTRÍA	2009-II
Inscripción	Hasta el 20 Nov.
Matrículas	Del 14 al 18 de Dic.

DOCTORADO	2009-II
Inscripción	Hasta el 08Dic.09
Matrículas	Del 14 al 18 de Dic.

25 años de vida Institucional

www.pg.unitru.edu.pe

Central telefónica 044 474848 - 200598

GAFICA

Mauro Viera
Sebastián Londono
Argentina
www.cerestradingcommodities.com

Futuros de C

Un Futuro es un contrato el cual permite comprar cierta cantidad de una mercancía o materia prima (commodities) en una fecha futura y a un precio dado.

Existe un registro de uso de futuros desde la antigua Grecia, hablaba Platón acerca de un filosofo llamado Tales, el cual anticipando una mala cosecha de aceitunas compró por anticipado con un papel la producción total de la zona y al cabo de un año se las volvió a vender a los productores a un precio mucho mayor, este es el uso más antiguo registrado en libros de los futuros.

Con el crecimiento de las bolsas de commodities a nivel mundial, se desarrollaron nuevos conceptos del término commodity. La definición legal utilizada en los Estados Unidos de Norteamérica según la cual un commodity es todo aquello que sea subyacente en un contrato de futuros de una bolsa de commodities establecida. Sin embargo hoy en día sus definiciones van desde vehículo de regulación para comercio mundial, todo aquello a lo que una producción pueda llegar a ser comercializada hasta instrumento para regulación de inversiones.

Hay diferentes clases de commodities como:

•Granos: Soja, el trigo, el maíz, la avena, la cebada, estos se tranzan principalmente en las bolsas de Chicago y Kansas.

•Softs: Algodón, azúcar, cacao, café, etc. En esta clase las bolsas principales se encuentran en New York y Londres.

•Energías: Nafta, etanol, fuel oil, gas, petróleo crudo, etc. Este selecto grupo se destaca por la importancia a nivel mundial, los trading pits de estos commodities están principalmente en New York aunque por su importancia hay bolsas a nivel mundial en países como Arabia Saudita o Sao Paulo, Brazil.

•Metales: Oro, plata, cobre, platino, aluminio.

•Carnes y derivados: Ganado bovino vivo, ganado porcino vivo, manteca, leche.

Hoy en día son considerados como commodities muchos activos financieros siempre y cuando no sean considerados como valores / securities, tales como las divisas, las tasas de interés o de referencia, los índices bursátiles, etc.

Commodities financieros, entre ellos tenemos:

•Bonos de 30 años, eurodólares, etc.
•Indices como el Dow Jones, Nasdaq 100, S&P, etc.
•Monedas, como la libra, euro, dólar, peso mexicano, etc.

Esta herramienta es fundamental para reducir riesgos de volatilidad y tener un planeamiento de producción óptimo, la volatilidad de precios de un producto primario cada vez es más alta y pueden tener efectos importantes en la economía de un país o una región económica. Estas pueden ser aun más considerables si el mercado de bienes exportables es poco diversificado.

Existen factores que en su mayoría son impredecibles, y se asocian tanto a la oferta como a la demanda de productos primarios que pueden afectar el precio de uno o varios de estos mercados: sequías, inundaciones, guerras, problemas políticos internos o externos, etc., pueden tener efectos catastróficos tanto en el precio como en la disponibilidad de los productos primarios.

Las Bolsas de productos de relevancia mundial surgen dada la necesidad de determinar el precio de los commodities. En estas se cotizan diariamente los precios de distintos productos primarios, y se negocian para este tipo de activos subyacentes derivados como futuros, opciones, etc. Estos precios en muchos casos son referenciales para el comercio internacional.

El crecimiento y mayor complejidad del mismo, son razones por las que existe mayor énfasis en lograr una eficiente administración del riesgo asociado a estos productos, en los que existen importantes oportunidades de inversión.

Es así que el uso de derivados financieros se ha hecho frecuente debido al interés de los especuladores y los operadores de cobertura de riesgo; debido a este motivo y a la implementación de plataformas electrónicas para realizar Trading el volumen aumentó considerablemente y a su vez la volatilidad de los precios.

Los commodities también representan una alternativa de inversión que los administradores de cartera debieran tener en consideración al momento de tomar sus decisiones de inversión.

Su principal ventaja radica en su habilidad de proporcionar alternativas de riesgo/retorno que no son fácilmente replicables mediante otras alternativas de inversión y en que su movimiento es independiente al movimiento del mercado accionario mundial.
Se recomienda invertir entre un 8% y 14% de su portafolio de inversión, de acuerdo a su perfil.

ommodities

Diálogo. Javier Caro Infantas junto a autoridades nacionales durante una rueda de opiniones sobre Conflictos Sociales.

Conferencia: El sub oficial PNP, Luis Pinillos Ibañez, especialista en Investigación, Secuestros y Extorsiones; Carlos Guijón Guerra, presidente de la Comisión de Comunicación e Informática de la Cámara de Comercio; el coronel PNP, Carlos Mesia Nieto, jefe de Investigación Criminal; Humberto Laturia Montes, gerente de la Cámara de Comercio; y el mayor PNP, Sergio Olguín Rodríguez, jefe de Investigación, Secuestros y Extorsiones.

Pronunciamiento. Javier Caro Infantas, presidente de la Cámara de Comercio de La Libertad en rueda de prensa, denunciando los actos delictivos de extorsión e invasión en la ciudad de Trujillo.

Alerta. Javier Caro Infantas, presidente de la Cámara de Comercio invoca la urgente necesidad de formar una nueva Escuela de Oficiales en Trujillo para contrarrestar los altos índices delincuenciales.

Lucas Rodríguez Tineo, segundo vicepresidente de la Cámara de Comercio de La Libertad denunciando la falta de organización de la Audiencia Pública sobre delincuencia organizada por el Congreso de la República.

LA MAGIA DE HUANCHACO SE VIVE EN...

Restaurant

Big Ben

HUANCHACO

Difundiendo nuestra gastronomía.

Reservaciones : Telefax (044) 461378 | reservas@bigbenhuanchaco.com

Av. Larco 1182 Urb. El Boquerón Huanchaco - Trujillo

www.bigbenhuanchaco.com

Cooperativa de Ahorro y Crédito

LEON XIII

Tu Crecimiento, Nuestro Compromiso

Les desea una Feliz Navidad !!!

Crédito Pyme

En esta Navidad la Cooperativa León XIII te da la oportunidad de tener tu negocio...

Solicita un crédito YA !!!

Oficina Principal:
Jr. San Martín 656
Telf.: 481860

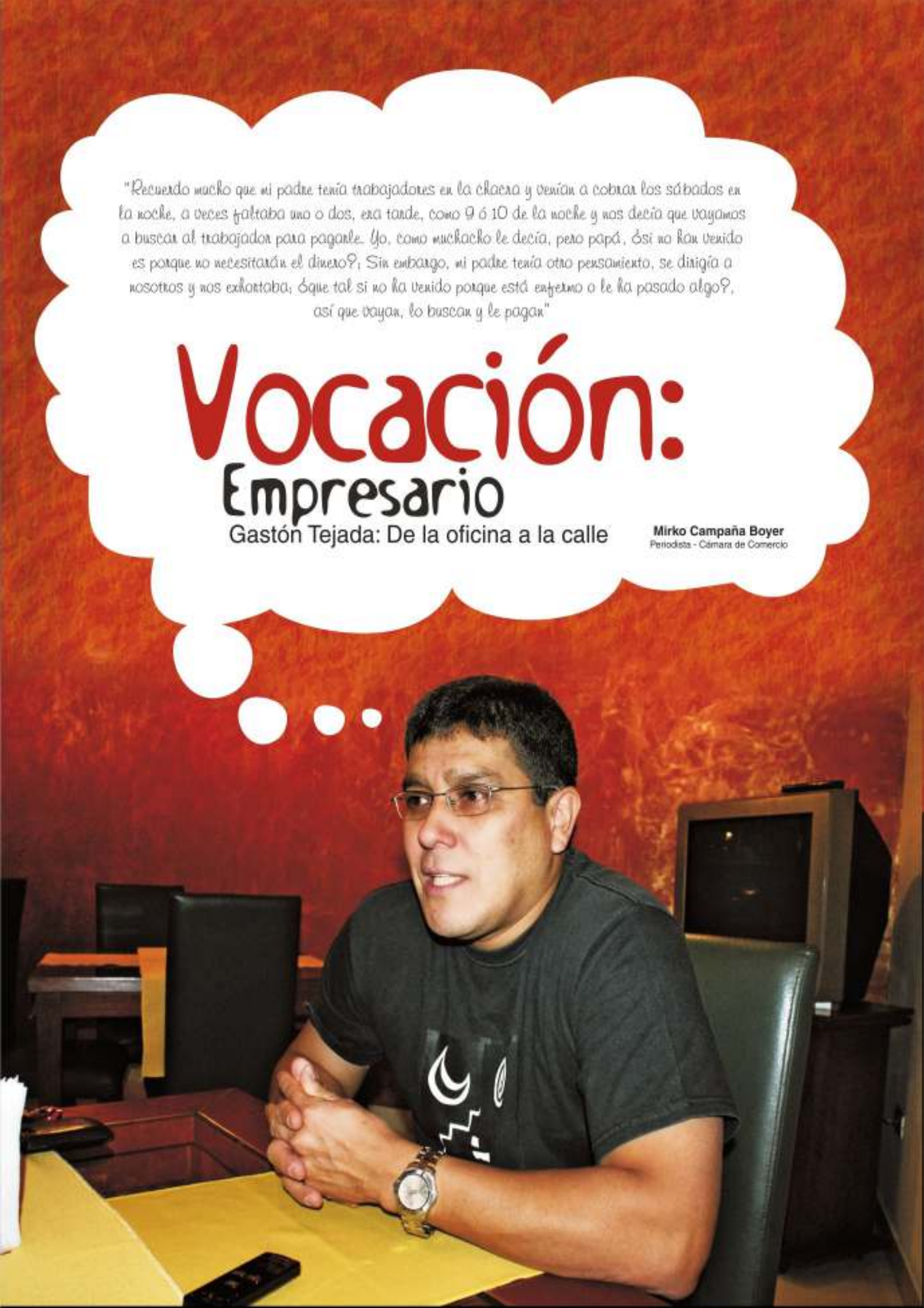
Agencia La Hermelinda:
Av. América Norte 1391
Telf.: 203445

"Recuerdo mucho que mi padre tenía trabajadores en la chacra y venían a cobrar los sábados en la noche, a veces faltaba uno o dos, era tarde, como 9 ó 10 de la noche y nos decía que vayamos a buscar al trabajador para pagarle. Yo, como muchacho le decía, pero papá, ¿si no han venido es porque no necesitarán el dinero?; Sin embargo, mi padre tenía otro pensamiento, se dirigía a nosotros y nos exhortaba; ¿que tal si no ha venido porque está enfermo o le ha pasado algo?, así que vayan, lo buscan y le pagan"

Vocación: Empresario

Gastón Tejada: De la oficina a la calle

Mirko Campaña Boyer
Periodista - Cámara de Comercio



Conversando con el gerente general de la Cámara de Comercio de La Libertad, Humberto Leturia Montes, sobre Gastón Tejada, su explicación fue rápida y concisa -es la persona indicada para la nota- me decía con entusiasmo, -tiene un hotel en el centro de la ciudad, es joven y muy emprendedor- expresó. Hasta entonces para mí era un desconocido, pero pronto descubrí que tenía el perfil que estaba buscando.

Reconocido empresario de 47 años nacido en diciembre de 1961 en Trujillo, descendiente de paijanenses, Gastón impulsó el ejemplo de sus padres enmarcado en el servicio a los demás. Ingeniero Metalúrgico de profesión con dos Maestrías, una de ellas en Gestión Minera. Todo un ícono intelectual para las comunidades.

Su hotel Korianka es uno de los mejores de Trujillo que ofrece modernas habitaciones con servicios de calidad; y todas las comodidades como un Café-Bar con la más selecta carta de tragos, todo un lujo. Poco a poco las piezas empezaban a tener sentido, se trataría de un hombre exigente y detallista, Gastón y su hotel de tres estrellas.

"Vi muchos jóvenes que están estudiando, a veces los fines de semana se las pasan conversando en las esquinas, entonces me nació la inquietud y dije, ¿porque no traigo a los jóvenes un día a mi casa y empezamos a conversar de diversos temas?"

La antesala

Era viernes 6 de noviembre y todo estaba listo. Hacia frío y como era de costumbre, mi camisa manga larga y de rayas rojizas me protegían de los fuertes ventarrones. ¿Exageración?, quizá, pero es mejor decir lo que en ese momento pude sentir y experimentar, parecía que la gran expectativa que tenía por conocerlo se mezclaba, tenía que saber quién es exactamente Gastón Tejada.

¿Listo?, casi. La cámara, la reportera, una libreta y mi lapicero, como si de ir a la guerra se trataba, era un indicador de seguridad, una verdadera protección sobre mi armamento. Mientras tanto, se acercaba la hora de partir al hotel. Fueron varias llamadas para lograr ubicarlo y concretar una entrevista, -¿se encuentra Gastón?, no, no está y tampoco podemos decirle en estos momentos donde se encuentra-, me respondía un joven de voz muy aguda y amable, su nombre es Alex, -gracias, volveré a llamar-, le decía.

Ahora, cuando las extorsiones en nuestra ciudad están de moda, los empresarios, como Gastón, se han preocupado por mantenerse a la defensiva ante cualquier tipo de intervención delincuencial, supongo que es comprensible la respuesta de Alex, total, no podía obligarlo a que me diera algún tipo de información. Finalmente concreté la entrevista.

De principio a fin

Sobre las calles llenas de historias de Trujillo se encuentra el Hotel Korianka, ubicado en la cuadra ocho de Independencia. En pleno centro, una moderna casona de tres pisos convertida para el servicio de hotelería me abría sus puertas, -¿se encuentra don Gastón?-, pregunté, -¿usted viene de la Cámara de Comercio?, si-, respondí, -en un momento baja-, me decía una simpática recepcionista de cabello castaño largo y color de piel morena, su nombre es Mabel, quien desde los inicios del negocio hotelero se ha mantenido fiel a su jefe y empresa.

El local, rodeado de culturas enmarcadas en grandes cuadros daban vida a sus paredes largas, característica infraestructura de la época colonial; además, una sala con muebles cremas de cuero fino junto a unas mesas hacían de la estética, un encanto de ensueño para los turistas, ¿quién se imaginaría que don Gastón terminaría comprando el edificio?, si en su adolescencia él perteneció a un grupo de feligreses de San Francisco, una de las iglesias céntricas y tradicionales de nuestra ciudad, cuya misión era ir de casa en casa predicando la palabra de Dios, él nunca imaginó que esa casona vieja y mal cuidada que visitaba hace muchos años y cuya familia conoció muy bien, terminaría siendo de su propiedad. -Allí viene-, me dijo Mabel muy sonriente. Era él, Gastón Eduardo Tejada Arbulú, –Empecemos-, le dije.

-Gastón, ¿cómo le gustaría que las personas hablen de usted?-, pregunté. -Bien, me encantaría que se reconozca el trabajo que esta orientado a servir a las personas, dar calidad y satisfacción y que puedan pasarte la voz; además de estar agradecidos de lo que se les ha brindado-, dijo con un tono muy bajo y pensativo, de inmediato recordó que el pasado 12 de octubre realizó un voluntariado, así ha denominado las gestiones espontáneas, pero con mucho profesionalismo que realiza en las comunidades más pobres del país, -¿qué hizo?-, le consulté. Con sus manos inquietas se rozó el rostro, su mirada se perdió en el horizonte y por varios segundos enmudeció. -Te cuento una anécdota-, dijo.

-"Mi padre era de Paiján y tenía una chacra y allí esta una comunidad que se llama Chumpón -, empezó narrando su experiencia con mucha confianza y sonriente. -Vi muchos jóvenes que están estudiando, a veces los fines de semana se las pasan conversando en las esquinas, entonces me nació la inquietud y dije; ¿porqué no traigo a los jóvenes un día a mi casa y empezamos a conversar de diversos temas?- decía levantando sus manos como si de un discurso se tratase. Allí entendí que ésta sería una razón suficiente para reconocerlo como un emprendedor que promueve la ayuda social real y desinteresada hacia los más necesitados.

Apenas pasaron diez minutos y ya había desatado toda una historia de aventura social, recordaba y nombraba, -enseñé a profesores-, decía con sencillez y humildad, y es que era notoria su identidad con la gente de escasos recursos, -la plata no es todo-, expresó.

A veces, cuando cruzamos la raya de los cuarenta, creemos que la vida está terminada, que poco o nada podemos hacer para cambiar lo que hemos logrado y mucho menos tomamos en cuenta las oportunidades que nos da la vida para hacer nuestros sueños realidad.

De tal palo, tal astilla

Gastón es el último de diez hermanos, proveniente de un hogar –pobre-, como él mismo enfatiza, y de padres agricultores, -¡mi papá era un tipazo!, me decía con mucho orgullo. –Lo recuerdo por lo honesto y caballero que era, por eso la gente lo reconoce. Él trabajaba y ayudaba en su comunidad-, aclaró. Al instante, mi mente proyecto a mis padres, -yo también me siento orgulloso-, pensaba con profunda emoción, era como si me invitara a proyectarme sobre mi familia y lo agradecido que estaba con ellos.

-Muy bien Gastón, realmente aprendió mucho de su padre- indiqué. Una vez más, levanto la mirada y como si su padre estuviera presente me contó otra historia. -Recuerdo mucho que él (su padre) tenía trabajadores en la chacra y venían a cobrar los sábados en la noche, y a veces faltaba uno o dos, era tarde, como 9 ó 10 de la noche y nos decía que vayamos a buscar al trabajador para pagarle. Yo, como muchacho le decía, pero papá, ¿si no han venido es porque no necesitarán el dinero?; Sin embargo, mi padre tenía otro pensamiento, se dirigía a nosotros y nos exhortaba; ¿que tal si no ha venido porque está enfermo o le ha pasado algo?, así que vayan, lo buscan y le pagan-, concluyó.

Nada se pierde, todo se espera

Y como inquietud le pregunté -¿se considera tímido?-, sonrió. -Yo me calificaría introvertido desde mi adolescencia, pero por el trabajo, por las relaciones con los demás empecé a perder un poco esa característica-, aclaró. Su polo rojizo se mezclaba sobre su mirada seria y aspecto formal con lo que decía.

Para el año 1980, cuando el Perú se encontraba en una crisis social y terrorífica, el ingreso de un presidente joven y aprista llenó de esperanzas para quienes deseaban finalmente obtener la paz y desarrollo del país, Gastón fue uno de ellos; sin embargo, para fines de 1989 perdió toda confianza sobre su país, -pensaba, ¿qué será de mi al salir de la universidad?- mencionaba mientras sonrojado se lamentaba. Para él fue muy difícil reconocer que la única manera de sobresalir era irse al extranjero, pero buscó y encontró. Todo le empezó a ir mejor, cuando con un poco de esfuerzo trabajó para salir adelante en su propio país.

Ahora, cuando los años le dan la razón, reconoce que el ex presidente Alberto Fujimori levantó las esperanzas, confianza y desarrollo del país con sus principales proyectos que realizó durante su gobierno, -se equivocó en muchas áreas y por eso está pagando una condena; sin embargo, lo que ahora tenemos se lo debemos a su gestión-, mencionaba con temor a no equivocarse con sus palabras, quizá no quería que lo tildaran de fujimorista o simpatizante, sólo quería expresar su opinión y mostrar la realidad.

Amante de la gastronomía peruana, cada mes recorre los países de Argentina y Chile, compartiendo experiencias y asesorando grandes empresas a través de charlas, conferencias, entrevistas, entre otras actividades que forman parte de su vida profesional y laboral. –No sólo me dedico a mi hotel, también trabajo para otras empresas y por eso viajo a Chile y Argentina siempre-, aclaró.

La vida es sueño

A veces, cuando cruzamos la raya de los cuarenta, creemos que la vida está terminada, que poco o nada podemos hacer para cambiar lo que hemos logrado y mucho menos tomamos en cuenta las oportunidades que nos da la vida para hacer nuestros sueños realidad; sin embargo, Gastón, traspasa todo paradigma y se propone a fortalecer dos áreas, la personal y la familiar.

-En lo personal, lo que quiero es tener una empresa que pueda dar servicios a las pequeñas y medianas empresas, a través de la asesoría para el mejoramiento de sus funciones-, confesaba muy pausado, tratando de no olvidar ningún punto que rompa el hilo de su vida.

Ahora, cuando tratamos sobre la familia, pregunté si le es difícil lograr objetivos en esa área, suspiró repentinamente y bajó la tonalidad de su voz. "Sí, soy casado y separado hace cuatro años. Tengo dos niñas. En esta relación no me ha ido bien. Adoro a mis hijas y siempre las veo, creo que allí hay una brecha por cerrar. No busco pareja, porque me quita el sueño, prefiero andar solo. Ahora sólo deseo acercarme más a mis niñas, es lo único que quiero".

SERVICIO DE GESTIÓN AMBIENTAL DE TRUJILLO

SEGAT

Sembrando Bases para una Gestión Ambiental Sostenible

Municipalidad Provincial de Trujillo

Formando Maestros

Implementación de áreas verdes y del Proyecto "A Reciclar 2009" en 50 Instituciones Educativas

60 profesores de la Provincia de Trujillo reciben el "Diplomado en Gestión Ambiental aplicado a Instituciones Educativas".

Trabajando por el GRAN CAMBIO...!

2 mil árboles se cultivan cada mes

Participación en las Campañas Mundiales

Por un Trujillo ordenado, limpio, verde y saludable...

Av. Mansiche Nº 102 - Trujillo
www.segat.gob.pe
Fonoverde: 242724

CAMARA de COMERCIO de LA LIBERTAD

SYSTEM CERTIFICATION ISO 9001:2008 SGS

UKAS QUALITY MANAGEMENT

Procesos certificados:
Admisión de Asociados, Conciliación Extrajudicial, Ejecución de Actividades de Capacitación Empresarial y Regularización de los Protestos

Sede: Jr. Junín 454 Centro Histórico de Trujillo. Teléfonos: (044) 231114 - 607700

Entre villancicos y guirnaldas, las fiestas navideñas generan gran expectativa respecto al movimiento comercial, especialmente en tiempos como los actuales, cuando la crisis internacional y la incertidumbre amenazan con limitar el consumo de los distintos sectores o mercados de todo el mundo, pero en Trujillo la situación es bastante alentadora, viendo el tema desde la perspectiva de las compras navideñas.

Según la investigación de mercado que realizó María Soledad Rodríguez Castillo, alumna de Marketing de la Universidad Privada del Norte, para sustentar su tesis "Cambios de Comportamiento de compra de las familias trujillanas a raíz del Ingreso de los Hipermercados", de ser tradicional, la sociedad trujillana ha pasado a ser sumamente activa en el consumo de productos y servicios, involucrando estados emocionales en sus decisiones, pero sin perder la racionalidad que genera la compra impulsiva.

Este trabajo me llevó a entender mucho la sociedad trujillana y los factores que inciden en el proceso de decisión de compra en la misma.

De lo tradicional al consumo activo. Comportamientos de compra en la ciudad

¿En qué su dinero

En la actualidad, la sociedad trujillana se ha tornado más dinámica, mucho más ágil y más exigente, expuesta a una serie de productos y servicios que le generan pensamientos de compra racional y emocional. Todo esto a raíz del crecimiento sostenido que ha venido experimentando en los últimos dos años.

FACTORES QUE HAN AFECTADO LOS COMPORTAMIENTOS DE COMPRA EN OPINIÓN DE LOS TRUJILLANOS, POR N.S.E.

	NIVELES SOCIOECONOMICO		
	A/B	C	D
Ahora planifico mis compras	38,6	56,6	53,3
Salgo con mi familia a comprar	48,9	38,4	61,3
Compro en mayores cantidades por ofertas	45,9	32,1	42,7
Cada vez compro menos en bodegas	29,5	34,8	38,7
Compro en cualquier horario	27,3	24,5	42,7
Compro solo lo necesario	6,8	32,1	38,7
Compro más seguro	36,4	22,0	17,3
Consumo más comida rápida	30,7	20,8	20,0
Me endeudo con mayor facilidad	38,4	18,2	25,3

TOTAL MULTIPLE
BASE: Total de entrevistas (500)

Fuente: Estudio de Mercado, "Comportamiento de Compra de los Trujillanos" - Nov. 2008
Autora: Lic. María Soledad Rodríguez Castillo

Distribución de los ingresos familiares

Las familias trujillanas distribuyen su presupuesto de la siguiente manera: Alimentación, casa, transporte, educación, salud, vestido, ahorro y diversión. Justamente nos llama la atención que más del 59,0% de las familias trujillanas destinen entre el 5,0 y 10,0% de su presupuesto familiar a la "Diversión", priorizando este rubro respecto a otros como "Educación", donde sólo el 37,0% de las familias destina un 5,0% a la misma, o "Salud", donde el 42,0% de las familias le destinan el 10% del presupuesto. Diferente posición lidera la variable "Alimentación", donde más del 70,0% de las familias destinan entre el 20,0 y 40,0% del presupuesto.

El acceso al crédito

Hace cinco años atrás, el 46,5% de los trujillanos solo conocían el crédito a través de los bancos y financieras un 20,2%. Pero además existía el crédito informal y éste era bastante significativo. Casi el 15,0% de los trujillanos accedían al prestamista y un 18,5% recurrían a la familia. Si sumamos ambas cifras, veremos que más del 30,0% de las familias accedían a créditos informales.

Todo este comportamiento ha cambiado, a raíz de la llegada de los grandes almacenes, hipermercados y tiendas por departamentos, que hacia donde se ha trasladado este crédito. Además, ante las facilidades y ampliación de los bancos hacia otros segmentos de mercado, el acceso al crédito, ahora, es más fácil. Actualmente el 20,2% de los trujillanos tienen una tarjeta de crédito de diferentes bancos, el 24,6% tienen tarjeta de crédito de alguna tienda por departamentos o hipermercado, un 11,4% participa en panderos (podría considerarse como el crédito informal), y un 7,8% acceden a otro tipo de créditos. Hoy los trujillanos están más endeudados que antes, sin embargo este factor es crucial a portas de la campaña navideña para todos los negocios.

¿Dónde compran hoy?

El lugar preferido de los trujillanos para comprar era el Mercado Mayorista. Más de 45,0% de las familias visitaban dicho centro comercial para realizar sus compras, sobre todo de alimentos y con una frecuencia diaria y semanal. En cambio hoy, el 22,4% de los trujillanos tiende a realizar sus compras de alimentos, principalmente en Hipermercados Tottus, un 14,6% en Plaza vea, el 13,6% en Bodegas y un 13,2% en el Mercado Mayorista, estos cambios nos llevan a definir que la tendencia para esta temporada que enmarca la campaña navideña para los negocios estará orientada hacia este tipo de centros comerciales o grandes superficies.

¿A dónde debemos apuntar en esta campaña de fin de año?

"La única manera de reducir el riesgo percibido ante la decisión de compra, para el comprador, es recurrir a la información bajo diversas formas" (Tomado de "Dirección de Marketing" Jean Jackets Lambin, Edición 2009) Esto quiere decir que debemos recurrir a todas las fuentes de información sobre nuestros negocios, productos o servicios a fin de minimizar el riesgo de la falta de conocimiento de los mismos. Comunicación, es la clave, nadie nos comprará si no informamos la existencia de nuestros productos, servicios. Y nadie nos visitará si no informamos sobre nuestros negocios.

Empecemos a comunicar e informar a nuestros mercados, sobre lo que tenemos como oferta para ellos, entreguemos propuestas de valor sustentables y promovamos nuestros productos a través de muestras o degustaciones. Las condiciones están dadas ya que tenemos los factores que influyen en el comportamiento de compra del mercado, a favor nuestro. Creemos que si visualizamos esta tendencia de manera planificada tendremos resultados bastantes importantes de ventas y así lograremos pasar las cifras de campañas anteriores.

gastan los trujillanos?

Cambios en los comportamientos de compra

Como verán, estos son algunos de los factores evaluados y que han significado una influencia directa en los cambios de comportamientos de compra de los trujillanos. Tan es así que, más del 64,0% de las familias trujillanas consideran que sus "comportamientos de compra han cambiado". En el cuadro vemos cuáles han sido los factores que han incidido para que las familias trujillanas cambien su comportamiento de compra.

Es interesante ver cómo las familias del N.S.E. "C y D", ahora planifican sus compras, eso implica que estamos ante un cambio importante de planificación de compras en función del presupuesto con el que cuentan, haciendo la compra de productos, de ésta manera, más exigente y racional. Antiguamente la gente estaba pendiente de los horarios de las tiendas o supermercados existentes, hoy sus hábitos de compra los llevan a comprar en cualquier horario, si a esto agregamos la incursión de las cadenas de farmacias de 24 horas, entonces, estamos entrando en un proceso de cambio mucho mayor en el mediano plazo.

MBA. Mario Alvarado Rosillo
Director de la Carrera de Administración y Marketing
Universidad Privada del Norte
Laureate International Universities

El reto de las familias empresarias

¿cómo permanecer el en mercado?

José Antonio Ulloa Cueva
Consultor en Comunicación Corporativa
(desde Santiago de Chile)

La mayoría de empresas peruanas son familiares, negocios que se iniciaron en un pequeño espacio de la casa y en el que los padres, hermanos, tíos y sobrinos empezaron a luchar motivados por un sueño, el mismo que, cuando alcanzan sus primeros éxitos, parece quedarse en el olvido o -en el mejor de los casos- solo dormido… ¡Es momento de despertar!

En el panorama actual del mercado trujillano, muchas de nuestras empresas locales se han visto afectadas por el ingreso de poderosas transnacionales con una vasta experiencia y mayor capital. Sin embargo, estas también empezaron siendo negocios de familia que con el paso del tiempo se convirtieron en marcas globales y hoy atemorizan las plazas de Trujillo. Para entender mejor qué hacer ante este fenómeno, conversamos con Gonzalo Jiménez, director del Centro de Empresas Familiares de la Universidad Adolfo Ibáñez de Chile, uno de los centros de formación empresarial de mayor prestigio de Latinoamérica.

El consultor chileno considera que el punto de partida está en comprender la diferencia entre empresa familiar y familia empresaria: "La empresa familiar es justamente donde trabaja una familia que es la dueña, en la que sus miembros se ven a sí mismos como medios productivos de esa empresa. Pero en realidad la familia es mucho más que la empresa, por eso la familia empresaria se distingue de la empresa, es decir que sabe separar las relaciones como familia y como empresa. Eso implica ver la empresa como una colección temporal de activos que son usados para la creación de valores en un cierto momento del tiempo, y sin embargo se ve a sí misma como la permanente, como la que es capaz de continuar".

Las familias empresarias son capaces de continuar y permanecer en el mercado porque reconocen como valores ciertos recursos estratégicos. Su cercanía y casi familiaridad con los clientes les permite conocer los gustos, preferencias, tendencias y características en general del público local, entienden la lógica de su cultura y establecen sus propios procesos, tendiendo redes, relaciones y vínculos. Si estos recursos se quedan dentro de la familia y no se hacen extensivos ante los cambios del mercado, lo más probable es que termine siendo un legado familiar y no una empresa exitosa, perdiendo así toda relevancia y significancia.

Gonzalo Jiménez propone tres formas para prevalecer en el mercado de manera competitiva y no morir en el intento con las botas puestas: Si no puedes contra ellos, únete; compite de igual a igual, profesionalízate; y crece generando variantes, diversifícate.

UNIRSE

Implica generar alianzas con nuevos operadores, que no son capaces de adaptarse a los gustos locales, que no entienden las distinciones entre la gente de una región y otra, entre la gente de un país y otro. En ese sentido, las familias son depositarias de conocimiento y experiencia, que se convierten en valores importantes al momento de unirse a posibles aliados que vienen con capitales y recursos mayores.

PROFESIONALIZARSE

En el negocio base, las familias suelen trazarse desafíos con la finalidad de modernizar sus empresas. A menudo, esta etapa la orientan al producto, preocupadas en producir tanto, para vender tanto y ganar tanto. Profesionalizarse implica pasar del producto al proceso, es decir preocuparse por la eficacia y la eficiencia para obtener una máxima rentabilidad. Para ello es necesario orientarse y organizarse en función a la planificación estratégica, una proyección a futuro en la que se detecta dónde están las oportunidades y las amenazas.

DIVERSIFICARSE

Cuando el negocio base no está muy bueno, es conveniente pensar en diversificarse, pero no a costa del otro. Las capacidades y habilidades adquiridas por la familia son muy importantes, y es lo mejor que se podría derivar de un negocio a otro. La diversificación debe hacerse en función de la variedad, la marca, la calidad y el conocimiento.

EJEMPLOS A SEGUIR: CASOS EXITOSOS DE FAMILIAS EMPRESARIAS EN CHILE

Se estima que el 90% de las empresas chilenas son familiares. Aquí algunos ejemplos para no borrarse del mercado.

GRUPO VON APPEN

El patriarca de la familia, Alberto Von Appen, funda Ultramar Agencia Marítima en 1952 con un capital de 2 mil dólares traídos de Alemania. Tras su muerte, los dos hijos asumen las empresas e inician un sistema de sucesión con continuidad y buena estructura de mando que le ha dado un enorme valor corporativo. Hoy el patrimonio familiar es uno de los más importantes de Chile y la familia ha diversificado sus negocios a los sectores transporte, petrolero e inmobiliario.

GRUPO SOLARI

Su origen se remonta a 1889, cuando Salvatore Falabella abrió la primera gran sastrería de Chile. Luego se incorporó a la empresa Alberto Solari, cuya descendencia pasó posteriormente a dominar la dirección de la compañía. Conforme la empresa iba creciendo, las nuevas generaciones se profesionalizaron a partir de sus experiencias y capacidades, lo que les han permitido ser reconocidos en todo del mundo. Actualmente es la tienda por departamentos más importante de Sudamérica y han incursionado en el sector financiero, sanitario y turismo, entre otros.

GRUPO LUKSIC

Fundado por Andrónico Luksic Abaroa a comienzos de la década de 1950 en la ciudad de Antofagasta, en el norte de Chile. Se inician en la industria de la minería, principalmente con cobre. Su capacidad de aliarse estratégicamente para aprovechar las oportunidades de crecimiento en sectores clave de la economía chilena, le permitió insertarse en otros negocios como la banca, telecomunicaciones, construcción, minería, transporte y sanitario. Es uno de los 70 grupos económicos más poderosos del mundo, el sexto en Latinoamérica y el más poderoso en Chile.

Gonzalo Jiménez

- Director del Centro de Empresas Familiares de la Universidad Adolfo Ibáñez.
- Economista y Master en Finanzas de la Universidad de Chile.
- MBA Ecole des Ponts et Chaussées. Francia.
- Luksic Scholar en el David Rockefeller Center de Harvard University.
- Profesor titular de la cátedra de Estrategia Corporativa de la Universidad Adolfo Ibáñez en los diversos programas de MBA.
- Director Ejecutivo de Proteus Management Consulting.

Lenny Carbonel Namay
Periodista - Cámara de Comercio

Ése soy yo. Y lamento mucho este tipo de situaciones, que son fruto de haber puesto, al frente de algunos negocios a personas totalmente incompetentes que no entienden que cuando un cliente los llama, por el motivo que sea inclusive si es por una queja, es una oportunidad de fidelizarlo para siempre.

Aunque el producto es bueno y delicioso, no vuelvo a comprarlo ni una sola vez más, ya que el trato no pudo ser peor, una total desatención al cliente. Hice un pedido telefónico a RicaTeleTorta, hora y media después llamé y quien me atendió colmó mi paciencia con su total indeferencia; entonces, le pedí que me comunicara con su jefe o el encargado de turno y me dijo que ninguno se encontraba. Por último le solicité su nombre y el anexo de gerencia para quejarme... y adivinen que, sí me los dio; eran falsos.

PD: Mi hija nunca apagó sus velitas, porque se quedó dormida de tanto esperar.

Llamado de emergencia: ¡CUIDADO! cliente insatisfecho

Desde emprendedores, pequeños y medianos empresarios, hasta los grandes administradores de compañías, todos debemos participar del juego de la seducción para fidelizar al actual cliente y así continúe consumiendo nuestros productos y servicios; él, se convertirá en la mejor publicidad que podamos tener, recomendándonos a otros potenciales. La impecable y considerada atención al cliente es parte de la "Ética Empresarial". El éxito o fracaso de la empresa depende en un por ciento elevado de la "total satisfacción de su clientela".

Hablan demasiado y frustran el negocio

Un cliente satisfecho conversa con más o menos 200 personas. Desde el punto de vista mercadológico ese cliente es nuestra mejor promoción a un bajo costo. Esto significa que la inversión metálica o de tiempo, dedicada al cliente, es más que justificada contablemente.

Un cliente molesto o no satisfecho habla con la misma cantidad de personas y se convierte en anti-promoción creando un efecto de dominó, el cual deteriora no sólo la imagen y reputación de la empresa sino también sus ingresos. Sin lugar a dudas, esta situación puede incidir significativamente en la desaparición de la entidad empresarial, especialmente en las pequeñas y medianas empresas.

Según estadísticas presentadas en una de las ponencias más concurridas del 20 Encuentro Empresarial del Norte, organizado en setiembre último por la Cámara de Comercio de La Libertad; la poca importancia a la atención al cliente puede constituir uno de los puntos débiles de las pequeñas y medianas empresas norteñas del Perú. Arnaldo Aguirre Aguirre, representante de la prestigiosa consultora Arellano Marketing de Lima, en la conferencia denominada "El consumo y nuevo estilo de vida en las principales ciudades del país"; concluyó junto a los panelistas, que un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderoso como los descuentos.

> "Los empleados tratarán a los clientes exactamente de la misma forma en que la empresa los trata a ellos".

Ellos tienen el poder

Todo lo anterior se afianza en el reciente "Estudio de Opinión sobre Atención al Cliente realizado en la provincia de Trujillo", por la consultora Clientes Anónimos que trabaja con el apoyo del Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Con un nivel de confianza del 95%, las encuestas realizadas arrojaron resultados inéditos. Entre ellos, que el 45% de los trujillanos ha tenido algún problema con el servicio de una tienda, restaurante o negocio en general; cifra alarmante, tomando en cuenta el crecimiento comercial de nuestra ciudad.
En este marco, frente a una experiencia de maltratado, los encuestados resolvieron que las probabilidades de retorno serían de un 3%, mientras que un 64% no regresaría jamás.

Más adelante, el revelador estudio pone en tela de juicio la plena confianza de los trujillanos en las empresas originarias de su provincia frente a las grandes cadenas nacionales que han invertido magnos capitales en nuestra ciudad. Frente a tal dilema, el 49% de los consultados considera que tal vez los negocios trujillanos pueden competir con empresas de gran magnitud; el 29% confía plenamente en la producción regional mientras que un 22%, no.

Del grupo que contestó positivamente, consideraron como aspectos competitivos de los negocios trujillanos a la variedad de marcas, con un 13%; al precio, con un 16%; a la calidad con un 17% y a la atención al cliente con un 22%. Lo que demuestra un alto reconocimiento por parte de los ciudadanos, de la calidad de servicio como punto fuerte de las empresas, que en algunos casos es ignorado.

Así pues un 59%, resuelve mejorar este aspecto en las compañías de la provincia ya que el 96% de trujillanos considera al servicio al cliente como un factor de influencia importante o muy importante a la hora de decidir entre un local y otro, a la hora de comprar.

Su majestad, el cliente

Todos quieren clientes leales. Muy pocos los tienen y para lograrlo no bastan unas sonrisas y un letrero que diga "gracias, vuelva pronto". La generación de lealtad exige un compromiso que llega hasta los huesos de la organización.

Construir una empresa orientada hacia el cliente, exige instaurar una "cultura de la satisfacción". A lo sumo, una estrategia de atención al cliente basada en las "sonrisitas" solo tiene un impacto de corto plazo. Creer que así pueden obtenerse clientes fieles es un insulto a la inteligencia del mercado.

Por lo tanto, para cumplir el objetivo de la planificación y organización de la atención al cliente, que es lograr la satisfacción de sus expectativas, es necesario cuidar cada momento de interacción en el ciclo del servicio.

Según Francisco Villalobos, fundador de Clientes Anónimos, todas las personas que entran en contacto con el cliente proyectan actitudes que afectan a éste, como el representante de ventas al llamarle por teléfono, la recepcionista en la puerta o como el servicio técnico al llamar para instalar un nuevo equipo o servicio.

"Consciente o inconscientemente, el comprador siempre está evaluando la forma como la empresa hace negocios, cómo trata a los otros clientes y cómo esperaría que lo trataran a él", acota.

Así pues el personal debe cumplir reglas generales de cortesía a la hora de manejar las preguntas, resolver los problemas y ofrecer o ampliar información al cliente de manera directa.Del mismo modo, los expertos recomiendan tener en cuenta los siguientes aspectos en cualquier soporte a distancia. El primer elemento a tener en consideración, por una empresa de servicios, es la de poner a disposición de sus clientes todos los medios posibles para ponerse en contacto. Es importante por ejemplo, disponer de varias líneas de atención telefónica para evitar líneas colapsadas, direcciones de correo electrónico, comunicación vía web, números de fax, etc.

Si el cliente se pone en contacto con nosotros vía electrónica es necesario que reciba una respuesta de confirmación de la recepción lo antes posible. Esta confirmación podrá ser automática o estandarizada pero deberá transmitir al cliente la sensación de que no es una máquina la que contesta. Para ello es bueno que se le conteste de forma personalizada ("Estimado Sr. López", por ejemplo) o bien que se le aporte información, como un número de aviso, una descripción del proceso a seguir, la indicación de los plazos de tiempo que manejamos o la puesta a disposición del cliente de un número de teléfono por si hay una demora excesiva en la resolución.

Si el servicio demandado por el cliente puede resolverse vía remota deberemos hacerlo siguiendo los tiempos de atención marcados, comunicando siempre al cliente cualquier retraso previsto, si lo hay, así como simplemente la ejecución satisfactoria de la demanda y el cierre del aviso.

Para solicitudes recibidas por teléfono o que en una parte del proceso requieran de contacto telefónico debemos recordar que el cliente está esperando un trato cordial y personalizado pero también una respuesta rápida y adecuada a sus necesidades. Para ello es importante que quien realice esta tarea esté suficientemente preparado para saber escuchar y saber preguntar.

En resumidas cuentas, hemos de recordar siempre que sea cual sea el modo en que se produzca la comunicación entre cliente y empresa lo importante es que el primero sienta que su problema es recogido y que hay un interés por darle solución. El cliente admite que el personal sigue procesos de trabajo más o menos estandarizados, pero lo que difícilmente admitirá la falta de información y la incertidumbre.

El secreto

Según la American Management Association, organización que provee desarrollo gerencial de amplio rango en servicios educativos para compañías y oficinas de gobierno en todo el mundo. La única forma de crear las condiciones para una lealtad sostenible, exige una transformación cultural en todas las áreas de la empresa, con especial énfasis en las políticas de capital humano.

Las empresas preocupadas por los clientes, nunca pierden de vista la expresión: "Los empleados tratarán a los clientes exactamente de la misma forma en que la empresa los trata a ellos".

Al lector, le parecerá increíble, pero la gran mayoría de gerentes ignoran que el buen servicio al cliente depende de ellos. Si se trata al personal con respeto y dignidad, el personal recicla el trato que recibe. Por otro lado, si su gente sabe que a usted le apasiona el buen servicio al cliente, harán lo que esté a su alcance para actuar según sus expectativas. Lo contrario también es cierto. Por eso es de capital importancia saber el nivel de motivación de nuestro personal ya que esto puede tener resultados casi mágicos en los estados financieros de las empresas.

Los empleados contentos tratan mejor a los consumidores, creando así, clientes leales.

Imperativo ineludible para toda empresa

Juan Carlos Alcaide, consultor español de grandes firmas transnacionales, especializado en Marketing de Servicios, Servicio al cliente y Fidelización; indica en su libro "Alta Fidelidad" que la atención al cliente es un verdadero reto para toda empresa que no desee verse desplazada por una competencia más agresiva y por unos clientes que son cada día más conscientes del poder de elección que tienen, más sofisticados en sus necesidades y expectativas y mucho más exigentes de como lo fueron pocos años atrás.

Por lo tanto, mejorar continuamente la atención al cliente como medio para lograr su fidelización no es un asunto de querer o no querer, de hacer algo esporádicamente para "agradar" a los clientes... se trata, en realidad de un imperativo ineludible para toda empresa, grande o pequeña, que pretenda seguir progresando y avanzando en los mercados altamente competitivos de hoy en día.

Y esto es así por una sencilla razón. La competitividad de las empresas depende hoy en día de su capacidad para captar y FIDELIZAR una base de clientes, consumidores o usuarios suficientemente amplia como para generar los recursos que le van a permitir cubrir sus costes e invertir en su propio desarrollo y progreso, y en el de todos aquellos que forman parte de ellas.
Si los clientes desaparecen... ¡adiós empresa!

EMPRESAS

01. Expertos internacionales visitaron DANPER

Gran admiración se llevaron los visitantes expertos en el cultivo del espárrago procedentes de los países de Inglaterra, Japón y Francia, al conocer los altos estándares de calidad con los que trabaja DANPER Trujillo empresa agroindustrial que recibió a una delegación de participantes en el XII Symposium Internacional del Espárrago, quienes visitaron las instalaciones de la planta envasadora y posteriormente hicieron una visita al campo de cultivo en el fundo Compositán.

También apreciaron el trabajo que se realiza en las diferentes etapas de crecimiento del espárrago. Al finalizar el recorrido, los especialistas resaltaron que los países más desarrollados tienen mucho que aprender del Perú, razón por la que los profesionales de son consultados de manera continua, especialmente en relación al cuidado fenológico, el uso del recurso hídrico y el aspecto de nutrición de la planta, que pese a crecer en pleno desierto es parte de todo un sistema agrícola de alta productividad y calidad.

02. MARSA obtiene la certificación ISO 9001:2008

Minera Aurífera Retamas S.A. (MARSA) obtuvo recientemente la Certificación de la Norma Internacional ISO 9001:2008, para el Sistema de Gestión de Calidad de su laboratorio químico de la Unidad Minera San Andrés, ubicado en el distrito de Parcoy, provincia de Pataz.

Con esta importante certificación emitida por la consultora internacional SGS, MARSA demuestra que su laboratorio químico está capacitado para la realización de los análisis físicos –químicos de muestras de minerales, soluciones cianuradas y aguas, cumpliendo los estándares internacionales de calidad. "Este resultado no solo nos coloca al nivel de las empresas modernas, sino también esta certificación nos impone el comportamiento de mantener, en el tiempo, los estándares a través de la mejora continua de nuestros procesos", sostuvo el gerente general adjunto de la empresa minera, y Juan Gonzáles Vigil Flores.

03. A bordo de ambulancias

Misión Médica, empresa de emergencias, cumplió 6 años ofreciendo servicios de calidad a sus clientes. Con su cede en Lima, han desarrollado desde hace 18 meses una sucursal en la ciudad de Trujillo, a través de sus servicios diarios en las atenciones pre-hospitalarias a bordo de modernas ambulancias.

Durante este tiempo, Misión Médica ha experimentado múltiples retos, desde ser la primera ambulancia con flota moderna y de vanguardia, hasta obtener una certificación internacional de calidad en el alcance de "Atención de emergencias pre-hospitalarias a bordo de ambulancias", comprometiéndose a mantener los estándares internacionales para el beneficio de la comunidad.

04. MICROSOFT invierte cerca de US$ 500,000 en Trujillo

Microsoft Perú descentraliza sus operaciones y refuerza su apuesta por el desarrollo regional, siendo Trujillo la primera ciudad en donde operará a través de más de 7 socios de negocios locales. Chiclayo, Piura y Arequipa son las próximas ciudades en las que Microsoft Perú reforzara operaciones. Su ingreso coincide con el reciente lanzamiento del sistema operativo Windows 7, que ya está disponible a través de los socios locales.

Con una inversión cercana a los US$ 500,000, Microsoft realiza así su promesa de salir de Lima e iniciar una agresiva estrategia de marketing que está orientada a duplicar el negocio de provincias en un primer año, incluyendo Trujillo, "hoy tenemos un plan específico de inversiones en provincias, para cuya ejecución la compañía ha abierto una nueva posición que lidere esta iniciativa. Empezaremos a fomentar el crecimiento de un ecosistema de negocios potente en Trujillo", indicó Rony Goldenstein, gerente de Desarrollo Regiones de Microsoft Perú.

REGIÓN LA LIBERTAD

¡PROMESA CUMPLIDA!

CHOCOPE

ASCOPE

TRUJILLO

HUANCHACO

PLANIFICAMOS

INAUGURAMOS

Subgerencia de Comunicaciones y RRPP

Más desarrollo, más seguridad.

El Perú y la Región

AVANZAN