

CONSTRUYENDO UN PERÚ MEJOR

Empresario

16 EDICIÓN - AÑO 2020

DIRECTOR: CARLOS ORBEGOSO VIERA

Democracia sin corrupción

MEDIDAS PARA SALIR DE LA CRISIS

Sociedad Nacional de Industrias(SNI) propone la reactivación de la inversión y la demanda interna para frenar la caída del empleo, en un ambiente de paz y tranquilidad. En medio de la pandemia, por el coronavirus, los peruanos debemos unir esfuerzos para salir de la crisis política, económica y sanitaria, y sentar las bases para construir un Perú mejor.

Un Perú sin violencia, sin corrupción. Un Perú más justo y solidario. ¡Es hora de trabajar juntos!



LIDERAZGO

¿Soy un buen líder?

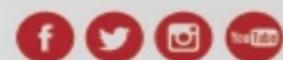
ECONOMÍA DIGITAL

La hora del micro influencer

OPINIÓN

Perú, ¿hacia dónde vamos?

¡POR UN PERÚ MÁS HUMANO!



UAN
UNIVERSIDAD
ANTONIO NARIÑO
COLOMBIA

DSU
DIXIE STATE UNIVERSITY
EE.UU.

ULADECH
CATÓLICA



UANL
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
MÉXICO



UNIVERSIDADE FEDERAL
DO RIO DE JANEIRO
BRASIL

ESTUDIA EN EL EXTRANJERO

JG "JOSE GALVEZ"
ESCUELA DE CONDUCTORES

39 AÑOS Formando Conductores



Central Telefónica
717-5050



LIMA

AV. GUZMAN BLANCO 150 T. 717-5050 / 717-5051 / 717-5052

S.M.P.

AV. TOMAS VALLE 385 - 387 T. 717-9718 / Entel: 980 744 947

LICENCIAS NUEVAS A1

S.J.M.

AV. SAN JUAN 1095 Of. 206 T. 717-9716 / 717 9717

S.BORJA

AV. AVIACIÓN 2468 Of. 301
T. 717-9714 / 717-9715 / 224-9470

Ventas Redes Sociales
WHATSAPP

932 390 411

EDITORIAL

GOBIERNO EVALÚA REDUCIR A CERO INFORMALIDAD COMERCIAL

¡Una buena noticia! El Gobierno evalúa reducir a cero la informalidad comercial en el Perú.

Es en atención a un oficio enviado por el ciudadano peruano, Edgar Moreno Reyes, dicho documento es analizado por los técnicos del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF).

La propuesta de Moreno Reyes tiene como objetivo fundamental reducir a cero la informalidad comercial, teniendo en cuenta que el 80% de los peruanos no contribuye o no paga el Impuesto General a las Ventas (IGV), ni por las compras ni por los servicios múltiples que solicita y paga. “Si compras pañales para el recién nacido, pide factura a su nombre. Con dichos recursos se crearán tres fondos: de salud, educación y de jubilación. Por tal motivo, todos pagaremos con agrado el 18% del IGV, porque el Estado nos devolverá el 16% del IGV para incrementar y usar nuestros fondos hasta el final de nuestros días”, explica en tono didáctico Moreno Reyes, de 76 años de edad.

Se precisa que al fallecer el beneficiario, los saldos de cada uno de los fondos no son heredables, sino que revierten a favor del Estado. “Con los fondos devueltos al Estado, se creará uno denominado Fondo de Inversión Pública, que financiará la construcción de complejos multiusos, tales como: centros deportivos, bibliotecas, comedores, entre otros, a nivel nacional”.

Los fondos serán manejados por los bancos, que estarán interconectados con la SUNAT, institución que se encargará de establecer los controles y seguimiento de dichos fines. Los fondos no son de libre disponibilidad, se manejan exclusivamente vía transferencias interbancarias entre los bancos y las empresas contratadas que deberán ser clínicas, hospitales, colegios, institutos y universidades.

Según Moreno Reyes, “al facturar todo. Las utilidades de las empresas aumentan. Por lo tanto, el Impuesto a la Renta se incrementa considerablemente muy importante para el fisco”.

Por espacio de una hora, Moreno Reyes expuso detalladamente –a los técnicos del MEF- su iniciativa orientada a reducir a cero la informalidad, poniendo mucho énfasis en la propuesta para que el Estado devuelva el 16% del IGV a los contribuyentes para la creación de tres fondos personalizados y, desde el nacimiento. “Las propuestas son interesantes y serán evaluadas”, dijeron los técnicos del MEF.

El Comité Editorial de la Revista “Empresario” saluda la voluntad política del actual Gobierno para reducir la informalidad, cuyos mayores ingresos fiscales permitirán crear más fuentes de empleo, así como mejorar sustancialmente la salud, educación y la jubilación de millones de compatriotas. De esta manera, todos los peruanos estaremos construyendo un Perú mejor.

DIRECTORIO

DIRECTOR GENERAL

Carlos Orbegoso Viera.

CONSEJO EDITORIAL

Manuel Sánchez-Palacios Paiva, Juan Arturo Corrales, Marco Alocén Barrera, José Luis Ayala, Gerardo Torres Córdor, Óscar Bravo Villarán, Carmen Pilco Aliaga, Julio Vidal Rivadeneyra, Néstor Becerra, Alberto Aquino, Edgar Carbajal Bourget, Roberto Valdivia Calle, Julio Ramírez

Diseño y Diagramación

Juan Villalobos Piscocoya

Publicidad

Leonila Cruzado Ramírez.

Fotografía

José Hidalgo Panta.

E-mail: revistaempresario@hotmail.com

<http://www.revistaempresario.org>

Las opiniones en sus páginas son las de sus autores.
Registro de Derecho de Autor N° 176.

Jr. Pastaza 1333, Breña, Teléfono: 331 1891

Cel. 993 132 945

Hecho el Depósito Legal 2004-0392 - Ley N° 26905.



**CARLOS
ORBEGOSO VIERA**

DIRECTOR - FUNDADOR

SNI ADVIERTE:

CALZADO CHINO GOLPEA INDUSTRIA NACIONAL

Más de 7 mil micro y pequeñas empresas (Mypes) nacionales son afectadas por la importación de 13,4 millones de pares de calzado a menos de US\$ 5 el par, confirmándose el ingreso al mercado peruano de productos, en su mayoría, subvaluados que desplazan a la producción nacional, lo que hace indispensable fortalecer la inspección de las autoridades aduaneras a fin de promover una competencia justa entre fabricantes nacionales y extranjeros, que evite la competencia desleal y la destrucción de empleos formales; según el análisis realizado por el Instituto de Estudios Económicos y Sociales de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI).

El estudio explica que de enero a setiembre de este año, las importaciones de calzado a menos de US\$ 5 se dieron desde 25 países del mundo, destacando el calzado proveniente de Brasil, Malasia, Indonesia y China. Resaltó que este último país registra envíos al Perú por 8,9 millones de pares con precios menores a US\$ 5, cifra, lo que significó un crecimiento de 11,5% respecto al año pasado y que representó el 66,8% del volumen total importado de calzado a bajo precio.

Cabe precisar que la masiva importación de calzado de China a menos de 5 US\$ el par, se concentró principalmente en zapatillas (26,7%), calzado casual (23,7%), sandalias (18,1%), y pantuflas (11,5%), lo que implica una reducción de la actividad productiva que impacta en el



tejido empresarial de la industria peruana de calzado, conformada por 7 mil 167 empresas formales, en su mayoría micros (97,3%) y pequeñas empresa (2,5%).

Asimismo, el IEES sostuvo que el perjuicio de la importación de calzado al mercado nacional, se encuentra estrechamente relacionado al retroceso de la producción en el Perú, pues en los primeros ocho meses de este año, la producción nacional del calzado se redujo 26,7%, mientras que en el 2018 cayó 29,1%.

Ante ello, el área técnica de la SNI propuso reforzar el control de Aduanas con respecto al calzado que ingresa a nuestro país; ello, con el objetivo de combatir la competencia desleal que perjudica a la industria formal y ocasiona la pérdida de miles de puestos de trabajo.

El IEES consideró que fortalecer la industria peruana de calzado y generar mayor empleo, demanda apoyar la mejora de sus competencias técnicas, impulsar su innovación, dotarlas de tecnología moderna, promover un parque industrial que les permita desarrollar un polo competitivo del sector y aumentar su baja productividad.

“Indecopi impuso medidas antidumping hace algunos años y los ratificó en el 2017 por un plazo de cinco años, pues determinaron que existe la probabilidad de continuación del dumping, afectando a la producción nacional. Sin embargo, las disposiciones no han tenido la efectividad deseada, pues no existe una norma legal que sancione la elusión del pago de derechos y, además, la autoridad aduanera inspecciona solo una mínima proporción de lo que se importa”, finalizó el IEES.

GOBIERNO DEBERÍA EVALUAR LA PROPUESTA DE REDUCIR A CERO LA INFORMALIDAD COMERCIAL

- » EL 18 % DE IGV. PARA LAS PERSONAS NATURALES ES COSTO. PARA LAS EMPRESAS FORMALES, EL 100 % ES CREDITO FISCAL.
- » LA PROPUESTA CONSISTE EN "DEVOLVER" A LAS PERSONAS NATURALES EL 16 % QUE EQUIVALE AL 89 % DEL IGV PAGADO.
- » EL TOTAL DE LA DEVOLUCIÓN SE DESTINA EXCLUSIVAMENTE PARA LA CREACIÓN DE TRES FONDOS TOTALMENTE PERSONALIZADOS, :
- » SALUD - EDUCACIÓN - JUBILACIÓN.

GENIAL IDEA... La propuesta del C.P.C, don Edgar Moreno Reyes puesta en ejecución, soluciona las dificultades económico/sociales de la población en general, muy en particular de los menos pudientes. Los problemas de salud, educación y vejez son actualmente críticos, de difícil solución.

La propuesta, es decir el trabajo elaborado por el señor Edgar Moreno, puede ser la solución, alivio para el gobierno, a partir del mediano plazo.

La evasión tributaria, la informalidad generalizada bordea el 80 %, las compras de productos y los servicios informales no pagan el impuesto general a las ventas (18%). El IGV que pagamos las personas naturales es costo, no existe crédito fiscal como sucede con las Empresas . El señor

Moreno propone que del 18 % se "Devuelva" al contribuyente el 16 %, mejor dicho, el 89 % del IGV pagado.

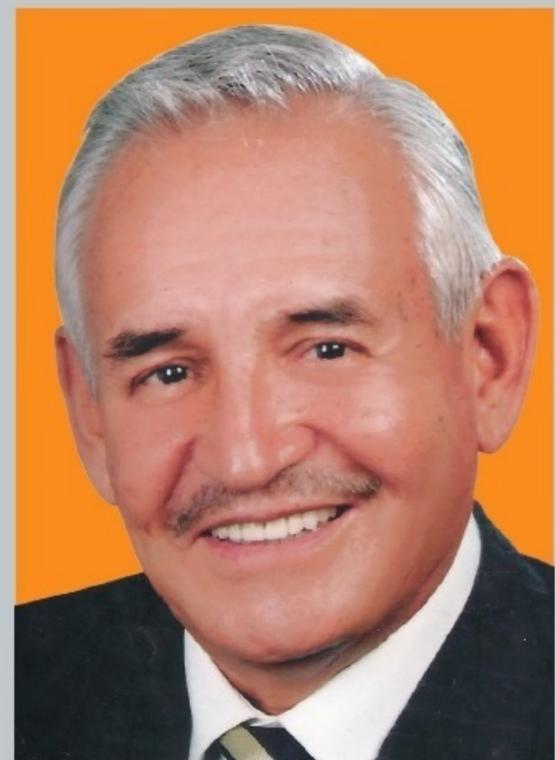
Ejemplo : Juan Pérez compra un artefacto cuyo precio es S/ 848.= + 18 % IGV. 153 =, paga en total S/ 1,001.= Luego, el Estado le devuelve el 89% del IGV pagado, es decir S/ 136.=, con este importe se crean tres fondos, que son distribuidos como sigue:

- 50 % para el Fondo de salud S/ 68.00
 - 30 % para el Fondo de Educación S/ 41.00
 - 20 % para el fondo de Jubilación S/ 27.00
- Totales 100 % S/ 136.00

Juan Pérez, en el banco de su preferencia solicita la apertura de sus tres cuentas (Fondos). La SUNAT transfiere los fondos al banco. Éstos fondos NO SON de libre disposición, se manejan vía transferencias entre la SUNAT, bancos y las entidades prestadoras de los servicios de salud, educación y otros.

El contribuyente paga con gusto el IGV. Un detalle, éstos fondos nacen con la persona, los padres al comprar por ejemplo, pañales, leche, etc., para el recién nacido, piden la factura a nombre del niño o niña a quién deben de gestionar su DNI al nacer.

Todos ganamos, gana el Contribuyente, gana el Estado. Con la facturación



CPC Edgar Moreno Reyes

del 100 % de las compras y prestación de servicios, la recaudación del IGV y del Impuesto a la Renta crece de forma exponencial.

Absolutamente todos, desde el nacimiento tendremos nuestros recursos básicos garantizados.

Con esta idea genial mágica, desaparece la evasión tributaria y la informalidad. Todas las operaciones comerciales estarían conectadas con la SUNAT.

Este trabajo está registrado en Indecopi. Para su evaluación y análisis, una copia fue entregada en mesa de partes de Palacio de Gobierno en agosto del 2016, expediente N° 016-012831-HCGG.

El texto completo de este trabajo se publicó en la edición 15 de la revista Empresario.

¿DÓNDE ESTÁN LAS COMPRAS POR COVID-19?

GOBIERNO DESTINÓ 447 MILLONES DE SOLES.

Mediante el Decreto de Urgencia N° 028-2020-PCM, de fecha 19 de Marzo de 2020, se dictaron medidas extraordinarias en materia económica y financiera para la adquisición de pruebas de diagnósticos para la prevención y control del COVID – 19, en cuyo numeral 2.1 del Art. 2 autoriza a PERÚ COMPRAS, de manera excepcional, durante el Año Fiscal 2020, efectuar contrataciones de bienes y servicios para la obtención, transporte y procesamiento de muestra para el diagnóstico de COVID – 19, a requerimiento y a favor del Instituto Nacional de Salud.

Es importante destacar que el Gobierno destino S/. 447 Millones de Soles para las compras de Emergencia COVID - 19, promulgándose una serie de Normas Legales por la PCM, Ministerios, Superintendencia y Congreso de la República entre el 11 de marzo y 27 de abril del presente año. Las adquisiciones efectuadas por las Unidades Ejecutoras de las Entidades Públicas, fueron las siguientes:

1. Compras de Mascarillas, Alcohol en Gel, guantes, (Contraloría).
2. Compras de Ambulancias, mascarillas de Protección N 95, ventiladores mecánicos, balones de oxígeno (Hospital de Huaycan), guantes, pruebas de diagnóstico, equipos en las Regiones: Piura, Apurímac, Huánuco, Lima (MINSa).
3. Compras de camas de hospitalización y Camas para la Unidad de Cuidados Intensivos (MINSa / ESSALUD).

4. Compra de Ranchos fríos, mascarillas de protección (PNP).

5. Compras de Pruebas Moleculares, encargo del Instituto Nacional de Salud (Perú-Compras).

6. Compras de 840 Tablet, Servicios de Internet Móvil para alumnos de Primaria y Secundaria, kits: Jabón de Tocador líquido o en Barra (MINEDU).

7. Entre otros.

La Central de Compras - Perú Compras, debió aplicar las Compras Corporativas establecidas en el Art. 7° de la LCE, en la que señala que varias entidades del Estado pueden consolidar la contratación de bienes y servicios para satisfacer sus necesidades comunes, mediante un procedimiento de selección único, a fin de alcanzar condiciones más ventajosas para el Estado, conforme a lo establecido en el RLCE. Asimismo las Entidades a través de las Unidades Ejecutoras, debieron participar de las compras corporativas obligatorias a cargo de la Central de Compras - Perú



Dr. Adm. Marco Alocén Barrera
Past - Director Nacional de
Abastecimiento del Ex - INAP

Compras, conforme a las disposiciones establecidas por esta Entidad, según el Texto Modificado por el Art. 2° del Decreto Legislativo N° 1444, debidamente concordado por la LCE: Art. 27°. 3. RLCE Art. 52°, Literal f, 68.3, 103 y 152 Literal a) y 9na y 19na Disposición Complementaria Final y 5ta. Disposición Complementaria Transitoria, aprovechando el uso de las tecnologías de la información y la Economía de Escala, ejerciendo competencia A Nivel Nacional; evitándose el desorden, incompetencias, concertación de voluntades, sobre precios, etc.

Uno de los objetivos fundamentales de todo gobierno debe ser la renovación profunda de los valores morales en la Administración Pública, con mayor razón en estado de emergencia.

EL AMOR ES AL BRANDING LO QUE LA PUBLICIDAD AL SEXO

Tiempo de lectura: 3 minutos ¿Qué diferencia existe entre branding y publicidad? ¿Qué relación hay entre ellos, el amor de una pareja y una noche de sexo en una fiesta?

Escribe: Carlos Puig Falcó, CEO en Branward.



¿Por qué lo llaman amor cuando quieren decir sexo?

He tomado prestado el título de esta divertida comedia, del director Manuel Gómez Pereira, para aportar mi visión acerca de la eterna discusión entre marketing, branding y publicidad.

Mucho se ha escrito ya sobre el tema, pero en nuestro país todavía parece no estar suficientemente claro cuál es el alcance de cada una. Tal vez pensemos que todos sabemos lo que es el marketing o la publicidad, pero cuando además añadimos el branding entonces la cosa se complica.

Me gustaría insistir en que marketing viene de mercado y no de marca, porque a menudo todavía hay quien se confunde. Lógicamente se basa en la orientación al mercado de un negocio. Obedece a ofrecer productos/servicios que satisfacen una demanda. Dejando esto claro, ya podemos hablar de branding y publicidad.

El branding implica definir el quién, qué, cómo y dónde de una marca. Sus atributos, sus valores y su promesa diferencial sobre la que debe girar cualquier estrategia. Representa un enfoque sobre un modo determinado de abordar la

gestión de las marcas, desde su vertiente más estratégica y creativa.

La publicidad dará a conocer esas razones al público, se inspirará en ellas y tratará de emitir un mensaje notorio, memorable y seductor de acuerdo a los valores de la marca.

Cuando branding y publicidad convergen los resultados son evidentes.

¿Por qué el amor es al branding lo que la publicidad al sexo? Porque pueden convivir pero cada uno desempeña un rol diferente.

Igual que el amor, el branding erige relaciones a largo plazo. Permite definir y potenciar atributos, valores y diferencias, es un generador de confianza, establece las bases para que exista un diálogo relevante entre las dos partes. Sin duda, tiene un elevado componente estratégico que está en la misma base de la construcción de una marca. Igual que se consolida la unión de una familia, el branding consigue generar sentido de pertenencia.

En el caso de la publicidad me atrevo a decir que igual que el sexo, persigue resultados inmediatos (excepto determinadas campañas corporativas). En ella se permite cualquier estrategia para aumentar rápidamente las ventas, del mismo modo que lo haría cualquiera que busque el premio del sexo en una noche de fiesta.

No tiene sentido generar ningún enfrentamiento entre ellas, ambas son necesarias y complementarias.

Tengamos claro que en la construcción de una marca sólida, estrategia de negocio y estrategia de marca deben estar alineadas. Lógicamente, la buena publicidad converge con la estrategia de marca. De modo que no tiene sentido generar ningún enfrentamiento entre ellas, ambas son necesarias y complementarias. Pero es preciso tener claro cuál es el objetivo para identificar si es momento para el amor o para el sexo.



10

RITUALES DEL NEUROVENDEDOR EXITOSO

1

Visualiza tu éxito

Tu éxito en las ventas las creas tú, no viene de tus clientes. Toma tú la responsabilidad no se la dejes nunca al cliente, estarás en sus manos.

Cada vez que visualizas tu cerebro activa una parte del cerebro llamada Sistema Activador Reticular o conocido también como el mecanismo cibernético del éxito.

Tu cerebro no sabe si es verdad o mentira lo que imagina, si tu visualizas constantemente tu éxito en las ventas, tu Sistema Reticular trabaja para focalizarse en la consecución de lo que ha creado primero en su mente.

2

Afirmaciones de poder

Todo aquello que repites constantemente en el tiempo y con la suficiente carga emocional se termina convirtiendo en una creencia. Crea por medio de la repetición de afirmaciones de poder creencias que te lleven a amar la venta, a convertirte en ese vendedor adecuado. “Yo soy un vendedor exitoso” “Yo amo vender” “Vender es ayudar” “Yo ayudo al mundo”.

3

Conviértete en un N°1 en ventas

Estudia constantemente sobre ventas, sobre psicología de las ventas, neuroventas, comportamiento humano, neurociencia aplicada a la venta, neuromarketing, neurología, semiótica.

4

Sé el que más sabe de tus productos y ten la máxima confianza en ellos.

Trabaja en estudiar todo sobre aquello que vas a ofrecer a tus clientes (productos y/o servicios). Tienes que estar tan seguro en él que tú mismo lo comprarías si te lo ofrecieran.

5

Vístete para el éxito

La imagen en el mundo de la persuasión, la influencia y por lo tanto en las ventas es fundamental. La primera impresión que se lleva tu cliente es fundamental. Además tienes que percibir todo el día el éxito encima de ti.

6

Vende siempre estados emocionales, solución de problemas, minimiza los miedos de tus clientes.

Es fundamental que sepas que estados emocionales, miedos, problemas tienen tus clientes y de qué forma tú le tienes que ofrecer los estados emocionales, la pastilla que cure sus miedos y la soluciones a sus problemas. Lo que hacen los vendedores es darles características, productos y servicios, los expertos en neuroventas damos estados, soluciones y aquello que calma sus miedos.

7

Sabemos bailar con las objeciones

Sabemos bailar con las objeciones porque somos amigos de los “Nos”. Los “Nos” nos retan a ser mejores y ayudar definitivamente a nuestros clientes. Cuando escuches alguna objeción en tus clientes de la que no estés de acuerdo, manéjala por medio de acuerdos y no de discusiones. Siempre concuerda con el cliente. “Entiendo lo que me está diciendo...” “Le comprendo cómo puede sentirse...”

8

Conviértete en un entusiasta cada vez que vendas

El entusiasmo crea una energía que los atrae. Cuando vendemos con entusiasmo la percepción del valor del precio de lo que ofreces se dispara en la mente del cliente.

9

Utilizamos de forma productiva el tiempo

Las neuroventas nos facilitan llegar antes a la mente del cliente y romper sus resistencias. Nuestro objetivo es hacer el mayor número de ventas en el menor tiempo posible. Eso te lo va a dar el estudiar primero qué es lo que realmente necesitan, buscan, que desean para dárselo lo antes posible.

10

Siempre cerramos

Solamente ayudarás al cliente cuando cierres aquello con lo que vas a ayudarlo. Con las neuroventas hacemos que sea más fácil que nos digan que “Sí”. Es objetivo imprescindible que en toda reunión puedas cerrar.

SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS:

URGE MÁS INVERSIÓN Y DEMANDA INTERNA PARA FRENAR CAÍDA DE EMPLEOS

- » Gremio industrial señala que aumentar eficiencia en inversión pública y facilitar inversiones en sectores como construcción y minería ayudarán a la recuperación del empleo.
- » Propone que sociedad civil y Defensoría del Pueblo hagan un seguimiento del gasto público en regiones.



El presidente de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), Ricardo Márquez, afirmó que reconstruir la demanda interna e impulsar la inversión privada frenará la enorme pérdida de empleos que está ocurriendo en el país producto de la paralización económica. Señaló que la crisis actual exige primero no descuidar la salud de los peruanos; pero también no afectar los empleos y la actividad económica, porque estos también causan estragos sociales.

Márquez dijo que a las primeras medidas ya aplicadas en la etapa de contención es necesario incluir nuevas medidas urgentes para generar demanda interna. En ese sentido, son importantes las medidas de incremento del gasto público, como Arranca Perú, y la ejecución del presupuesto público; sobre todo, si se considera que a fines de julio, en forma preliminar, el gasto del Gobierno en sus tres niveles presentaba una ejecución de solo 19%.

“Si consideramos que casi el 80% del presupuesto de Arranca Perú depende de los gobiernos regionales, y si bien el Gobierno central ha anunciado el apoyo técnico para acelerar el cumplimiento de los presupuestos regionales, una rendición de cuentas mensuales permitiría un seguimiento de parte de la sociedad civil y de la Defensoría del Pueblo de este gasto que es fundamental en los actuales momentos”, propuso Márquez.

El titular de la SNI señaló también que la inversión privada es otro componente de la demanda que debe ser atendida, sobre todo la del sector construcción que presentó una caída del 45%. Manifestó que es precisamente la inversión privada en este sector, y en otros como el minero, los que deben tener medidas específicas de facilitación y seguimiento; pues, la ejecución de estas inversiones pueden dinamizar varios sectores de la economía.

“Es función de los gremios del sector privado, de los colegios de profesionales y las municipalidades resolver la reducción de plazos para obtener las licencias de construcción. En forma paralela, es vital reconstruir la demanda interna con la ampliación

del Bono Universal por lo menos hasta fines del presente año. Esta medida es urgente desde el punto de vista social pero también imperativo para reactivar nuestro mercado interno y mover la economía nacional”, declaró Márquez.

El líder industrial precisó además que las exportaciones no tradicionales intensivas en empleo deben contar con incentivos para mantener los puestos de trabajo y captar la demanda externa, precisando que hay que dar impulso sobre todo al sector de la pesca para consumo humano directo y las confecciones que tienen capacidad ociosa, mercado internacional abierto y generación de empleos en el corto plazo.

Cifras que el Perú puede revertir

Márquez recordó que 6 millones 720 mil peruanos perdieron su empleo en el II Trimestre del año, según cifras del INEI comparada con el mismo periodo del 2019. Apuntó que estas cifras revelan la profunda depresión económica que atraviesa nuestro país, pese a que el trimestre en mención incluye las fases I y II del reinicio de actividades.

También señaló que según los datos oficiales, el empleo urbano es el más afectado, ya que se redujo de 13.2 millones a 6.7 millones, una pérdida de casi el 50% de puestos de trabajo en comparación con los que teníamos en el II trimestre del 2019. Así, el desempleo llegó al 8,8% en el mismo II Trimestre comparado, mientras

que en el área urbana este porcentaje se eleva a 12.4%.

El presidente de la SNI sostuvo que las cifras del empleo en el segundo trimestre se dan en el contexto de una caída del PBI del -18.6% en junio del 2020 y un acumulado enero-junio de -17.37%, menor a de los meses de abril y mayo pero impactadas por todas las consecuencias del paro productivo y del reinicio que no fue eficiente en su administración.

La caída del PBI es explicada por una sensible reducción de la demanda interna reflejada en el menor consumo de hogares en -31-76%, caída de la inversión en construcción en -44.64% y en la propia demanda externa con un menor nivel de exportaciones tradicionales y no tradicionales de -30.54%.

Cabe mencionar que a nivel sectorial la producción del sector Manufactura disminuyó en -6,83%, según información proveniente de Produce. El subsector primario creció en 8,57% impulsado por la mayor elaboración y conservación de pescado (70,36%) y la elaboración de azúcar (10,25%); en tanto que disminuyó la elaboración y conservación de carne (-2,04%), metales preciosos (-12,62%), así como la refinación del petróleo (-60,92%). Por el contrario la manufactura no primaria se redujo en 13,40% por la menor producción de la industria de bienes de consumo (-15,05%); bienes intermedios (-6,61%) y bienes de capital (-65,83%).

EVOLUCIÓN DEL GASTO PÚBLICO 2020

	A JULIO 2020	
	Presupuesto	Ejecución
Gob. Regional	3,125,046	18.30%
Gob. Nacional	1,716,814	16.70%
Gob. Municipal	8,592,760	19.60%
Total	13,434,620	19.00%

Fuente: MEF

Elaboración: IEES-SNI



¿QUÉ SON LOS MICROINFLUENCERS Y POR QUÉ SON EFECTIVOS?

Autor: NATALIA CODINA

Antes de hablar de microinfluencers he de decir que cuando surgió el marketing de influencia, el contexto en el que utilizábamos las redes sociales era muy distinto a como lo hacemos ahora.

Cuando Instagram todavía no había lanzado su plataforma de publicidad, los influencers empezaron a crear sus audiencias publicando sobre sus amigos, familia y su vida cotidiana y esto hizo que la audiencia los sintiera muy cercanos. Al tener los usuarios la posibilidad de comentar sus pu-

blicaciones y, en muchos casos obtener respuesta, hizo que se impulsara fuertemente este tipo de marketing y las marcas empezaron a reconocer que la influencia de estos líderes sociales era mayor que la de las celebridades.

Las celebridades tienen millones de seguidores en sus perfiles sociales, como en Instagram pero, en términos de conversiones, se quedan atrás cuando hablamos de engagement. La gente cree, interactúa y confía más en la gente más cercana, con la que

siente más afinidad. Además la gran inversión que se requiere para trabajar con celebridades, hace que este tipo de acciones acaben no siendo rentables.

El marketing con microinfluencers cada vez tiene más peso y, en muchas ocasiones, más éxito en las campañas de publicidad que con influenciadores famosos, porque se sienten más cerca de personas que ven como iguales, gente como ellos con pasión por un sector determinado.



Las empresas aprovechan la influencia de estos perfiles para sus estrategias de marketing. El rápido crecimiento de la publicidad en redes sociales ha hecho necesaria una regulación de la publicidad de influencers para gestionar

este tipo de publicaciones. En este artículo te explicaré todo sobre ellos y por qué es importante que los tengas en cuenta para tus estrategias de marketing en redes sociales.

¿Por qué ganan terreno los microinfluencers vs los influencers?

Las marcas y los profesionales del marketing nos centramos en las interacciones entre las personas influyentes y sus audiencias, y esto se mide por el engagement, es decir, por los gustos, comentarios y la plena confianza que tienen aquellos que te siguen en los profesionales con influencia que están siguiendo. Los microinfluencers se perciben como más auténticos que los influenciadores

al uso, sus publicaciones no son tan comerciales y no se notan tan preparadas. Son más naturales, sus interacciones son más genuinas y, por tanto, con una mayor credibilidad en sus mensajes.

También resulta más económico para la empresa colaborar con ellos, aunque los precios dependen del profesional o la agencia de marketing de influencia a través de la que se gestiona la colaboración.

Al ser más asequibles que los macroinfluencers, también puedes trabajar con múltiples personas de este “menor tamaño” a la vez. De esta forma, también puedes tener un mayor alcance y probar otro público objetivo, si lo tuvieras, de tu marca. O bien, también puedes probar diferentes tácticas y ver cuáles son las que mejor te funcionan.

Por contra, no tienen tanto alcance como los influencers y en el caso de que dispongan de menos de 10.000 seguidores, tienen limitadas algunas funcionalidades de las plataformas, como el deslizar hacia arriba en las historias de Instagram.

Los microinfluencers representan clientes reales y los consumidores, a pesar de que puedan admirar a las celebridades en las redes sociales,



buscan opiniones en las personas cercanas, amigos o conocidos en las redes sociales. Por eso los convierten en expertos en recomendar productos.

Mientras que los grandes influencers lanzan el mensaje a la gente en general, los pequeños lo lanzan a tu público objetivo.

Al colaborar con personas que están estrechamente ligadas a tu audiencia objetivo, las marcas tienen la oportunidad de preguntar directamente qué es lo que más te gusta, o qué es lo que más gustará a tus followers. De esta forma, las marcas pueden aprovechar toda la información de los microinfluencers con los que colabora para conocer mejor a su público y mejorar la calidad del contenido a difundir.

¿Por qué son atractivos los microinfluencers para las marcas?

La falta de fama de los micro y de los nanoinfluencers forma parte del atractivo para las marcas. A continuación, te explico las principales razones por las que las marcas optan por trabajar con ellos:

- 1.- Autenticidad y personalidad propia
- 2.- Son fáciles de reclutar y trabajar
- 3.- Se dirigen a nichos específicos de mercado
- 4.- Sienten entusiasmo por la marca
- 5.- Son inversiones de poco riesgo
- 6.- Puedes establecer relaciones a largo plazo.

RESILIENCIA de las personas e instituciones contra la DESIGUALDAD

Cambio Paradigmático del ECOSISTEMA ECONÓMICO del Libre Mercado a la Economía Sustentable.

Cambio del ÍNDICE DE MEDICIÓN del: Producto Bruto Interno - PBI al Desarrollo Humano Sustentable - DHS



ING. CIP OSCAR BRAVO VILLARÁN
Emprendedor - Inverrigador - Maker

Hay suficiente evidencia científica para asegurar que la desigualdad, que está generando el sistema capitalista actual, hipertrofiado financieramente y en el que el fundamentalismo del mercado impera vestido con su piel neo liberal, es perjudicial no solo para la gran mayoría de personas sino, también, para la propia economía e incluso para el propio capitalismo, claro, y lamentable ejemplo lo que sucede actualmente en algunos países de América del Sur. No obstante, encontrar maneras de reducir la desigualdad es fácil, más de lo que nos ha hecho creer - es más las usamos - solo nos falta sistematizarlas y aplicarlas ya que estas soluciones tiene que

ver menos con las posibilidades de éxitos reales y tiene que ver más con los caprichos de parte de la población que saca grandes beneficios de la situación.

Fuente. Artículo "Siete formas de disminuir la desigualdad" autor : Ernesto Ruiz Urea - nuebatribuna.es

REFLEXIONEMOS SOBRE LA SISTEMATIZACIÓN DEL CAMBIO

I. ÍNDICE DE MEDICIÓN

En 1940 nació la idea de medir el crecimiento económico por el Producto Bruto Nacional - PNB o Producto Bruto Interno - PBI, desde el principio de su aplicación los economistas manifestaron este valor ocultaba muchas cosas, sin embargo en los últimos lustros se han tomado decisiones políticas, sociales y por supuesto económicas, con el resultado que ya conocemos.

Hoy 2019 se sigue confirmando que las mediciones económicas de bienestar tradicionales son insuficientes para conocer los verdaderos sentimientos de la población. El PBI per capital mide el ingreso promedio de una economía, pero no dice sobre su distribución, aplicación en mejorar la calidad de vida de la población, si mejoramos la resiliencia contra vulnerabilidades y si está dando la felicidad que la población se merece. O sea no mide los elementos básicos que determinan la desigualdad en la población.

En 1990 el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), lanzó el " Génesis del Informe del Desarrollo Humano Sustentable " en el cual se explora el vínculo o Puente entre el crecimiento económico y el desarrollo humano, presentando una nueva medida Índice de Desarrollo Humano - IDH, como una medida compuesta que integra los



componentes esenciales de la vida humana, este informe tiene una secuencia anual.

Los componentes del IDH son :

SALUD: medida según la esperanza de vida al nacer.

EDUCACIÓN: medida por la tasa de alfabetización de adultos y la tasa bruta combinada de matriculación en educación primaria, secundaria y superior, así como los años de duración de la educación obligatoria.

RIQUEZA: medida por el PBI per cápita

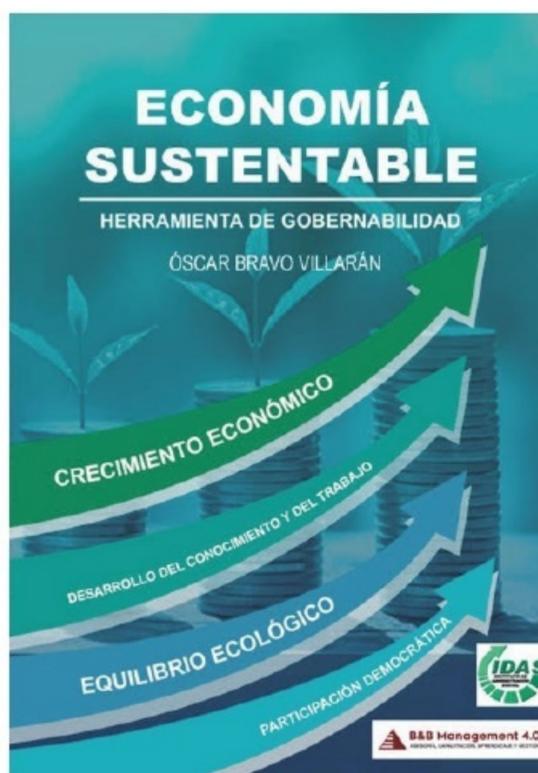
II. ECOSISTEMA DE ECONOMÍA

Teniendo como base el Índice de Desarrollos Humano que mide elementos de la desigualdad como educación, salud y otros , mantiene la medida tradicional PBI per capita y que geográficamente ya se cuenta con esta medida hasta nivel Distrital, podemos sin ningún problema establecer un cambio paradigmático .

Comenzaremos por lo expresado por un Director de Desarrollo Socias de la CEPAL:

“Si no hay crecimiento económico sólido y sostenido en el tiempo no hay posibilidad de reducir la pobreza, pero es necesario establecer al mismo tiempo una alianza entre políticas económicas y políticas”

Ahora permitan cambiar el concepto de alianza por el de puente que Inter relacionen el crecimiento económico este único y puntual factor en que se basa la Economía de Mercado o Economía Neo Liberal con los otros sec-



Libro GRATUITO en Castellano e Inglés Web: bybmanagement.com

tores económicos y sociales y/o disciplinas en la que son causa y efecto.

CON EL DESARROLLO HUMANO y SOCIAL

Este Puente está siendo establecido por una serie de autores y estudiosos de la economía y el desarrollo, pero como se trata de un cambio de paradigma , es digno resaltar que son dos Premios Nobel de Economía que con sus investigaciones y estudios quienes manifestaron “ Regístrese y Comuníquese “.

El primero fue el Dr. Gary Becker, Premier, Premio Nobel de Economía 1992 , quien fue laureado por haber extendido a las nuevas áreas del comportamiento humano y las relaciones. Distinguiendo cuatro áreas de investigación : Inversiones en capital humano, Comportamiento de la familia o casa, Crimen y castigo Discriminación de los mercados de trabajo y mercancía.

En 1998 por primera vez en la historia, el Premio Nobel de Economía fue entregado a un economista de un país en vías de desarrollo, el Dr. Amartya Sen, nacido en la India, calificado el Nobel del Desarrollo Social. Su preocupación social surgió al es-

tudiar las hambrunas en la historia, que en ninguno de los casos de hambrunas mundiales se debieron a una reducción de la disponibilidad de alimentos, , sino a la capacidad de la gente para disponer de alimentos , que se veía obstaculizada por : dificultades para trabajar y generar ingresos.

CON EL EQUILIBRIO ECOLÓGICO y su efecto en el CAMBIO CLIMÁTICO

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo - Río de Janeiro 1992, en la que fijaron principios que figuran en la “ Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, en la que debemos resaltar : “ El Mundo es Finito “ y hay que protegerlo y definieron la : Sociedad Sustentable “ Aquella que maneja un crecimiento económico de tal manera que no ocasione daños irreparable al medio ambiente que afecte a la población del futuro”

CON LA PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA

El Informe de Desarrollo Humano que emite anualmente el PNUD se convirtió en un documento actualizado para las investigaciones, explosiones, estudios de la mayoría de funcionarios, gestores, emprenderse teniendo como uno de sus ejes transversales la Participación Democrática, ente los cuales podemos destacar.

Informe sobre Desarrollo Humano 1992 - Participación Popular. “ La gente siente hoy día un impulso impaciente por participar, en los acontecimientos y los procesos que configuran su vida.

Informe de Desarrollo Humano 1997

- Desarrollo Humano para erradicar la pobreza.
- Potenciar a mujeres y hombres aseguran su participación en las decisiones que afecten sus vidas y permitirles aumentar sus puntos fuertes y sus activos.
- La igualdad de género es esencial para potenciar a la mujer y para erradicar la pobreza.

DESARROLLO HUMANO Y SOCIAL

EQUILIBRIO ECOLÓGICO

PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA

Mírate al espejo y pregúntate:

¿QUÉ CLASE DE LÍDER SOY?

Autor: Jordi Vila

Se dice que el líder nace, no se hace o ¿es al revés? ¿Es posible reinventar nuestro perfil directivo y mejorar nuestros conocimientos, aptitudes y actitudes y convertirnos en ese líder perfecto que todas las empresas necesitan? Hoy hablamos del liderazgo, en concreto de los cinco tipos de liderazgo empresarial más conocidos con sus ventajas y, lógicamente, con sus inconvenientes. ¿Te parece interesante?

Seis tipos de liderazgo empresarial

Como bien sabes, hay muchos tipos de líderes que se diferencian unos de otros por una serie de peculiaridades muy diferentes. Por supuesto, también hay estilos de liderazgo que mezclan las características de los distintos tipos de liderazgo. Hoy nosotros nos hemos decantado por hablar de seis clases de liderazgo: natural, autocrático, carismático, democrático, "laissez-faire" y, por último pero no menos importante: el liderazgo transformacional.

Vamos a ver los rasgos principales de cada uno de estos tipos de liderazgo empresarial.

1) Liderazgo natural

El líder natural es aquel que no está reconocido de forma oficial, pero que ejerce el rol de jefe o líder de un grupo sin que nadie lo cuestione. Hay personas que llevan lo de "ser líder" en los genes y durante el desarrollo de un proyecto o del trabajo del día a día se convierten casi sin darse cuenta en los líderes del equipo. Se trata de un tipo de liderazgo muy apreciado entre los miembros de un equipo de trabajo, ya que todos acaban siendo partícipes de las decisiones del "jefe" al que han elegido seguir voluntariamente.

2) Liderazgo autocrático

El liderazgo autocrático es la forma de liderazgo más extrema: un líder

que tiene poder absoluto dentro del grupo. La comunicación asertiva no existe y los miembros del equipo se limitan a cumplir órdenes y no sienten libertad ni siquiera para plantear sugerencias o estrategias diferentes a la marcada por el líder. Estamos ante un tipo de liderazgo empresarial muy restrictivo con respecto a la libertad de movimientos de los miembros del equipo de trabajo, recayendo la responsabilidad y el mérito de cada acción en el líder. Este tipo de liderazgo genera un alto nivel de rotación de personal y no suele funcionar demasiado bien entre equipos de profesionales cualificados.

3) Liderazgo carismático

Dentro de los tipos de líderes, el jefe carismático es de los más comunes, conocidos y reconocidos. Este tipo de liderazgo empresarial basa su éxito en que el líder genera sentimientos y sensaciones positivas entre el resto de miembros del equipo. Este líder carismático ha desarrollado fuertes habilidades comunicativas y a través de sus palabras y gestos, formas de actuar, etc., es capaz de generar el entusiasmo e ilusión necesarios para que el proyecto fluya suave y eficazmente. ¿El principal problema del liderazgo carismático?: el proyecto, departamento o empresa corre riesgo de desaparecer si el líder desaparece del grupo.

4) Liderazgo democrático

El espíritu democrático es el principal rasgo del liderazgo democrático: el líder sigue siendo el que tiene la última palabra o decisión, pero es capaz de escuchar, atender y sopesar las recomendaciones y opiniones de los miembros del equipo. El liderazgo democrático es un modelo que genera un gran nivel de satisfacción en los miembros de un proyecto, lo que mejora su motivación y, así, en su productividad y rentabilidad para la empresa. Se trata de un estilo de liderazgo que lleva tiempo desarrollar,

pero los resultados merecen la pena.

5) Liderazgo "laissez-faire"

El «laissez-faire» es una expresión francés que podríamos traducirse más o menos por "dejar hacer" o "dejar pasar". En el ámbito del liderazgo empresarial, este término se utiliza para definir a aquellos líderes que dan un gran nivel de autonomía a los miembros de su equipo. Es un estilo de liderazgo muy eficiente en equipos compuestos por miembros senior con una gran experiencia profesional previa y un alto nivel de autonomía. Con todo, el líder no debe descuidar las labores de monitorización y seguimiento del trabajo ya que, como sabes, delegar no equivale a lavarse las manos y dejar que otros se ocupen del trabajo duro.

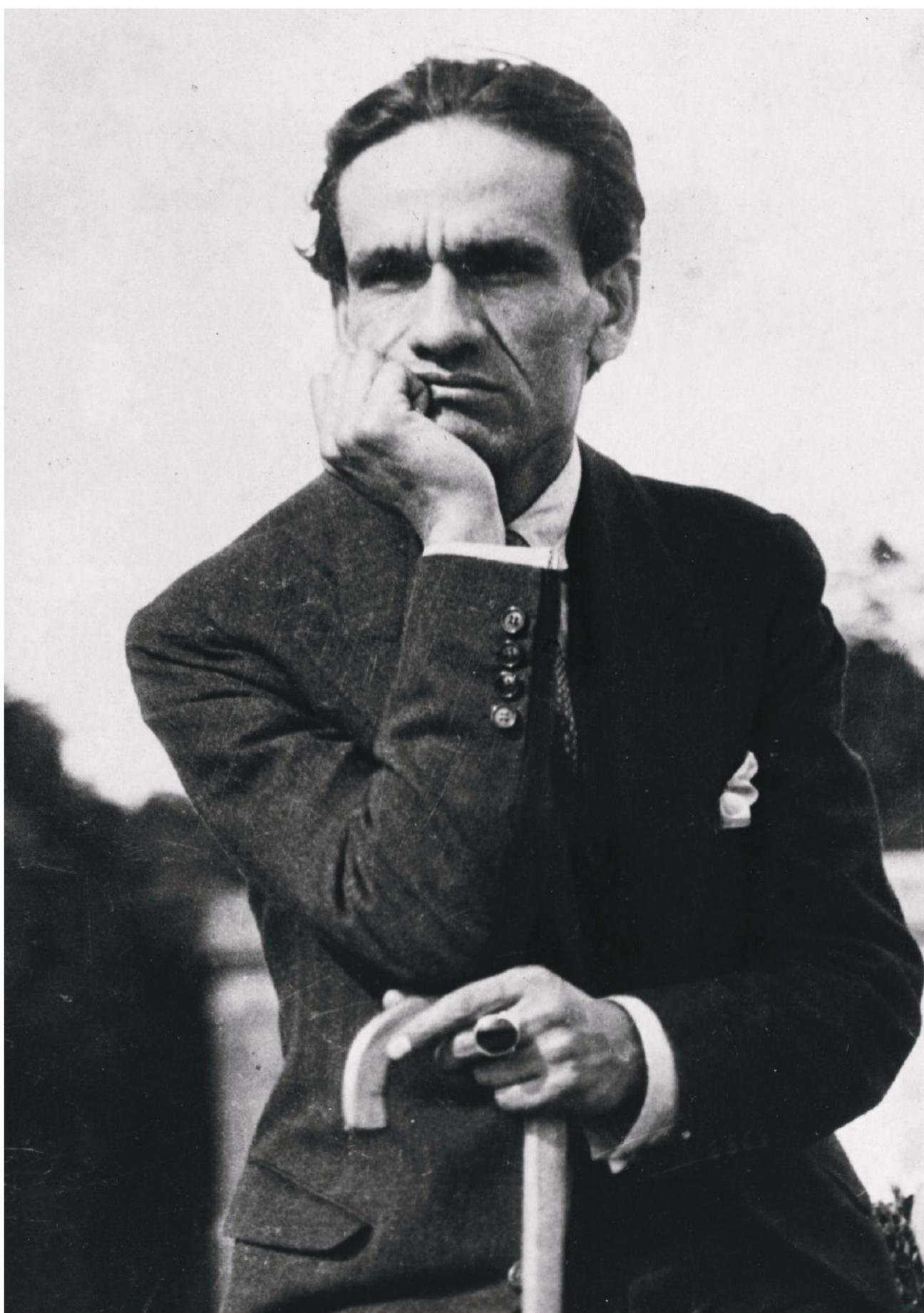
6) Liderazgo transformacional: ¿el más completo de todos?

Terminamos nuestra selección de clases de liderazgo con uno de nuestros favoritos: el liderazgo transformacional, uno de los tipos de liderazgo empresarial más completos que existen. El líder transformacional tiene naturalidad y carisma, es democrático tanto a la hora de tomar decisiones como de implementarlas, confía en la autonomía de sus colaboradores y, aunque no ejerce la autoridad como el líder autocrático, sí que es consciente de cuál es su papel y de la necesidad de centralizar algunas acciones y de delegar otras. Es el tipo de líder o jefe más completo y enriquecedor que podemos encontrar.

El objetivo de esta clase de liderazgo es generar transformaciones entre los miembros del equipo de cara al futuro del proyecto. El líder transformacional es capaz de sacar lo mejor de cada profesional, sabe cómo potenciarlo al máximo y, así, es capaz de aumentar los niveles de productividad y rendimiento del conjunto de su valioso equipo humano.

100 AÑOS DE VALLEJO. “LOS HERALDOS NEGROS”

Autor: José Luis Ayala



Cuando en 1917 César Vallejo llegó a Lima, inmediatamente buscó a Abraham Valdelomar para que escribiera un prólogo referido a su primer libro de poesía. El texto tenía un título raro: “Los heraldos negros”, escrito entre 1915 y 1918. Valdelomar quedó desconcertado no solo por el lenguaje renovador y cautivante, sino sobre todo por la extraña calidad de la poesía vallejiana, un joven provinciano a quien nadie conocía. Vallejo esperó pacientemente el texto pero en vista de que no cumplió con el plazo establecido, el poeta nacido en Santiago de Chuco decidió incluir un texto en latín que significa “entienda quien lo entienda”.

¿Qué hubiera dicho Valdelomar? Es imposible imaginar una opinión crítica de un poeta que no alcanzó la celebridad de Vallejo, pero de haberlo hecho, sin duda el beneficiado hubiera sido el poeta iqueño. Pero así son las circunstancias. Se ha afirmado que “Los heraldos negros” no tuvo la repercusión que merecía, como siempre la prensa oficialista calló en varias lenguas. Sin embargo, uno de los primeros críticos en advertir que Vallejo representaba a una nueva generación de poetas fue José Carlos Mariátegui.

Sin embargo, si César Vallejo no hubiera sustentado la tesis: “El romanticismo en la poesía castellana” el año de 1915, en la Facultad de Letras de la Universidad Nacional de Trujillo, no hubiera podido crear una poesía nue-

va, distinta, diferente a la que entonces se escribía. Mucho tuvo que ver las lecturas y asimilación del filósofo Hipólito Taine, que después de estudiar en París, trabajó en la Escuela de Bellas Artes, formado como filósofo se adhirió a la ideas de Augusto Comte y al positivismo de Stuart Mill. Taine en realidad influyó en Vallejo para que observara la naturaleza, la raza y el lenguaje. (Lenguaje de Taine).

De no haber realizado un trabajo de investigación, análisis y crítica de la poesía de su tiempo, sin duda Vallejo no hubiera escrito otra clase de poesía. Escuchó, asimiló también a los hermanos August Wilhelm von Schlegel (Hannover, Alemania, 1767-Bonn, 1845) y Friedrich von Schlegel (Hannover, 1772-Dresde, 1829). Filósofos y críticos literarios, desarrollaron un importante rol en la expresión del Romanticismo, pensamiento en el que participaron tanto Novalis como Schleiermacher.

César Vallejo llegó a Lima el 30 de diciembre de 1917 en el vapor "Ucayali" procedente de Trujillo, esperó inútilmente el prólogo y decidió entregar los originales a los Talleres de la Penitenciaría de Lima. Carlos Pérez Cánepa, periodista y director de la revista literaria Suramérica publicó algunos de sus poemas. Demás está decir que buscó a Manuel González Prada para expresarle su admiración y respeto por sus ideales políticos.

El libro de Vallejo tiene un total de 69 poemas y empieza con uno de los más conocidos "Los heraldos negros", que en realidad sirve de prólogo aunque no lo sustituye. El volumen a su vez se divide en seis secciones: Plafones ágiles (11 poemas), Buzos (4 poemas), De la tierra (10 poemas), Nostalgias imperiales (13 poemas), Truenos (25 poemas) y Canciones de hogar (5 poemas). Cabe anotar que algunos de los poemas fueron publicados en revistas y diarios de Trujillo.

Sin embargo, en la revista Mundo limeño, apareció el extraordinario poema "Ausente" en 1917.

La bibliografía que cita César Vallejo en su tesis es sin duda mínima, debió haber leído "El Quijote de la Mancha" de Miguel de Cervantes Saavedra. Por esa razón –dice– hay un temperamento lírico impregnado en el romanticismo y un claro idealismo en el Quijote. Pero además un oscuro o negro pesimismo en Espronceda. ¿Qué otros libros más habrá leído Vallejo y dejó de citarlos? Sin duda, recurrió a los clásicos para tener una visión general del pasado literario. Pero en lo que se refiere a recibir un nuevo advenimiento literario y que permitió un desarrollo sorprendente, Vallejo hace una síntesis de la siguiente manera: "Ahora bien: resumiendo estas consideraciones, veremos que la raza ha dado a la poesía romántica los siguientes elementos:

- 1.- El predominio de la fantasía, expresado por una filosofía idealista.
- 2.- Un fondo de melancólico y exquisito sentimentalismo.
- 3.- Refinada sensibilidad.
- 4.- Predominio de los sentimientos de amor, honor, patriotismo y religión, traducidos en sublimes pasiones, violencias de sangre y misticismos fanáticos.
- 5.- El intento por la belleza de las formas y lo sonoro y grandioso.
- 6.- Como medio que facilitó el triunfo del romanticismo, el carácter vehemente y voluble de su sicología".

Un hecho que es preciso resaltar es

el permanente interés de Vallejo por conocer el desarrollo de las literaturas tanto en lengua española, en inglés y francés. Se trata de traducciones a las que sin duda tuvo acceso, ya sea en la biblioteca de la Universidad de Trujillo o en las de sus amigos. Leyó con especial interés a escritores clásicos franceses, no solo a fin de conocer los temas que desarrollaron, sino para tener una visión del lenguaje que desarrollaron en sus textos. Tomando en cuenta este hecho singular, es posible entonces mencionar la cita que escribe el poeta: "Lamartine, Víctor Hugo y Alfred de Musset, influyeron posteriormente en el lirismo castellano, y fue el autor de "Los miserables", quien declaró que el principio esencial de la escuela romántica es la libertad literaria".

1.- César Vallejo. El romanticismo en la poesía castellana. www.infotemática.com.ar / Pág. 38. Internet.

2.- César Vallejo. El romanticismo en la poesía castellana. www.infotemática.com.ar / Pág. 39.

Nadie como Vallejo para tomarse la más amplia libertad para escribir poesía. Nunca antes un poeta había osado subvertir el orden semántico de las palabras, quebrarlas, hacerlas volar por el espacio y convertirlas en luminarias. Muchas de las palabras imaginadas o inventadas por Vallejo han pasado a ser de uso cotidiano. La palabra trilce por ejemplo es una invención netamente vallejianana. Mucho se ha escrito al respecto, se ha especulado de mil maneras, hasta que finalmente se ha optado por tomarla como nombre de mujeres. Fue el propio Vallejo que se encargó de explicar su contenido y significado: "¿No le parece una palabra hermosa?" –respondió– cuando un periodista le preguntó por qué se llamaba así su libro.

Cuando se refiere a la poesía caste-

llana antes del romanticismo, Vallejo dice: "El gran siglo calderoniano había pasado. A la vista de las obras que en el siglo XVIII produjo el Parnaso español se nota claramente una decadencia literaria asombrosa. Fuerza era después de todo que el arte como es el espejo de toda sociabilidad, se agitara entonces en su estertor de asfixia, La crisis social de la época no menos que las preocupaciones políticas y religiosas debían imprimir sus huellas en esa literatura. Y así fue. La poesía entonces no modificaba las condiciones ambientales, no ejercía ninguna reacción saludable en la sociedad, en una palabra no llenaba su misión, porque se hallaba incapacitada para ello".

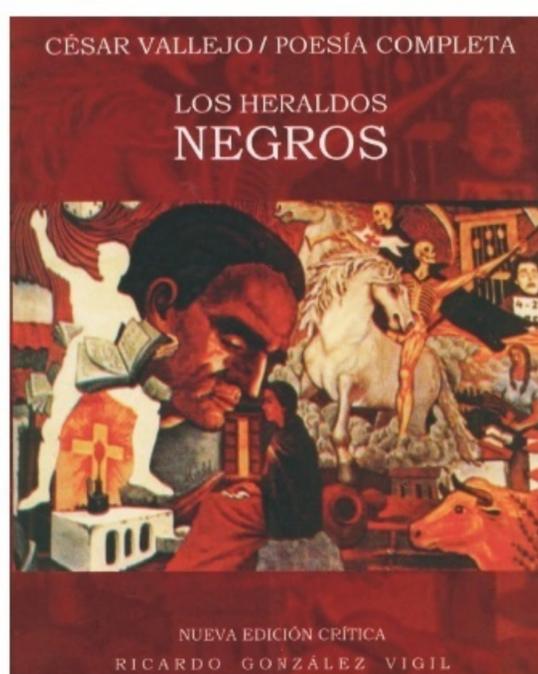
Pero, ¿a qué llama romanticismo? Este es un tema que César Vallejo conocía muy bien porque fue el fondo, el contenido, el sustrato de su tesis. Seguramente que solo después de haber meditado adecuadamente, se propuso diseñar un esquema de análisis, una incursión a las entrañas de un movimiento literario que duró muchos años. Hablando en estricto sensu, el romanticismo se originó en Alemania y en el Reino Unido, habiendo durado hasta los estertores del siglo XVIII. Fue una contrapuesta cultural contra el neoclasicismo y la ilustración. Entre 1800 y 1850 abarcó casi todo el territorio de Europa. Sin embargo, el romanticismo dio paso a otras corrientes literarias como el Parnasianismo, simbolismo, decadentismo y luego le sucedió el modernismo hispanoamericano. Posteriormente emergieron corrientes de corte vanguardista como el surrealismo, cuyo padre fue el genial poeta llamado André Bretón.

César Vallejo con razón escribe al hacer un balance y crítica al Romanticismo: "Estudiar una escuela poética, cuyas raíces se esfuman en muchos siglos atrás y cuyas proyecciones aún circulan en las actuales sociabilida-

des sin distinción étnica de ningún género, será arduo propósito nuestro, tanto por la seria importancia que reviste en sí, esta faz de la actividad intelectual del siglo pasado en que tiene su más palpitante relieve, cuanto tanto porque su amplia visión no cabe dentro del ambiente de este trabajo de suyo preciso y por lo mismo de modestas proporciones".

3.- César Vallejo. El romanticismo en la poesía castellana. www.infotemática.com.ar / Pág. 39.

Enseguida se ocupa de situar y ubicar adecuadamente a los poetas románticos de América. Su cultura literaria y conocimiento es realmente asombroso porque leyó todo cuanto se escribió hasta ese entonces. Sin duda estaba al día de lo que ocurría no solo en el Perú sino en otras latitudes. "Esto mismo –escribió– no podría decirse del cubano Heredia, quien aunque conceptualizado por algunos críticos modernos entre ellos don José Martí, como de filiación clásica, nos parece siguiendo a Francisco García Calderón, de genuina cepa romántica. Canta Heredia sus ideales y sentimientos personales de una manera persistente en los asuntos que elige como meras ocasiones para exteriorizar su vida íntima; pues ya se dirija al sol en penetrantes imágenes admirativa, o se destrozó el corazón



en la tormenta, brilla en el cielo nebuloso de su vida de inquietud, siempre presente, como último refugio, la imagen de Dios destacada en una filosofía propia de su genio original y grande, mientras de noche sobre un monte, descubierta la cabeza, alza la frente en la tempestad".

El interés de investigación de Vallejo en referencia al romanticismo en el Perú, es sin duda uno de los capítulos más interesantes. Ese hecho manifiesta que el poeta se esmeró en conseguir libros que circulaban en forma restringida y a veces era difícil conseguirlos en Trujillo. Los llamados Poetas peruanos románticos, conformaron una generación muy heterogénea pero pertenecían a clase dominante. Vallejo señala que el romanticismo practicado en América Latina influyó en los autores peruanos de entonces. Anota que los poetas leían con entusiasmo a Zorrilla y Espronceda. Luego de señalar a José Pardo y Aliaga como poeta dependiente de la influencia del romanticismo.

Vallejo consideraba que José Santos Chocano no era un gran poeta como Rubén Darío, a quien llamaba "mi padre". Chocano dijo de Vallejo: "Un poeta sin poemas". Sin embargo, el tiempo se ha encargado de sepultar a Chocano y recuperar a Vallejo. Eso mismo ocurre con escritores oficialistas celebrados y premiados por gobiernos de turno. En cambio hay quienes no necesitan de premios ni ser por ejemplo agregados culturales para tener el pan oficial, mientras la gran mayoría de intelectuales son segregados de acuerdo al apellido y pertenecer a una clase discriminada.

4.- César Vallejo. El romanticismo en la poesía castellana. www.infotemática.com.ar / Pág. 46. Internet.

CONSEJOS PARA TENER UNA FAMILIA FELIZ

AUTORA: ROSA PÉREZ NOREÑA

Docente Universitaria y lidereza del Sector Cooperativo

Abordar la violencia contra la mujer, los niños y los adultos mayores, nos conlleva a contextualizar esta problemática en el marco de la violencia general que se vive en nuestro país; violencia callejera, violencia política, inseguridad ciudadana entre los más explícitos, también podemos hablar de violencia económica cuando no te pagan el salario justo, violencia contra la salud cuando no te atienden como ser humano en los hospitales, etc., etc.

Entendiendo la grave situación que atraviesa la familia peruana y siendo ésta el grupo social básico, la primera red social por excelencia está enferma y sí... de gravedad por tanto debe ser atendida con urgencia y de emergencia... es decir a la luz de las estadísticas, de los hechos violentos en sus diversas manifestaciones debe ser declarada en emergencia y merece respuestas articuladas, coherentes desde el Estado a nivel de Gobierno Nacional, Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales que en alianza estratégica con la Sociedad Civil, llámese colegios profesionales, universidades, organizaciones sociales, sindicatos, cooperativas, medios de comunicación, ongs, iglesias, empresas permitan un trabajo sistematizado, eficiente y eficaz.

Con programas, acciones aisladas, desarticuladas, es imposible enfrentar de manera acertada esta situación compleja, que nos llena de incertidumbre.

Entonces situar y resituar la violen-

cia familiar como uno de los varios tipos de violencia es necesario y a la vez identificarla como parte del sistema, con una mirada holística, comprometida para luchar contra ella vencerla y erradicarla.

Ciertamente nuestro querido Perú adolece de una serie de carencias, problemas, dificultades, pero considero que un aspecto importante que nos falta trabajar y desarrollar es recuperar nuestra autoestima y dignidad, encuentro que esto es la madre de los otros problemas; y solo cuando lo hayamos logrado estaremos en condiciones óptimas para superar las dificultades que nos agobian como país.

Requerimos tener memoria, pensamiento crítico y reflexivo a fin de no

volver a cometer los mismos errores como sociedad, requerimos impulsar y fortalecer la educación en valores teniendo como principal valor la vida: no es posible que hoy en día te maten por robarte un celular... peor aún que defiendas el celular a costa de tu vida... ¿la vida no vale nada?, esto no puede ser, no lo podemos aceptar; requerimos entonces disciplina, solidaridad, orden, honestidad, respeto mutuo, justicia, honradez, entre otros valores. Requerimos reorientar el uso del celular, watsapp, Facebook, internet.

El Perú es de todos nos pertenece... El Perú de todas las edades, el Perú de hombres y mujeres, el Perú de las minorías y mayorías, ¡El Perú que queremos...es un Perú sin violencia!



¿CÓMO IMPULSAR EL DESARROLLO HUMANO?

Autor: Eduardo Sánchez Navarro

Doctor en Ciencias Sociales y Administrativas, Licenciado en Administración, Gerente de empresas y Consultor Internacional, Docente Universitario, Decano y Rector, Escritor y Editor Bibliográfico.

El enfoque de este artículo está dirigido al esfuerzo por el cual cada persona planifique y logre su propio desarrollo, cambiando su situación actual por la del éxito.

Todas las personas, no importa su ubicación social o educativa, pueden mejorar su desempeño. Para ello tienen que cambiar su actitud, sea en forma autodidáctica o mejor asistidos por conductores del comportamiento humano.

El cambio comienza por el reconocimiento de uno mismo como el único forjador de su propio destino. El hombre tiene fortalezas y debilidades, atributos y recursos que debe utilizarlos en forma positiva; debe programar su esfuerzo en metas, y persistir en el empeño con disciplina y perseverancia. La decisión de cambiar y superarse, firmemente sentida, hará que su cuerpo y su mente trabajen en tal fin. Marwell Maltz, en su libro *Psico-Cibermética*, considera que el cuerpo y la mente funcionan como un servo mecanismo que trabaja solo ante los requerimientos inconscientes pero firmes de la persona. La imaginación de realidades deseadas pero factibles, es otro esfuerzo en la superación.

Reconocimiento del Propio Valor

El hombre está obligado a ascender siempre en el camino de la vida. Sin interesar el nivel en el que se en-

cuentre, debe agregar nuevos y cotidianos valores a su persona, no sólo para su beneficio particular, sino para servir a los demás y para responder a los mandatos de la trilogía en que está inmerso: divinidad, naturaleza y humanidad.

Tiene que reconocer su valor como el ser superior de la creación, capaz de lograr la excelencia en las ciencias, en las artes y en las realidades objetivas y cotidianas. La condición humana no se puede desperdiciar con los malos pensamientos y malas acciones; debe elevarnos a los niveles más altos de la sociedad, luchando en el medio que puede ser muy hostil y deprimente, abrazando la virtud y los valores sobre la incultura y la vida fácil de hábitos - perniciosos, que lamentablemente hasta se promueven.

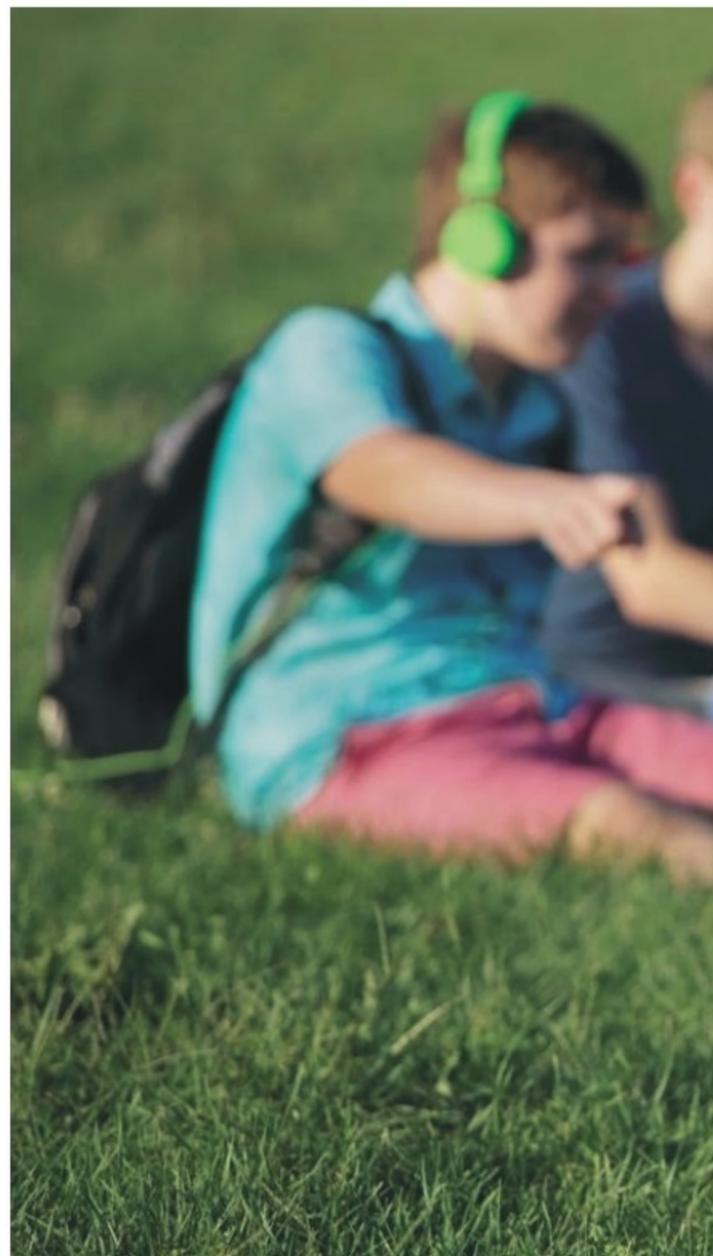
Automotivación y Autoestima

El hombre actúa por motivos y por móviles que nacen de las necesidades, y éstas, a su vez, de nuestra ubicación socioeconómica y de nuestra formación educativa y emocional.

La motivación consiste en argumentar para el logro de una actuación que responde a motivos pre-establecidos, que pueden manifestarse expresivamente o estar escondidos en la intención del motivador. También consiste en lograr la armonía o integración de diferentes motivos;

por ejemplo los del empresario con los del trabajador, para llegar a una conciliación.

La automotivación consiste en seleccionar nuestros motivos o móviles y sus respectivos fines, para actuar en consecuencia, con firmeza y perseverancia. Quiero trabajar como analista en una empresa; entonces tengo que estudiar computación; para



ello, levantarme temprano, suspender una reunión con los amigos, etc.

La autoestima es la valoración correcta de uno mismo, que nos coloca en igualdad de condiciones ante los demás, en la realización de cosas diferentes. La estimación propia no se compara ni se mide con relación a los demás. La autoestima es no ser menos que el otro, pero tampoco creerse más.

No te compares con el que está más arriba, porque puedes sentir envidia y frustración; ni tampoco te compares con el que está más abajo, porque puedes sentir soberbia. La autoestima comprende las diferentes realidades y siente sana admiración o solidaridad.

La autoestima, es decir la propia estimación de nuestra persona, no debe depender de factores del entorno. Por ejemplo se dice, a mayor pobreza menor autoestima; a menor educación y menor roce social, menor autoestima; a menor utilización de signos de riqueza, menor autoestima. En la práctica parece ser así; pero el comportamiento liberal y desinhibido no denota necesariamente una alta autoestima; y la pobreza vivida honestamente pero con afán de superación, no tiene por qué bajar nuestra autoestima.

En fin, no se puede negar que el entorno influye; por eso los esfuerzos para la impulsión y el desarrollo humano tienen que detenerse en esta manifestación del comportamiento, que puede cambiar la imagen de las

personas, de la sociedad y del país.

Recursos y Actitudes Personales

El reconocimiento del propio valor conduce a la convicción de que el hombre puede desarrollarse por sí solo, utilizando sus atributos y recursos.

Si consideramos al hombre como un "producto" que está en el mercado ofertando sus servicios, éste ha tenido que ser producido o fabricado por una empresa. ¿Cuál es la empresa? Es él mismo, con el conjunto de sus recursos, educativos, económicos, sociales, etc. y ¿Quién gerencia a esta "empresa"? es también él mismo quien se gerencia; es el que traza su plan y desarrolla sus estrategias. Es muy importante, entonces, tener presente que cada persona, y únicamente ella, es el "producto" que se "vende", la "empresa" que lo fabricó, y el "gerente" que se dirige a sí mismo. Es a la vez, producto, empresa, gerente.

Las actitudes personales que acompañan a este convencimiento serán:

Automotivación: Deseo y convicción con una intención profunda, firme y constante. Autoprogramación: Objetivos definidos y realistas, y estrategias a cumplir.

Cumplimiento estricto de las estrategias: Para no tener que variar los objetivos.

Cambio de hábitos y actitudes: Esfuerzo para optar un comportamiento de calidad.

Aplicación de la creatividad: Descontento constructivo para solucionar los problemas de nuevas formas.

Reforzamiento de la autoestima: Fortaleza ante los entornos o las causas deprimentes.



FIRMAN CONVENIO SAN FERNANDO Y BANCO DE ALIMENTOS

UNIDOS POR UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE

- » En lo que va del año, la empresa de consumo masivo donó más de 34 toneladas de productos con contenido proteico necesario para una alimentación saludable.
- » La política de donaciones de San Fernando privilegia el aprovechamiento de la sociedad y la eficiencia logística.
- » De acuerdo con el Banco de Alimentos, en el Perú se desperdician 9 millones de toneladas de alimento al año.

En el país se desperdician 9 millones de toneladas de alimentos al año, mientras que 2.8 millones de personas no disponen de la cantidad de alimentos suficientes para cubrir sus necesidades. Debido a esta problemática, San Fernando firmó un convenio con el Banco de Alimentos, a fin de contribuir con sus donaciones a reducir el hambre y el desperdicio de alimentos, beneficiando a pobladores de Lima y provincias. De esta manera, consecuentes con su compromiso de contribuir con la mejora de la calidad de vida de las poblaciones más vulnerables, a través



del aporte proteico, y acorde con una política de donaciones, que privilegia el aprovechamiento de quienes más lo necesitan y la eficiencia logística en la distribución de alimentos, San Fernando apoyará las acciones del Banco de Alimentos para reducir algunas problemáticas que preocupan en el país.

Es importante resaltar que de todos los alimentos que se producen en el país, el 33% se desechan, los que podrían haber representado alimentos



para millones de peruanos. Por ello, el Banco de Alimentos busca el apoyo de instituciones como San Fernando, a fin de recibir alimentos que hayan perdido valor comercial pero que son aptos para el consumo humano, a fin de distribuirlos a sus instituciones beneficiarias.

La empresa de consumo masivo considera que el canal más efectivo para sus donaciones son instituciones reconocidas en apoyar a poblaciones vulnerables en situación de desastres, apoyo de campañas y asistencia constante. En ese contexto, el Banco de Alimentos es la única organización en su tipo autorizada y reconocida entre los agentes del canal moderno, y cuenta con una red empadronada de instituciones de caridad en Lima.

Donaciones

En lo que va del año, San Fernando ha donado 34.9 toneladas de productos de toda su cartera, los cuales tienen la característica de aportar nutrientes a través de su contenido proteico. Desde que se creó San Fernando, en 1948, una de las metas propuestas fue crear una gran familia, lo cual se logró a través de los años.

A través de la firma de convenio con el Banco de Alimentos, su propuesta va más allá, porque además de brindar a las mesas peruanas alimentos de calidad, prácticos, accesibles y con aporte proteico, también busca contribuir a que más personas puedan alimentarse con los nutrientes necesarios para mantener una alimentación saludable.

COMENTARIOS SOBRE EL CONCEPTO DE GOLPE DE ESTADO

Por: Manuel Sánchez-Palacios Paiva.
Vocal cesante de la Corte Suprema de Justicia,
Ex Presidente del Jurado Nacional de Elecciones.

Según define Cabanellas en su Diccionario de Derecho Usual, golpe de Estado es la usurpación violenta de los poderes públicos, en especial del Ejecutivo, o la absorción por este de la función legislativa y sojuzgamiento de la judicial. Para Wikipedia, golpe de Estado es la toma del poder político de modo repentino de parte de un grupo de poder, vulnerando las normas legales de sucesión en el poder vigentes con anterioridad.

Una Revolución es otra cosa, pues como señala Carlos Cossio en su obra "El Concepto Puro de Revolución", se llama así a una transformación profunda, que puede darse en el orden político, cultural, moral, religioso, o legal. Cuando es político es siempre violenta y se produce por acción del pueblo, aquel a que se refiere Ortega y Gasset en su obra "La Rebelión de las Masas". La Francesa y la Rusa fueron revoluciones políticas. El Cristianismo fue una revolución religiosa y el Renacimiento una revolución cultural.

Un golpe de Estado tiene por objeto hacerse de los poderes públicos y reunir en una sola mano el ejecutivo y el legislativo. Como consecuencia de ello desaparece el equilibrio de poder.



res. Quien gobierna también será legislador y por ese hecho se convierte en dictador. La representación parlamentaria, expresión y sustento de la democracia, desaparece.

Los distintos golpes de estado que registra la historia moderna, universal y nacional, han invocado como pretexto la existencia de corrupción, y proceder respondiendo al pedido del pueblo.

Eduardo Gonzáles Calleja, en su importante trabajo "En las tinieblas de Brumario: cuatro siglos de reflexión política sobre el golpe de Estado", se-



ñala como sus características, la rapidez en su ejecución y su carácter violento pues por definición implica una transferencia de poder donde está presente la fuerza o la amenaza de su uso, aunque citando a Brichet señala que en otras circunstancias no han necesitado del empleo de la coacción física, sino de dosis adecuadas de decisión política, y en ese sentido, lo que caracteriza al golpe de estado no es su naturaleza violenta, sino su carácter ilegal, de trasgresión del ordenamiento jurídico-político tanto en los medios utilizados como en los fines perseguidos, sean estos el establecimiento de un régimen dictatorial o un cambio en el equilibrio constitucional de los poderes del Estado.

Sostiene el mismo autor que un golpe de Estado no implica siempre la conquista del poder establecido, sino que puede, simplemente, apuntar a una redistribución o reforzamiento de papeles en el seno de un gobierno dividido, (caso de los conflictos entre la Jefatura del Estado, del Gabinete o del Ejército), o a reordenar las relaciones entre los poderes Legislativo y Ejecutivo, como fue el caso de la "celada parlamentaria de Bonaparte el 18 de Brumario del año VIII de la Primera República Francesa.

Curzio Malaparte en su obra "La Técnica del Golpe de Estado" escrita en 1931, anota que la estrategia es siempre la misma, concentrar el ataque en el punto más sensible del adversario, invocar corrupción, el apoyo del pueblo, controlar los medios de comunicación y los servicios públicos.

La historia no se repite, pero como alguien escribió, a veces rima. Si la historia es el registro de la expresión del espíritu humano, desarrollada dentro de las posibilidades de su libertad, o si la historia se dirige a los hechos en su singularidad dejando de lado todo lo que pueda haber de ellos en común o general, es evidente que cada

hecho histórico añade algo propio y original a lo que han creado sus antecedentes.

El coup d'état de Napoleón.

En la historia de los golpes de estado de la era moderna, el del 18 de Brumario de Napoleón es tal vez el que mayor estudio ha concitado. Para comenzar, le dio nombre al hecho.

La Revolución Francesa iniciada con la toma de la Bastilla el 14 de julio de 1789, tras abolir la monarquía atravesó por periodos de grave desorden y agitación, y en su etapa final, la constitución de 1795 organizó el Estado encargando el poder ejecutivo a un Directorio de cinco miembros y el poder legislativo a dos Consejos, uno de Ancianos y otro de quinientos diputados. Para entonces la corrupción campeaba, ciertos políticos habían amasado grandes fortunas, había escasez, inflación y desorden social.

Sieyés, Ducos, Constant y Tallérand conspiraron para poner fin a ese régimen y encontraron en el joven general Napoleón Bonaparte un actor adecuado a su propósito. Al efecto fabularon que los jacobinos (revolucionarios extremistas) organizaban una revuelta para tomar el poder y aduciendo razones de seguridad lograron que los Consejos se trasladaran de París a Saint Cloud.

El 18 del mes de Brumario del VIII año de la República (9 de noviembre de 1799) Napoleón se presentó ante los Consejos, como defensor de la Constitución ante el peligro jacobino, proponiendo la expedición de una ley que sustituía al Directorio por un consulado y disolvía los Consejos. El Consejo de ancianos lo escuchó en santa ira, pero en el de los diputados, que presidía su hermano Luciano, fue acogido con una tempestad de insultos, acusaciones y amenazas. No bien Napoleón se retiró de la sala los diputados votaron un decreto de su pros-

cripción, y estando a que en pocos minutos Napoleón quedaría fuera de la ley y comprometido todo el plan, decidió forzar el procedimiento parlamentario, y ordenó a la tropa que había cercado el salón de la Orange-rie, cargar contra el Consejo de los quinientos.

Al día siguiente Luciano logró reunir un grupo de diputados, que aprobó la creación del consultado en sustitución del Directorio, la disolución de los consejos y su reemplazo por dos comisiones de 25 miembros cada una, que se encargarían de votar las leyes propuestas por los cónsules y elaborar una nueva constitución: Se dispuso el destierro de los jacobinos. Los tres cónsules fueron Sieyés, Ducos y el mismo Napoleón, quien fue el único que ejerció el poder y condujo el gobierno hasta que el 2 de diciembre de 1804 en que se coronó emperador de Francia.

Malaparte, comentando esos momentos señala que el plan fue urdido buscando darle apariencias de legalidad y basado en los procedimientos parlamentarios; que Bonaparte preocupado por salvar la apariencia de la legalidad y por permanecer en el terreno de los procedimientos parlamentarios se presentó como un liberal, creando escuela en ese sentido; que el plan hubiera fracasado si los Ancianos y los quinientos hubiesen sabido aprovecharse del error de Siéyes de no fabricar pruebas de la conspiración jacobina; que una táctica ofensiva basada en la lentitud de los procedimientos parlamentarios no puede llevar mas que a un fracaso; si los Consejos con su amenaza de proscripción no hubiesen puesto a Bonaparte en la necesidad de cortar por lo sano, de abandonar el terreno de la legalidad y recurrir a la violencia, el golpe de Estado se hubiera atascado en el procedimiento parlamentario; que el error de los Consejos puso a Napoleón entre la espada y la pared:

la fuga o la violencia y los “abogados” del cuerpo legislativo le dieron, sin querer, una lección de táctica revolucionaria; para aumentar el prestigio, la fuerza, la autoridad del Estado, la lógica bonapartista concibe la reforma de la Constitución y la limitación de las prerrogativas parlamentarias.

Malaparte señala como conceptos generales que en todos los golpes de Estado, la táctica de los catilinaros (en alusión a la conspiración de Catilina en Roma) consiste en forzar las cosas y la de los defensores del Estado en ganar tiempo; que el parlamento es el cómplice necesario, contra su voluntad, y al mismo tiempo la primera víctima; o acepta el hecho consumado y lo legaliza formalmente, transformando el golpe de Estado en un cambio de gobierno, o los catilinaros disuelven en parlamento y encargan a una nueva asamblea la legalización de la violencia; pero el Parlamento que acepta legalizar el golpe de Estado no hace mas que decretar su propio fin. No hay ningún ejemplo en la historia de una Asamblea que no haya sido la primera víctima de la violencia revolucionaria que ella misma aceptó legalizar.

En 1851, Karl Marx publicó un estudio “El 18 de Brumario de Napoleón”, relacionando ese momento histórico con el concepto de cesarismo.

El golpe de estado de Julio Cesar.

En la antigua Roma, la ciudad estado, cuando destituyeron al rey Tarquino el inicuo, e instituyeron la república, los romanos quedaron tan curados del poder absoluto que idearon un sistema de autoridad compartida, y así la administración fue encargada a dos cónsules con los mismos poderes, quienes debían actuar de acuerdo, de tal modo que uno de ellos podía interceder en el actuar del otro; pero comprendiendo al mismo tiempo, lo inoperativo que eso podía resultar en tiempos de peligro para la

república, acordaron que en esos casos el Senado podía instituir un dictador “pro tempore”. El Senado nunca dejó de ser, y las tropas romanas marchaban en su nombre llevando como estandarte un lábaro con sus iniciales SPQR. (senatus populus quirites romanorum).

Con la expansión territorial fue evidente que la constitución política pensada para una ciudad-estado era inoperante, pues el gobierno de las nuevas provincias se encargaba a gobernadores que actuaban sin la intervención de un colega.

Julio César, victorioso en la guerra de las Galias cruza el río Rubicón e ingresa a Roma con su ejército, contrariando con ello la prohibición del Senado de ingresar a Roma en armas. El otro cónsul Pompeyo huyó, el Senado recibió a Julio César y lo proclamó dictador. La historia posterior es conocida.

Algunas Conclusiones.

El control del ejercicio del poder siempre ha sido preocupación de la humanidad y origen de las constituciones escritas. El antecedente mas remoto se encuentra en la Carta Magna, en la que se instituye el habeas corpus y muchos años después en el Bill of Rights que firmó Guillermo de Orange en 1669, como condición para sumir el trono inglés, aceptando limitaciones al poder monárquico y el control del Parlamento.

El parlamento tiene por misión fiscalizar el Poder Ejecutivo. La función legislativa ya no es su tarea mas importante, pues por lo común los parlamentarios son los menos preparados para legislar.

Un Poder Ejecutivo debe saber desempeñarse con un parlamento opositor. Es cierto que la oposición debe ser leal. Un parlamento adicto, un parlamento “chi cheño”, no merece el nombre de tal.

Terminal Pesquero de Villa María del Triunfo

EMPRESA COMPROMETIDA CON EL PERÚ

» **Genera empleo, paga impuestos, y contribuye al fortalecimiento de la gastronomía nacional.**

El Terminal Pesquero de Villa María se ha convertido en el primer centro de abastecimiento de productos marinos de nuestro país, gracias al excelente servicio que brinda a su clientela, cumpliendo las estrictas normas de bioseguridad, ofreciendo alimentos de alta calidad al alcance de las grandes mayorías de peruanos, contribuyendo así al desarrollo nacional.

Según el empresario Edilberto Canales Pillaca, Director Gerente del Terminal Pesquero de Villa María del Triunfo, mostrando documentos en la mano, dicho terminal desde tempranas horas abre sus puertas para atender con mucho esmero y prontitud a los compradores, ofreciendo una gama de pescados y mariscos, que luego son degustados en las mesas de los restaurantes y de los hogares peruanos, siendo uno de los pilares de la rica gastronomía reconocida a nivel nacional e internacional.

Con gran entusiasmo, Canales Pillaca dijo que el Terminal Pesquero ha sido constituida, con el esfuerzo de sus hermanos, con el mayor objetivo de crear una empresa moderna, sus-



tentable, y socialmente responsable, siendo una gran fuente de empleo, contribuyendo puntualmente con el pago de impuestos y otras obligaciones tributarias, apostando y confianza siempre en nuestro querido Perú.

Debido al extraordinario éxito alcanzado en Villa María del Triunfo, Canales Pillaca anunció que estudian la posibilidad de construir un nuevo y moderno terminal pesquero, con la finalidad de ofrecer un servicio orien-

tado al mercado internacional, donde los productos peruanos gozan de gran demanda por su calidad y justo precio, y al auge impresionante de la gastronomía peruana.

El Terminal Pesquero, bajo la excelente administración de SERVICIOS INDUSTRIALES PESQUEROS S.A., está ubicada estratégicamente en la avenida Pachacutec 2901, en el distrito limeño de Villa María del Triunfo.

PERÚ, ¿HACIA DÓNDE VAMOS?

AUTOR: JULIO RAMÍREZ

Ahora los debates se dan en las calles, en los puestos de periódicos, en los hogares y en las oficinas. Unos dicen que estamos a la deriva. Que todo está paralizado. Otros dicen que vamos por buen camino.

Los peruanos podemos discrepar en democracia de manera alturada y civilizada.

Acepto que somos diferentes pero no indiferentes, insensibles ante el dolor humano. Hay un Perú que sufre. Un Perú que llora. Niños que mueren por falta de incubadoras en los hospitales, fallecen en verano deshidratados porque en sus casas no hay agua potable, mueren en los Andes como “pajaritos” por el friaje. Ellos también tenían derecho a la vida. Ya no están con nosotros. Y jamás serán el futuro de nuestro país.

Te invito a reflexionar juntos. ¿Cómo salimos del infierno de la violencia y la corrupción? ¿Hay luz al final del túnel? ¿Colocarán más piedras en el camino? No es fácil. En el Perú del siglo XXI, en plena era digital, es doloroso decirlo, no se respetan los derechos humanos. La vida no vale nada. (Te matan por un celular). Los valores morales son casi “letra muerta”.

No hay ética empresarial. (Quién dijo Odebrecht, el gigante brasileño de la construcción –quien ha pedido del entonces Presidente Lula, que estuvo preso por corrupción, en su afán expansionista del “socialismo salvaje”- compró conciencias, sobornó a presidentes, políticos y abogados).



La crisis en el Perú no solo es un asunto político, sino es ético y moral. La izquierda y la derecha están manchadas por la corrupción. Como presagiando lo que iba a ocurrir en el Perú del 2019, el ilustre pensador peruano Manuel González Prada, autor de la obra cumbre “Páginas Libres”: dijo desafiante: “Donde pongo el dedo sale pus”.

La corrupción destruye todo. ¡Te indignas! ¡Yo también!

Miremos la calle. ¿Por qué nuestros hermanos venezolanos se encuentran en el Perú? No están de vacaciones ni están haciendo turismo en

nuestro país. Ellos han huido de la violencia, del hambre, de la dictadura, de la muerte, del “socialismo salvaje”, que viola impunemente los derechos humanos. Han venido venezolanos buenos y venezolanos malos, éstos últimos son los “hijos de la violencia chavista”, que han venido con nuevas formas de hacer violencia, y de crimen organizado.

¿Y la administración de justicia? La ciudadanía no ve con buenos ojos, ni confía en el Ministerio Público, Poder Judicial ni en la Policía Nacional. Porque existe la percepción de que si tienes plata, aunque seas culpable, sales libre. O si eres inocente,

y no tienes dinero, puedes terminar preso. ¿Quién o quiénes cubren con el manto de la impunidad a los poderosos? Tiene la percepción que la lucha anticorrupción es una poderosa arma para golpear al adversario político, para mantener el control del poder, y que a nadie le interesa



hacer justicia.

La violencia campea en las calles ni en tu casa estás seguro. (Feminicidios, homicidios, violaciones, asaltos, secuestros y extorsiones, ordenados desde las cárceles).

El Perú se pinta como un país enfermo, violento, dividido, que no ha cicatrizado sus heridas del pasado, no ha logrado integrarse plenamente como nación, que proyecta su mañana con un futuro incierto.

Por tal motivo, urge humanizar la política. Que la política sea el arte de gobernar orientado al bien co-

mún, al servicio de nuestro país. En lugar de estar peleando, el Gobierno y la Oposición deberían sentarse en una mesa de concertación para dialogar sobre una agenda nacional.

A los ciudadanos nos interesa:

- El fortalecimiento de la democracia. (Equilibrio de poderes, líderes y partidos políticos honestos. No a la dictadura).
- Reactivación económica. (Destruir los grandes proyectos de inversión privada, más inversión pública, comercio justo, apoyo a los sectores productivos, poniendo énfasis en las Pymes).
- Desarrollo Humano. (Seguridad ciudadana, empleo digno, educación y salud de calidad).
- Lucha contra la corrupción. (Moralización en todos los sectores del Estado. No a la impunidad).

Como diría el poeta universal, el genial César Vallejo: "Hermanos, hay muchísimo por hacer". Manos a la obra.

De lo contrario, los líderes políticos estarán demostrando su falta de respeto y compromiso con el Perú. Nos quedamos con la frase célebre pronunciado por el entonces Presidente Pedro Pablo Kuczynski, quien renunció por estar implicado en actos de corrupción, que simboliza plenamente el sentir nacional: **"Los peruanos no quieren promesas. Quieren resultados"**.

Que la falta de fe, la desesperanza, la cultura del odio y la violencia no se apoderen de tu corazón.

Los peruanos observamos con preocupación que bajo la oscuridad de las sombras las mafias, Sendero Luminoso, Movadef, el crimen organizado y el narcotráfico siguen avanzando... ¡Cuidado!

Opino que ha llegado la hora impostergable de reconstituir el Perú, volver a la esencia, respondiendo a una

sola pregunta: ¿Para qué fue creado? En nuestras manos está hacer del Perú un país unido, justo y solidario. Un país libre de corrupción y de violencia. Libre de feminicidio. Libre de discriminaciones. Un país más humano. Para ello urge una nueva clase dirigencial, nueva clase política. Gente comprometida con el Perú, con el desarrollo humano de las personas que viven en nuestro país. Gente que no vea al Perú como su "feudo y botín", ni al Estado como su "agencia de empleo".

Los INCAS no necesitaron de "ideología foráneas" para ser IMPERIO, ni para construir Machu Picchu o para hacer trepanaciones craneanas, obras monumentales que maravillan al mundo de hoy. Solo les bastaron tres leyes:

AMA SUA (¡No seas LADRÓN!)

AMA QUELLA (¡No seas OCIOSO!)

AMA LLULLA (¡No seas MENTIROSO!)

El Tahuantinsuyo fue una civilización avanzada, desarrollada, de primer mundo.

"El Perú es más grande que sus problemas", dijo proféticamente el ilustre historiador tacneño, Jorge Basadre.

Que la barra de la peruanidad vibre de emoción, en tu corazón.

Estoy plenamente convencido que el Perú todavía es un país viable, con un pasado glorioso, un presente y un futuro por construir. Sí se puede. ¿O estoy equivocado?

Peruano, peruana, ponte la roja y blanca, y al unísono cantemos, a todo pulmón: **"Cómo no te voy a querer. Si eres el país bendito, la tierra linda que me vio nacer"**. ¡Vamos Perú!

He intentado hacer un análisis geopolítico, económico y social con enfoque de derechos humanos.

¡Muchísimas gracias! ¡Bendiciones!

REUNIONES DE NEGOCIOS CON AROMAS DE CAFÉ

Café Peruano celebra su día dando trabajo a dos millones. ¡Felicitaciones!

La ciudad de Lima es una congeladora. Y no hay nada más agradable, placentero, que disfrutar de un exquisito, aromático, rico y calentito café. Y si es peruano. ¡Mejor! El café no sólo me despierta, me acompaña, alegrándome las mañanas frías de invierno. Es como dice un viejo amigo: “El sol de invierno que alegra los corazones”.

El pasado 23 de agosto se celebró el Día del Café Peruano. Según el Ministerio de Agricultura, el café es el primer producto agrícola tradicional de exportación y da trabajo a dos millones de personas. ¡Qué buena noticia!

La conversación se está poniendo bonita e interesante. “Señor mozo: un taza de café, por favor”. Me sumo a la campaña para elevar el consumo anual de 650 gramos a 15 kilos al 2021. Peruano (a) consume lo que el Perú produce. Porque es de calidad internacional.

Según PromPerú, nuestro país es el segundo exportador de café orgánico del mundo y número uno en envíos a Estados Unidos.

Sin duda, todo un éxito fue la feria “Café 10 Mil: Expresión Cafetalera del VRAEM”, realizado en el miraflo-rino Parque Kennedy, donde los más exigentes paladares saborearon más de 200 tipos de grano.

Fue un festival de sabores. Unió a las familias, a los amigos. Todos unidos por una causa noble: el café, un viejo conocido, un compañero fiel en el camino de la vida.

¿SABÍAS QUÉ?

El café es ideal para combatir el terrible estrés, es antioxidante, cuida el hígado y previene la diabetes. Beber una taza de café peruano al día, recomiendan los nutricionistas, genera grandes beneficios para la salud humana.

Me convenció. Le tomo la palabra. Todos de acuerdo. Negocio cerrado. ¡Salud con café peruano!





DISFRUTA DE LA
VARIEDAD
DE SANGUCHES
DE JAMÓN Y QUESOS
DE LA MEJOR CALIDAD



CHOCOLATES



ACEITUNAS



QUESOS REGIONALES



EMPANADAS



JAMÓN DEL PAÍS



SANDWICH DE PAVO

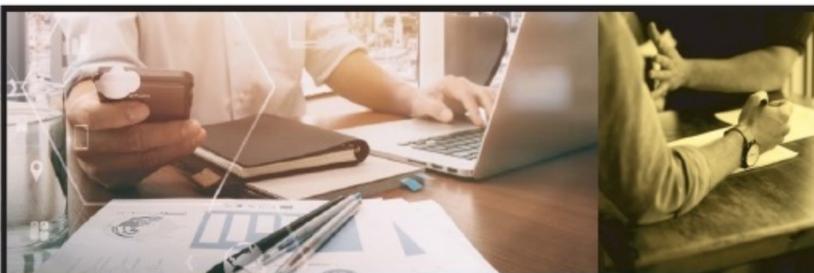
JR. AUGUSTO WIESE 504 - 520 (EX CARABAYA) CERCADO DE LIMA
☎ 426.0058 - 696.3387



- † Servicio de sepelio
- † Servicio de cremación
- † Traslados nacionales e internacionales
- † Ataúdes de alta calidad
- † Urnas de madera y marmol
- † Servicio las 24 horas del día los 365 días del año
- † Asesoramiento en seguros de vida, salud y eps



Jr. General
Córdova 1526
Lince



ASESORÍA LEGAL



Bramont Arias, Llontop & Asociados
Abogados

**ABOGADOS
ESPECIALISTAS**
A TU SERVICIO

ASESORAMIENTO EN LA
REALIZACIÓN DE TRÁMITES
NOTARIALES, REGISTRALES,
ADMINISTRATIVOS Y
PATROCINIO DE PROCESOS
CIVILES EN GENERAL

(511) 435 1903

AV. JAVIER PRADO ESTE 4397, 1er. PISO - SURCO
E-mail: jose.llontop@bllpabogados.com.pe

INSTITUTO DE EDUCACION SUPERIOR TECNOLOGICO PRIVADO



TAYLOR

Autorizado por el Ministerio de Educación
R.M. N° 874-84 E.D. y R.D. N° 024-2007 - E.D. REVALIDACIÓN

www.institutotaylor.edu.pe

- ¿Deseas estudiar pronto?
- ¿Quieres ayudar a tus padres?
- ¿Deseas estudiar una carrera profesional?
- ¿Pero el costo es muy alto?

36
AÑOS

A SU SERVICIO



Título profesional a nombre de la Nación

CARRERAS DE 3 AÑOS EN:

- **ENFERMERÍA**
- **ADMINISTRACIÓN**
- **CONTABILIDAD**
- **COMPUTACIÓN é INFORMÁTICA**

BENEFICIOS:

- Modernos Laboratorios.
- Centro de Cómputo implementado con internet.
- Convenio con Empresas, Hospitales y Centros de Salud
- Carnet de 1/2 pasaje.

JR. CHOTA 915 - LIMA - TELF: 431 7020 / 302 6841
(ALTURA HOSPITAL LOAYZA - ALFONSO UGARTE)
JR. CALLAO 435 - CHOSICA - TELF: 360 0531
AV. BUENOS AIRES 441 - PUENTE PIEDRA - TELF: 548 4765
istptaylor@hotmail.com



*¡Feliz Navidad!
¡Próspero Año Nuevo!*

Son los más
sinceros deseos
para los Empresarios
y Empresarias de
nuestro querido Perú.

¡Unidos saldremos adelante!

CONSTRUYENDO UN PERÚ MEJOR
Empresario



COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES
INCA GARCILASO DE LA VEGA

PROMOVEMOS AHORRO PARA GRADUACIONES

SERVICIO DE GRADUACIONES

- >>> TOGAS
- >>> TARJETAS DE INVITACIÓN
- >>> DIPLOMAS
- >>> MEDALLAS
- >>> FOTOGRAFÍA
- >>> ANUARIOS
- >>> FILMACIÓN
- >>> MONOLITOS
- >>> BRINDIS DE HONOR
- >>> BUFFET
- >>> PLACAS RECORDATORIAS
- >>> AUDITORIOS



Te Ofrecemos Calidad, Seriedad y Experiencia