

## EL PRÓXIMO AÑO

Dos temas, uno local y otro internacional, son las fuentes de preocupación con respecto al desempeño económico del Perú durante el próximo año. Internamente, resultan inquietantes la incertidumbre política y las disputas entre el Poder Ejecutivo y el Congreso de la República. En el plano global, nos mantenemos a la expectativa de lo que ocurre en torno a la guerra comercial entre Estados Unidos y China.

A nivel sectorial, los rubros vinculados a la demanda apresurarán el paso en los siguientes 12 meses. Servicios, construcción, manufactura y comercio serán los que marcarán la pauta. Respecto a los precios, se anticipa una ligera aceleración de la inflación, empujada por el crecimiento de la demanda interna.

¿Llegaremos a crecer 4% durante el próximo año? ¿Se dinamizará la inversión pública y privada? En general, ¿qué se espera de nuestra economía para 2019? Estas y otras interrogantes son las que se intenta responder en el informe de portada de la presente edición de *Business*.

En el número que usted tiene en sus manos también se presenta un informe sobre la llamada omnicanalidad de las empresas comerciales, así como un análisis de la actual responsabilidad social empresarial en nuestro país. Complementa este ejemplar una nota sobre el futuro del marketing y una evaluación de las empresas tóxicas.

*Business*

2019

# SUMARIO

**BUSINESS** · Número 275 ·  
Diciembre 2018

## INFORME CENTRAL

### PROYECCIONES 2019

En el mes de diciembre las empresas establecen sus proyecciones para el próximo año en base a los estimados a nivel país. ¿Qué se espera de nuestra economía para 2019? ¿Cuáles son las proyecciones de las principales variables macroeconómicas? ¿Dónde estarán los principales riesgos? El crecimiento del PBI podría llegar a 4%, y los principales peligros son la incertidumbre política y la guerra comercial entre Estados Unidos y China.

## EMPRENDIMIENTOS

### A LA CONQUISTA DE LIMA

Nacidos en la ciudad de Juliaca (Puno), los helados Ice Pop comienzan a conquistar ahora el mercado limeño. Ya están en Minka y Plaza Norte. Sus planes para el próximo año son bastante ambiciosos. Entrevista con el gestor de este negocio.

## 10 PROYECCIONES 2019



## TECNOLOGÍA

### LA EMPRESA OMNICAL

Frente al avance de la tecnología digital entre los consumidores, las empresas ahora se ven obligadas a comunicarse a través de múltiples canales: tiendas físicas, teléfono, páginas web, redes sociales, correo electrónico, etcétera.

## MARKETING

### VIAJE AL FUTURO

Si fuera posible hacer un viaje a través del tiempo, ¿qué consejos se les podría dar a los marketers del año 2068? Conozca ocho lecciones que trascienden las épocas. Ojo: ni la creatividad ni la tecnología tienen la razón al 100%.

## MERCADOS

### URGENCIA SOCIAL

La responsabilidad de las empresas frente a la sociedad en la que se desarrollan es cada vez más importante. Se trata de un criterio que se ha convertido en imprescindible para las compañías del siglo XXI.

## 27 VIAJE AL FUTURO



## MANAGEMENT

### DESARROLLANDO TU LIDERAZGO

El liderazgo es la capacidad de influenciar a otros para hacer que las cosas sucedan. ¿Cómo desarrollar esta capacidad? Luis Suárez, ex presidente de PepsiCo para Latinoamérica y Europa, brinda lecciones basadas en su propia experiencia.

## TENDENCIAS

### GENERACIÓN ALFA

Surge un nuevo grupo de consumidores: aquellos nacidos después del año 2010. Las empresas los tendrán en la mira porque son quienes nacieron con la tecnología a cuestas y serán compradores completamente distintos.

## RR.HH.

### CAPACITACIÓN ANTE TODO

Un reciente estudio muestra que siete de cada diez peruanos consideran que les faltan herramientas para su desarrollo laboral. Es una tarea pendiente para las empresas.