

**LEGAL**



**> Pago del Impuesto a la Renta 2007.** Sunat, el organismo recaudador, elevó el monto mínimo de renta anual a partir del cual los profesionales independientes considerados en la cuarta categoría, deben presentar

declaración anual de Impuesto a la Renta. El monto se elevó de S/.29.750 en el 2006 a S/. 30.188 en el 2007. El formulario PDT 659 estará disponible desde el 22 de febrero en la web de Sunat.

NORMAS LEGALES 8/1/08. PÁG. 363397

**> Se elevó el fondo que estabiliza los precios de los combustibles.** Mediante el Decreto de Urgencia 005-2008, el Poder Ejecutivo dispuso que el Ministerio de Economía y Finanzas transfiera otros S/.200 millones al Fondo de Estabilización de Precios de los Combustibles. La semana pasada, el mecanismo se había agotado.

NORMAS LEGALES 11/1/08. PÁG. 363672



**INDUSTRIA** ■ AGRESIVO PLAN DE EXPANSIÓN EN CARTERA



ÓSCAR ROCA/ARCHIVO

**PASOS.** UNA NUEVA ADQUISICIÓN, QUE SE CONCRETARÁ EN BREVE, APUNTA A UNA METALMECÁNICA LÍDER EN EL MERCADO LOCAL.

**INDUSTRIA** ■ ¿DE HILADOS A AGROINDUSTRIA?

## Grupo Amsa piensa en diversificar sus negocios

El grupo Amsa, líder en la industria textil de hilados de acrílico y con una importante participación en el negocio de envases PET, está evaluando diversos proyectos para iniciar un proceso de diversificación.

Aunque Pramod Mittal, gerente general del grupo, asegura que aún no hay nada definido, reconoce que el interés apuntaría, sobre todo, a la agroexportación. “El grupo Amsa ya está pensando en diversificarse y en apostar por nuevos rubros. Sin embargo, este es un proceso que tardará un par de meses más en madurar”, sostuvo el ejecutivo.

Respecto al desempeño de Filamentos Industriales, Mittal indicó que la industria se vio fuertemente afectada luego de la última rebaja arancelaria, que bajó de 12% a 9% el arancel pa-



**IMÁN.** BUSCAN INVERTIR EN CULTIVOS EN EL NORTE.

ra la importación de hilado sintético procedente de China e India, lo que generó baja de precios en su rubro. “Esperamos que no se haga una nueva reducción; de concretarse las empresas locales saldrían del mercado”, dijo. Añadió que, pese a todo, su empresa se mantuvo estable, gracias a un proceso de reducción de costos y márgenes de venta. ▲

# Aceros y Techos a punto de cerrar la compra de dos nuevas empresas

OPERACIONES SERÁN FINANCIADAS CON RECURSOS PROPIOS. FIRMA DUPLICÓ SU TAMAÑO EN MENOS DE TRES AÑOS

En el 2008, Aceros y Techos (Acetesa) tiene previsto continuar con su agresivo plan de crecimiento que, al igual que en los dos últimos años, vendrá de la mano de un proceso de compra de empresas.

De hecho, según su gerente general, Luis Dyer, las negociaciones para la adquisición de una compañía metalmeccánica estarían a punto de cerrarse. “Estamos en los detalles finales. Estimamos que la operación, que nos permitiría comprar una empresa de tamaño similar a Acetesa, podría cerrarse en cual-

quier momento”, sostuvo.

Pero este no es el único proyecto que manejan, pues para completar su plataforma de servicios, que además de la fabricación de calaminas, clavos y otras estructuras metálicas también contempla el servicio de instalación y construcción, esperan adquirir una empresa de ingeniería. “Estamos analizando opciones entre las cinco que están en el mercado”, dijo.

Para ambas iniciativas, sostuvo que no necesitarán endeudarse (utilizarán recursos propios), pues gracias a los diversos proyectos

realizados en el 2007 (participaron en la construcción de algunos autoservicios), la compañía cuenta con suficiente liquidez. Asimismo, precisó que esta estrategia responde a la necesidad de aprovechar el buen momento por el que atraviesa el sector construcción.

“Existen muchas obras del sector agroindustrial y minero que están por desarrollarse y donde nos interesa participar ofreciendo no solo materiales sino también servicios”, dijo. Acotó que esperan cerrar el año con un crecimiento de 50% respecto del 2006. ▲

**CONSUMO MASIVO** ■ CAMPAÑA DE VERANO

## Pepsi busca ídolo peruano

Otra marca que se lanza a la caza del verano. Pepsi, como parte de su campaña para la temporada que se inicia, lanza Abriendo puertas, campaña que tendrá como objetivo encontrar al próximo ídolo de la juventud. El ‘spot’ que lidera su propuesta tiene como personaje principal al reggaetonero M.C. Francia.

La campaña saldrá al aire a partir de mañana. Además del comercial, Pepsi lanza una estrategia que se vinculará con Internet. ▲



**INTERNET.** PEPSI USARÁ EL BLOG Y HI5 PARA SU CAMPAÑA.