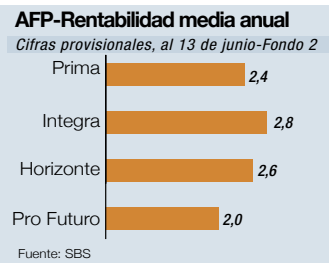
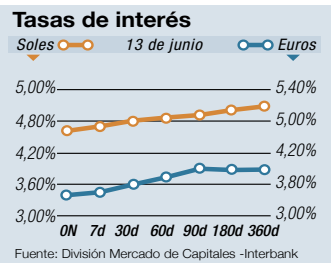


**PORTA FOLIO**

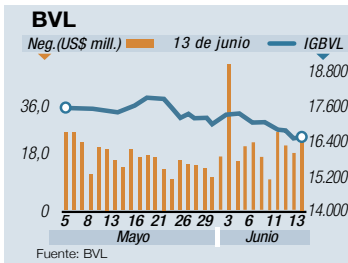
AL 13/06



**Fondos mutuos**

TIPO DE FONDO	EL MÁS RENTABLE	RENDIMIENTO MENSUAL
RENTA FIJA US\$	Scotia Premium	↑ 0,65%
INTERNACIONAL US\$	BCP Internacional	↑ 0,57%
RENTA FIJA US\$	BCP Conservador	↑ 0,53%
CORTO PLAZO US\$	Scotia Fondo Cash	↑ 0,51%
RENTA FIJA US\$	Interfondo PLUS	↑ 0,50%
RENTA FIJA US\$	Interfondo RF	↑ 0,50%
RENTA FIJA US\$	Interfondo Cash	↑ 0,47%

Fuente: Conasev



**EMPRESAS :: LOS MEJORES LUGARES PARA TRABAJAR EN LA REGIÓN**

# Doce peruanas entre las 100 líderes

KIMBERLY-CLARK, IBM DEL PERÚ Y MICROSOFT FIGURAN ENTRE LAS 25 PRIMERAS EMPRESAS DEL ESTUDIO QUE HACE EL GREAT PLACE TO WORK INSTITUTE

Ser un buen lugar para trabajar tiene su premio. El pasado 4 de junio se realizó en el hotel Crowne Plaza de la ciudad de Monterrey, México, la Cuarta Conferencia Latinoamericana de Great Place to Work 2008. En este certamen, al que asistieron unas 300 personas, se dio a conocer el ranking de las 100 mejores empresas para trabajar en la región, en el que figuran doce organizaciones peruanas.

La primera del ranking total resultó ser la brasileña Chemtech, una firma de consultoría y de servicios de ingeniería y tecnologías de la información, que a partir del 2001 es subsidiaria de la compañía alemana Siemens.

Entre las 25 primeras firmas, hay tres perua-

## El mejor lugar

En México se realizó una premiación que llegó a su cuarta versión. La ganadora fue una brasileña filial de la alemana Siemens.

### Lista de las 100 mejores empresas para trabajar en Latinoamérica

Puesto	Empresa	País	No. de empleados	Industria
1.	Chemtech	Brasil	347	Tecnología de la información
2.	Coca-Cola de Chile S.A.	Chile	121	Manufactura y producción
3.	Kimberly-Clark Ecuador S.A.	Ecuador	286	Manufactura y producción
<i>Empresas peruanas:</i>				
8.	Kimberly-Clark Perú	Perú	1.012	Manufactura y producción
11.	IBM del Perú	Perú	351	Tecnología de la información
13.	Microsoft	Perú	63	Tecnología de la información
<i>Otras empresas peruanas:</i>				
3M		Chile-Perú	206 (Chile) 136 (Perú)	Manufactura y producción
Cineplanet		Perú	665	Entretenimiento
Hewlett Packard		Perú	169	Tecnología de la información
Hipermercado Tottus		Perú	2.059	Retail
Interbank		Perú	2.849	Servicios financieros
Interseguro		Perú	337	Servicios financieros
J & V Resguardo		Perú	4.146	Servicios profesionales

Fuente: Great Place to Work Institute-Perú

EL COMERCIO

**CONSUMO :: DE LÍQUIDOS Y MEDIDAS**

## ¿Cómo estamos en el consumo de bebidas?

La visita a Humberto Zogbi, gerente de Coca-Cola Servicios del Perú, sirvió para conocer cuáles son las cifras de consumo de las diversas categorías del mercado de bebidas, en todos sus nichos. A saber: los de gaseosas, agua, agua sa-

borizada, néctares, refrescos e isotónicas.

La conclusión: no solo que el Perú es un mercado con consumos por debajo de los otros países de la región, sino la constatación de que el mercado de gaseosas es, de lejos, el más

### Beber peruano

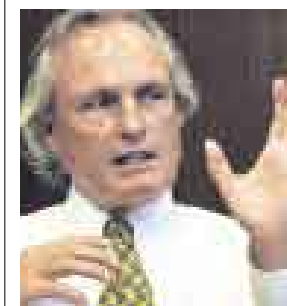
Categoría	Litros per cápita
Bebidas gaseosas	47,2
Agua	13,3
Agua saborizada	0,4
Néctares	4,2
Refrescos	3,8
Isotónicos	2,1

Fuente: Coca-Cola Servicios

DÍA\_1

**CONSUMO :: AMPLIACIÓN**

## Inversiones en Alicorp



**MÁS PASTAS.** LA EMPRESA DEL GRUPO ROMERO CRECE.

nas; y entre las 75 restantes, que no se agrupan por orden de méritos, sino por orden alfabético, figuran otras nueve organizaciones locales.

A la ceremonia asistieron representantes de ocho empresas peruanas, entre ellos Gustavo Pesquín, gerente general de Pfizer; Blanca Quino, gerente general de Kimberly-Clark Perú; Javier Calvo Pérez, director gerente de JV Resguardo; así como ejecutivos de Repsol YPF, Minera Río Tinto, Cementos Lima y Supermercados Peruanos.

El estudio del Great Place to Work Institute abarcó más de 1.100 empresas de nueve países de la región (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Uruguay y Venezuela). Estas empresas tienen una fuerza laboral conjunta de más de 1,6 millones de trabajadores.

El modelo que el Great Place to Work Institute usa para evaluar el clima laboral en las organizaciones se basa en cinco ítems: credibilidad, respeto, imparcialidad, orgullo y camaradería.

“Nuestro presupuesto de inversiones para este año supera los US\$20 millones”, dijo Leslie Pierce, gerente general de Alicorp, empresa del Grupo Romero. Alicorp se ha embarcado en varios proyectos para ampliar su tamaño. “Como el consumo crece, nosotros estamos adelantando nuestras ampliaciones de capacidad para hacer frente a esa mayor demanda”, señala. El proyecto más evidente: el aumento en 20% de la capacidad de su planta de pastas, con una línea más, en su complejo del Callao. Un proyecto que estará listo a fines de año y en el que invertirán US\$8 millones.

Pierce tiene la confianza de haber gestado, junto con sus colaboradores, una organización que ahora es capaz de lanzar productos con valor agregado de manera continua, con lo que este año superaría la barrera de los US\$1.000 millones anuales en ventas. “En nuestra cartera existen nuevos productos que van a venir”, dice Pierce. Chicha Negrita embotellada y las galletas Salix son parte de este estrategia, que apunta, cada tres meses, a lanzar un nuevo producto.

importante. En ese sentido, un punto de crecimiento en el mercado de gaseosas en el Perú equivale a un crecimiento de 3% en el de aguas; de 11% en el de néctares; 13% en el de aguas saborizadas y de 22% en isotónicos.

Actualmente hay 80 marcas que compiten en estos negocios, de las cuales 24 pertenecen a la transnacional Coca-Cola.