

CCL organiza I Congreso Internacional de Ingeniería y Construcción

El 12 y 13 de julio de 2022 se llevará a cabo el «I Congreso Internacional de Ingeniería y Construcción: El país que queremos», organizado por el Gremio de Construcción e Ingeniería de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

Este evento presencial que se realizará en el Centro de Convenciones de la CCL, será inaugurado por la presidente de la CCL, Rosa Bueno de Lercari, el presidente del Gremio de Construcción e Ingeniería de la CCL, Miguel Honores Medina y el decano del Consejo Departamental de Lima del Colegio de Ingenieros del Perú, Roque Benavides Ganoza.

El objetivo de este Congreso es identificar los principales proyectos emblemáticos que requiere el Perú, para cerrar y atender la brecha de infraestructura en nuestro país, así como dar a conocer las oportunidades de desarrollo y de inversión en este importante sector, que contribuirá a dinamizar la economía en el país.

Expositores

Entre los expositores que participarán figuran el viceministro de Economía, Alex Contreras Miranda; la presidente de la Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional (AFIN), Leonie Roca; el presidente de la Alianza para Obras por Impuestos – ALOXI, Dario Zegarra; y el director ejecutivo

de la Agencia de Promoción de la Inversión Privada (Proinversión), Rafael Ugaz Vallenias.

También estarán presentes como expositores el director del Equipo Especializado de Seguimiento de la Inversión (MEF), Eduardo Gonzales; el presidente del Comité de Infraestructura, Energía y Minería de Amcham, Carlos Alarco; el socio de DEE Consultores, Miguel Prialé Ugás; y el ex director general de Programas y Proyectos de Transporte del MTC y director de Planificación de Infraestructura Educativa de Minedu Emerson Castro Hidalgo.

Asimismo, se contará con la presencia del gerente general de Aunor, Rafael Moya (Proyecto emblemático); del gerente general de Acciona Construcción S.A. Sucursal Perú, Guillermo López – Cediell Fernández; y del gerente general de Ferrovial Construcción Perú, José Antonio Tellez, (Proyecto vía Evitamiento de Chimbote); así como del gerente de Construcción del Proyecto de Ampliación del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez de Lima Airport Partners (LAP), Javier Salazar (Proyecto del Aeropuerto Jorge Chávez).

Del mismo modo figuran el director de PMO Vía Expresa Santa Rosa y Nueva Carretera Central, Olivier Flury; la representante de Egis en Perú PMO Proyectos Hospitalarios, Natalia Rey de Castro; el director de la PMO del Aeropuerto Internacional de Chinchero – Cusco, Carlos Fernández Esteban; el director de PMO del Consorcio Koulu de Escuelas Bicentenario, Steve Roarty; y el director de Infraestructura para América Latina por el Departamento de Comercio Internacional del Reino Unido, Luke Durigan, entre otros.

Temas a tratar

De esta manera, durante el primer día del Congreso se abordará temas como las oportunidades de innovación y transferencia de conocimientos en acuerdos G2G, las nuevas oportunidades de los contratos colaborativos en el Perú y los mecanismos de financiamiento para la reactivación económica 2022 y 2023.

Mientras que en el segundo día se tratará el impacto y beneficios de las Juntas de Resolución de Disputas en los proyectos de inversión pública, el BIM en América Latina y la colaboración en proyectos públicos y privados, las Asociaciones Público Privadas (APP) y las Obras por Impuestos (OxI) como propuestas alternativas a la inversión pública tradicional, los proyectos emblemáticos de construcción en el Perú con participación de inversión privada y la actualización del PNIC: una oportunidad para el cierre de la brecha de infraestructura y la reactivación económica.

Además, habrá charlas técnicas virtuales a través del Zoom y será una oportunidad para hacer networking con grandes empresas e instituciones del sector.

Para participar en el **«I Congreso Internacional de Ingeniería y Construcción: El país que queremos»**, puede inscribirse en este **link**.

Consejos para maximizar el dinero de la CTS

En tiempos de crisis económica y sanitaria como la que atravesamos a causa del COVID-19 es fundamental cultivar hábitos que permitan aprovechar el rendimiento de la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS). Frente a este escenario es muy importante que los trabajadores administren sus ahorros de forma oportuna y tomen medidas financieras que los beneficien acorde a sus necesidades.

Uno de los desafíos del sector es instaurar una cultura financiera de buenas prácticas de ahorro, en ese sentido identificar y maximizar buenas tasas de interés es indispensable.

Si los usuarios rentabilizan y capitalizan los montos de la CTS pueden obtener un mejor crecimiento económico, tan necesario para encontrar nuevos giros de negocio, identificar oportunidades de inversión o cancelar deudas, señaló Mario Cifuentes, gerente de la División de Banca Personas y Convenios del Banco de Comercio.

“Acorde a las necesidades de las personas tenemos una campaña con una de las tasas más rentables y competitivas del mercado en el sector de bancos, brindando una Tasa de Rendimiento Efectivo Anual (TREA) de 5.50% en soles a los clientes, por cualquier importe, comprometiéndonos así con las familias y trabajadores para que puedan disponer de las mejores opciones financieras. Hay que tener presente que este fondo está pensado para emergencias, por ello sugerimos retirarlo solo si

es muy necesario", indicó.

Para que los usuarios utilicen de la mejor manera el monto de la **CTS**, el experto del Banco de Comercio recomendó los siguientes criterios a considerar:

1. Define tus prioridades financieras

Considera que la esencia de la **CTS** es un seguro de desempleo que protege el porvenir de los trabajadores, es por ello debes tener claro las prioridades, expectativas de inversión y objetivos financieros realistas desde un principio, además asegúrate de elegir una entidad sólida y regulada por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS).

2. Gasta sólo aquello que necesites

Recuerda **retirar el monto** de la Compensación por Tiempo de Servicios (**CTS**) solo si lo necesitas, atravesamos tiempos de emergencias, aprovechar el rendimiento sostenido de una buena tasa de interés es clave, responsable y oportuno. Si conservas los fondos en tu cuenta CTS mantienes la generación de rentabilidad. Por otro lado, puedes optar por retiros de manera total o parcial hasta el 31 de diciembre del 2023.

3. Evalúa otras alternativas de

ahorro con tasas competitivas

Si retirar el monto de la **CTS** no está dentro de tus prioridades económicas, proyecta y considera los beneficios de los intereses para saber cuánto dinero ganarás considerando esta variable financiera. Es importante que tengas claro tu perfil de riesgos para elegir el producto financiero más conveniente, por ejemplo, uno de los beneficios de la cuenta **CTS Soles** del Banco de Comercio es que ofrece un seguro de vida gratuito, con una cobertura de cinco veces el fondo de CTS Soles.

4. Cambia las monedas según tus necesidades económicas

En caso necesites **ahorrar en dólares** puedes modificar la moneda a tu CTS y de esta manera conservas la naturaleza de intangible e inembargable de la cuenta, se recomienda realizar esta operación con anticipación y de forma planificada.

5. Administra y gestiona tus finanzas con responsabilidad

Atravesamos un panorama económico complejo a nivel mundial y en el país, es recomendable administrar el dinero de la CTS con prudencia y acorde a la necesidad personal de cada persona, la naturaleza de este dinero es preventiva. Además, cubre y verifica tu presupuesto de ingresos, deudas y gastos siempre a mediano y largo plazo, así podrás identificar si realmente requieres gastar o ahorrar ese dinero, por ejemplo, para estudios o emprender un negocio.

Durante el 2022 el **Banco de Comercio** ha identificado que la demanda por la apertura de sus cuentas CTS ha representado un crecimiento de 2%. Asimismo, la organización proyecta cerrar este año con un crecimiento de 4% de usuarios que eligen a Banco de Comercio para la apertura de sus cuentas CTS.

Finalmente, para aquellos usuarios interesados en la apertura o traslado de su CTS pueden ingresar a la web: CTS Soles – Portal Banco de Comercio (bancomercio.com), el Banco de Comercio pone a disposición sus canales de atención y red de Agencias a nivel nacional.

Francisco Carvajal: Consumidor Z, hiperconectado ante las marcas

Gracias a la alianza entre APEIM (Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados) con la Escuela de Ventas y Marketing de la CCL, tenemos este espacio donde el socio Francisco Carvajal de la APEIM nos hablará sobre «Consumidor Z, hiperconectado ante las marcas».

Aquellas personas nacidas entre 1990 y 2010, naturalmente cómodas con la tecnología y con una barrera cada vez menos perceptible entre el mundo real y el digital, son quienes hoy popularmente conocemos como centennials o generación Z, los primeros ‘nativos digitales’. Las marcas que desean atraer la

atención de este público -que viene conquistando contundentemente espacios en el mercado laboral y aumentando su poder adquisitivo- tienen importantes retos comunicacionales para lograr ser relevantes entre ellos.

Al contar con más y mejores herramientas digitales a su disposición, muchos de estos jóvenes han vivido siempre sumergidos en los beneficios de la innovación tecnológica. **De acuerdo con el Target Group Index (TGI) de Kantar IBOPE Media, un peruano 'Z' pasa en promedio 1.092 minutos a la semana conectado a internet en actividades que no tienen relación con su trabajo o estudios, es decir, más de 18 horas; y cerca de 7 de cada 10 lo hace a través de sus smartphones. Por ello, llegar a este público y tener una presencia potente en la web es una necesidad para las empresas.**

La naturaleza digital de los centennials impacta también en la manera cómo interactúan con las marcas. Quienes hoy tienen entre 12 y 24 años son hasta un 6% más propensos a dar 'Me gusta' o seguir productos en sus redes sociales; y es un 5% más probable que también lo hagan con sus celebridades preferidas. **La influencia, no obstante, es bidireccional; el rol que cumplen las redes sociales en la manera cómo este público toma decisiones de compra no es menor: el 52% asegura que suele seguir marcas y el 47% siente que habla con mucha gente sobre productos.**

Estas son también sus plataformas predilectas para mantenerse relacionados. El 38% utiliza las redes para jugar, un 8% por encima que el resto de la población; y el 35% forma parte de grupos que los acercan a sus amigos o perfiles con interés similares a los suyos. Asimismo, cerca de la mitad afirmó que utiliza conscientemente esos espacios para enterarse de las

últimas noticias y de hechos de actualidad.

Sin duda, el mundo digital es una parte importante para la Generación Z; sin embargo, no lo es todo. El estudio TGI halló que, a la par que esta audiencia navega entre publicaciones de Instagram y Tik Tok, también consumen intensamente más contenido de video y audio: el 88% sigue viendo TV con regularidad y el 28% escucha radio desde un aparato convencional.

Además, en este público continua la popularidad por realizar actividades recreativas como lo fueron el pintar, dibujar, ir a la playa y salir a caminar. Por ello, una marca debe apostar por lo digital, sin descuidar su relevancia en el mundo físico y los demás canales de comunicación tradicionales.

En la Escuela de Ventas y Marketing CCL tenemos algunas investigaciones sobre tendencias del consumidor peruano las cuales las podemos compartir con los Socios CCL, lo puede solicitar a consultoria@camaralima.org.pe"