

ACUERDO SOCIAL PARA CRECER

En el Perú se han identificado 192 conflictos que podrían retrasar la recuperación de la inversión. El Gobierno debe poner énfasis en desarrollar una agenda social, más aún porque el nivel de pobreza se incrementará por la actual crisis económica.

REVISAR NUESTRA
VERSIÓN DIGITAL



Guía virtual de **DELIVERY**

Registra tu negocio y
empieza a vender.



#AunClickDeDistancia

www.guiadeliveryccl.pe



La Cámara de Comercio de Lima te ofrece
una página web que te ayudará a difundir el
servicio de delivery de tu empresa.



CONOCE LOS RUBROS DISPONIBLES:

SERVICIOS PROFESIONALES / LICORERÍAS / BODEGAS Y SUPERMERCADOS
RESTAURANTES / SERVICIOS PARA EL HOGAR / BOTICAS Y FARMACIAS Y MÁS



GENERAR EMPLEO FORMAL

CONSEJO DIRECTIVO 2019-2020

PRESIDENTA

Sra. Yolanda Torriani

PRIMER VICEPRESIDENTE

Sr. Peter Anders Moores

SEGUNDO VICEPRESIDENTE

Sr. José Armando Hopkins Larrea

TESORERO

Sr. Gabriel Nudelman Grinfeld

VOCALES

Sra. Elka Popjordanova Profirova

Sr. Leonardo López Espinoza

Sr. Jorge Ochoa Garmendia

Sr. Bernardo Furman Wolf

PAST PRESIDENT

Sr. Mario Mongilardi Fuchs

DIRECTORES

Sr. Guillermo Angulo Miranda

Sr. Luis Antonio Aspillaga Banchemo

Sr. Rudolf Becker Rodríguez de Souza

Sr. Carlos Alfredo Calderón Huertas

Sr. Rubén Carrasco De Lama

Sr. Jorge Chávez Álvarez

Sr. Giovanni Conetta Vivanco

Sra. Patricia Dalmau García Bedoya

Sr. John Gleiser Schreiber

Sr. Pier Carlo Levaggi Muttini

Sr. Carlos Mujica Barreda

Sr. Luis Nevaes Robles

Sr. Omar Neyra Colchada

Sra. Leslie Passalacqua Walter

Sr. Mario Pasco Lizárraga

Sr. Juan Carlos Pizarro Arista

Sr. Luis Felipe Quirós Medrano

Sr. Ramiro Salas Bravo

Sr. Bernd Schmidt Osswald

Sr. Pedro Tomatis Chiappe

GERENTE GENERAL

Ing. José Rosas Bernedo

DIRECTOR INSTITUCIONAL

Dr. Carlos Posada Ugaz

Si bien el mayor impacto de la pandemia mundial del coronavirus es la irreparable pérdida de vidas, que en el caso de nuestro país supera –según cifras oficiales –los 30.000 muertos, igualmente grave y dramática es la pérdida de puestos de trabajo, que impide a millones de familias acceder al bienestar que con tanto esfuerzo habían construido, incluyendo servicios básicos como la salud y la educación.

Se estima que 6'700.000 trabajadores a nivel nacional han perdido sus empleos en los últimos meses. Es una cifra que, al igual que la de los fallecidos, resulta escalofriante. Revertir esta situación es responsabilidad de nuestras autoridades y de nosotros, los empresarios.

Para iniciar el camino de la recuperación –que parece darse con una menor caída del empleo en el trimestre junio, julio y agosto- es necesario, en primer, lugar hacer un diagnóstico del punto de partida.

La crisis económica que devino en una crisis del empleo, ha impactado principalmente en quienes tienen únicamente educación primaria y secundaria, es decir, con menor capacitación y que, por lo general, forman parte de los millones de trabajadores informales de nuestro país.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el trimestre móvil junio, julio, agosto 2020, la Población Económicamente Activa (PEA) disminuyó en 45% -respecto a similar periodo del 2019- entre quienes tienen educación primaria o menor nivel educativo.

Asimismo, el otro grupo más afectado fue el de los jóvenes, pues el empleo juvenil, que corresponde a la población ocupada de 14 a 24 años de edad, cayó 43,7% en los periodos comparados.

Si bien por su propia naturaleza no es posible medirlo con certeza, muchos economistas estiman que estos porcentajes remiten a la pérdida del empleo informal, aquel que no le otorga al trabajador ningún beneficio social ni muchos genera un respaldo para situaciones como la que afrontamos.

En esa medida, cualquier planteamiento de reactivación con miras a recuperar el empleo debería considerar cómo incorporar, bajo un nuevo esquema, a los trabajadores menos capacitados y a los jóvenes.

Ello debería pasar por un programa de reentrenamiento de las personas e identificar sus opciones de reinserción laboral. Recordemos que el mundo post pandemia exigirá nuevas destrezas, vinculadas con la digitalización de muchos bienes y servicios que antes se brindaban de manera distinta.

Además, con ello podríamos comenzar a formalizar mucho más el empleo, pues el hecho de tener que abrir cuentas bancarias para acceder a la ayuda social del Estado es un primer paso en esa formalización de quienes hasta antes de la Covid-19 laboraban de manera informal.

De igual manera, debemos plantearnos programas especiales para los jóvenes. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), más de la cuarta parte de los jóvenes que forman parte de la fuerza laboral de América Latina estaría buscando activamente un empleo, pero no lo podrán conseguir en una coyuntura como la actual. Es más, una buena parte de ellos venía desempeñándose también en el sector informal.

Se requiere entonces de programas específicos para jóvenes, quienes además podrían retornar a sus estudios, pues son miles los que tuvieron que dejarlos por la falta de ingresos.

La tarea es ardua y cuesta arriba pero también representa una oportunidad para cambiar las estrategias que tenía nuestro país para incorporar más trabajadores al sector formal y para promover el empleo entre los jóvenes.

No se trata solo de resolver el problema actual del desempleo, sino de mirar el futuro para generar empleo formal de manera sostenible. De este modo, retomar el crecimiento económico tendrá un verdadero sentido.



Yolanda Torriani

Presidenta de la Cámara de Comercio de Lima

ÍNDICE



PÁGINA 6

INFORME ECONÓMICO

EN EL PERÚ EXISTEN 192 CONFLICTOS SOCIALES QUE PODRÍAN RETRASAR LA RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN. ÁNCASH, CUSCO Y LORETO SON LAS REGIONES CON MÁS CASOS.



PÁGINA 9

INFORME LEGAL

CONTRATOS DE TRABAJO A PLAZO FIJO: REGLAS Y RECOMENDACIONES



PÁGINA 12

INFORME ESPECIAL

TRANSPORTE INTERPROVINCIAL: CUESTA ARRANCAR

PÁGINA 18

GREMIOS

SECTOR RETAIL PLANTEA PAGAR MENOS IGV

PÁGINA 24

ENTREVISTA

CHRISTIAN SUSAN: "BUSCAMOS QUE EL SECTOR INFORMAL PIENSE QUE ES 'UN MAL NEGOCIO' SERLO"

GESTIÓN TV

CONSULTORIO DE NEGOCIOS

REUNIONES VIRTUALES DE NEGOCIOS Y NUEVAS OPORTUNIDADES COMERCIALES

Este tipo de encuentros logra cumplir y atender las necesidades y expectativas comerciales de vendedores y compradores. En estos tiempos ha resultado muy ventajoso, pues permite que las empresas participantes ahorren tiempo y dinero.



TWITTER | TRENDING TOPICS

Presidencia CCL



Ahora que las expectativas empresariales –según el Banco Central de Reserva– comienzan a recuperarse, no es el momento de enfrentamientos políticos. Apoyemos y cuidemos el esfuerzo de los emprendedores y empresarios en la reactivación económica.

@PRESIDENCIACCL

PRESIDENTE DEL COMITÉ EDITORIAL

Bernardo Furman Wolf

DIRECTOR

Carlos Posada Ugaz

JEFA DE PRENSA E IMAGEN

Carmen Anaya Valer

EDITOR

Fernando Chevarría León

EDITOR DIGITAL

Ricardo Mayta Pinedo

COORDINADORA

Raquel Tineo Ramos

REDACCIÓN

Maribel Huayhuas Vargas

Erika López Sevilla

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Daniel Campos Hidrogo

Roberto Inga Noteno

FOTOGRAFÍA: Francisco Gonzales

ANÁLISIS ECONÓMICO

Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP)

ANÁLISIS DE COMERCIO EXTERIOR

Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior (Idecam)

JEFE DE PUBLICIDAD

Robert Sosa Herrera

EJECUTIVOS DE PUBLICIDAD

René Mendiburu Nieto

Ricardo Angelats Corzo

Julissa Donayre Nieto

Lacye Vasquez Chavez

Grecia León Belleza

Jessica Ortiz Alayo

Publicidad: publicidad@camaralima.org.pe

NUESTRAS SEDES

SEDE JESÚS MARÍA

Av. Giuseppe Garibaldi 396, Jesús María.

Teléfono: (511) 463-3434

SEDE LOS OLIVOS

Av. Carlos Izaguirre N° 754, Los Olivos.

(frente a la Municipalidad de Los Olivos)

Teléfono: (511) 219-1843

SEDE GAMARRA

Jr. Gamarra N° 653, Of. 601 (Galería Plaza), La Victoria.

Teléfono: (511) 219-1840

SEDE CALLAO

Av. Óscar R. Benavides N° 5411 Parque Industrial - Callao, (Ex. Av. Colonial).

Teléfono: (511) 219-1505

SEDE SANTA ANITA

Calle Los Cipreses N° 140 5to piso,

Of. 501 - Edificio Orbes

Teléfono: (511) 219-1510

SEDE SAN JUAN DE MIRAFLORES

Calle Manuel Pazos 456 (Alt.

cuadra 7 de la Av. San Juan)

Teléfono: (511) 219-1516

SEDE CENTRO AÉREO COMERCIAL

Av. Elmer Faucett s/n, Mód. "A", Of. 206.

Teléfono: (511) 219-1841

IMPRESIÓN:

CORPORACIÓN GRÁFICA UNIVERSAL S.A.C.

HECHO EL DEPÓSITO LEGAL EN LA BIBLIOTECA NACIONAL
LEY N° 26905, REGISTRO N° 2001-3291



OPTIMA
Factoring Perú

**IMPULSANDO
EL CRECIMIENTO
DE TU NEGOCIO**

¿Tienes facturas por cobrar?

**Obtén liquidez inmediata e incrementa
tu capital de trabajo**

**Ingresa a nuestra plataforma de facturas negociables
www.optimafactoring.com.pe**

**Contáctanos al: (01) 500-1150 o al 942 264 449 - 941 380 473 / informes@optimafactoring.com.pe
Oficina Central: Av. Javier Prado Este 492 int 201 - San Isidro**



91
PAISES



40 400
PROFESIONALES



318
OFICINAS



+ 10.4%
CRECIMIENTO

DESCUBRE MAZARS...

AUDITORÍA CONTABILIDAD IMPUESTOS CONSULTORÍA

ACCÉDE A NUESTRA CENTRAL DE RECURSOS COVID-19, ELABORADA COMO RESULTADO DE NUESTRA EXPERIENCIA ASISTIENDO A CLIENTES A NIVEL GLOBAL DURANTE LA CRISIS, DONDE ENCONTRARÁS DE MANERA GRATUITA INFORMACIÓN Y HERRAMIENTAS QUE TE AYUDARÁN A NAVEGAR EN ESTOS TIEMPOS DIFÍCILES.

CONTÁCTANOS.

 VENTAS@MAZARS.PE
 WWW.MAZARS.PE
 MAZARS PERU
 MAZARS PERU



MAZARS

ÁNCASH, CUSCO Y LORETO SON LAS REGIONES CON MÁS CONFLICTOS SOCIALES

En el Perú se han identificado 192 conflictos que podrían retrasar la recuperación de la inversión. El Gobierno debe poner énfasis en desarrollar una agenda social, más aún porque el nivel de pobreza se incrementará por la actual crisis económica.





Instituto de Economía y
Desarrollo Empresarial - CCL

La economía peruana viene mostrando signos de recuperación. Desde que se aprobó hace tres meses la reanudación de actividades, la caída del producto mes a mes viene siendo cada vez menor. En abril, el PBI cayó 40,5%, luego los descensos han sido menores: mayo (-32,8%), junio (-18,1%) y julio (-11,7%). En los siete primeros meses del año, el PBI 2020 acumula una caída de 16,5% respecto a similar periodo del 2019.

Si se mantiene la tendencia de menores contagios y fallecidos por la COVID-19 se podrá sostener la trayectoria del PBI. Ello no evitará la recesión para el presente año, pero sí la disminuirá y, posteriormente, acelerará el crecimiento económico para el 2021.

SECTORES ECONÓMICOS

Con las cifras a julio, publicadas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), se puede proyectar que a fin de año habrá crecimiento en determinados sectores como Financiero y seguros, Administración pública, Telecomunicaciones y Agropecuario, los cuales representaron en 2019 el 21,2% del PBI.

En la frontera entre la recesión y crecimiento tenemos a Electricidad y Agua, Pesca y Otros servicios, que significaron un 16,4% del PBI. En

suma, podemos aspirar a que sectores que aportaron un 37,6% del PBI 2019 logren en 2020 un mayor nivel de producción.

Como se puede comprobar, estamos aún lejos de recuperar o superar el PBI previo a la crisis sanitaria. En la fase IV de la reactivación aún hay actividades importantes intensivas en mano de obra que no reinician operaciones. Además, hay dos sectores que podrían girar la balanza hacia un crecimiento: Minería y Manufactura, los que al mes de julio se han contraído en 18,1% y 20,7% respectivamente. Estos podrían ser los sectores que en el primer o segundo trimestre del año 2021, junto con los otros ya mencionados, podrían iniciar la recuperación plena de la economía peruana.

CONFIANZA EN LA ECONOMÍA

Necesitamos recuperar el dinamismo de la demanda interna y fundamentalmente la inversión privada y pública. A raíz de la crisis actual, el nivel de confianza de las expectativas de la economía a tres meses aún se encuentra en el tramo pesimista, pero también viene

mejorando sostenidamente. Hoy se ubica sobre los 38,1 puntos en franca recuperación desde el piso de 9,1 que se ubicó en el mes de abril. Hay que recordar que dicho índice apenas superaba los 50 puntos (tramo optimista) en los meses de noviembre y diciembre 2019.

Recuperar la confianza por parte de la inversión y el consumo es clave para la reactivación económica, así como una política fiscal activa como se espera para lo que resta del presente año y según se señala en el presupuesto 2020. A la par, es importante prevenir aquellos factores que pueden poner en riesgo la recuperación y desempeño de la inversión privada, como es el caso de los conflictos sociales.

CONFLICTOS SOCIALES

Según el Reporte de Conflictos Sociales N° 197, elaborado por la Defensoría del Pueblo (DP), al mes de julio del presente año se identificaron 192 conflictos sociales, el mayor número registrado desde noviembre 2018 (194). De dicho total, 142 son activos y 50 se encuentran en condición de latentes.

La diferencia entre uno y otro, es

ÍNDICE DE EXPECTATIVAS EMPRESARIALES



Fuente: Defensoría del Pueblo

Elaboración: IEDEP

que en el primer caso se manifiesta mediante medidas de fuerza, entretanto el segundo aparentemente se encuentra inactivo. Los conflictos se concentran en tres regiones, Ancash (20 casos), Cusco (20) y Loreto (19).

Según dicho reporte, 92 conflictos se encuentran en proceso de diálogo (64,8% de los casos activos), 83 mediante mesas de diálogo, 9 casos se encuentran en reuniones preparatorias para el diálogo y 78 casos cuentan con la presencia de la Defensoría en los espacios de diálogo.

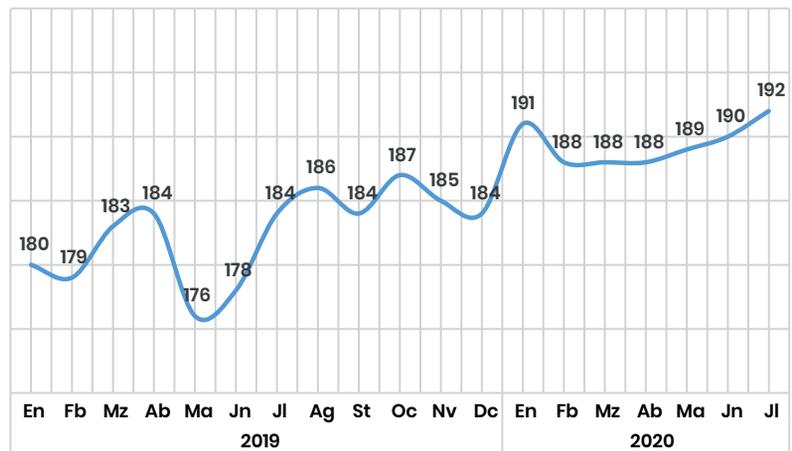
Como precisa la Defensoría del Pueblo, esta información es una señal de alerta para el Estado y la sociedad en general para tomar decisiones y enfrentar los conflictos por la vía de la ley y del diálogo, que toma mayor relevancia en esta etapa de inicio de la reactivación económica. Para el presente año se proyecta un aumento en el nivel de pobreza en el país, que puede ser revertida si logramos acelerar la inversión regional que traerá consigo una mayor producción y empleo.

INVERSIÓN Y POBREZA

Según el INEI, nueve regiones tienen un nivel de pobreza que supera el 30% de su población, con datos estimados al 2019. De dicho total,

EVOLUCIÓN DE CONFLICTOS SOCIALES

(Nº DE CASOS)



Fuente: Defensoría del Pueblo

Elaboración: IEDEP

dos regiones tienen un importante número de megaproyectos que superan los US\$ 10.000 millones y que, de realizarse, contribuirían con un mayor crecimiento de la región y la consiguiente generación de empleo, ingresos y menor pobreza monetaria.

Es el caso de las regiones Cajamarca y Apurímac, que cuentan con 27 y 14 megaproyectos por US\$ 18.997 millones y US\$ 10.801 millones, respectivamente. Sin embargo, la Defensoría del Pueblo ha identificado 11 y 15 conflictos

sociales que podrían detener dichas inversiones.

Asimismo, se tiene la región de Loreto con 15 megaproyectos por US\$ 8.385 millones, pero, entre las nueve analizadas, es la que cuenta con el mayor número de conflictos sociales (19). Similares características se encuentran en regiones como Puno (14) y Pasco (9), y con menores conflictos se tiene a Ayacucho (7), Amazonas (5), Huánuco (3) y Huancavelica (2).

Según un estudio publicado por la Comisión Económica para América Latina en 2012, los conflictos sociales en la región presentan rasgos comunes, exclusión y desigualdades crónicas. En el caso del Perú el Índice de Gini –indicador de desigualdad– ha mejorado en los últimos diez años. Sin embargo, la población, sobre todo rural, aún no lo percibe.

El presupuesto público 2021, que aún no ha sido aprobado, debería contemplar recursos en estas regiones con mayores conflictos, para desarrollar una agenda social que, sumados a los compromisos de inversión y respeto al medioambiente, contribuirán a la recuperación de la inversión y el crecimiento económico para el 2021.

CONFLICTOS SOCIALES, POBREZA Y CARTERA DE PROYECTOS

Región	Conflictos N°	Pobreza (%)	Cartera de Proyectos	
			US\$ Millones	N°
Total	192	20,2	122.345	542
Loreto	19	30,5	8.385	15
Apurímac	15	30,5	10.801	14
Puno	14	36,9	3.637	25
Cajamarca	11	36,9	18.997	27
Pasco	9	30,5	1.095	10
Ayacucho	7	36,9	320	9
Amazonas	5	30,5	665	11
Huánuco	3	30,5	1.326	18
Huancavelica	2	36,9	1.340	12

Fuente: Defensoría del Pueblo, INEI, IEDEP

Elaboración: IEDEP

CONTRATOS DE TRABAJO A PLAZO FIJO: REGLAS Y RECOMENDACIONES

En el Perú, de cada 10 trabajadores, siete son contratados a plazo fijo. En este informe detallamos los aspectos que los empleadores de la actividad privada deben tener en cuenta al celebrarlos.





VÍCTOR ZAVALA

Gerente legal
Cámara de Comercio de Lima
vzavala@camaralima.org.pe

La Ley de Productividad y Competitividad Laboral – DS 003-97-TR (TUO del D. Leg. 728), desde el año 1991 a la fecha, contiene las reglas que deben de tener en cuenta los empleadores para celebrar contratos de trabajo a plazo fijo, bajo nueve modalidades contractuales, con los requisitos y plazos pre establecidos para cada modalidad contractual.

Debido a la rigidez de los fallos del Tribunal Constitucional y del Poder Judicial, que prácticamente han “impuesto” la estabilidad laboral en nuestro país, las empresas han optado por celebrar contratos de trabajo a plazo fijo; pues de cada 10 trabajadores siete son contratados a plazo fijo, cuyas reglas sintetizamos en este informe y que deben de tener en cuenta los empleadores de la actividad privada.

Conforme a la ley acotada, los contratos a plazo fijo pueden celebrarse cuando así lo requieran las necesidades del mercado o mayor producción de la empresa, así como cuando lo exija la naturaleza temporal o accidental del servicio que se va a prestar o de la obra que se ha de ejecutar, excepto los contratos de trabajo intermitentes o de temporada que por su naturaleza pueden ser permanentes (Art. 53°).

MODALIDADES.- La Ley de Productividad y Competitividad Laboral regula las siguientes modalidades de contrato de trabajo a plazo fijo:

a) Contratos de naturaleza temporal (Art. 54°)

- **Contrato por inicio o incremento de actividad.-** Aquel celebrado entre un empleador y un trabajador, originado por el inicio de una nueva actividad empresarial, entendiéndose como tal el comienzo de la actividad productiva o la posterior instalación o apertura de nuevos establecimientos o mercados, así como el inicio de actividades nuevas o el incremento de las ya existentes. Su duración máxima es de tres años (Art. 57°).

DEBIDO A LOS FALLOS RÍGIDOS DEL PODER JUDICIAL Y DEL TC, LAS EMPRESAS CELEBRAN MAYORMENTE CONTRATOS A PLAZO FIJO

- **Contratos por necesidades de mercado.-** Para atender incrementos en la producción, originados por variaciones sustanciales de la demanda en el mercado por razones coyunturales y que no pueden ser satisfechos con personal permanente. En estos contratos deberá constar la causa objetiva que justifique la contratación temporal (Art. 58°). Este contrato puede ser renovado sucesivamente por el término máximo de cinco años (Art. 74°).

b) Contratos por reconversión empresarial.- Es el celebrado en virtud de la sustitución, ampliación o modificación de las actividades desarrolladas en la empresa; originadas por la variación de carácter tecnológico en las maquinarias, equipos, instalaciones,

medios de producción, sistemas, métodos y procedimientos productivos y administrativos (Art. 59°). Su duración máxima es de dos años.

c) Contratos de naturaleza accidental (Art. 55°)

- **Contrato ocasional.-** Para atender necesidades transitorias distintas de la actividad habitual del centro de trabajo (Art. 60°). Su duración máxima es de seis meses a un año.

- **Contrato de suplencia.-** Para sustituir a un trabajador estable, cuyo vínculo laboral se encuentre suspendido por alguna causa justificada prevista en la legislación vigente, o por efecto de disposiciones convencionales aplicables en el centro de trabajo. La reincorporación oportuna del trabajador estable extingue el contrato de suplencia.

En esta modalidad de contrato se encuentran comprendidas las coberturas de puestos de trabajo estable, cuyo titular por razones de orden administrativo debe realizar temporalmente otras labores en la empresa (Art. 61°). Su duración será la que resulte necesaria, según las circunstancias.

- **Contrato de emergencia.-** Para cubrir necesidades promovidas por caso fortuito o fuerza mayor. (Art. 62°). Su duración debe coincidir con la de la emergencia.

d) Contratos para obra o servicio

- **Contrato para obra determinada o servicio específico.-** Contrato con objeto previamente establecido y de duración determinada (Art. 63°). Su duración será la que resulte necesaria.

- **Contrato intermitente.-** Para cubrir necesidades de las actividades de la empresa que por su naturaleza son permanentes pero discontinuas. Estos contratos podrán celebrarse con el mismo

trabajador, debiendo consignarse con precisión las circunstancias o condiciones que deben observarse para que se reanude en cada oportunidad la labor intermitente del contratado (Arts. 64°, 65° y 66°).

- **Contrato de temporada.-** Para atender necesidades propias del giro de la empresa o establecimiento, que se cumplen sólo en determinadas épocas del año y que están sujetas a repetirse en periodos equivalentes. Si el trabajador fuera contratado por un mismo empleador por dos temporadas consecutivas o tres alternadas, tendrá derecho a ser contratado las temporadas siguientes (Arts. 67° al 71°).

REQUISITOS FORMALES PARA SU VALIDEZ.-

Los contratos de trabajo sujetos a modalidad necesariamente deberán constar por escrito y por triplicado, debiendo consignarse en forma expresa su duración y las causas objetivas determinantes de la contratación, así como las demás condiciones de la relación laboral (Art. 72°). Desde el

11.11.2016, de conformidad con el D. Leg. 1246, los contratos de trabajo a plazo fijo ya no se comunican a la Autoridad Administrativa de Trabajo.

DESNATURALIZACIÓN DE LOS CONTRATOS.-

Los contratos de trabajo sujetos a modalidad se desnaturalizan y, en consecuencia, se consideran de duración indeterminada, en los siguientes casos:

- Si el trabajador continúa laborando después de la fecha de vencimiento del plazo estipulado o después de las prórrogas pactadas, si estas exceden el límite máximo permitido para cada modalidad.
- Cuando se trata de un contrato para obra determinada o de servicio específico, si el trabajador continúa prestando servicios efectivos, luego de concluida la obra materia del contrato, sin haberse prorrogado o renovado el mismo.
- Si el titular del puesto sustituido no se reincorpora vencido el término legal o convencional y el trabajador contratado continuara laborando.
- Cuando el trabajador demuestre la

existencia de simulación o fraude. (Arts. 77° y 78°).

Labor distinta.- Realizar labor distinta para la cual fue contratada, no es causal para que el contrato se convierta en indeterminado.

D E R E C H O S Y BENEFICIOS.-

Los trabajadores contratados a plazo fijo, tienen derecho a percibir los mismos beneficios que por ley, pacto o costumbre, tuvieran los trabajadores con contrato de duración indeterminada del respectivo centro de trabajo, y a la "estabilidad laboral" durante el tiempo que dure el contrato, (Art. 79°). Si el empleador decidiera poner fin al contrato, deberá abonar al trabajador las remuneraciones dejadas de percibir hasta el vencimiento del contrato (con el límite de doce remuneraciones), las mismas que tienen carácter indemnizatorio.

Lo expuesto no resulta aplicable si el contrato es resuelto durante el periodo de prueba. El pago de las remuneraciones dejadas de percibir, sustituye a las indemnizaciones por despido injustificado (Art. 76°).

RECOMENDACIONES PARA CELEBRAR CONTRATOS A PLAZO FIJO

- No es recomendable utilizar un modelo de contrato que “baja de internet”; pues, para la validez del contrato se debe explicar las razones por las cuales se le contrata bajo determinada modalidad, cumpliendo los requisitos de ley.
- Según las estadísticas del MTPE, la mayoría de contratos a plazo fijo son por incremento de actividad, necesidades de mercado y por obra o servicio específico.
- Vencido el plazo pactado, el contrato se extingue, salvo que el empleador disponga prórroga o renovación del mismo.
- La prórroga del contrato debe hacerse antes que venza el plazo a prorrogar. Caso contrario, si el trabajador sigue laborando, se entenderá que su contrato se ha convertido en indefinido.
- El empleador no está obligado a dar aviso al trabajador sobre el vencimiento del contrato.
- Si se renueva el contrato –puede ser después de vencido el plazo–,

en el contrato a renovarse se pueden estipular nuevas condiciones. Por ejemplo: cambio de jornada, turno, reducción de sueldo, etc.

- El trabajador contratado a plazo fijo está sujeto al periodo de prueba de tres meses, aun cuando no se haya estipulado en el contrato.
- El estado de emergencia por la COVID-19 no obliga al empleador a tener que prorrogar o renovar el contrato a plazo fijo.
- Solo hay obligación de prorrogar/renovar el contrato, cuando la trabajadora acredita su estado de embarazo (Ley 30709 y DS 002-2018-TR).
- El trabajador puede ser cesado antes de superar el periodo de prueba, obviamente será por falta de capacidad/idoneidad para el cargo.
- El periodo de prueba sólo rige para el contrato inicial, no puede pactarse nuevo periodo de prueba en los contratos posteriores.
- El trabajador que renuncia antes

de cumplir un mes de servicios sólo tiene derecho a la remuneración por los días laborados y no tiene derecho a beneficios laborales.

- El trabajador permanente que renunció, no puede ser recontratado por la misma empresa, a plazo fijo, salvo que haya transcurrido más de un año desde el cese original.
- La prórroga del contrato es bajo las mismas condiciones; si el contrato es renovado, se puede convenir condiciones diferentes.
- Desde el 11.11.2016, con el D. Leg. 1246 se eliminó la obligación que tenían los empleadores de comunicar copia del contrato al MTPE.
- Si el trabajador es contratado por menos de cuatro horas diarias, la remuneración mínima se le puede pagar proporcionalmente.
- El trabajador contratado bajo la modalidad de suplencia, no puede seguir laborando una vez que se reincorpora el trabajador titular del cargo.



TRANSPORTE INTERPROVINCIAL: CUESTA ARRANCAR

Las empresas de este sector aún están reactivándose de manera muy lenta. Casi el 50% de la facturación diaria la generan los envíos de encomiendas.

POR: RAQUEL TINEO RAMOS
RTINEO@CAMARALIMA.ORG.PE

Debido a que todavía se mantienen las restricciones para el transporte en algunas regiones, los empresarios del sector ven con optimismo la próxima finalización del estado de emergencia prorrogada hasta el 30 de septiembre de este mes. De esta manera, podrían llegar a más ciudades y cumplir sus rutas.

Cabe resaltar que según el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) solo se permite este servicio en 116 provincias del país.

El presidente del directorio de Transportes CIVA, Luis Miguel Ciccía, señala que, lamentablemente, por las pocas ciudades que les toca cubrir desde Lima, no están llegando ni al 20% de lo que atendían normalmente en las 56 ciudades del país donde operaban.

“El 90% de los viajes son realizados

en su mayoría por comerciantes. Eso quiere decir que el comercio es el único que está moviendo y activando el sector. Turismo es cero. Quienes viajan para visitar a sus familiares son solo el 10%. Por ello, cuando cerraron Trujillo le cerraron el paso a miles de comerciantes que venían a Lima a hacer negocios”, explica.

Por su parte, el director ejecutivo de Oltursa, David Olano, refiere que la reactivación del sector aún es lenta, y la demanda esta contraída por los destinos limitados. “Se está movilizandando el 20% del total de personas que transportábamos en septiembre de 2019”, agrega.

Pese a ello, Luis Miguel Ciccía indica que los precios siguen siendo los de temporada media o a veces baja. Inclusive, si bien Transportes Civa tiene 1.600 colaboradores, el 25% de



El estabilizador ultravioleta CIVA UV, que utiliza luz ultravioleta para esterilizar todo tipo de ambiente, fue creado por la empresa de transportes Civa durante la pandemia. A la fecha, ya se vende a clínicas, hospitales, casas, hoteles y hasta a otras compañías del sector.

ellos aún no opera en las ciudades en cuarentena, por ello tuvieron que entrar en suspensión perfecta. Además, aclara que la empresa calificó para el préstamo de Reactiva Perú y ese capital lo invirtieron en pagar al personal.

Ante la próxima reanudación de las actividades turísticas de la Fase 4, David Olano, de Oltursa, comenta que mantiene la expectativa de que la demanda mejorará, lo mismo que se verá apoyado con la apertura de fronteras, eso reactivará nuevamente sus alianzas comerciales con agencias de viajes, hoteles, y operadores turísticos.

En tanto, Luis Miguel Ciccía, de Transportes CIVA, menciona que el transporte terrestre interprovincial se mueve más por los comerciantes y no tanto por el turismo. Por ello, no ve un buen futuro hasta fin de año. “Con la reactivación de ciudades como Trujillo, Arequipa o Ica, el comerciante también se va a reactivar y todos los trabajadores regresarán a sus labores.

PROTOCOLOS ESTRUCTOS EN VIAJES

Una de las obligaciones de las empresas del sector es la implementación de los protocolos de bioseguridad para proteger a los viajeros. Al respecto, Oltursa menciona que han implementando

estas medidas en todas sus instalaciones y buses, además las dan a conocer a través de sus redes sociales y avisos informativos en sus estaciones de embarque y desembarque.

“LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL PIERDEN MENSUALMENTE US\$ 235 MILLONES”, PRECISA OJEDA

“Hemos implementado la fumigación de los buses antes y después de todos los viajes, se han instalado cortinas biosanitarias entre asientos en todos nuestros servicios, hay una limpieza estricta con los elementos de seguridad como alcohol, lejía, entre otros. Y toda nuestra tripulación usa trajes de bioseguridad durante el viaje. También hemos implementado protocolos internos de bioseguridad en todas nuestras instalaciones”, anota David Olano.

En esa misma línea, Transportes CIVA ha colocado cortinas antifluidos en sus buses y están cumpliendo con

todo lo que demanda la norma para su desinfección y limpieza total. Inclusive, crearon su propio estabilizador ultravioleta, lo usan dentro del bus cinco minutos antes de que inicie el embarque de pasajeros para la esterilización del ambiente.

“El estabilizador ultravioleta CIVA UV lo creamos durante la pandemia y está dando resultados. Estamos vendiendo inteligentemente a clínicas, hospitales, casas, hoteles y hasta a colegas del sector transportes. Tenemos toda una línea de producción de este aparato”, sostiene Ciccía.

INFORMALIDAD AFECTA A EMPRESAS

Sin embargo, uno de los principales problemas que está mermando la actividad de las empresas de transporte interprovincial es la informalidad. La cuarentena focalizada en provincias ha provocado que las personas que desean movilizarse hacia esas ciudades prefieran tomar vehículos colectivos o vans ilegales.

De acuerdo con el gerente general de la Asociación de Transporte Terrestre de Pasajeros (Cotrap-Apoip), Martín Ojeda, el sector se ha reactivado con muchas falencias y mensualmente las empresas pierden US\$ 235 millones. “Las autoridades policiales se hacen de

la ‘vista gorda’ y la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías (Sutran) no pueden combatirla sin su apoyo”, añade.

“Solamente se está reactivando entre el 18% y 20% de las empresas que operaban el año pasado, y la demanda de pasajeros está entre el 5% y 10% de los que normalmente viajaban. Los demás pasajeros se van en los vehículos ilegales, para los cuales no existe ninguna sanción”, asevera y critica que entidades del Estado, como Indecopi, sancionen a formales por cosas que no son de su competencia, perjudicando más a las empresas de transporte interprovincial.

En ese sentido, David Olano, de Oltursa, propone que la suspensión perfecta de labores se confirme en el transporte formal, puesto que ya se amplió hasta el 6 de enero del próximo año, pero aún no se les confirma a las empresas que están trabajando entre un 15% y 20% de su capacidad operativa. También indica que, si bien se han reanudado las operaciones en ciudades como Arequipa, aún continúan cerradas más de 20 empresas.

Por ello, los empresarios del sector exhortan a la Sutran a poner mano energética en la fiscalización, además de la participación de Indeci en los terminales informales e incluso del Ministerio de Salud para realizar las pruebas de la COVID-19 a quienes no viajen con protector facial y mascarillas.

ENCOMIENDAS MUEVEN AL SECTOR

El presidente del directorio de Transportes CIVA, Luis Miguel Ciccía, apunta que lo ha crecido más en esta coyuntura es el envío de paquetería, encomienda y carga rápida, ya que eso si está permitido a cualquier ciudad, incluso en cuarentena, y está representando hasta el 50% de la facturación al día. “A falta de los permisos y traslados, los comerciantes envían paquetes a través de las empresas de transporte. Ahí es donde



Para Oltursa, el envío de encomiendas está ayudando a la baja venta de pasajes, y representa el 25% de la venta total, pero aún dependen de los destinos limitados por la emergencia.

compensamos nuestros ingresos para cubrir sobre todo la planilla”, recalca.

Asimismo, precisa que la empresa que ahora está cubriendo gastos ya es exitosa porque en los últimos meses han tenido que utilizar todas las herramientas que tenían, ya que no estaban facturando.

“EL ENVÍO DE PAQUETERÍA REPRESENTA HASTA EL 50% DE LA FACTURACIÓN AL DÍA”, SEÑALA CICCIA

Para Oltursa, esta unidad de negocio esta apoyando a la baja venta de pasajes, la cual actualmente representa el 25% de la venta total. “No obstante, el crecimiento aún esta limitado ya que dependemos de las bodegas, de los buses y de los destinos que estén activos”, resalta David Olano.

Los envíos al interior del país es el rubro que más se ha incrementado desde el levantamiento de la

cuarentena, también impulsado por el *e-Commerce*. Según Olva Courier, de todos los ingresos de envíos en general, el 70% va a provincias y el 30% se queda en Lima para entrega local. “Nosotros movemos más de 100.000 envíos al mes”, indica la jefa de planeamiento y control en Olva Courier, Jessica Vasquez.

Con la finalidad de proteger a los clientes, todas sus transacciones son *contactless* y sin firma, solo se le toma la foto al cliente como confirmación de la recepción, bajo su autorización, y se le rocía amonio cuaternario al paquete para su desinfección.

Desde que empezaron sus operaciones en junio pasado, ya casi están al 75% de lo que hacían antes de la pandemia. Es por ello que en Olva Courier tienen un producto especial llamado *e-Commerce Emprendedor* para que los negociantes puedan obtener tarifas preferenciales siempre y cuando mantengan 500 envíos mensuales como mínimo y tengan una página web o red social a través de la cual vendan. “Tenemos más de 2.000 usuarios de *e-Commerce* y cada mes vamos aumentando en alrededor 1.000 clientes”, agrega Vasquez.

HOJA DE RUTA DE INTERNET INDUSTRIAL PARA ICA

La digitalización de la cadena agroexportadora es relativamente baja en la región, solo el 9% de empresas agrícolas utiliza internet para distribuir productos en línea. Ello debe cambiar para ser más competitivos.





DR. CARLOS POSADA Ugaz

Director ejecutivo

Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior - CCL
cposada@camaralima.org.pe

Ica es una de las regiones con mayor crecimiento en nuestro país. Ubicándose en el 2019 como la quinta región más competitiva del Perú y la tercera con el mayor PBI per cápita, después de Moquegua y Arequipa. Es un gran ejemplo a seguir.

Hoy en día, esta región de más de 850.000 habitantes, es impulsada principalmente por uno de los sectores económicos más dinámicos y con mayor fuerza en el aporte de trabajo y en la economía del país: la agroexportación. Este sector ha ayudado a que esta región sea fructífera y sea considerada como la principal fuente de las exportaciones de frutas y hortalizas del país. Esta industria ha alcanzado los más altos y exigentes estándares requeridos por los supermercados y consumidores más sofisticados del mundo.

En sus tierras, entre muchos y variados cultivos, se producen uvas frescas, espárragos, paltas, cebollas, arándanos y granadas, productos que se encuentran dentro del top 5 de la oferta exportadora peruana.

Según la Dirección Regional de Agricultura, en la campaña agrícola 2019-2020, se sembraron 30.623 hectáreas de cultivos transitorios en la región Ica, lo que representó una participación de 1% de lo que se sembró a nivel nacional. Ver tabla N°1.

EXISTEN DIVERSOS DESAFÍOS PARA ASEGURAR EL BUEN DESEMPEÑO ECONÓMICO Y EXPORTADOR DE ICA

Los principales cultivos sembrados durante la campaña en mención fueron el maíz amarillo duro (14.711 hectáreas), la papa (3.291 hectáreas) y el algodón de palma (3.164 hectáreas).

SECTOR EXPORTADOR

Según el reporte regional de comercio exterior, elaborado por la Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior del Ministerio

de Comercio Exterior y Turismo, hasta el mes de julio del 2020, Ica exportó US\$ 1.928 millones, lo que evidenció una disminución de 20%, en relación al similar periodo del año anterior. Las exportaciones de hierro alcanzaron los US\$ 436 millones, lo que representó una participación de 23% del total exportado por Ica, y una disminución de 15%. Por su parte, las exportaciones de gas natural sumaron US\$ 249 millones. Este monto representó el 13% del total y una disminución de 38%. Le siguieron la uva con una participación de 18% y un incremento de 26%; y el estaño, con 8% de participación y una variación de -26%.

La región agrupa el 15,2% de las agroexportaciones del país, principalmente espárragos, uva y palta, a través de un corredor logístico de 500 kilómetros, que conecta las diferentes zonas de cultivo del departamento con el puerto y aeropuerto del Callao.

No obstante, el buen desempeño económico y exportador de la región Ica en los últimos años, es importante advertir que existen desafíos para mejorar la gestión del agua y el uso del suelo, reducir los tiempos de transporte y las pérdidas de productos en almacenamiento y carga; así como en optimizar los procesos de cosecha y recolecta, pero especialmente en optimizar la gestión integrada de la

CUADRO N°1

SIEMBRAS DE PRINCIPALES CULTIVOS TRANSITORIOS POR REGIÓN SEGÚN CAMPAÑA AGRÍCOLA (HECTÁREAS)

Zonas Geográficas	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17 ^{p/}	2017-18 ^{p/}	2018-19 ^{p/}	2019-20 ^{p/}
Nacional	2'170.072	2'204.122	2'118.634	2'121.156	2'182.506	2'139.582	2'073.587
Ica	50.044	52.549	41.610	45.366	44.115	43.091	30.623
Participación %	2%	2%	2%	2%	2%	2%	1%
Variación %		5%	-21%	9%	-3%	-2%	-29%

Fuente: Direcciones Regionales de Agricultura

Elaboración por: IDEXCAM

cadena de valor.

La digitalización de la cadena agroexportadora es relativamente baja, solo el 9% de empresas agrícolas utiliza internet para distribuir productos en línea.

SECTOR LOGÍSTICO

En el caso del sector logístico y de transportes, los indicadores son aún más críticos. En general, las empresas muestran un nivel de adopción bajo de plataformas B2B y la adopción de nuevos servicios como el internet de las cosas, el *Cloud*, la inteligencia artificial o el Big Data se encuentra en un estado muy bajo.

Las nuevas tecnologías podrían ser la clave para las plataformas de integración de procesos entre actores: transportistas, aduanas, sistemas portuarios y centros de acopio, así como los sistemas de gestión y verificación de la información mediante tecnologías tipo *blockchain*.

RED VIAL N° 6

La Red Vial N° 6 ocupa los tramos Puente Pucusana – Ingreso Cerro Azul – Cerro Calavera – Pampa Clarita – Intercambio Chincha Alta – Empalme San Andrés – Guadalupe, la cual suma 222 kilómetros. El Contrato de Concesión se suscribió el 20-09-2005 con la Concesionaria Vial del Perú S.A. (COVIPERÚ S.A.), conformada por la empresa peruana Construcción y Administración S.A. y por las empresas ecuatorianas Hidalgo & Hidalgo, y Conorte S.A. El objetivo es que la doble calzada de la Panamericana Sur desde Lima se extienda hasta el ingreso a Ica.

A la fecha, la construcción del tramo San Andres Guadalupe se encuentran en marcha y se espera que culminen las obras en los próximos 21 meses, descontando el periodo paralizado por la emergencia sanitaria.

La construcción de ese tramo facilitará la fluidez del tránsito vehicular, reduciendo los tiempos de viaje de Ica a Lima, así como el



La digitalización de la cadena agroexportadora iqueña es relativamente baja, pues solo el 9% de las empresas del sector utiliza internet para distribuir sus productos en línea.

transporte de productos agrícolas para la exportación.

TREN DE CERCANÍAS

El 10 de diciembre del 2019, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) suscribió un contrato por S/ 42 millones con el consorcio Tren Lima-Ica, para la elaboración del estudio de preinversión a nivel de perfil del denominado Tren de Cercanías, que unirá a los citados departamentos. El plazo del estudio es de 270 días calendario (aproximadamente 9 meses), a los que se agregan los periodos de revisión de cada etapa a cargo del sector y el levantamiento de observaciones. Es decir, para finales del 2020 se debería tener viable el proyecto y en el 2021 se tendría que iniciar el proceso de adjudicación a través de Proinversión. Cabe resaltar que los plazos se establecieron antes de que la Organización Mundial de Salud declarara como pandemia el brote de la COVID-19; por lo que los plazos podrían variar. Dicho consorcio está conformado por las empresas China Railway, Creec Perú, Vitrubio Ingeniería, Fynsa Ingenieros.

Cuando se culmine la consultoría, el MTC declarará la viabilidad y el proyecto pasará al ámbito de Proinversión, que tendrá a su cargo la convocatoria y posterior adjudicación

al sector privado que deberá ejecutar los estudios a nivel definitivo (expediente de ingeniería) y las obras físicas.

El denominado Tren de Cercanías, que unirá Lima e Ica, beneficiará a 969 mil habitantes de Lurín, Chilca, Mala, Cañete, Chincha e Ica. Se prevé que la obra tenga una inversión de más de US\$3.000 millones. Este proyecto reducirá los tiempos de viaje e intensificará el comercio y promoverá la producción agrícola. La infraestructura ferroviaria tendrá una longitud de 323,7 kilómetros, incluirán en algunos tramos túneles y en otros viaductos elevados para poder salvar algunos accidentes geográficos o cruces de avenidas urbanas. Además, deberá interconectarse con la Red Básica del Metro de Lima y Callao, los terminales portuarios del Callao y el Terminal Portuario General San Martín en Pisco.

Aún hay muchos retos para que Ica pueda mejorar su competitividad y ser más reconocido en los mercados más difíciles y competitivos que existen. Para ello, se debe mejorar la infraestructura vial e hidráulica, además, las empresas se deben adaptar a las nuevas tecnologías y plataformas que el mundo moderno brinda, se necesita eliminar la informalidad y mejorar el ordenamiento y planificación de la ciudad.



El sector *retail* ha sido muy afectado por la crisis económica y sanitaria originada por la COVID-19. Por ello, necesita medidas urgentes de salvataje para que las miles de empresas que lo conforman puedan seguir operando y generando empleo.

SECTOR *RETAIL* PLANTEA PAGAR MENOS IGV

El Gremio de Retail y Distribución también propone un plan de salvataje para las empresas del sector en el que se autorice la toma directa de impuestos.

Para reactivar la economía de las empresas formales, el gremio Retail y Distribución de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) ha planteado la reducción de la tasa del IGV del 18% a 9% hasta febrero 2022.

Hoy en día el Perú es uno de los países de Latinoamérica que cuenta con una de las tasas más altas de IGV, contrario a otras economías como Colombia y Ecuador, cuyo porcentaje es de 16% y 12%, respectivamente.

La presidenta del gremio Retail y Distribución de la CCL, Leslie Passalacqua, señaló que esta propuesta se da porque el sector

formal de comercio ha aportado de manera puntual al erario nacional durante las últimas dos décadas, y por esos aportes no ha recibido ningún beneficio directo.

“Ese compromiso tributario de los formales se ve reflejado en las cifras de los años 2018 y 2019 donde el sector comercio, que incluye a las empresas *retail*, aportó el 15,5% de los ingresos tributarios totales”, advirtió Leslie Passalacqua.

Además, resaltó que hay que considerar que el sector comercio es la tercera actividad económica con mayor aporte en los ingresos tributarios, detrás de Servicios (49%)

y Manufactura (16,1%).

La presidenta del Gremio de Retail y Distribución de la CCL agregó que este importante aporte al fisco proviene de las empresas formales, las que representan el 30% del universo empresarial del país, grupo que cumplen con el pago de diversos impuestos entre ellos IGV, detracciones a proveedores, Impuesto a la Renta de quinta categorías, etc.

“Si nuestras empresas fueran informales no aportaríamos ni un sol al fisco, pero a pesar de esta crisis sanitaria hemos continuado cumpliendo con nuestras obligaciones tributarias. Por eso necesitamos apoyo

del Estado para continuar con nuestras actividades”, remarcó.

Leslie Passalacqua afirmó que actualmente el sector que representa está fuertemente afectado, y hubiera podido recibir un mayor apoyo del Estado, pues se enfrenta a una economía informal que llega al 70%. “Además, los programas de ayuda, como Reactiva Perú, tampoco han sido suficientes porque al ser un préstamo la obligación de pago continúa en medio de una crisis generada por la pandemia”, dijo.

SALVATAJE PARA CONTRIBUYENTES

En ese sentido, Passalacqua propuso que los beneficios tributarios deberían ser tomados directamente de los impuestos, es decir que el Estado – mediante una normativa– acepte y autorice a los buenos contribuyentes (empresas formales) tener acceso a los aportes por concepto de IGV, cuyos recursos servirán para reflotar sus empresas. “Esta ayuda, denominada “Salvataje para buenos

contribuyentes”, sería un aporte para no dejar quebrar a las empresas del sector *retail*.

EL SECTOR COMERCIO APORTÓ EL 15,5% DE LOS INGRESOS TRIBUTARIOS EN LOS AÑOS 2018 Y 2019

La presidenta del Gremio Retail y Distribución de la CCL afirma que la Sunat sería la encargada de actuar de manera directa, informando mensualmente acerca de cómo las empresas están realizando las declaraciones de impuestos y sobre ello definir qué firmas podrán acceder a tal beneficio. “Con ese dinero se daría un respiro al sector ya que permitirá a las empresas desarrollar un plan de acción que las reflote y puedan continuar en la actividad comercial”, precisó Leslie

Passalacqua.

Explicó que en la propuesta de salvataje se aplican escalas de beneficios tributarios que el Estado podría determinar según venta o flat para todas las empresas. “Al sector le convendría un 50%, pero no seríamos nosotros los que tomemos esa decisión”, remarcó.

La representante gremial explicó que, de no darse esta medida, las empresas de *retail*, al no tener recursos, volverían a negociar nuevas tarifas con los centros comerciales, pues no podrían cumplir con el pago del alquiler lo que las llevaría a reducir personal y en casos extremos, cerrar los negocios. Por lo tanto, ello solo generaría más retrasos para reactivar la economía e incrementaría el desempleo en el país.

En esa misma línea, destacó el papel del sector *retail* y su aporte al crecimiento del país en los últimos 20 años, ya que ha sido participe en la generación de puestos de trabajo a nivel nacional, debido, principalmente, a su importante expansión en todas las ciudades del país.

PROPUESTA DE SALVATAJE PARA EL SECTOR RETAIL – EN 18 MESES

CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS POR VENTAS	VTA. TOTAL INCLUIDO IGV ANUAL POR EMPRESA	IGV RETENIDO AL AÑO POR VENTAS GENERADAS	IGV RETENIDO EN PROMEDIO MENSUAL POR VENTAS GENERADAS	ESCALAS DE BENEFICIOS TRIBUTARIOS A SER TOMADOS DIRECTAMENTE DEL IGV			
				ESCALA 1	ESCALA 2	ESCALA 3	ESCALA 4
				ESTADO OTORGA A LA EMPRESA EL 50% DEL IGV 9% ANUAL	ESTADO OTORGA A LA EMPRESA EL 40% DEL IGV 7,2%	ESTADO OTORGA A LA EMPRESA EL 30% DEL IGV 5,4%	ESTADO OTORGA A LA EMPRESA EL 20% DEL IGV 3,6%
1	S/10'000,000	S/1'525.424	S/127.118,64	S/762.711,86	S/610.169,49	S/457.627,12	S/305.084,75
2	S/30'000,000	S/4'576.271	S/381.355,93	S/2'288.135,59	S/1'830.508,47	S/1,372,881.36	S/915.254,24
3	S/50'000,000	S/7'627,119	S/635.593,22	S/3'813.559,32	S/3'050.847,46	S/2,288,135.59	S/1'525.423,73
4	S/70'000,000	S/10'677.966	S/889.830,51	S/5'338.983,05	S/4'271.186,44	S/3,203,389.83	S/2'135.593,22
5	S/100'000,000	S/15'254,237	S/1'271.186,44	S/7'627.118,64	S/6'101.694,92	S/4,576,271.19	S/3'050.847,46

Fuente: Gremio Retail y Distribución de la CCL



MÓNICA CHÁVEZ

Gerente de Comercio Exterior
Cámara de Comercio de
Lima - CCL

mchavez@camaralima.org.pe

Los efectos negativos que está generando la actual pandemia del coronavirus (COVID-19), son múltiples no sólo en el ámbito sanitario, sino también en lo económico. Las medidas de suspensión de las actividades que se aplicaron en la mayoría de los países, con la finalidad de contener el virus, han impactado directamente sus economías. Según información del Banco Mundial, se estima que la economía mundial se reduciría en un promedio del 5% para este año, por lo cual precisan, sería la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial.

En ese sentido, el Centro de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima realizó el análisis del cierre de cifras del sector importador peruano de enero a agosto del presente año, con la finalidad de medir el abastecimiento de materia prima para industria local y también la demanda de productos terminados de consumo directo.

CIERRE DE IMPORTACIONES

De enero a agosto del 2020, las importaciones peruanas sumaron US\$ 22.712 millones, registrando una disminución de US\$ 5.510 millones, que representó -19,5% con respecto a similar periodo del 2019. Es preciso resaltar que, de estos ocho meses, siete registraron decrecimientos consecutivos que van desde el 2,8% hasta 35%. Sólo enero registró una

IMPORTACIONES PERUANAS CAYERON POR SÉPTIMO MES CONSECUTIVO

De enero a agosto del presente año, las compras peruanas en el exterior sumaron US\$ 22.712 millones, registrando una disminución de US\$ 5.510 millones.



variación positiva de 4,5%. Sin duda, la principal razón de este decrecimiento es la pandemia.

Para efectuar un análisis más detallado, desagregamos la clasificación según el Uso o Destino Económico (CUODE) para la importación de bienes en nuestro país.

La distribución del sector importador se divide de la siguiente manera. En primer lugar, se encuentran las materias primas y productos intermedios (BI), que representan el 45% del total importado, con US\$ 10.207 millones. Las adquisiciones de este sector registraron US\$ 3.200 millones menos que en similar periodo del 2019. Esta reducción de 24% fue la más alta de entre todos los grupos. En este grupo se encuentran los subsectores de combustibles y lubricantes, cuyas compras cayeron en 47%; y materias primas para la industria (-16%) y para la agricultura (-3%).

En segundo lugar, tenemos las importaciones de productos de bienes de capital y materiales de construcción (BK), que concentran el 31% del total importado. Estas compras sumaron US\$ 6.999 millones, lo que significa una disminución de US\$ 1.459 millones (-17,2%) respecto

de similar periodo del 2019. Esto se debió básicamente a la reducción de importaciones de equipos de transportes (-39%); materiales de la construcción (-20%); y bienes de capital para la agricultura y la industria, con variaciones de -11,5% y -8%, respectivamente.

Finalmente, el sector Bienes de Consumo realizó compras por US\$ 5.492 millones y registró una caída de US\$ 855 millones (-13,5%). La caída más fuerte se dio en el subgrupo de bienes de consumo duraderos (-34%) y los bienes no duraderos (-2%). Este sector representa el 24% del total importado por nuestro país.

PRINCIPALES PROVEEDORES

Diez países concentran más del 73,8% del total de importaciones del Perú. China mantiene su posicionamiento como nuestro principal proveedor con una participación del 27,5%. Así, las ventas chinas al Perú entre enero y agosto del 2020 ascendieron a US\$ 6.255 millones, cifra 8,8% menor a la registrada en similar periodo del 2019. Los principales productos que compramos a China son teléfonos móviles, mascarillas de protección, computadoras portátiles, grupos

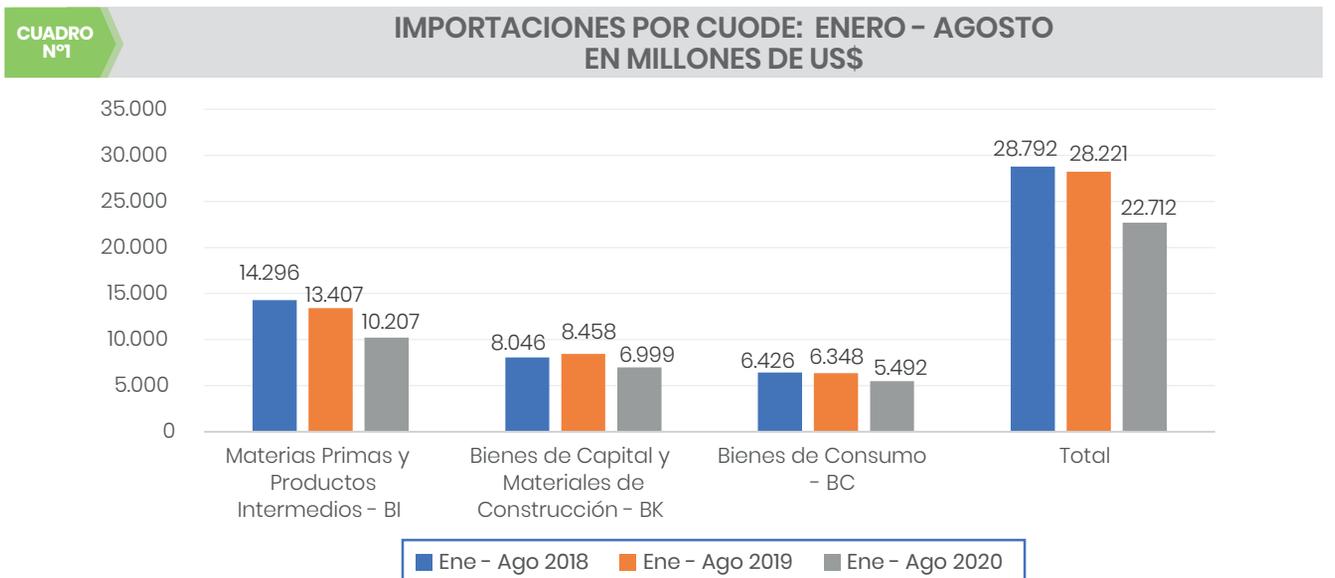
electrógenos y prendas de vestir.

Nuestro segundo proveedor es Estados Unidos, con una participación del 18,9% de las compras totales. EE.UU fue el país del que más redujimos nuestras importaciones, registrando un monto de US\$ 4.295 millones, es decir, US\$ 1.481 millones, menos (-25,6%). Los productos más afectados fueron diesel, gasolina, maíz amarillo y aceites de soya.

En tercer lugar, se ubica Brasil, cuyas importaciones en Perú alcanzaron los US\$ 1.283 millones, registrando una variación negativa de US\$ 318 millones (-20%). Los productos con mayor demanda peruana fueron los vehículos para transporte de mercadería, arroz semiblanqueado, aceite de petróleo y polipropileno.

Argentina ocupa la cuarta posición con compras a dicho mercado por US\$ 1.024 millones (-4,9%). Los principales productos fueron maíz amarillo, aceite de soya, camionetas, trigo y langostinos.

Estos cuatro proveedores representan alrededor del 56,6% de las compras del Perú. El 17,2% restante se divide entre México (4%), Alemania (3,1%), Chile (3%), Colombia (2,6%), Canadá (2,3%) e India (2,2%).

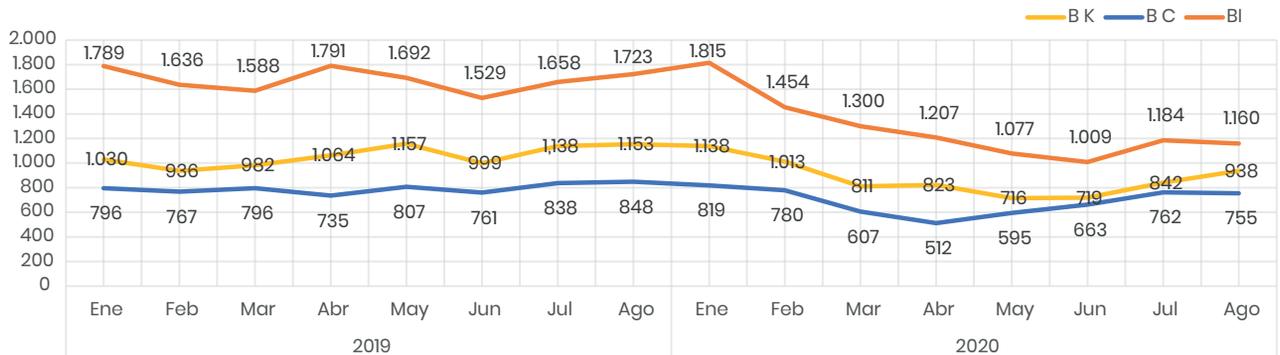


Fuente: Camtrade Plus

Elaboración por: Área de Inteligencia Comercial - CCEX

CUADRO N°2

EVOLUCIÓN MENSUAL POR CUODE: BI, BK Y BC EN MILLONES DE US\$



Fuente: Camtrade Plus

Elaboración por: Área de Inteligencia Comercial - CCEX

IMPORTACIONES POR PRODUCTOS

Aquí tomaremos en cuenta dos productos con mayor crecimiento y uno de mayor caída por cada CUODE. Dentro de los productos intermedios, los productos con mayor crecimiento fueron los respiradores y productos inmunológicos que lograron tener un saldo positivo de US\$ 81 millones y registraron tasas de crecimiento de 153% y 368%, respectivamente. Sin embargo, el aceite crudo de petróleo cayó en 64% y su reducción en valor fue de US\$ 1.000 millones.

Con respecto a los bienes de capital, los grupos electrógenos y otros motores

de corriente alterna incrementaron su saldo en US\$ 364 millones, logrando tasas de más de 1.000% de crecimiento entre ambos. Por su parte, los celulares registraron un saldo negativo de US\$ 187 millones (-26%).

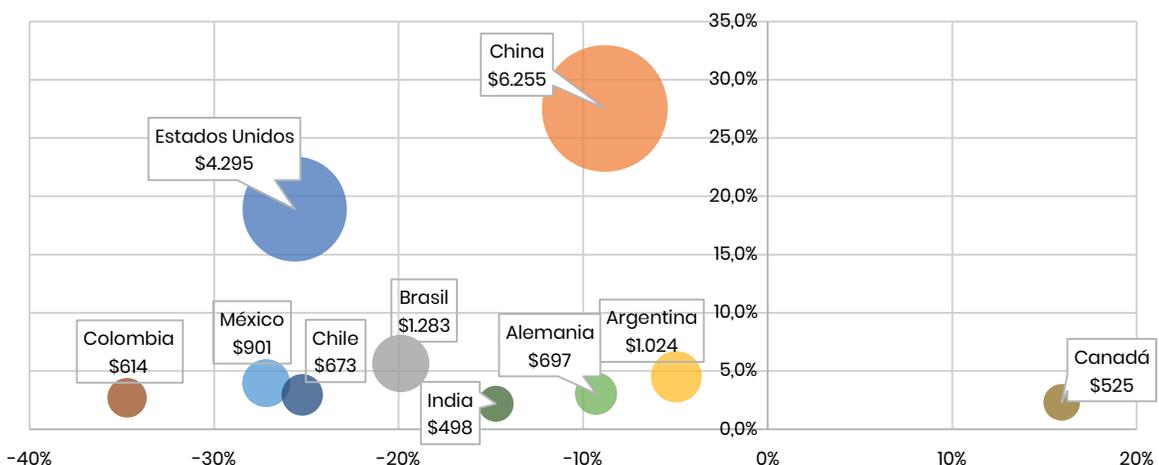
Por último, están los bienes de consumo. En este grupo se encuentra el principal producto de prevención contra la COVID-19, las mascarillas de protección, que lograron un crecimiento de US\$ 396 millones más que el periodo anterior, con un aumento de más de 1.000%. El otro producto es el azúcar, que aumentó en US\$ 38 millones, con un crecimiento de 295%. El producto con mayor caída fue vehículos de

pasajeros con motor superior de 1,5 hasta 3,0 cm³. Su disminución fue de US\$ 198 millones (-52%).

Lo expuesto, demuestra claramente el impacto y efecto que está generando la COVID-19 en la economía peruana. Nos encontramos en una etapa de gran incertidumbre y crisis económica, que ha afectado el nivel de ingresos de los hogares y, por consiguiente, su capacidad de consumo. No obstante, es importante resaltar que la historia nos demuestra que en los momentos de crisis se pueden generar nuevas oportunidades y nuestro país tiene una de las características más importantes: “el gran ingenio peruano”.

CUADRO N°3

EVALUACIÓN DE PRINCIPALES PROVEEDORES: ENERO - AGOSTO 2020/2019



Fuente: Camtrade Plus

Elaboración por: Área de Inteligencia Comercial - CCEX

EL AGRO NO PUEDE PARAR

No hay tiempo para caminar por cuerdas separadas. El Estado tiene que generar condiciones favorables de articulación y fomentar el diálogo.

Cuando llueve todos se mojan y es que todos los sectores sin excepción, estamos interconectados y relacionados con el consumo y la cadena de pagos. Por ende, en un escenario tan crítico como el que nos toca vivir, todos de una u otra manera nos vemos o nos veremos afectados, y algunos más que otros.

Por lo tanto, poder superar estos obstáculos, causados por la pandemia, será un gran desafío. Entre ellos están la inmovilización generalizada en algunas regiones, los despidos laborales, la incertidumbre de lo que va a ocurrir y/o el menor consumo de ciertos alimentos, por priorizar otros recursos económicos.

El BCR ha proyectado un decrecimiento de nuestra economía de 12,5%. Esto, luego de haber proyectado un PBI positivo del 3,8%. Por el lado del sector agrícola, a pesar de que nunca ha parado, ya se prevé una reducción del PBI del 2,7%, esto significa que dejará de producir unos S/1.200 millones.

Hay que considerar que, en condiciones normales, el sector agrícola produce el 70% de los alimentos que consumimos los peruanos, siendo el PBI agrícola de US\$ 13.000 millones, lo que representa el 6% del PBI nacional (US\$ 228.000 millones).

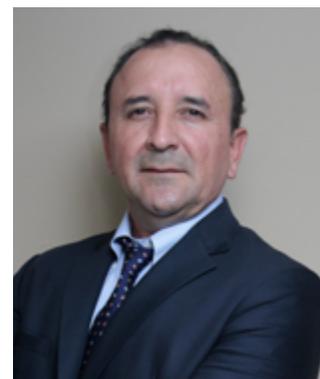
Por esa razón, la magnitud de lo que se pueda venir está en manos de un Estado que necesita articular un trabajo conjunto con el sector privado. Esto, considerando que nos enfrentamos a una campaña agrícola que inició en agosto y nuestra agricultura sigue siendo en gran parte generadora de trabajo, tomando como referencia que en el subsector tradicional laboran más del 83% de los trabajadores agrícolas.

Tenemos que aceptar que el consumidor no es necesariamente del sector agrícola y este es el que determina el movimiento de nuestra economía. Por lo tanto, no hay tiempo para caminar por cuerdas separadas, el Estado tiene que generar condiciones favorables de articulación, y está obligado a fomentar el diálogo entre las instituciones competentes, el sector empresarial y la academia.

Como Gremio para la Protección de los Cultivos (Protec) de la Cámara de Comercio de Lima, constituido por 14 empresas del sector agroquímico con presencia a nivel nacional: Aris Industrial, Avgust, Drokasa Perú, Farmagro, Farmex, Fausto Piaggio, Hortus, Insumos Agrícolas Peruanos, Interoc, Montana, Silvestre, Soltagro, Tecnología Química y Comercio, y Serfi; apoyamos algunas acciones del Gobierno, entre ellos la reactivación de nuestro sector agrícola con una inversión de S/ 2.500 millones.

Sin embargo, estas tienen que ejecutarse eficientemente, tomando decisiones racionales, con conocimiento y acceso al manejo de la producción, procesamiento, comercialización e importación de alimentos, ya que estas afectan directamente a los productores nacionales.

En consecuencia, todos los jugadores de la cadena tenemos que generar condiciones favorables y establecer mesas virtuales de trabajo. Cualquier afectación en los costos de la producción, en la comercialización o en la demanda de los consumidores, impactará directamente sobre la cadena de pagos. Por lo tanto, ahora más que nunca, sin bajar la guardia, no podemos parar y tenemos que remar en un solo sentido.



RUBÉN CARRASCO

PRESIDENTE DEL GREMIO PARA
LA PROTECCIÓN DE CULTIVOS
(PROTEC)

“BUSCAMOS QUE EL SECTOR INFORMAL PIENSE QUE ES ‘UN MAL NEGOCIO’ SERLO”



POR RAQUEL TINEO RAMOS
RTINEO@CAMARALIMA.ORG.PE

¿Cuál es su diagnóstico sobre la actividad industrial en el Perú?

Esta actividad se ha desarrollado con un gran dinamismo. Si bien ha tenido vaivenes en su crecimiento, se ha podido convertir en una realidad necesaria para el desarrollo del país.

Sin embargo, requiere de cambios que le permitan adecuarse a las necesidades del Perú y del mundo, dado que algunas empresas industriales producen para el mercado exterior o su producción forma parte de cadenas de valor globales, por lo que las exigencias vigentes requieren del cumplimiento permanente.

El Proyecto de Zonas Industriales Sostenibles en el Perú (ZIS Perú) de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (Onudi) busca colaborar en ello.

¿Cuáles son los objetivos del Proyecto ZIS Perú?

El proyecto busca desarrollar un modelo de zona industrial sostenible en Lima y Callao que pueda ser replicado en otras zonas industriales del país mediante el desarrollo de políticas, regulaciones y capacidades profesionales en los sectores público y privado, así como del desarrollo de un proyecto piloto de demostración para reducir las emisiones de contaminantes orgánicos persistentes no intencionales (COPs NI) y gases de efecto invernadero (GEI). Todo ello siguiendo un enfoque sistémico y multiactor.

Asimismo, el proyecto busca demostrar que es posible la convivencia sostenible en las zonas industriales del país, es decir, en donde actualmente conviven la industria, el comercio, las viviendas

urbanas, entre otros. Ese es el objetivo.

Dejaremos una hoja de ruta para su réplica en el territorio nacional, para que las empresas ganen en competitividad, productividad, imagen de marca, visibilidad y posicionamiento, y que se diversifiquen hacia otros segmentos de mercado, mejoren su desempeño ambiental y social, y reduzcan sus riesgos.

¿Cómo se beneficiaría el Estado y las empresas con esta iniciativa?

El Proyecto ZIS Perú permite el aumento de la productividad y competitividad en las empresas por la reducción de los costos adicionales a la acumulación. Los cambios propuestos en el modelo permiten darle valor a la industria formal a fin de que puedan acceder a financiamiento, reconocimiento y espacios que les permitan llegar a niveles de mejora productiva y ambiental.

Buscamos generar un impacto positivo que motive al sector informal a pensar que serlo es un “mal negocio”. Los cambios que impulsamos son estructurales e integrales, que se configuran desde el nivel del marco normativo y desarrollo de capacidades y a nivel técnico, por lo que los impactos esperados son sostenibles en el tiempo.

¿Cuáles son los avances que se tienen hasta el momento?

Se ha creado el Comité Directivo del proyecto en el cual confluyen representantes de instituciones públicas y privadas, lo cual asegura la sostenibilidad del proyecto. En este comité se incluye al Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Ministerio del Ambiente, al gobierno regional del Callao y a la alcaldía provincial del Callao, así como al Ministerio de la Producción y a la Onudi.

También se ha creado la Unidad de Gestión del Proyecto. Otro proceso importante es el inicio de su difusión de forma directa y de asistencia a las empresas contactadas, además de la ejecución de actividades relacionadas a los cuatro componentes, de forma simultánea.

“EL PROYECTO ZIS PERÚ BUSCA DEMOSTRAR QUE ES POSIBLE LA CONVIVENCIA SOSTENIBLE EN LAS ZONAS INDUSTRIALES DEL PAÍS”

En el Componente 1 se ha avanzado en la preparación del diagnóstico del marco regulatorio que conlleve a la presentación de la propuesta de modernización de dicho marco regulatorio para el proyecto.

Acerca del Componente 2, el proyecto se encuentra gestionando el proceso de convocatoria, a fin de completar la preparación para implementar diversos talleres de desarrollo y fortalecimiento de capacitaciones a profesionales vinculados al sector industrial.

Sobre el Componente 3, nos encontramos en la etapa de invitación para posterior selección de empresas beneficiarias, y para el Componente 4, ya se tiene la contratación del profesional responsable en velar por las actividades de monitoreo y seguimiento del proyecto.

El proyecto piloto se realizará en el Callao, ¿qué resultados se esperan lograr?
De acuerdo con experiencias

similares en el mundo y los niveles de impacto ambiental de las industrias en el Callao, se logrará la reducción de 8,92 COPs NI (g TEQ/a - emisiones de dioxinas por año) y de 305.987 tCO₂eq (volumen de emisión de gas de efecto invernadero equivalente a una tonelada de CO₂), para beneficio de la salud de la población y de la localidad.

En general, las experiencias similares muestran que la mayoría de las empresas obtuvieron una optimización de los flujos operativos y una reducción de los costos de producción; mejoras en la calidad del producto final y de la productividad; un progreso en la reducción de indicadores acústicos, olores molestos, sustancias químicas y quejas de la comunidad vecina; y, finalmente, la mejora de la seguridad en la fábrica, el clima laboral y el impulso de una mayor cultura de sostenibilidad.

¿Qué otros retos y oportunidades percibe usted en el contexto actual en el Perú?

El financiamiento y el conocimiento son dos temas fundamentales que limitan la transformación de los sistemas de producción. Sin duda, el Estado y el propio mercado han promovido cambios vinculados a estos sistemas obsoletos que muchos hubieran podido resistirse a modificar. Programas como los impulsados por el Proyecto ZIS Perú de la Onudi facilitan ese acceso al cambio y mejora para beneficio de la sociedad.

Bajo la coyuntura actual de la COVID-19, estas dificultades se han acentuado, por lo que nuestro proyecto representa una gran oportunidad para continuar con el crecimiento de la industria en el Perú, de una manera sostenible e inclusiva que nos permita anticiparnos a minimizar diversos riesgos futuros.

A portrait of Antonio Grande Amarilla, a middle-aged man with glasses, wearing a dark blue suit, white shirt, and red tie. He is smiling and has his arms crossed. The background is a plain, light-colored wall.

“NECESITAMOS SER LÍDERES POSITIVOS QUE GENEREN UN ENTORNO FELIZ”

El *coach* profesional ejecutivo, Antonio Grande Amarilla, adelanta detalles de su ponencia en la próxima XVI Expo Pyme 2020.

POR RAQUEL TINEO RAMOS
RTINEO@CAMARALIMA.ORG.PE

En este contexto de reactivación económica, ¿cómo transformar la cultura de las mypes?

Hay que enfocarse en volver a levantarse cuando uno se cae y aprender de lo que nos hizo caer, para que la próxima vez no nos pase lo mismo. Eso es resiliencia. Lo segundo sería investigar los mercados, cómo están los clientes para conocer sus hábitos de compra y, a partir de ello, poner foco en poderles ayudar. Hay que centrarse en las personas más que en los resultados.

Hoy tengo clarísimo que los resultados van a venir si las personas que tenemos trabajan bien con nosotros. Hoy en día hay que mantener las redes sociales muy activas, haciendo preguntas muy abiertas como “¿no te gustaría que te ayude con esto o lo otro?”, eso sería espectacular. Hay que adecuarse mucho a toda la tecnología. Si no tenemos tecnología, nada funciona en este mundo que es digital. De nada sirve hacer investigación de mercado si no somos capaces de llegar a la gente.

¿Cuáles son los retos que tienen que enfrentar estas empresas a nivel estratégico para su profesionalización?

Leí hace poco un artículo de Deloitte que señalaba que muchos de esos retos son internos. Por ejemplo, lo primero que se debe hacer es tener un protocolo para tomar decisiones cuando corre prisa, además de evaluar los riesgos que tenemos al tomar estas decisiones y, de alguna manera, estar muy preparados para contestar si el riesgo se hace efectivo.

Siempre es importante tener un proceso de comunicación interno positivo hacia los empleados, porque ellos al final son los “parlantes” de la empresa. Si nuestros trabajadores están tranquilos, nuestros clientes también lo estarán. Eso es algo que se contagia. Ahí debemos trabajar mucho con los colaboradores tanto personal como físicamente. Por otro lado, también es importante no asumir

demasiados riesgos con los mismos clientes. En la manera de lo posible hay que diversificar más y salir de la zona de confort. Tenemos que aplicar el Principio de Pareto perfectamente. El 20% de los clientes nos debe generar el 80% de resultados, pero también necesitamos tener el 80% de clientes que nos traiga el 20% que nos falta. De repente ahí está el océano azul. Cuántos más clientes tengamos más océano azul tendremos.

XVI EXPO PYME 2020 ES ORGANIZADA POR LA CCLY SE REALIZARÁ LOS DÍAS 23 Y 24 DE SEPTIEMBRE

Otra de las cosas que a veces se nos olvida dentro de las compañías es que, como soy pequeño no puedo ayudar a los demás, es decir, no tengo responsabilidad social. Pero es todo lo contrario. El ser solidario es lo que va a generar abundancia más que nunca. A partir de ahí hay que centrarse en las personas y no en los resultados, y si tenemos que ajustar económicamente, convencer a los colaboradores y hacerles entender que es más positivo tener el 70% del salario de manera continua que el 100% de nada. Trabajar en una empresa formal hoy es más que nunca una bendición.

¿Cómo convertirse en líder en esta nueva normalidad? Que es justamente su ponencia en la XVI Expo Pyme 2020...

Necesitamos ser líderes positivos, porque cuando lo somos nuestros colaboradores entienden que generamos un entorno feliz, donde no hay miedo a opinar y que si dices algo los demás no te critican. Eso hace que la gente sea más leal, más comprometida y dé ideas disruptivas. Si conseguimos

ser líderes positivos y acompañamos a la gente en la tarea, ellos se van a comprometer más con nosotros y van a ser aún más productivos. Las claves de este líder serían siempre pedir las cosas por favor, siempre dar gracias por la ayuda, y siempre reconocer que uno se equivoca y pedir disculpas. El líder, al final, debe tener compasión por sí mismo, reconocer que se ha equivocado, poseer mucha autoempatía para empatizar con su gente. Ahí es donde se va a generar esa cultura feliz y solidaria que creará abundancia.

¿Qué competencias o habilidades se necesitan trabajar y potenciar?

Más que competencias o habilidades se necesitan metacompetencias. La habilidad es demostrar el conocimiento que tienes, la competencia es demostrar que con esa habilidad puedes hacer muchas cosas y la metacompetencia es la competencia de las competencias. Se dice que son 10. La primera es el autoliderazgo, y este viene de la autorregulación. La otra es la inteligencia social a niveles profundos, para que si hay que dar malas noticias la gente las tome mejor de lo previsto.

Además, se necesita mucha autoempatía y ahí tenemos que utilizar la mejor herramienta que tenemos en casa: el espejo. Si no entiendo lo que me está pasando a mí, no voy a entender lo que le sucede al otro. También es importante tener muchísimo optimismo hoy más que nunca. El optimismo y la resiliencia van de la mano. Las palabras clave son gratitud, perdón y “por favor”.

Otra de las cosas más importantes, que jamás se han visto y que ahora son necesarias, es hacer que la gente sea líder, empoderarlos para que tomen las decisiones, pero tenemos que ser muy realistas para saber dónde estamos y ahí la infoxicación que hay a nuestro alrededor hace mucho daño.

Finalmente, es importante trabajar mucho el estrés, la mayor competencia de hoy es aguantar la presión.

PERÚ MODA DIGITAL IMPULSARÁ NEGOCIOS DE PYMES EN EL EXTERIOR

Evento de PromPerú, realizado con el apoyo de la CCL y otros gremios, busca la internacionalización de pequeñas y medianas empresas



Perú Moda y Perú Moda Deco en su primera edición 100% digital, a realizarse del 1 al 30 de octubre, dará a conocer lo mejor de la oferta peruana al mundo, y buscará incrementar la participación de empresas regionales de todo el país, en particular pymes, informó la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú).

Luis Torres Paz, presidente ejecutivo de la institución, señaló que la actividad forma parte de la estrategia de transformación digital que ha desarrollado PromPerú durante estos meses, mudando el 100% de las plataformas de promoción comercial al ámbito virtual, lo que se convierte en una oportunidad para democratizar y descentralizar las oportunidades de negocios.

En ese sentido, Luis Torres Paz señaló que Perú Moda y Perú Moda Deco no tendrá costo de participación y mostrará lo mejor de la oferta nacional en confecciones, joyería, desarrollo de marcas, calzado, accesorios y artículos de decoración a compradores de los cinco continentes, convocados por las oficinas comerciales de PromPerú en el exterior e interesados en una oferta sostenible y con un legado milenario.

Con el lema *Feel & Live*



Sustainable, que impulsa la toma de acciones que preserven el medio ambiente, el respeto y cuidado de la cadena de valor, la actividad enfocará su atención en la promoción de la sostenibilidad de los clúster de algodón y la fibra de alpaca, materiales de lujo con altos estándares de calidad para la industria de la moda global.

RUEDAS DE NEGOCIOS Y MUCHO MÁS

Perú Moda y Perú Moda Deco contará con los siguientes componentes: rueda de negocios, foro académico y concurso de sostenibilidad e innovación.

Las ruedas de negocios serán programadas y se desarrollarán en una plataforma amigable que permitirá la interacción fácil entre los compradores internacionales y el exportador.

Asimismo, se desarrollarán seminarios *online* especializados, y se llevará a cabo el *Premio a la Sostenibilidad e Innovación en la Industria Textil, Vestimenta y Decoración*, en el que podrán participar empresas exportadoras

que con sus prácticas contribuyan a optimizar las organizaciones, los procesos productivos, de mercadotecnia y producto.

PERÚ MODA Y PERÚ MODA DECO ES ORGANIZADO POR EL MINCETUR Y PROMPERÚ, CON EL APOYO DE LA CCL, ADEX Y LA SNI.

La actividad comercial que dará a conocer la calidad y versatilidad del diseño nacional, es el resultado del esfuerzo de los sectores público y privado, que tiene por objeto impulsar al sector empresarial textil y poner a esta industria entre las más importantes de la región.

PERÚ MODA DECO

Este evento ofrecerá una amplia

gama de artículos de decoración y regalos como cojines, tapices, juguetes, complementos, entre otros. Se presentarán piezas únicas de alpaca y otros artículos de reconocimiento mundial como la cerámica de Chulucanas, retablos de Ayacucho, sombreros de paja toquilla, toritos de Pucará, entre otros.

Para ello, las empresas han desarrollado y diseñado nuevos productos con el objetivo de convertir a los hogares en lugares de tranquilidad, equilibrio y confort, conservando su valor funcional y contribuyendo a mejorar la experiencia global de trabajar en casa.

**PARA PARTICIPAR
INGRESE A**

www.perumoda.com

“SOMOS UNA GRAN SOLUCIÓN ANTE LA NUEVA NORMALIDAD”

Guillermo Quintana Bobadilla, director de Expansión Franquicia y creador de Tráemelo, espera lanzar a mediados de octubre su nuevo aplicativo digital.

Si bien la propagación de la pandemia de la COVID-19 ha generado el cierre de un gran número de empresas y el desempleo, son otras las que han visto en ella no un obstáculo, sino una oportunidad para seguir generando riqueza y bienestar.

Es así que nace Tráemelo “A un solo click”, una *startup* que se creó a través de la incubadora de negocios Proemprender, y que ofrece en su página web (www.traemelo.com.pe) una amplia gama de servicios de envíos *delivery*, *courier*, paquetería, mudanzas, *e-Commerce*; y soluciones de traslado de personas.

El director de Expansión Franquicia y creador de Tráemelo, Guillermo Quintana, recuerda que el primer servicio que ofreció la marca al inicio de la pandemia fue la movilidad de personas, luego de asociarse con una empresa formal de taxis que operaba en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez. Posteriormente, se decidió incluir más servicios de movilidad como el *courier* y *delivery* en moto; rubro donde empezaron con un grupo de 40 afiliados motorizados y se han ido sumando más a la firma. Tanto los motorizados como los conductores de taxi son capacitados en temas de protocolos de bioseguridad COVID-19, servicio al cliente y ergonomía, entre otros, con la finalidad de convertirlos en especialistas logísticos de la última milla.

Por otro lado, Quintana señala que Tráemelo también es una alternativa de autoempleo y emprendimiento, pues su plataforma web permite crear, de forma gratuita, una tienda virtual donde el emprendedor puede ofrecer productos y servicios.

Agrega que el siguiente paso de la marca será lanzar un nuevo aplicativo en iOS y Android gracias al capital semilla de un inversionista del Estado de Nevada – Las Vegas (EE.UU.), el cual ya se encuentra en fase de desarrollo. Se espera su lanzamiento en la segunda semana de octubre, lo que impulsará una mayor participación de la marca en el Perú para posteriormente expandirse a través del modelo de franquicia al interior del país y Latinoamérica.

Asimismo, este mes se realizará el lanzamiento del servicio de “Tráemelo Shopp”, mediante el cual las personas podrán encargar sus compras tanto en supermercados, bodegas y tiendas *retail*, etc. De igual manera, Quintana apunta a incursionar en el servicio del traslado interprovincial de personal corporativo.

“Queremos posicionar nuestra plataforma de comercio electrónico Traemelo.com.pe como la ventana comercial líder y preferida por los peruanos, pues nacimos para ser una gran solución de movilidad en una nueva normalidad”, puntualiza Guillermo Quintana.

“QUEREMOS POSICIONARNOS COMO LA VENTANA COMERCIAL LÍDER EN EL MERCADO E-COMMERCE”

LA FIRMA ELECTRÓNICA EN TIEMPOS DEL CORONAVIRUS

Se convierte en una indispensable herramienta para reducir los contagios por la COVID-19 en las oficinas, además de simplificar los trámites administrativos.

La crisis sanitaria originada por el coronavirus ha acelerado la digitalización en muchos sectores. Algunas empresas han reaccionado positivamente al teletrabajo, sin embargo, a otras aún les cuesta adaptarse porque tienen un modelo de negocio tradicional o por la cantidad de documentos que deben firmar a diario.

Áreas como recursos humanos, finanzas, legales y más se han visto obligadas a volver a las oficinas por cortos periodos para firmar documentos como contratos, memorándums, declaraciones juradas, certificados, entre otros. Incluso, algunos encargados han tenido que acercarse a notarías para firmar o revisar trámites poniendo en riesgo sus vidas.

En el marco del lanzamiento de DEL 360, Digiflow realizó un sondeo a nivel nacional para conocer las dificultades que pasaron los trabajadores en cuanto a trámites empresariales durante el inicio de la cuarentena hasta ahora. El 60% indicó que los trámites empresariales en este periodo fueron engorrosos, el 30% tuvo que dejarlos pendientes hasta volver a la normalidad y el 80% aseguró verse afectado por la necesidad de firmar los papeles.

A esto le sumamos las dificultades e incomodidades que tuvieron los trabajadores para firmarlos, pues el 60% tuvo que enviar por correo el documento y la otra persona tuvo que imprimir, firmar, escanear y enviar; y al no contar todos con una

impresora o escáner, tuvieron que salir de casa para realizar dicho proceso. Solo el 20% lo hizo por firma electrónica, el 10% tuvo que pedir el servicio de *courier* y el 5% fue a la casa de su jefe o a la oficina a dejar el documento.

En los últimos puntos vemos que los trabajadores se expusieron a contacto de terceros por falta de herramientas tecnológicas que faciliten su trabajo desde casa. Aunque existe una ley de teletrabajo en el país, no se aplica del todo correctamente y estas acciones exponen a nuestros colaboradores a la COVID-19. Como empleadores debemos facilitarles todas las herramientas posibles para que no salgan de casa hasta que esto acabe.

Si bien el coronavirus obligó a todo el mundo a cambiar sus modelos de negocio y digitalizarse en tiempo récord, debemos hacer énfasis en sistemas más amigables, horarios definidos y proporcionar un ambiente de trabajo cómodo. Más que nunca debemos reforzar estos puntos y así prevenir el estrés laboral.

Evitemos que el 60% de trabajadores tema contagiarse por trámites de una hora o de jornadas completas en notarías o asuntos públicos. Apuntemos a reducir el porcentaje de riesgo con alternativas útiles que no retrasen entregas, pedidos o renovaciones de contratos. Con DEL 360 pueden firmar documentos de manera segura, reducir costos, optimizar tiempos y, además, cuenta con el respaldo de la Cámara de Comercio de Lima.



RENZO LEÓN-VELARDE
GERENTE GENERAL DE
DIGIFLOW



JESSICA PORTALATINO

Coordinadora del sector Textil e Indumentaria de la Cámara de Comercio de Lima

Consultas: jportalatino@camaralima.org.pe

LA SOSTENIBILIDAD: FACTOR CLAVE PARA EMPRESAS TEXTILES

Una de las grandes ventajas de la industria textil-confecciones en Perú es su integración vertical, que va desde el aprovisionamiento de la materia prima hasta el producto final. No obstante, en esta integración, el proceso productivo toma especial relevancia, pues cada vez es más valorado y demandado el compromiso de responsabilidad social y cuidado del medio ambiente por parte de las empresas. Es ahí que se habla de la importancia de aplicar un modelo de sostenibilidad, donde, por cierto, a raíz de la pandemia, mantener estos pilares se convierten en un reto difícil, pero necesario.

En agosto del 2019 se firmó el Fashion Pact, movimiento global de la moda para afrontar la crisis climática donde participaron 32 marcas representativas del sector en el mundo, entre ellas Inditex. Estas firmas, líderes de la moda y retail, decidieron alinear sus políticas a una moda ética y responsable por el impacto ambiental generado desde el diseño, abastecimiento, hasta la prenda final y su posterior desecho.

En Perú, si las empresas de *sourcing* para prendas de algodón y alpaca desean trabajar con estas marcas mundiales, primero deberán demostrar y garantizar la sostenibilidad en sus procesos. Esto deriva a las certificaciones de aceptación internacional, como por ejemplo, de Comercio Justo o *Fair Trade*, entre otras, las que garantizan su contribución a una política de desarrollo sostenible. Tras el informe que realizó Personas por el Trato Ético de los Animales (PETA) en junio, donde manifestó su rechazo hacia los productos hechos a base de la fibra de alpaca, a raíz de un video que insinuaba el maltrato a estos animales y el apoyo que recibió de marcas mundiales; el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) y la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú) vienen desarrollando una serie de acciones que buscan aclarar y rectificar esta imagen de la alpaca en el mundo, para garantizar y demostrar que sí se cumplen con procesos transparentes y sostenibles.



Miguel Linares
Miraflores

¿CUÁLES SON LOS REQUISITOS PARA EXPORTAR CACAO DESDE PERÚ A EE.UU.?

Primero, debe registrarse en el Food and Drug Administration (FDA), así como cumplir con los requisitos fitosanitarios del Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa) y no exceder el límite de ingredientes activos de plaguicidas. Además, se requieren documentos de exportación que tradicionalmente se envían, tales como factura comercial, documento de transporte, certificado sanitario de exportación, manifiesto de carga y lista de empaque.



Renato Castro
San Isidro

¿EN QUÉ PARTIDAS SE CLASIFICAN LOS ENVÍOS DE SERVICIO POSTAL QUE VIENEN DEL EXTERIOR?

Los envíos postales se clasifican en dos partidas: 9810.00.00.10, para mercancías hasta por un valor FOB de US\$ 200 por envío, los cuales no pagan *ad valorem*; y la 9810.00.00.20, para mercancías con valor FOB mayor de US\$ 200 hasta US\$ 2.000 por envío. Es importante señalar que existen mercancías excluidas afectas al Impuesto Selectivo al Consumo, sujeta a recargos, con beneficio tributario, donaciones y restringidas, entre otros.



Mariana Vega
Magdalena

¿QUÉ ES UN CERTIFICADO DE ORIGEN Y CÓMO LO TRAMITO CON LA CCL?

Es un documento cuya finalidad es acreditar el origen de las mercancías provenientes de un país con el cual el Perú tiene un acuerdo comercial, de manera que el importador se beneficie de las preferencias o reducciones arancelarias que se hayan pactado en dicho convenio. Para realizar el trámite, a través de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), se solicita: factura de exportación, contar con número de RUC y clave SOL, realizar la declaración jurada de origen en la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) y realizar el pago de S/ 42,48.

Para enviar sus consultas, escríbanos a ccex@camaralima.org.pe o llámenos al 219 - 1775.

EMPRESAS Y EJECUTIVOS

La Asociación Peruana de Agentes Inmobiliarios - ASPAI (CCL: 024143.4) y la Confederación Inmobiliaria Latinoamericana (CILA) organizan el *1er Congreso Virtual Inmobiliario COIPRI – CILA 2020: Desafiando los Nuevos Retos del Mundo Inmobiliario*. Más de 20 especialistas de nueve países de la región compartirán con expertos del sector inmobiliario y construcción los retos, análisis y tendencias de dicho sector. El evento se realizará el 17 y 18 de septiembre. Para mayor información ingrese a www.coipri.pe.



Proem Pymes Consulting S.A.C. (CCL: 00045172.0), con su marca PLAY Group, agencia especializada en marketing digital, realizó por quinta vez consecutiva la campaña de los CyberDays.pe, ambiciosa iniciativa para expandir el comercio electrónico en el Perú. "Gracias a su área de Digital Performance se ha logrado superar las metas trazadas para cada una de las campañas", afirma la compañía. Para acceder a mayor información sobre los servicios de la empresa puede ingresar a www.playgroup.pe o llamar al 981 489075.



Restructure S.A.C., empresa especializada en consultoría legal y financiera presenta, una propuesta enfocada a gestionar oportunamente la reestructuración de los negocios, a fin de permitirles ser sostenibles en el tiempo. "Esto surgió de la fusión entre Sumara Hub Legal e Investa Partners Consulting, para brindar soluciones empresariales en tiempos de pandemia. Su objetivo es ayudar a las compañías a salir de la crisis", señala la empresa. Para obtener mayor información puede ingresar a www.restructure.pe



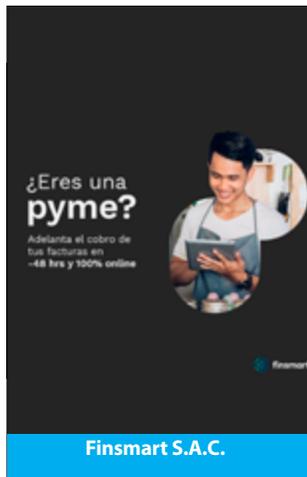
Plásticos Inti S.A. (CCL 022310.2), empresa peruana dedicada a la fabricación y comercialización de artículos plásticos, lanzó su nuevo producto Poligrasa en rollo para la industria de alimentos, pollerías e industria pesquera. Poligrasa consta de 500 láminas térmicas precortadas de fácil uso y tiene dos presentaciones, de 41cm x 30cm y 38cm x 50cm. Para más información puede escribir al correo electrónico ventas@grupointi.com.pe o llamar al 945 076 712.



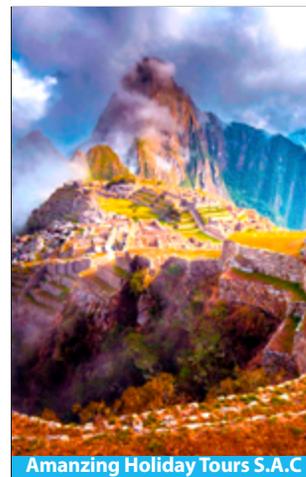
Servicios Múltiples & Fabricaciones Metálicas S.A.C. (CCL: 00050377.1) ofrece servicios de mantenimiento industrial, fabricación y montaje de estructuras metálicas. "Contamos con personal calificado en elaboración de proyectos en metalmecánica y electromecánica. También vendemos productos de ferretería y EPP'S", señala la firma. Los interesados puede solicitar cotizaciones escribiendo a ventas@smfmp Peru.com o llamando al 931 649 154.



Finsmart S.A.C. (CCL: 00050565.5) es una fintech dedicada al factoring simple y 100% online. "Si eres una empresa que quiere adelantar sus facturas por cobrar, en finsmart.pe podrás obtener liquidez en 48 horas y con la mejor tasa", explica la compañía. Los requisitos para el registro son RUC de la empresa deudora, copia de la factura en PDF y XML, copia literal vigente, copia de DNI del representante legal y firma virtual del contrato de cedente y plataforma. Ingrese a www.finsmart.pe.



Amazing Holiday Tours S.A.C. (CCL: 00040511.7) y su marca South America Planet, con más de 18 años de trayectoria, se especializa en brindar la mejor experiencia en tours. "Somos operadores oficiales de Incatrail, por cual nuestros destinos cuentan con licencia para operar por todos los *trekking* hacia Machu Picchu y alrededores de Cusco", afirma la compañía. Para mayor información puede ingresar a www.southamericaplanet.com o llamar al 984 756 721.



“COOPERACIÓN E INTERCAMBIO DE TECNOLOGÍA DE METRO Y FERROVIARIA”

El Gremio de Construcción e Ingeniería de la CCL, la Embajada de la República de Corea, el Ministerio de Tierra, Infraestructura y Transportes de la República de Corea y la agencia internacional Contractors Association of Korea (ICAK), desarrollaron este primer *webinar* para dar a conocer las capacidades de Corea del Sur en planeamiento e infraestructura de transporte público y ferroviario, e intercambiar conocimientos técnicos y de gestión en el marco de cooperación entre Perú y Corea.



Se contó con la participación de autoridades peruanas y coreanas expertas en el ámbito del transporte.



Nuevo servicio de la CCL busca brindar asesorías para la reactivación de las pymes.

“CÓMO AFRONTAR COMERCIALMENTE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA”

Como parte del nuevo servicio de la CCL de elaboración del Plan Económico, Financiero y de Gestión Comercial para la Reactivación de las Pymes, el área de Desarrollo de Negocios organizó un *webinar* con el especialista comercial Nicolás Rázuri, quien recomendó realizar un diagnóstico para conocer el estado de las empresas y planear los siguientes pasos. Además, explicó en qué consiste la ventaja comparativa (capacidades que se adquieren) y la competitividad.

SERVICIO AL ASOCIADO BRINDÓ MESA DE ASESORÍA VIRTUAL

El área de Servicio al Asociado de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) organizó la Mesa de Asesoría Virtual “*Conoce las acciones para alcanzar la meta deseada de tu negocio*”, a cargo del expositor Pablo Illingworth, de la empresa NeuroBeCorp. En dicho evento se facilitaron 12 acciones concretas para la transformación digital en los negocios y cómo crecer efectivamente para que cada asociado lo pueda aplicar, obteniendo así un despunte en ventas, procesos y resultados.



El evento tuvo como fin ayudar a la transformación digital de los socios y mejorar sus ventas en tiempos de pandemia.



La feria se desarrolló en su totalidad de forma virtual dando inicio a una nueva etapa de ferias a cargo de la CCL.

VI EXPOPOSTGRADOS, LA PRIMERA FERIA 100% DIGITAL DE LA CCL

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) llevó con gran éxito su primera feria virtual ExpoPostgrados 2020. Más de 5.000 visitantes ingresaron al campus virtual para conocer el abanico de maestrías y postgrados de las principales empresas e instituciones educativas nacionales e internacionales que realizaron conferencias, las cuales se difundieron en todas nuestras redes sociales. Los visitantes pudieron conocer los stands interactivos donde encontraron asesorías a cargo de profesionales.

*Si tu plan es
transformar tu vida,
con BECAS BCP
lo puedes lograr.*

Jaime Ambrosio

Ganador de una Beca BCP.
Graduado de Ingeniería
de sistemas de la UPC,
hoy trabaja como consultor.

- Becas Universitarias
- Becas Técnicas

Postula en www.becasbcp.com



BCP



SERPECSA S.A.C.

Manejo integrado de plagas industriales, urbanas y vectoriales



Serpecsa es una organización dirigida por un equipo de profesionales en saneamiento ambiental, con experiencia en manejo integrado de control de plagas urbanas, industriales y vectoriales.

Nuestros Servicios

- ✓ Desinfección
- ✓ Desinsectación
- ✓ Desratización
- ✓ Control Aviar
- ✓ Limpieza y desinfección de tanques y cisternas de agua
- ✓ Limpieza integral de oficinas e industria.



Llámanos
964884663



Escríbenos
luisg@serpecsa.com



Visítanos
<http://serpecsa.com/>