

La cámara

LA REVISTA DE LA CCL

Informe Especial

La industria metalmecánica solo opera al 50% de su capacidad

Informe Legal

Normas sobre transportes que las empresas deben tener en cuenta

CAPITAL HUMANO Y PANDEMIA

Debido a la COVID-19, en el segundo trimestre se registraron retrocesos en los indicadores educativos y de salud de la población, lo que aumenta el riesgo de pérdida de potencial humano de los peruanos.



REVISA NUESTRA
VERSIÓN DIGITAL





FOTON

Con la confianza de

9.0000.0000

de usuarios en
todo el mundo



953 627 215

Contáctanos

www.foton.com.pe

www.incapower.com.pe



3 AÑOS DE GARANTÍA
100 MIL KM



IncaPower

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 Mutini

Sr. Carlos Mujica Barreda

Sr. Luis Nevaes Robles

Sr. Omar Neyra Colchado

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

REPUTACIÓN EMPRESARIAL

Una encuesta realizada entre 500 altos ejecutivos de empresas de Europa, Medio Oriente, África, Asia-Pacífico y América dio cuenta que el 70% de las empresas de estas regiones había enfrentado alguna crisis de reputación. El informe global sobre riesgos Global Risk Landscape de BDO, que se elaboró en base a esta encuesta, mostró además que las empresas son cada vez más conscientes del peligro que hay para su reputación.

Ya lo señaló una vez el empresario estadounidense Warren Buffett: “Toma 20 años construir una reputación y sólo cinco minutos arruinarla”.

Pueden ser muchos los factores que arruinen una reputación corporativa: desde riesgos operativos, mala calidad de productos o servicios, falta de responsabilidad social, malas relaciones y hasta vínculos con delitos, entre otros.

Frente a ello se puede ser reactivo, es decir, responder cuando la crisis de reputación estalla, o ser proactivo y prevenir este tipo de situaciones.

Hay empresas en el Perú de larga data que trabajan bajo estándares éticos muy estrictos; hay ejecutivos y trabajadores que buscan el mejor desempeño propio y de su compañía. Existen muchos ejemplos.

Gremios como la Cámara de Comercio de Lima trabajamos arduamente para defender esta forma de hacer empresa. Uno de los mecanismos por el cual apostamos es el denominado “compliance”, el cual básicamente es la adopción de procedimientos internos que minimicen o eviten el riesgo de que dentro de una organización se cometan delitos.

El “compliance” es también una forma que tienen las empresas para asegurarse de cumplir con una serie de normas y leyes, evitando la corrupción o la presencia de actos dolosos en su actividad. Con ello, este procedimiento

ayuda también a minimizar la posibilidad de que ocurran atentados contra la reputación empresarial.

Para lograr que efectivamente el “compliance” tenga resultados, es importante que los empresarios trabajemos en una cultura empresarial, pues solo generando un compromiso personal por parte de nuestros ejecutivos y trabajadores, será posible asegurar que desempeñen sus actividades de manera ética y legal. Solo así podremos proteger la reputación que tanto nos costó construir y, sobre todo, concientizar a nuestros colaboradores del compromiso que deben tener con la empresa en la que trabajan y con la marca que ella representa.

La CCL tiene como propósito y compromiso promover una cultura de cumplimiento en toda la institución, entre sus directivos y colaboradores.

Hoy contamos con un Modelo de Prevención implementado y auditado que ha permitido que, el 7 de octubre último, el equipo de auditores de World Compliance Association de España y Perú nos otorgue la certificación que da cuenta que cumplimos con los requisitos y las exigencias señaladas por la legislación peruana en esta materia.



Yolanda Torriani

Presidenta de la Cámara de Comercio de Lima

ÍNDICE



PÁGINA 6

INFORME ECONÓMICO

LA CRISIS GENERADA POR LA PANDEMIA AFECTARÍA EL CAPITAL HUMANO PERUANO. EN EL SEGUNDO TRIMESTRE SE REGISTRARON CAÍDAS EN INDICADORES EDUCATIVOS Y DE SALUD.



PÁGINA 10

INFORME ESPECIAL

IMPULSO PARA LA INDUSTRIA METALMECÁNICA



PÁGINA 13

INFORME LEGAL

NORMAS SOBRE TRANSPORTE QUE LAS EMPRESAS DEBEN TENER EN CUENTA

PÁGINA 20

ENTREVISTA

BEATRICE AVOLIO: "HAY MUY POCO INTERÉS POR LA CIENCIA A NIVEL ESCOLAR"

PÁGINA 26

EVENTOS

E-SUMMIT PERÚ DIGITAL 2020: LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL ES CLAVE PARA EL ÉXITO DE LOS NEGOCIOS

GESTIÓN TV

CONSULTORIO DE NEGOCIOS

GRANDES DESAFÍOS DEL SECTOR AGRO TRAS LA COVID-19

El presidente del Gremio para la Protección de Cultivos (Protec) de la Cámara de Comercio de Lima, Rubén Carrasco, reflexiona sobre la crisis del coronavirus y las consecuencias que ha dejado en el sector agrícola.



TWITTER | TRENDING TOPICS

Presidencia CCL



El poder está en las mujeres para eliminar cualquier barrera, pero debemos capacitarnos y seguir luchando para que se reconozcan nuestras capacidades.

@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

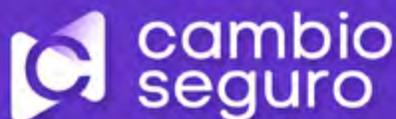
SEDE CENTRO AÉREO COMERCIAL

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



Cambia dólares de forma segura

Ingresa:

cambioseguro.com



Beneficios que te ofrecemos



Garantía

Registrada en la SBS N° 0143 2019



Mejor precio

Las mejores tasas del mercado



Respaldo

Marca del grupo financiero Prestamype



Practicidad

Puedes cambiar dinero dónde estés

Obtén un **precio preferencial** usando el cupón:

AHORRA

LA CRISIS GENERADA POR LA COVID-19 AFECTARÍA EL CAPITAL HUMANO

En el segundo semestre se registraron retrocesos en los indicadores educativos y de salud de la población, lo que aumenta el riesgo de pérdida de potencial humano de los peruanos.





Instituto de Economía y
Desarrollo Empresarial - CCL

Según el Banco Mundial (BM) el capital humano comprende los conocimientos, habilidades y salud que una persona acumula a lo largo de su vida y que le permiten realizar su potencial productivo. Por tanto, un mayor capital humano está asociado a mayores ganancias para las personas y los países, convirtiéndose en un *driver* del crecimiento sostenido y la reducción de la pobreza.

Por dicha importancia, el BM elabora su Índice de Capital Humano (ICH), el cual mide la productividad que un niño nacido puede alcanzar a los 18 años, dados los riesgos de mala salud y educación que prevalecen en su país. Este índice que fluctúa entre 0 y 1 incorpora indicadores de salud (supervivencia infantil, retraso en el crecimiento y tasa de supervivencia de adultos) y de escolarización (años previstos de escolaridad y calificaciones en exámenes internacionales). Sin duda, varios de estos indicadores quedan afectados ante la crisis sanitaria actual.

A nivel global, antes de la crisis de la COVID-19, se obtuvo que un niño podía esperar alcanzar un promedio del 56% de su productividad potencial como futuro trabajador; advirtiendo, además, que la actual crisis no solo afectaría a la generación actual, sino también futura.

El ICH para Perú puntúa 0,61, es decir, que un niño nacido hoy puede

alcanzar el 61% de su productividad potencial cuando crezca si goza de buena educación y salud. Este resultado representa un importante avance en comparación al 2018 (0,59) y de 2010 (0,55), ubicándolo por encima del promedio de América Latina y el Caribe (0,56).

A nivel desagregado, los indicadores peruanos revelan que 99 de cada 100 niños nacidos en Perú viven más de cinco años y que un niño que inicia clases a los cuatro años puede esperar completar 13 años de estudio hasta antes de cumplir 18 años de edad.

SEGÚN INEI, LAS TASAS NETAS DE ASISTENCIA ESCOLAR CAYERON EN EL SEGUNDO TRIMESTRE

Asimismo, la puntuación en exámenes internacionales alcanza 415, siendo el máximo puntaje 625 y el mínimo 300; el 89% de las personas mayores de quince años vivirían por encima de los 60 años; y 88 de 100 niños no tienen retraso en el crecimiento. En

comparación a países de la Alianza del Pacífico, los ICH de Chile, México y Colombia son: 0,65, 0,61 y 0,60, respectivamente.

Si bien Perú ha dado importantes avances no es motivo de complacencia pues, con su actual ICH, se ubicó en el puesto 65° de un total de 174 países evaluados.

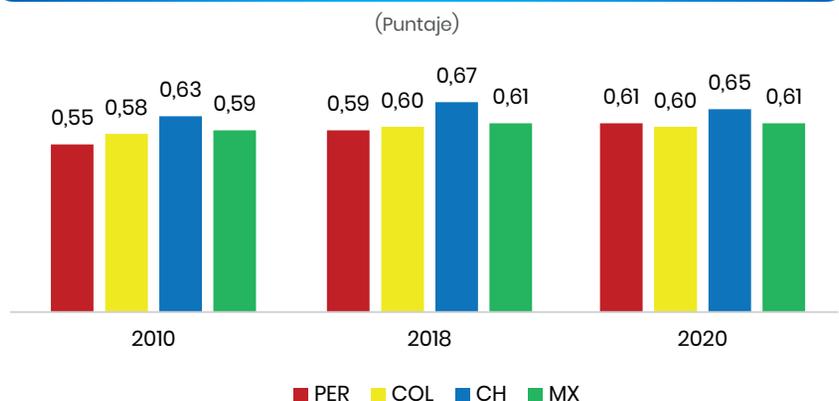
TIEMPOS DE PANDEMIA

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el segundo trimestre del 2020, las tasas netas de asistencia escolar en el Perú (clases a distancia) se redujeron en los tres niveles comprendidos en la educación básica regular (inicial, primaria y secundaria), en comparación a similar trimestre del año anterior.

Así, a nivel inicial, el 81,2% de los niños de tres a cinco años recibió clases a distancia, cifra menor en 14,1 puntos porcentuales (p.p.); mientras que a nivel primario, el 94,2% de los estudiantes de seis a 11 años de edad recibió el servicio educativo, lo que significa una reducción de 3,5 p.p.. En el caso de educación secundaria, el 82,1% de adolescentes de 12 a 16 años de edad recibió clases, lo que equivale a 6,1 p.p. menos.

En general, los medios más usados por los estudiantes para conectarse

ÍNDICE DE CAPITAL HUMANO 2020



Fuente: Banco Mundial

Elaboración: IEDEP

a clases varía según su área de residencia: la televisión lidera en el área urbana con 60,7% versus 40,3% en el área rural, mientras que la radio lidera en el área rural (45,2% versus 9,9%). Asimismo, la computadora o *tablet* se utiliza más en el área urbana (38,3% versus 12,5%) al igual que el WhatsApp (38,3% versus 30%). Otros medios como el correo electrónico y las llamadas telefónicas son más usados en el área rural (30,7% versus 16,4%).

POBLACIÓN DE ENTRE 17 Y 29 AÑOS

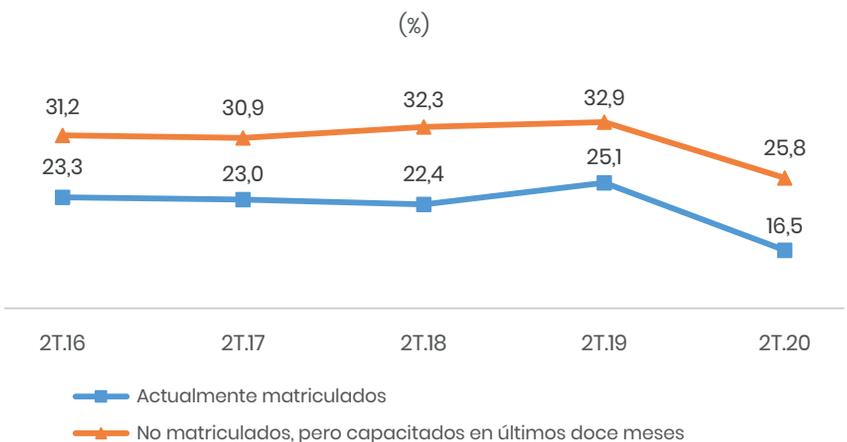
El IEDEP considera importante aproximarse al impacto de la crisis de la COVID-19 en la población entre 17 y 29 años de edad. Para ello, usó los datos provistos por la Encuesta Nacional de Hogares al segundo trimestre del 2020, estimando que el 26% de dicho grupo estuvo matriculado en algún centro o programa educativo, una cantidad menor en 7 p.p., en comparación a similar periodo del año anterior, e incluso por debajo del promedio de los últimos cinco años. De igual manera, cuando se verifica si los que no están matriculados al menos se capacitaron en los últimos doce meses, resulta que solo un 16% lo hizo, también la tasa más baja de los últimos cinco años.

Por ende, se espera mayor proactividad para atender a este segmento de la población, ya que desde el inicio del estado de emergencia se observan pocas medidas a su favor. Recién en septiembre se transfirieron S/30,6 millones para adquirir módems para estudiantes y docentes, así como S/43,2 millones a favor de 34 universidades públicas para financiar el mantenimiento de infraestructura y acciones en materia de cierre de brecha digital.

CIFRAS EN SALUD

En el segundo trimestre del 2020 se observa que la población que afirmó padecer de alguna enfermedad o malestar crónico (artritis, hipertensión, asma, reumatismo, diabetes, tuberculosis, VIH, colesterol,

MATRÍCULA DE JÓVENES EN ALGÚN PROGRAMA EDUCATIVO*



*De los 17 a los 29 años de edad.

Fuente: ENAHO

Elaboración: IEDEP

entre otros) alcanzó el 18,5%, superior en 5,3 p.p., en comparación a similar trimestre del año anterior. Al revisar este indicador, según área de residencia, se observa una mayor incidencia en el área urbana (20,5%), mayor en 5,6 p.p. a la del año pasado, entretanto en el área rural (10,7%), fue superior en 3,6 p.p.

Por otro lado, en medio de las medidas de confinamiento y la priorización del Primer Nivel de Atención de Salud para la emergencia sanitaria, cuando se le consulta a la población si buscó atención para sus enfermedades, síntomas, recaídas o accidentes, el 80,6% refiere no haberla buscado, significando un incremento de 21,2 p.p. en comparación al año anterior; y, entre quienes sí la buscaron, el lugar predilecto fue la farmacia o botica. En ese sentido, resulta imperativo “reactivar” la atención para enfermedades crónicas, pues su grado de mortalidad es elevado.

RECURSOS PÚBLICOS

Debido a la crisis sanitaria el avance del presupuesto de inversión en educación y salud se han visto afectados. Así, al 7 de octubre se ha ejecutado el 55,2% y 57,9% del presupuesto anual, respectivamente.

Para el 2021 se proyecta que

el presupuesto en apoyo al capital humano en conjunto sumaría S/53.655 millones, es decir, el 29,3% del presupuesto total, lo que representa alrededor del 7% del PBI.

Además de los recursos públicos asignados se necesita una mayor efectividad en el gasto. Solo como ejemplo, en la Evaluación Censal de Estudiantes (ECE) 2019, periodo previo a la crisis, apenas el 34% de estudiantes que cursaban el cuarto grado de educación primaria logró en forma satisfactoria los aprendizajes esperados en matemática. En lectura el desempeño se alcanzó el 34,5%.

En cuanto a indicadores nutricionales, la sierra es el área con mayor prevalencia de la anemia, que es un factor de alteración en el desarrollo cognitivo durante el periodo crítico de crecimiento. Le siguen, la selva, con 34,5%; Lima Metropolitana, con 21,7%; y el resto de la costa, con 25,1%.

La situación de riesgo latente de pérdida de potencial humano es mucho más severa en el interior de las regiones. En Puno la tasa de anemia en niños alcanza el 58,6% de su población infante, sumándose seis regiones con tasas superiores al 40% como Ucayali (42,8%), Madre de Dios (43,2%), Loreto (41,4%), Junín (42,4%), Huancavelica (45,3%) y Cusco (46,5%).

RECUPERACIÓN DEL SECTOR EXPORTADOR: RETOS Y PERSPECTIVAS

05 NOVIEMBRE
2020
Hora: 8:00 a.m.
11:00 a.m.

Organiza:

IDEXCAM

Instituto de Investigación y Base de Datos de Comercio Exterior

TRANSMISIÓN



EXPOSITORES



ÁLVARO JANA LINETZKY
Socio en Jana Charlin Cuevas Wegener Abogados, Ex Director General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile



FRANCISCO DE ROSENZWEIG
Socio de la firma White & Case, ex Viceministro de Comercio Exterior de México



PAT CASSIDY
Consejero para Asuntos Comerciales - Embajada de los Estados Unidos en Lima, Ex Consejero Comercial Adjunto en Japón

PANEL DE DISCUSIÓN

Sinergias y estrategias conjuntas entre el sector público y privado para reactivar el sector exportador peruano



CARLOS POSADA

Director Ejecutivo del IDEXCAM y el IEDEP, Director Institucional de la CCL



LUIS TORRES

Presidente Ejecutivo de Promperú



MARTÍN GUSTAVO IBARRA

Socio fundador de Araújo Ibarra, firma de consultoría líder en Colombia en mecanismos de inversión y comercio internacional



LUIS ANTONIO ASPÍLLAGA

CEO DE WT Sourcing Peru S.A.C.

Auspician:

GESTIÓN

Editora Perú

atria energía

ecc Estudios de Comunicación

SEMANAeconómica

DHL

RLA

crati

cambio seguro

Rextie Business

GGF ALMACENES DEL PERÚ



INFORMES E INSCRIPCIONES:
Av. Giuseppe Garibaldi 396, Jesús María
www.camaralima.org.pe



(01) 219 1671

eventos@camaralima.org.pe

IMPULSO PARA LA INDUSTRIA METALMECÁNICA

Expertos coinciden en que el Estado otorgue incentivos para promover más obras de infraestructura y la innovación en las empresas.

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

El sector metalmeccánico peruano solo está operando al 50% de su capacidad y, según la Asociación de Empresas Privadas Metalmeccánicas del Perú (Aepme), su reactivación podría demorar hasta mediados del próximo año. Esto debido a que dependen de la demanda del mercado interno que aún sigue golpeado.

Ante esta situación expertos en el rubro señalan que es necesario incorporar incentivos desde el Estado para promover las compras públicas y las obras de infraestructura, y así evitar que la industria siga cayendo.

PANORAMA DEL SECTOR

Cabe resaltar que, de acuerdo a la Gerencia Central de Estudios Económicos del Banco Central de Reserva (BCR), en el 2019 la producción del sector productos metálicos, maquinaria y equipo creció 2,5%. Sin embargo, desde febrero de este año empezó su decrecimiento, y, de enero a julio, acumuló una caída del 33,4%, respecto a lo registrado el periodo anterior.

El profesor de ESAN, Jorge Merzthal, señala que, además de la coyuntura, lo que también ha estado afectando al sector metalmeccánico es la paralización de proyectos clave de obras públicas tales como la ampliación del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, el Metro de Lima y otros de infraestructura en las regiones.

A ello se suma, dice, la competencia desleal que existe por parte de empresas asiáticas que ingresan al país con precios subvencionados, debido a que en el Perú no existe una reglamentación –como en otros países de la región– que obligue a tener un porcentaje de participación de empresas locales. En resumen, la mano de obra peruana se ve perjudicada.

“Estos tres factores influyen en el sector metalmeccánico que es un



gran generador de empleo directo e indirecto y al mismo tiempo es un gran motor para la producción de insumos de todas las industrias básicas como quirúrgica, maquinarias, soldadura, etc.”, añade Merzthal.

Al respecto, el profesor asociado del Departamento Académico de Ciencias de la Gestión de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Jean Pierre Seclen, afirma que este sector tiene problemas estructurales, además de los coyunturales. Por ejemplo, está muy orientado a la importación de insumos y tecnología desde China, ya que el arancel para la exportación de maquinarias es casi 0%.

“Esa dependencia hace que este sector sea muy débil y ante cualquier problema externo tenga un efecto negativo en las empresas”, agrega y asegura que el sector metalmeccánico históricamente no ha llegado a representar ni el 20% del PBI.

“Hasta el año pasado estábamos en 14%, pero su aporte más trascendental es el indirecto, pues tiene un efecto arrastre que llega de forma transversal a toda la economía e industrias del país y provoca que se dinamicen”, puntualiza Seclen.

CLAVES PARA LA REACTIVACIÓN

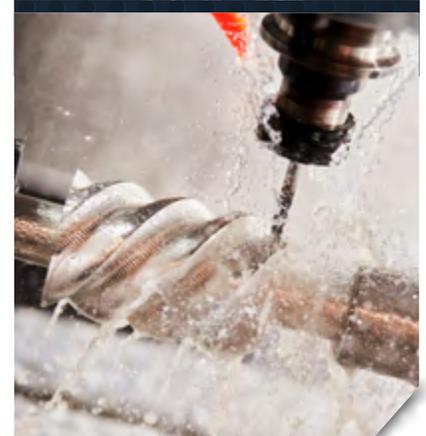
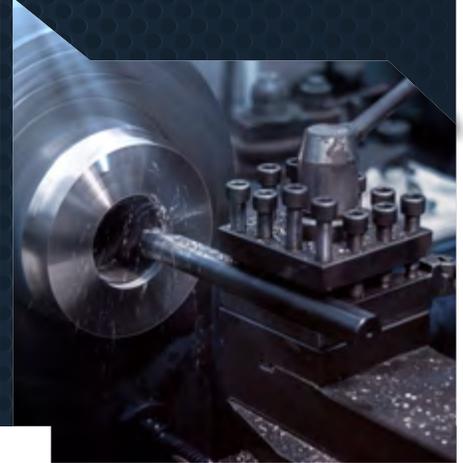
En ese contexto, el gerente general de la Asociación de Empresas Privadas Metalmeccánicas del Perú, Víctor Lazo, indica que están conversando con el Gobierno para que las empresas puedan participar a través de proyectos de infraestructura vial, minería, y otros de orden públicos de manera directa e indirecta.

“Deberíamos generar algún mecanismo para que, a través de licitaciones, las empresas peruanas tengan puntos adicionales por el hecho de ser locales y mantener operaciones en el país”, añade.

Lazo refiere que alrededor del 80% de las empresas metalmeccánicas accedieron al programa Reactiva Perú, pero es corto el tiempo que se les ha



Víctor Lazo indica que están conversando con el gobierno para que las empresas del sector puedan participar a través de proyectos de infraestructura vial, minería, y otros de orden público para reactivar la industria.



dado para empezar a pagar los créditos (a partir del 2021). Considera que debería ampliarse el plazo, ya que no se ve reflejado en cómo está tardando la reactivación de la economía.

EL SECTOR METALMECÁNICO REPRESENTA EL 14% DEL PBI, TIENE UN EFECTO ARRASTRE A TODA LA ECONOMÍA

En ese sentido, el profesor Seclen toma como ejemplo el caso de España, donde el sector es pequeño, pero está catalogado como estratégico para la economía de ese país. Incluso cuentan con beneficios fiscales y políticas orientadas al desarrollo empresarial. Así, a fin de que se compre maquinaria española, se subvenciona el 60% del costo. Aclara que algunas de las medidas para aplicar en el Perú están orientadas a las compras públicas. Es decir, que haya un gasto o estímulo fiscal para que las industrias locales utilicen componentes metalmeccánicos

hechos en el país. De esta manera, el Estado incentivaría el aumento de la demanda local, pero con la condición de que esos beneficios vayan hacia la creación de innovación, además de promover alianzas y consorcios con los empresarios metalmeccánicos peruanos. “Para estimular la productividad y competitividad se necesita un diseño de política industrial que aún no tenemos. Solo existe una política de competitividad muy amplia”, asevera Seclen.

Por su parte, el profesor de ESAN, Jorge Merzthal, espera las compañías que tenían proyectos de inversión puedan acelerarlos y se empiece a cerrar la brecha de infraestructura pública, y con ello se incentive la oferta exportadora.

EXPORTACIONES PERUANAS DEL SECTOR METALMECÁNICO

(US\$)

Subsectores	ENE - AGO 2019	ENE - AGO 2020	Variación %	Participación en el PBI %
Total	375.767.754	261.893.454	-30,30	1,14
Aparatos eléctricos, sus partes y piezas	62.042.209	48.479.098	-21,86	0,21
Aparatos mecánicos, sus partes y piezas	189.244.505	120.264.680	-36,45	0,52
Manufacturas de metal	62.137.589	48.780.822	-21,50	0,21
Vehículos automotores, aéreos, terrestres	54.436,896	35.574.525	-34,65	0,15
Otros metalmecánico	7.906.554	8.794.331	11,23	0,04

Fuente: Sunat

Elaboración: IDEXCAM

CAÍDA DE LAS EXPORTACIONES

Según datos brindados por el Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior (IDEXCAM) de la Cámara de Comercio de Lima, las exportaciones del sector metalmecánico cayeron 30,3% entre enero y agosto de este año, respecto a similar periodo de 2019, y estuvieron valorizadas en US\$ 262,8 millones. Todos los subsectores de este grupo también decrecieron y solo “otros elementos mecánicos” aumentó en 11,23% (ver tabla). Entre los productos de este rubro se encuentran los instrumentos y aparatos para análisis físicos o químicos, aparatos respiratorios y máscaras antigas, entre otros.

Tras haberse expandido en el 2018 y 2019 (enero-agosto) alcanzando los US\$ 387 millones y US\$ 375 millones, respectivamente, la paralización de las actividades provocó que las empresas dejen de producir entre abril y junio.

“Con el inicio de las Fases 2 y 3 las compañías están volviendo a operar. La caída se está frenando y es posible que el próximo año las que puedan sobrevivir se recuperen al 100% de su capacidad”, proyecta el jefe del IDEXCAM, Oscar Quiñones.

En cuanto a mercados, Chile y Estados Unidos son los principales importadores de productos

metalmeccánicos peruanos. A ellos se suman Ecuador y Brasil, para el caso de manufacturas de metal.

LAS EMPRESAS NECESITAN INVERTIR EN FORMAR A SUS TRABAJADORES Y TECNIFICAR SUS MAQUINARIAS

“Se espera que paulatinamente entre el primer y segundo semestre del 2021 todos los sectores recuperen el nivel que tenían en el 2019. Eso dependerá de cuántas empresas importadores de insumos peruanos en el extranjero puedan sobrevivir. El caso de EE.UU. es distinto porque su gobierno les ha brindado ayudas estatales muy fuertes”, añade el jefe del IDEXCAM de la CCL.

MÁS TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Oscar Quiñones también comenta que la industria metalmeccánica peruana tiene mucho espacio para seguir creciendo, pero, principalmente, necesita tecnificar las maquinarias.

Según el profesor de la PUCP, Jean

Pierre Seclen, si las empresas locales de metalmeccánica tuvieran capacidad de desarrollar su propia tecnología y producir de manera flexible a cualquier mercado internacional, este problema interno se podría suplir con el mercado externo.

Del lado académico también se necesitan impulsos. De acuerdo a Seclen, pese a que el Perú cuenta con centros de formación técnicos y universitarios altamente competentes, aún no es insuficiente para la industria, pues muchos egresados son subempleados y no hay incentivos para que estas personas sean empleadas debidamente. “Además, está el castigo social sobre que la carrera técnica en el sector metalmeccánica es mal pagada en el país; cuando en Estados Unidos, Japón o Alemania sucede lo contrario”, agrega.

Mientras que todavía les cuesta a las empresas del sector invertir en formar a sus empleados. Al respecto, el profesor de ESAN, Jorge Merzthal, coincide y lamenta que los ingenieros y técnicos terminen emigrando, y que el Perú pierda ese capital humano que tanto cuesta. “Necesitamos hablar de competitividad y capacidad de adaptarse, competir a nivel internacional y estar a la altura de las especificaciones técnicas altamente demandantes de los proyectos de gran envergadura”, sentencia.



VICTOR ZAVALA

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

Con motivo de la COVID-19, entre agosto y septiembre de este año el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) emitió normas sobre licencias y autorizaciones para el transporte de personas y mercancías, que las empresas deben tener en cuenta. A continuación, resumimos dichas normas, indicando su fecha de publicación en el diario *El Peruano*.

1.- Fase 4 de reactivación económica.- Con el DS 157-2020-PCM (26.09.20) se dispuso que desde el 01.10.20, se reanuden las actividades de emisión de brevets (centros de evaluación, escuelas de conductores y entidades habilitadas para emitir certificados de salud), así como los servicios ofrecidos por los centros de inspección técnica vehicular, entidades emisoras de certificados de conformidad de vehículos, centros de revisión periódica de cilindrados, certificadoras y talleres de conversión a GNV y GLP, y entidades certificadoras de conformidad, modificación, fabricación y montaje de vehículos.

2.- Protocolo de exámenes para licencias de conducir.- Mediante RD 028-2020-MTC (25.09.20) se aprobó la directiva "Protocolo de evaluación de habilidades en la conducción en la infraestructura cerrada a la circulación vial y en la vía pública, para el otorgamiento de licencias de conducir". Con ello se estandariza



NORMAS SOBRE TRANSPORTE QUE LAS EMPRESAS DEBEN TENER EN CUENTA

La CCL da a conocer las disposiciones que el MTC emitió entre agosto y septiembre de este año.

a nivel nacional el procedimiento de evaluación de las capacidades y destrezas del titular de una licencia de conducir para la conducción en la vía pública.

3.- Fiscalización de certificadoras de salud para licencias de conducir.- La Res. 046-2020-Sutran (23.09.20) aprobó la fiscalización de las entidades habilitadas para expedir certificados de salud para postulantes a licencias de conducir.

4.- Fiscalización de escuelas de conductores.- Mediante la Res. 044-2020-Sutran (18.09.20), se aprobó la directiva que regula la fiscalización de las escuelas de conductores por la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías (Sutran).

5.- Tarjeta de identificación vehicular electrónica (TIVE).- Con la Res. 131-2020-Sutran (21.09.20) se aprobó la TIVE, a partir de 01.10.20, según el diseño y características que figuran en el anexo de la Res. 131 de Sutran. La TIVE sustituye a la tarjeta de identificación vehicular en soporte físico, sin perjuicio de ello, esta última mantendrá sus efectos y validez.

6.- Pago a concesionarios de transporte.- Con el DU 112-2020 (12.09.20) se faculta al Instituto Metropolitano Protransporte de Lima (Protransporte) concretar una operación de endeudamiento de corto plazo bajo la modalidad de préstamo, con el aval de la Municipalidad Metropolitana de Lima, para financiar la compensación económica a las empresas de los contratos de concesión del servicio de transporte de pasajeros mediante buses troncales y alimentadores del sistema de corredores segregados de buses de alta capacidad (COSACI) y corredores complementarios.

7.- Prorrogan vigencia de licencias de conducir en zonas de cuarentena focalizada.- Con la Res. 025-2020-MTC (09.09.20) se prorroga la vigencia de las licencias de conducir de vehículos automotores de la clase A,

cuyo trámite de revalidación debe ser realizado en los gobiernos regionales de Cusco, Moquegua, Puno, Tacna, Amazonas, Ancash, Apurímac, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Huancavelica, Huánuco, Ica, Junín, La Libertad, Lima (no comprende la provincia de Lima Metropolitana), Madre de Dios y Pasco; y cuyo vencimiento se haya producido entre el 01.01.20 y el 30.10.20, según el cronograma que se indica:

7.1.- Vehículos Clase A.- Ver recuadro.

7.2.- Vehículos Clase B.- Hasta el 31.03.21 se prorroga la vigencia de licencias de conducir clase B en lugares con cuarentena focalizada y que hayan vencido entre el 01.01.20 y el 30.10.20.

7.3.- Prórroga de vigencia de certificados de salud.- Los certificados de salud para obtener

licencias de conducir que hayan vencido entre el 01.01.20 al 30.10.20, se prorrogan hasta el 31.03.21.

7.4.- Autorizaciones para el servicio de transporte.- Hasta el 31.12.20 se prorrogan las autorizaciones para el servicio de transporte de mercancías vencidas hasta el 30.11.20.

8.- Condiciones para asignación de placas de rodaje.- Con el DS 018-2020-MTC (09.09.20) se determinan las condiciones para la asignación de la placa de rodaje. Se dispone de manera excepcional, hasta el 30.09.20, que se consigne la fecha y número de emisión del comprobante de pago expedido para el propietario adquirente del vehículo automotor en el Registro de Asignación de Placa Rotativa y la Constancia Complementaria de Uso de Placa Rotativa, en reemplazo de

Clase y Categoría de Licencia de Conducir:	Prórroga al:
Clase A categoría I	31 de marzo 2021
Clase A categoría IIa	31 de diciembre 2020
Clase A categoría IIb (vencidas entre el 01.01.20 al 31.07.20)	31 de enero 2021
Clase A categoría IIb (vencidas entre el 01.08.20 al 30.10.20)	28 de febrero 2021
Clase A categoría IIIa	31 de diciembre 2020
Clase A categoría IIIb	28 de febrero 2021
Clase A categoría IIIc	28 de febrero 2021



la información de la fecha y número del título, bajo el cual se solicita la inmatriculación en el Registro de Propiedad Vehicular de la Sunarp.

De otro lado, prorroga hasta el 31.12.20 la jornada máxima diaria acumulada de conducción en la prestación del servicio de transporte público de personas (no más de cinco horas continuas en el servicio diurno y no más de cuatro horas continuas en el servicio nocturno; y no más de 10 horas acumuladas en un período de 24 horas).

9.- Guía de calibración en centros de inspección vehicular.- Mediante RD 08-2020-Inacal (07.09.20) se aprueba la guía para la calibración de patrones, equipos e instrumentos de medición autorizados por los centros de inspección técnica vehicular, para realizar las inspecciones técnicas vehiculares.

10.- Subsidio para continuidad del servicio de transporte regular de personas.- Con la Res. 129-2020-ATU/PE (01.09.2020) se establece el 01.09.20 como fecha de inicio de entrega, por parte de la Autoridad de Transporte Urbano para Lima y Callao (ATU), del subsidio económico en favor de las personas naturales y/o jurídicas que prestan el servicio de transporte terrestre regular de personas de ámbito provincial en Lima y Callao, a fin de garantizar la continuidad de dicho servicio.

11.- Obligaciones de operadores de servicio de transporte regular de personas.- Con la Res. 027-2020-ATU/DO (01.09.2020) se establece la obligatoriedad por parte de los operadores, conductores y cobradores del servicio público de transporte regular de personas (Transporte convencional, COSAC I y Corredores Complementarios) de preservar el total de *stickers* con códigos QR instalados en los vehículos, como mecanismo que permite a los usuarios del sistema de transporte visualizar el registro de limpieza y desinfección de las unidades vehiculares. El incumplimiento ocasiona sanciones administrativas.

12.- Prorrogan autorización excepcional para brindar servicio de transporte.- Con el DS 017-2020-MTC (01.09.2020) se prorroga el régimen de autorización excepcional respecto de la prestación del servicio de transporte regular de personas, de estudiantes y turístico. Establece que los transportistas que cuenten con autorización vigente al 15.03.20 podrán realizar dicho servicio sin requerir autorizaciones adicionales hasta el 31.10.20.

DESDE EL 5 DE OCTUBRE SE REANUDARON LOS VUELOS INTERNACIONALES A 11 DESTINOS

13.- Establecen fecha de inicio de funciones transferidas a la ATU por ProTransporte.- Con la Res. 127-2020-ATU/PE (29.08.2020), se estableció el 14.09.20, como fecha de inicio del ejercicio de las funciones transferidas a la ATU, por parte de ProTransporte, en el marco del proceso de fusión por absorción dispuesto por la Ley 30900 que creó la ATU como organismo técnico especializado adscrito al MTC.

14.- Lineamientos técnicos para subsidio a servicio de transporte de personas.- Con la RD 026-2020-ATU/DO (18.08.20) se aprueban los “Lineamientos Técnicos para la Transmisión de Datos GPS y Parámetros Operacionales para el Subsidio del Transporte Regular de Personas”, en el marco de lo dispuesto por el DU 079-2020 con el cual se autorizó a la ATU el otorgamiento excepcional de un subsidio económico en favor de las personas naturales y/o jurídicas y/o propietarios de un vehículo, autorizados y/o habilitados para prestar el servicio de transporte

terrestre regular de personas de ámbito provincial en la provincia de Lima y Callao, a fin de garantizar la continuidad de dicho servicio.

15.- Lineamientos para la prevención de la COVID-19 – Transporte especial de personas.- Con la RM 0475-2020-MTC/01 (13.08.2020) se establecen las reglas y procedimientos de salud pública que deben ser observados en la prestación y utilización del servicio de transporte terrestre especial de personas, en las modalidades de transporte social, transporte de trabajadores y transporte en auto colectivo.

16.- Prorrogan uso de placas rotativas.- Con la RD 029-2020-MTC/18 (30.09.2020) se prorroga hasta el 31.12.20 el uso placas rotativas, para la circulación de vehículos que inicien el proceso de inmatriculación de los mismos en el Registro de Propiedad Vehicular y no obtengan la placa de rodaje definitiva dentro del plazo de 15 días previsto.

17.- Lineamientos para servicios de transporte aéreo internacional.- Con la RM 0643-2020-MTC/01 (30.09.2020) se aprueban los lineamientos sectoriales para la prevención de la COVID-19 en la Prestación del Servicio de Transporte Aéreo de Pasajeros a Nivel Internacional.

18.- Lineamientos para servicio de transporte público terrestre.- Con la RM 0641-2020-MTC/01 (30.09.2020), se aprueba el lineamiento sectorial para la prevención de la COVID-19 en el servicio de transporte turístico terrestre.

19.- Reinicio de actividades de transporte por vía aérea a destinos sanitarios.- Con la RM 0642-2020-MTC/01 (30.09.2020) se aprueba el reinicio de las actividades de transporte de pasajeros por vía aérea a través de vuelos internacionales con un máximo de cuatro horas de duración a partir del 05.10.20. Los destinos aprobados son Guayaquil, La Paz, Quito, Bogotá, Santa Cruz, Cali, Medellín, Panamá, Asunción, Montevideo y Santiago.



NUEVAS OPORTUNIDADES PARA EL CALZADO PERUANO

Idexcam identificó los mercados potenciales para las exportaciones de este importante sector conformado por más de 5.600 empresas



DR. CARLOS POSADA Ugaz

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

Según el Ministerio de la Producción, la cadena de fabricación de calzado en el Perú está conformada por más de 5.600 empresas. Aproximadamente, el 93% de ellas son microempresas y están localizadas principalmente en las ciudades de Lima, Villa El Salvador y Rímac; y en Trujillo, en El Porvenir.

En relación al comercio exterior de esta industria, entre enero y julio del 2020 el valor de las exportaciones de calzado fue US\$ 7,6 millones, -33,12% en relación con similar periodo del 2019.

Un análisis del sector a nivel mensual muestra que en marzo hubo una disminución del 52,63% del valor exportado. Esto es consecuente con la propagación de la pandemia y el inicio

de la cuarentena decretada por el Gobierno Peruano.

El sector calzado está dividido en cinco subsectores: capellada (parte superior) de caucho o plástico, capellada de cuero, capellada de materia textil, demás calzados y partes de calzado. Como se observa en la Tabla 1, todos los subsectores de la industria de calzado sufrieron una caída en el valor de sus exportaciones entre enero y julio pasado.

A JULIO, EL VALOR DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS DE CALZADO FUE DE US\$ 7,6 MILLONES

Sorprende la caída del subsector capellada de cuero (calzado de cuero), que representan mayor porcentaje de participación en las exportaciones (51,23%). Entre los productos más afectados de este subsector se encuentran las partidas 6403919000: “Demás calzados que cubran el tobillo, con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural”, que comprenden, en su mayoría, productos como botas o botines; la 6403999000: “Demás

calzados, con suela de caucho, plástico, cuero artificial o regenerado, y parte superior (corte) de cuero natural, excepto que cubran el tobillo”, el cual engloba calzado de cuero para caballero y dama; y la 6403590000: “Demás calzados con suela y parte superior (corte) de cuero natural, excepto que cubran el tobillo”, que comprende al calzado que no cubra el tobillo. Las exportaciones de estos productos registraron caídas del 22,42%, 49,19% y 31,86%, respectivamente.

Como se puede ver en la Tabla 2, el principal destino de las exportaciones del subsector capellada de cuero es Estados Unidos, con una participación de 42,03% y una variación de -31,78%. Singapur se posicionó como el segundo mercado de destino, con una participación de 30,01%. Cabe resaltar que es el único mercado dentro del top 5 que tuvo una variación positiva (7,33%). Ecuador, Canadá y el Reino Unido tuvieron una caída de 52,09%, 65,55% y 50,28%, respectivamente.

POSIBLES NUEVOS MERCADOS

Debido al desempeño negativo por el que atravesaron las exportaciones de calzado, el Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior (Idexcam) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) dirigió sus esfuerzos para tratar de identificar los posibles

TABLA N°1

EXPORTACIONES DEL SECTOR CALZADO POR SUBSECTORES

Periodo enero-julio

VALOR EXPRESADO EN US\$

Subsectores	Enero-julio 2019	Enero-julio 2020	Variación %	Participación en exportaciones
Capellada de caucho oplástico	3'404.964	2'649.502	-22,19%	34,59%
Capellada de cuero	6'022.003	3'923.969	-34,84%	51,23%
Capellada de material textil	992.045	509.907	-48,60%	6,66%
Demás calzados	615.139	289.158	-52,99%	3,78%
Partes de calzados	418.182	286.649	-31,45%	3,74%
Total Sector Calzado	11'452.334	7'659.185	-33,12%	100,00%

nuevos mercados de destino para los principales productos del subsector de capellada de cuero.

Botas de cuero: De acuerdo con nuestra investigación, Austria podría ser un potencial destino. Sus principales proveedores son Alemania, Bosnia y Herzegovina e India, países que en el 2019 exportaron este producto por US\$ 16 millones, US\$ 1 millón y US\$ 4 millones, respectivamente. Austria forma parte de la Unión Europea (UE), con la cual el Perú tiene firmado un acuerdo comercial que comprende estos productos.

República Checa, también miembro de la UE, se presenta como un posible nuevo mercado. Sus principales proveedores son Polonia, Alemania y China, que en el 2019 exportaron por US\$ 7 millones, US\$ 4 millones y US\$ 2 millones, respectivamente.

Otro potencial destino es Corea del Sur, con el que también tenemos suscrito un TLC. Sus principales proveedores son Vietnam, China e Italia, que exportaron US\$ 14 millones, US\$ 16 millones y US\$ 4 millones, respectivamente, en el 2019.

Dentro de la región, Brasil ha exportado a estos países, pero a una escala muy baja (menos de US\$ 1.000).

Calzado de cuero para caballero y dama: En este caso tenemos como posible nuevo destino a Croacia, que forma parte de la UE. La mayor parte de sus importaciones provienen de Eslovenia, Italia y Polonia.

Otro destino posible es Dinamarca, cuyos principales proveedores son Alemania, Polonia y República Checa, con US\$ 46 millones, US\$ 22 millones y US\$ 17 millones, respectivamente.

Por último, Vietnam, que forma parte del Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico (APEC), también es un posible nuevo mercado. Sus principales proveedores son China, Tailandia y Francia, con exportaciones por US\$ 38 millones, US\$ 159.000 y US\$ 269.000, respectivamente.

Entre los países de la región, entre enero y julio, Brasil exportó más de US\$ 43.000 a Croacia, más de US\$ 15.000

TABLA N°2

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DEL SUBSECTOR DE CAPELLADA DE CUERO

Periodo enero-julio

VALOR EXPRESADO EN US\$

Países	Enero-julio 2019	Enero-julio 2020	Variación%	Participación en exportaciones %
EE.UU.	2'432.907	1'659.841	-31,78%	42,30%
Singapur	1'097.309	1'177.692	7,33%	30,01%
Ecuador	569.172	272.68	-52,09%	6,95%
Canadá	657.831	226.65	-65,55%	5,75%
UK	326.317	162.255	-50,28%	4,13%
Demás países	938.467	424.851	-54,73%	10,38%
Total	6'022.003	3'923.969	-34,84%	100,00%

Fuente: SUNAT

Elaboración por: IDEXCAM

a Dinamarca y US\$ 1.000 a Vietnam.

Calzado de cuero que no cubra el tobillo: Croacia y Dinamarca podrían ser posibles nuevos mercados para este producto. Los principales proveedores de Croacia son Italia, Alemania y Eslovenia, con exportaciones por US\$ 964.000, US\$ 384.000 y US\$ 227.000, respectivamente; mientras que en el caso de Dinamarca son Italia, Alemania y Reino Unido, con US\$ 2 millones, US\$ 713.000 y US\$ 451.000, respectivamente.

hacia Malasia y Dinamarca, el valor exportado no ha sido muy elevado (menos de US\$ 1.000). A este último destino, también se suma Argentina con menos de US\$ 1.000.

Los nuevos mercados presentados para estos tres productos son potenciales oportunidades comerciales debido a que mantienen relación con Perú mediante acuerdos comerciales, con excepción de Vietnam y Malasia. Por ello, habría mayor facilidad en el intercambio comercial. Por otro lado, Perú también forma parte de la APEC, al igual que Vietnam y Malasia.

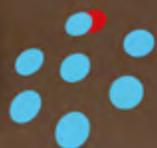
Otro aspecto a considerar es que Brasil, que está cerca geográficamente a nuestro país, tiene presencia comercial en estos mercados. Así, Perú podría ingresar también a dichos mercados.

Es importante precisar que uno de los retos para que nuestras exportaciones de calzado sean más competitivas en el exterior es la innovación en el diseño de los modelos propios. En ese sentido, el papel que juegan instituciones como el Centro de Innovación Tecnológica del Cuero, Calzado e Industrias Conexas (CITEccal) para el apoyo a la innovación empresarial es relevante. Es necesario que las instituciones de promoción comercial aprovechen los acuerdos comerciales que el Perú tiene suscritos para diversificar mercados.

UN GRAN RETO PARA LA INDUSTRIA DE CALZADO PERUANA ES LA INNOVACIÓN EN EL DISEÑO

Por último, Malasia, miembro del APEC, también es un posible nuevo mercado. La mayor parte de las importaciones de este producto provienen desde Italia, Suiza y Francia, con US\$ 3 millones, US\$ 1 millón y US\$ 313.000, respectivamente.

Dentro de los países de la región, Brasil ha exportado más de US\$ 6.000 hacia Croacia, mientras que



Retail Custom Solutions
Thinking Out Of The Box

SOFTWARE LOGÍSTICO COMERCIAL PARA RETAIL

Punto de venta y control de inventarios
Integración con plataformas Online y Marketplace
Programas de fidelización de clientes GiftCard & Rewards
Módulo CRM para segmentación de clientes

+14

Países

+500

Clientes

+4000

Tiendas

+10000

POS

www.retailcs.com

✉ info@retailcs.com 📞 +51 989 598 015



“HAY MUY POCO INTERÉS POR LA CIENCIA A NIVEL ESCOLAR”

La presidenta del Comité Pro Mujer en CTI de Concytec, Beatrice Avolio, analiza los factores que impiden una mayor participación de la mujer en ciencia y tecnología.

MARIBEL HUAYHUAS
MHUAYHUAS@CAMARALIMA.ORG.PE



¿Cuál es su percepción sobre la participación de las mujeres en la ciencia en el país?

Actualmente son pocas las mujeres relacionadas a las ciencias, pero también son pocos los hombres que optan por esta actividad en comparación a otras carreras. Por ejemplo, a nivel universitario tenemos que, del total de alumnos matriculados, el 32,9% está relacionado a una carrera vinculada a ciencia, tecnología e innovación (CTI) y, de ese total de matriculados, el 29,2% son mujeres. Respecto a los egresados universitarios, la relación es parecida, pues el 26% del total de egresados pertenece a carreras de CTI, donde el 32% de ese total corresponde a mujeres. Esa misma figura también se repite en el campo de la investigación y en la docencia, lo que nos lleva a definir que en el país hay un bajo nivel de mujeres que nos representan en ciencias.

¿Cuáles serían esos parámetros que han determinado esa menor representación?

Específicamente hay una falta de información sobre las carreras de ciencias y de su importancia para el desarrollo dentro de una sociedad. A nivel escolar vemos que hay muy poco interés de los estudiantes por seguir esta carrera. Y ello se debe a que existe un problema en la educación escolar, donde el modelo educativo no incentiva al estudiante que la ciencia es atractiva e interesante. Mucho tiene que ver con los docentes, no con la currícula, sino con la propia pedagogía y el ambiente de la escuela. Se cree que la ciencia es para *nerds*, para gente solitaria, rara y demás estereotipos.

Y a nivel universitario, ¿se dan estos mismos estereotipos?

Aquí los factores cambian y están relacionados a lo familiar, cultural

y social. A nivel universitario se piensa –por ejemplo– que la ciencia es un ambiente frío. Hay una falta de modelos referentes, así como una escasa estimulación y soporte familiar hacia una carrera científica.

También se cree que la ciencia es una carrera que demanda muchos más años en culminarla, restándole expectativas económicas y de desarrollo. Y cuando egresas también te encuentras con otros obstáculos. Por ejemplo, hay más demanda laboral para hombres que para mujeres, donde piden laborar en lugares alejados o relacionados a temas de seguridad. Como se observa hay una complejidad de factores, los cuales requieren de soluciones integrales y complejas.

EL 32% DE LOS EGRESADOS UNIVERSITARIOS EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA SON MUJERES

En ese sentido, ¿cuáles son las propuestas del Comité Pro Mujer en CTI?

Hemos presentado una propuesta integral sobre el tema Mujeres en la Ciencia, la cual incluye varios programas para cada uno de los ámbitos: niñas, estudiantes, investigadoras y profesionales.

La propuesta comprende dos marcos generales. La primera apunta a establecer una política institucional para promover la presencia de la mujer en ciencia y tecnología, el cual fue ya fue culminado por el Comité Pro Mujer. El otro marco integral está referido a la gestión institucional de la Red de Mujeres en CTI, que propone una gestión institucional del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (Concytec)

de manera que pueda aplicarse los programas que se han planteado en el Comité Pro Mujer. Así también, se ha propuesto una mayor visualización de las mujeres en el ámbito de la ciencia a través de una serie de reconocimientos y premios.

Respecto a los programas, el Comité de la Mujer ha propuesto “*Ciencia para todos*” dirigido a niñas en etapa escolar a fin de promover la importancia de la ciencia en todos los ámbitos. Para las estudiantes universitarias se ha diseñado el programa “*Semillero científico en ciencia y tecnología*”, el cual va a generar más profesionales en ciencias a nivel de universidades.

Y para las mujeres graduadas en CTI planteamos el programa de mentorías orientado a que investigadoras más experimentadas contribuyan con otras, a fin de formar equipos de investigación y brindar una línea de carrera mucho más sólida. También estamos desarrollando los criterios específicos para los concursos sobre un fondo de investigación y para emprendedoras con base tecnológica. Todas estas propuestas han sido presentadas y están en proceso de evaluación por el Concytec.

¿Cómo incentivamos a nuestras niñas a que se interesen por la ciencia y la tecnología?

Por un lado, se necesita de buenos profesores que promuevan el interés y la curiosidad. Igualmente, es importante romper con los estereotipos y mostrarles las posibilidades que tienen de desarrollar una carrera en ciencia y tecnología. También es sustancial promover su importancia a través de talleres, con actividades en laboratorios, para generar interés y pasión por la ciencia. De igual manera, es relevante formar en ellas actitudes positivas hacia el estudio de las ciencias, donde tengan la oportunidad de acceder y conocer más temas de interés.

PRÁCTICAS SOSTENIBLES EN LA MODA PERUANA

Esta edición de Perú Moda & Perú Moda Deco, basada en el concepto *Feel & Live Sustainable*, muestra al mundo la necesidad de que la industria cuide el medio ambiente.

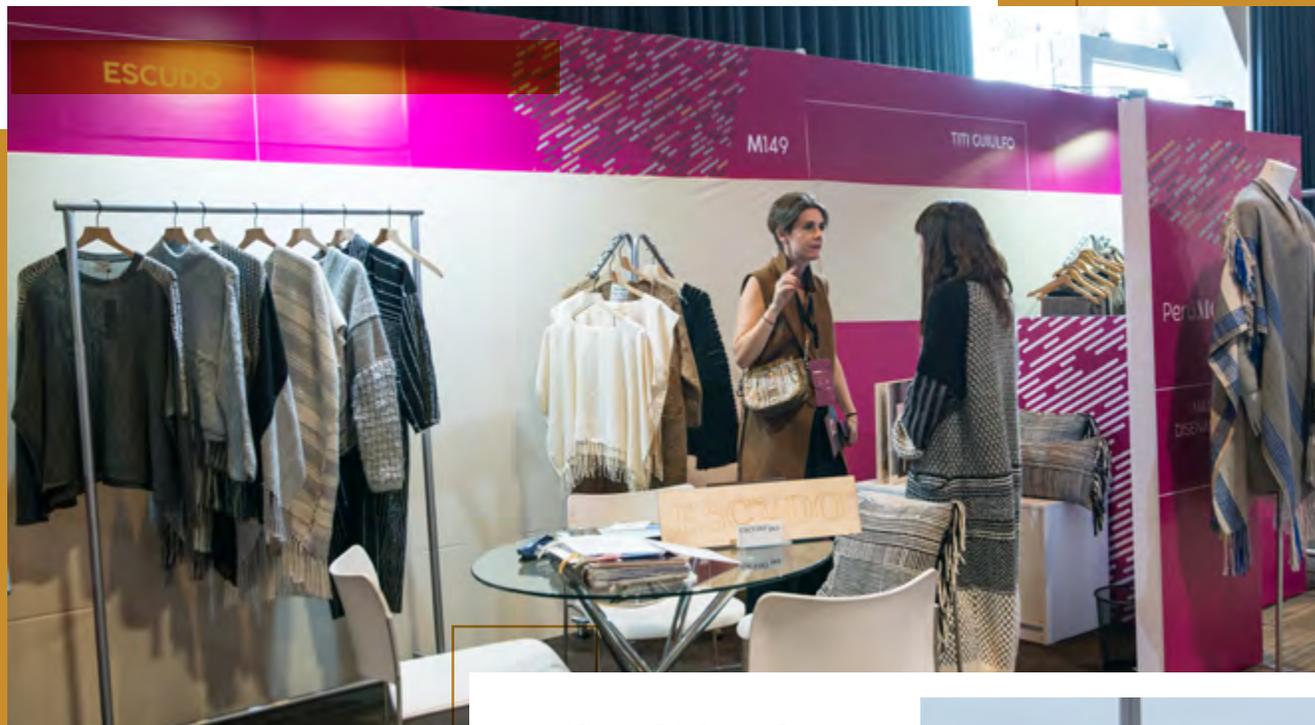


Perú Moda & Perú Moda Deco es uno de los mayores eventos de la industria de la vestimenta peruana y una de las plataformas del sector más importantes en América Latina, afirmó el presidente de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú), Luis Torres. Además señaló que esta edición –que se inició el 1 de octubre– se basa en el concepto *Feel & Live Sustainable*, que tiene como objetivo mostrar al mundo la necesidad de ser sostenibles y tomar acciones en busca de ello.

Durante la inauguración del evento, Torres explicó que la industria de la vestimenta y de los accesorios en nuestro país encuentra hoy un espacio enorme para aprovechar y enseñar acerca de la importancia de la sostenibilidad.

Indicó que en este evento, que durará hasta el 30 de octubre, está participando el 70% de la oferta exportable del país.

Por su parte, la viceministra de Comercio Exterior, Sayuri Bayona, explicó que en esta edición de Perú Moda se busca dar un paso más en el concepto de sostenibilidad y demostrar al mundo que para estar a



la moda también se necesitan tomar acciones a lo largo de la cadena de valor que promuevan la preservación del medio ambiente, y el respeto y cuidado de nuestros recursos naturales. .

Asimismo, precisó que a través del Premio a la Sostenibilidad e Innovación en la Industria Textil, Vestimenta y Decoración se reconocerá a las empresas del sector que hagan uso de prácticas sostenibles e innovadoras para optimizar sus procesos productivos.

PRÁCTICAS SUSTENTABLES

Perú Moda & Perú Moda Deco es organizado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) y Promperú, con el apoyo de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), la Asociación de Exportadores (Adex) y la Sociedad Nacional de Industrias (SNI).

En ese sentido, el director de la Oficina Institucional de la CCL, Carlos Posada, refirió que como gremio siempre se ha tenido en cuenta que la sostenibilidad impacta de diversas

“ES NECESARIO TRABAJAR ESTRATEGIAS ALINEADAS A LAS EXIGENCIAS INTERNACIONALES”

Carlos Posada
Director institucional de la CCL



“LA CADENA DE VALOR DEBE PROMOVER LA PRESERVACIÓN DE NUESTROS RECURSOS NATURALES”

Sayuri Bayona
Viceministra de Comercio Exterior



formas en la oferta exportable, como en el medio ambiente, el ecosistema y en los productos que son más amigables con el planeta, pero, sobre todo, sostuvo que impacta en la gestión económica y social de las empresas. “Esta tendencia, que no es una nueva, pero es cada vez más creciente y global, exige que los productos estén alineados al cuidado y preservación del ambiente en todas sus dimensiones”, destacó.

Para el presidente de Adex, Erik Fischer, el exportador peruano ha interiorizado el concepto de sostenibilidad porque apunta a llegar a mercados altamente competitivos, que están innovando y que tienen exigencias en términos de sostenibilidad ambiental, social y económica de los productos.

Por su parte, el presidente de la SNI, Ricardo Márquez, señaló que era evidente que la sostenibilidad tenía que llegar a la industria y eso significa que, como empresarios de este rubro, tienen que cuidar el entorno ambiental y social, detalló además que la sostenibilidad será un requisito para las empresas en el futuro.

A su turno, el embajador Eduardo Chávarry, director general de Promoción Económica del Ministerio de Relaciones Exteriores, sostuvo que la sostenibilidad es una variable importante y vital. “La gran ventaja que tiene el Perú es que cuenta con todos los elementos que integran la cadena productiva de diversos bienes determinados en el rubro de la moda, como son el algodón y la alpaca, que surgen de la rica biodiversidad de nuestro país”, destacó.

En ese sentido, dijo que la sostenibilidad, asumida como la armonía entre el proceso productivo y el cuidado de los recursos y el respeto de los conocimientos ancestrales, tiene un alto y positivo impacto para la oferta exportadora peruana. altamente competitiva, intensamente diversa y potencialmente rica en su potencial para generar emprendimientos de vanguardia.

“LA SOSTENIBILIDAD TIENE UN ALTO Y POSITIVO IMPACTO EN LA OFERTA EXPORTABLE PERUANA”

Eduardo Chávarry
Director general de Promoción Económica del Ministerio de Relaciones Exteriores



El préstamo con los **beneficios** que tu negocio necesita



Asesoría 100% personalizada

Evaluamos cada caso. Te acompañamos durante todo el proceso.



Tasas accesibles

Incluyen todos los gastos incluso el levantamiento de hipoteca.



Montos altos y cuotas manejables

Desde S/20,000 hasta S/1'000,000 con contrato de hasta 4 años.*



Desembolso rápido

En un promedio de 15 días útiles desde la entrega de la documentación completa.

Pre-califica en: www.prestamype.com



/Prestamype



Calle Mártir Olaya 129. Of 1302. Edificio Empresarial Pardo, Miraflores

*Sujeto a evaluación crediticia.



Prestamype

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL ES CLAVE PARA EL ÉXITO DE LOS NEGOCIOS

Expertos de reconocidas empresas participaron en el foro internacional *e-Summit Perú Digital 2020*, evento virtual organizado por la Cámara de Comercio de Lima.

Con el objetivo de promover la transformación digital y el adecuado uso de las tecnologías en las empresas y organizaciones peruanas, así como de la región, la Cámara de Comercio de Lima (CCL) organizó el foro internacional *e-Summit Perú Digital 2020*, evento virtual realizado los días 6 y 7 de octubre.

Durante su intervención en el evento, la presidenta de la CCL, Yolanda Torriani, afirmó que ante el contexto de pandemia se han registrado cambios sustanciales en el consumo y las relaciones sociales, generando que empresas e instituciones aceleren sus procesos para adaptarse a estos cambios.

“Ello es sumamente importante, no solo para ser más eficientes y competitivos en la producción de bienes y servicios, sino para optimizar las relaciones con la sociedad”, precisó. En ese sentido, la presidenta de la CCL mencionó que en esta nueva normalidad el consumidor pos-COVID-19 se volverá más sensible y racional, y se informará anticipadamente sobre la calidad de los bienes y servicios.

Más adelante, el gerente de Transformación Digital de Interbank, Claudio Rodríguez, resaltó que mientras las organizaciones no tengan una visión de largo plazo no podrán hacer una óptima transformación de sus procesos. “Igualmente deben tener la capacidad de adaptarse y reinventarse ante un mercado cada vez más exigente”, refirió.

Por su parte, Lieneke Schol, miembro del directorio de Alicorp, enfatizó que el liderazgo de los CEO tendrá un papel importante en la transformación digital, el mismo que debe estar abierto a establecer estrategias de negocio sin que ello implique desplazar el factor humano.

“El éxito de la transformación digital no radica necesariamente en usar más tecnología, más bien es conocer mejor a tu cliente o tu modelo de negocio, y esa identificación se dará



si la organización cuenta con un CEO líder”, manifestó Schol.

Por su parte, Luisa Marquéz, *partner GBS country leader* Perú & Ecuador en IBM, señaló que, para tener éxito en el proceso de transformación, las empresas deben desarrollar procesos dinámicos y constantes donde ‘el aprender, desaprender y el reaprender’ deben estar presentes en el ADN de las organizaciones, de tal manera que les permita enfrentar mejor los desafíos actuales.

Para el líder del Área de Tecnologías de la Información y Comercio Electrónico de la CCL, Jaime Montenegro, la transformación digital brinda una importante oportunidad para los negocios y las personas, que involucra procesos, tecnología, data, talento humano, entre otros. “Ello va a permitir reactivarnos en esta época de crisis sanitaria”, aseveró.

ESTRATEGIAS PARA CRECER

De otro lado, el gerente de Innovación y Transformación Digital para Latinoamérica en Sophos Solutions, Gabriel Alzate, dijo que en esta coyuntura de crisis la transformación digital debe ser vista como una estrategia de negocio dado que su importancia radica en la generación de valor.

Alzate explicó que actualmente estamos en la Cuarta Revolución

“CON LA LLEGADA DE LA PANDEMIA, LAS EMPRESAS E INSTITUCIONES ACELERARON SUS PROCESOS PARA PODER ADAPTARSE”

YOLANDA TORRIANI
Presidenta de la CCL



Industrial, de la cual la transformación digital es parte, y como estrategia de negocio puede contribuir a crear nuevas experiencias al consumidor. “Hoy es importante que una compañía sea ágil en el mercado, que esté en constante transformación, crecimiento y evolución, pero todo ello dependerá del cambio de mentalidad de los que la integran”, manifestó Alzate.

Igualmente, la transformación digital tendrá un rol protagónico en el desarrollo de ciudades inteligentes o *smart cities*. Así lo manifestó el fundador de Flumarketing.com, Andrés Silva Arancibia, quien indicó que el gasto mundial para este tipo de ciudades bordearía los US\$ 35.000 millones el próximo año.

“Dicha inversión es necesaria debido a que las ciudades seguirán en constante crecimiento y serán cada vez más complejas”, expresó.

Agregó que, precisamente, al 2050 se proyecta que casi el 70% de la población global residirá en zonas urbanas (hoy en 50%), debido a que en ellas existe una excesiva centralización de servicios (salud, educación, transporte, etc.) y oportunidades laborales. “En ese escenario, serán las tecnologías y la transformación digital las que resuelvan las complejidades de las *smart cities*, a través de la dación de soluciones inteligentes, sin que ello signifique dejar de impulsar el bienestar de los ciudadanos y la preservación del entorno, con servicios más eficientes y sostenibles. Todo ello es posible no solo implementando plataformas tecnológicas e innovación digital, sino una gobernanza inteligente en la gestión pública”, anotó Silva.

VALOR DE LA INFORMACIÓN

Respecto a las pymes, el fundador y director gerente de Brand Label, Sebastián Hercovich, consideró que estas organizaciones primero deben relacionarse con lo digital antes de entrar a un proceso de transformación. “Con ello lograrán un importante impacto en todas las fases de la cadena de valor”, señaló. No obstante añadió que dicha estrategia digital podría fallar si la data (información) está errada o imprecisa. “La baja calidad de la data es la causa de que el 40% de las iniciativas digitales de negocios no

“LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL SERÁ CLAVE PARA LA REACTIVACIÓN DE NUESTRA ECONOMÍA”

JAIME MONTENEGRO
Líder del Área de Tecnologías de la Información y Comercio Electrónico de la CCL



logren sus objetivos”, afirmó.

En ese sentido, destacó que la información será un nuevo producto de cara al consumidor, el mismo que debe estar plasmado en los diferentes canales de ventas. “Si el cliente no recibe lo que pidió es muy probable que ya no siga con nosotros”, precisó.

Por otro lado, el CEO en Convergencia Perú & Colombia, Carlos Mendoza, consideró que en esta etapa de crisis pandémica es necesario difundir y educar sobre el conocimiento del Internet de las Cosas (red de objetos conectados inalámbricamente para el intercambio de información), de tal manera que las empresas (grandes, medianas y pequeñas) conozcan estas innovaciones tecnológicas que les permitirá potenciar sus negocios.

“Las ventajas de su implementación se centran en la reducción de costos, obtención de información más específica en tiempo real y automatiza procesos. Todo ello se verá reflejado en un aumento de los ingresos y la mejora de productos y servicios”, refirió.

No obstante, para el estratega de Transformación Digital CIO, CTO, COS y CDO, Manuel Barragán, el éxito de la transformación digital radica en implementar una metodología en la gestión del cambio y la cultura. Para él, las organizaciones deben reinventarse creando una cultura que los vuelva una fuerza competitiva en el mercado. “Cuando la alta dirección de una empresa apoya la innovación,

“LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL TENDRÁ UN ROL PROTAGÓNICO EN EL DESARROLLO DE LAS CIUDADES INTELIGENTES”

ANDRÉS SILVA ARANCIBIA
Fundador de Flumarketing.com



“TODOS LOS MIEMBROS DE LA EMPRESA DEBEN RELACIONARSE CON LO VIRTUAL, A FIN DE LOGRAR UN IMPACTO EN LA CADENA DE VALOR”

SEBASTIÁN HERCOVICH
Founder and Managing director en Brand Label



las experiencias del cliente mejoran, aumenta el bienestar de los empleados y por consiguiente los ingresos se incrementan”, precisó.

PROPUESTAS COMPETITIVAS

Al cierre del evento, el socio de la consultora Virtus Partners y experto

en transformación digital, Juan José de la Torre, aseguró que en esta coyuntura, los modelos de negocios han sufrido importantes cambios donde un buen porcentaje de las empresas aún es ajeno a la transformación digital.

En ese sentido precisó que el 27% de las empresas peruanas todavía están en un incipiente proceso de madurez hacia la transformación. Por tanto, aseguró que es vital que las organizaciones identifiquen sus propuestas de valor a fin de volverlas más competitivas.

De la Torre explicó que es recurrente que se piense que usar la digitalización es lo mismo que transformación digital. “El transformar, es comprender cuál es el activo más importante, analizarlo y crear nuevas experiencias para los clientes. En cambio, digitalizar es agregar un componente digital a los procesos sin que haya cambios en la experiencia”, precisó.

“TRANSFORMAR ES COMPRENDER CUÁL ES EL ACTIVO MÁS IMPORTANTE, ANALIZARLO Y CREAR NUEVAS EXPERIENCIAS PARA LOS CLIENTES”

JUAN JOSÉ DE LA TORRE
Socio de la consultora Virtus Partners

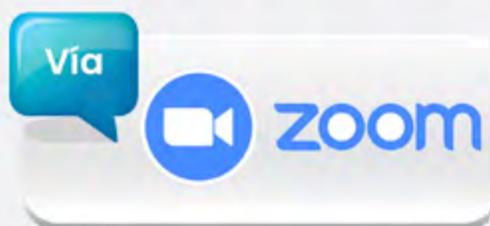


REACTIVACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA POST PANDEMIA: **REINVENCIÓN, OPORTUNIDADES Y RETOS A FUTURO**

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) presenta la XVI edición del Premio Anual al Periodismo "Ramón Remolina Serrano" que este año se denomina "Reactivación de la economía peruana post pandemia: reinvencción, oportunidades y retos a futuro"

Los trabajos pueden ser presentados en formato de entrevistas, reportajes, artículos, entre otros, publicados entre el **16 de marzo y 18 de octubre del 2020** en distintas plataformas informativas: impresa, radial, televisiva y digital.

Fecha de entrega del premio: **19 de noviembre del 2020**



INFORMES Y RECEPCIÓN DE TRABAJOS

Cámara de Comercio de Lima

Av. Giuseppe Garibaldi N° 396, Jesús María | **Teléfonos:** 219-1817 | **Celular:** 957691646

E-mail: premioramonremolina@camaralima.org.pe

“TENEMOS IDENTIFICADOS A CASI 50 NUEVOS INVERSIONISTAS”

El director de Promoción de Inversiones Empresariales de Promperú, Walter Vizarreta, indica que la industria alimentaria, el turismo y el sector textil son los rubros más atractivos.

POR ERIKA LÓPEZ SEVILLA
EBLOPEZ@CAMARALIMA.ORG.PE



¿Cuál es el objetivo de la Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales de Promperú?

Esta dirección se creó básicamente para incrementar la inversión extranjera directa en el país. Tocamos campos distintos de infraestructura o servicios públicos, de acuerdo a nuestro Reglamento y Organización de Funciones (ROF).

Nos orientamos a impulsar las inversiones a través de instalaciones de empresas en el país, lo que se denomina “proyecto *greenfield*”, así como también accionariado en alguna compañía con una sociedad peruana o adquiriendo alguna empresa del Perú.

¿Qué mecanismos utilizan para dar a conocer a las empresas peruanas?

Aquí el trabajo importante lo realizamos a través de nuestras oficinas comerciales en el exterior, que cuentan con contactos previamente establecidos a través de inversionistas interesados en diferentes sectores como la industria alimentaria, turismo, manufactura, confecciones, entre otros.

También trabajamos a través de plataformas en foros y ferias que nos permiten interactuar con potenciales inversionistas que quieran venir al Perú.

Una de nuestras tareas es sistematizar nuestra red de contactos, para que en su momento trabajemos con ellos facilitándoles información a fin de atraer esta inversión extranjera directa o mediante procesos de reinversión.

¿El trabajo de la nueva dirección va a ayudar a repotenciar estas oficinas en el exterior?

Nos va a permitir maximizar el uso de nuestros recursos, porque estas oficinas están haciendo un trabajo importante atendiendo a potenciales inversionistas directamente. Tenemos alrededor de 30 oficinas

comerciales en el exterior ubicadas en varios países, pero su cobertura abarca a muchos más.

También contamos con un grupo de trabajo con el cual coordinamos acciones y está integrado por la CCL, Confiep, SNI, AGAP, ADEX, ComexPerú y Canatur.

NOS ORIENTAMOS A IMPULSAR LA INVERSIÓN EXTRANJERA CON “PROYECTOS GREENFIELD”

El BCR dice que la Inversión Extranjera Directa (IED) caerá 82,5% en el 2020 por la pandemia. ¿Qué se prevé hacer para mitigar este descenso?

Definitivamente a nivel de Latinoamérica se habla de una caída de la IED de alrededor del 50%. Lo que nosotros debemos hacer es tratar de ver cómo la atenuamos y que su repercusión nos afecte lo menos posible.

Para mitigar la situación la oficina viene potenciando sectores importantes como la industria alimentaria. Pero se debe tener en cuenta que los esfuerzos que se hagan serán independientes cuando se logre la concreción de la inversión. No es de forma inmediata.

Por eso es necesario empezar a trabajar con potenciales inversionistas articulando esfuerzos con otras instituciones.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) estima que la concreción de un proyecto de inversión, dependiendo de la magnitud y las condiciones con las que cuente un país, puede durar entre uno y tres años.

¿Han tenido algún acercamiento con potenciales inversionistas?

Tenemos una cartera de potenciales inversionistas identificados por nuestras oficinas comerciales. Son alrededor de 50 empresas de diferentes continentes. Ellos están muy interesados en la industria alimentaria, proyectos de turismo en la parte de hotelería, ecoalbergues, y la posibilidad de transporte una vez que se restablezca el flujo de turistas perdidos por la pandemia. Hay también interés en el sector textil, confecciones y prendas de vestir, así como en proyectos enfocados en la manufactura y en la pesca de consumo humano.

Como oficina llevamos instalados desde el 13 de agosto pasado y justamente estamos implementando nuestro plan estratégico con programas anuales que muy pronto anunciaremos. Estamos muy entusiasmados porque las condiciones macroeconómicas del Perú lo siguen haciendo un país atractivo.

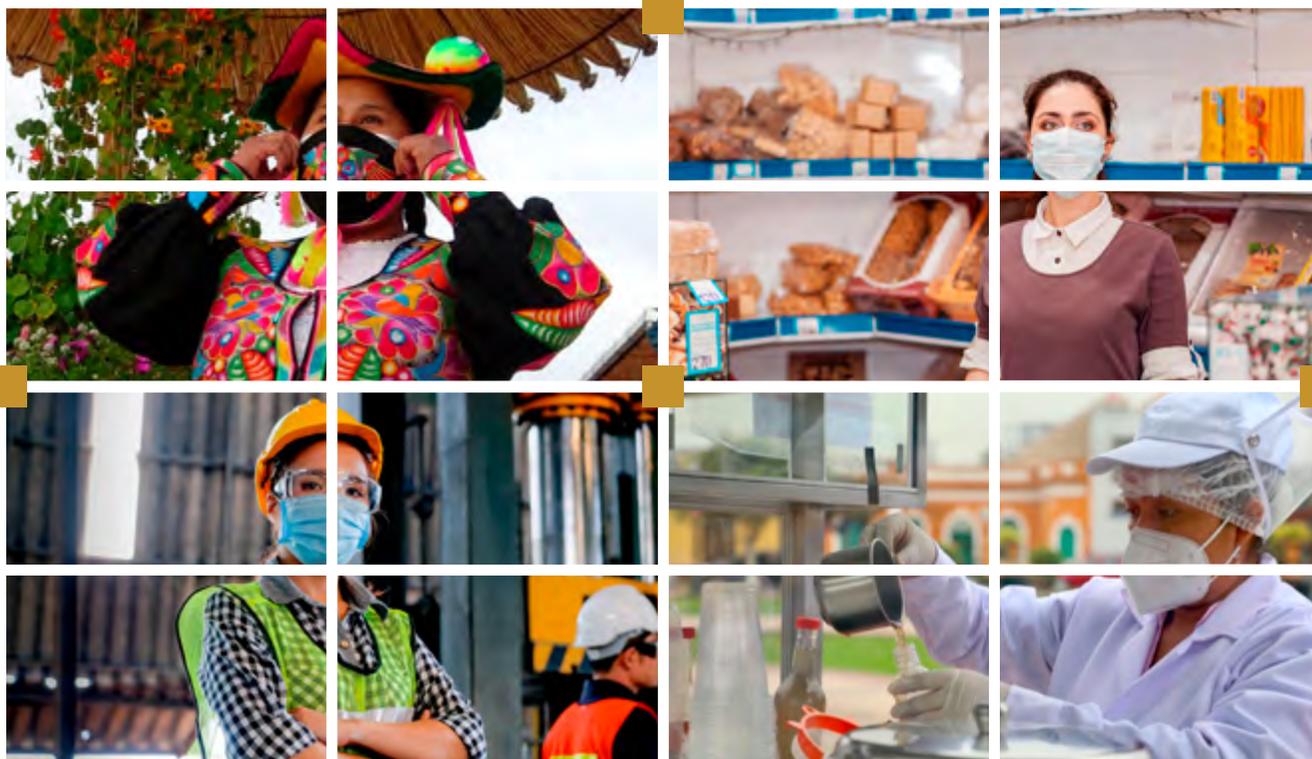
¿Tienen planeado realizar algún foro virtual en lo que resta del año?

Para la primera semana de noviembre estamos organizando un foro virtual de turismo en el que se mostrará todo el potencial que tenemos en este sector y lo estamos trabajando directamente con la Cámara Nacional de Turismo (Canatur). Van a participar potenciales inversionistas extranjeros, principalmente de Latinoamérica, pero también se ha invitado a algunas empresas de Norteamérica y Europa.

Asimismo estamos previendo otro para diciembre enfocado en el mercado estadounidense. Para ello, estamos coordinando con nuestras oficinas comerciales, tratando de ver cuáles serían los sectores más importantes a ser resaltados, pero, evidentemente, siempre están presentes la industria alimentaria, la manufactura y el sector textil.

PAÍSES DE LA CAN DESTACAN EL ROL DE LA MUJER

Evento de la Comunidad Andina abordó la importancia de lograr la mayor participación de mujeres en actividades económicas y comerciales de la región.



El secretario de la CAN, Jorge Hernando Pedraza, explicó que, producto del confinamiento, el 33% de mujeres que trabajaba antes de la pandemia ya no pudo laborar, algunas pasaron al desempleo y otras salieron de la población económicamente activa.

La inclusión de la mujer en las actividades económicas es un reto que tienen los países para mejorar las acciones y participación en la vida política y social de las naciones, señaló la presidenta de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Yolanda Torriani, durante su participación en el *IV Foro Inclusión económica de la mujer en la Comunidad Andina*.

En ese sentido, aseguró que se debe seguir apoyando el desarrollo de las mujeres para su intervención en el Estado y en el manejo de las políticas públicas para el beneficio de los países.

“Tenemos que desarrollarnos en un mundo global competitivo. Para ello, necesitamos estar preparadas en todos los frentes, ciencia, tecnología, investigación y darle la importancia que se merece”, destacó Torriani.

La presidenta de la CCL indicó que la brecha salarial mundial entre hombres y mujeres es de 20%. Preciso que las mujeres en las juntas directivas ganan 34% menos que sus colegas varones y las trabajadoras de Lima Metropolitana, en promedio, cobran S/1.579, cifra que es un 78% menos de lo que gana un hombre.

La IV edición del Foro –que tuvo

como sede virtual Colombia– contó con la participación de la Primera Dama de dicho país, María Juliana Ruiz, quien afirmó que la mujer tiene un significado especial y un liderazgo particular no solamente en la conformación de familias, sino en la construcción de sociedad desde diferentes escenarios, con tenacidad y empatía.

“Reconocemos el compromiso de la Comunidad Andina (CAN) y sus países miembros para visibilizar y promover a la mujer desde la garantía de sus derechos y el reconocimiento de sus capacidades como trabajadoras, empresarias,

generadoras de productividad”, subrayó.

Incluso sostuvo que su país ha dado pasos extraordinarios en materia de equidad de la mujer, en representatividad y en amplitud desde la empresa privada hasta el sector público.

“Nosotros llevamos implícito ese llamado al retorno social, al servicio, a la corresponsabilidad, al aporte a la comunidad y siempre lo hemos desarrollado en nuestras regiones”, apuntó la Primera Dama María Juliana Ruiz.

DESAFÍOS POR DELANTE

A su turno, el secretario de la Comunidad Andina, Jorge Hernando Pedraza, afirmó que los países miembros de esta comunidad política han logrado avanzar, visibilizar y promover el fundamental rol de la mujer. Sin embargo, refirió que aún se tienen muchos desafíos por delante y nuevos retos generados a consecuencia de la actual pandemia.

“Algunos indicadores evidencian el estado de la situación actual del rol de la mujer, que sin duda se afectó sensiblemente con la COVID-19 y que implicará rediseñar y profundizar políticas y compromisos de alta prioridad por parte de los gobiernos en la reactivación económica”, detalló.

Pedraza explicó que, producto del confinamiento, el 33% de mujeres que trabajaba antes de la pandemia ya no pudo laborar. Algunas pasaron al desempleo, otras salieron de la población económicamente activa, lo que se tradujo en una pérdida de ingresos laborales del 22% para ellas.

“Las estimaciones indican que siete de cada diez trabajadores del sector salud y asistencia social son mujeres. Con el trabajo doméstico sucede algo similar. En este caso, nueve de cada diez personas empleadas son mujeres”, refirió el secretario de la Comunidad Andina,

“**SE NECESITA APOYAR EL DESARROLLO DE LAS MUJERES PARA SU INTERVENCIÓN EN EL ESTADO**”

Yolanda Torriani
Presidenta de la CCL



“**RECONOCEMOS EL COMPROMISO DE LA CAN Y LOS PAÍSES MIEMBROS PARA PROMOVER EL TRABAJO DE LAS MUJERES**”

María Juliana Ruiz
Primera Dama de Colombia



“**SE DEBEN REDISEÑAR LAS POLÍTICAS Y COMPROMISOS DE LOS GOBIERNOS EN FAVOR DE LA MUJER, TRAS LA PANDEMIA**”

Jorge Hernando Pedraza
Secretario de la Comunidad Andina



“SEGÚN EL BANCO MUNDIAL, LAS MUJERES SON LA COLUMNA VERTEBRAL DE LA ECONOMÍA RURAL”

Verónica Chávez
Viceministra de Promoción de Exportaciones de Ecuador



“DESTACO LA DECISIÓN DEL GOBIERNO COLOMBIANO DE TENER UN GABINETE PARITARIO”

Paloma Valencia
Senadora de la República de Colombia



“ESTAMOS TRABAJANDO EN PROMOVER EL DESARROLLO TECNOLÓGICO DE LAS MUJERES BOLIVIANAS”

Silvia Quevedo
Presidenta de la Cámara de Mujeres Empresarias de Bolivia



Jorge Hernando Pedraza, durante su ponencia.

ERRADICAR LA VIOLENCIA

Por su parte, Paloma Valencia, senadora de Colombia, aseguró que erradicar la violencia de la mujer en todos los ámbitos es un enorme reto que tiene la sociedad de su país, ya que ellas constituyen el 52% de la fuerza laboral latinoamericana y dirigen el 20% de las empresas en el mundo.

En ese sentido, Valencia destacó la decisión del Gobierno colombiano de tener un gabinete paritario.

En tanto, para la viceministra de Promoción de Exportaciones de Ecuador, Verónica Chávez, el liderazgo en las agencias de promoción comercial de la Comunidad Andina son un claro ejemplo del cumplimiento de las Declaraciones del Consejo Presidencial Andino, evidenciando la promoción de la igualdad de género.

Chávez también comentó que, según el Banco Mundial (BM), en el agro las mujeres son la columna vertebral de la economía rural, especialmente en los países en desarrollo, de tal manera que ellas representan casi a la mitad de los agricultores en el mundo y en las últimas décadas han ampliado su participación en dicho sector.

Por último, la presidenta de la Cámara de Mujeres Empresarias de Bolivia, Silvia Quevedo, manifestó que en la institución que preside se han dedicado a trabajar en la salud emocional de las mujeres y en promover su desarrollo tecnológico. También se han realizado enlaces comerciales a través de muchas redes a nivel nacional e internacional.

Asimismo, anotó que la Comunidad Andina es un mercado importante para su país, porque respecto al PBI mueve aproximadamente US\$ 700.000 millones, de esa cifra Bolivia participa con US\$ 41.193 millones.

— Toda la —
información
en tus manos



¿POR QUÉ LAS EMPRESAS NO SE ESTÁN ACOGIENDO AL PARC?

A pesar de sus beneficios, son pocas las compañías que optan por el Procedimiento Acelerado de Refinación Concursal para evitar la insolvencia.



CARLOS AGUIRRE
PROFESOR DE ESAN

Con el Decreto Legislativo N° 1511 y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 102-2020-PCM, se regula el Procedimiento Acelerado de Refinanciación Concursal (PARC), el mismo que nace con el objetivo de permitir a las entidades que califican reprogramar sus obligaciones impagas, evitar su insolvencia y, con ello, asegurar la recuperación de su crédito.

¿QUIÉNES PUEDEN ACOGERSE AL PARC?

Pueden hacerlo las asociaciones, micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, excluyendo personas naturales, sociedades conyugales, sucesiones indivisas, las entidades supervisadas por la SBS y la SMV y los patrimonios autónomos (fideicomisos). Es un requisito que los problemas financieros sean producto de la pandemia y no por razones precedentes.

¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS?

Una vez que la empresa ha sido admitida al PARC, se suspende temporalmente (hasta la aprobación del PRE – Contrato que incluye los nuevos términos y condiciones de pago de las acreencias) la exigibilidad de las obligaciones del deudor a dicha fecha, y quedan en suspenso las ejecuciones de garantías, entre otros. Esto permite a la empresa deudora “tomarse un respiro”, la gerencia deja de actuar como un “bombero” pensando en cómo pagar las acreencias y evitar la ejecución de embargos, y así se enfoca en el negocio y en establecer un pago viable y realista de las obligaciones.

¿POR QUÉ LAS COMPAÑÍAS NO ACCEDEN AL PARC?

Primero, por la sensación de liquidez gracias a los programas de apoyo del gobierno como Reactiva Perú, FAE-Mype y FAE-Turismo, entre otros. Sin embargo, los recursos del estado no son infinitos, además son créditos que tarde o temprano tendrán que ser devueltos.

En segundo lugar, porque se tiene la mala percepción de que en todos estos procedimientos se puede perder no solo el control, sino eventualmente la propiedad de la empresa. Sin embargo, nada de esto es posible en el PARC.

Finalmente, las estadísticas muestran un gran porcentaje de empresas que terminan en disolución y liquidación luego de acogerse a estos procedimientos concursales en Indecopi. La falta de información sobre estas estadísticas produce una pésima imagen, ocasionando que las compañías con problemas entren a estos procedimientos demasiado tarde, cuando ya no tienen otra alternativa y sus finanzas están muy deterioradas. En este estado financiero obviamente la mayoría de empresas va a terminar en liquidación.

Hay que precisar que estas estadísticas no se refieren al PARC, no solo porque es un procedimiento nuevo, sino porque admite a empresas con problemas financieros en un estado temprano.

Es importante saber que mientras más temprano se acoge una empresa al PARC, mayor probabilidad de éxito tendrá. La fecha límite de acogimiento es el 31 de diciembre del 2020.

EMPRESAS Y EJECUTIVOS

E&F Import S.R.L. (CCL: 00031533.7), empresa peruana especializada en la importación de artículos publicitarios de alta calidad, presenta sus nuevos productos hechos en fibra de trigo. "Somos una empresa sólida y confiable cuyo fin es satisfacer las necesidades del cliente que es nuestra razón de ser, en base a una atención personalizada", refiere la compañía. Para mayor información visite www.eyfimport.com y www.facebook.com/EYFIMPORT/. También puede escribir a ventas1@eyfimport.com o llamar al 940 315 937.



E&F Import S.R.L.

Garnique Salazar Julio César (CCL: 00049663.5), a través de su marca Emilio Esteban, lanzó una nueva colección de prendas bordadas a mano para hombres y mujeres. "El objetivo de lanzamiento es desarrollar empleos para mujeres bordadoras de la ciudad de Monsefú, Chiclayo. Emilio Esteban ha diseñado motivos que contribuyen con la identidad de la cultura peruana, los mismos que son bordados cuidadosamente en prendas de alta calidad, utilizando hilos mercerizados de algodón pima peruano", afirma la empresa.



Garnique Salazar Julio César

Inversiones Rey de Israel S.A.C. (CCL: 00052014.4), empresa con más de 12 años de experiencia en el mercado, presentó los nuevos diseños de camas de su marca HOMI. "Contamos con una línea *premium*, clásica e infantil. También realizamos ventas al por mayor y menor y somos distribuidores a nivel nacional con capacidad de producción para licitaciones", precisa la firma. Para mayor información sobre la empresa y sus productos puede ingresar a www.homi.pe y para ser parte de la familia HOMI como distribuidor en provincia, contactar al 999 496 943.



Inversiones Rey de Israel S.A.C.

Guiulfo Carnero Renée (CCL: 00041049.7), a través de su marca La Merchandising, dedicada a la venta y diseños publicitarios, pone a disposición servicios y productos que integran estrategias de marketing para cada empresa. "Pese a un contexto de pandemia, el rubro se está levantando. Por ello ofrecemos nuestros productos para que los empresarios puedan impulsar sus ventas y resurgir en esta crisis", sostiene la firma. Informes: 987 702 700 y www.lamerchandising.com.



Guiulfo Carnero Renée

Inversiones JAM S.A.C. (CCL: 025284-1), empresa dedicada a la venta e instalación de sistemas de seguridad contra robo e incendio, se actualiza con las nuevas tecnologías en cámaras de video vigilancia, alarmas contra robo e incendio, cercos eléctricos, automatización de puertas, control de asistencia, así como proyectos especiales. "Cumplimos con todos los estándares del mercado ofreciendo total seguridad a nuestros clientes. Informaciones al 998 512 219", anota la empresa.



Un Mundo de Seguridad

POR LA SEGURIDAD DEL PAIS

Inversiones JAM S.A.C.

SN Freight Shipping S.A.C. (CCL: 00040745.1), agencia de carga internacional con código de Aduanas 3756 y autorizada por la DGAC, brinda servicios de ventas de fletes aéreos y marítimos para la importación y exportación desde Perú hacia el mundo y viceversa. También ofrece servicios logísticos internacionales como agente de aduanas, transporte terrestre y multimodal. "Nuestros clientes avalan nuestro adecuado y eficiente manejo de venta y posventa", señala la empresa.



SN Freight Shipping S.A.C.

Amazing Holidays Tours S.A.C. (CCL: 00040511.7), a través de 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 lo que nuestros destinos cuentan con licencia para operar por todos los *trekking* hacia Machu Picchu y alrededores de Cusco", indica la compañía. Para mayor información puede ingresar a www.southamericaplanet.com o llamar al 984 756 721.



Amazing Holidays Tours S.A.C.

ANIVERSARIO DE ASOCIADOS

La Cámara de Comercio expresa su felicitación a las empresas asociadas que cumplen un año más, deseándoles muchos éxitos en su desempeño para alcanzar los objetivos que se han propuesto en bien de la organización, de sus trabajadores y del país.

OCTUBRE

DOMINGO 4

A & T Pumps Technology Peru S.A.C.
Camelion del Peru S.A.C.
Canales Medrano Elizabeth Cristina
Centro de Especialización Industrial-Minero E.I.R.L.
Corporación de Alimentos Gs E.I.R.L.
Delikates Peru Catering Service S.A.C.
D'herkat Group S.A.C.
Estructuras E Inversiones D & L E.I.R.L.
Etramed Import S.A.C.
Fibras Marinas S.A.
Fundación Universitaria Iberoamericana
Hnos Grupo Inmobiliario S.A.C.
Inka Wallpa Perú S.A.C.
Marítima Gálvez S.A.C.
Marmolejo Aliaga Leonor Melaforn S.A.C.
Montt & Associates S.A.
Organic Rainforest S.A.C.
Powerlink Solutions and Services S.A.C.
Pro-Premix Nutricion S.R.L.
Proyección Internacional S.A.C.
Renzo Costa S.A.C.
San-Ei Gen F.F.I. (Perú) S.A.
Sicrea S.A.C.
Total Seguridad Perú Poder S.A.C.
Transportes Sea Pacific S.A.C.

LUNES 5

Ar Racking Perú S.A.C.
Belomed S.R.L.
Cabrera Rodríguez Ricardo Augusto
Dva Health & Nutrition Perú S.A.C.
Estudio Jurídico Corporativo Silvera E.I.R.L.
Euro Dental Medical Import S.A.C.
Guy Carpenter & Co. Perú Corr.Reaseg.S.A.
Hilos de Verano S.A.C.
Hjisc Consulting It S.R.L.
Integra Salud Servicios Médicos S.A.C.
Interoc S.A.
J.Fequident E.I.R.L.
Jare Soluciones Contratistas S.A.C.
Kater Sac
Negocios y Servicios Ya & Mar E.I.R.L.
Neowood S.A.C.
Planninza S.A.C.
Pormayor.Pe S.A.

R & S Logística y Servicios E.I.R.L.
Real Graf S.R.L.
Sistema de Redes de Data Y Voz E.I.R.L.
Sistemas Oracle del Perú S.A.
Solución Alternativa de Vida S.A.C.
Terravida S.A.C.

MARTES 6

Alwa Perú S.A.
Asociación Grafica Unión de Imprentas Auxiliares Textiles S.A.C.
C y A Auditores y Asesores de Negocios S.A.C.
Celi Vegas & Asociados E.I.R.L.
Coferrandina S.R.L.
Columna Sana S.A.C.
Estudio Jurídico Reyna & Wong Asociados S.R.L.
Falumsa S.C.R.L.
Flores Barreto Cesar Augusto Grupo Ver S.A.C.
Gs1 Perú Infobip Perú S.A.C.
Innova Interiores y Exteriores E.I.R.L.
Kreart Merchandising S.A.C.
Rms Service & Testing E.I.R.L.
Royal Knit S.A.C.
Sanitas Perú S.A.
Smart Pharma S.A.C.
Vocati Consulting S.A.C.

MIÉRCOLES 7

3yparminds S.A.C.
Ángulos Ranurados Estilos Y Diseños S.R.L.
Asociación Educativa Systematic
Bellcox Safety Perú S.A.C.
Cape Comercial S.A.
Casamama S.A.C.
Corporación Orimarac E.I.R.L.
Corporación Ottaner S.A.C.
Droguería Peruana Pharmaceutical S.A.C.
Gregorio Onofre Vargas Vargas Grupo Caarein S.A.C.
Hr Outplacement y Coaching S.A.C.
Industrias Metalicas y Construcciones Herrera S.A.C.
Muñoz Angeles Angie Genesis Perú Products And Services S.A.C.
Rodríguez Ravines Miriam Lili Roy's Chicken del Perú S.A.C.
Servicios Benavente S.A.
Servicios y Consultoría Rr & Aa S.A.C.
Shumac Jampiri S.A.C.
Universidad Privada Telesup S.A.C.

JUEVES 8

Ovosur S.A.
R.Industria Rubber Parts S.A.C.

VIERNES 9

Acuariu's Optical S.A.C.
Andes Outdoor S.A.C.
Aspiratek S.A.C.
Capital Exchange Perú S.R.L.
Construcciones Metálicas Unión S.A.
Consultoría Ti E.I.R.L.
Corporación Arion S.A.C.
Df Chips S.A.C.
Fundición Ferrosa S.A.C.
Génesis Trading E.I.R.L.
Grunenthal Peruana S.A.
Investments Vollmond E.I.R.L.
Pereyra Cobian Rafael Antonio Promotora Génesis S.A.C.
Roansa Servicios Generales S.A.C.
Técnica y Proyectos S.A.
Sucursal del Perú Termoencogibles del Perú S.A.

SÁBADO 10

Administración de Inmueble del Perú S.A.C.
Alvarado Gonzales Carmelina Ascensores para Discapacitados y Elevadores E.I.R.L.
Ayala Quiroz Miguel Ernesto Carob Service E.I.R.L.
Cia. Industrial Clan S.A.C.
Confecciones Textiles Wilmer Olga Luis S.A.C.
Contexsumi E.I.R.L.
Contómetros Especiales S.A.C.
Creaciones Eldiez S.A.C.
El Trigo de Don José S.A.C.
Excasap Perú E.I.R.L.
Fabricaciones Industriales y Accesorios Mineros S.A.C.
Factores & Mercadeo del Perú S.A.C.
Gonzales Taípe Omar Gordillo Are Carolina Alexandra Grupo Líder Business World S.A.C.
Grupo Provee Perú S.A.C.
Ilutec E.I.R.L.
Importaciones Americanas-Perú S.A.C.
Inversiones & Inmobiliaria C Luce E.I.R.L.
Inversiones Coarita's S.A.C.
Inversiones Disant S.A.C.
Inversiones E Importaciones Ferre Boom S.R.L.
Jaz Shipping on Board S.A.C.
Jhl Metalcon E.I.R.L.
Joyería Marca E.I.R.L.
Lh Contadores & Asesores S.A.C.
Limatics S.A.C.

Logitex Perú E.I.R.L.
Luca Obras y Servicios E.I.R.L.
Mendoza Torres Julio Cesar Molinos & Cia S.A.
Montañez Sosa Carlos Alberto Naedrack E.I.R.L.
New Deal Center Of English S.A.
Paredes & Guerra Soluciones Integrales S.A.C.
Pérez Sáenz Carmen Rosa Qara Ujut'a S.A.
Ricardo W.Pflucker Castro Roand Servicios Logísticos E.I.R.L.
Sie Consultores Perú S.A.C.
Soluciones M4g S.A.C.
Sudameric Service E.I.R.L.
Sumac Capital S.A.C.
Textil Peruvian Export S.A.C.
Transportes y Servicios Chiclayo E.I.R.L.
Valencia Benavides Gloria Milagritos

DOMINGO 11

Acci Cargo S.A.C.
Advisor Team Service S.A.C.
Aparicio Garcia Carmen Milagros Beyond Food's S.A.C.
C.A.A Ingenieros Consultores E.I.R.L.
Company Geve & Construction S.A.C.
Cooperativa De Ahorro Y Crédito Aelu Fernandez Cutipa Flores Rossana Herlinda Iapro L.T.D.
Inversiones Mecánicas & Tecnológicas S.A.C.
Izen S.A.C.
Jolucava Import Export E.I.R.L.
Mp Soluciones Y Servicios Integrales S.A.C.
Representaciones Oleaginosas Victoria S.A.C.
Schryver Logistics Del Perú S.A.C.
Virgen del Carmen Salud S.A.C.
W.Moller Org.Int.Ajust. Perit. de Seg.S.A.C.

LUNES 12

Artesanías Mon Repos S.A.
Ato Audiovisuales Traducción Simultanea S.A.C.
Barrow Mangin John Norman Diamon Corporation S.A.C.
Giron Alcedo Carlos Gabriel Grupo 2aje S.A.C.
Grupo Connectix S.A.C.
Grupo Stt Peru S.A.C.
H.A.C. Automatización & Control S.A.C.
Iteamdevs S.A.C.
Manufacturas Cobra S.A.

ANIVERSARIO DE ASOCIADOS

La Cámara de Comercio expresa su felicitación a las empresas asociadas que cumplen un año más, deseándoles muchos éxitos en su desempeño para alcanzar los objetivos que se han propuesto en bien de la organización, de sus trabajadores y del país.

Mercado Industrial Peruano S.A.
Morales & Co S.R.L.
Perú Factoring S.A.C.
Serelectroni S.A.C.
Tagumedica S.A.
Textiles Camones S.A.
Willman S.A.C.
MARTES 13

Aduanera Capricornio S.A.
Callao Beer S.A.C.
Cerro Import S.A.C.
Escal Inversiones S.A.C.
General Control Group S.A.C.
Icu Medical Perú S.R.L.
Owen & Backer Asesores Y Consultores S.A.C.
Palomino Reyna
Jackelin Lisbeth
Prn Consultores S.A.C.
Thaya Tours S.R.L.

MIÉRCOLES 14

Agro Negocios Y Servicios S.A.C.
Cardio Salvamento S.A.C.
Centro De Tratamiento Y Apoyo Integral S.A.C.

Corporación Cuy Grass S.A.C.
Cristhian Saldaña Palacios
General Services Cor & Mar S.A.C.
Importadora Y Distribuidora Vilcanota S.A.
Inversiones & Mantenimiento Arpide E.I.R.L.
Juarez Gomez Deysi
Laboratorio Farmacéutico Peruano S.R.L.
Miranda'S Business Tour E.I.R.L.
Portocarrero Joyeros S.R.L.
Proyectos Benites S.A.C.
Recursos Inmobiliarios Y Mercadeo S.A.C.
Soc. Nac. De Org. Acred. En Sist. De Calidad

JUEVES 15

Aditivos E Industria S.A.C.
Aerotours Perú S.A.C.
Akuarian S.A.C.
Bizlinks S.A.C.
Burga Tamayo Sophia Janette
Cdisur S.A.C.
Comercializadora De Insumos Agropecuarios E Inversiones

En General Yacchi S.A.C
Dahua Technology Perú S.A.C.
Díaz Montenegro Group E.I.R.L.
Discovery Inox S.A.C.
Distribuidora Droguería Sagitario S.R.L.
Djago Contratistas Generales E.I.R.L.
El Corte Inglés Sucursal Perú
Electromédica Peruana S.A.
Escuela De Negocios Mt Consultores S.A.C.
Freight International Cargo S.A.C.
G Y M Construcciones Y Servicios Generales S.R.L.
Guard Man S.A.C.
H & F Laboratorios S.A.C.
Hn E.I.R.L.
Industria Peruana De Calidad S.A.C.
It Unified Solutions S.A.C.
Maquinarias Industriales Kirt E.I.R.L.
Matiglas E.I.R.L.
Mee Maquinas Y Equipos De Energía Perú S.A.C.
Mitsubishi Perú S.A.
Multiservicios Digitales S.A.C.

Palacios & Asociados Agentes De Aduana S.A.
Peruvian Global Sales S.A.C.
P-Kallpa S.A.C.
Produtec Peru S.R.L
Sanchez Vega Cesar Augusto
Sego Seguridad Optima S.A.
Servicios Motoboy E.I.R.L.
Travex S.A.
Trend Comunicacion E.I.R.L.
Txn24 S.A.C.
Z Consulting S.A.C.

VIERNES 16

Agroempaques S.A.
Amfa Vitrum S.A.
Andikem Perú S.R.L.
Brain Consulting S.A.C.
Calzado Atlas S.A.
Cassado S.A.
Climayre S.A.C.
Don Italo S.A.C.
Estudio Valencia Soc. Civil De Resp.Ltda.
Flujo Libre S.A.C.
Magic Color S.A.C.
Optima Factoring Perú S.A.C.
Optima Negocios Y



Somos la plataforma digital de **Servicios Financieros** que siempre buscaste



www.cambiafx.pe

REGÍSTRATE

Personas & Empresas



Compra y vende dólares al mejor tipo de cambio (por Transferencia o Yape)



Retira efectivo de tus Tarjetas de crédito con comisiones más bajas.



Paga tus Tarjetas de Crédito BCP en tu misma operación de cambio.



Registrados en:



SUPERINTENDENCIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP

Asociados:



CCL CÁMARA DE COMERCIO LIMA
La Fuerza de los Empresarios

Síguenos:





ANIVERSARIO DE ASOCIADOS

La Cámara de Comercio expresa su felicitación a las empresas asociadas que cumplen un año más, deseándoles muchos éxitos en su desempeño para alcanzar los objetivos que se han propuesto en bien de la organización, de sus trabajadores y del país.

Consultoría S.A.C.
Panamericana Televisión S.A.
T & T Global Consulting S.A.C.

SABADO 17

Aov Abogados S.A.C.
Baby Ñañitas E.I.R.L.
Céspedes Santibáñez Martha Soledad
Com.Tacto Servicios Y Venta E.I.R.L.
Dea Promotora S.A. Empresa De Telecomunicaciones Multimedia Alfa S.A.C.
Empresas Comerciales S.A. Engels Merkel & Cia. (Perú) S.A.C.
Exfa Perú Servicios Generales S.A.C.
Fintuu Technologies S.A.C.
Grupo G-Trade S.A.C.
Importaciones Mai Liu S.A.C.
Industria Metálica Bullon S.A.C.
Ingrecorp S.A.
Inversiones E Importaciones

Mardis S.A.C.
Jeunesse Global Perú S.R.L.
Nefrovidad La Florida S.A.C.
Rivas Mallque Emilia Eugenia
Runayay Perú S.A.C.
Soluciones Farmacéuticas E Ingeniería S.A.C.

DOMINGO 18

Andina Medica Filial Perú Asociación Peruana De Experiencia De Cliente Beramed E.I.R.L.
Blue Planet Travel & Services S.A.C.
Corporación Empresarial Gp S.A.C.
Desarrollos Químicos Modernos S.A.
Farr Tours S.A.
Financiera Para Emprendedores S.A.C.
Grupo Importador Juval E.I.R.L.
Marco Marketing Consultants Perú S.A.C.
Marroquín Choque José Raúl

Neuma Perú Contratistas Generales S.A.C.
Peruana De Moldeados S.A.C.
Plásticos Indecoel S.R.L.
Representaciones Marujita S.A.C.

LUNES 19

Agental Perú S.A.C.
Alta Sierra Asesores Y Consultores S.A.C.
Caja Municipal De Ahorro Y Crédito De Trujillo S.A.
Céspedes Canova Jimmy
Cía. Grupo V & J Import S.A.C.
Dent Import S.A.
Electrocom Ingenieros S.A.C.
Factio Qualitas S.A.C.
Farelmare S.R.L.
Instituto De La Mama S.A.C.
Jc Instalaciones Perú S.A.C.
Línea Nuova S.A.
Pachas Cueto Oscar Israel
Partner Best Solucion Empresarial S.A.C.
Protecpack S.A.C.
Siderplast Perú S.A.C.
Tca Soluciones Empresariales S.A.C.
Transber S.A.C.
Transportes & Servicios Cargo S.A.C.
Virtual Traders Hd S.R.L.
Wj Two Services S.A.C.
Yuri Ingenieros S.A.C.

MARTES 20

A Y F Representaciones Perú S.A.C.
Capricorn S.R.L.
Centro Turístico El Paraíso Iqueño E.I.R.L.
Cisneros Álvarez Ernesto Rafael Jesús
Constructora Multiservicios E Inversiones L Y C S.A.C.
Consultora Maroz Imp & Exp S.A.C.
Coroz Industrial S.R.L.
Costas Marinas Foods Peruvian E.I.R.L.
Estación De Servicios H & A S.A.C.
Fausto Piaggio S.A.
Ferprosa S.A.
Hope Solutions E.I.R.L.
Industrias Metálicas Kiamel S.A.C.
Inversiones D'Kasa S.A.C.
J.R.Z. Valuaciones S.A.C.
Jc & Inelmeac Asociados S.A.C.
La Colonial Fábrica De Hilos S.A.
Laive S.A.
Metal Desing Santa Ana S.A.C.
Pacific Protección Integral De Recursos S.A.C.
Perú Innovaciones Y

Modas Textiles S.A.C.
Peruvian Color S.R.L.
Rodríguez Puma Richard William
Rosas E Invernaderos S.A.C.
Sinapsis Trading Perú S.A.C.
Valverde Egusquiza Jeancarlo Wcex E.I.R.L.
Wimpon S.A.C.
Xubium S.A.C.

MIERCOLES 21

A & S Corporación S.A.C.
Acqua Implement E.I.R.L.
Agro Veterinario Santa Rosa S.A.
Asociación Peruana De Empresas De Corredores De Seguros
Bio Frutos S.A.C.
Boyles Bros Diamantina S.A.
Caja Municipal De Ahorro Crédito Ica S.A.
Ceba Sociedad Anónima Cerrada - Ceba S.A.C.
Cía. Importadora Derteano & Stucker S.A.C.
Comercial Fob Perú S.A.C.
Compañía Minera Mineralium S.A.C.
Consultoría & Rescates Perú Pacific S.A.C.
Copier House S.A.
Diseños Flores S.R.L.
Gastroequipos Corp. Perú S.A.C.
International Medical Devices S.A.C.
Modepsa S.A.C.
Soluciones Empresariales De Redes & Telecomunicaciones S.A.C.
Suarez Y Anastacio Asesores Empresariales S.A.C.
Tecnomina S.A.C.
Zwei Hunde Ingenieros S.A.C.

JUEVES 22

Cmit Ingenieros S.A.C.
Corporación Kimluha S.A.C.
De La Cruz Polo Mónica Judith
Everis Perú S.A.C.
Gano Life S.A.C.
Gi Administradora De Negocios E Inversiones S.A.C.
Go House Inmobiliaria S.A.C.
Management Sciences For Health- Perú
Mattos Vines Adolfo
Military Perú Products S.A.C.
Newcom International Perú S.A.C.
Procesos De Color S.A.
Ramírez Bermeo Amarilis Estrella
Rash Perú S.A.C.
S & D Almacenes Del Perú S.A.C.

Controle la **ASISTENCIA** de sus **TELE-TRABAJADORES** con el **PORTAL WEB** de **PLANILLAS** de **STARSOFT**



El Portal WEB de Trabajadores del Software de PLANILLAS del ERP STARSOFT ver. Gold, permite **CONTROLAR LA ASISTENCIA DEL PERSONAL** que trabaja en su Casa, en la oficina o en la calle, mediante dispositivos móviles con Internet (laptop, tableta o celular).

Principales Funcionalidades del Software de PLANILLAS:

- ✓ Portal WEB para control de asistencia y gestiones del personal
- ✓ APP para que los Ejecutivos aprueben las Nóminas por Celular
- ✓ Envío electrónico de boletas, plan Covid, políticas, normas, etc.
- ✓ Envío de Alertas por posibles contingencias con la SUNAFIL
- ✓ Analiza la evolución de gastos en remuneración mes por mes
- ✓ Archivo en Legajo Digital de la información de los trabajadores
- ✓ Emite cuadro de categorías y funciones para cumplir con Ley 30709
- ✓ Aplicable para PyMes, industria, construcción, pesca, agrícola, etc.



Contáctenos para una
Demostración Virtual

☎ 989 068 939 / 940 267 189
☎ 451-9770
✉ ventas@starsoft.com.pe

www.starsoft.com.pe





Innova Factoring
Smart Capital

Factoring 100% Digital



¡FINANCIAMIENTO AL INSTANTE!

Adelanta el cobro de **tus facturas**

Obtén tu capital de trabajo
en menos de **48 horas**

De manera: Rápida Sencilla 100% Digital

975 111 228

www.innovafactoring.com

comercial@innovafactoring.com



PERU
SECURE@NET

- Carga, firma y envía tus documentos con un sólo clic.
- Ahorro en impresión, envío y almacenamiento de documentos.
- Contamos con diferentes versiones para cada necesidad.

FIRMA DIGITAL

con
(e) Docs-Sign

DESDE S/.29
MENSUALES

Mantén el
100% del
valor legal

Software
acreditado
ante
INDECOPI

Contáctanos:  informes@perusecure.net  965 399 160

 www.perusecure.net

 @perusecure

 PSEN- Peru Secure e Net

 PSEN- Peru Secure e Net