

La Cámara

REVISTA DIGITAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Comercio exterior

El comportamiento del precio del maíz amarillo y sus efectos en el Perú.

Informe especial

¿Cómo se preparan las empresas para la campaña de Fiestas Patrias?

TURISMO EN CUIDADOS INTENSIVOS

Si bien el sector en el Perú ya se está recuperando del golpe de la pandemia, urge el apoyo del Gobierno a través de medidas tributarias y un mayor financiamiento que favorezcan su recuperación.



REVISA NUESTRA
VERSIÓN DIGITAL



Somos una Plataforma Digital de Servicios Financieros

► www.cambiafx.pe



¿Cómo comprar o vender dólares de forma segura en simples pasos?



1. Crea tu cuenta

Regístrate en www.cambiafx.pe y configura tus cuentas de origen y destino para tus operaciones.



2. Cotiza tu operación

Selecciona si quieres comprar o vender dólares y cotiza el monto. Si tienes un cupón, ingrésalo aquí



3. Transfiere y confirma

Transfiere el monto cotizado a nuestras cuentas e ingresa el número de operación para validarla.



4. Recibe en tu cuenta

Una vez validada tu operación, en los próximos 10 minutos recibirás el abono directamente en tu cuenta.

CCL CÁMARA DE COMERCIO LIMA
La Fuerza de los Empresarios

CONSEJO DIRECTIVO 2021-2022

PRESIDENTE

Sr. Peter Anders Moores

PRIMER VICEPRESIDENTE

Sr. Alberto Ego-Aguirre Yáñez

SEGUNDO VICEPRESIDENTE

Sr. Guillermo Grellaud Guzmán

TESORERO

Sr. Antonio Gnaegi Urriola

VOCALES

Sr. Juan Antonio Morales Bermúdez
Sr. Sandro Fuentes Acurio
Sr. Félix José Yapur Nakhoul
Sr. Roberto Eudoro Hoyle Mc Callum

PAST PRESIDENT

Sra. Yolanda Torriani

DIRECTORES

Sr. Alfieri Peirano Torriani
Sr. Américo José Farfán Ortiz
Sr. Javier Butrón Fernández
Sra. Claudia Roca Fernández
Sr. David Olano Haeussler
Sra. Dolores Guevara Pasache
Sr. Eduardo José Laos De Lama
Sr. Sandro Stapleton Ponce
Sr. Eric Siekmann Quevedo
Sra. Erika Patricia Cavero Paz
Sr. Geri Mangone Castillo
Sr. Jorge Carlos Lira De Las Casas
Sr. José Antonio Casas Delgado
Sr. Luis Marroquín Postigo
Sra. Gabriela Fiorini Travi
Sr. Mauricio Salgado Gerbi
Sr. Miguel Honores Medina
Sr. Omar Cárdenas Martínez
Sr. Patrick Feldman Eskenáez
Sr. Percy Javier Krapp Ipince
Sr. Víctor Bermeo Rodríguez
Sr. Joaquín Otero Sahurie

GERENTE GENERAL

Ing. José Rosas Bernedo

DIRECTOR INSTITUCIONAL

Dr. Carlos Posada Ugaz

INCERTIDUMBRE Y DESCONFIANZA

El retiro del sistema financiero de unos US\$ 13.000 millones para llevarlos a cuentas en el exterior o para guardarlos “bajo el colchón”, así como la decisión y deseo de retirar no solo parte sino –si es posible– la totalidad de los fondos previsionales y la compensación por tiempo de servicios, son señales extremas del temor que existe frente a la incertidumbre sobre cuál será nuestro futuro, así como por la desconfianza, duda y sospecha acerca de la limpieza del proceso electoral, del cual, más de un mes después, no tenemos resultados oficiales.

No se puede negar –y así lo reconocen hasta sus propios voceros– que esta situación responde a las propuestas del candidato Pedro Castillo, a sus contradicciones y a su falta de claridad para precisar qué haría en el poder de resultar elegido. Plantear, por ejemplo, un día la abolición de la actual Constitución Política para reemplazarla por una que tenga “color, olor y sabor de pueblo”, la disolución del Tribunal Constitucional y la Defensoría del Pueblo –entre otras instituciones–, así como la renegociación forzada de los contratos; para al día siguiente asegurar todo lo contrario, evidencia una absoluta falta de horizonte e ideas claras.

Lo más grave es que materializar muchas de sus propuestas implicaría una grave ruptura del orden legal vigente, aunque ya advirtió que movilizará “al pueblo” para hacerlas realidad. Nada más alejado de lo que debería ser una convivencia respetuosa y civilizada, en la que las normas que nos gobiernen –comenzando por la Constitución– sean fruto de diálogos y consensos, de la búsqueda del bien común dentro del sistema democrático y no resultado de la algarada callejera ni de quienes se consideran iluminados para imponernos sus brillantes ideas.

Desde la perspectiva económica, el temor de los inversionistas grandes, medianos y pequeños, así como de los peruanos que lograron ahorrar con mucho esfuerzo un capital para su futuro y el de sus hijos, surge del hecho de no saber hasta qué punto se va a cambiar el modelo económico, o qué se hará en caso el Estado no cuente con recursos para cumplir con sus responsabilidades si carece de ingresos tributarios, que, por cierto, provienen de la inversión privada y de los trabajadores.

Los que ya tenemos algunos años tenemos dolorosas experiencias sobre la forma en que los ahorros que teníamos guardados en los bancos, cajas de ahorro y otras instituciones financieras fueron confiscados por el Estado. Por eso, es natural que las personas y las empresas traten de proteger su capital, por más grande o pequeño que sea, porque sin importar su monto, fue ganado con trabajo y esfuerzo.

Lo que deberían entender quienes aspiran a gobernar nuestro país, es que la economía es muy sensible y nadie va a querer trabajar o invertir en

un lugar donde se corre el riesgo de perder todo en cualquier momento, de amanecer cualquier día en la calle, sin nada en los bolsillos.

Los empresarios y los trabajadores pagamos impuestos y es por ello que el Estado tiene ingresos, pero si no trabajamos ni invertimos, no generamos riqueza ni empleo. ¿De dónde saldrá el dinero para pagar a maestros, policías, médicos o enfermeras?

Trabajamos y apostamos por nuestro país porque confiamos en él, en sus autoridades, en sus normas y en el hecho de que estas no cambiarán de un día a otro porque a alguien se le ocurrió, porque su ideología se lo manda.

Lo peor de esta incertidumbre es que se da en un momento en que el país aún no logra superar la emergencia sanitaria y la crisis económica, provocadas por el pésimo manejo de la pandemia del coronavirus.

La pobreza en nuestro país ha vuelto a crecer con fuerza. En el 2019 alcanzaba al 20,2% de la población y en el 2020 subió a 30,2%. La pobreza extrema ha crecido de 2,9% a 5,1%. Esto es gravísimo.

El empleo en la Población Económicamente Activa (PEA) Ocupada ha caído en 13% en el 2020, lo que repercute en el bienestar de las familias, en el acceso a la salud y a la educación; mientras la clase media se redujo de 43% a 24% por efecto de la pandemia, lo que afecta a más de seis millones de peruanos.

Deberíamos estar hablando de cómo hacemos para evitar que más compatriotas sigan siendo víctimas de esta situación, de cómo generar puestos de trabajo y conservar los actuales, de cómo reactivar el consumo y la demanda, y de aprovechar el entorno internacional favorable para nuestras exportaciones, a fin de generar divisas y abrir nuevos mercados.

Pero no, en el centro del debate se ha puesto la supuesta necesidad de imponer una Asamblea Constituyente. Pareciera que las prioridades del pueblo, al que tanto se menciona, no están en primer lugar.



Sr. Peter Anders Moores

Presidente de la Cámara de Comercio de Lima

ÍNDICE



PÁGINA 6

INFORME ECONÓMICO

EL SECTOR TURISMO NECESITA MAYOR IMPULSO. ANTE EL DURO CONTEXTO, SE REQUIERE MÁS FINANCIAMIENTO, FACILIDADES TRIBUTARIAS Y FLEXIBILIZAR RESTRICCIONES.



PÁGINA 10

INFORME ESPECIAL

CAMPAÑA POR FIESTAS PATRIAS A LA VISTA



PÁGINA 16

ENTREVISTA

ALFREDO GRAF: "EN MOMENTOS DE INCERTIDUMBRE APARECEN LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO"

PÁGINA 20

COMERCIO EXTERIOR

EL COMPORTAMIENTO DEL PRECIO DEL MAÍZ AMARILLO Y SUS EFECTOS EN EL PERÚ

PÁGINA 24

ENTREVISTA

RAMIRO SALAS: "REGRESO A CLASES PRESENCIALES DEBE SER GRADUAL"

GESTIÓN TV

CONSULTORIO DE NEGOCIOS

BENEFICIOS TRIBUTARIOS PARA PROYECTOS DE INNOVACIÓN

La coordinadora del Centro de Innovación de la CCL, Cecilia Chia, explicó acerca de los beneficios tributarios para los proyectos de innovación y las normas que regulan este mecanismo.



 **TWITTER** | TRENDING TOPICS



Cámara de Comercio de Lima

El próximo gobierno debe retomar la senda del crecimiento económico. Es urgente impedir que más peruanos caigan en la pobreza, por lo que nuestro objetivo debería ser ser crecer anualmente 7%, lo cual permitiría llevar el bienestar a millones de familias.

@PRESIDENCIAACCL

PRESIDENTE DEL COMITÉ EDITORIAL

Bernardo Furman Wolf

DIRECTOR

Carlos Posada Ugaz

JEFA DE PRENSA E IMAGEN

Carmen Anaya Valer

EDITOR

Fernando Chevarría León

EDITORA DIGITAL

Laura Vásquez Torres

COORDINADORA

Raquel Tíneo 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 (Idexcam)

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 SANTA ANITA

Calle Los Cipreses N° 140 5to piso,

Of. 501 - Edificio Orbes

Teléfono: (511) 219-1510

SEDE CENTRO AÉREO COMERCIAL

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

Teléfono: (511) 219-1841

SEDE AREQUIPA

Av. Metropolitana s/n (Edificio City Center - Quimera)

4to piso Torre Norte, Challapampa. Cerro Colorado,

Ciudad de Arequipa.

IMPRESIÓN:

CORPORACIÓN GRÁFICA UNIVERSAL S.A.C.

HECHO EL DEPÓSITO LEGAL EN LA BIBLIOTECA NACIONAL

LEY N° 26905, REGISTRO N° 2001-3291

La Cámara de Comercio de Lima precisa que los artículos firmados son de responsabilidad de sus autores. Se autoriza la reproducción del contenido de esta publicación en tanto se cite la fuente. **La Cámara** no se solidariza necesariamente con el contenido de los suplementos, especiales, comerciales, columnas de opinión y avisos publicitarios.

ESCUELA DE POSGRADO

Prepárate para liderar las nuevas maneras de hacer empresa

Maestría en Administración y Dirección de Negocios (MBA Ulima)

Desarrolla la visión empresarial que cambiará tu futuro.

Maestría en Derecho Empresarial

Desarrolla habilidades directivas y genera valor desde un enfoque jurídico.

Maestría en Dirección de Operaciones y Proyectos

Dirige la transformación de tu empresa.

Maestría en Dirección Estratégica de Contenidos

Lídera la gestión de una comunicación que trasciende.

Maestría en Tributación y Política Fiscal

Especialízate en el campo tributario y asume nuevas oportunidades.

maestria@ulima.edu.pe



UNIVERSIDAD DE LIMA

EL SECTOR TURISMO NECESITA MAYOR IMPULSO

Ante el duro contexto, se requiere más financiamiento, facilidades tributarias y flexibilizar restricciones de acuerdo con el avance de la vacunación.



Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial - CCL

En el 2020, el arribo de turistas internacionales cayó 74% a nivel mundial, según el estudio “COVID-19 and Tourism – an update”, elaborado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés). Además, señalan que la caída fue mucho mayor en países en desarrollo como Perú, donde alcanzó -79%. De otro lado, calculan que por cada dólar de ventas del sector turismo se generan US\$ 2,5 en el PBI real; por tanto, estiman que las pérdidas económicas mundiales en 2021 podrían oscilar entre US\$ 1,7 billones y US\$ 2,4 billones en comparación a los niveles prepandemia.

En ese contexto, en este informe el IEDEP cuantifica la importancia, evolución y avances del sector turismo con base en cifras de la Superintendencia Nacional de Migraciones (SNM), el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat) y el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI); además de caracterizar el perfil socioeconómico del trabajador

del sector con base en la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho) del INEI.

A NIVEL NACIONAL

Desde 1995 hasta 2019 la entrada de turistas al país creció en 820% hasta alcanzar los 4,4 millones de personas, generando que el ingreso de divisas por este concepto crezca en 1.018% hasta sumar US\$ 4.787 millones (SNM y BCRP, 2020). En tanto, en el periodo 2011-2019 las ventas de la actividad económica turismo y hotelería crecieron anualmente 13,1% en promedio (Sunat, 2021). Por su parte, en el lapso de los años 2008-2019 el PBI de alojamiento y restaurantes creció 5,7% en promedio anual (INEI, 2021).

En el 2020, la crisis de la COVID-19 estuvo marcada por el aislamiento poblacional, restricción de aforos y cierre parcial de fronteras. En consecuencia, las ventas de turismo y hotelería se redujeron en 51,3%, mientras que el PBI de alojamiento cayó en 73,8% y el de restaurantes en 47%.

En restaurantes se identificaron fuertes caídas en sus componentes: grupo de restaurantes (-48,2%), otras actividades de servicio de comidas (-30,7%), actividades de servicio de bebidas (-55,3%) y suministro de comidas por encargo (-93,3%).

En el 2021, algunos indicadores muestran que la caída del sector se está desacelerando debido a la flexibilización de restricciones según el nivel de alerta en las provincias. Así, en los cuatro primeros meses del año se registró que las ventas de turismo y hotelería variaron en -16%, a su vez el PBI de alojamiento en -76,8% y el de restaurantes en -1,3%.

En cuanto a restaurantes ya se identifican recuperaciones en ciertos componentes como otras actividades de servicio de comidas (+16,7%) y suministro de comidas por encargo (+92,8%), además de moderación en las caídas de grupo de restaurantes (-6,5%) y servicio de bebidas (-16,1%).

PERFIL DEL TRABAJADOR DEL SECTOR

En la ENAHO 2020 se seleccionaron aquellos trabajadores que formaban parte de las actividades económicas detalladas en el Reglamento Operativo del Fondo de Apoyo Empresarial a las Mype del Sector Turismo (FAE-Turismo) aprobado en agosto de 2020.

DE 1995 AL 2019 LA ENTRADA DE TURISTAS AL PERÚ CRECIÓ EN 820% HASTA ALCANZAR 4,4 MILLONES

De esta forma se consideran dentro del sector turismo: establecimiento de hospedaje; agencias de viajes y turismo; guiado turístico; restaurantes; actividades de esparcimiento; organización de congresos, convenciones y eventos; transporte interprovincial terrestre de pasajeros; transporte turístico; producción de artesanía; y comercialización de artesanía.

En el 2020 la población ocupada en el sector se redujo en 27,4% hasta conformar 2,3 millones de personas.

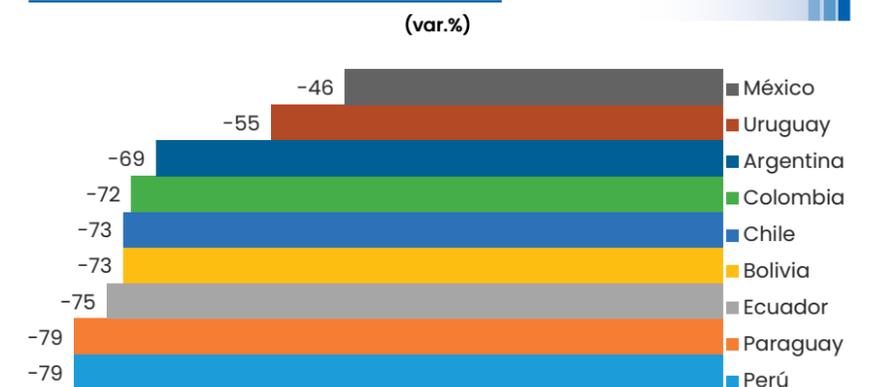
De acuerdo con su tipo de ocupación, el 62% de la población ocupada del sector son independientes, el 31,5% son dependientes y el 6,5% son trabajadores familiares no remunerados (quienes apoyan en emprendimientos del hogar sin recibir pago monetario alguno).

La participación de mujeres en la población ocupada del sector alcanza el 46,2%, los jóvenes de 14 a 45 años son del 66% y la de los informales llega hasta el 83,4%.

Los resultados hallados coinciden con lo señalado por la UNCTAD con respecto a que el sector tiene una particular importancia socioeconómica debido a que da empleo a muchas mujeres y personas jóvenes además de proveer sustento a trabajadores informales en países en desarrollo.

Las características educativas varían entre los trabajadores informales y formales: en el primer grupo solo el 23% alcanzó educación superior, mientras que en los formales el 54%. Esto se traduce en los ingresos de ambos tipos de trabajadores. En el primer caso, el ingreso laboral promedio mensual asciende a S/875; en cambio los formales reciben S/1.772. En materia de salud, el 43,3% de los trabajadores del sector padecen de alguna enfermedad crónica.

Arribo de turistas, 2020



Fuente: UNCTAD

Elaboración: IEDEP

A NIVEL REGIONAL

El único dato disponible sobre la actividad económica turística a nivel regional es el subsector alojamiento y restaurantes (INEI, 2021). Las regiones donde este subsector tuvo mayor aporte en el PBI 2020 fueron Lima (2,7%), Ucayali (2,3%), Cusco (2,2%), Madre de Dios (2,1%) y Loreto (2%). Por el contrario, las regiones donde tuvo menor participación fueron Apurímac (0,5%), Huancavelica (0,5%), Tacna (0,7%), Ayacucho (0,7%) y Moquegua (0,7%). Cabe precisar que, debido a la contracción del subsector, su participación en la economía nacional se habría reducido de 3% en 2019 a 2% en 2020.

Sobre el empleo a nivel de regiones es posible construir cifras para el sector turismo con base en la Enaho y siguiendo las actividades detalladas en el FAE-Turismo. Al respecto, se observó que la participación del sector en la población ocupada nacional se redujo de 18,5% a 15,4% durante el 2020.

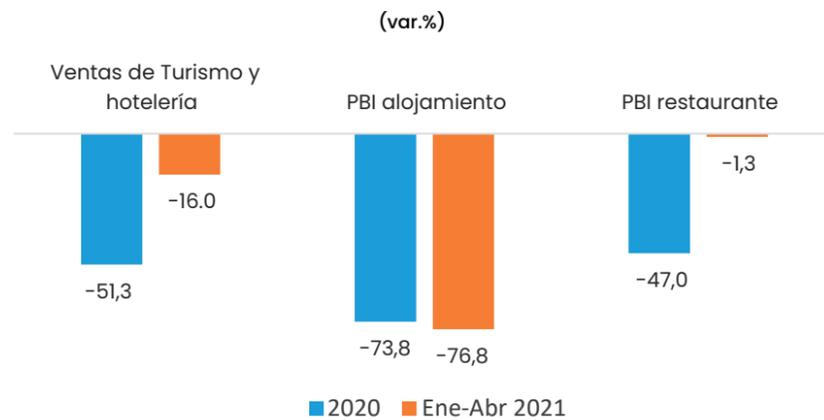
Las regiones donde el turismo genera más empleo respecto a su población ocupada fueron Tumbes (25,2%), Ucayali (20,8%), Lima (20,8%) e Ica (18,7%). Por el contrario, las regiones con una baja participación fueron Huancavelica (5,2%), Apurímac (6,6%), Amazonas (5,9%) y Pasco (8%).

CONCLUSIONES

El sector turismo fue duramente golpeado a nivel mundial debido a las restricciones motivadas por la crisis de la COVID-19. Perú no fue la excepción, en el 2020 las ventas de turismo y hotelería fueron las de mayor caída (-51,3%) en comparación al resto de actividades. Igualmente, el PBI de alojamiento y restaurantes fue el de mayor contracción (-50,5%) en comparación a los demás subsectores.

En 2021 ya se avizoran signos de recuperación en algunos rubros asociados a restaurantes. De otro lado, el sector tiene una importante participación del empleo nacional (con matices entre regiones), ocupando

Indicadores del sector turismo



Fuente: SUNAT, INEI

Elaboración: IEDEP

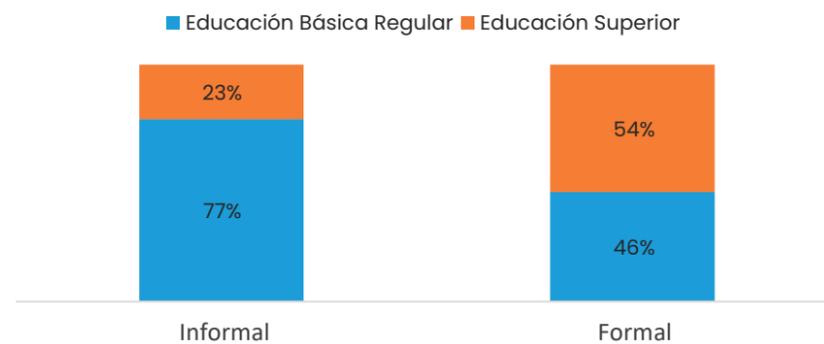
a mujeres y jóvenes, aunque en su mayoría informales con bajo nivel educativo.

En ese marco, el FAE-Turismo, según sus últimas modificaciones, disponía de un fondo de S/ 200 millones (podía ampliarse hasta S/ 600 millones) para financiar el capital de trabajo de las mypes con préstamos que iban de hasta S/ 90.000 con una cobertura del 98% y entre S/ 90.000 y S/ 750.000 con cobertura de 95%, y que podían ser pagados hasta en 60 meses con periodo de gracia de hasta 18 meses y una tasa de interés promedio

superior al 10%.

Con base en la Enaho 2019 se estima que los recursos del fondo solo cubrirían un mes de la planilla de los dependientes (S/ 638,7 millones). Sin embargo, quedarían sin financiamiento los independientes formales (S/ 488,3 millones) y más aún los informales (S/ 2.478 millones). Por tanto, urge continuar acompañando a las empresas y negocios del sector con financiamiento y flexibilizando restricciones en la medida que el proceso de vacunación avanza en el país y en el mundo.

Empleo informal y formal según nivel educativo alcanzado, 2020



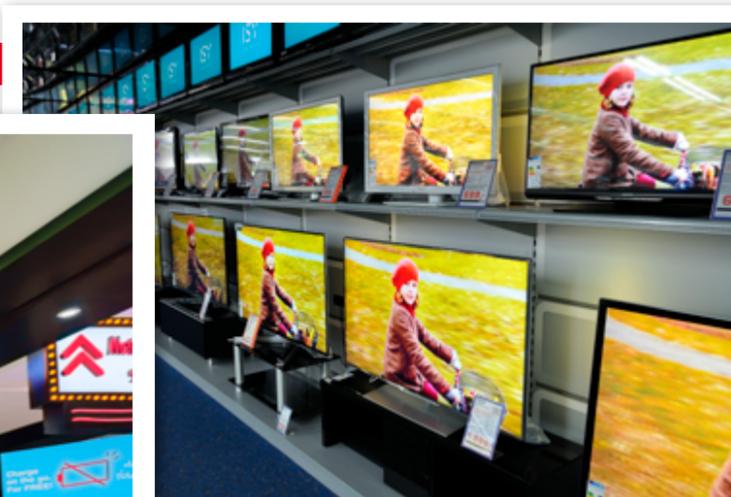
Fuente: ENAHO

Elaboración: IEDEP

Productos y Servicios de la Cámara de Comercio de Lima

La CCL, considerada el gremio de mayor representatividad de nuestro país, cuenta con más de 15.000 empresas asociadas, provenientes de diversos sectores económicos, a las cuales se les brinda un conjunto de variados productos y servicios:





CAMPAÑA POR FIESTAS PATRIAS A LA VISTA

Se acerca 28 de julio y muchos sectores económicos como el retail, electrodomésticos, turismo, gastronomía y alquiler de casas ya están trabajando para aprovechar esta importante fecha.

POR ERIKA LÓPEZ SEVILLA
EBLOPEZ@CAMARALIMA.ORG.PE

Fiestas Patrias es una de las campañas más importantes del año porque es una fecha en la que aumenta la demanda y muchos negocios se preparan para intentar recuperar sus ventas, pese a la coyuntura sanitaria y electoral que atraviesa el país.

Al respecto, la presidenta del Gremio de Retail y Distribución de la CCL, Leslie Passalacqua, asegura que la campaña por Fiestas Patrias se va adelantar por la coyuntura que vive el país y que tiene muy distraído al consumidor. “Viene una campaña distinta, incluso a la del 2020, cuando abrimos las tiendas y *malls*. Adelantamos la campaña del *Cyber Days*, que antes se daba después de la quincena y coincidía con la gratificación. Los *retailers* la

adelantamos porque el consumo se está dando antes de la fecha prevista porque el mismo 28 no se va dar”, explica.

Respecto a las ventas, espera una recuperación a niveles de entre un 70% a 80% versus el 2019. Reitera que no se lograrán alcanzar a las cifras prepandemia porque la economía peruana está muy golpeada y que ahora los consumidores utilizarán la gratificación en compromisos financieros, salud y productos de primera necesidad antes que en temas de distracción. “Los economistas señalan que la recuperación del rubro comercio recién se dará a finales del 2022. Falta mucho para volver a las cifras del 2019, ya que el desempleo en este sector sigue en menos del 14% porque no hay nuevas tiendas o *malls* para seguir creciendo”, detalla.

SEGUIRÁ TENDENCIA POSITIVA

Por su parte, el presidente del Gremio de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos de la CCL, Javier Butrón, espera seguir con una tendencia positiva en esta nueva campaña ya que tendrán mayores aforos en las tiendas físicas y por el desarrollo experimentado de los canales *online*.

Butrón advierte que si bien existe un efecto en el mercado por el alza de la cotización del dólar –que está ocasionando ajustes en los precios, que incide, además, en la menor disponibilidad de *cash*–, esto se vería compensado por un crecimiento en las ventas a crédito.

“Estimamos que en esta campaña se superen los S/ 800 millones en ventas. El crecimiento esperado está entre el 25% y 30%, debido a la fuerte influencia en las facilidades de acceso a los locales físicos y un mayor uso del crédito que podría superar en 5% a las ventas del 2019”, estima el representante de la CCL. Además, señala que las categorías más demandadas dependiendo del

rubro serán electrónica-video; línea blanca y pequeños electrodomésticos, teniendo un ticket promedio de entre S/ 900 y S/ 1.200.

MAYOR OPTIMISMO EN TURISMO

Por su parte, la presidenta de la Sociedad Hoteles del Perú (SHP), Tibisay Monsalve, ve con mucho optimismo el desempeño del sector turismo en estas Fiestas Patrias debido a que cada vez hay más personas vacunadas y han bajado las alertas, permitiendo movilizar una mayor cantidad de personas. “Eso nos da mucha esperanza porque tendremos una mejora en la ocupabilidad de los hoteles, alcanzando entre un 60% hasta 75% en destinos cercanos a Lima como Paracas, Ica, Nazca, Trujillo, Chiclayo, entre otros”, explica.

Monsalve agrega que en esta campaña se beneficiarán los hoteles en todas sus modalidades y ofertas que están ofreciendo, como cabañas, *bungalows* y en modelos tipo campamento. “Ahora los usuarios buscan el campo, la naturaleza, espacios abiertos para disiparse del

Por Fiestas Patrias los limeños irán a lugares cercanos como Paracas, Ica, Nazca, Chiclayo, entre otros, buscando naturaleza y espacios abiertos para salir del encierro de la pandemia.



El clima de festejo por 28 de julio y el aguinaldo que recibirán las personas permitirá al sector gastronomía recuperar sus ventas.



MOVIMIENTO CULTURAL

Por su parte, presidente del Sector de Espectáculos Artísticos, Culturales y Afines (Arena) del Gremio de Servicios de la CCL, Jorge Fernández, asegura que el rubro que representa es el más afectado porque se encuentra paralizado desde el año pasado pese a que el Gobierno abrió las puertas de los centros culturales.

“Estamos completamente parados. El año pasado se dijo que se podía abrir con un 30% de aforo, pero a los 15 días pararon y se puso nuevamente en cuarentena. Luego estuvimos en 40% y volvió a pasar lo mismo y ahora prácticamente desde el 21 de junio dijeron con un 50%, pero creo que eso no va durar más que un suspiro por la tercera ola (de la COVID-19) que se nos viene”, subraya.

Sostiene que desde que empezó la pandemia el sector ha perdido al menos 100.000 puestos de trabajo y el 70% de ellos en Lima. “Detrás de los artistas hay una masa enorme de servicios, como los que ponen el sonido, la pantalla, los escenarios, camerinos, entre otros”, precisa.

Menciona que, pese a que la campaña por Fiestas Patrias es una de las más importantes, son un sector carente de infraestructura, ya que en total cuentan con 20 o 22 teatros y, de

encierro que ha generado la pandemia.

Asimismo, explica que, con el objetivo de incentivar el turismo interno, la SHP está trabajando la campaña *Las Estrellas a tu Alcance*, a través de la cual brinda tarifas promocionales referentes a la estadía y consumo gastronómico en sus diversos hoteles asociados. “Esta campaña tiene como objetivo reactivar no sólo la industria hotelera, sino también la economía local del destino turístico elegido”, puntualiza.

Monsalve anota que, como parte de esta campaña, también organizan el *Tour Gastronómico 2021*, para difundir la riqueza y calidad de la gastronomía hotelera del país.

GASTRONOMÍA APROVECHARÁ FIESTAS

A su turno, la presidenta del sector Gastronomía de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Michele Barton afirma que el sector intentará aprovechar al máximo la campaña de Fiestas Patrias, ya que es una excelente oportunidad para recuperar ventas. “Aunque estamos aún lejos de años previos ya que los costos de operación siguen elevados por las acciones de bioseguridad que se deben mantener en los restaurantes”, precisa.

Sobre las perspectivas de venta,

afirma que indudablemente el objetivo es incrementar en un porcentaje interesante la facturación, tanto por la cantidad de comensales, como en valor de ticket promedio, ya que en estas fiestas no solo un grupo de la población recibe aguinaldo, sino se crea un clima de festejo y por ende de gasto.

“LA AMPLIACIÓN DEL HORARIO DEL TOQUE DE QUEDA PERMITE UN SEGUNDO TURNO DE SERVICIOS”

Además, agrega que la ampliación del horario del toque de queda en la noche permite un segundo turno y que Fiestas Patrias caiga a mitad de semana añade un par de días de consumo fuerte.

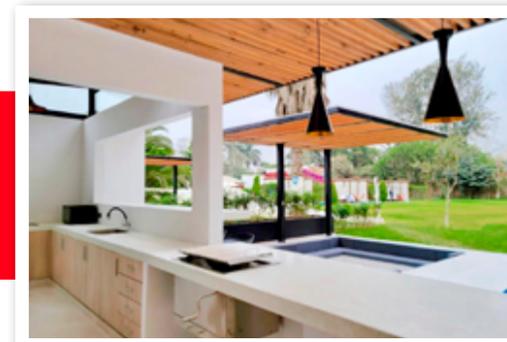
Respecto a la recuperación del sector, afirma que este probablemente mejore recién a partir del 2023 y con suerte a fines del 2022, si la recuperación económica del país se da más allá de los cálculos macroeconómicos difundidos y acciones del nuevo gobierno entrante.

esos, unos pocos tienen aforo de más de 1.000 personas. Refiere que el sector podría levantarse cuando haya un 70% de gente vacunada y “con suerte” espera que se pueda llegar a esta cifra a fin de año.

“La pérdida monetaria es incalculable. En el primer semestre del 2020 se cancelaron 53 conciertos que no se han retomado”, puntualiza. Por ello, Fernández pide la colaboración del Gobierno para que en los próximos dos años suprima el IGV a los espectáculos. Que no se olvide que nosotros pagamos el 18% del IGV y entre 7% y 10% a los derechos de autor”, agrega.

EXPANSIÓN CASAS DE CAMPO

Otro sector que se dinamiza por la campaña de Fiestas Patrias es el del alquiler de casas de campo. Para Verónica Pachas, de Villa Loka Bungalows & Lounge, si bien esta temporada están relativamente con una ocupación de 100%, a diferencia de otros años en los que los *bungalows* se alquilan casi con dos meses de anticipación, esta vez se han separado con menor antelación. “Para la temporada que viene esperamos mantener nuestra ocupación al 100%.



El alquiler de las casas de campo se ha convertido en una alternativa para que las familias salgan a distraerse en estas Fiestas Patrias. Foto: Villa Loka Bungalows & Lounge.

Sin embargo, sabemos que esto es un reto, pues la inestabilidad política y una posible tercera ola podría envolvernos nuevamente”, subraya.

“ALQUILER AIRBNB HA CRECIDO MÁS DEL 20% DE FORMA ANUAL EN ÚLTIMOS CINCO AÑOS”

Asimismo, sostiene que el alquiler de casas de campo, desde julio del 2020, fecha en la que se les permitió abrir cumpliendo con las normas, ha experimentado un crecimiento sostenido, exceptuando los periodos cortos en los que tuvieron que cerrar debido a los nuevos rebrotes y variantes de la pandemia.

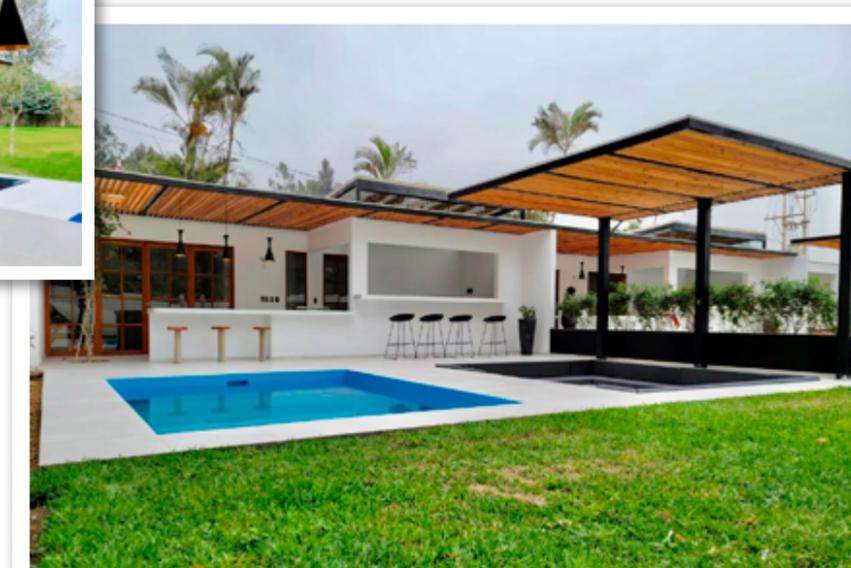
“Durante el 2021 la ocupación de nuestros *bungalows* se ha mantenido a un 100%, incluso mayor a la que teníamos antes de la pandemia. Nuestro crecimiento en este primer semestre comparado a similar periodo del 2019 antes de la pandemia ha sido de 50%”, subraya Verónica Pachas. En cuanto al ticket promedio, refiere que está en S/ 85,5 por noche en

días de semana y S/ 95 por noche los fines de semana.

ALQUILER POR AIRBNB

Otra de las modalidades es el alquiler de casas o departamentos vía *airbnb*, es así que el gerente general de Wayrabnb, David Ballón, confirma que en esta modalidad tienen reservas para julio y agosto como estadía a largo plazo. Precisa que aún están a tiempo para obtener reservas en esa semana puntual (28 de julio) ya que muchas personas reservan faltando siete días de la visita a Lima. “Normalmente en fiestas (julio y diciembre) los tickets suben un 12% en promedio, y la ocupabilidad de la cartera es de 70%, en esos meses sube a niveles de 82%, aproximadamente”, puntualiza.

En cuanto al crecimiento de este segmento, Ballón señala que en los últimos cinco años se ha expandido más del 20% anualmente. Incluso, añade que hoy este ritmo es mayor porque los arriendos a largo plazo están siendo desplazados por el corto plazo debido a la coyuntura. Asimismo, el ticket promedio de la cartera de Wayrabnb es de US\$ 39,5 por noche. “El mundo cambió debido a la pandemia. Antes el turista buscaba lugares pequeños ahora lo que quieren son espacios grandes”, finaliza.





HACIA UNA MAYOR INFRAESTRUCTURA Y CONECTIVIDAD

El Gremio de Construcción e Ingeniería de la CCL, organizó el evento *Perú Bicentenario: Panorama del Sector Transportes y Comunicaciones*, en el que se presentaron importantes proyectos de inversión.

La Cámara de Comercio de Lima (CCL), a través de su gremio de Construcción e Ingeniería, organizó el evento virtual *Perú Bicentenario: Panorama del Sector Transportes y Comunicaciones*, el cual se llevó a cabo el 5 y 6 de julio vía plataforma Facebook del gremio empresarial y convocó a más de 2.900 personas de todo el país y el extranjero.

En este encuentro, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) dio a conocer las principales obras y proyectos de transportes y telecomunicaciones que se ejecutan a nivel nacional.

Durante el evento, el presidente de la CCL, Peter Anders, destacó que, en esta coyuntura de recesión generada

por la pandemia de la COVID-19, es indispensable impulsar las inversiones en infraestructura productiva y social a fin de atender las necesidades básicas de la población. “Una infraestructura adecuada y eficiente permite aumentar los niveles de competitividad del país, por lo que se requiere promover la cooperación público-privada para afrontar ese reto que exige enormes recursos financieros, tecnología y capacidad de gestión”, expresó.

En ese sentido, el presidente del Gremio de Construcción e Ingeniería de la CCL, Miguel Honores, sostuvo que, a puertas de celebrar el Bicentenario, es imprescindible ejecutar estrategias que permitan cerrar las brechas de infraestructura estimadas en US\$ 159.549 millones

y la desigualdad de recursos y capacidades entre Lima y las regiones.

“Las desigualdades traen consigo una dificultad estructural para disminuir la pobreza, imposibilita habilitar más espacios habitacionales, atraer inversiones y desarrollar actividades productivas con tecnología de alto nivel”, comentó. Por tanto, para vencer estas falencias, aseguró que el país requiere de proyectos ambiciosos que permitan una mayor oferta energética, duplicar la longitud de la red vial asfaltada nacional y departamental, entre otros.

IMPULSANDO PROYECTOS

Por su parte, el ministro de Transporte y Telecomunicaciones, Eduardo

González, afirmó que su cartera cuenta con múltiples proyectos que están en ejecución y que ayudará al cierre progresivo de las brechas en infraestructura y a impulsar la conectividad.

Por ello, para contribuir con la reactivación económica del país, dijo que su sector tiene comprometido una inversión de más de S/ 10.000 millones para el desarrollo de 1.700 proyectos en conectividad física y digital.

Al respecto, la jefa de Gabinete de Asesores del MTC, Karina Flores, precisó que esta importante inversión en infraestructura no solo conectará al país, sino que contribuirá a la creación de 200.000 empleos directos.

Entre los principales proyectos del MTC figura la obra vial Daniel Alcides Carrión, más conocida como la nueva Carretera Central, que conectará a la capital con la sierra y selva central beneficiando a 9 millones de usuarios.

“Este ambicioso proyecto de S/ 11.841 millones, tendrá 136 kilómetros de longitud, doble vía, cuatro carriles, 27 puentes y cerca de 90 viaductos”, afirmó el director ejecutivo de Proviás Nacional, Luis Chan, quien sostuvo que dicho proyecto está suscrito bajo la modalidad G2G.

En otro momento, Chan sostuvo que a la fecha se ha pavimentado el 85% de la Red Vial Nacional llegando a 22.480 kilómetros y, para este año, se espera la construcción e instalación de 74 puentes para sumar 573 en todo el país.

CORREDORES LOGÍSTICOS

Igualmente, el MTC informó que viene impulsando el desarrollo de 22 corredores logísticos a nivel nacional bajo una perspectiva multimodal que va a proporcionar conectividad entre los peruanos y los mercados internacionales. “El concepto de corredor logístico no solo conecta vidas, sino también permite que desde los centros de acopio, los productores puedan trasladar su mercadería, logrando un mayor ahorro en tiempo

“UNA INFRAESTRUCTURA ADECUADA Y EFICIENTE AUMENTA LOS NIVELES DE COMPETITIVIDAD DEL PAÍS”

PETER ANDERS
Presidente de la CCL



y costo”, afirmó el viceministro de Transportes, Paúl Caignaray.

SISTEMA PORTUARIO

A su turno, el presidente del directorio de la Autoridad Portuaria Nacional (APN), Edgar Patiño, precisó que en los últimos años las inversiones portuarias han dado un importante soporte a nuestro comercio exterior, puesto que han contribuido en la eficiencia y competitividad de nuestro sistema portuario pese a esta crisis sanitaria.

“Actualmente nuestro sistema de puertos comprende 64 terminales portuarios, 14 de uso público y 46 de uso privado, además de 41 embarcaderos”, explicó Patiño.

Añadió que hoy se encuentran en ejecución 11 obras de infraestructura portuaria, entre públicas y privadas, cuya inversión asciende a más de US\$ 1.874 millones. De ese número, ocho se culminarían en 2021.

“ES IMPRESCINDIBLE EJECUTAR ESTRATEGIAS QUE PERMITAN CERRAR LAS BRECHAS DE INFRAESTRUCTURA Y DESIGUALDAD”

MIGUEL HONORES
Presidente del Gremio Construcción e Ingeniería de la CCL

COBERTURA DIGITAL

Con respecto al cierre de la brecha de conectividad digital, el viceministro de Comunicaciones, Diego Carrillo, señaló que es necesario incrementar la cobertura y uso de internet fijo y móvil con mayor énfasis en las zonas rurales.

Por ello, anotó que para la masificación del internet fijo, el MTC ha implementado el plan *Todos Conectados* que comprende proyectos y contratación de servicios valorizados en S/ 2.500 millones para 3,2 millones de peruanos. Y para mejorar la calidad del servicio de internet móvil, dijo que se promoverá el uso de la tecnología 5G que, desde el 2020, está alcanzando velocidades 10 veces más rápidas que el 4G.

En ese sentido, anunció una nueva licitación para expandir el uso de esta tecnología en el país cuya inversión será cercana a S/ 5.000 millones beneficiando a 4 millones de usuarios.



“EN MOMENTOS DE INCERTIDUMBRE APARECEN LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO”

A propósito de su 30° aniversario, el presidente de Alfredo Graf & Asociados y del Sector Bienes Raíces del Gremio de Servicios de la CCL, Alfredo Graf, explica los cambios y retos de su empresa y sector en los últimos años.



POR RAQUEL TIMEO RAMOS
RTINEO@CAMARALIMA.ORG.PE

¿Cómo empezó Alfredo Graf & Asociados y cómo ha evolucionado en estos 30 años?

Alfredo Graf inició sus labores en 1953 en el rubro de los autos donde era el representante exclusivo de Volvo en el Perú y fue el primero en traer la marca Toyota a nuestro país.

Sin embargo, un desafortunado incidente con un ataque terrorista hizo que perdiera mi capital de trabajo, llevando a la quiebra nuestro taller de autos que era de los más importantes de la época. También afectó directamente nuestro negocio de alquiler de automóviles con la marca AVIS, por lo cual se hizo necesario cambiar el giro de negocio.

En aquella época la

intermediación inmobiliaria se realizaba a través de contactos, pero era necesario una mayor formalidad en la asesoría hacia a los clientes, puesto que la necesidad de vivienda y el crecimiento comercial del Perú lo demandaba.

Es así que, desde 1991, y lo largo de estos 30 años, hemos evolucionado, desde la publicidad en medios escritos a la era digital, donde tenemos una fuerte presencia y un equipo dedicado especialmente a ello, a cargo de nuestro gerente comercial Marlon Zubiati.

Además, nos mantenemos constantemente capacitados para atender adecuadamente a nuestros clientes y hemos aprendido a adelantarnos a sus necesidades.

“TENGO 64 AÑOS COMO MIEMBRO ACTIVO DE LA CCL, SIENDO UNO DE LOS SOCIOS MÁS ANTIGUOS”

También ha sido un destacado líder gremial. ¿Qué tan importante viene siendo para el desarrollo de su sector?

Tengo 64 años como miembro activo de la Cámara de Comercio de Lima, siendo uno de los socios más antiguos de la institución y también he tenido la responsabilidad de ocupar cargos

importantes en la institución, como el de ser presidente del Sector Bienes Raíces del Gremio de Servicios.

A lo largo de todos estos años hemos sido los pioneros del tema inmobiliario y, actualmente, continuamos siendo referentes en el mercado, porque siempre recibimos consultas sobre precios, temas legales u otros, a la par que se nos acercan otras empresas del sector para hacer un trabajo en conjunto.

Uno de nuestros mayores orgullos es ver cómo muchos de los agentes inmobiliarios que hoy lideran otras empresas inmobiliarias han salido de las canteras de Graf & Asociados, ocupando incluso altos cargos en asociaciones de agentes y brókers inmobiliarios.

Con la pandemia, las empresas tuvieron que reinventarse, ¿cómo se viene recuperando su compañía?

Nosotros ahora trabajamos mucho con la multimedia, las redes sociales y las visitas virtuales para evitar reuniones innecesarias. Las reuniones que tenemos con nuestros principales clientes y personas naturales son ahora virtuales, y cuando acudimos a visitas, asistimos con todos los protocolos de seguridad necesarios y recomendados por el Ministerio de Salud.

Afortunadamente, contamos con el respaldo de nuestros clientes, quienes han mantenido sus negocios con nosotros durante el confinamiento y han recibido asesoría durante toda la pandemia; es decir, nunca nos hemos desconectado, seguimos trabajando, como siempre, los 365 días del año.

¿Cuál ha sido la clave para el crecimiento de Alfredo Graf & Asociados?

La clave es conocer a fondo las necesidades del cliente, así como el mercado, y contar con un equipo sólido de profesionales.

El enfoque actual está orientado a

los entornos digitales, pero sin perder nuestra esencia.

Aún hay necesidad de vivienda en el país, ¿qué nuevas inversiones podrían darse?

Los proyectos nuevos ahora tienen que ver con las acumulaciones de predios, ya no solamente de predios individuales, pues los lotes grandes son escasos.

Por ello, cobra especial relevancia el acumular predios colindantes para hacer proyectos inmobiliarios más grandes, aprovechando que se está incrementando la altura permitida en varias zonas de Lima y provincias. Esto hace que los proyectos inmobiliarios sean cada vez más grandes y ambiciosos. Tengamos en cuenta que la necesidad de vivienda siempre estará presente.

¿Cuáles son los planes a futuro para su empresa?

Seguir creciendo en agentes inmobiliarios y no solamente brindar servicios de asesoría, sino incursionar en el tema que tanto nos han pedido nuestros colegas del sector: lanzar programas de capacitación para agentes inmobiliarios y, además, lanzar foros de conversación, donde podamos compartir el conocimiento con la comunidad inmobiliaria.

Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de nuevos talentos para los nuevos entornos digitales, donde el uso de las herramientas audiovisuales y el conocimiento especializado es fundamental. Asimismo, estamos en constante proceso de formación para todos nuestros agentes inmobiliarios que integran a la compañía.

En su experiencia, ¿qué oportunidades podríamos ver en estos tiempos de crisis?

Es un buen momento para invertir, pues en situaciones de incertidumbre aparecen las oportunidades de negocio. En este escenario, asesorarse con expertos es clave.

Contamos con los protocolos
de bioseguridad en todos

nuestros servicios

EL LUGAR PERFECTO
PARA SUS REUNIONES, EVENTOS Y
ENCUENTROS DE NEGOCIOS
PRESENCIALES

Regresando a la normalidad

**Alquiler de
ambientes 100%
funcionales**
y cómodos para todo
tipo de eventos

01



**Servicio de
Alimentación -
Catering**

02



**Equipos y
plataformas
multimedia de
alta tecnología**

03



**Producción
de Eventos**

04



CONOCE MÁS:



INFORMES Y RESERVAS:

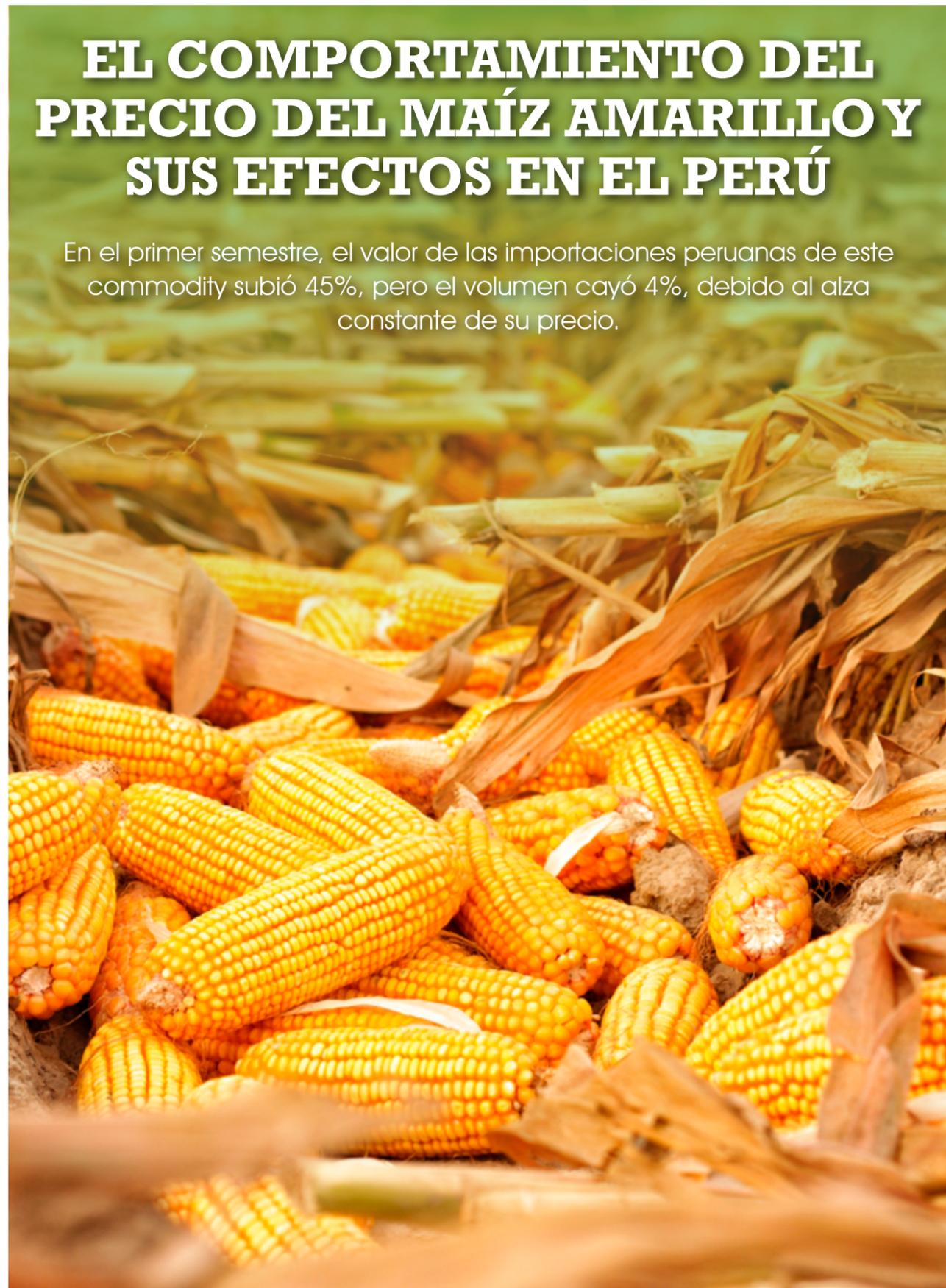
Av. Giuseppe Garibaldi 396, Jesús María
www.camaralima.org.pe

📞 994 293 505

jmontalvan@camaralima.org.pe

EL COMPORTAMIENTO DEL PRECIO DEL MAÍZ AMARILLO Y SUS EFECTOS EN EL PERÚ

En el primer semestre, el valor de las importaciones peruanas de este commodity subió 45%, pero el volumen cayó 4%, debido al alza constante de su precio.



DR. CARLOS POSADA UGAZ

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

El maíz amarillo duro (MAD) es utilizado en el país en la preparación de alimentos balanceados, por la industria avícola y otras crianzas. El MAD se siembra casi todo el año en el Perú, especialmente en la costa peruana. Es un cultivo transitorio, cuyo periodo vegetativo es de 4,5 a 5,5 meses, dependiendo de la variedad y de la fecha de siembra. Su siembra y cosecha es durante todo el año, siendo sus picos de siembra en los meses de setiembre y febrero, y sus cosechas en junio y diciembre.

En promedio se siembran unas 520.000 hectáreas de maíz al año a nivel nacional y alrededor de 82.000 familias dependen directamente de este cultivo, lo que demuestra su importancia socioeconómica para el país. Además, del total de dichas áreas, aproximadamente 300.000 hectáreas corresponden a maíz amarillo duro y 220.000 hectáreas son de maíz amiláceo.

Aproximadamente el 90% del área del MAD está destinada para la producción de grano, utilizado principalmente para la alimentación de pollos y, en menor medida, de cerdos y vacuno. Se trata de un insumo fundamental para el consumo alimenticio de la población del país, ya que la carne de ave (específicamente el pollo) es casi infaltable en las comidas peruanas.

Cabe señalar que el otro 10% del MAD en el Perú se destina

a la producción de forraje (para alimentación de ganado lechero). De otro lado, en los últimos años se viene utilizando la planta de maíz para alimentación de animales menores (cuyes).

No obstante, la producción peruana del MAD no es suficiente para abastecer al mercado nacional. En ese sentido, las importaciones de este producto juegan un rol de suma importancia, ya que aproximadamente cubren el 60% de la demanda nacional.

PRECIO DEL MAD EN AUMENTO

Según la base de la Sunat, el valor de las importaciones de maíz amarillo durante el primer semestre del 2021 aumentó en 45%, pero solo en valor, ya que el volumen disminuyó en 4%, esto quiere decir que el precio por kilogramo del maíz amarillo duro aumentó considerablemente, lo que produjo que el valor de las importaciones se incremente.

Además, al analizar la tabla N°1, podemos ver que, en el primer semestre, el flete para traer este producto aumentó en 21%. Esto quiere decir que el precio del traslado del MAD también creció por lo que eleva aún más el precio final de este insumo.

Entonces, si llevamos al valor CIF el valor de las importaciones del MAD hasta junio del 2021 llegarían a crecer en 41% respecto al 2020. En otras palabras, en lo que va del año se

está pagando 41% más del valor, por 4% menos de la cantidad importada del año anterior.

Este suceso ha hecho que el precio final del pollo se haya incrementado desde comienzos del presente año y, lastimosamente, se mantendrá en los siguientes meses, a menos que el precio internacional del MAD disminuya y también los fletes marítimos.

Como es bien sabido las importaciones de este insumo son provenientes en su mayoría de Argentina y Estados Unidos. Casi el 99% de las importaciones peruanas del MAD provienen de esos dos países.

Según lo analizado, durante el primer semestre del año 2019, el 62% era importado desde EE.UU. y el 37% desde Argentina. Esto cambió en el 2020 y en el 2021, pues ahora el 77% es importado desde Argentina y solo el 22% desde EE.UU.

Con respecto al precio FOB por kilogramo importado del maíz amarillo duro, este aumentó 56%, desde los US\$ 0,17 promedio en 2019 y hasta los US\$ 0,25 en 2020. El crecimiento del precio de maíz amarillo duro se debe a varios factores que detallamos a continuación.

Según el portal web *Porcicultura.com*, la cosecha mundial de maíz es de aproximadamente 1.144 millones de toneladas. De ese total, el 77% es cosechado por Estados Unidos, China, Brasil, Unión Europea, Argentina y Ucrania. Los países mencionados, a excepción de China,

Tabla N° 1 Valores de importación peruana de maíz amarillo duro. Periodo enero - junio

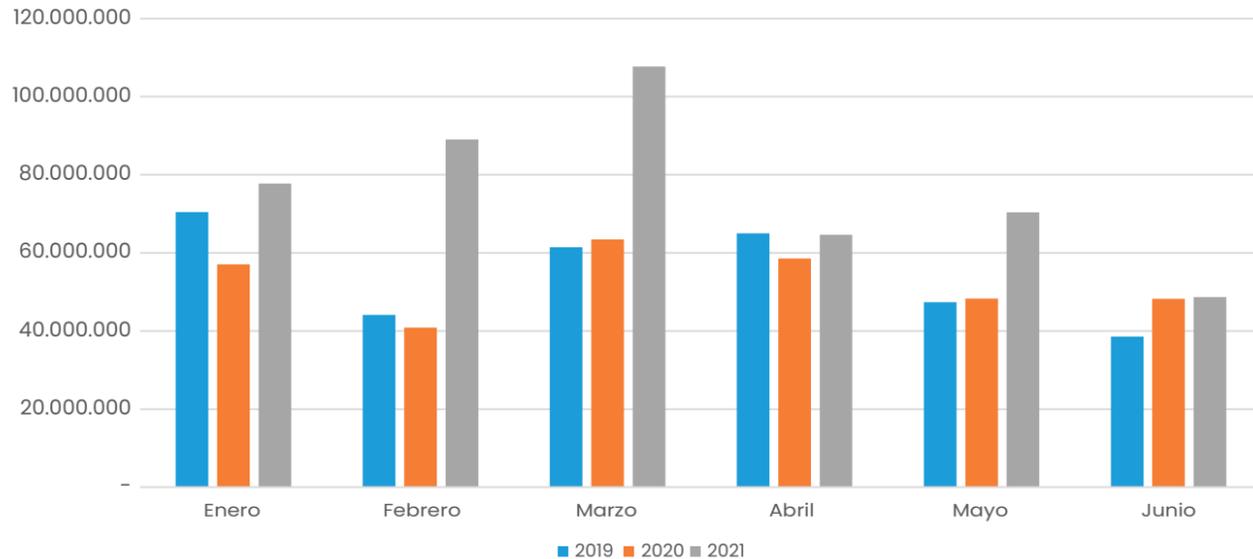
	2019	2020	2021
FOB	326.815.078	316.447.345	458.181.188
Flete	51.718.500	51.709.912	62.587.163
Seguro	535.674	490.482	707.841
Peso Neto	1.969.381.621	1.922.276.180	1.849.008.466

Fuente: Sunat

Elaboración: IDEXCAM

Gráfico N°1

VALOR DE LAS IMPORTACIONES PERUANAS DE MAÍZ AMARILLO DURO.
Periodo Enero - Junio del 2019 - 2021
Valor en millones de US\$



Fuente: Sunat

Elaboración: IDEXCAM

pueden realizar de manera regular exportaciones a otros países, en tanto que el gigante asiático consume todo lo que produce y, eventualmente, si es necesario, lo adquiere en el exterior, lo que podría generar, por diversas razones, fluctuaciones de la cotización de este *commodity* en el contexto internacional.

En ese sentido, a partir de diciembre del 2020, China comenzó a incrementar los volúmenes importados de MAD, contribuyendo a presionar el precio al alza. Este incremento se debe a que bajó el consumo de cerdo en dicho país debido a la fiebre porcina africana, por lo que se optó por el consumo de carne avícola, incrementando su demanda y, por ende, su producción. Además, China ha tomado la decisión de rellenar sus bodegas, previendo que la sequía en los países de América del Sur afecte aún más la oferta de granos para la alimentación animal, o bien, algún conflicto comercial futuro con el nuevo Gobierno de Estados Unidos.

A todo esto, se suma la disminución de las existencias (stocks) en bodegas de Estados Unidos; y los efectos negativos de la sequía en el cultivo,

provocados por el fenómeno climático llamado La Niña, en Brasil y Argentina a fines del año 2020.

UNA SUMA DE FACTORES A NIVEL INTERNACIONAL HAN OCASIONADO EL ALZA DEL PRECIO DEL MAÍZ AMARILLO DURO

Este fenómeno climático hizo que las lluvias en Rio Grande do Sul (Brasil) disminuyan considerablemente. Este estado brasilero es responsable del maíz que, en primer cultivo, se siembra entre setiembre y noviembre y, genera el 20% de la cosecha total del grano en el país, pero cuya cosecha, se realiza entre febrero y junio.

Mientras que en Argentina y, por la misma razón climática, la cosecha de maíz, que se presenta entre la última semana de marzo y la primera de junio, descendió en 48 millones de toneladas aproximadamente.

PRECIO DEL PETRÓLEO TAMBIÉN PRESIONA

Por si todo esto fuera poco, el precio de mercado del maíz también está recibiendo presiones, en los costos del petróleo debido a la decisión de Arabia Saudita de disminuir su producción de crudo en 1 millón de barriles diarios entre febrero y marzo 2021.

Lo anterior es particularmente relevante, porque el combustible que utiliza la maquinaria agrícola es un derivado del petróleo. Se calcula que, en promedio, se requieren unos 140 litros de diésel para la siembra y cultivo de una hectárea de maíz. Además, varios fertilizantes para la tierra también se fabrican a base del petróleo, con lo que el aumento del precio del energético también se suma a la serie de factores que presionan el precio del cereal al alza.

Como puede verse, la suma de factores que se han presentado a nivel internacional ha ocasionado el alza de este producto, por lo cual esperamos que esta situación tan negativa mejore para el bienestar de los hogares de todos los peruanos.



CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

BIENVENIDOS A **duperu.com**

REGÍSTRATE Y LLÉVATE UN **10% DE DSCTO.** EN TU PRIMERA COMPRA

VÁLIDO PARA NUEVOS CLIENTES DUPERU EN LIMA (boticas y farmacias)



VISITA NUESTRAS REDES SOCIALES



(01) 221-900 Anexo 101

Jr. Victor Mantilla N°222, Urb. Barrio Médico, Surquillo - Lima.

Con cualquier medio de pago:

VISA

MasterCard

PayPal

Vimex

mercado pago

“REGRESO A CLASES PRESENCIALES DEBE SER GRADUAL”

El presidente del Gremio de Educación de la CCL, doctor Ramiro Salas, analiza la posibilidad de que los escolares retomen próximamente las clases en las aulas.

POR ERIKA LÓPEZ SEVILLA
EBLOPEZ@CAMARALIMA.ORG.PE

El Ministerio de Educación (Minedu) está trabajando para el regreso a clases presenciales ¿Qué opina al respecto?

La presencialidad en las clases, sobre todo en los primeros años de la educación primaria, desde el nivel inicial hasta el quinto grado, es fundamental porque forma parte de la formación de los niños respecto a su relacionamiento y educación.

Por ello, en este momento se debe dar prioridad a la vacunación de los maestros de todas las escuelas públicas y privadas, a fin de que puedan retornar a una presencialidad progresiva, pero que debe darse en ese rango de prioridades.

¿Es importante que sea gradual y voluntario?

Sí, debe ser gradual, desde el punto de vista que existen colegios que están mejor preparados para el retorno a la presencialidad; y voluntario porque los niños y jóvenes hasta el quinto año de secundaria también deben reinsertarse a una rutina de aprendizaje, como parte de su educación. Por eso, creo que debe de ser gradual y puede ser voluntario.

¿Podría empezar con colegios particulares o por grandes unidades escolares que cumplan con los requisitos?

Definitivamente. Hay colegios que están mejor preparados para regresar a una presencialidad gradual y

voluntaria. Ese es un tema que, en primer lugar, cada institución debe evaluar, y, desde su propio análisis, en los colegios privados, quizá haya muchos que tengan una adecuada preparación para retornar a la presencialidad.

Sin embargo, en los colegios públicos, la decisión debe ser de acuerdo a la política del gobierno y las instituciones en conjunto, debido a que este sector depende del Minedu, pero la forma en la que se regresará a la presencialidad debe ser analizada y establecida claramente, en la educación básica regular (EBR), especialmente, como lo ya mencionado, en los primeros años de escuela; e inmediatamente después, la escuela secundaria.

¿Qué protocolo se tendría que cumplir para este retorno?

Los protocolos deberían estar regidos de manera tal que todos los maestros y personas, que tienen un relacionamiento con los escolares, tengan la vacuna adecuada, que permita que estén inmunizados frente a cualquier circunstancia. Pero, paralelamente, seguramente se van a tener que tomar una serie de medidas preventivas, a fin de que los escolares puedan estar más seguros, con un distanciamiento social y recomendaciones de comportamiento adecuado dentro de las clases, además de medir el tiempo máximo que deben estar en los ambientes escolares.

“LAS CLASES PRESENCIALES, SOBRE TODO EN LOS PRIMEROS AÑOS DE EDUCACIÓN, SON FUNDAMENTALES”

¿Cuál es el reto que tendrá el nuevo gobierno para el regreso a las clases presenciales?

Definitivamente, el gobierno tiene el rol más importante porque es el que debe dar las directrices generales y particulares para el retorno a la presencialidad. Además, debe realizar toda la formulación de los protocolos que deben establecerse en las instituciones educativas públicas o privadas.

De otro lado, como gremio exhortaron al Minedu para que revise el reglamento de instituciones educativas privadas. ¿Cómo va el tema?

Este tema de carácter conceptual y crucial, aún no ha obtenido una respuesta de parte del Minedu. Pensamos que este es un tema en el cual las instituciones de educación privada tienen que continuar el diálogo, el cual

hace posible el equilibrio necesario para poder continuar contribuyendo a la educación en el país.

¿Qué problema representa para la educación este reglamento si no se corrige?

Muchas instituciones privadas tendrán que cerrar en virtud de que los recursos que tienen son para reinvertirse y estar a la altura de los requerimientos de enseñanza que se necesita en una institución privada.

Dado el hecho de que los ingresos son provistos por los propios alumnos, a través de sus padres, entonces este es un tema que no podemos soslayar y es un tema de concepto de libertad, en el cual todo ciudadano debe poder elegir dónde y cómo queremos que se eduquen nuestros hijos, porque son aspectos fundamentales de las libertades intrínsecas que los ciudadanos tenemos en un país en democracia y libertad, y esto es lo que un gobierno debe manejar adecuadamente.

Consideramos, en este sentido, que los colegios públicos de primaria y secundaria deben mejorar sustancialmente su forma de enseñanza, y tener mejores profesores, porque esto es lo que nuestro país requiere. No obstante, su situación es muy contraria a la búsqueda constante que hay por parte de la educación privada, bajo los mismos criterios.

Por último, ¿qué planes tienen como gremio para este segundo semestre?

El Gremio de Educación está en plena formación actualmente, y tiene un tremendo reto, porque como instituciones privadas se busca que puedan mejorar su aporte hacia el desarrollo de la educación en nuestro país. Por tanto, este gremio, conformado por las instituciones que ofrecen servicio educativo privado, tiene que cohesionarse cada vez más, a fin de equilibrar y regular adecuadamente la manera de que cada institución esté a la altura de los requerimientos que se necesitan.

“BRINDAMOS EXPERIENCIA, CALIDAD Y HONESTIDAD”

El gerente de Corserin Perú, Juan Patricio Indacochea Ballón, afirma que en esta coyuntura es fundamental fortalecer y potenciar el capital humano.

En la actual coyuntura de crisis sanitaria generada por la COVID-19, los servicios de desinfección y fumigación son requeridos por diversos rubros empresariales, entidades del Estado; así como gobiernos regionales y locales.

Precisamente, la Corporación de Servicios Industriales Perú S.R.L. (Corserin Perú) es una empresa especializada en la prestación de estos servicios, además de saneamiento ambiental y control fitosanitario y cuarentenario, los mismos que están orientados a todos los sectores productivos, industriales, comerciales, etc.

“Nuestra finalidad es garantizar la inocuidad en ambientes y productos agroindustriales mediante altos estándares de calidad que van en línea con las normas locales e internacionales”, comenta el gerente de Corserin Perú, Juan Patricio Indacochea Ballón.

La empresa empezó sus operaciones en noviembre de 1995 y desde esa fecha ha cumplido escrupulosamente la normativa legal dispuesta por cada gobierno. “Nos sentimos orgullosos por los logros alcanzados en estos 25 años, y renovamos nuestro compromiso de servir a nuestros clientes con experiencia, calidad y honestidad”, destaca.

Indacochea afirma que este esfuerzo les ha permitido ingresar al Registro Nacional de Proveedores para contratar con el Estado; ser reconocidos por la Sunat como Buenos Contribuyentes y contar con Certificaciones de Homologación de Proveedores. “El cumplimiento legal es una forma de vida”, precisa.

Asimismo, el ejecutivo asegura que el prestigio ganado se debe a que la firma cuenta con un equipo unido y comprometido, que busca el bien común y la satisfacción de sus clientes, pues tiene por objetivo fundamental el fortalecer y potenciar el capital humano. “Mientras mejor preparados, capacitados y entrenados estemos, mayores retos podremos asumir”, añade.

Además, resalta que durante la pandemia su empresa no ha registrado casos de contagio debido a que se implementó oportunamente el plan de vigilancia y se cumplió con los descartes dispuestos por ley.

Finalmente, Indacochea anota que un factor importante para Corserin Perú, es contar con el respaldo de la CCL, institución que cumple un rol articulador por facilitar información de contacto, para que las empresas accedan a sus servicios.



Corserin Perú inició operaciones en 1995 y, desde esa fecha, viene cumpliendo rigurosamente la normativa legal.

SEGUNDA VUELTA DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Contar con datos abiertos no solo aseguraría procesos más rápidos, limpios y transparentes, sino también una mayor participación social.



CARLOS TRAVEZAÑO

CEO DE SIEMENS PERÚ Y ECUADOR

Cada 10 minutos se generan 5.000 millones de gigabytes de información. Gracias al *Big Data* almacenamos y procesamos gran cantidad de datos que nos permiten disponer de información para la toma de decisiones e identificación de nuevas oportunidades. Estos flujos de data transitan a través de distintos medios como teléfonos móviles, dispositivos de audio, video, sensores, vehículos, aplicaciones, transacciones, redes sociales, etc.

La mayoría de los *Big Data* se generan en tiempo real y a gran escala y están transformando la forma de hacer negocios en diferentes sectores. Por ejemplo, en la industria ya se utilizan para conocer las intenciones de compra de clientes, predecir futuros comportamientos, sugerir acciones e inclusive identificar posibles clientes.

También los gobiernos tienen la oportunidad de aprovechar estas soluciones para mejorar su productividad, desempeño e innovación en la prestación de servicios.

Por ejemplo, según el Banco Mundial, el Gobierno de Gran Bretaña estimó que pueden ahorrar entre US\$ 20.000 millones y US\$ 41.000 millones, a través del análisis de su data para eficiencia de procesos, evasión de fraude, disminución de errores e incumplimientos, una recaudación de impuestos automática, entre otros.

Los procesos electorales también se podrían ver beneficiados de su uso

con una mejor distribución de lugares de votación, de mesas y elección de sus miembros, etc.

Contar con datos abiertos y a disposición de los ciudadanos, no solo aseguraría procesos más rápidos, limpios y transparentes, sino también un mayor involucramiento y participación social. Ese salto involucraría un cambio cultural responsable e imparcial. Sumar otras tecnologías, como *machine learning* e IA, contribuirían en elevar la eficiencia y confiabilidad.

La era de los macrodatos genera nuevos retos y oportunidades. No parece lejano si tomamos como ejemplo a Colombia, uno de los primeros países de Latinoamérica en explotar este concepto a través de su Ministerio de TIC, que seleccionó seis proyectos pilotos como parte de la iniciativa ‘Big Data al servicio de entidades públicas’, que involucra a sectores de salud y agroindustria, entre otros.

Es importante resaltar que el creciente valor de los datos obliga que los gobiernos se transformen. Si bien los macrodatos no resuelven directamente los desafíos actuales de los países, son parte de la transformación —que como punto de partida deben empezar por digitalizar sus procesos y servicios— que configurará una sociedad más colaborativa y accesible.

En el Perú, gobierno, empresas y ciudadanos necesitamos trabajar en un *mindset* distinto y abierto, que nos permita tomar mejores decisiones a partir de la realidad y sus datos.

DERECHOS DEL TRABAJADOR PARA EL DESCANSO VACACIONAL PAGADO

La CCL puntualiza las disposiciones que deben tener en cuenta los empleadores y colaboradores del sector privado sobre las vacaciones anuales.



VÍCTOR ZAVALA

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

La ley que regula los descansos remunerados de los trabajadores de la actividad privada es el D. Leg. 713 del 08.11.1991, su reglamento, DS 12-92-TR del 03.12.1992, y para el caso de los trabajadores de la micro y pequeña empresa (mype), el TUO de la Ley MYPE, DS 013-2013-PRODUCE del 28.12.2013.

A continuación, puntualizamos las disposiciones básicas que deben tener en cuenta los empleadores y trabajadores del sector privado, respecto del derecho al descanso vacacional anual, los

requisitos que se deben cumplir, la oportunidad del goce de este beneficio y la jurisprudencia laboral vinculada al descanso vacacional anual.

Concepto.- Es el derecho constitucional y legal de todo trabajador subordinado o dependiente (que debe figurar en planilla) a gozar de descanso físico remunerado, siempre que haya cumplido los requisitos establecidos por la Ley, que más adelante puntualizamos (Art. 10 y siguientes del D. Leg. 713).

PARA LOS TRABAJADORES DEL RÉGIMEN LABORAL GENERAL, EL DESCANSO ES DE 30 DÍAS CALENDARIO

Periodo vacacional.- El trabajador de la actividad privada, comprendido en la legislación laboral común, tiene derecho a treinta (30) días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicios. El año de labor exigido se computa desde la fecha de ingreso del trabajador o desde la fecha que el empleador determine, siempre que abone la fracción de servicios en dozavos y treintavos, según corresponda. Por ejemplo, si ingresó a laborar el 1 de octubre del 2019, cumple su año de servicios el 30 de setiembre del año 2020, siempre que en dicho año cumpla con el récord vacacional, caso contrario, por tal año no tendrá derecho al descanso vacacional anual.

Cuando el ingreso del

trabajador no coincide con el año calendario, el empleador y el trabajador pueden acordar el pago anticipado de las vacaciones por los meses y días laborados, a fin que el año de sus vacaciones coincida con el año calendario. Por ejemplo, si el trabajador comenzó a laborar el 1 de octubre del 2019, se le podrá pagar los meses de octubre, noviembre y diciembre, mediante tres dozavos de su remuneración, a fin de que su año vacacional coincida con el año calendario, en el ejemplo, sería desde el 1 de enero al 31 de diciembre del año 2020 (Art. 11 D. Leg. 713 y DS 12-92-TR).

Requisitos para el goce de vacaciones.- Los requisitos que debe cumplir el trabajador para tener derecho al descanso vacacional anual pagado son: (i) cumplir un año de servicio para el mismo empleador, (ii) realizar sus labores en una jornada mínima de cuatro horas diarias, (iii) cumplir con el récord vacacional que a continuación se indica:

- Tratándose de trabajadores cuya jornada ordinaria es de seis días a la semana (lunes a sábado), haber realizado labor efectiva no menor a doscientos sesenta días en el año.
- Tratándose de trabajadores cuya jornada ordinaria sea de cinco días a la semana (lunes a viernes), haber realizado labor efectiva de por lo menos doscientos diez días en el año.
- En los casos en que el plan de trabajo se desarrolle en solo cuatro o tres días a la semana o sufra paralizaciones temporales autorizadas por la Autoridad Administrativa de Trabajo, los trabajadores tendrán derecho al goce vacacional, siempre que sus faltas injustificadas no excedan de diez en el año. Se consideran faltas injustificadas las ausencias no computables para el récord (Art. 10 D. Leg. 713 y Art. 11 DS 12-92-TR).

Días efectivos de trabajo.- Se considerarán como días efectivos

de trabajo, para efectos del récord vacacional, los siguientes: (i) la jornada ordinaria mínima de cuatro horas; (ii) la jornada cumplida en día de descanso cualquiera que sea el número de horas laboradas (por ejemplo, el domingo laboró tres horas); (iii) las horas de sobretiempo en número de cuatro o más en un día, (iv) las inasistencias por enfermedad común, por accidentes de trabajo o enfermedad profesional, en todos los casos siempre que no supere 60 días al año; (v) el descanso previo y posterior al parto; (vi) el permiso sindical; (vii) las faltas o inasistencias autorizadas por ley, convenio individual o colectivo o decisión del empleador; (viii) el periodo vacacional correspondiente al año anterior; y (ix) los días de huelga, salvo que haya sido declarada improcedente o ilegal.

Nota.- Reiteramos que el trabajador tendrá derecho al descanso vacacional pagado, si ha cumplido con el récord vacacional, caso contrario, por dicho año no tendrá derecho a descanso vacacional pagado.

Oportunidad del descanso.- El empleador y el trabajador deben acordar la oportunidad del descanso vacacional, teniendo en cuenta las necesidades de funcionamiento de la empresa y los intereses propios del trabajador. Si no hay acuerdo, decidirá el empleador en uso de su facultad directriz que la ley le otorga. No se podrá otorgar el descanso vacacional cuando el trabajador esté incapacitado por enfermedad o accidente. Esta norma no es aplicable cuando la incapacidad sobreviene durante el período de vacaciones (Arts. 13 y 14 D. Leg. 713).

Remuneración vacacional.- La remuneración vacacional será igual a la que percibiría el trabajador de continuar laborando, considerándose remuneración, para este efecto, la computable para la compensación por tiempo de servicios (Art. 15 - D. Leg. 713 y Art. 16 - D. S. N° 12-92-TR).

La remuneración vacacional deberá ser abonada al trabajador antes del inicio del descanso (Art. 16 - D. Leg. 713 y Art. 12 - D.S. 12-92-TR).

La remuneración vacacional debe figurar en la planilla del mes al que corresponda el descanso. El empleador está obligado a hacer constar expresamente en el libro de planillas, la fecha del descanso vacacional y el pago de la remuneración correspondiente (Art. 20 - D. Leg. 713, Art. 19, D.S. 12-92-TR). Si durante el descanso vacacional se hubieran producido incrementos de remuneración, el trabajador tiene derecho a percibirlos a la conclusión de su descanso (Art. 20 D.S. 12-92-TR).

Acumulación de vacaciones.-

El trabajador podrá acumular dos periodos de descanso consecutivos, para lo cual deberá convenirlo por escrito con su empleador. Además, será necesario que haya disfrutado de siete días de descanso después de un año de servicios continuo, los mismos que serán deducidos del descanso vacacional por acumular (Art. 18 D. Leg. 713 y Art. 22 D.S. 12-92-TR). Si se trata de trabajadores contratados en el extranjero, podrá convenirse la acumulación de periodos vacacionales por dos o más años. (Art. 18 D. Leg. 713).

Reducción del descanso vacacional.-

para trabajadores del régimen laboral común, el descanso vacacional de 30 días podrá reducirse a 15 días, con la respectiva compensación de quince días de remuneración. El acuerdo de reducción debe constar por escrito (Art. 19 D. Leg. 713).

Vacaciones truncas.- Procede el pago de vacaciones truncas cuando el trabajador acredite por lo menos un mes de servicios a su empleador. Cumplido este requisito, el récord trunco será compensado a razón de tantos dozavos y treintavos de la



remuneración, como meses y días computables hubiera laborado.

En caso de cese, el trabajador tendrá derecho al pago (en su liquidación) del íntegro de su remuneración por el año cumplido de servicios, siempre que en dicho año haya alcanzado el récord vacacional y no haya disfrutado del descanso (Art. 22 D. Leg. 713).

Indemnización.- Los trabajadores en general, en el caso de no disfrutar del descanso vacacional dentro del año siguiente a aquel en el que adquieren el derecho, percibirán lo siguiente: (i) una remuneración por el trabajo realizado, (ii) una remuneración por el descanso vacacional adquirido y no gozado y (iii) una indemnización equivalente a una remuneración, por no haber disfrutado del descanso. Esta indemnización no está sujeta a pago o retención de

ninguna aportación, contribución o tributo.

NO SE PUEDEN DAR VACACIONES AL TRABAJADOR CUANDO ESTÁ INCAPACITADO POR ENFERMEDAD

El monto de las remuneraciones indicadas será el que se encuentre percibiendo el trabajador en la oportunidad en que se efectúe el pago (Art. 23 D. Leg. 713). Esta indemnización no es aplicable a los gerentes o representantes de la empresa que hayan decidido no hacer uso del descanso vacacional (Art. DS 12-92-TR).

Resolución de la Corte Suprema.-

La Resolución de la Corte Suprema ha establecido que la indemnización en referencia procede aún cuando el trabajador haya hecho uso del descanso en forma extemporánea, es decir, luego de vencido el segundo año. (Sentencia recaída en el Exp. Casación 2170-2003-Lima de 15.04.2005, publicado 01.08.2005). En consecuencia, aún cuando el trabajador descansa (en el 3er. año), el empleador estará obligado al pago de la indemnización.

CASOS ESPECIALES A TENER EN CUENTA

Comisionistas.- La remuneración vacacional para el caso de los comisionistas se establecerá con base en el promedio de las comisiones percibidas por el trabajador en el semestre respectivo (Art. 17 DS 12-92-TR).

Destajeros.- Cuando se trate de trabajadores destajeros o que perciban remuneración principal mixta o imprecisa, para establecer la remuneración vacacional, se tomará como base el salario diario promedio durante las cuatro semanas consecutivas anteriores a la semana que precede a la del descanso vacacional. (Art. 18 D.S. 12-92-TR).

Trabajadores de temporada.-

Cuando por su propia naturaleza, el trabajo sea discontinuo o de temporada, no procederá el descanso físico (Art. 21 - D.S. 12-92-TR). Tratándose de trabajo discontinuo o de temporada cuya duración fuese inferior a la de un año y no menor a un mes, solo procederá el pago de un dozavo de la remuneración vacacional por cada mes completo de labor efectiva. Si hubiera fracción de mes, procederá el pago por treintavos (Art. 21 D. Leg. 713).

Trabajadores MYPE.- Los trabajadores de la micro y pequeña

empresa, contratados después que la empresa se inscribió en el Registro de Micro y Pequeña Empresa (Remype), tienen derecho a 15 días calendario de descanso vacacional, siempre que hayan cumplido el año de servicios y hayan alcanzado el récord vacacional antes mencionado (TUO de la Ley MYPE – DS 013-2013-PRODUCE).

Aumento de sueldo.- Si durante el descanso vacacional se hubiera producido incrementos de remuneración, el trabajador tiene derecho a percibirlos a la conclusión de su descanso físico (Art. 20 – DS 12-92-TR).

Vacaciones parciales.- Con el D. Leg 1405 (12.09.2018), para el caso de trabajadores del régimen laboral común que gozan de 30 días calendario de vacaciones, se ha establecido que el descanso vacacional, a pedido del trabajador, puede fraccionarse en dos periodos de 15 días.

Las vacaciones de los primeros 15 días podrá descansarse en periodos de siete y ocho días calendario; los otros 15 días podrán gozarse en forma fraccionada en periodos inferiores a 7 días calendario y como mínimo un día.

Además, se estableció que por acuerdo escrito entre el empleador y el trabajador se podrá adelantar días de vacaciones a cuenta del periodo vacacional que se genere en el futuro.

En caso de cese, los días de adelanto se compensarán con las vacaciones truncas a ser pagadas en su liquidación de beneficios sociales; pero en este caso, se ha establecido que los días de adelanto que no pueden ser compensadas en la liquidación, no podrán ser descontadas por el empleador.

Gerentes y representantes de la empresa.-

La indemnización por falta de descanso vacacional no alcanza a los gerentes o representantes de la empresa “que hayan decidido” no hacer uso de sus descanso anual programado (Casación Laboral 6462-2017-Lima).



CARLOS ENCALADA
Asesor comercial de
Comercio Exterior - CCL

Consultas:
cencalada@camaralima.org.pe

IMPORTANCIA COMERCIAL DE LAS ECONOMÍAS APEC

El Foro de Cooperación Económica de Asia-Pacífico (APEC), creado en 1989, tiene como objetivo principal apoyar el crecimiento económico sostenible y la prosperidad en la región (Asia-Pacífico). Este bloque consta de tres pilares principales: liberalizar el comercio, facilitación de los negocios y la cooperación técnica económica. El Perú es miembro del APEC desde 1998.

Este foro multilateral está conformado por 21 economías: Australia, Brunei Darussalam, Canadá, Corea del Sur, Chile, China, Estados Unidos, Filipinas, Hong Kong, Indonesia, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Papúa Nueva Guinea, Perú, Rusia, Singapur, Taiwán, Tailandia y Vietnam.

Este grupo de países son importantes exportadores e importadores a nivel mundial, asimismo, son los principales socios comerciales del Perú, como es el caso de China y Estados Unidos, los que representan el 50% del intercambio comercial APEC. El intercambio comercial del bloque, ascendió a US\$ 12,8 trillones al cierre del año 2020. En relación a las exportaciones e importaciones peruanas con este grupo económico, para el año 2020 se registró un monto de US\$ 26.278 millones y US\$ 23.916 millones, respectivamente.

Incluso, los principales productos exportados de Perú a este bloque son minerales de cobre, plomo y oro bruto, frutas y frutos comestibles, pescados y crustáceos, harina de pescado, café, entre otros, mientras que los productos importados son diésel, vehículos automóviles, plástico y sus manufacturas, celulares, cereales, caucho y sus manufacturas, etc.

Cabe precisar que, el Centro de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima ofrece a los empresarios peruanos la tramitación de la tarjeta ABTC, documento que permite al titular ingresar a las economías miembros del APEC, suprimiendo así el trámite de visas individuales. Informes al correo cencalada@camaralima.org.pe o comunicarse al teléfono 219-1773.



Luciano Vargas
Surquillo

¿QUÉ SON LAS PREFERENCIAS ARANCELARIAS?

Son beneficios arancelarios que aplican los países en función a los convenios internacionales firmados entre los mismos. En estos tratados se contemplan requisitos para que una mercancía pueda acogerse a la disminución o liberalización total del pago de aranceles, siendo necesario que el importador cuente con certificado de origen que cumpla con lo dispuesto en el acuerdo comercial bajo el cual se solicitará el trato preferencial en el país destino.



Karla Pajuelo
San Isidro

¿LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO INCENTIVAN LA CREACIÓN DE EMPLEOS EN LAS REGIONES?

Sí. Tener un panorama abierto hacia los mercados externos es fundamental para las regiones, puesto que el comercio exterior aporta en la actividad empresarial en provincias. Las empresas exportadoras han aportado al incremento de creación de plazas de trabajo en muchos sectores, destacando el sector agroindustria y textil en las ciudades de Piura, Ica, Trujillo, Chincha y Arequipa.



Gerardo Carrasco
Surco

¿BAJO QUÉ PARTIDAS SE CLASIFICAN LOS ENVÍOS MEDIANTE SERVICIO POSTAL QUE VIENEN DEL EXTERIOR?

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

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

Más de 10 años. Más de 50 proyectos a nivel nacional.

Hace más de 10 años cambiamos la categoría y llevamos el servicio de paisajismo urbano a un nivel profesional y técnico, atendiendo diversos sectores como industria, construcción y desarrollo urbano. Hemos desarrollado más de 50 proyectos a nivel nacional lo que nos convierte en una empresa líder en el mercado, reconocida por su calidad profesional, amplia experiencia y servicio post venta.

TIKAY
EXPERTOS EN ÁREAS VERDES

www.tikayjardines.com / +51 977 804 809 / contacto@tikayjardines.com / ventas@tikayjardines.com

gaimport
CONECTADOS CON TUS METAS

LÍNEA TEXTIL

LÍNEA SOPORTE TÉCNICO

LÍNEA VISUAL

LÍNEA PACKING

gaimport.pe
987 964 531
alberto@graficaasia.com

Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube icons.

REALIZAN HACKATHON POR LA REACTIVACIÓN DE JESÚS MARÍA

El evento se realizó del 22 al 26 de junio en formato digital y contó con el apoyo de la CCL, Produce, Startup UNI, Coworking de Jesús María y Apitec.

Tras la crisis sanitaria, económica y social producida por la COVID-19 al Perú, surgió la necesidad de crear y brindar un espacio de cocreación para encontrar nuevas formas de dinamizar los sectores. Por ello, la Municipalidad de Jesús María con el apoyo del Ministerio de la Producción, a través del programa Innóvate Perú, la Incubadora de negocios de la Universidad Nacional de Ingeniería – Startup UNI, la Cámara de Comercio de Lima (CCL), el Coworking de Jesús María y Apitec, organizaron la *Hackathon por la Reactivación Económica en Jesús María*.

SOLUCIONES DIGITALES

La *hackathon* tuvo como objetivo identificar soluciones digitales a través de la participación de los ciudadanos, emprendedores y desarrolladores de innovaciones tecnológicas mediante dos desafíos: (1) soluciones tecnológicas orientadas al comercio e incremento de ventas de las empresas del distrito, automatización de procesos de bajo costo, integración logística, etc; y (2) soluciones tecnológicas que desarrollen nuevos modelos de negocio (productos y servicios) para el desarrollo económico del distrito.

El evento se realizó del 22 al 26 de junio en formato digital. Se inició con 17 equipos conformados por entre cuatro y cinco personas cada uno, e integrados por profesionales con un perfil tecnológico (diseñador, programador, negocios, marketing o finanzas) y un empresario que opera en Jesús María.



Los ganadores de la *hackathon* fueron los proyectos de negocio de Innovate with Friends - CERQA, Banner Plant y Qawan Perú.

Asimismo, se desarrollaron conferencias magistrales, sesiones prácticas y mentorías para que los participantes puedan consolidar su solución con el acompañamiento de profesionales y lecciones que puedan aplicar en su propuestas.

Las sesiones prácticas fueron fundamentales para los equipos, pues les brindaron los recursos técnicos y herramientas necesarias para aterrizar su idea.

De los 17 equipos iniciales que se presentaron en la *hackathon*, solo 12 pasaron los filtros para participar en la semifinal y, luego, solo ocho equipos fueron seleccionados para llegar a la final, en donde se escogieron a las tres mejores propuestas.

GANADORES

El primer lugar lo obtuvo *Innovate with Friends* con CERQA, plataforma que ofrece la oportunidad de tener un negocio sin salir de casa, y abastece de alimentos, bebidas y productos de cuidado personal.

El segundo lugar fue para *Banner Plant*, con su proyecto de instalación de paneles publicitarios con plantas en espacios del distrito, utilizando jardines verticales.

Y el tercer lugar lo obtuvo *Qawan Perú*, con su App para la administración de edificios y condominios de uso gratuito, financiado por los negocios a cambio de publicidad con anuncio de beneficios (descuentos y promociones).

INNOVAR PARA GENERAR NEGOCIOS EN EL CONFINAMIENTO

Nannyfy es una startup que, a raíz de la pandemia, se vio obligada a rediseñar su servicio para seguir operando.



FABIAN BUENO MÉNDEZ

FUNDADOR DE QUELOCO, DIRECTOR DE INNOVATION THINKING BRANDS - IT BRANDS, FIRMA CONSULTORA ASOCIADA AL CENTRO DE INNOVACIÓN DE LA CCL

En el año 2020 la pandemia sorprendió a la mayoría de negocios; pero, para algunos, el problema se volvió una oportunidad. Hoy les cuento la historia de cómo una empresa reorientó su negocio y logró facturar en marzo del 2020 todo lo que facturó en el 2019. Se trata de Nannyfy, *startup* española que creció con un propósito: liberar de carga funcional y emocional a las familias que se encuentren ocupadas.

Nannyfy fue creada para brindar un servicio de nanas a domicilio. Los padres que requerían de este servicio se comunicaban a través de una aplicación, accediendo a una red de nanas certificadas y con calificaciones para cuidar a sus hijos en su hogar.

Cuando llegó el confinamiento, este negocio no pudo seguir operando y obligó a esta *startup* a rediseñar su servicio. Así, en marzo del 2020 las *nannys* cuidaron y entretuvieron a los niños a distancia a través de videollamadas, considerando el nuevo contexto de padres de familia trabajando de forma remota. Hoy Nannyfy es Nannyfy TV, plataforma que ofrece una experiencia interactiva y emocionante para niños de 3 a 12 años, con 7.000 familias suscritas.

Cinco lecciones de Nannify:

- 1. Tener una visión de largo plazo a prueba de cambios de contexto y virus.** La visión es lo que te propones para ayudar al usuario y es el norte de tu negocio.
- 2. Entender los nuevos problemas de sus usuarios.** El contexto cambia y entender los nuevos

problemas por resolver de tus usuarios te permite crear productos que las personas realmente quieran.

3. Aprovechar sus fortalezas. Para reorientar un negocio no es necesario empezar de cero. Debes reconocer en qué eres bueno, con qué activos, aliados y clientes cuentas, y ver cómo puedes entregar un nuevo valor con lo que ya posees. Nannyfy posee una base de profesionales en el cuidado de niños, conocimiento tecnológico y clientes que confían en la marca.

4. Romper lo establecido. El modelo de ingreso de Nannyfy se transformó y multiplicó. Para crecer exponencialmente es necesario salir de lo que estás acostumbrado a hacer.

5. Primero experimentar, luego invertir. Nannyfy no invirtió en una plataforma en el primer mes. Invertió tiempo en reconfigurar la propuesta de valor y proponerlo al mercado a través de una página web sencilla. Comprobada la demanda, recién invirtió.

Innovar requiere que la empresa adopte una mentalidad hacia la transformación de forma sistemática y al mismo tiempo flexible. Cambiar no es una opción, es un estado natural para mantenerse y crecer. Innovar empieza por reconocer que existen espacios no explorados que nadie se atrevió tocar.

En caso desee mayor información o asesoría para sus proyectos de innovación puede contactarse con el Centro de Innovación de la CCL al correo: cchia@camaralima.org.pe

EMPRESAS Y EJECUTIVOS

NYC Learning Solutions (CCL: 00052031.4) lanzó su programa MAS ELT para 200 docentes a nivel nacional, en el que se ofrecen cursos internacionales de metodología, preparación para los exámenes del magisterio y proyectos de desarrollo profesional, contando, incluso, con el respaldo del City University of New York (CUNY). "NYC Learning Solutions, además, ofrece cursos de inglés con la mayor calidad y al mejor precio para adolescentes y adultos", informó la compañía. Mayor información: www.nycllearning.com.



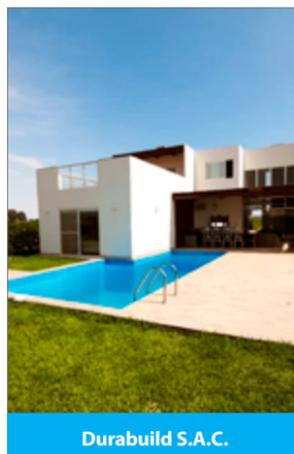
Vayá Perú S.A.C. (CCL: 00051685.6) es "Ya Vá", empresa *courier* y brazo logístico de comercios y *e-commerce* en la distribución de última milla de sus productos en Lima Metropolitana. "A través de nuestros servicios, logramos conectar a más negocios con sus clientes, gracias a nuestra tecnología de planificación y rutas óptimas, acompañado de la atención de un equipo humano cordial y atento a sus necesidades", manifestó la empresa. Informes en: www.empresas.yava.pe/ o llamar al 933 614 078.



Terminal Puerto Arica - TPA (CCL: 00052806.1) es una empresa especializada en la transferencia de carga multipropósito en el norte de Chile, con operatividad 24/7, que contempla cuatro sitios de atraque y una superficie de 22 hectáreas para el desarrollo de sus operaciones. "Poseemos una excelente conectividad marítima y terrestre con el sur del Perú, que nos permite posicionarnos como la mejor alternativa logística para el desarrollo comercial, aportando al comercio exterior de la Macro región Andina", afirmó la empresa.



Durabuild S.A.C. (CCL: 00052830.0) lanza su proyecto Condominio de Campo Select Homes, 100% consolidado con entrega inmediata. Comprende lotes de 700m² con amplias áreas comunes en un Club House de Lujo; como piscinas, canchas deportivas, spa, bar, salón de juegos, etc. "Está ubicado en un hermoso valle algodónero frente a cerros blancos, únicos a nivel nacional, a tan solo unos minutos de Paracas", señaló la empresa. Informes al 997169379 o en www.selecthomes.pe.



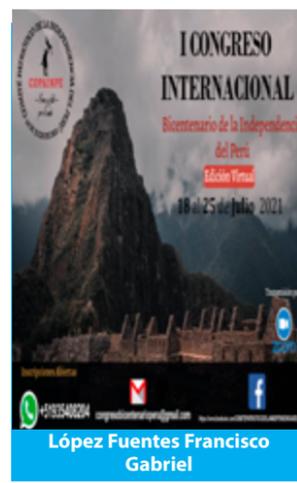
Gráfica Asia Import S.A.C. (CCL: 00045983.4) es una empresa peruana con más de 20 años de experiencia en el sector gráfico publicitario, *packing*, textil y sublimación. "Somos expertos en brindarle una correcta e integral asesoría para la adquisición de maquinarias, insumos y suministros; ideales para su modelo de negocio; consolidándonos así como la empresa más reconocida en el mercado gráfico", refirió la compañía. Informes llamando al 987 964 531.



GI Administradora de Negocios e Inversiones S.A.C. (CCL: 00049668.3) brinda servicios financieros participativos a través de préstamos a otras personas (P2P) mediante contratos con garantía hipotecaria, cuyo margen de rentabilidad es generado por esta transacción. "Contamos con asesores altamente capacitados que te acompañarán durante todo el proceso", indicó la empresa. Para mayor información ingrese a www.ginversiones.pe o llame al 01 471-2222, anexos 106,113 o 117.



López Fuentes Francisco Gabriel (CCL: 00052866.3) informó que el Congreso Internacional Bicentenario de la Independencia del Perú, organizado por el Copainpe, se realizará de manera virtual entre los días 18 y el 25 de julio, vía la plataforma Zoom. El ingreso es libre y gratuito y los asistentes podrán obtener certificados. Para mayor información sobre el evento puede escribir a comitepatrioticoperu@gmail.com o al whatsapp: +51 935 408 204.



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.

CCL CÁMARA DE COMERCIO LIMA
La Fuerza de los Empresarios

JULIO

JUEVES 15

Ronwan Produc S.A.C.
Sánchez Núñez
José Bernardo
Santibáñez Guarniz Y
Asociados Sociedad Civil
Sedano Pascual
Indira Gloriosa
Selcosi Perú S.A.C.
Servicios Logísticos
Diesel S.A.C
Shoe Trade S.A.C.
Tdp Corp S.A.
Teledental E.I.R.L.
Villaran F. Confecciones
S.A.C.
Wambra Corp S.A.C.

VIERNES 16

A.L.S. Investment S.A.C.
Alicorp S.A.A.
Almacenes De
Deposito S.A.C
Bienes Y Servicios
Generales Gipe S.A.C.
Dcg Tec S.A.C
La Protectora Corredores
De Seguros S.A.
Lumens Perú S.R.L.
Mendoza Violeta Reynaldo
RYW Nago S.A.C
Scayur S.A.C.

Selecon Ingenieros S.A.C.
Transgas Shipping
Lines S.A.C.
Vidal Gonzales Miguel Martin

SÁBADO 17

A & A Estabilizadores S.A.C.
All By Work
Corporation S.A.C.
Beton Terra Ingenieros S.A.C.
Cold Import S.A.
Engineering And
Building Integration
Technology S.A.C.
F Y A Representaciones S.A.C.
Grupo Centroprint S.A.C.
Grupo Intecsa Servicios
Especializados S.A.C.
Innovant Group Perú S.A.C.
Inversiones Juan Pablo S.A.C.
Inycon Perú S.A.C.
Lima Perú Bed &
Breakfast E.I.R.L.
Meacom Data S.A.C.
Navigroup Import
Export S.A.C.
Pagos Digitales
Peruanos S.A.
Portugaliacork Perú S.A.C.
Pro-Seller S.R.L.
Ups Scs (Perú) S.R.L.
Valencia Caceres
Mirtha Yolanda
Yauricasa Tipiani
Maria Del Pilar

DOMINGO 18

**Cámara De Comercio
Italiana Del Perú**
Casa Welsch S.A.
Cb Graph S.A.C.
Cgb Perú S.A.C.
Contratistas Mineros
Alfa S.A.
Empresas Pinto Perú S.A.
Fructus Terrum S.A.
Global Gerencia E
Ingeniería E.I.R.L.
Grupo Electrodata S.A.C.
Hurtado León Max Rafael
Keyperu S.A.
Mecalux Perú S.A.C.
Melaminorte E.I.R.L.
Servicios Para Bombas
De Minería S.A.C.
Soluciones Medicas
Y Servicios E.I.R.L.
Speednet Soluciones S.A.C.
Traelsa Comercial S.A.C.

LUNES 19

A-Interdent Inversiones
Pajuelo S.R.L
Conose S.A.
Distribuidora De Insumos
Industriales S.A.C.
Emp.De Conservas De
Pescado Beltran E.I.R.L.
Esb Negocios Y
Producción S.A.C.

Gonzales Salcedo
José Carlos
Inmobiliaria Labreña S.R.L.
Liser Mantenimiento
Y Servicios
Complementarios S.A.C.
Platinum S.R.L.
Q.V. Electrónica S.A
Soldex S.A.
Tecnología Y Procesos
Alimentarios S.A.C.
Wt Sourcing Perú S.A.C.

MARTES 20

2gg S.A.C.
Avance Legal S.A.C.
Carrera Villanueva
Humberto Steven
Cesal
Franco Gomez Alicia Ducelia
Goldex S.A.
Grm Global Research
Marketing S.A.C.
Hay Group S.A.
International Security
Central S.A.C.
Inversiones Macro
Generales Adriano E.I.R.L.
Inversiones Y Procesos
Plásticos Diamand S.A.C.
Logicalis Andina S.A.C.
Multiplacas Servicios S.A.C.
Neo Deter Del Perú S.A.C.
Nova International
Business & Trade E.I.R.L.

Lea las **historias de éxito** de nuestros empresarios asociados y conoce cómo triunfaron en sus negocios.



Revisa más en

La Cámara
REVISTA DIGITAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

www.lacamara.pe

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.

P.A. Perú S.A.C.
R.Berrocal S.A.C.
Raffa Proexco E.I.R.L.
Red Verde Perú S.A.C.
S & M Servicios De Salud S.A.C.
Sarrío & Asociados S.R.L.
Sun Sol Vacation Club Perú S.A.C.

MIÉRCOLES 21

Aglab Perú S.R.L.
Bendezu Leguía Jhon Carlos
Cecobst Consultores Centro De Educación Continua En Obstetricia E.I.R.L.
Cloro Express S.A.C.
Común Estudio Branding S.A.C.
Corban Trans Logistic S.A.C.
Ecoandino S.A.C.
Eko Perú S.A.C.
Farmaval Perú S.A.
G & S Consorcio E Inversiones Generales S.A.C.
Harsco Metals Perú S.A.
Imexpomundo S.A.C.
Importaciones Kcm S.A.C.
Jl Business And Service S.A.C.
K & M Proyectos E Inversiones S.A.C.
Md Dispositivos Médicos Del Perú S.A.C.
Microsoft Perú S.R.L.

Mitsui & Co. (Perú) S.A.
Natural Plants Del Perú S.A.C.
Productos De Acero Cassado S.A.
Servicios Múltiples Mahusa S.A.C.
St Louis Import S.A.

JUEVES 22

Agroeco Sistem S.A.C.
Asdelab S.A.C.
Biseinsa S.R.L.
Cuci Ramos Urbina Dayan Guisel
Ingeniería Y Soluciones Tecnológicas S.A.C.
R & E Consultores Financieros Y Tributarios S.A.C.

VIERNES 23

Brand Fashion Desing And Lawyers S.A.C.
Cooperativa De Ahorro Y Crédito Petroperú Ltda
Hydra Industria Y Comercio S.A.
Maguza Seguridad Industrial E.I.R.L.
Mistiko Tours S.A.C.
Oriente Security Corporation S.A.C.
Procesos Publicitarios Y Señalética S.A.C.
Representaciones

Suca Memory Import Corporation E.I.R.L.
Soluciones Black S.A.C.
Techsphere Perú S.A.
V & R Express S.A.C.
Villanew S.A.C.

SÁBADO 24

Aga Corp E.I.R.L.
Arturo Antonio Vargas Koo Audax S.A.
Bautista, León & Cárdenas S.A.C.
Corporación Maderera Benly S.A.C.
Crisan Medic E.I.R.L.
Dp World Perú S.R.L.
Empresa De Transportes Y Servicios Múltiples Toro Pérez S.A.
Equilibrium Financiero S.A.C.
Glenmark Pharmaceuticals Perú S.A.
Orprotec S.A.C.
Papelería Del Sur S.A.
Petroperu S.A.
Representaciones Medicas Del Perú S.R.L.
Unique S.A.

DOMINGO 25

Alcalá, Hohagen Y Asociados S.Civil.R.L.
Camar Trade S.A.C.

Cepea S.A.
Comercial Medica Inmed Perú S.A.C.
Comsatel Perú S.A.C.
Grupo Lumbra S.A.C.
Inversiones La Rioja S.A.
NI Group S.A.C.
Proteccion Y Resguardo S.A.
Sin Brechas S.A.C.
Soluciones Estructurales S.A.C.
Suministros Rapidos S.A.C.
Universidad Esan
Vinces Bejarano Norma Marleni

LUNES 26

Bpo Perú S.A.C.
Castro Asencios Mia Michelle Construcciones Civiles Mario S.A.C.
Cytbio S.A.C.
Echevarría Campos Tullit Karina
Ge Healthcare Del Perú S.A.C.
Heinz - Glas Perú S.A.C.
Hidráulica Rubicor S.R.L.
Konekta Aduanas S.A.C.
Lg Textile Corporation S.A.C.
Renner Coatings Perú S.A.C.
Representaciones Westfalia Separator S.A.C.
Salas Martinez Luisa Carolina
Simed Perú S.A.C.
V'13 S.A.C.

Conozca a las **empresas asociadas** a la CCL, los servicios que brindan y cómo contactarlas.



Revisa más en

La Cámara
REVISTA DIGITAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

www.lacamara.pe

DE VUELTA A CLASES CON

INTERNET SATELITAL



Con HughesNet en casa tus hijos tienen acceso a una mejor educación.
Llama GRATIS al 0800-78314

HughesNet.



DESCUBRE

webcentrix

PLATAFORMA DE ATENCIÓN OMNICANAL

- » Módulos de automatización y reporting
- » Soporte técnico y estratégico en español
- » Implementación ¡en días!



PERÚ / CHILE / ARGENTINA / COLOMBIA

