

Informe especial
El e-commerce gana terreno
en la campaña navideña.

Comercio exterior
De la crisis económica a la de
la cadena de suministros.

La Cámara

REVISTA DIGITAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

LAS DIFICULTADES EN EL CAMINO HACIA LA OCDE

No hay avances destacados en los pilares en los que el Perú debe avanzar para asegurar su ingreso al selecto grupo de economías que integran a la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico. Incluso, en algunos casos, hemos retrocedido.



REVISA NUESTRA
VERSIÓN DIGITAL



TE PRESENTAMOS LA
NUEVA PLATAFORMA
VIRTUAL DE LA CCL

SERVICIOS
ESPECIALIZADOS
PARA TU EMPRESA

CCL GUÍA VIRTUAL
DE LOGÍSTICA Y
COMERCIO EXTERIOR
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

SI ERES PROVEEDOR DE
SERVICIOS LOGÍSTICOS Y/O
COMERCIO EXTERIOR
¡TU EMPRESA DEBE ESTAR AQUÍ!

www.guialogisticaccl.pe



CONSULTA LOS PLANES QUE TENEMOS
PARA **POSICIONAR TU MARCA.**

INFORMES:



953 816 301



publicidad@camaralima.org.pe

CCL

PUBLICIDAD Y
PUBLICACIONES

CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

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 Gnaepp Urriola

VOCALES

Sr. Juan Antonio Morales Bermúdez

Sr. Sandro Fuentes Acurio

Sr. Félix José Yapur Nakhoul

Sr. Roberto Eudoro Hoyle Mc Callum

PAST PRESIDENT

Sr. 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 Caverio 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 Eskenazi

Sr. Percy Javier Krapp Ipince

Sr. Víctor Bermeo Rodríguez

Sr. Joaquín Otero Sahurrie

GERENTE GENERAL

Ing. José Rosas Bernedo

DIRECTOR INSTITUCIONAL

Dr. Carlos Posada Ugaz

LA FE ES LO ÚLTIMO QUE SE PIERDE

Como si no bastaran las crisis sanitaria y económica provocadas por la pandemia del coronavirus, agudizadas aún más en nuestro país a causa de la inestabilidad e incertidumbre política y social, una nueva amenaza se cierne sobre el mundo: la escasez de alimentos, energía, insumos y equipos destinados a la producción. Las presiones alcistas sobre el tipo de cambio y los problemas de abastecimiento y en la cadena de suministros han generado un alza global en los precios de productos básicos como el trigo, el aceite y los combustibles, entre otros.

En el caso concreto del Perú, se suman a esta oscura perspectiva los desaciertos, inseguridades y desconfianzas provocadas desde los primeros días de su gestión por el Gobierno del presidente Pedro Castillo.

Volviendo a la situación global, todas las economías están siendo afectadas debido principalmente a que las grandes cadenas de suministros—básicamente transporte marítimo y terrestre—enfrentan enormes y graves dificultades para funcionar de manera normal, al punto de romperse la fluidez que existió antes de la pandemia.

Hoy en día existe una gran escasez de contenedores, los fletes se han elevado exponencialmente—llegando a pasar, en algunos casos, de US\$ 2.000 por contenedor a más de US\$ 20.000—y los principales puertos han colapsado por la masiva afluencia de barcos en espera de que su carga sea procesada. A esto se suma una nueva racionalización de la energía eléctrica en las zonas de producción de China.

¿Los resultados de tremendo panorama?

La demanda está superando la oferta no solo porque la producción en distintas partes del mundo ha sido afectada ante la obligada paralización de actividades por la COVID-19, sino también porque ante las dificultades de la cadena de suministro, no hay capacidad de respuesta rápida, lo que está afectando no solo el rubro de los productos básicos, sino que se viene extendiendo a diversos sectores productivos, lo que altera el normal desenvolvimiento económico en los países.

Como se mencionó líneas arriba, no había que tener una bola de cristal para predecir que esto se traduciría en una escasez de alimentos, insumos y equipos para la producción mundial, lo cual a su vez acarrea un incremento de precios que deberán ser trasladados a los consumidores o ser asumidos por las ya golpeadas empresas, con el consiguiente recorte de su margen de utilidad que trae como resultado menos inversiones, afectación de puestos de trabajo y menor capacidad adquisitiva de la población. Este entorno adverso encuentra lamentablemente al Perú en un momento de debilidad y escepticismo sobre su porvenir, porque el Gobierno no termina de entender la dinámica de la economía; pues en lugar de fortalecerla promoviendo las inversiones, la creación de nuevos empleos, la generación de riqueza o la promoción de la demanda que son sus principales motores, se empeña en seguir creando un clima de confrontación, intervención innecesaria del Estado y formulando propuestas

políticas sin sustento que a nada bueno conducen.

Frente a la crisis mundial, el Perú no puede darse el lujo de profundizar su crisis interna, por lo que es imperativo que el Gobierno corrija el rumbo y adopte medidas concretas para reducir el impacto que tendrá este componente internacional, principalmente en nuestra población más vulnerable.

Ello pasa por impulsar la recuperación, creando un clima de confianza para la inversión privada, además de garantizar la predictibilidad jurídica y estabilidad política.

También es necesario no bajar la guardia ante la amenaza de la pandemia—que no se ha ido—pero a la vez seguir ampliando—cumpliendo todas las medidas de bioseguridad—los aforos de los locales comerciales, de modo que las empresas y emprendimientos puedan seguir operando.

Es importante, igualmente, destrabar y desburocratizar muchos de los trámites que se deben hacer en el Estado. Luego de casi dos años de emergencia sanitaria, hay normas que ajustar o inclusive eliminar, porque hoy representan un serio obstáculo para el desarrollo del país.

Corresponde al presidente Pedro Castillo definir un rumbo que nos lleve a recuperar el crecimiento económico para volver a reducir la pobreza y llevar el bienestar a más peruanos.

La presidenta del Consejo de Ministros, Mirtha Vásquez, presentará y debatirá este lunes la política general del Gobierno para los próximos meses, tras lo cual solicitará el voto de investidura al Congreso de la República.

Confiemos que en su exposición anuncie medidas que permitan recuperar el tiempo perdido y enfrentar con buen pie lo que viene, porque sin ser alarmistas, no será nada fácil. Medidas que permitan retomar el crecimiento del cual nos hemos sentido orgullosos en las últimas décadas. Nunca olvidemos que el Perú ha sido—en el pasado—el líder en crecimiento regional.

Confiemos, entonces, porque la fe no solo es lo más lindo de la vida, sino porque también la fe es lo último que se pierde.



Sr. Peter Anders Moores

Presidente de la Cámara de Comercio de Lima

ÍNDICE



PÁGINA 6

INFORME ECONÓMICO

LOS AVANCES DEL PERÚ EN EL CAMINO HACIA LA OCDE. NO ESTAMOS AVANZANDO EN LOS PILARES NECESARIOS PARA INGRESAR A ESTA ORGANIZACIÓN.



PÁGINA 10

INFORME ESPECIAL

CAMPAÑA NAVIDEÑA: E-COMMERCE CONTINÚA EN ASCENSO



PÁGINA 14

ENTREVISTA

LEONARDO LÓPEZ: "JUZGADOS ESPECIALIZADOS NO SERÁN SUFICIENTES PARA RESOLVER CONTROVERSIAS TRIBUTARIAS"

PÁGINA 16

COMERCIO EXTERIOR

DE LA CRISIS ECONÓMICA A LA DE CADENA DE SUMINISTROS

PÁGINA 28

EVENTO

V CONGRESO INTERNACIONAL DE COMPLIANCE Y LUCHA ANTICORRUPCIÓN

GESTIÓN TV

CONSULTORIO DE NEGOCIOS

CÓMO DESARROLLAR UN PLAN DE MARKETING 2022

El jefe de Desarrollo de Negocios, Escuela de Ventas y Marketing de la CCL, Emilio Alarcón, explica cómo desarrollar un plan de marketing en tres fases: diagnóstico de la situación, decisiones estratégicas de marketing y plan de acción.



TWITTER | TRENDING TOPICS



Cámara de Comercio de Lima

El presidente Castillo debe impulsar la inversión privada porque es la única que genera recursos al fisco y fomenta el empleo formal. Las renegociaciones solo afectan la confianza de los inversionistas; no es sano ni mucho menos necesario para el Perú.

@PRESIDENCIACCL

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 Tineo Ramos

REDACCIÓN
Maribel Huayhuas Vargas
Erika López Sevilla

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
Daniel Campos Hidrogo
Roberto Inga Noteno

FOTOGRAFÍA: Francisco Gonzales

ANÁLISIS ECONÓMICO
Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP)

ANÁLISIS DE COMERCIO EXTERIOR
Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior (Idexcam)

JEFE DE PUBLICIDAD
Robert Sosa Herrera

EJECUTIVOS DE PUBLICIDAD
René Mendiburu Nieto
Ricardo Angellats Corzo
Julissa Donayre Sarango
Francis Lopez Aranibar
John Narciso Velásquez

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.

LOS PILARES ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR PERUANO

EXPERIENCIAS Y RETOS A FUTURO



08 **NOVIEMBRE**
2021

PRESENTADOR

OSCAR QUIÑONES

JEFE DEL IDEXCAM

TRANSMISIÓN EN VIVO POR



**JOSÉ
PÉREZ**

Partner en SLOTT
Consulting



**MARVIN
RODRIGUEZ**

Director de Regímenes Especiales
en Promotora del Comercio Exterior
de Costa Rica - **PROCIMER**



**DIEGO
ORTIZ DE ZEVALLOS**

Sub Director Ejecutivo en Autoridad
para la atracción de inversiones y la
Promoción de Exportaciones de
Panamá - **PROPANAMA**



**GASPAR
FRONTINI**

Embajador de la Unión
Europea en el Perú

AUSPICIAN:

webcentrix

**CONSULTORIAS
ASERORES**
INTEGRACIÓN EMPRESARIAL

**Logística
Transporte**

THALES CORP
CONSULTORIA ESTRATÉGICA

**Feedback
forward**
Más de la satisfacción una prioridad

**INFORMES E
INSCRIPCIONES:**



(01) 219 1671 / www.camaralima.org.pe



eventos@camaralima.org.pe

ORGANIZA:

IDEXCAM

Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior

LOS AVANCES DEL PERÚ EN EL CAMINO HACIA LA OCDE

Aspirar a esta organización contribuye a la mejora de la productividad y competitividad del país. Sin embargo, no estamos avanzando en los pilares necesarios para ingresar a esta organización.



**Instituto de Economía y
Desarrollo Empresarial - CCL**

A raíz del reciente anuncio del Gobierno peruano en el que reafirma su intención de incorporarse como miembro de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), es importante conocer los avances hacia ese objetivo, así como cuantificar las diferencias con respecto a países como Colombia y Costa Rica, recientemente incorporados, y dar recomendaciones para acelerar este proceso.

La OCDE es el organismo conformado por países desarrollados que producen las dos terceras partes del PBI mundial y que, paulatinamente, ha ido admitiendo economías que se encuentran en el proceso de alcanzar dicho estatus.

Los principios de dicha organización son la democracia pluralista, el estado de derecho, los derechos humanos, mercados abiertos y transparentes y desarrollo sostenible. Ser miembro pleno permitirá adoptar directamente las buenas prácticas de dichos países para promover la competitividad y productividad.

UN POCO DE HISTORIA

El proceso de acercamiento de Perú a la OCDE se inició en el 2008, cuando el país se incorporó como miembro observador en su Comité de Inversiones y al año siguiente se adhirió a su Centro de Desarrollo. En

2014, el presidente de la República señaló como objetivo nacional el lograr ser elegible como miembro de la Organización hacia el 2021.

Así, desde el 2015, Perú participa del instrumento “Programa país” que comprende la elaboración de recomendaciones de política por parte de la OCDE a través de diversos estudios, además de un listado de instrumentos legales a los que el país se iría adhiriendo gradualmente para mejorar el diseño de sus políticas públicas.

LA OCDE ESTÁ CONFORMADA POR ECONOMÍAS QUE PRODUCEN LAS DOS TERCERAS PARTES DEL PBI MUNDIAL

A inicios de 2020, el país presentó el Plan de trabajo de vinculación con la OCDE basado en los ejes temáticos “gobernanza”, “crecimiento económico equitativo, competitivo y sostenible”, y “desarrollo social y bienestar de la población”.

Lamentablemente la crisis de la COVID-19 demandó postergar las prioridades de largo plazo por las de corto plazo. No obstante, en agosto de ese año el Ministerio de Relaciones Exteriores informó que el país se había adherido a 45 de 248 instrumentos legales vigentes de la Organización.

PERÚ Y SUS PARES

El diagnóstico y las estimaciones de la economía peruana en el 2015 señalaban una predominancia de la población urbana sobre la rural, así como de la población joven superior a la adulta.

En lo económico, se había tenido un importante ciclo expansivo, pero en los últimos años la tasa de crecimiento había disminuido a 2,4% en 2014 y

3,3% en 2015. La clase media se había recuperado y alcanzaba el 37% de la población, además del importante incremento de los flujos de inversión extranjera directa (IED), colocándola como la quinta economía de la región con una IED de US\$ 8.314 millones. Aunque se advertía de las grandes brechas en infraestructura y presión tributaria en comparación a los niveles que ostentaban los últimos países en ingresar a la OCDE, especialmente Chile.

En materia de institucionalidad se daba cuenta de amplias brechas en los indicadores Control de la corrupción, Efectividad gubernamental, Estabilidad política y ausencia de violencia, Calidad regulatoria, Estado de derecho, Voz y rendición de cuentas. De igual manera, en algunos indicadores de desarrollo social los avances no estaban a la altura de los estándares de la OCDE.

Tras cinco años de implementarse el Programa País, Perú retrocedió seis posiciones en el Índice de Percepción de la Corrupción de Transparencia Internacional. En tanto, los gastos en capital humano fuente de innovación, avanzaron lentamente, registrando un incremento de US\$ 21 en el gasto per cápita en educación y salud. Y en el caso de la innovación, Perú se ubicó en el puesto 70°, avanzando únicamente un puesto respecto al 2015 según el Reporte de Competitividad Global.

Por otro lado, pese a que la

PBI Per cápita (US\$) 2020

OCDE - promedio	38.780
OCDE: Luxemburgo	116.921
OCDE: Colombia	5.391
Perú	6.134

Fuente: FMI

Elaboración: IEDEP

pandemia aumentó las situaciones de fragilidad, Costa Rica logró adherirse como miembro de la OCDE en plena crisis sanitaria, convirtiéndose en la cuarta economía latinoamericana después de México, Chile y Colombia.

Partiendo de estas dos últimas adhesiones, se ha seleccionado un bloque de indicadores en materia macroeconómica, instituciones y gobernabilidad, capital humano e innovación para cuantificar la distancia que tenemos respecto a ambos países.

COMPARANDO BRECHAS AL 2020

Se encontró que, respecto a Colombia y Costa Rica, Perú está rezagado en 10 de los 18 indicadores analizados, siendo el rubro de capital humano en el que menos se ha avanzado.

Costa Rica es el país con mejor performance en la educación, ocupando el lugar 49° en el Examen Pisa 2018, cerca esta Colombia en la posición 58°. En tanto, Perú se ubica en el puesto 64°, problemática que influye directamente en la disponibilidad de profesionales.

Según el WEF, en el sub pilar de facilidad de encontrar trabajadores capacitados, Perú ocupa el puesto 114°, 87 puestos por debajo de Costa Rica y 55 posiciones por debajo de Colombia.

Respecto a las políticas a favor de la inversión, se identifica un segundo segmento con pocos logros. La pandemia continuó ampliando las brechas de inversión extranjera. Tal es así que Perú redujo su IED a US\$ 982 millones el 2020, es decir, la octava parte de la inversión extranjera que canalizó Colombia y la mitad de lo captado por Costa Rica. Es importante señalar que el 15 de abril del 2021 se aprobó y publicó el convenio entre Costa Rica y los Emiratos Árabes Unidos para la eliminación de la doble imposición en materia de impuestos sobre la renta y ganancias de capital y la prevención de la evasión y elusión fiscales y su Protocolo.

Con este convenio, se busca atraer

Comparativo Perú: Variables de crecimiento y desarrollo vinculado a los dos recientes miembros de la OCDE 2020

		Colombia	Costa Rica	Perú
Indicadores macro	PBI per cápita (US\$)	5.391	12.057	6.134
	Tasa de desempleo IT 2021 (%)	15,2	18,2	7,5
	Deuda per cápita (US\$)	3.533	8.158	2.190
	Ingresos tributarios PBI (%)	19,7	23,6	16,6
Capital Humano	Gasto per cápita en educación (US\$)	295	813	265
	Posición resultado Pisa 2018	58°/77°	49°/77°	64°/77°
	Calidad de la formación profesional	47°/141°	17°/141°	89°/141°
	Facilidad de encontrar trabajadores calificados	59°/141°	27°/141°	114°/141°
	Gasto per cápita en salud (US\$)	384	680	211
Instituciones	Índice de Corrupción	39°/180°	57°/180°	38°/180°
	Transparencia presupuestaria	45°/141°	36°/141°	13°/141°
	E-Participación en sector público	23°/141°	56°/141°	35°/141°
	Independencia Judicial	111°/141°	46°/141°	122°/141°
Innovación	Índice Global de Innovación 2021	67°/132°	56°/132°	70°/132°
Inversión	IED US\$ millones	8.100	2.103	982
	Doing Business	74°	67°	76°
	Tiempo para iniciar un negocio	65°	107°	111°

Fuente: WEF, Macrodatos, Banco Mundial, Transparencia Internacional, BCRP, INEI
Elaboración: IEDEP

inversión extranjera solventando los problemas de doble imposición que puedan originarse como consecuencia del cobro de impuestos sobre la renta y ganancias al capital.

LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DEBEN ORIENTARSE A MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD

Finalmente, en Innovación es clara la diferencia que existe entre economías de Perú Costa Rica y Colombia al momento de emprender. Costa Rica, recientemente incorporada, goza de políticas de apoyo a la innovación, colocándola en la ubicación 56° seguido de Colombia en 67° y Perú en la posición 70°.

RECOMENDACIONES

El IEDEP ha sugerido insistentemente a lo largo de los años que las políticas públicas se orienten a mejorar la productividad-competitividad del país. En ese sentido, no es coincidencia que las recomendaciones de la OCDE sean muy similares a las que expone el Foro Económico Mundial en las distintas ediciones de su Reporte Global de Competitividad.

En síntesis, el actual Gobierno debe apuntar a expandir la productividad del país, continuando lo ya avanzado en el Plan Nacional de Productividad y Competitividad (2019), el Plan Nacional de Infraestructura para la Competitividad (2019) y el Plan Estratégico Multisectorial de Inclusión Financiera (2021).

Asimismo, se requiere actualizar la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública, cuya vigencia culmina este año y se tienen aún muchas tareas pendientes.

PISCOS DON ALVARO

Lo mejor del Perú

*Feliz Navidad y
Feliz Año Nuevo!!!*



BOT 413 Envase Tubular de fibra forrado con madera laminada y logo impreso.



CAL 197 A
Bot. Caleido 375 ml.
2 shots vidrio,
cotre pirata Azul o Black



CAL 201
Estuche de Bio Cuero /
colores surtidos.



BOT 407 Bolsa Plástico transparente
con asa cordón trenzado



BOT 410 Envase Tubular de fibra forrado con lámina impresa a todo color y con tapa y base de metal.



ROM 225
Caja cartón
con ventana transparente.



ROM 232
Estuche madera laqueado/
fondo de tela/ Tapa acrílica.



ROM 230
Envase Tubular
con lámina según
diseño del cliente.



ROM 227
Bolsa de Cuero.



BOT 616 Bot. 187 ml.
Estuche Madera tapa acrílica



BOT 615
Dos Bot 187 ml.
Estuche Madera
tapa acrílica



BOT 614 Bot 187 ml.
Copa Pisquera
Estuche madera tapa acrílica



BOT 613
Bot 187, shot,
estuche tapa acrílica



Atendemos pedidos de todo el Perú
f in www.piscosdonalvaro.com

TLC Promotores SAC. Email: piscosdonalvaro@yahoo.es
Celular / Whatsapp: 943-830-762 / 949-513-794 / 945-025-544

Orgullosamente Peruanos

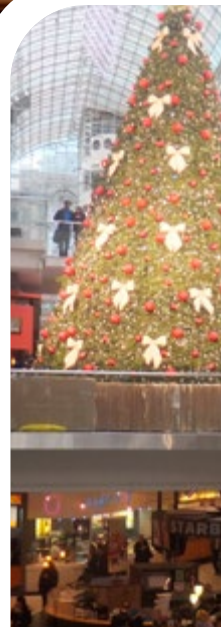
TOMAR BEBIDAS ALCOHOLICAS ES DAÑINO PARA LA SALUD

CAMPAÑA NAVIDEÑA: E-COMMERCE CONTINÚA EN ASCENSO

En el caso de los electrodomésticos, las compras *online* tendrán una participación del 30%.

Expertos aseguran que hay una recuperación del consumo, pero que aún no alcanza los niveles del 2019. Para ello, es indispensable aumentar el aforo en centros comerciales y tiendas.

POR ERIKA LÓPEZ SEVILLA
EBLOPEZ@CAMARALIMA.ORG.PE



El *e-commerce* continúa ganando terreno en el comercio minorista peruano y la próxima campaña navideña sería muestra de ello. Según la presidenta del Gremio de Retail y Distribución de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Leslie Passalacqua, las ventas *online* representarían hasta el 18% de las transacciones totales del sector retail en el pico de la Navidad de este año.

“Antes de la pandemia de la COVID-19, las ventas a través del canal *online* oscilaban entre el 2% y 5% del total. Luego, subieron a entre 8% y 12% en la pandemia”, señala Passalacqua, quien agrega que el *e-commerce* es cada vez más importante en lo que se refiere a impulsar las ventas del retail debido a que cada vez más personas optan por utilizarlo.

Con respecto a las ventas totales de esta campaña, Leslie Passalacqua, indica que estas representarán solo el 80% de lo registrado en similar periodo del 2019, año prepandemia; pero que de todas maneras significarán una recuperación frente a la campaña del 2020.

“Se proyecta que el consumo va a subir por ser una Navidad distinta a la del año pasado porque en esa fecha recién estábamos entrando a la segunda ola y no se generaban los niveles ingresos que tenemos ahora gracias a la recuperación de parte del empleo. Ahora, tenemos un consumo mucho más sólido”, precisa Passalacqua.

La presidenta del Gremio de Retail y Distribución de la CCL subrayó que si bien las ventas en campaña navideña aumentarán respecto al 2020, el golpe que propinó



Limeños se alistan para visitar los centros comerciales por la campaña navideña. Los rubros más demandados serán los de tecnología, vestimenta y electrodomésticos.

la pandemia desde inicios de 2019 a los retailers ha sido tan fuerte que la gran mayoría aún no se recupera y mantiene números en rojo.

Por ello, y con el afán de poder aumentar las ventas, Passalacqua señaló que pedirán al Gobierno aumentar el aforo de público permitido a por lo menos 80%, debido a que hoy se cuenta con un tráfico de solo 31% en los centros comerciales. “Si queremos más consumo y empleo, necesitamos más aforo para contratar a personal adicional, lo que se acostumbraba hacer antes en estas fechas”, detalla.

En cuanto a las categorías de productos que más se venderán, indica que no hay un cambio y habrá un incremento en la demanda de líneas como tecnología, juguete, ropa y calzado, tal y como sucedió el año pasado.

De otro lado, la presidenta del Gremio de Retail, advierte que en esta oportunidad el sector retail no contará con sobre stock. “Para la campaña de Navidad se mandan a pedir los productos entre mayo y junio y en esos meses no se sabía lo

que se venía en el tema político. Todo era incertidumbre, el dólar subía y las empresas compraron racionalmente ante la duda”, remarca.

VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS

Por su parte, el presidente del Gremio de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos de la CCL, Javier Butrón, espera que en esta campaña navideña el sector que representa mantenga la recuperación en los niveles de ventas que se ha visto a largo del año.

“Hay efectos aún positivos en la demanda, generados por la intención de compra presente por parte de los consumidores, fruto de la disponibilidad de recursos provenientes de los retiros de las AFP, el acceso a abonos de la CTS y la gratificación de fin de año”, explica.

En ese sentido, Butrón estima que el sector electrodoméstico en esta campaña crecerá entre un 7% y 10% con respecto al 2019.

En cuanto al ticket promedio, aseguró que se mantendrá en el rango dependiendo de los productos;

entre S/ 1.200 a S/ 1.500 en video y línea blanca. En el caso de pequeños electrodomésticos, dice que es muy variable, pues se tendrán ofertas en paquete o ‘combo’ de tres a cuatro productos por un valor oscilando entre S/ 300 a S/ 500 y en tecnología en S/ 2.500.

“El aumento del aforo y la extensión de horas de atención es un factor muy importante para que el consumidor pueda trasladarse a los centros comerciales y tiendas. Nuestros clientes finales toman la experiencia de compra como un momento gratificante y de elección en detalle, lo que requiere de tiempo y acceso a locales”, puntualiza. Refiere, además, que los aforos esperados para diciembre no permitirían recuperar la asistencia a tiendas físicas que se tenía el 2019.

Este año, agregó, los centros comerciales tendrán un 31% menos de asistencia comparada con la prepandemia. Sin embargo, destaca que esta situación está siendo compensada por las compras de internet que representará un 30% de las ventas de este año en el sector.



Las ventas por internet en esta Navidad se convertirán en un rubro importante para incrementar las transacciones totales en esta fecha.

Asimismo, explica que hay una disminución de la disponibilidad de dinero (*share of pocket*), pues hay otras opciones de consumo que están reapareciendo, tales como más gasto en entretenimiento y alimentación por la mayor apertura de los aforos en restaurantes, cines y alta demanda en opciones de viajes.

MIPYMES INICIAN RECUPERACIÓN

Según el presidente del Gremio de la Pequeña Empresa (COPE) de la CCL, Percy Krapp, en esta campaña navideña la micro, pequeña y mediana empresa (MiPymes) no logrará crecer más que el 2019 porque hay factores que afectan el normal transcurrir de esta importante fecha.

“Venimos de un 2020 donde las MiPymes han sido duramente golpeadas financieramente por el tema de la pandemia, la crisis de los contenedores a nivel mundial, el flujo de los insumos y mercaderías, el incremento del combustible, así como la incertidumbre política que vive el país y el alza del dólar”, explica.

No obstante, sostiene que esta campaña también tendrá factores

positivos con el empleo del internet, donde los productores o quienes dan un servicio, pueden financiarse con bancos, cajas y obtener *factoring* desde su propio local.

“Pueden hacer campañas de marketing, vender, cobrar, o brindar un servicio. Es decir, están más cercanos a sus clientes. Definitivamente, el empleo de esta tecnología a muchos les ha servido para sobrevivir en tiempos de pandemia”, subraya.

PRODUCTOS DE VALOR INTERMEDIO

Finalmente, el profesor de Pacífico Business School, José Ruidias, señala que si bien en esta campaña navideña no se logrará llegar a las cifras de venta prepandemia, ve “con mucha expectativa” un mejor desenvolvimiento del consumo porque hay más confianza en las personas por el avance de la vacunación, pese a las restricciones que aún se tiene.

“Incluso se anunció que en noviembre iniciarán la inoculación de los menores de edad y eso va a ayudar mucho porque finalmente la campaña navideña tiene un gran componente

en ese segmento de niños y jóvenes”, explica. Además, refiere que hay indicadores económicos respecto a la demanda de otros sectores e industrias que también impactan y que hablan en general sobre un mejor clima en términos de negocios.

Asimismo, Ruidias detalla que hoy el consumidor por el tema de la pandemia en esta Navidad se inclinará a adquirir productos de valor intermedio. “En el 2019 se enfocaba más en los productos de ticket medio alto, es decir, los de valor agregado, y lo que está pasando hoy es que la gente se ha vuelto mucho más racional al comprar un producto y prefiere uno de costo intermedio”, puntualiza.

Sobre las categorías que se beneficiarán en esta campaña, Ruidias afirmó que habrá un incremento sobre todo en los productos de tecnología para el uso del hogar como televisores, equipos de sonido, celulares, así como también juguetes. Menciona que otro rubro importante está relacionado a los vehículos de movilidad personal como bicicletas, bicicletas eléctricas, *scooters* y *rollers*, que también incrementarán sus ventas.

**NUEVO
LANZAMIENTO**



PERÚ: PLAN DE REACTIVACIÓN DE LAS EXPORTACIONES 2021 - 2026

DISPONIBLE AHORA

VENTA:

S/ 49.00

“Propuesta técnica para la **reactivación** de las exportaciones,
motor de gran impacto para la economía nacional”

INFORMES:

☎ (01) 2191860
✉ oquinones@camaralima.org.pe

POR RAQUEL TINEO RAMOS
RTINEO@CAMARALIMA.ORG.PE

El ministro Pedro Francke señaló que con la reforma tributaria que plantea el Gobierno se incrementaría hasta en 4 p.p. el PBI. ¿Esto es posible?

Sí, es posible si consideramos que el PBI refleja la producción del país y que se mide a partir del consumo y del gasto público. Y si se está pensando en una reforma tributaria que va a generar más ingresos al Estado y que ello se va a destinar a mayor gasto público, por ejemplo, en salud, educación, etc., eso definitivamente va a influir en el PBI.

Habrà que ver cuáles son las medidas que comprende dicha reforma tributaria, a fin de definir si lo que se quiere es tratar de generar más ingresos para incrementar el gasto público y/o promover el consumo.

Uno de los puntos de la reforma es la simplificación de regímenes para pequeñas empresas. ¿Qué debería considerar esta medida?

Los regímenes actuales, que se aplican considerando los ingresos y no las utilidades, han fomentado el enanismo de las empresas. El fracaso de estos se debe en gran parte a que su tributación está basada sobre ingresos, los cuales no son un fiel reflejo de manifestación de riqueza y capacidad contributiva.

La verdadera expresión de riqueza está sobre los resultados, sobre la utilidad, entonces deberíamos optar por regímenes simplificados y sencillos que beneficien la tributación sobre lo que efectivamente ganan las empresas (ingresos menos gastos), que contemple, a lo mejor, tasas progresivas.

Además, tributar sobre resultados contribuye a la formalización, así, las microempresas van a estar preocupadas por sustentar sus gastos y van a exigir comprobantes de pago a sus proveedores, por ejemplo.

“JUZGADOS ESPECIALIZADOS NO SERÁN SUFICIENTES PARA RESOLVER LA GRAN CANTIDAD DE CONTROVERSIAS TRIBUTARIAS”

El presidente de la Comisión Tributaria de la CCL y socio de Hernández y Cia. Abogados, Leonardo López, recalca que más bien tendría que pensarse en mecanismos que eviten dichos procesos.

¿Considera viable un impuesto especial a la minería?

Depende de en qué va a consistir este impuesto especial a la minería (que está evaluando el Gobierno). Ello, porque hoy en día la minería tiene una tributación razonable y competitiva y si las empresas tienen más utilidades van a tributar más, de acuerdo al Impuesto a la Renta. Insisto, habrá que ver cuál es la propuesta y si es viable en los términos actuales en que nuestra economía necesita reactivarse.

Es cierto que el Estado tiene el derecho de crear tributos. Sin embargo, estos tienen que ser razonables y acordes al contexto económico. La viabilidad de una propuesta como esta va a depender de los alcances del proyecto y para eso es importante que esta reforma pase por el Congreso. Si bien el Ejecutivo tiene la capacidad

para crear tributos vía delegación, tal capacidad le corresponde de manera originaria al Congreso.

Creo que debemos dejar de lado esta política de legislar en materia tributaria vía el Poder Ejecutivo, como ha venido ocurriendo en los últimos tiempos, sobre todo si estamos hablando de una reforma integral.

Lo que tiene que hacer el Ejecutivo es presentar sus proyectos de ley ante el Congreso y ahí se debatirá y decidirá si son lo mejor para el país. La sociedad civil, los gremios empresariales y el sector privado debemos exigir que la reforma tributaria se debata en el Congreso.

De otro lado, ¿cómo combatir la evasión y elusión fiscal?

Se pueden tomar una serie de acciones. Creo que tenemos un marco legal



bastante potente para luchar contra la evasión y elusión fiscal. Ya desde hace algunos años tenemos una cláusula antielusiva, reglamentada, por ejemplo. Entonces, creo que los instrumentos legales para combatir la evasión y elusión están ahí. El tema pasa más bien por las acciones de fiscalización y para eso se necesita decisión para llevar a cabo dichas acciones, con recursos económicos y recursos humanos calificados, en esto último tenemos que invertir.

El MEF anunció que se están preparando juzgados especializados para resolver procesos tributarios. ¿Será suficiente para acelerar la resolución de controversias?

Primero, creo que hay un tema de formas. Me parece poco elegante que

el MEF plantee ello, porque en las controversias tributarias, cuando un contribuyente lleva un caso al Poder Judicial (PJ), las contrapartes son, por un lado, el contribuyente y, por el otro, la Sunat y el MEF. Entonces, que sea la contraparte de tales procesos la que esté coordinando la creación de una nueva sala no suena bien. Me gustaría, ver, por ejemplo, al Ministerio de Justicia haciendo esas coordinaciones con el PJ.

Segundo, creo que es un paliativo insuficiente. Según un estudio que hizo Macroconsult convocado justamente por la CCL, tenemos una deuda tributaria de cerca de S/ 118.000 millones, de la cual casi S/ 40.000 millones está controvertida, es decir, es deuda contingente, que no necesariamente el Estado va a poder cobrar.

“SE NECESITA CREAR REGÍMENES SIMPLIFICADOS QUE CONTEMPLA TASAS PROGRESIVAS”

El problema es cómo hemos llegado a ese nivel de controversia, hay muchas razones. La primera es la calidad legislativa. A veces, lamentablemente, la norma tributaria no tiene la mejor calidad y da lugar a interpretaciones que generan conflictos, los cuales terminan en los tribunales. Y, si además resulta que esas normas no son aplicadas por operadores del derecho, como ocurre hoy en día durante las fiscalizaciones, pues el tema se agrava. A eso se le agregan las demoras que existen en la misma Administración.

Si bien la medida de crear más juzgados especializados puede ser un paliativo, creo que no ataca el fondo del asunto que es mejorar nuestra calidad legislativa, mejora la calidad de las fiscalizaciones y reducir los plazos para

resolver los conflictos. El promedio en Latinoamérica es de 3 meses, mientras que, en el Perú, la Sunat tiene 9 meses, el Tribunal Fiscal hasta 12 meses y el Poder Judicial no tiene plazos.

De otro lado, no hay mecanismos que incentiven evitar las controversias, podría pensarse en algunos. Por ejemplo, si tú me pagas la deuda que yo te he determinado, entonces yo te ofrezco que los 6 primeros meses se actualice en función de un interés moratorio menor y después en función al índice de precios del consumidor (IPC).

La CCL, pensando en ese gran bolsón de deuda tributaria contingente que existe y el gran número de controversias, ha propuesto que se dicte una ley para que los contribuyentes que hoy están litigando, dejen de hacerlo a cambio de reducirles la deuda, la que puede ser actualizada en función al IPC (inflación) y, si se paga de inmediato, se le da un descuento por pronto pago. Esta es una propuesta que, según un estudio de Macroconsult, podría significar una recaudación de más de S/ 10.000 millones, un número importante a nivel macroeconómico.

¿Qué más hacer para aumentar los ingresos fiscales?

Para aumentar los ingresos fiscales deberíamos buscar una reforma (tributaria) que reactive la economía. La tributación depende de la riqueza, no de las normas, de nada sirve que yo ponga una tasa de 50% o 60% de Impuesto a la Renta si no hay actividad económica que genere renta que sea susceptible a ser gravada.

La clase menos favorecida del país ha sido la más golpeada económicamente por la pandemia, entonces por qué no pensar en reducir el IGV y buscar recaudación donde esta no existe, esto es, en el sector informal, que representa cerca del 70% de la economía en la actualidad. Creo que las medidas deberían ir por ese lado y no por incrementar tasas y generar más presión tributaria sobre la que ya tiene la formalidad.



Dr. Carlos Posada Ugaz

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

A nivel mundial, los países han presentado signos de recuperación, tras la crisis económica y sanitaria generada por la COVID-19 a inicios del 2020. No obstante, la ansiada vuelta a la normalidad está siendo afectada por una crisis en la cadena de suministro a nivel mundial, que amenaza con causar escasez de inventarios para las festividades por Navidad y de fin de año, y el incremento en el precio final de muchos productos.

Esta crisis se está manifestando en retrasos en los envíos de mercancías, en fletes marítimos muy elevados, deslocalización de contenedores vacíos disponibles para la exportación de bienes (falta de contenedores en Asia y exceso de contenedores en América y Europa), además de prácticas poco éticas para conseguir un espacio en los buques (cobro de primas de última hora para asegurar los embarques).

A ello se suma la amenaza constante del virus, pues para evitar rebrotes, muchas fábricas, principalmente las asiáticas, cierran de manera temporal, viendo así reducida la oferta. A lo anterior, hay que agregar, además, la política de racionalización de la energía en China, principal fabricante a nivel mundial, lo cual disminuye la capacidad de producción de sus fábricas.

Asimismo, de acuerdo a las previsiones del Fondo Monetario Internacional, se espera que la inflación aumente hacia fin de año,

DE LA CRISIS ECONÓMICA A LA DE CADENA DE SUMINISTROS

Ad portas de las festividades por Navidad, a nivel global hay retrasos en los envíos de mercancías, fletes marítimos muy elevados y deslocalización de contenedores, entre otros problemas. Una tormenta perfecta que impulsa el aumento en el precio final de muchos productos.



impulsada por la recuperación, dispar de las economías más desarrolladas y los países menos desarrollados, así como por el alza del precio de los combustibles, la crisis de suministros que alcanza a todos los países y el aumento del precio de los bienes.

Ante esta situación, muchas empresas han tenido que adelantar la importación de mercancías, algunos incluso desde el mes de julio, a fin de poder satisfacer la demanda para las ventas de fin de año.

Por ello, se han identificado algunas de las líneas de producto más representativas de la campaña navideña en Perú, a fin de analizar los efectos en la crisis de la cadena de suministro y sus efectos en las importaciones previstas para las fiestas de fin de año y la próxima temporada veraniega.

Entre las líneas de producto encontramos los de línea blanca como las refrigeradoras, lavadoras y televisores; y juguetes para engreír a los más pequeños del hogar, como los juguetes con rueda y las consolas de videojuego y las ropas de baño para hombres y para mujeres.

LÍNEA BLANCA

Refrigeradoras

En cuanto a las refrigeradoras, en el 2019 se importaron 13.853 unidades (-10%) por US\$ 1,2 millones (-18,9%). En el periodo de 2020, las compras

desde el exterior siguieron cayendo, 8.456 unidades (-39%) por US\$ 757.501 (-40%). Sin embargo, durante los meses de julio a setiembre del 2021, se importaron 11.177 refrigeradoras (+32,2%) por el valor de US\$ 1,1 millones (+46,6%).

Aunque, si se compara la cantidad del 2021 frente al 2019, esta aún sigue por debajo. China es el principal proveedor de este producto con el 95% de participación.

MUCHAS FÁBRICAS DE ASIA CIERRAN DE MANERA TEMPORAL PARA PREVENIR EL REBROTE DE LA COVID-19.

Lavadoras

Durante los meses de julio a setiembre del 2019, se importaron 106.091 lavadoras (+4,9%) por el valor de US\$ 24,6 millones (+12%); mientras que en el mismo periodo del 2020, la cantidad importada aumentó 2,6% (108.858 lavadoras) y su valor disminuyó en 2,5% (US\$ 24 millones).

Por otra parte, en el 2021, se importaron 142.879 lavadoras (+31,3%) por US\$ 33,5 millones

(+39,4%). Los principales proveedores de lavadoras fueron China con el 28% de participación, Tailandia con el 24,4% y México con el 23,6%.

Televisores

En el periodo de julio a setiembre del 2019 se importaron 395.025 televisores (+5,8%) por el valor de US\$ 104,6 millones (+0,9%). Durante el periodo del 2020, la cantidad importada también aumentó, 488.183 televisores (+23,6%) por US\$ 110 millones (+5,1%).

No obstante, en el periodo del 2021, el número de televisores importados disminuyó en 28,3% (349.892 unidades), mientras que, el valor aumentó 16,5% (US\$ 128 millones). Los principales proveedores fueron México con el 69,2% de participación y China con el 30,7%.

JUGUETES

Juguetes con ruedas

En cuanto a los juguetes con ruedas, entre los que se encuentran los cochecitos para muñeca, autos, entre otros, se importaron, durante julio a setiembre del 2019, 406.440 unidades (-32,3%) por el valor de US\$ 4,1 millones (-16,1%).

En el periodo del año 2020, se adquirieron 307.402 unidades (-24,4%) por US\$ 3,2 millones (-21,5%). Mientras que, en el 2021, se importaron 598.648 unidades

Tabla
Nº1

PRODUCTOS IMPORTADOS PARA LA CAMPAÑA NAVIDEÑA, JULIO-SETIEMBRE (2018-2021)

PRODUCTO	2018		2019		2020		2021	
	VALOR CIF	UNIDADES	VALOR CIF	UNIDADES	VALOR CIF	UNIDADES	VALOR CIF	UNIDADES
REFRIGERADORAS	\$ 1.556.445	15.391	\$ 1.261.778	13.853	\$ 757.501	8.456	\$ 1.110.751	11.177
LAVADORAS	\$ 22.018.911	101.153	\$ 24.662.065	106.091	\$ 24.049.096	108.858	\$ 33.517.329	142.879
TELEVISOR	\$ 103.705.979	373.379	\$ 104.687.712	395.025	\$ 110.061.590	488.183	\$ 128.216.866	349.892
JUGUETES CON RUEDA	\$ 4.994.673	600.556	\$ 4.189.371	406.440	\$ 3.287.621	307.402	\$ 7.469.469	598.648
VIDEO CONSOLAS	\$ 9.866.764	39.371	\$ 6.624.538	77.194	\$ 5.565.467	79.951	\$ 2.463.791	41.830
ROPA DE BAÑO HOMBRES	\$ 1.642.844	368.471	\$ 1.617.409	402.742	\$ 1.111.751	281.392	\$ 1.221.769	318.176
ROPA DE BAÑO MUJERES	\$ 2.327.149	650.651	\$ 3.002.075	873.563	\$ 1.335.328	351.324	\$ 1.737.363	658.656

Fuente: SUNAT

Elaboración por: IDEXCAM

Tabla
Nº2IMPORTACIÓN DE CONSOLAS DE VIDEOJUEGO PARA LA
CAMPAÑA NAVIDEÑA, JULIO-SETIEMBRE (2018-2021)

MARCA	2018		2019		2020		2021	
	CIF (USD)	Cantidad Importada (U)	CIF (USD)	Cantidad Importada (U)	CIF (USD)	Cantidad Importada (U)	CIF (USD)	Cantidad Importada (U)
Total general	\$ 9.866.764	39.371	\$ 6.624.538	77.194	\$ 5.565.467	79.951	\$ 2.463.791	41.830
SONY	\$ 9.611.636	37.016	\$ 5.634.333	21.639	\$ 4.321.028	17.525	\$ 1.645.920	4.363
NINTENDO	\$ 240.421	1.766	\$ 915.035	45.414	\$ 976.179	17.306	\$ 575.066	6.684
OTRAS MARCAS	\$ 9.152	567	\$ 74.609	10.135	\$ 265.617	45.065	\$ 184.542	30.578
XBOX	\$ 5.555	22	\$ 561	6	\$ 2.644	55	\$ 58.264	205

Fuente: Sunat

Elaboración por: IDEXCAM

(+94,7%) por US\$ 7,4 millones (+127,2%), superando los niveles antes de pandemia. El principal proveedor de este producto fue China, con el 94% de participación.

Consolas de videojuego

En lo que respecta a las consolas de videojuego, durante el periodo de julio a setiembre del 2019, se importaron 77.194 equipos (+96,1%) por el precio de US\$ 6,6 millones (-32,9%). Asimismo, en el periodo del 2020, se adquirieron 79.951 unidades (+3,6%) por US\$ 5,5 millones (-16%). Mientras que durante el periodo de estudio en el año 2021, la cantidad importada disminuyó 47,7% (41.830 unidades) y el valor en -55,7% (US\$ 2,4 millones).

Estas consolas son traídas principalmente desde China, pues contó con el 90,2% de participación y Japón con el 6,7% de participación.

Durante el 2021, las principales marcas importadas fueron las consolas Sony, 4.363 unidades por US\$ 1,6 millones, de las cuales destaca la Play Station 5, el último modelo lanzado por la compañía al mercado, 3.740 equipos por US\$ 1,6 millones.

Por otro lado, en cuanto a las consolas de marca Nintendo, se registraron 6.684 unidades por US\$ 575.066, destacando la Nintendo Switch, pues se adquirieron 2.536 unidades (-44%) por US\$ 394.682

(-56,8%); mientras que se importaron 205 unidades de las Xbox (+272,7%) por US\$ 58.264 (+2.103,8%).

EL DESCENSO DE LA IMPORTACIÓN DE CONSOLAS PODRÍA DEBERSE A LA ESCASEZ DE CHIPS SEMICONDUCTORES

El descenso en la importación de estos equipos podría deberse a la escasez de chips semiconductores. En un informe a *Bloomberg*, Toshiba, la principal empresa fabricante de chips que regulan la energía en las tarjetas gráficas de computadoras o videoconsolas, explicó que la falta de chips podría continuar hasta el 2022. Asimismo, el director de Toshiba, Takeshi Kamebuchi, declaró que, muchos de sus clientes no recibirán todos sus pedidos hasta el 2023.

Recordemos que, desde el lanzamiento de la Play Station 5, en noviembre del año pasado, ya era difícil encontrar stock disponible en las tiendas. En tanto, la oferta disponible de las Xbox series X y S, la última gama de consolas de Microsoft

y la Nintendo Switch, podrían no satisfacer la creciente demanda, puesto que se han convertido en una forma de entretenimiento desde los confinamientos.

PRENDAS DE VESTIR

Ropa de baño para hombres y mujeres

La época navideña en el Perú se lleva a cabo en la estación de verano, por lo que es común regalar ropas de baño. En el periodo de julio a setiembre del 2019, se importaron 402.742 ropas de baño para hombres (+9,3%) por el valor de US\$ 1,6 millones (-1,5%). En el 2020, la cantidad adquirida disminuyó, 281.392 prendas (-30,1%) por US\$ 1,1 millones (-31,3%). Sin embargo, en similar periodo de 2021 se compraron del exterior 318.176 prendas (+13,1%) por US\$ 1,2 millones (+9,9%).

En cuanto a la ropa de baño para mujeres, entre julio y setiembre del 2019 se importaron 873.563 prendas (+34,3%) por US\$ 3 millones (+29%).

De la misma manera que el producto anterior, la importación en el 2020 disminuyó a 351.234 (-59,8%) por US\$ 1,3 millones (-55,5%); mientras que en el 2021 se registró una recuperación de 87,5% (658.656 prendas) y 30,1% en su valor. Ambos productos son importados principalmente desde China.

15.^a
TECNOSALUD
LIMA - PERÚ 2021



**VISITA la feria más importante de
proveedores de productos y servicios**

PARA LA SALUD EN EL PERÚ

10, 11 y 12
NOVIEMBRE
10 am a 8pm

**MODALIDAD
PRESENCIAL**

**Centro de
Exposiciones
Jockey**

DESCARGA

TU INVITACIÓN
VIRTUAL GRATUITA



www.tecnosalud.com.pe

ENCONTRARÁS



**Empresas
expositoras**
nacionales e internacionales.



**Conferencias y
talleres** Gratuitos



AVANCES
científicos y tecnológicos



**Venta de instrumental y
equipos de todas las
especialidades**

● PATROCINADORES ●



PERÚ Ministerio
de Salud

EsSalud
Humanizando el Seguro Social



AUSPICIADO POR:



CLINIC MEDIC EQUIPMENT S.A.C.



Maslanka
multispecialty technology



**CORPORACIÓN
UNIVERSAL**



**Kimberly-Clark
PROFESSIONAL**



INGRESA AQUÍ

www.tecnosalud.com.pe

para seguirnos de manera Online
en nuestro campus virtual



**CENTRO DE
EXPOSICIONES JOCKEY**

Av. Javier Prado Este (Cruce de la Carretera
Panamericana Sur S/N) Alt. Puerta 1
Santiago de Surco

f SÍGUENOS EN
Tecnosalud.Feria



“TENDREMOS UN 2022 MEDIOCRE CON CRECIMIENTO DE 3%”

El economista y profesor de la Universidad del Pacífico, Carlos Parodi, señala que la reforma tributaria debe incluir la formalización y reducir la evasión.

POR LAURA VÁSQUEZ
LAURA.VASQUEZ@CAMARALIMA.ORG.PE

¿Cuáles es su evaluación de los dos primeros meses del Gobierno?

Lo que pasa con la economía depende mucho de lo que pasa con la política. La situación política actual tiene un alto grado de incertidumbre por contradicciones dentro del partido de Gobierno y las expectativas hoy están en terreno negativo. Los inversionistas no tienen planificado invertir más en el 2022 de lo que invirtieron este año. La economía, como un todo, no se está moviendo al ritmo que debería para crear empleo.

El problema está en el campo político. Los cimientos están sólidos, pero para que se reflejen en el bienestar de la población se necesita que haya una conexión entre cimientos y el bienestar, y la conexión se da por aumento de la inversión para que genere empleo y, segundo, a través de reformas que mejoren sectores como salud y educación, pero esta segunda parte no está funcionando.

Lamentablemente, nuestra preocupación no está en hacer las reformas que conecten los números macro con el bienestar micro ni el futuro del país, y esto pone en riesgo el mismo Gobierno.

¿Qué puntos debe incluir la reforma tributaria?

En el Perú 7 de cada 10 trabajadores son informales, una de cada dos empresas es informal. Ningún país puede dar bienestar a sus habitantes con esto. La primera parte tiene que ver con formalizar y la segunda con reducir la evasión. Estos dos puntos permitirán que el Estado tenga más recursos para invertir en los sectores vulnerables.

Entonces, ¿cómo hacemos para que se gaste sin corrupción y de la forma más eficiente? No sirve de nada que se gane más impuestos si se irá en corrupción. La reforma tributaria debe ser anexa a la gestión pública. La población no apoyará reformas si no hay resultados.

¿Cree que el ministro Pedro Francke está incurriendo en un desequilibrio de las finanzas públicas?

El Marco Macroeconómico Multianual (MMM) 2022-2025 plantea una reducción del déficit fiscal, una deuda pública que no sobrepase el 35% del PBI y un déficit que no sobrepase el 3,7% para el próximo año. Sin embargo, la mejor forma de recaudar es con crecimiento económico. El crecimiento económico es la fuente principal de la recaudación tributaria, la evasión no puede ser el mecanismo principal.

“HAY EXCESO DE OPTIMISMO EN LA PROYECCIÓN DEL PBI DEL MEF, QUE ES LA BASE PARA LA RECAUDACIÓN”

Me parece que el MMM peca de optimista porque estima un crecimiento de 4,8% para el próximo año cuando el resto habla de 3% a 3,5%. Creo que tendremos una menor recaudación el próximo año con respecto a lo que espera el MEF. Entonces tendremos dos opciones: o gastar menos o endeudarnos.

Hay un exceso de optimismo en la proyección de crecimiento, que es la base para aumentar la recaudación. Considerando la proyección de crecimiento de la inversión privada de 0%, la misma que tiene el BCR, entonces es complicado crecer más de 3%. Esta es una cifra insuficiente para que se refleje en el bienestar de los peruanos.

¿Qué medidas se deben impulsar para las pymes?

Hay un proyecto en el Congreso para que el BCR compre la deuda de las pymes, lo cual sería un grave error porque volaría a la independencia del BCR, segundo, porque si lo hace comenzarán los problemas de inflación.

Las mypes son importantes porque

generan empleo. Por ello, debe buscarse un camino gradual de formalización y renegociar estas deudas con el sistema financiero que se dieron por la pandemia y promover la asociatividad.

¿El tipo de cambio puede seguir bajando?

El aumento del precio del dólar se debe a la incertidumbre política. Vladimir Cerrón podría estar manteniendo una cuota en el Gobierno y, si es así, hay razones para que la incertidumbre se mantenga. Para que el dólar baje se deben hacer dos anuncios: descartar la Asamblea Constituyente y no decir “por el momento no está en agenda”; y, segundo, el presidente Pedro Castillo debe decidir una posición y decir abiertamente que se separa de Cerrón, sino el dólar estará en S/ 4 o S/4,10, y se perjudicará más la gente más necesitada, que es la que voto por él y será una gran contradicción.

¿Es sostenible este Gobierno?

La sostenibilidad del Gobierno depende de la credibilidad del presidente. Su credibilidad está solo en 48%. Y creo que para volver a crecer hay que volver a creer. El presidente podría mantenerse en una izquierda moderada. Con ello, el dólar bajaría y la inversión y el empleo aumentarían; sino estaríamos frente a un Gobierno mediocre en los próximos cinco años.

¿Cuáles son sus expectativas para el próximo año?

Para el 2022 podemos esperar un manejo razonable del MEF, si se mantiene Francke, y de la política monetaria; pero un crecimiento muy lento porque la inversión no subirá y la economía se frenaría por un aumento de la tasa de interés. Espero un 2022 mediocre con un crecimiento de entre 2% y 3%, y con un control de la posición fiscal y estabilidad monetaria, pero sin ninguna reforma que apunte a sostener el crecimiento futuro y conectarlo con el bienestar de la población. Esperemos que no escalen los conflictos entre el Congreso y Ejecutivo.

» Plataformas de Negocios



CCL NEGOCIOS
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Te facilita información de empresas y contactos del Perú y del mundo.




CCL NETWORKING VIRTUALES
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Amplía tu red de contactos de forma directa con empresarios y ejecutivos de nuestras empresas asociadas.




CCL CENTRO DE CONVENCIONES
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Planifica y realiza exitosamente tus eventos de negocios de manera segura.




CCL VITRINA VIRTUAL DE LOS SOCIOS
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Más de 150,000 ejecutivos podrán visualizar las promociones de tus productos y servicios.



» Plataformas de Información



CCL CONSULTORIO EMPRESARIAL VIA ZOOM
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Realiza tus consultas en línea en temas legales, comercio exterior, compras del estado y marketing.




REVISTA DIGITAL
La cámara
LA REVISTA DIGITAL DE LA CCL

Accede a información exclusiva para tomar las mejores decisiones para tu empresa o negocio.




CAMTRADE PLUS

Toda la información de comercio exterior para realizar inteligencia comercial.




CCL REGISTRO NACIONAL DE PROTESTOS Y MORAS
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Regulariza tus protestos de manera virtual y consulta la situación crediticia de tus clientes.




ESCANEA LOS CÓDIGOS QR

de cada plataforma y obtén toda la información que necesitas desde tu celular.

► Plataformas de Asesoría y Capacitación



CCL MESAS DE ASESORÍAS VIRTUALES
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Participa de nuestros **webinars** (eventos virtuales) donde se desarrollan diversos **temas de gestión empresarial**.



CCL EVENTOS
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Plataforma donde conocerás los próximos **eventos** de la CCL. ¡No te los pierdas!



CCL EDUCAFÁCIL
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Aprende en línea a través de la **plataforma virtual** de Streaming de la Cámara de Comercio de Lima.



ICAM RES. PRIVADO "ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS"
DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Certificaciones ICAM

- Asistente Administrativo
- Marketing Digital
- Logística
- Comercio Exterior
- Gestión de Ventas



► Otras Plataformas a tu Servicio



CCL CENTRO DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

DIPLOMADOS

- Logística
- Finanzas
- Administración
- Gestión de Contrataciones con el Estado
- Administración de Servicios de Salud
- Ventas
- Seguridad y Salud en el Trabajo
- Gestión y Comercio Internacional
- Gestión del Capital Humano

- Liderazgo y Competencias Directivas
- Gerencia de Créditos y Cobranzas
- Gestión de Proyectos
- Contabilidad para no Contadores
- Marketing digital Estratégico
- Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas
- Gestión Pública.
- Marketing y Gestión Comercial
- Asistentes de Gerencia

IN HOUSE

Cursos corporativos diseñados a la medida y requerimiento de su empresa o institución de acuerdo a las necesidades particulares de capacitación o consultoría, aplicando casos reales del giro de su empresa.

PROGRAMAS DE ESPECIALIZACIÓN

- Gestión de Importaciones.
- Tributación.
- Créditos y Cobranzas
- Gestión de Comercio Exterior y Aduanas
- Gestión de Tesorería



CCL CAMPUS VIRTUAL DE FERIAS
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Realiza tu **exhibición, promoción y venta** de productos y servicios, contactos, conferencias en vivo y networking.



CCL RUTA DE NEGOCIOS VIRTUALES
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Podrás ampliar tu red de contactos y acceder a encuentros de negocios con tu mejor socio comercial.

RECUERDA:

Tu empresa cuenta con una **sectorista exclusiva** que te guiará en el uso de tus **beneficios y servicios**.



955 421 278



EL FUTURO DEL E-COMMERCE ENFOCADO EN EL CONSUMIDOR

La CCL organizó el *e-Summit Perú eCommerce 2021*, evento que reunió a destacados especialistas nacionales e internacionales.



El *e-commerce* continúa en franco crecimiento. Actualmente, el 33% de los peruanos ya realiza compras en línea con frecuencia. Así, se pasó de tener antes de la pandemia 65.000 negocios con un portal de venta en línea a 260.000.

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) organizó el *e-Summit Perú eCommerce 2021*, evento virtual que se llevó a cabo el 19 y 20 de octubre vía la plataforma Zoom y la red social Facebook del gremio empresarial.

Durante su participación en el foro, el presidente de la CCL, Peter Anders, indicó que el Perú es la sexta economía más digitalizada de Latinoamérica, luego de Brasil, México, Argentina, Chile y Colombia. Señaló que actualmente el 33% de los peruanos ya realiza compras *online* con frecuencia y, así, se pasó de tener antes de la pandemia 65.000 negocios con un

portal de venta en línea a contar con 260.000. Asimismo, destacó que la CCL organiza el *e-Summit Perú eCommerce* desde hace 5 años para promover la digitalización de las empresas, en un contexto de una economía globalizada y con mayor uso de tecnología.

Por su parte, el especialista de Soluciones de Data de Microsoft, Ronald Armas, sostuvo que el catalizador más grande para el *e-commerce* ha sido la pandemia, generando presión en las empresas. “Hoy no podemos imaginar un negocio que no tenga un componente tecnológico, pasando de la forma tradicional a alguna forma de comercio electrónico”, remarcó.

Agregó que el mercado está siendo impulsado por tendencias que afectan directamente el rendimiento de las empresas como la Inteligencia Artificial (IA) y las experiencias de compra personalizada.

Al respecto, el *regional sales manager* Commerce & Digital Experience en Adobe, Max Ruiz, afirmó que la pandemia ha cambiado los negocios B2B (Business to Business). y sus ventas crecieron 15% el año pasado.

A su vez, el líder del área TI y Comercio Electrónico CCL, Jaime Montenegro, aseguró que antes de la pandemia había 6 millones de peruanos comprando por internet,

y ahora son más de 11 millones. “La tecnología y digitalización es hoy en día el kit de supervivencia para los negocios en el mundo. Representan la oportunidad de atenuar los efectos de la crisis, pero también de crecer y mantenerse competitivos en el mercado”, puntualizó.

En este contexto, dijo que existe la imperiosa necesidad de evolucionar hacia una empresa inteligente que base sus decisiones en la data.

De igual manera, mencionó que la IA está impactando en el mundo empresarial, permitiendo procesar y analizar grandes cantidades de datos. “La IA así como el internet de las cosas (IoT) y la computación en la nube impulsarán los negocios del futuro”, sostuvo.

En ese sentido, dijo que existen tres grandes áreas en las que la IA ofrece soluciones para el comercio, como son la experiencia de compras personalizadas, la atención al cliente y asistencia en ventas, y la logística.

A su turno, el CoE líder de Ciberseguridad en Canvia, Alberto Gómez, aseveró que “la ciberresiliencia es la capacidad que tiene una organización o negocio de poder anticipar, resistir, recuperarse y evolucionar para mejorar sus capacidades frente a situaciones adversas, estrés o ciberataques”.

Así, permite el crecimiento empresarial en tiempos adversos para promocionar una plataforma sólida y resistente para la transformación digital, el desarrollo del *e-commerce*, la modernización empresarial, la apertura de nuevos canales.

EXPERIENCIA DEL CLIENTE

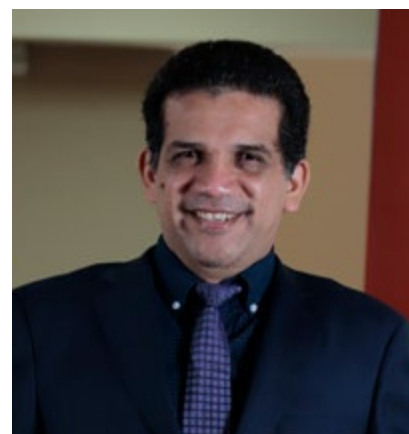
Por su parte, la gerenta general de PayU, Estephania Ramírez, señaló que el mercado del comercio electrónico sigue creciendo con modelos de negocios novedosos. “Las empresas han puesto en sus agendas priorizar el *e-commerce* como una tienda más que compite en el *budget* de cada negocio”, dijo.

Al respecto, el co Founder & CEO

“LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LA INTERNET DE LAS COSAS IMPULSARÁN LOS NEGOCIOS DEL FUTURO”

JAIME MONTENEGRO

Líder del Área TI y Comercio Electrónico de la CCL.



“LOS CLIENTES SON EL ELEMENTO PRINCIPAL SOBRE EL CUAL GIRA UN NEGOCIO, SIENDO NECESARIO ATRAERLOS Y FIDELIZARLOS”

ANTONIA HEISE

Sales Marketing Director en Brand & Label



Juntoz.com, Fernando D'Alessio, expresó que el sector físico todavía tiene una importancia muy significativa, por lo que las empresas deben también ponerle mucho foco. Aseguró que la experiencia de compra está centrada en el cliente. “Todas las estrategias que se desarrollen se enfocan en esto. Por ejemplo, entregas rápidas de 15 minutos para dar una experiencia importante al cliente, además, de la omnicanalidad”, manifestó.

A su vez, la *content manager* Spain para España y Latinoamérica de Shopify, Ana Llorente, anotó que para construir una marca poderosa no existen fórmulas mágicas.

Sin embargo, advirtió que algunas ideas que pueden funcionar son fijarse objetivos y expectativas realistas, definir la audiencia del producto o servicio, así como el momento y lugar, es decir, “estar donde el cliente esté en el momento que desee”, y dar antes de

recibir, aportando valor.

Mientras que el CEO para Latinoamérica en Teamcore, Antonio Ureta, refirió que durante la pandemia se fortaleció el canal de supermercados y de *e-commerce*, y que ahora el desafío es, gestionar eficazmente el negocio de manera omnicanal. “Con esto se podrá mejorar la experiencia del cliente, permitiéndole estar en contacto constante con la empresa a través de múltiples canales”, dijo.

Finalmente, Antonia Heise, *sales and marketing director* en Brand & Label, indicó que los clientes son el elemento principal sobre el cual gira un negocio, siendo necesario atraerlos y fidelizarlos.

“El *e-commerce* en Perú movió US\$ 6.000 millones en el 2020, creciendo un 250% y representando el 5,3% de compras de la región. El 20% de los usuarios hace compras por más de S/ 1.000”, puntualizó.



La Cámara de Comercio de Lima (CCL) presenta la
XVII edición del Premio Anual al Periodismo "Ramón Remolina Serrano"
que este año se denomina:

APERTURA ECONÓMICA Y GENERACIÓN DE EMPLEO EN PANDEMIA

Invitamos a los periodistas a participar con sus artículos, informes, análisis e investigaciones publicados entre el **1 de enero al 25 de octubre de 2021** en distintas plataformas informativas: impresa, radial, televisiva y digital.

El plazo de presentación vence el
25 de octubre de 2021.

Premiación
18
DE NOVIEMBRE

PREMIOS

En la presente edición, se otorgarán tres premios:



1er puesto:

S/ 7.000



2do puesto:

S/ 5.000



3er puesto:

S/ 2.500

» INFORMES Y RECEPCIÓN DE TRABAJOS

- **Cámara de Comercio de Lima**
Av. Giuseppe Garibaldi N° 396, Jesús María
- **Teléfonos:** 219-1817 / **Cel.:** 957691646
- **premioramonremolina@camaralima.org.pe**

AUSPICIO:

 **GrupoMéxico**
MINERÍA
SouthernPerú

WOMEN IN BUSINESS LAW AWARDS 2021 - AMERICAS

El Estudio Echeconpar está orgulloso de ser reconocido en los premios Women in Business Law 2021 - Americas de la publicación de Euromoney en las categorías:



Firma del Año en Perú



Mejor Iniciativa de Diversidad en América Latina



Mejor Trabajo Pro Bono en América Latina

Estudio Echeconpar.

Asociado a Baker & McKenzie International



**EN CAJA RAÍZ
TE AYUDAMOS A
IMPULSAR TU NEGOCIO**

Esta campaña navideña tu negocio no puede parar

**¡SOLICITA TU
CRÉDITO YA!**

Para más información ingresa a: **www.raiz.pe**



LA IMPORTANCIA DEL COMPLIANCE ES TRANSVERSAL

La WCA y la CCL organizaron el V Congreso Internacional de Compliance y Lucha Anticorrupción, en el que participaron expertos nacionales y extranjeros.

La World Compliance Association (WCA) y la Cámara de Comercio de Lima (CCL) organizaron el V Congreso Internacional de Compliance y Lucha Anticorrupción, evento virtual que se llevó a cabo entre los días 18 y 21 de octubre a través de la plataforma Zoom. Este importante espacio congregó a profesionales nacionales y extranjeros de primer nivel, los que, desde su experiencia, contribuyeron en enmarcar el tema de la lucha contra la corrupción en una política gubernamental.

En el primer día del encuentro se desarrolló el bloque *Integridad y lucha*

anticorrupción, tema moderado por la directora académica de la WCA, Rosana Madrid. Aquí se contó con la participación del vicepresidente de la WCA, Iván Martínez, quien destacó los avances del Perú en la lucha contra la corrupción, específicamente el trabajo realizado por la Contraloría General de la República, mediante diversas acciones de control y difusión.

“Según la encuesta ISO 2020, el Perú se muestra como el segundo país del mundo que cuenta con más certificaciones anticorrupción, importante evidencia para la toma de conciencia y la lucha contra este flagelo”, remarcó Martínez.

Asimismo, dijo que si las empresas aplicaran un buen modelo de gestión de denuncias se evitarían millonarias pérdidas económicas, tema que continúa pendiente en las políticas anticorrupción de los países de la región.

Por su parte, el presidente de la Comisión de Integridad y Lucha Contra la Corrupción de la CCL, Hernán Lanzara, resaltó el esfuerzo y compromiso del gremio empresarial al desarrollar estos espacios, considerando al V Congreso Internacional de Compliance y Lucha Anticorrupción como un importante referente a nivel nacional

e internacional.

Lanzara enfatizó que la corrupción, entendida como el mal uso de los recursos públicos, perjudica no solo al crecimiento de las naciones y consecuentemente su desarrollo, sino, además, debilita los cimientos de la democracia y menoscaba los valores éticos de la sociedad.

PÉRDIDAS ECONÓMICAS

En tanto, el contralor general de la República, Nelson Shack, sostuvo que durante el 2020, año de la crisis sanitaria, la corrupción y la inconducta funcional generaron al país pérdidas económicas que superaron los S/ 22.000 millones, cifra equivalente al 2% del PBI y al 12% del presupuesto público.

Por ello, como un esfuerzo para cuantificar la lucha anticorrupción, Shack anunció que para fines del 2021, la Contraloría emitirá alrededor de 27.000 informes de control, cifra que busca superar lo registrado en años anteriores.

Entre otros anuncios, Nelson Shack comunicó que, a fin de año, la institución que representa –bajo una estrategia de control concurrente– realizará una auditoría sobre el proceso de compras de vacunas, específicamente de las primeras adquisiciones de las dosis de Sinopharm, en el marco del estado de emergencia nacional sanitaria.

Por su parte, el representante de

“LA CORRUPCIÓN NO SOLO PERJUDICA AL CRECIMIENTO DE LAS NACIONES, SINO ADEMÁS DEBILITA LOS CIMIENTOS DE LA DEMOCRACIA”

HERNÁN LANZARA
Presidente de la Comisión de Integridad y Lucha Contra la Corrupción de la CCL



la Secretaría de Integridad Pública de la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), Eloy Munive, explicó que el Modelo de Integridad del sector público, conformado por nueve pilares, se ha implementado en base al modelo privado, los que, debidamente articulados, contribuirán a mejorar la gestión pública.

EN EL SISTEMA JUDICIAL

Los casos de corrupción también han tenido una sonada presencia en el sistema judicial. Durante su ponencia, el fiscal Supremo Titular de la Primera Fiscalía Suprema Penal, Pablo Sánchez Velarde, quien se encargó de las investigaciones de la presunta organización criminal “Los cuellos blancos del puerto”, indicó que es importante que la Fiscalía siga manteniendo su autonomía e independencia.

“Hoy es primordial definir y ejecutar una política de prevención no solo a nivel judicial, sino en temas relacionados a contrataciones y educación. Asimismo, contar con el apoyo de la sociedad y de la prensa de investigación”, refirió.

A su turno, el presidente de la Academia de la Magistratura, Carlos Arias, enfatizó que la corrupción no solo vulnera el derecho de las personas, sino que genera un alto riesgo para la subsistencia del estado de derecho, del sistema democrático y para la protección de los derechos humanos.

Dicho esto, sostuvo “que es imprescindible tomar conciencia del impacto de la integridad académica en el comportamiento de un magistrado, importante herramienta para promover la ética”.

Posteriormente, el asesor Nacional Anticorrupción de la Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito (UNODC), Juan Martín Ortiz, expuso sobre la implementación de la Convención de Naciones Unidas contra la Corrupción (UNCAC), documento que establece estándares, políticas, procesos y prácticas comunes para respaldar las iniciativas contra la corrupción.

Durante su ponencia, Ortiz hizo especial énfasis al art. 5 del capítulo II sobre Medidas Preventivas, referente a las políticas y prácticas anticorrupción, que los países –conforme a su reordenamiento jurídico– que deberán aplicar y fomentar con acciones y

“SEGÚN LA ENCUESTA ISO 2020, EL PERÚ ES LA SEGUNDA ECONOMÍA DEL MUNDO CON MÁS CERTIFICACIONES ANTICORRUPCIÓN”

IVÁN MARTÍNEZ
Vicepresidente de World Compliance Association Internacional





“En el 2020, la corrupción y la inconducta funcional generaron pérdidas económicas por S/ 22.000 millones, equivalente al 2% del PBI y al 12% del presupuesto público”.

NELSON SHACK
Contralor general de la República



“La corrupción no solo vulnera el derecho de las personas, sino que genera un alto riesgo para la subsistencia del estado de derecho”.

CARLOS ARIAS
Presidente de la Academia de la Magistratura



“La implementación del Modelo de Integridad, del sector público, conformado por nueve pilares, se ha adoptado en base al modelo del sector privado”.

ELOY MUNIVE
Secretario de Integridad Pública de la PCM

políticas coordinadas, a fin de combatir la corrupción de forma preventiva, así como propiciar la transparencia y la participación ciudadana.

El segundo día del Congreso, tuvo como moderador al director de la Comisión de Integridad y Lucha Contra la Corrupción de CCL, Omar Cárdenas, quien inició el bloque con la participación del director de Ética y Compliance Latinoamérica en UBER, Carlos García.

El experto indicó que para establecer un programa de *compliance* las organizaciones no solo deben enfocarse en el tema anticorrupción. “Hay diferentes aristas que las empresas deben enfrentar y mitigar como son el fraude, conflicto de interés, lavado de dinero, entre otros. Por ello, elaborar un sistema de *compliance* siempre debe apuntar a atacar a estos posibles riesgos, y su implementación debe hacerse de la manera más práctica”, señaló.

A su vez, el socio principal del Estudio Muñiz, Mauricio Olaya, advirtió que, en América Latina, el cumplimiento del *compliance* es concebido, a nivel corporativo y empresarial, como una obligación, lo

que dificulta su avance.

“Las empresas, indistintamente de su actividad y tamaño, deben convencerse de que el cumplimiento normativo del *compliance* es fundamental, a fin de que sean consecuentes con sus valores, propósitos, principios y reputación”, afirmó.

“EN AMÉRICA LATINA NO EXISTE UNA REGULACIÓN A LOS ACTIVOS VIRTUALES”

CRIPTOACTIVOS

El tema de los criptoactivos, activos virtuales que no han sido emitidos por un banco central o una autoridad pública, también fue motivo de debate durante el evento. Al respecto, el presidente de la Asociación Peruana de Compliance, Carlos Caro, refirió que en Perú y América Latina no existe una regulación con respecto a su uso.

Como se sabe, las criptomonedas

se emiten y se comercializan dentro de una plataforma *blockchain* (cadenas de bloques) y su valor puede generar ingresos, sea para venta o intercambio de bienes o servicios mediante el pago de *bitcoin* (moneda virtual).

En ese sentido, Caro indicó que estas transacciones se realizan de manera anónima por lo que representan un riesgo, pudiendo generar actividades delictivas como fraude, estafa piramidal o lavado de activos, entre otros.

Al respecto, el superintendente de la Unidad de Inteligencia Financiera (UIF) de la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP (SBS), Sergio Espinoza, informó que dicha institución viene trabajando en un diagnóstico sobre el uso de las monedas virtuales.

“Conforme a la legislación peruana, las plataformas de administración de activos virtuales también serían incorporadas en la obligación de reportar sobre presuntos casos de operaciones sospechosas”, manifestó.

De otro lado, la presidenta de la WCA, Capítulo Perú, Mónica Huertas, tuvo la responsabilidad de moderar la tercera fecha del Congreso, en la cual, la superintendente adjunta de Asesoría



“Las transacciones de criptoactivos, al realizarse de manera anónima, representan un riesgo, pudiendo generar actividades delictivas como fraude y estafa”.

CARLOS CARO
Presidente de la Asociación
Peruana de Compliance



“La adecuada implementación del Código de Ética permite adoptar medidas preventivas y tener una mejor respuesta ante un conflicto”.

LILIANA GIL
Superintendente Adjunta de Asesoría
Jurídica de la SMV



“La ISO está comprometida a crear y utilizar normas para promover sociedades pacíficas e inclusivas, la buena gobernanza es clave para conseguirlo”.

SERGIO MUJICA
Secretario general de ISO

Jurídica de la Superintendencia de Mercados de Valores (SMV), Liliana Gil, precisó que si bien la mayoría de las sociedades peruanas han implementado un Código de Ética, todavía un 12% se resiste a implementarla.

“Las sociedades olvidan que esta herramienta es sumamente importante, porque al implementarla de manera adecuada se pueden adoptar medidas preventivas y tener un mejor manejo de presentarse un conflicto”, manifestó.

PYMES SIN COMPLIANCE

A su vez, la *regional manager Latin America* para el Proyecto Global Alliance for Integrity (Argentina), Carolina Echevarría, dijo que se ha identificado que en la región existe un alto nivel de pymes que no cuentan con un programa de Cumplimiento. “Si estas organizaciones no adoptan estos programas, es muy probable que desaparezcan del mercado”, advirtió.

Por su parte, el secretario técnico de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia de Indecopi, Jesús Espinoza, expresó que la implementación de los programas de

compliance debe considerarse como la primera línea de defensa para evitar que las empresas incurran en conductas anticompetitivas.

“LOS SISTEMAS DE COMPLIANCE YA ESTÁN PRESENTES EN EL SECTOR DEPORTIVO”, DIJO NOELIA ROMERO

“Las empresas deben seguir apostando por estos programas de cumplimiento en materia de libre competencia. Ello no debe ser visto como un costo, sino como una inversión”, anotó.

En la última fecha del Congreso el oficial de Cumplimiento de la CCL, Yusith Vega, presentó a la ex responsable de Ética y Compliance en el FC Barcelona (España), Noelia Romero, quien enfatizó que los sistemas de *compliance* ya están presentes en el sector deportivo.

“Desde el 2016, la FIFA y la Liga Española exigen a los equipos

profesionales de primera división a contar con un programa de *compliance* penal, requisito para que puedan jugar en cada temporada”, aseveró.

El secretario general de ISO, Sergio Mujica, desarrolló el tema de las normas internacionales como apoyo al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Señaló que la ISO está comprometida a crear y utilizar normas para promover sociedades pacíficas e inclusivas, siendo la buena gobernanza clave para conseguirlo.

“Las normas anticorrupción y *compliance*, buscan reconstruir la confianza; pues sin ella se encarecen los procesos y hace ineficiente todas nuestras actividades, por lo tanto, el construir confianza es invertir en la competitividad de los países y sus organizaciones”, remarcó.

Cabe anotar que el Congreso fue clausurado por la presidenta de la WCA Capítulo Perú, Mónica Huertas, luego de realizarse la firma de convenio entre la Asociación Gremial de Empresas de Productos Eléctricos Internacionales del Perú (EPEI-Perú) y WCA Perú.

Así también, se realizaron ocho talleres especializados en torno a las normas de cumplimiento.

EL COMPLIANCE: DECISIÓN ESTRATÉGICA PARA LAS ORGANIZACIONES

La carencia de valores y el riesgo del incumplimiento en general se convierten en factores comunes, que tienen graves implicancias en los negocios.



YUSITH VEGA ODES
Oficial de Cumplimiento de la CCL

Es de común conocimiento señalar que la raíz de la corrupción y de los delitos relacionados es la degradación moral y la falta de valores, que se basan en la acción y el efecto de corromper, dañar y destruir a las personas e instituciones por el afán de obtener ganancias o beneficios personales, muchas veces ilícitos a corto plazo.

Brindar un buen servicio, decir la verdad sobre los beneficios de un producto, pagar los tributos, cumplir con las políticas internas, entre otras; son obligaciones que debemos cumplir en nuestra organización y en nuestra vida personal, en función a la ética que hayamos formado a lo largo de nuestra vida.

Como consecuencia de la carencia de valores personales y organizacionales, el “riesgo del incumplimiento” en general se convierte en un factor común, que tiene graves implicancias en los negocios, erosionando la confianza de la organización y generando daños reputacionales, cuyos efectos podrían atentar gravemente contra su sustentabilidad.

Es ahí donde la implementación de estándares validados internacionalmente y probados con éxito en distintas organizaciones dan cuenta de que existen mecanismos muy efectivos para enfrentar de manera metodológica, ordenada y organizada el riesgo de la corrupción en cualquiera de sus modalidades.

A lo largo del *V Congreso Internacional de Compliance y Lucha Anticorrupción* organizado por la World Compliance Association y la CCL, hemos

escuchado testimonios y experiencias de destacados especialistas internacionales y nacionales, quienes señalaron cómo los Sistemas de Compliance están tomando una importante relevancia como agente de cambio y de mejora en todas las organizaciones; independientemente del tipo, tamaño y naturaleza de su actividad, sea en el sector público, privado o sin fines de lucro, pero compartiendo un mismo objetivo: buscar el desarrollo y crecimiento sostenible a largo plazo.

Es ahí donde los Sistemas de Compliance se convierten en una importante herramienta que promueve una Cultura de Cumplimiento en la organización, entendida como la extensión de la integridad en todas las actividades que realiza y entre todos sus directivos, empleados y stakeholders, mediante la aplicación de buenas prácticas, el cumplimiento de su código de ética, el fortalecimiento de sus valores corporativos y el principio del estricto cumplimiento normativo de su Sistema de Compliance.

Los Sistemas de Compliance están captando cada día el interés de la comunidad profesional, y sobre todo, en el campo empresarial, que consideran su implementación como “una inversión necesaria y estratégica” que no solo les permitirá a las organizaciones contar con un escudo protector ante la comisión de un presunto ilícito por parte de algún integrante de la empresa, sino que ven en su implementación, su mejor carta de presentación y sinónimo de confiabilidad ante sus stakeholders, aportándole un mejor posicionamiento en el mercado y mejores ventajas competitivas.



Transportes de Carga

y Operaciones Logísticas
en lima, callao y provincia

📍 GPS
☎ 992964786
🌐 <https://www.transportedecargadamares.com>



GRUPO FUERTE

Andamios Multidireccionales

Somos proveedores de andamios multidireccionales normados, contamos con el servicio más completo del mercado, el cual comprende: el asesoramiento, ingeniería, cálculo, comercialización, capacitación, acarreo y montaje. Para proyectos de construcción, arquitectura, mantenimiento industrial, para labores en mina, y en plantas de alimentos.



Estructuras Metálicas

Fabricamos estructuras metálicas de diversos tamaños, pesos y geometrías, según las necesidades de cada cliente, cumpliendo con los más exigentes estándares de calidad. Ofreciendo un servicio integral que inicia desde el cálculo y diseño de ingeniería, la pre-fabricación de los elementos metálicos y finalmente el montaje y/o instalación del producto.



@andamiosfuerte.com



922 227 484
924 527 105

Andamios Fuerte
Calle Marcos Farfán 3430, Independencia
www.andamiosfuerte.com



VÍCTOR ZAVALA

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

Conforme a las normas laborales vigentes, todo trabajador que ingresa a laborar a una empresa, con contrato indefinido o a plazo fijo, debe ser registrado dentro de las 72 horas en la planilla, aun cuando labore menos de 4 horas diarias y se encuentre en periodo de prueba.

El trabajador que presta servicios dependientes o subordinados tiene derecho a percibir la remuneración convenida por la prestación de los servicios, la que puede pagarse en forma semanal, quincenal o mensual, según lo hayan acordado el empleador y el trabajador.

En este informe puntualizamos las reglas básicas que los empleadores y trabajadores deben tener en cuenta, respecto de los conceptos remunerativos y los no remunerativos que las empresas otorgan a sus trabajadores y que, finalmente, tiene incidencia en el pago de los beneficios sociales que la ley dispone.

Los artículos 6 y 7 del TUO del D. Leg. 728 – *Ley de Productividad y Competitividad Laboral* – (DS 003-97-TR de 27.03.97) establecen cuáles son los conceptos remunerativos y los conceptos no remunerativos, estos últimos no computables para el pago de la compensación por tiempo de servicios (CTS), gratificaciones, utilidades, horas extras y otros beneficios laborales.

Concepto de remuneración.-



REGLAS BÁSICAS SOBRE SALARIOS Y CONCEPTOS NO REMUNERATIVOS

En el siguiente informe detallamos todo lo que empleadores y trabajadores deben tener en cuenta sobre las remuneraciones y los aspectos que no deben ser considerados como tales.

Se considera remuneración para todo efecto legal (CTS, gratificaciones, vacaciones, horas extras, etc.) al íntegro de lo que el trabajador percibe como retribución por los servicios prestados, en tanto se cumpla las condiciones siguientes:

- Que se pague como retribución por los servicios prestados bajo subordinación o dependencia.
- Cualquiera sea la denominación que se le dé al concepto pagado al trabajador. En consecuencia, se considera remuneración al sueldo, salario, jornal, haber, comisiones, bonificaciones y otros, en tanto se trate de una retribución por los servicios prestados a la empresa.
- Que la retribución pagada sea de libre disposición del trabajador.

Alimentación principal.- Se incluye como remuneración a la alimentación principal que se otorga al trabajador, concepto que debe ser valorizado y debe constar en la planilla y en la boleta de pago que se le entrega. Se entiende como alimentación principal, indistintamente el desayuno, almuerzo, cena o comida, excluyéndose al refrigerio, esto es, el alimento corto (fruta, bebida, sándwich y similares) que el trabajador percibe sin paralizar sus labores ordinarias.

Remuneración por hora.- El artículo 8 del DS 003-97-TR dispone que podrán establecerse remuneraciones por hora efectiva de trabajo. Para tal efecto, el valor día efectivo de trabajo se obtiene dividiendo la remuneración mensual, quincenal o semanal, entre 30, 15 o 7, respectivamente, según se haya acordado la periodicidad de pago.

Remuneración mínima.- La remuneración mínima del trabajador que labora la jornada de 8 horas diarias o 48 semanales, en todas las actividades económicas, desde abril de 2018 es equivalente a S/ 930 mensuales o S/ 31 diarios.

Para los trabajadores que prestan servicios a tiempo parcial, esto es, por menos de 4 horas diarias, la remuneración mínima podrá pagarse en proporción a las horas laboradas.

Remuneración de comisionistas.- Los vendedores, cobradores, mensajeros y otros similares que prestan servicios directamente al público y fuera de los centros de trabajo, pueden percibir un sueldo básico más comisiones o solo comisiones, según se haya acordado con el empleador. Cuando el comisionista, que labora regularmente y en determinado mes, no llega al sueldo mínimo en sus comisiones en dicho mes, el trabajador tiene derecho a percibir la remuneración mínima.

LOS QUE LABOREN EN SU DÍA DE DESCANSO, SIN DESCANSO SUSTITUTORIO, PERCIBEN TRIPLE REMUNERACIÓN

Remuneración integral.- Con los trabajadores que perciben una remuneración mensual no menor a 2 UIT (S/ 8.800), la empresa puede acordar el pago de una remuneración anual integral, en sustitución de los derechos y beneficios legales o convencionales, excepto en la participación de las utilidades que genere la empresa (D. Leg. 892).

Remuneración por trabajo nocturno.- Se considera jornada nocturna de 10:00 pm a 6:00 am, la que en lo posible debe ser rotativa. No existe norma legal que disponga un pago adicional por jornada nocturna, salvo para aquellos trabajadores que perciben la remuneración mínima de S/930, quienes sí tienen derecho a percibir un 35% adicional por jornada nocturna.

Descanso semanal.- La remuneración del día de descanso semanal es equivalente al de una jornada ordinaria y se paga en proporción a los días laborados en la empresa.

Los trabajadores que laboran en su día de descanso semanal, sin descanso sustitutorio en otro día, perciben triple remuneración diaria, una por el descanso semanal, otra por el trabajo realizado y otra como sobretasa por haber laborado en su día de descanso semanal, siempre que no sea sustituido por otro día de descanso.

Remuneración de feriados.- Los feriados nacionales se pagan a los trabajadores sin haber prestado servicios. Si el trabajador labora en día feriado, sin descanso sustitutorio, percibe una remuneración diaria por el feriado y doble remuneración diaria por haber laborado en día feriado sin descanso sustitutorio, según lo dispuesto por el D. Leg 713.

Remuneración vacacional.- Conforme a los artículos 15 y 16 del D. Leg. 713, la remuneración vacacional es equivalente a la que el trabajador hubiera percibido habitualmente de continuar laborando; se paga al trabajador antes del inicio del descanso. El aumento de sueldos durante las vacaciones, se reintegra al trabajador a su retorno al centro de trabajo.

Remuneración de gratificaciones.- Conforme al artículo 3 del Reglamento de la Ley de Gratificaciones (DS 005-2002-TR), la remuneración a considerar para el pago de las gratificaciones por Fiestas Patrias y Navidad es la que tuviera el trabajador al 30 de junio y al 30 de noviembre, respectivamente.

Remuneración para el depósito CTS.- Para el depósito semestral de la CTS, se debe tener en cuenta la remuneración que tuviera el trabajador al 30 de abril y

al 31 de octubre, respectivamente, a la que debe agregarse un sexto de la gratificación percibida en el semestre correspondiente.

Horas extras.- Las horas extras realizadas se remuneran con el 25% de sobretasa las 2 primeras horas y con el 35% adicional por las horas restantes, según el DS 007-2002-TR, TUO del D. Leg. 854.

Asignación familiar.- La asignación familiar que se otorga al trabajador con hijos menores de 18 años o mayores de edad que siguen estudios superiores hasta los 24 años de edad, es equivalente al 10% de la remuneración mínima (S/ 93). Si ambos cónyuges laboran en la misma empresa, cada uno de ellos percibe el íntegro de la asignación familiar, según lo establecido por la Ley 25129 y su Reglamento.

CONCEPTOS NO REMUNERATIVOS

Conforme al artículo 7 del DS 003-97-TR, concordante con el artículo 19 de la Ley de CTS (DS 001-97-TR de 01.03.97), se consideran conceptos no remunerativos – no computables para el pago de beneficios laborales, los siguientes:

Las gratificaciones extraordinarias.- Esto es, las otorgadas voluntaria y excepcionalmente por el empleador o las acordadas con el sindicato, distintas a las gratificaciones legales de julio y diciembre. Se incluyen como gratificación extraordinaria a la bonificación por cierre de pliego, que la empresa acuerda con el sindicato.

Participación en las utilidades.- No son computables para el pago de los beneficios laborales, el monto de las utilidades que la empresa distribuye a sus trabajadores, luego de presentar su declaración anual del impuesto a la renta. Este concepto incluye a cualquier otra forma de participación en las utilidades que

se haya acordado en la empresa o que haya sido otorgada voluntariamente por el empleador.

Condiciones de trabajo.- Se consideran condiciones de trabajo a las sumas que otorga el empleador para el cabal desempeño de las labores del trabajador o con ocasión de sus funciones tales como, vestuario, zapatos, guantes, casco y otros bienes o servicios, indispensables para la prestación de los servicios encomendados.

Canasta de Navidad.- No tienen efecto remunerativo el valor de la canasta de Navidad y similares que la empresa otorga a sus trabajadores por determinada festividades.

LOS CONCEPTOS NO REMUNERATIVOS SE DEBEN VALORIZAR Y CONSIGNAR EN LA BOLETA DE PAGO DEL TRABAJADOR

Valor del transporte.- Es aquel que cubre razonablemente el traslado del trabajador desde su domicilio al centro de trabajo y viceversa. Se incluye en este concepto el monto fijo que el empleador otorgue por pacto individual o convención colectiva, siempre que se trate de un monto razonable, para el traslado del trabajador.

Asignación/bonificación por educación.- Que la empresa otorgue para la educación del trabajador o su familia. Incluye pagos por matrículas, pensiones y otros que deben ser sustentados con el comprobante que otorgue el centro educativo.

Bonificaciones excepcionales.- Son aquellas que se otorgan

excepcionalmente, por ejemplo, por cumpleaños y matrimonio del trabajador, por nacimiento de hijos, por fallecimiento y aquellas de semejante naturaleza. Igualmente, comprende las asignaciones que se abonen con motivo de determinadas festividades, siempre que sean consecuencia de una negociación colectiva.

Bienes de la propia empresa.- Asimismo, no tienen naturaleza remunerativa los bienes de la propia producción de la empresa que otorgue a sus trabajadores, en cantidad razonable para el consumo directo del trabajador y su familia.

Movilidad/viáticos.- Igualmente, no tienen efecto remunerativo los montos que la empresa otorgue al trabajador para el desempeño de sus labores, tales como: movilidad, viáticos, gastos de representación, vestuario y, en general, todo lo que razonablemente cumpla con tal objeto y no constituya beneficio o ventaja patrimonial para el trabajador. Los montos por movilidad –para el desempeño de las funciones del trabajador–, deben comprender a los vendedores, cobradores, mensajeros y otros que laboran fuera del centro de trabajo y no a aquellos que laboran en el interior de las empresas (DS 159-2007-EF de 16.10.2007).

Alimentación indispensable.- No se considera remuneración la alimentación principal proporcionada directamente por el empleador, cuando sea indispensable para continuar prestando los servicios en lugares distintos a su centro laboral; asimismo, cuando se trate de prestaciones alimenticias que se otorguen por mandato legal (Art. 20 Ley de CTS).

Registro en planilla.- Los conceptos no remunerativos se deben valorizar y consignar en el rubro “conceptos no remunerativos” de la planilla y en la boleta de pago que se entrega al trabajador.

ENSAYO Y ERROR GENERAN GRAN VALOR EMPRESARIAL

Lo que se propone para el enriquecimiento integral como empresarios, es valorar la importancia del error en el mundo de la innovación.

Ningún ser en esta vida nace sabiendo, el conocimiento se obtiene a través de experiencias o recibiendo de nuestros maestros. Muchas veces el error es satanizado al extremo como algo no deseable o que nos quita valor, tiempo, recursos y afines.

La gran verdad es que el error nos lleva al aprendizaje real y efectivo, es decir, se tiene que vivir en “carne propia” las consecuencias del error para no volver a cometerlo y tomar mejores decisiones a futuro.

Lo que se propone para el enriquecimiento integral como empresarios es valorar la importancia del error en el mundo de la innovación, como parte del pago justo a la grandeza, al conocimiento, a lo nuevo, y que impresiona al mercado.

Es así que grandes científicos y artistas han demostrado gran resiliencia, resistencia e inteligencia, hasta llegar a la perfección. Forma parte de la evolución de la humanidad el aprendizaje mediante el error.

Esto implica como empresarios perder el miedo o condenar al extremo el error dentro de un sistema de innovación o perfeccionamiento continuo empresarial. Abrir la mente a un mundo de posibilidades infinitas donde todo es posible y hay que elegir alternativas que sean viables en la realidad; esto implica el ensayo y error como mecanismo de validación, aprendizaje y evolución.

El ensayo y error también implican una estrategia clara de responsabilidad y disciplina mediante los denominados “riesgos

medidos”. Es decir, no se puede llevar a un extremo negativo de cometer una serie de errores que pongan en riesgo o bienestar de la vida empresarial. Esto no es coherente ni responsable como líderes empresariales. La esencia es que haya una estrategia con plazos y presupuestos establecidos para el ensayo y error.

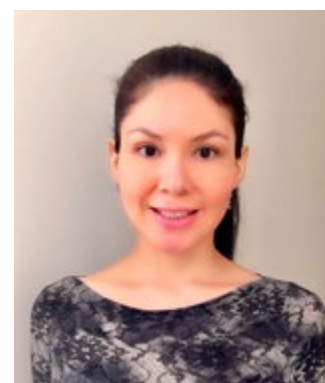
“LA IDEA ES QUE HAYA UN EQUIPO MULTIDISCIPLINADO DISPUESTO A APRENDER”

Parte de ser empresarios es jamás perder la curiosidad por lo nuevo porque ahí radica la zona del éxito, donde sí o sí hay que atreverse a cruzar en el ciclo empresarial y evolución personal.

Otro aspecto clave es jamás perder la humildad para aprender. La idea es que haya un equipo multidisciplinado donde todos estén dispuestos a aprender y a brindar sus conocimientos en aportes.

También es sumamente positivo que el equipo sea de expertos para aminorar las probabilidades del error, esto es una inversión en tiempo y recursos. A promover una cultura donde el ensayo y error formen parte del éxito innovador empresarial.

“Si no estás cometiendo ningún error, no estás innovando. Si estas cometiendo los mismos errores, no estás aprendiendo” (Rick Warren).



KARLA HORNA URDAY

Abogada, empresaria y consultora política

Experta en emprendimiento, innovación y liderazgo



ROBERTO YUPANQUI
ASESOR LEGAL - CCL

CONSULTAS:
RYUPANQUI@CAMARALIMA.ORG.PE

NUEVO PERSONAL Y REACTIVACIÓN

A la fecha, todas las regiones del país se encuentran en el nivel moderado en relación a la pandemia ocasionada por la COVID-19. Es así que los aforos y actividades económicas permitidas se encuentran en la mayor etapa de reactivación desde que iniciara la pandemia. En ese sentido, puede darse el caso de que las empresas opten por contratar nuevo personal para atender los requerimientos de las actividades que se desarrollen. Al respecto, traemos a colación los contratos sujetos a modalidad, específicamente dos modalidades: (i) el contrato por “inicio o incremento de actividad” y (ii) los “otros contratos sujetos a modalidad”, cuya posibilidad de contratación se regula por efecto del Art. 82° del Decreto Supremo 003-97-TR.

Respecto al primero, veamos algunas opciones de aplicación: (i) porque el empleador requiere personal por el inicio de la actividad empresarial (nuevos emprendimientos); (ii) porque se va desarrollar una nueva actividad empresarial, distinta a las que se venían realizando (ampliación de giro de actividades, nuevos proyectos); (iii) porque se accederá a un nuevo mercado (casos de internacionalización, por ejemplo); (iv) porque se ha aperturado un nuevo establecimiento (local adicional de atención al público); y (v) porque ha existido una variación positiva y ordinaria en las ventas.

En todos estos casos es posible contratar personal temporal hasta por tres años. El otro caso tiene que ver con la posibilidad de suscribir contratos temporales en tanto el objeto de contratación responda a un hecho que requiera una contratación temporal –y no permanente–, además de que la duración sea la adecuada en función al servicio que deba prestarse. La COVID-19, la necesidad de ajustar protocolos y/o contar con personal especializado, en algunos casos específicos, podría ser tomado en cuenta para esta clase de contratos, los que podrían extenderse hasta el término de la emergencia sanitaria.



Milagros García
Miraflores

¿CUÁL ES EL ÚLTIMO CRONOGRAMA DE REVALIDACIÓN DE LICENCIAS DE CONDUCIR?

De acuerdo a la Resolución Directoral N° 34-2021-MTC/18, las licencias con certificado de salud prorrogado hasta el 31.12.2021, considerarán las siguientes fechas: (i) A-III (categoría especial): octubre 2021; (ii) A-II: noviembre 2021; (iii) A-I (clase B): diciembre 2021. En tanto sin certificado de salud: (i) Licencia de categoría especial: octubre 2021; (ii) A-II y III: noviembre 2021; y (iii) A-I (clase B): diciembre 2021.



Elizabeth Medina
Surco

¿HASTA CUÁNDO ESTÁN SUSPENDIDOS LOS VUELOS DESDE SUDÁFRICA?

Mediante Resolución Ministerial N° 949-2021-MRC/01, publicada en el diario oficial *El Peruano*, edición extraordinaria, la suspensión de los vuelos de pasajeros provenientes de la República de Sudáfrica y que fuera dispuesta mediante la Resolución Ministerial N° 877-2021-MTC/01, de fecha 30 de septiembre de 2021, se ha prorrogado hasta el 31 de octubre de 2021.



Sergio Canales
Surquillo

¿CUÁNDO SE CONSIDERA A UN TÍTULO VALOR “EN BLANCO” O “INCOMPLETO”?

Cuando habiendo sido emitido (firmado), debe ser completado conforme a los acuerdos arribados con el girador o girado. Por ejemplo, se emite la letra de cambio, sin embargo, la fecha de vencimiento o el monto quedan en blanco, debiendo ser completados en la forma y oportunidad pactada con el girador o girado. Cabe indicar que quien emite o acepta un título valor incompleto, tiene el derecho de obtener una copia del mismo, además del documento donde consten los acuerdos referidos a la forma en que se llenará el título valor.

Para consultas, escribanos a:
glegal@camaralima.org.pe o
llámenos al **219 - 1594**.

“CONTAMOS CON ALTOS ESTÁNDARES EN ANÁLISIS DE LABORATORIO Y ASESORÍA”

La gerente comercial de Eurolab, Ingrid Farman, afirma que sus centros de competencia brindan un servicio de análisis y muestreo confiable para el sector agroindustrial y alimentario.

A pesar de tener pocos años en el mercado, Eurolab –avalada por la red internacional de laboratorios Eurofins– es reconocida como una empresa dedicada al servicio de análisis, ensayos, pruebas, muestreos y consultorías para el sector alimentario, agroindustrial y ambiental.

“Eurolab nace en el 2019 ante la gran demanda de empresas peruanas y latinoamericanas que estaban en la búsqueda de un socio estratégico. Hoy somos reconocidos por nuestros altos estándares en materia de laboratorio y asesoría los 365 días del año y las 24 horas del día”, manifiesta la gerente comercial de la firma, Ingrid Farman Díaz.

Afirma que ser socios de cooperación con Eurofins les ha permitido acceder a una red de más de 800 laboratorios a nivel mundial, con presencia en 50 países y más de 100.000 métodos analíticos acreditados.

Estos laboratorios son centros de competencia (laboratorios especializados) en pesticidas, dioxinas, microbiología, vitaminas, ensayos genéticos, etc., garantizando muestras descentralizadas y evitando que se generen cuellos de botella ante la alta demanda de análisis y muestras.

Afirma que los análisis son realizados por personal altamente calificado, lo que es sumamente importante para cumplir con los requerimientos de los clientes y la regulación que cada país exige.

“Por ello, somos socios estratégicos de nuestros clientes, atendiendo las demandas del mercado europeo, norteamericano y asiático. De esta manera los acompañamos en toda la actividad exportadora”, indica Farman.

Así también, en esta crisis sanitaria han podido sobrellevar las diferentes restricciones nacionales e internacionales que se dieron en el marco de la COVID-19, permitiendo a Eurolab encontrar mejores alternativas y soluciones, mediante su principal recurso: su equipo de profesionales. “Ello ha permitido que sigamos generando experiencia de marca, logrando una alta recordación, fidelización y expansión a nuevos mercados dentro de la región”, anota.

Eurolab cuenta con el aval de la red internacional de laboratorios Eurofins.



EMPRESAS Y EJECUTIVOS

Inka Money (CCL: 00053395.4) ofrece el servicio de compra y venta de dólares vía *online* mediante su plataforma web www.inkamoney.com, atendiendo a empresas y personas de forma competitiva, ágil y segura. "Ofrecemos cambios inmediatos con los bancos BCP, BBVA e Interbank, y una alta competitividad para el tipo de cambio. Inka Money contribuye con la educación e inclusión financiera en el Perú, democratizando y promoviendo la gestión financiera personal y empresarial", refirió la empresa.



Senati (CCL: 007622.4) comunica que la encuestadora IPSOS realizó el estudio *Imagen y Percepción de Institutos y Universidades en el Perú*, cuyos resultados reafirmaron a Senati como el mejor instituto del Perú por 11 años consecutivos. El estudio también reveló que uno de cada tres jóvenes elige Senati para optar por una carrera técnica. De igual manera, los resultados de la encuesta indicaron que uno de cada tres jóvenes señala que optaría por Senati. "Estos resultados reafirman el liderazgo de la institución en excelencia académica", señaló la institución.



CP Building S.A.C. (CCL: 00053511.7) está dedicada al desarrollo de edificios multifamiliares, especialmente en el distrito de Santiago de Surco, que ofrece actualmente dos proyectos ubicados estratégicamente con fácil acceso a avenidas principales, supermercados, parques y centros comerciales. "Los más de 15 años en el sector inmobiliario nos dan la experiencia y conocimiento para acompañar a nuestros clientes a cumplir el sueño de su nuevo hogar y vivir en familia", afirmó la empresa.



MediaBiz (CCL: 00053304.4) es un emprendimiento que surgió de dos palabras: Media, que abarca la comunicación por redes sociales, y Biz, que incluye todo lo que es comercio exterior. La creación de MediaBiz es para ayudar a emprendedores y microempresarios a desarrollar sus habilidades para el comercio exterior y hacer crecer su negocio con el marketing digital, a fin de posicionarse en el mercado local e internacional. Informes en: mediabiz.global@gmail.com; WhatsApp 958585237 o visite <https://bit.ly/3ATeVIR>.



Durabuild S.A.C. (CCL: 00052830.0) lanza proyecto 100% consolidado con entrega inmediata, el cual cuenta con lotes de 700 metros cuadrados 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 unos cerros blancos únicos a nivel nacional, a tan solo unos minutos de Paracas. Para más información puede comunicarse al 997169379 o ingresar a la página <https://selecthomes.pe/>



Durante los meses de octubre y noviembre, **Corporación Vega S.A.C.** (CCL: 011222.4) y Cáritas Lima, vienen realizando la campaña "Producto Solidario" con las marcas Timonel y V'Clean. Así, un porcentaje de las compras, sea en tiendas y bodegas, se destinan a Cáritas para desarrollar sus ejes de acción: alimentación, salud, educación y vivienda, en favor de las poblaciones vulnerables. Esta alianza, muestra que la unión entre las grandes instituciones genera bienestar a las poblaciones de nuestro país.



Corro & Abogados (CCL: 00053358.7) son profesionales en materia legal y financiera con 25 años de experiencia en el mercado panameño. Apoyan a la internacionalización de su negocio con la constitución de sociedades anónimas, fundaciones o residencia permanente de inversionistas calificados en Panamá. Brindan, además, asesoría y gestión para cuentas bancarias personales y empresariales panameñas o peruanas. Contacto en info.corrocva@gmail.com y +507-64119085 y +507-6617321.



EMPRESAS Y EJECUTIVOS

Señales y Gráficos Perú S.A.C. (CCL: 00051351.7) se especializa en la fabricación y suministro de señales. Cuentan con personal, maquinaria y experiencia que le brindará la mejor atención. "Todas nuestras señales están fabricadas con materiales de primera calidad, resistentes a la intemperie y cambios climatológicos (lluvia, frío, calor), lo que nos permite entregarle un producto garantizado, que cumple con las normas NTP 399.010-1", afirmó la empresa. Para más información, visite la web <https://eystotalseguridad.com/>



Maprial S.A.C. (CCL: 00053237.3) es una empresa especializada en el comercio y abastecimiento de insumos e ingredientes para la industria alimentaria, aseo personal y químicos entre otros. "Tenemos más de 23 años de experiencia en Bolivia y 7 años en Perú. Proveemos insumos de calidad a precios competitivos, cuidando las relaciones y negocios de nuestros clientes", señaló la compañía. Más información ingresando en www.maprial.com.pe, info@maprial.com.pe o llame al (+511) 348 2802 / (+51) 959 497 951.



DCC Consultores S.A.C. (CCL: 00053370.3) y su firma Caro & Asociados lo invita a participar del segundo curso internacional de *Compliance and Corporate Defense*, organizado en conjunto con la Asociación Peruana de Compliance. Inicia el 26 de octubre, con una duración de 32 horas, con 12 módulos, 3 workshops y una conferencia inaugural. Además, reunirá a 19 docentes nacionales e internacionales con más de 10 años de experiencia en educación *online*. Informes en rsaldarriaga@ccfirma.com o llamando al (51) 940 068 048.



RBA Consultores y Asociados S.A.C. (CCL: 00044531.5) comunica el inicio de su campaña de auditoría tributaria preventiva que comprende la revisión del cálculo del Impuesto a la Renta 2021, identificando potenciales riesgos ante una fiscalización tributaria. "Asegure la devolución de sus impuestos o la compensación contra otras deudas tributarias en caso cuente con créditos tributarios", refirió la empresa. Informes al 961932067 ó 989367884, juan.roca@roca-asesores.com.pe / juan.albertoparedes@roca-asesores.com.pe.



Industria Sustentable GYM S.A.C. (CCL: 00053630.1) presenta "Agua de Mesa Sustentable", un producto naturalmente alcalino, purificado y ozonizado. "Se trata de la mejor opción para cuidar su salud y mantenerse hidratado. Nuestros sistemas de tratamiento de agua están diseñados con la mejor tecnología, lo que nos permite ofrecerles a nuestros consumidores un producto de calidad y garantía en diferentes presentaciones", dijo la compañía. Para mayor información sobre el producto, puede llamar al teléfono 957 385 099.



Riqra (CCL: 00053148.6), emprendimiento peruano, alcanzó los US\$ 200 millones en GMV el pasado lunes, indicador que mide el total de ventas realizadas por sus clientes en 10 países a través de su plataforma de comercio electrónico. Esta cifra había sido alcanzada anteriormente solo por *marketplaces* nacionales. "¿Quieres abrir una tienda *online* y alcanzar mayores ventas B2B? Conozca más de esta plataforma y digitalice sus ventas en www.riqra.com, marketing@riqra.com o llame al +51 939 046 383", informó la empresa.



Grupo Mancero cuenta con más de 32 años en el mundo del comercio exterior y tiene presencia en diversos países de la región. Se estableció en Perú en 2010 con **Emaximan Logistic Inc. S.A.C.** (CCL: 00035482.3), el cual tiene el agrado de anunciar su onceavo aniversario en el mercado, años dedicados con pasión y compromiso a la logística internacional. "Agradecemos la labor de nuestros colaboradores, su desempeño y profesionalismo durante todos estos años", manifestó la compañía.



ANIVERSARIO DE ASOCIADOS

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

OCTUBRE

SÁBADO 16

Agroempaques S.A.
Amfa Vitrum S.A.
Andikem Peru S.R.L.
Brain Consulting S.A.C.
Cassado S.A.
Climayre S.A.C.
Don Italo S.A.C.
Drolab E.I.R.L.
Estudio Valencia S.Civil.R.L..
Flujo Libre S.A.C.
Instituto De Altos Estudios
En Gestión Publica S.A.C.
Magic Color S.A.C.
Miranda Maguiña
Diego Sebastián
Optima Factoring Perú S.A.C.
Panamericana Televisión S.A.
Tiendas Ishop Del Perú S.A.C.

DOMINGO 17

Aov Abogados S.A.C.
Asientos Componentes
& Servicios S.A.C.
Baby Ñañitas E.I.R.L.
Bagues Peru S.A.C.
Bencor Servicios
Generales S.A.C.
Bls Peru Business E.I.R.L.
Com.Tacto Servicios
Y Venta E.I.R.L.
Dea Promotora S.A.
Empresa De
Telecomunicaciones
Multimedia Alfa S.A.C.
Empresas Comerciales S.A.
Engels Merkel & Cía.
(Perú) S.A.C.
Exfa Perú Servicios
Generales S.A.C.
Grupo G-Trade S.A.C.
Industria Metálica
Bullon S.A.C.
Ingrecorp S.A.
Jeunesse Global Perú S.R.L.
Nefrovidad La Florida S.A.C.
Runayay Peru S.A.C.
Soluciones Farmacéuticas
E Ingeniería S.A.C.

LUNES 18

Andina Medica Filial Perú

Asociación Peruana De
Experiencia De Cliente
Desarrollos Químicos
Modernos S.A.
Euroflex Peru S.A.C.
Farr Tours S.A.
Financiera Para
Emprendedores S.A.C.
Grupo Importador
Juval E.I.R.L.
Haukaypata S.A.C.
Neuma Perú Contratistas
Generales S.A.C.
Peruana De Moldeados S.A.C
Representaciones
Marujita S.A.C.
Servicios Marítimos
Santa Elena S.A.C.

MARTES 19

Agental Perú S.A.C.
Alta Sierra Asesores Y
Consultores S.A.C.
Caja Municipal De Ahorro
Y Crédito De Trujillo S.A.
Dent Import S.A.
Electrocom Ingenieros S.A.C.
Factio Qualitas S.A.C.
Instituto De La Mama S.A.C.
Inverpets E.I.R.L.
La Flor De La Punta S.R.L.
Latin Beauty Company E.I.R.L.
Línea Nuova S.A.
M & O Consultoría
& Capacitación
Alimentaria S.A.C.
Tca Soluciones
Empresariales S.A.C.
Yuri Ingenieros S.A.C.

MIÉRCOLES 20

Asvi Bienes & Servicios E.I.R.L.
Centro Turístico El
Paraíso Iqueño E.I.R.L.
Cisneros Álvarez
Ernesto Rafael Jesús
Ferprosa S.A.
Grupo Bazán Ingeniería S.A.C.
Industrias Metálicas
Kiamel S.A.C.
Inversiones D'Kasa S.A.C.
J.R.Z. Valuaciones S.A.C.
Laive S.A.
Mitor Ingenieros S.A.
Perú Innovaciones Y

Modas Textiles S.A.C
Peruvian Color S.R.L.
Química & Negocios S.A.C.
Rodríguez Puma
Richard William
Sociedad Anónima
Fausto Piaggio
Varifarma Perú S.A.C.
Vida Software S.A.C.
Wimpon S.A.C.
Xubium S.A.C.

JUEVES 21

Agro Veterinario
Santa Rosa S.A.
Asociación Peruana De
Empresas De Corredores
De Seguros
Bio Frutos S.A.C.
Boyles Bros Diamantina S.A.
Caja Municipal De
Ahorro Crédito Ica S.A.
Cepbank Perú-Centro De
Capacitación Bancaria
Del Perú E.I.R.L.
Cía. Importadora Derteano
& Stucker S.A.C.
Compañía Minera
Mineralium S.A.C.
Diseños Flores S.R.L.
Gastroequipos Corp.
Perú S.A.C.
International Medical
Devices S.A.C.
Modepsa S.A.C.
Solo Buenas Cosas S.A.C.
Soluciones Empresariales
De Redes &
Telecomunicaciones S.A.C.
Suarez Y Anastasio Asesores
Empresariales S.A.C.
Tecnomin S.A.C.
Zwei Hunde Ingenieros S.A.C.

VIERNES 22

Av. Operador Logística S.A.C.
Cárdenas Condori
Wenceslao Leonardo
Cmit Ingenieros S.A.C.
Corporacion Kimluha S.A.C.
Dls Money E.I.R.L.
Everis Peru S.A.C.
Gano Life S.A.C.
Gi Administradora De
Negocios E Inversiones S.A.C.

Go House Inmobiliaria S.A.C.
Hecmaq S.A.C.
Hermanos Urteaga
Contratistas S.R.L.
Innovate Import Peru S.A.C.
Iso Hub Company S.A.C.
Management Sciences
For Health-Peru
Mattos Vines Adolfo
Maxxis Diesel E.I.R.L.
Metal Mecanica Industrial
Perez Charri S.R.L.
Newcom International
Peru S.A.C.
Procesos De Color S.A.
Rash Peru S.A.C.

SÁBADO 23

Acua - Terra S.A.C.
American Hosp Scief
Equip Co Del Peru S.A.
Austral Peruvian E.I.R.L.
Banexcoin S.A.
Chef Rama
International S.A.C.
Collecte Localisation
Satellites Peru S.A.C.
Control Audiovisual S.A.C.
Cortezgallo Marketing E.I.R.L.
Costamar Travel Cruise
& Tours S.A.C.
Dblux S.A.C.
Encalada Ormeño Ricardo
Factotum Y Asociados S.A.C.
G.N.A. Medica E.I.R.L.
Grd Peru S.A.C.
Grupo Kuria S.A.C.
Lagroup Soluciones
Creativas S.A.C.
Ppro Peru S.A.C.
Rojas Atahualpa Guissela
Sinergia Creativa S.A.C.
Sino Mimaq S.A.C.
Syz Control De Fluidos S.A.C.
Técnicas En Ingeniería
Oleohidraulicas S.A.C.

DOMINGO 24

Blue Label Diamond S.A.C.
Cegne Claretiano
Centro De Negocios
Integrales S.A.C.
Comité De Administración
Del Fondo De Asistencia Y
Estimulo De Los Trabajadores

La Cámara

REVISTA DIGITAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

— Toda la —
información
en tus manos



CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

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.

Del Sector Educación
Corporación Pro E.I.R.L.
Domínguez Abanto
María Yolanda
Expander Peru S.A.C.
Greds & S Peru S.A.C.
Onboard Entertainment S.A.C.
Opl Pacifico Express S.A.C
Transportes & Mudanzas
Imanol S.A.C.
Uniaduanas Agente
De Aduanas S.A.C.

LUNES 25

Abl Alpstein S.A.C.
Adams Aguilar Jorge
Alaser Perú E.I.R.L.
Alvarado Puertas
Patricia Carmen Rosa
Apolaya Arquitectos
S.A.C. Apolarq S.A.C.
C.A.H. Contratistas
Generales S.A.

Caferma S.A.C.
Centro Integral Medico
Para La Obesidad S.R.L.
Chapa Cash Inversiones S.A.C.
Compañía Americana
De Conservas S.A.C.
Cooperativa De Servicios
Múltiples Manuel
Polo Jiménez
Corporación Maucari S.A.C.
First Control E.I.R.L.
Group Service Elite S.R.L.
Importadora Global
Medical S.A.C.
Medi Matic S.A.C.
Negociadora
Empresarial S.A.C.
Perdicci Alvarado
José Alberto
Rasil S.R.L.
Seaircore Servicio De
Aire Acondicionado Y
Refrigeración S.A.C.
Vancargo Group S.A.C.

MARTES 26

Aldo Editores
Importadores S.A.C.
Asociación De Ayuda
Al Nino Quemado
Biblioteca Biomédica S.A.C.
Consorcio Maderero S.A.C.
Corporación Damher S.R.L.
Importaciones Real
Automotriz S.A.
Insofti Solution S.A.C.
Macc-Her Representaciones
S.R.L.
Multidecor Centro Del Hogar
Y De Comercio E.I.R.L.
New Athletic Group S.A.C.
Técnicos En Decoración S.A.C.
Transportes Huáscar S.A.
Vita Pharma S.A.C.

MIÉRCOLES 27

Anders Ziedek Werner Hans
Crece Capital S.A.C.
Eden Pharmaceutical S.A.C.
Empresa Proveedora
Familiar Amy S.A.C.
Innovarte S.A.
María N J V Mujica Barreda
Peruvian Corporation
Aqua Alevines S.A.C.
Toutatis Client Services
Peru S.R.L.

JUEVES 28

Bioservice S.R.L.
Cámara De Comercio
De Chilca-Pucusana
Cámara De Comercio E
Industria Peruano-alemana
Carlos Bello S.A.C.
Cooperativa De Ahorro
Y Crédito Abaco
Droguería G & A S.A.C
Franquicia Inmobiliaria
Del Perú S.A.C.
Ingeniería Mvd S.A.C.
La Casa Del Alfajor S.A.C.
Plus Cosmetica S.A.
Super Tours S.A.C.
Supertec S.A.C.
Transportes Montano E.I.R.L.
Valvosanitaria S.A.
Wyckoff Perú
Conexión E.I.R.L.

VIERNES 29

Biogenics Lab S.A.C.
Chaman Publicidad S.A.C.
Envasadora De Productos
Premium S.A.C.
Eximport Distribuidores
Del Perú S.A.
Graficados S.A.C.
Grupo Green Planet S.R.L.
Hap Logistic E.I.R.L.
Inmobiliaria Los Alizos E.I.R.L.
Lizjim S.A.C.
Medina Silva Magaly Fiorella
Peruvian Seamen
Management S.R.L.

SÁBADO 30

Blindados Perú S.A.C.
Coop. Ind. Manufacturas
Tres Estrellas
Corporación L & A
Import S.A.C.
Corporación Soluciones
De Gestión S.A.C
Cramer Peru S.A.C.
Crocí Andrea
Estudio Muñiz S.Civil.R.L.
Huapaya Morales Milagros
De Los Ángeles
Praxis Comercial S.A.C.
Sr De Los Milagros
Cargo E.I.R.L.
Supply & Innovation S.A.C.
Wex Perú International S.A.C.

DOMINGO 31

Albaluz S.R.L.
Asb Estudio Contable
Y Auditoria S.A.C.
Aym Elevadores S.A.C.
Botica's Jahnsen S.R.L.
C & O Inversiones Central S.A.C.
Cayman S.A.C.
Celplan De Perú S.A.
Choy Villalta Fernando
Manuel E.I.R.L.
Corporación Forex S.A.
Franco Internacional S.A.C.
Grimaldo & Cordova S.R.L.
Kawsay Shukraan E.I.R.L.
Mediacorp S.A.
New Forwarding S.A.C.
Servicios Integrales Rg S.A.C.
Teknia Perú S.A.C.
Ulman E.I.R.L.
Washington Capital S.A.C.
Western Union Peru S.A.

STARSOFT en la NUBE

Trabaja en la OFICINA | Trabaja en la FÁBRICA | Trabaja en la CASA

El ERP STARSOFT versión GOLD es un software de Gestión Híbrido, que explota las ventajas de operar en RED LOCAL con alta velocidad, sin depender de Internet. Además, permite procesar en la NUBE para Proceso REMOTO y el uso de Aplicativos Móviles con PORTALES WEB.

APPS	PORTALES WEB			
Pedidos Móviles	Portal para Gerentes	Portal para Contadores	Portal para Trabajadores	Portal de Cobranzas
Facturación Móvil	Portal B2B Clientes	Portal B2B Proveedores	Portal de Inventarios	Portal de Costos
STARSOFT Digital				

Contáctenos para una Demostración Virtual

989 068 939 / 940 267 189
562-3647
ventas@starsoft.com.pe

www.starsoft.com.pe **STARSOFT**



Ruta Pyme es un programa donde se tocan temas de interés con importantes ponentes del ámbito económico y social. Además, conocerás diversos consejos en temas como Legal, tributación, comercio exterior, marketing, finanzas y más.

En Ruta Pyme tenemos secuencias de apoyo al microempresario donde la audiencia podrá hacer sus consultas y estas serán respondidas por nuestros expertos; asimismo, es una vitrina para que los empresarios puedan ofrecer sus productos y servicios a toda nuestra audiencia.

Nuestras Secuencias:

Notipymes, entrevista, consultorio pyme, vitrina pyme y los pyme tips.

Ruta Pyme se emite todos los sábados a las 11am.

Vía Facebook de la Cámara de Comercio de Lima



Expertta®

¡Tu salud a un solo clic de distancia!



Expertta®
Doc 

- Teleconsultas
- Médico a Domicilio
- Hospitalización en casa

Expertta®
Asesor 

- Prevención y promoción de la salud
- Cómo tomar decisiones en basadas en tu información
- Asesorías y consultorías

Expertta®
Farma 

- Venta de medicamentos
- Servicio Courier
- Proveeduría de medicinas



Expertta®
Lab 

- Pruebas COVID
- Análisis Clínicos
- Servicio a domicilio y/o empresas



Agenda una cita o
consúltanos por este QR

