

La Cámara

REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

E-COMMERCE: TENDENCIAS Y DESAFÍOS

Hiper personalización de la experiencia de compra, asistentes inteligentes y entregas rápidas y una experiencia satisfactoria son los puntos de mejora continua en el comercio electrónico. El reto principal en el país para un mayor desarrollo pasa por reducir la brecha digital.



**REVISA NUESTRA
VERSIÓN DIGITAL**



VIFORO INTERNACIONAL RETAIL 2021
DESAFÍOS EN LA ERA DIGITAL

TRANSMISIÓN EN VIVO POR

MARTES
16 Y 17
NOVIEMBRE 2021

PROGRAMA PRELIMINAR

• MARTES 16

9:00 AM Inauguración: Peter Anders - Presidente de la CCL

9:05 AM Presentación: Leslie Passalacqua - Presidente del Gremio Retail

ECONÓMICO

9:10 AM Perspectivas económicas para el Retail con miras al 2022

Oscar Chávez - Jefe del instituto de economía y desarrollo empresarial IEDEP - CCL

9:30 AM Cómo hacer crecer tu negocio usando Google Representante de Google (*)

COLABORADORES

10:10 AM Digitalizando al equipo de ventas

Alejandro Marini - Gerente de Acción Pro Mercado

10:50 AM ¿Cuál es la función de RRHH en tiempos de crisis?

Mariela Prado - Vice Presidente de Gestión Humana & Sostenibilidad en Intercorp Retail (*)

DIGITAL

11:30 AM Como aporta el Whatsapp a generar más ventas

Juan Baron - CEO & Co-Founder – RELE.AI

12:10 PM Abre tu tienda 24 / 7

Patricio Mazza - Founder de Snappy

• MIÉRCOLES 17

"PANEL DE EXPERTOS"

9:00 AM Termómetro del Retail , Hoy !!!

Métricas de Flujos y aforos ¿Cómo cambió? -

Gino Mori

Grandes cambios y acciones - César Vargas

CLIENTES

9:30 AM Mas allá de la frontera ON LINE

Yuriko Huayana - Country Manager de VTEX

10:10 AM Valora y Fideliza tu base de datos Martin

Biegun - Co-Founder de WoowUp

10:50 AM Venta Híbrida en la actualidad

José Antonio Iturriaga - Gerente de Tiendas EFE y Curacao

LOGÍSTICO

11:30 AM Yape: Innovación financiera en tiempos de pandemia

Luis Alfonso Carrera - CEO Yape

12:10 PM El futuro del Retail y Despacho a domicilio

Federico Scarano - VP Global Comercial de Chazki y líder de la Asociación Argentina de Comercio Electrónico

(*) Por confirmar

AUSPICIAN



ORGANIZA:

CCL | **R**etail
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 Gnaegi Urriola

VOCALES

Sr. Juan Antonio Morales Bermúdez

Sr. Sandro Fuentes Acurio

Sr. Félix José Yapur Nakhoul

Sr. Roberto Eudoro Hoyle Mc Callum

PAST PRESIDENT

Sra. Yolanda Torriani

DIRECTORES

Sr. Alfieri Peirano Torriani

Sr. Américo José Farfán Ortiz

Sr. Javier Butrón Fernández

Sra. Claudia Roca Fernández

Sr. David Olano Haeussler

Sra. Dolores Guevara Pasache

Sr. Eduardo José Laos De Lama

Sr. Sandro Stapleton Ponce

Sr. Eric Siekmann Quevedo

Sra. Erika Patricia Cavero Paz

Sr. Geri Mangone Castillo

Sr. Jorge Carlos Lira De Las Casas

Sr. José Antonio Casas Delgado

Sr. Luis Marroquín Postigo

Sra. Gabriela Fiorini Travi

Sr. Mauricio Salgado Gerbi

Sr. Miguel Honores Medina

Sr. Omar Cárdenas Martínez

Sr. Patrick Feldman Eskenazi

Sr. Percy Javier Krapp Ipince

Sr. Víctor Bermeo Rodríguez

Sr. Joaquín Otero Sahurie

GERENTE GENERAL

Ing. José Rosas Bernedo

DIRECTOR INSTITUCIONAL

Dr. Carlos Posada Ugaz

NO ES COSA DE RISA

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.

Confiamos 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.

Confiamos, 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 10

INFORME ESPECIAL

E-COMMERCE: NUEVAS EXPERIENCIAS PARA EL CONSUMIDOR A TRAVÉS DEL USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES, LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y EL INTERNET DE LAS COSAS



PÁGINA 06

INFORME ECONÓMICO
EL SECTOR COMERCIO
CRECERÍA 15,4% ESTE AÑO



PÁGINA 14

ENTREVISTA
JAIME REUSCHE: "DESACELERACIÓN
DE EE. UU. Y CHINA DAÑARÍA A
ECONOMÍAS EMERGENTE EL 2022"

PÁGINA 22

COMERCIO EXTERIOR

IMPORTANCIA DEL COMERCIO EXTERIOR
PARA EL DESARROLLO DEL PERÚ

PÁGINA 28

ENTREVISTA

LUIS ANTONIO ASPILLAGA: "FORTALECEREMOS
EL E-COMMERCE EN LA INDUSTRIA TEXTIL"

GESTIÓN TV

CONSULTORIO DE NEGOCIOS

OBRAS POR IMPUESTOS: UNA OPORTUNIDAD DE DESARROLLO

El presidente del Gremio de Construcción e Ingeniería de la CCL, Miguel Honores Medina, explica sobre las oportunidades y beneficios de la ejecución de obras por impuestos, que son una forma práctica de lograr una mejor gestión y hacer más efectivo el gasto del dinero de los impuestos.



TWITTER | TRENDING TOPICS

Cámara de Comercio de Lima



Los peruanos requerimos un clima de confianza que impulse la inversión privada y la generación de empleo, no la intención de convocar a una Asamblea Constituyente, que es el factor que más perturba la estabilidad jurídica y política que el país necesita.

@PRESIDENCIACCL

PRESIDENTE DEL COMITÉ EDITORIAL

Bernardo Furman Wolf

DIRECTOR

Carlos Posada Ugaz

JEFA DE PRENSA E IMAGEN

Carmen Anaya Valer

EDITOR

Fernando Chevarría León

EDITORAS 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)

JEFES DE PUBLICIDAD

Robert Sosa Herrera

EJECUTIVOS DE PUBLICIDAD

René Mendiburu Nieto

Ricardo Angellats Corzo

Julissa Donayre Sarango

Francis Lopez Araníbar

John Narciso Velásquez

Publicidad: publicidad@cameralima.org.pe

NUESTRAS SEDES

SEDE JESÚS MARÍA

Av. Giuseppe Garibaldi 396, Jesús María.

Teléfono: (511) 463-3434

SEDE LOS OLIVOS

Av. Carlos Izquierre 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 Colarado,

Ciudad de Arequipa.

IMPRESIÓN:

CORPORACIÓN GRÁFICA UNIVERSAL S.A.C.

HECHO EL DEPÓSITO LEGAL EN LA BIBLIOTECA NACIONAL

LEY N° 26905, REGISTRO N° 2001-2013

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.

PISCOS
Don Alvaro
Lo mejor del Perú

*Feliz Navidad y
Feliz Año Nuevo!!!*



BOT 401-A Bolsa Papel Reciclado con Logo



BOT 446 Estuche Velero
cordón de cuero

BOT 416 Estuche madera natural,
asa de soguilla y tapa acrílica



SAC 100
Display 24 sachets



SAC 103 Estuche Deluxe c/ Sachets
de Pisco 5 onz. Surtidos / 2 Tazas



SAC 102 Estuche Deluxe
c/ Sachets de Pisco 5 onz.
Surtidos / 1 Taza.



BOT 424 Estuche tapa curva
laqueado con chapa metal



DIS 606 Botella 187 ml.
tableta de chocolate / sabores surtidos



BOT 611 Bot. 187 ml.
Bolsa tela andina multicolor



GUT 104 Estuche madera / 2 tazas
Café Premium / Botella 250 ml.



DIS 601 Bot 187 ml.
con 2 shots vidrio



DIS 600 Copa de vidrio /
botella de 187 ml.



DIS 605 Bot. 187 ml.
con Locorinas de Pisco y chocolate



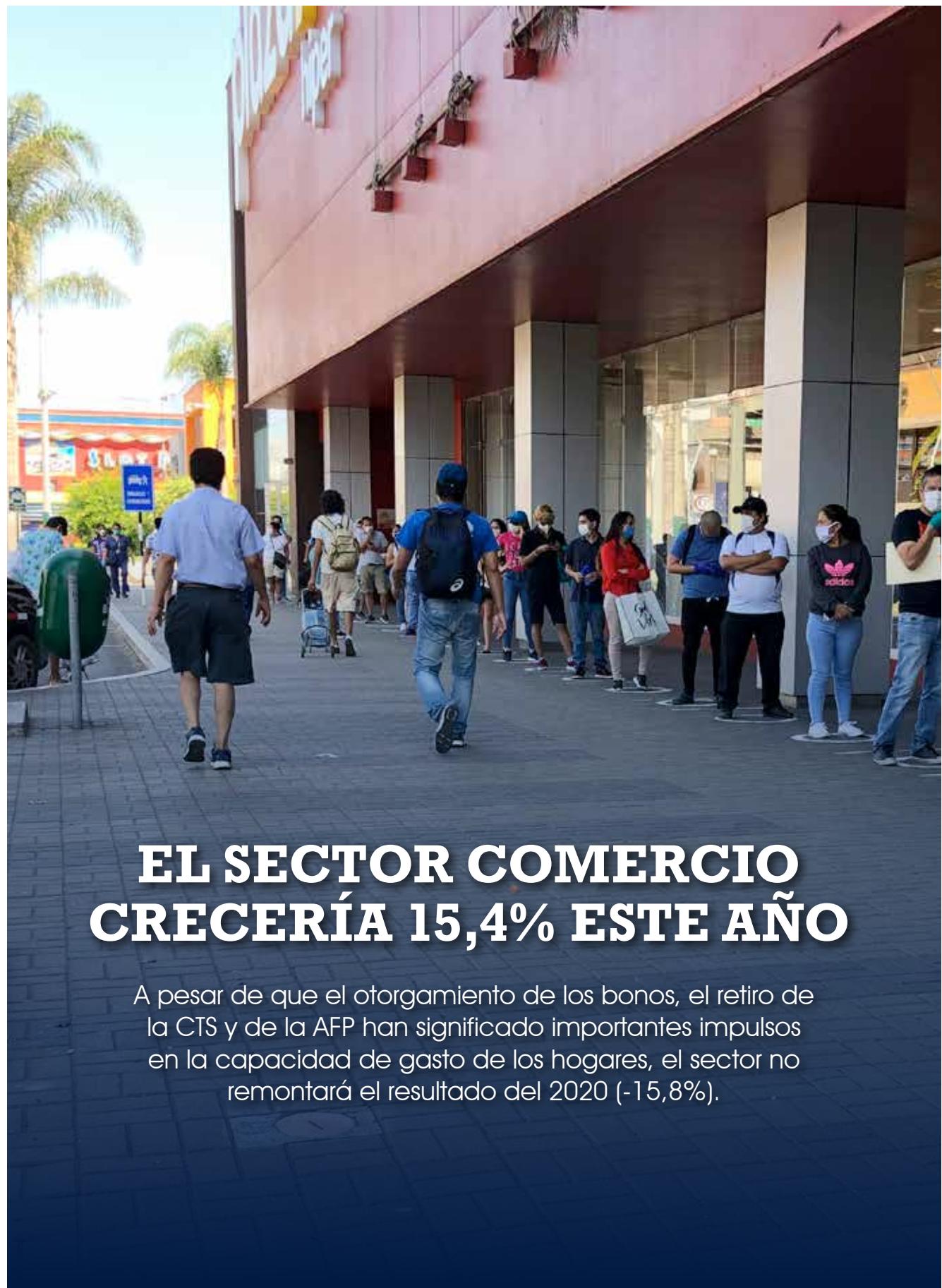
GUT 152 Botella Chata 250 ml.
con Chocotejas

Atendemos pedidos de todo el Perú
[f](https://www.facebook.com/piscosdonalvaro) [in](https://www.linkedin.com/company/piscos-don-alvaro/) www.piscosdonalvaro.com

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



TOMAR BEBIDAS ALCOHOLICAS ES DAÑINO PARA LA SALUD



EL SECTOR COMERCIO CRECERÍA 15,4% ESTE AÑO

A pesar de que el otorgamiento de los bonos, el retiro de la CTS y de la AFP han significado importantes impulsos en la capacidad de gasto de los hogares, el sector no remontará el resultado del 2020 (-15,8%).



Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial - CCL

La crisis del COVID-19 redujo el peso del sector comercio en la economía nacional y en el empleo. Su participación en el PBI pasó de 10,4% en 2019 a 9,9% en 2020 y en lo que va del presente año se ubicaría en 9,7%. Entretanto, su representación en el empleo pasó de 19,1% en 2019 a 17,7% en 2020, según cifras del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

ACTIVIDAD ECONÓMICA

Las cifras oficiales muestran una clara recuperación del sector entre enero y agosto del 2021. Por un lado, el INEI informó que el PBI del sector creció 26,5% significando una recuperación respecto de la caída de 22,9% que tuvo en similar periodo de 2020. Hay que recordar que el efecto del rebote estadístico se dio en el

segundo trimestre donde alcanzó una recuperación del 85,8%.

Por otro lado, la Superintendencia de Aduanas y Administración Tributaria (Sunat) indicó que las ventas totales declaradas por empresas del sector comercio ascendieron a S/ 304.923 millones, superando en 43,5% y 26,8% lo declarado en similar periodo de 2020 y 2019, respectivamente.

Entre enero y agosto pasado, el PBI del subsector comercio al por mayor creció 27,4% remontando la caída de 2020, viéndose impulsado por la recuperación de las inversiones pública y privada, así como de los sectores productivos.

EN LO QUE VA DEL AÑO SE HA DADO UNA IMPORTANTE RECUPERACIÓN DEL SECTOR COMERCIO RESPECTO AL 2020

Según el INEI, mejoraron los rubros de maquinarias y equipo, materiales de construcción y artículos de ferretería. De igual manera, creció el comercio de combustibles líquidos, gaseosos y de productos conexos.

Por el lado de Sunat, se señaló que las ventas del subsector comercio fueron de S/ 190.889 millones, superando en 40,2% y 30,9% lo declarado en 2020 y

2019, respectivamente.

A agosto, el PBI del subsector comercio minorista se expandió 20,8% con respecto a similar periodo del año pasado, viéndose alentado por la recuperación del consumo privado. Sin embargo, aún no logra remontar la caída registrada en el 2020.

Según el INEI, mejoró el comercio de productos relacionados al hogar como materiales de construcción, artículos de ferretería, vidrio, electrodomésticos, muebles y aparatos de iluminación.

De igual manera, los relacionados a la indumentaria como prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en almacenes especializados. Asimismo, aquellos relacionados a las TIC como computadoras, unidades periféricas, programas informáticos y equipos de telecomunicaciones.

Por el lado de Sunat, se reportó que las ventas del subsector fueron de S/ 70.943 millones, superando en 36,9% y 21,2% lo declarado en 2020 y 2019, respectivamente.

Por su parte, el PBI del subsector venta, mantenimiento y reparación de vehículos automotores creció 50,2%, logrando remontar el declive del 2020, alentado por la gradual recuperación del consumo y la inversión.

Según el INEI, mejoró el comercio de vehículos automotores, de sus partes, piezas y accesorios; así como el mantenimiento y reparación de motocicletas, de sus partes, piezas y accesorios.

Por el lado de Sunat se informó que

Evolución mensual del PBI comercio 2021 (Var. % anual)

Subsectores	Ene-21	Feb-21	Mar-21	Abr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Ago-21
Comercio	-0,9	-5,7	6,8	158,3	104,1	38,1	13,3	9,9
Comercio al por menor	-1,0	-12,7	4,9	115,7	86,1	38,9	9,2	6,5
Comercio al por mayor	-0,9	-1,9	5,9	153,3	103,9	34,3	13,6	10,3

Fuente: INEI

Elaboración: IEDEP

las ventas del subsector fueron de S/ 43.092 millones, superando en 76,2% y 19,2% lo declarado en 2020 y 2019, respectivamente.

Es importante señalar que las distintas medidas como el otorgamiento de los bonos para la población vulnerable, la posibilidad de retiro de la CTS y de la AFP han significado importantes impulsos en la capacidad de gasto de los hogares y, por tanto, en la evolución del sector comercio.

No obstante, a pesar de la aceleración en el periodo enero-agosto, el IEDEP considera que al cierre de 2021 el PBI del sector crecería 15,4%, no logrando remontar el resultado de 2020 (-15,8%).

Ello debido al retraso del proceso de vacunación, por los aforos limitados que a la fecha se mantienen, y a que en el último cuatrimestre su avance se moderaría debido a la disipación del efecto rebote, sobre todo considerando que en similar periodo del año anterior la economía ya operaba en similares condiciones a las actuales.

EMPLEO DEL SECTOR COMERCIO

Los resultados a nivel nacional del INEI, con base en su Encuesta Nacional de Hogares para el trimestre móvil abril-mayo-junio, daban cuenta de 3,3 millones de personas ocupadas en el sector comercio, superando en 109,5% y 4,8% los niveles alcanzados en similares periodos de 2020 y 2019, respectivamente.

En cuanto a los ingresos laborales, del año móvil julio-junio, promediaron S/ 1.024,8 mensuales, situándose 20,3% y 17,1% por encima de lo reportado en similares periodos de 2020 y 2019, respectivamente.

Sobre el empleo formal a nivel nacional, hay datos mixtos respecto a la recuperación prepandemia. Por un lado, el INEI señala que para el año móvil julio-junio las personas ocupadas formales en el sector ascendieron a 637.200, representando 14,8% y 23,7% por debajo de lo alcanzado en similar periodo de 2020 y 2019,

respectivamente.

Por otro lado, el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), con base en la planilla electrónica de la Sunat, informó que los puestos de trabajo formales en el sector privado del periodo enero-agosto mejoraron en 1,7% respecto de 2020, pero aún siguen 1,9% por debajo de lo alcanzado en 2019.

EL SECTOR COMERCIO BRINDÓ TRABAJO A 3,3 MILLONES DE PERSONAS AL CIERRE DE JUNIO

De otro lado, los resultados a nivel de Lima Metropolitana, con base en la Encuesta Permanente de Empleo del INEI referente al trimestre móvil julio-agosto-setiembre, indican que estaban ocupadas 1,1 millones de personas, muy por encima de lo registrado en similar periodo de 2020 (+33,3%) y 2019 (+12,8%).

En cuanto a los adecuadamente empleados, estos alcanzaron los

395.000 trabajadores, ubicándose por encima de lo registrado en 2020 (+66,1%), pero por debajo del 2019 (-17,4%).

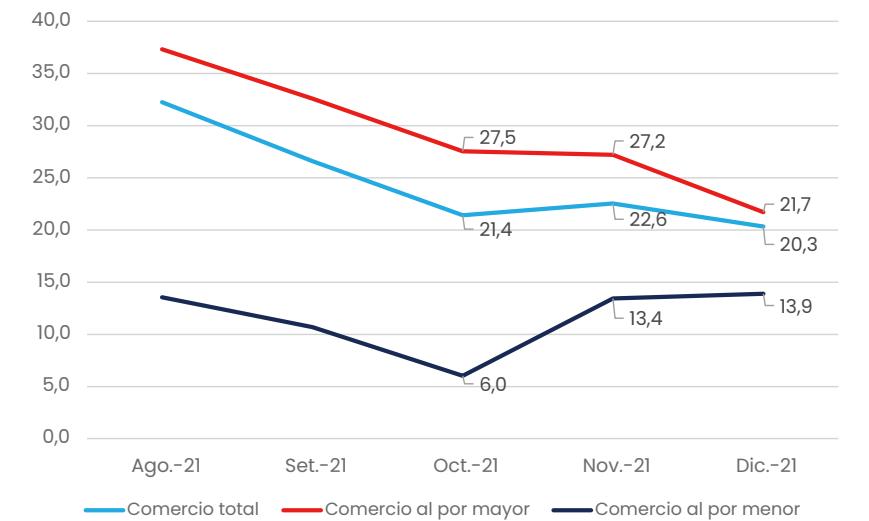
En cuanto a los inadecuadamente empleados se dieron los siguientes resultados: (i) los subempleados por hora (126.500) disminuyeron en 28,9% respecto de 2020, aunque aumentaron 8,9% en comparación a 2019; y (ii) los subempleados por ingresos (583.700) aumentaron 33,9% respecto a 2020 y 51,5% respecto a 2019.

PROYECCIONES DE PBI Y VENTAS

Para el 2022, las proyecciones del consumo (3,4%) e inversión privada (0,2%) son bastante moderadas. A ello se debe sumar la tendencia al alza en las tasas de interés. Estos factores frenarían una mayor expansión del sector comercio, que se prevé en 3,9%.

Finalmente, se debe precisar que las ventas totales del sector para el último trimestre del año vienen mostrando una desaceleración congruente con la trayectoria de su respectivo PBI. Así, las ventas del comercio total en el último trimestre del 2021 crecerían en 21,4%, comercio al por mayor en 25,3% y el comercio al por menor en 11,3%.

Proyección de Ventas sector Comercio (Var. % anual)



Fuente: INEI

Elaboración: IEDEP

www.rapidiagnostics.pe

RapiDiagnostics S.A.C. es una empresa dedicada a la venta de equipos y reactivos para laboratorio clínico.

Somos importadores directos de fabricantes reconocidos a nivel mundial

Contamos con años de experiencia de ardua labor en el servicio, para poder brindarles a nuestros clientes el mejor servicio otorgado en diferentes áreas de la medicina, realizando las importaciones directas de nuestros equipos como Analizadores Inmunológicos, Analizadores de Gases, Analizadores de Bioquímica, Analizadores Hematológicos, etc.

Somos representantes de:



RapiDiagnostics S.A.C.

Un nuevo concepto de Laboratorio Clínico

INNOVACIONES EN EQUIPOS MEDICOS

Calle Coronel Inclán
No. 237, Ofc. 204, Miraflores
Telephone : +51 (01) 7768563
Email : rpdSac@gmail.com
Lima-Perú



E-COMMERCE: NUEVAS EXPERIENCIAS PARA EL CONSUMIDOR

Ahora los negocios centran su atención en brindar la mejor experiencia de compra mediante el uso de dispositivos móviles, la inteligencia artificial y el internet de las cosas.

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

El comercio electrónico está experimentando un crecimiento explosivo en los últimos años, impulsado, entre otros factores, por la pandemia. Ahora cada vez más negocios migran a las ventas *online* por la alta demanda de los consumidores.

Antes de la pandemia se registraron 6 millones de peruanos que compraban por internet, y ahora son más de 11 millones, mientras que se pasó de tener 65.000 negocios con un portal de venta en línea a contar con 260.000, según información de la Cámara de Comercio de Lima (CCL). En este contexto, las empresas se han volcado a mejorar su imagen digital y ofrecer experiencias de compra totalmente novedosas y satisfactorias para sus consumidores.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

El especialista de Soluciones de Data de Microsoft, Ronald Armas, señaló que el mundo ha pasado de ser reactivo a predictivo, y las organizaciones están dando valor y aprovechando la data casi en tiempo real para poder predecir el futuro y tomar decisiones.

En ese sentido, destacó que el *e-commerce* es reconocido por el crecimiento económico que genera y que el mercado está siendo impulsado por tendencias que impactan el rendimiento de las empresas, como las tecnologías emergentes, es



dicir, inteligencia artificial (IA) y experiencia de compra personalizada.

“La implementación de IA y chatbots mejora la experiencia de compra del cliente porque pueden aprender de las conversaciones y evolucionar. Además, los asistentes de IA pueden manejar varias tareas típicamente asignadas a un humano, como administrar el inventario o manejar consultas”, acotó

Armas señaló que en el 2020 hubo un aumento de 77% de las transacciones de comercio electrónico, lo que demandó afinar la logística interna de las empresas, mientras que el 23% de los consumidores ya están más acostumbrados a comprar en línea.

“Debemos centrarnos más en el cliente, en el uso de nuevos mecanismos; orquestar mejor nuestras campañas; hacer un análisis del recorrido que hace el cliente, en conocer su matriz de evaluación; y en el comercio omnicanal. Tenemos que mirar los nuevos mecanismos que usa el cliente como celulares, redes sociales, y computadoras”, recalcó.

Según Ronald Armas, de Microsoft, las dos tendencias que impactarán más en el e-commerce son el uso de dispositivos móviles y la internet de las cosas (IoT). “El uso de móviles tiene la capacidad de imbuir la IA, podemos generar experiencias más ricas utilizando la cámara y los sensores para crear una experiencia única con el cliente. Esta omnicanalidad a través del dispositivo móvil ayudará mucho”, añadió.

MÁS EXPERIENCIAS

La IA está ganando terreno en los negocios. El líder del Área TI y Comercio Electrónico de la CCL, Jaime Montenegro, indicó que la IA ofrece soluciones para el comercio en tres grandes áreas: la experiencia de compras personalizada, atención al cliente y asistencia en ventas y la logística. “Es posible ofrecer experiencias personalizadas de compra-venta gracias al análisis de patrones de consumo; la atención al



Es el momento de apostar por la tecnología y digitalización de nuestros negocios, aprovechar al máximo las soluciones tecnológicas con una adecuada gestión del talento.

cliente y asistencia en ventas están relacionadas a tecnología como los chatbots, que simulan conversaciones fluidas; mientras que con la logística es posible realizar análisis predictivos y diseñar estrategias de ventas adaptadas al consumidor”, remarcó.

“USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES E INTERNET DE LAS COSAS IMPACTARÁN EN EL E-COMMERCE”

Las aplicaciones de IoT son variadas y están presentes en nuestro día a día, explicó Montenegro, desde hogares inteligentes, automóviles autónomos, ciudades inteligentes, y permite recoger información de los clientes que se puede aprovechar para impactar en los negocios y aumentar las ventas.

“Podemos elevar los niveles de experiencia del cliente porque los resultados obtenidos mediante el análisis de la data permiten a los

comercios ofrecer opciones, según las preferencias, y se puede optimizar la gestión de inventarios”, aseveró.

Montenegro afirmó que en la medida que más dispositivos estén conectados será posible recopilar más datos y mejorará la experiencia de los consumidores con el Big data, IA y servicios en la nube. “Es el momento de apostar por la tecnología y digitalización de nuestros negocios, aprovechar al máximo las soluciones tecnológicas que existen con una adecuada gestión del talento y cambios en la cultura de nuestras organizaciones”, comentó.

Por su parte, la directora de Ventas y Marketing de Brand & Label, Antonia Heise, indicó que los clientes son el elemento principal sobre el cual gira un negocio, por lo que es clave atraerlos y fidelizarlos. “El e-commerce en Perú movió US\$ 6.000 millones en el 2020, lo que significó un incremento de 250% y representó el 5,3% de compras de la región. El 20% de los usuarios hace compras por más de S/ 1.000”, detalló.

OMNICANALIDAD

La country manager Perú en WebCentrix, Erika Alvarado, explicó que se ha evolucionado de la tienda física en el 2019 hacia una migración digital forzada en el 2020, y en el 2021

a la tienda inteligente. Esto obligó a cambiar las estrategias diseñadas desde el 2020 en adelante, así, más del 30% de la inversión se destinó a los canales digitales.

Afirmó que las nuevas tendencias del *e-commerce* van hacia la hiper personalización, asistentes inteligentes, soporte digital, plazo rápido de entrega, y una experiencia satisfactoria. “Uno de los desafíos que encontramos en las empresas es reducir la brecha digital y digitalizar la experiencia de compra para llegar a experiencias satisfactorias de los consumidores”, comentó.

La omnicanalidad, refirió, mejora la experiencia del cliente porque permite generar ahorro de tiempo y esfuerzo con una reducción de costos de hasta 100% en la nube, trabajo en equipo, adaptabilidad al negocio, mejorar la atención y reputación, aumentar la satisfacción del cliente, *analytics* con índices de satisfacción, métricas de agentes, *bots* y automatización. “Ahora no competimos por precio, sino por la experiencia que brindamos a los clientes. Competimos por darles satisfacción”, agregó.

Al respecto, el subgerente de Marketing en Ecomsur, Carlos Zamudio, señaló que los retos que las organizaciones deben enfrentar al implementar la omnicanalidad son, primero, tener un equipo realmente capacitado, ser una empresa que quiera evolucionar y usar herramientas tecnológicas. Y, en segundo lugar, la mejora de la logística que debe estar bien implementada para evitar errores en las operaciones.

ESTRATEGIAS DE PAGO

A su vez, la *head of Enterprise Sales* de Latam en PayPal, Bea Peinador, indicó que el avance de los medios de pago está marcado por el despuete del *e-commerce*, ya que 13 millones de personas en América Latina realizaron



Las nuevas tendencias del *e-commerce* van hacia la hiper personalización, asistentes inteligentes, soporte digital, plazo rápido de entrega y una experiencia satisfactoria.



una transacción en línea por primera vez el año pasado.

“AHORA NO COMPETIMOS POR PRECIO, SINO POR LA EXPERIENCIA QUE BRINDAMOS AL CLIENTE”

Además, la región tiene una de las tasas más altas de adopción de *smartphones* en el mundo, lo que incrementa las oportunidades de *e-commerce*, y se espera que para el 2022 el 90% de todas las conexiones por internet en la región se realicen por estos dispositivos.

“Los futuros clientes son la Generación Z, siguiente a la de los *millennials*, y que representarán el 40% de todos los consumidores de *e-commerce* para el 2030 a nivel mundial y es necesario entender sus

hábitos, costumbres e intereses”, dijo.

Bea Peinador precisó que casi un 60% de consumidores afirma que en un futuro evitaría comprar en empresas que no acepten pagos electrónicos. “En la región casi el 85% planea usar métodos de pago emergentes como criptomonedas, códigos QR, pagos sin contacto, en un futuro próximo”.

Peinador indicó que las seis macrotendencias para pagos en *e-commerce* serán las billeteras digitales, los pagos biométricos, *buy now pay later*, códigos QR, omnicanalidad y sofisticación del ciberfraude.

A su vez, la COO y cofundadora de Rextie, Claudia Quintanilla, destacó que las *fintech* en el Perú han pasado de 130 en el 2019 a 151 en el 2020. Agregó que la pandemia “es una prueba de fuego para las *fintech*”, pero también presenta oportunidades gracias a la interacción física reducida y la aceleración del uso de tecnología, siendo sus fortalezas la especialización de productos y su capacidad de adaptación. “Esto no para. Se están cambiando los hábitos de consumo y creciendo exponencialmente”, sentenció.

La nueva generación de Generadores de Oxígeno Médico



ULTRAOX®

La primera planta de producción de oxígeno completamente certificada como Dispositivo Médico con un 95% de pureza de oxígeno, superando los parámetros de la Farmacopea Europea y Americana.



Diseñado y fabricado en Portugal.

ULTRA-CONTROLO
International Perú, SAC



“DESACELERACIÓN DE EE.UU. Y CHINA DAÑARÍA A ECONOMÍAS EMERGENTES EL 2022”

El vicepresidente senior de Moody's Investors Service, Jaime Reusche, analizó el comportamiento de la economía mundial y su repercusión en Latinoamérica.

POR ERIKA LÓPEZ SEVILLA
EBLOPEZ@CAMARALIMA.ORG.PE

¿Cómo avizora la economía mundial?

En este momento vemos algo de incertidumbre porque dos economías se están desacelerando, la estadounidense, que en el tercer trimestre es probable que haya visto un freno importante; y la economía china.

Muchos analistas están revisando sus proyecciones a la baja, lo cual nos dice dos cosas. La primera, que en lo que resta del año vamos a ver una desaceleración de la demanda externa que podría afectar los precios de las materias primas y; la segunda, que no hay un entorno tan favorable como el que veíamos a principios de año.

Si bien se redujo la inflación en Estados Unidos, aún es alta, ¿Qué lectura tiene al respecto?

Creemos que la inflación en Estados Unidos se va mantener como un fenómeno transitorio, pero que va durar hasta el 2022, y mucho de esto tiene que ver con la escasez de algunos productos y los problemas logísticos que hay en muchos de los puertos a nivel mundial.

Es, por supuesto, el estímulo de la demanda que hay a raíz de las medidas fiscales que está tomando Estados Unidos, que vemos que está generando esta inflación, y dicha situación está sustrayendo o restando el poder adquisitivo de los consumidores. Por eso, consideramos que muy probablemente vamos a tener una desaceleración del consumo.

¿En cuánto se podría desacelerar este consumo?

Creemos que en el trimestral anualizado va estar en torno al 3% lo cual nos dice que para el tercer trimestre el consumo muy posiblemente se debe haber desacelerado casi en 50 puntos base o medio punto porcentual.

¿El alza del precio de las materias primas, también llamadas commodities, tendrá algún efecto en los mercados emergentes?

Lo sorprendente es que, a pesar de que hay un entorno menos favorable para la demanda externa, todavía vemos materias primas bastante resilientes. Y es que aún existe mucha demanda por estos materiales. Estamos viendo que más allá de Estados Unidos y China, hay un efecto tardío sobre las economías emergentes que todavía siguen en un boom relativamente favorable a raíz de la recuperación del crecimiento luego de la pandemia.

“LA INFLACIÓN DE EE.UU. SE MANTENDRÁ COMO UN FENÓMENO TRANSITORIO HASTA EL 2022”

Entonces, probablemente esta desaceleración del crecimiento de Estados Unidos y China empezaría a golpear o dañaría más a las economías emergentes hacia finales de este año o en el 2022. Por ello, vemos precios de materias primas favorables en lo que resta del año.

¿Qué otros riesgos avizora en el contexto internacional que podrían afectar a Perú?

En general esta desaceleración de las dos economías más importantes del mundo puede que empiece a afectar la demanda externa en el 2022. Ya de por sí nosotros veímos una disminución en el crecimiento del caso peruano en el 2022, y, si antes proyectábamos una expansión del 4%, ahora vemos un aumento en torno al 3%.

Como tenemos un efecto base negativo del crecimiento del 2020, se proyecta una expansión bastante

favorable y todos están revisando sus proyecciones al alza para este año.

Sin embargo, para el próximo año será más difícil encontrar ese crecimiento, sobre todo si es que la inversión privada no se dispara a tasas favorables.

Nosotros tenemos una proyección de que la inversión privada en Perú se va contraer ligeramente en términos reales el 2022.

A cinco bancos peruanos le bajaron la calificación. ¿De qué manera influye esto en la economía peruana?

No creemos que esto tenga una repercusión muy grande sobre las tasas en la que se financian estos bancos, pero sí nos dice que hay una cierta presión por el hecho de que se redujo la calificación del soberano. Cuando reducimos las calificaciones de algunos bancos eso estuvo ligado a lo que pasó con los soberanos y es que eran bancos que tenían más conexión o que estaban más ligados a ello.

En realidad, no creemos que esto afecte sobre manera el ambiente operativo de los bancos, pero si hay un riesgo importante de que los créditos morosos comiencen a aumentar conforme se vaya desacelerando la actividad de la economía peruana. Ese es otro riesgo a monitorear.

Para moderar estos riesgos que menciona, ¿qué debe hacer el Gobierno?

Creo que en general es un tema de ser prudentes, mantener los estándares crediticios que se tienen en el círculo bancario peruano y monitorear los créditos que empiecen a tener algunas señales de problemas. Pero, más allá de eso, honestamente, es cuestión de tratar de acelerar la actividad económica que viene más que nada por un tema del Gobierno.

Actualmente, hay una incertidumbre que se genera a raíz de la poca claridad que tiene el Gobierno con sus prioridades de políticas públicas.

ÚNETE A LA RED
EMPRESARIAL MÁS
GRANDE DEL PERÚ

133
AÑOS

**DEFENDIENDO LA
LIBRE EMPRESA,
Y BRINDANDO SERVICIOS
PARA EL CRECIMIENTO DE
LOS NEGOCIOS.**



¡ASÓCIATE YA!

¿ TU E-COMMERCE
SUFRE CON
LA LOGÍSTICA?



HACEMOS MÁS QUE LOGÍSTICA

01. Almacenamiento de acuerdo al producto y tamaño de tu E-commerce

02. Orden Management System:
integramos tu negocio con nuestro sistema de gestión de órdenes.

03. Picking y Packing de los productos a tu medida.

04. Despacho a nivel nacional.

05. Costumer journey: medición de la satisfacción del cliente (NPS)

06. Análisis de datos e Inteligencia Artificial para potenciar tus ventas.



LOS PILARES ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR PERUANO

EXPERIENCIAS Y RETOS A FUTURO



08 NOVIEMBRE
2021

PRESENTADOR

FERNANDO CHEVARRIA

TRANSMISIÓN EN VIVO POR



**JOSÉ
PÉREZ**

Partner en SLOTT
Consulting



**MARVIN
RODRIGUEZ**

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



**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:

**Logística
Transporte**



**CONSULTORES
ASESORES**
TIC Y LOGÍSTICA

webcentrix

THALES CORP
CONSULTORÍA ESTRÁTICA

**INFORMES E
INSCRIPCIONES:**

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

eventos@camaralima.org.pe

ORGANIZA:

IDE X CAM
Instituto de Investigación e Desarrollo de Comercio Exterior

15.^a
TECNOSALUD
LIMA - PERÚ 2021

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

**TE ESPERAMOS
INGRESO LIBRE**

LUGAR: CENTRO DE EXPOSICIONES JOCKEY

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

DESCARGA

TU INVITACIÓN

VIRTUAL GRATUITA



Te recogemos del Jockey Plaza
y te llevamos gratis a la feria



Con todos los protocolos de seguridad.

→• PATROCINADORES •←



MINISTERIO
de Salud

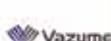
EsSalud
Administración de Seguro Social



→• AUSPICIADO POR •←



Fitesa



→• EMPRESAS PARTICIPANTES •←



mmi



y muchas más...

INGRESA AQUÍ

www.tecnosalud.com.pe

para seguirnos de manera Online en nuestro
campus virtual

Organizan:

CCL
La Fuerza de los Empresarios

CÁMARA
DE COMERCIO
LIMA

COMSALUD
GREMIO DE SALUD

PYMES SIN FRONTERAS

Motor del cambio HOY



MODALIDAD
CAMPUS VIRTUAL
DE FERIAS CCL
Evento Gratuito

10 Noviembre Y 11
2021

BLOQUES:

I Económico: Visión Público – Privada. Oportunidades para las Pymes.

II Visión Global de las Mypes en el mundo.

Mypes en el contexto Internacional

IV Relación Estado – Empresa

V Regional

VI Mypes del Perú

VII Presentación de Casos de Éxito

Pedro Francke
Ministro de Economía y Finanzas

Juan Carlos Ramírez
Representante del Parlamento Andino

Jorge Montoya
Congresista y vicealmirante(R)

Luis Baba Nakao
Ingeniero Industrial de la UNI y Presidente de EFIDE

Palmer De La Cruz Pineda
Intendente Nacional de Estrategias y Riesgos

Renato Reyes
Director de APEC

Romulo Mucho
Emprendedor y Catedrático

Ninoska Mosqueira
Presidenta Ejecutiva (e) del Programa Nacional Compras MYPERU

Carlos Anderson
Congresista y Economista

Javier Bereche
Presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura

Camelia ION-RAU
Embajadora de Rumania

Edy Cuellar
Presidente de la Cámara de Comercio, Industria, Servicios, Turismo y la Producción del Cusco

Amora Carbajal
Presidente Ejecutiva de PROMPERU

Gilber Escudero
Presidente de la Cámara de Comercio, Producción y Turismo de San Martín – Tarapoto.

PONENTES

Más Información

Auspician:



INFORMES E INSCRIPCIONES:
pempresa@camaralima.org.pe
www.camaralima.org.pe

219-1671

933806431

CCL

Gremio de la Pequeña Empresa

CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Gana cambiando Dólares

El mejor tipo de cambio por lejos



**DOLLAR
HOUSE**

Visita nuestra página

www.dollarhouse.pe

SUPERINTENDENCIA
DE BANCA, SEGUROS Y AFP

CCL ASOCIADO

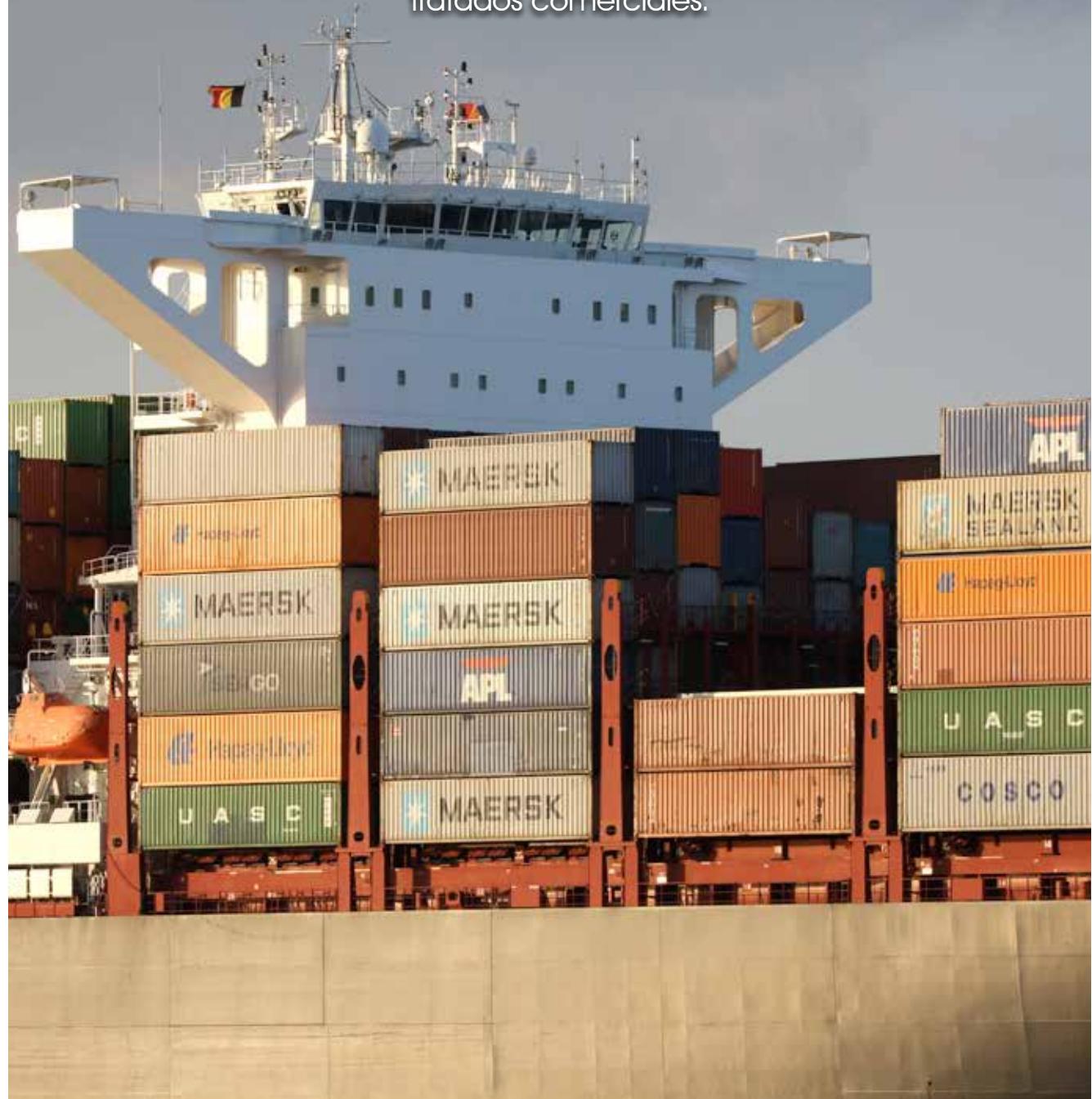
ADEX
ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES

 ASEP
ASOCIACION DE EMPRESAS DE PERU

 Fintech
Perú

IMPORTANCIA DEL COMERCIO EXTERIOR PARA EL DESARROLLO DEL PERÚ

La creación del Mincetur fue clave para consolidar el crecimiento de las exportaciones peruanas, pues lideró la política de apertura comercial del país y la ejecución de los tratados comerciales.





DR. CARLOS POSADA UGAZ

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

La evolución del comercio exterior peruano ha sido relativamente lenta, con largos períodos de bajo impacto en su economía. Por ejemplo, entre 1960 y 1990, las exportaciones peruanas pasaron de escasos US\$ 444 millones a US\$ 3.247 millones; un crecimiento de por lo menos 730%. Por el lado de las importaciones, de los US\$ 341 millones llegó a crecer a US\$ 2.942 millones (+ 856%).

Este magro desempeño se debió a la política imperante en la época de protección de la industria nacional, los bajos resultados del intercambio comercial de ese entonces –principalmente con la Comunidad Andina– y a la implantación de una política de sustitución de importaciones, que derivó en la escasez de insumos y bienes intermedios para la producción nacional, haciendo a nuestra industria poco competitiva, con productos de baja calidad sin oportunidad de competir con los productos extranjeros.

Entre 1991 y 2000, el Perú enfrentó una mala situación económica y a su vez se sentaron las bases necesarias para el desarrollo económico posterior. En este periodo hay hitos históricos que permitieron este desarrollo. En 1995 el Perú se incorporó a la Organización Mundial de Comercio (OMC), adoptando así todos los acuerdos para impulsar nuestro comercio.

Se dio inicio así a la apertura comercial. Esto permitió la formación de nuevas empresas dedicadas a la

exportación de bienes y la creación de nuevas fuentes de trabajo. Del mismo modo, se permitió que las importaciones fueran más diversas, mejorando la oferta no solo para el consumidor final, sino para las empresas productoras del país.

El comercio exterior en aquella época se encontraba bajo la competencia del Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales. Desde esta época la actividad del comercio exterior fue ganando espacio en las actividades económicas del país.

EN LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS, LAS EXPORTACIONES PERUANAS HAN DADO UN SALTO CONSIDERABLE

Hay que destacar que en el último trimestre del 2000 se aprobó la *Ley de Promoción Agraria*, que flexibilizó las obligaciones tributarias y laborales, con la finalidad de impulsar el desarrollo de la agroindustria y las agroexportaciones. Este régimen ha

favorecido el crecimiento sostenido de la actividad agroindustrial. Las exportaciones no tradicionales del sector han crecido a una tasa promedio anual de 16% entre el 2000 y el 2020 (de US\$ 394 millones a US\$ 6.790 millones).

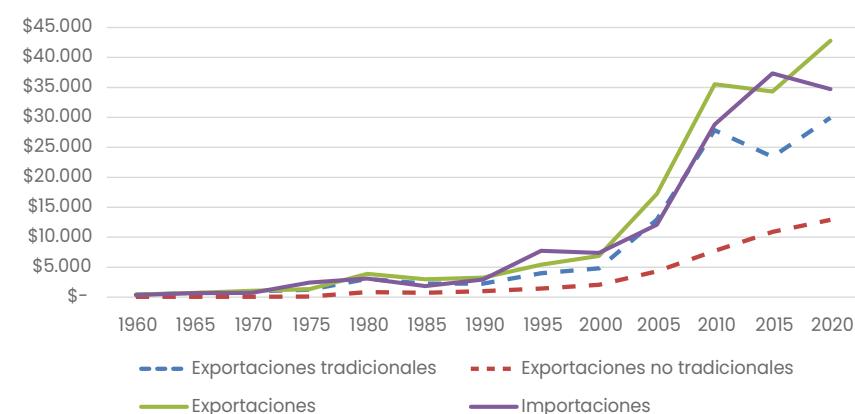
Con la llegada del nuevo siglo, el Perú inició las conversaciones con EE.UU. para la negociación de un acuerdo comercial que permitió una mayor apertura del mercado estadounidense, en ese entonces un mercado de 280 millones de personas.

En el 2002 se separan las funciones de industria y comercio interno del comercio exterior y turismo y se creó el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), como ente encargado de encabezar las negociaciones comerciales internacionales y la promoción del turismo en el país. Este ministerio ha sido responsable de las coordinaciones con otros sectores del gobierno para la implementación de los acuerdos comerciales que se fueron alcanzando.

Desde entonces, las exportaciones peruanas dieron un salto muy considerable en solo 5 años, pues entre 2003 y 2008 se triplicó el monto exportado de US\$ 9.091 millones a US\$ 31.018 millones y esto se logró gracias a los esfuerzos conjuntos del sector público y el sector privado, liderados

Tabla N°1

Evolución del Comercio Exterior Peruano 1960 - 2020 (US\$ Millones)

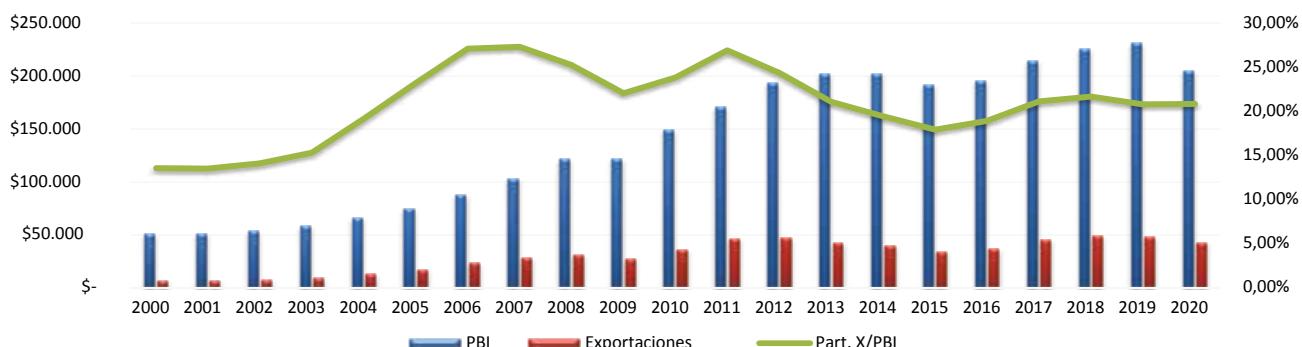


Fuente: BCRP

Elaboración por: IDECAM

Tabla N°2

Participación del Comercio Exterior en el PBI 2000 al 2020 (US\$ Millones)



Fuente: BCRP

Elaboración por: IDEXCAM

por el Mincetur.

En esta década podemos observar que las exportaciones textiles se duplicaron, pasando de US\$ 700 millones al inicio de la década a US\$ 1,495 millones en 2009. Pero, es en las exportaciones del sector agropecuario donde vemos el mayor salto, ya que al 2000 alcanzaron los US\$ 394 millones y en 2009 los US\$ 1.827 millones.

En cuanto a las importaciones, estas pasaron de US\$ 6.995 millones en el 2000 a US\$ 27.701 millones en 2008. Las importaciones consolidaron las exportaciones gracias al ingreso de insumos, partes y piezas para las exportaciones de todos los sectores, además de bienes de capital para sectores como el agro. También se dio mayor oportunidad para que los consumidores pudieran escoger bienes de consumo de diversa variedad.

Gracias a que se tomó la decisión política de mantener la apertura comercial y la búsqueda de facilitar el acceso de nuestros productos a los mercados internacionales (política mantenida por los sucesivos gobiernos) es que entre 2005 y 2019 se han negociado 21 acuerdos comerciales.

Esta política de negociación de acuerdos comerciales, en especial con los EE. UU., mereció en un primer momento la oposición del sector empresarial nacional, quienes manifestaron su preocupación por una potencial invasión de productos extranjeros que

perjudicara su producción y que la llevaría a desaparecer.

Sin embargo, la realidad demostró que la apertura comercial y las ventajas de acceso logradas en muchos mercados internacionales les permitió a las empresas exportadoras poder ingresar a nuevos mercados. Y, en el caso de las empresas industriales, estas han podido importar nuevos insumos, partes y piezas en mejores condiciones, con lo cual sus productos se volvieron más competitivos y con mayor aceptación.

Esta situación llevó a que luego de las negociaciones del primer grupo de acuerdos comerciales, el sector empresarial exigiera al Estado una mayor apertura y mayor participación en los procesos de negociación, desterrándose con ello el mito de que los acuerdos comerciales harían que las empresas peruanas cerrarían. A la fecha, este marco de negociaciones ha permitido cubrir por lo menos el 90% de los mercados de destino de las exportaciones peruanas.

En la última década, las exportaciones crecieron con ciertos altibajos, pero comparando los montos alcanzados en el 2010 (US\$ 35.803 millones) contra US\$ 46.454 millones de 2019, podemos sostener que el desempeño positivo prosiguió.

Como siempre las exportaciones mineras dominaron las cifras exportadoras. No obstante, en cuanto a aquellas exportaciones consideradas

no tradicionales, observamos como mantuvieron un ritmo de crecimiento firme. Así, las exportaciones del sector agropecuario pasaron de US\$ 2.202 millones en 2010 a US\$ 6.790 millones. Esto denota el esfuerzo de las empresas exportadoras en generar puestos de trabajo y mejorar la calidad de los productos, así como la diversidad de ellos, lo que ha permitido consolidar la importancia de las agroexportaciones peruanas a nivel mundial.

Del mismo modo, podemos destacar que la exportación de productos químicos creció de US\$ 1.228 millones en el 2010 a los US\$ 1.605 millones. También destacan las exportaciones del sector pesquero, que pasaron de US\$ 650 millones a US\$ 1.614 millones, aquí encontramos productos como conservas de pescado, calamares y otros con valor agregado, que permitieron asegurar empleos.

Para finalizar, debemos señalar que la participación de las exportaciones totales del Perú en el PBI desde el año 2000 al 2020 ha mantenido un comportamiento fluctuante, habiendo llegado a su máxima participación en el 2007, cuando se alcanzó un 27,33%. Sin embargo, desde 2017, la participación no es menor al 20% del PBI. Corresponde al sector empresarial hacer lo necesario para mejorar los niveles de exportación y a las autoridades impulsar y mantener la política para la facilitación del comercio exterior.



TE ACOMPAÑAMOS EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE TU NEGOCIO

Un retail ahora es un e-commerce, un centro de capacitaciones ahora es un aula virtual, un banco ahora es una aplicación.

Si cuentas con el aliado correcto, en el momento correcto puedes convertir las adversidades en oportunidades.



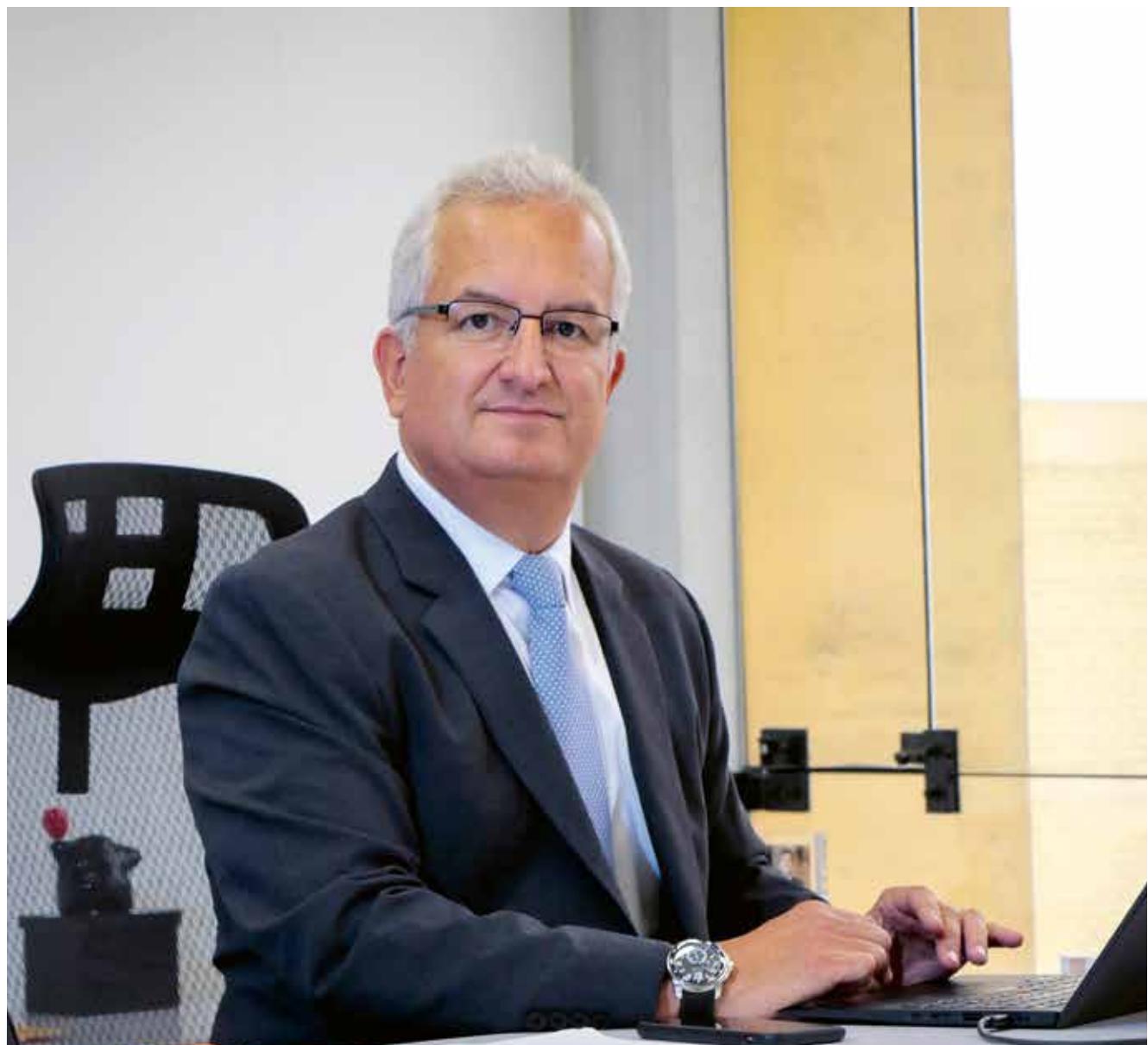
¡Conversemos y empecemos a digitalizar tu negocio hoy mismo!

Pongámonos en contacto:

groway.studio
/Groway Studio
+51 987 044 600

Perú +51 757 2817
Argentina +54 11 52175854
Colombia +57 15800311
Estados Unidos +1786 7558193

Av. El Derby 005 Edificios Cronos, Torre 1-Piso 7
Santiago de Surco
Hello@groway.studio



“FORTALECEREMOS EL E-COMMERCE EN LA INDUSTRIA TEXTIL”

El presidente del Gremio de Indumentaria de la CCL, Luis Antonio Aspíllaga, afirma que la crisis mundial de contenedores afecta el normal desempeño de las importaciones de materias primas y productos.

POR MARIBEL HUAYHUAS VARGAS
MHUAYHUAS@CAMARALIMA.ORG.PE

¿Cuáles son los desafíos pendientes para el sector textil peruano?

Por el lado del mercado local, uno de los desafíos es lograr solucionar la escasez de materiales y productos importados, reemplazándolos con productos locales de buena calidad y reforzarlos con una importante campaña como *Hecho en el Perú* para promover la calidad y la venta de los productos del sector elaborados en el país.

Por otra parte, también es importante hacer esfuerzos para devolver la confianza al público en general para que puedan regresar a nuestros locales comerciales en donde se ofrecen todos los protocolos de sanitarios.

¿Qué acciones está realizando su sector para enfrentar la escasez de insumos?

Trabajamos en la elaboración de pronósticos y reservas a futuro relacionados a productos como fibras, hilados y telas en stock con más demanda, con el fin de evitar que se rompa la cadena productiva. Lo que nos preocupa es que esta problemática se logre extender hasta más de la mitad del 2022.

Respecto al comercio electrónico, ¿cómo esperan lograr una mayor presencia?

Estamos elaborando estrategias de negocio para fortalecer el *e-commerce*. Lo que buscamos es que más empresas textiles se sumen a este canal, pues todavía tiene poca penetración en el sector.

De igual manera es importante que las marcas se sumen a los procesos rápidos de compras participando en diferentes plataformas digitales donde puedan ofrecer productos de calidad, tanto para la exportación y el mercado local.

¿Cómo está impactando la crisis mundial de contenedores a la industria?

Este hecho está afectando el normal desempeño de las importaciones de materias primas y productos, muy necesarios para la cadena productiva del sector. Ello está generando demoras en la recepción de mercancía tales como fibras, insumos químicos para el teñido y acabado de telas, materiales, avíos, entre otros.

“LA INCERTIDUMBRE POLÍTICA HA PUESTO EN ESPERA DIVERSOS PROYECTOS DE INVERSIÓN”

Además, la falta de barcos de carga y de contenedores hace que los costos se incrementen. Por ejemplo, un contenedor que provenía del Asia tenía antes un valor de transporte de US\$ 3.000 y hoy ese monto supera los US\$ 15.000. En ese sentido y conforme a informaciones recientes, esta crisis podría durar hasta gran parte del segundo semestre del próximo año.

Por otro lado, si bien este problema está generando un gran desabastecimiento a nivel global, podría ser aprovechado por el país. Sin embargo, la escasez de materias primas y precios exorbitantes de estos productos continúa siendo un “piedra” en el mercado local.

¿Cuáles son los planteamientos desde la CCL respecto a la aplicación de salvaguardias?

Todos los involucrados al sector estamos de acuerdo con la aplicación de salvaguardias. Nuestra obligación es defender nuestra industria, la que genera cientos de miles de puestos de trabajo. Podría aplicarse esta medida de manera temporal, pero más que

inventar la pólvora, deberíamos ver casos similares en relación a otros países vecinos y de la región.

Sobre este punto, estamos coordinando con los miembros de la Alianza del Pacífico, con aquellos que cuenten con industrias textiles y confecciones robustas como la nuestra, identificando casos que hayan funcionado adecuadamente, buscando un punto justo y medio que no perjudique a los importadores, ni al mercado interno.

¿La industria textil ha podido alcanzar los niveles de la prepandemia?

Hemos observado que el mercado local todavía se encuentra cercano al 20% de lo registrado antes del inicio de la crisis sanitaria. Para esta campaña navideña esperamos que la situación cambie a la espera que los compradores reaccionen de manera positiva.

No obstante, en el caso de las exportaciones ya hemos logrado alcanzar los niveles prepandemia, pues conforme al Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la CCL (Idexcam), entre enero y agosto del presente, los despachos de prendas de vestir sumaron US\$ 763 millones, mientras que en los despachos de tejidos el valor asciende a US\$ 108 millones.

Con esos resultados favorables esperamos que al término del 2021 se superen los niveles alcanzados en el 2019.

Si bien el sector textil está en un proceso de recuperación, ¿qué factores podrían frenarlo?

Varios temas podrían afectar al sector. Pero es la incertidumbre política la que ha puesto en espera varios proyectos de inversión, los que son necesarios para el crecimiento de nuestras plantas textiles. Sin inversiones no podremos impulsar el mercado local ni al sector exportador, considerando, además, que hoy padecemos de una escasez de materias primas (telas e hilados importados).



HAZ DE TU SALUD MENTAL UNA PRIORIDAD

En feedback & feedforward tenemos el propósito de aportar para que su organización y su cliente interno, logren sus metas, por ello le ofrecemos los servicios de asesoría, consultoría y psicoterapia, en el campo organizacional, clínico y educativo.



(01) 483 3281

918 873 620

info@feedbackyfeedforward.com

www.feedbackfeedforward.com

CONTACTANOS Y AGENDA UNA CITA

Feedback & Feedforward

Crece 800% y proyecta cerrar el 2022 con más de 60 mil clientes

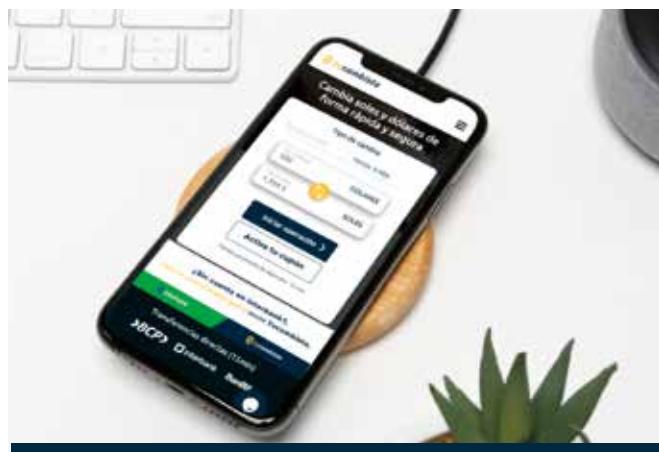
Reveló que, durante la segunda mitad de 2021, aumentó la demanda de clientes de Arequipa, Trujillo e Ica.

Tucambista, empresa tecnológica en cambio de divisas, anunció que entre 2019 y 2020 creció más de 800%, como producto, entre otras cosas, de los cambios por la pandemia, donde la adopción de medios digitales cobró auge y que, en 2021, la ha llevado a obtener una tasa de crecimiento entre el 10 y 20% mensualmente.

Regulada por la Superintendencia de Banca y Seguro (SBS) y con operaciones desde 2018, proyecta triplicar su base de clientes y transacciones para el cierre de 2022 con un claro objetivo de atender a más de 60 mil clientes y cambiar más de 3 mil millones de soles.

La compañía nació como una idea de sus fundadores, tres ingenieros de software con experiencia en Tecnología, Finanzas, Marketing y Operaciones, quienes analizaron los mayores problemas de los consumidores que cambian divisas: inseguridad, pérdida de tiempo y el alto precio de las plataformas bancarias para cambiar dólares.

“Es sobre estos aspectos que diseñamos nuestra propuesta de valor y decidimos crear Tucambista, con el propósito de acelerar el cambio de dólares y soles, mediante una plataforma segura y ágil; priorizando la atención al cliente para darle la tranquilidad que necesita en cualquier operación que implique transacciones monetarias”, comenta Jorge Chang, Co-founder de Tucambista.



De acuerdo con un estudio propio, la marca determinó que más del 75% de su demanda provenía de personas y empresas en Lima. Sin embargo, durante la segunda mitad de 2021, se observó un incremento importante en la demanda en departamentos como Arequipa, Trujillo e Ica. Asimismo, informó que el ticket promedio mensual es, aproximadamente, **USD 1,800** en personas mientras que en empresas bordea los **USD 12,000**.

La startup peruana, que ha crecido únicamente mediante bootstrapping, es decir, sin inversión externa ni capitales de riesgo, empezó con un capital de trabajo de 10 mil soles y hoy supera los **2 millones de soles**, lo que les permite implementar tecnología de primera para atender de forma segura y rápida a sus clientes. Como ya lo vienen haciendo con clientes, que, de manera individual, han llegado a transaccionar montos superiores a **1.2 millones de soles** en una sola operación.

“En los últimos dos años, destinamos entre el 25% y 30% de nuestros ingresos a la evolución de nuestra plataforma tecnológica y al desarrollo de nuevos productos. Sin embargo, debido al constante crecimiento en clientes y cantidad de operaciones, decidimos reforzar aún más nuestra plataforma y, actualmente, invertimos alrededor de 40% en tecnología”, menciona el ejecutivo.

La marca, que siempre procura ofrecer un precio muy competitivo, cree que lo más importante en su negocio es el nivel de servicio que puede ofrecer a sus clientes. De ahí se desprende su manifiesto: **“Automatizamos para humanizar nuestra atención”**, que los lleva a realizar esfuerzos para automatizar la operación a fin de liberar tiempo de sus colaboradores para enfocarse en la atención al cliente.

En plena tendencia hacia la automatización, la compañía cree que siempre habrá lugar para que el acompañamiento humano esté presente en todo el proceso de la operación, para que, si existiera algún inconveniente o duda se resuelva en conjunto con el usuario a fin de transmitirle **confianza, seguridad** y que obtenga el mayor valor posible por su dinero.

PAUTAS PARA EL DEPÓSITO Y RETIRO DE LA CTS

La Cámara de Comercio de Lima brinda 20 preguntas y respuestas con respecto a la Compensación por Tiempo de Servicios.



VÍCTOR ZÁVALA

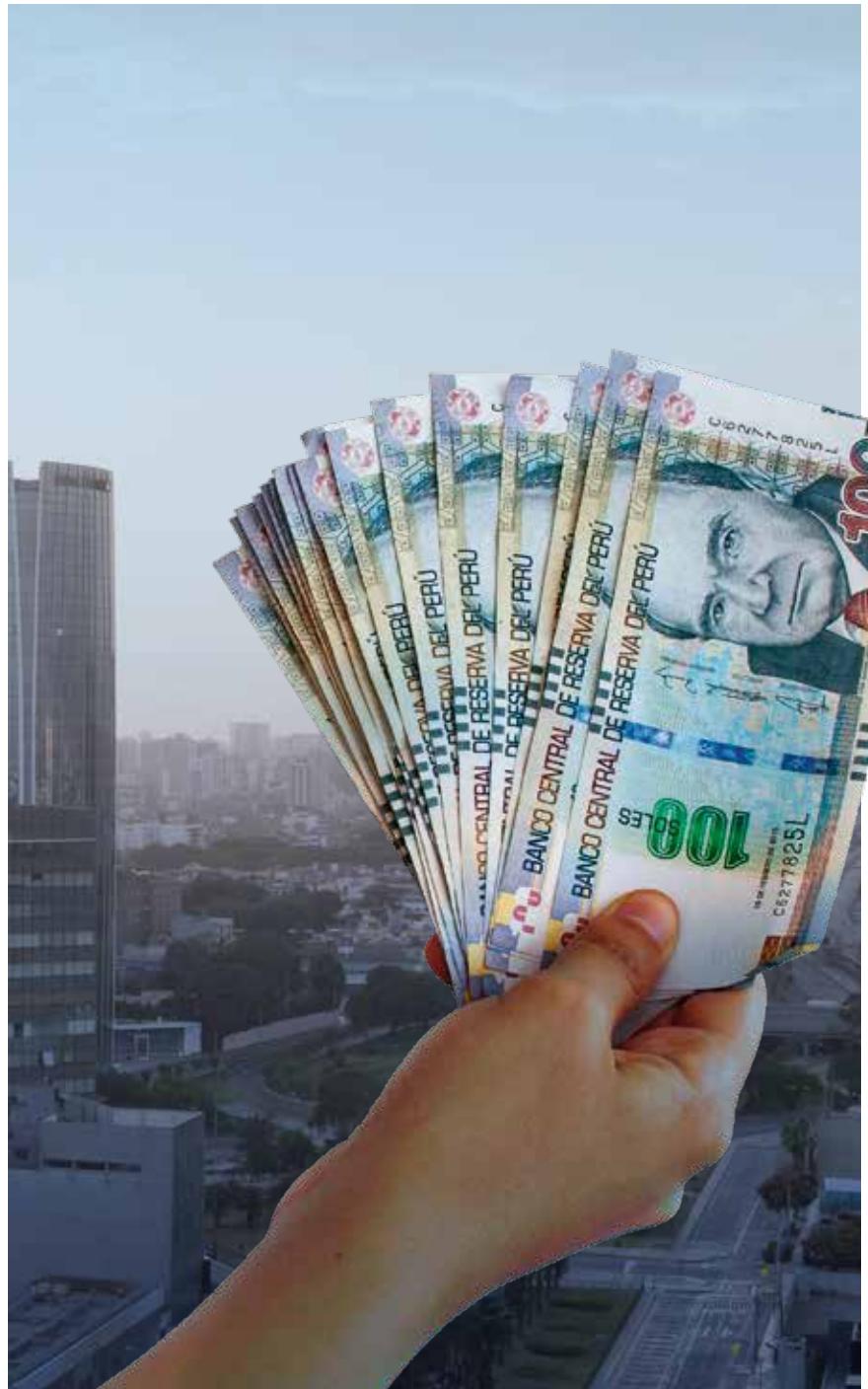
Gerente Legal
Cámara de Comercio de Lima
vzavala@camaralima.org.pe

La Cámara de Comercio de Lima recuerda las reglas básicas que deben de tener en cuenta las empresas y los trabajadores de la actividad privada, respecto del próximo depósito de la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS), que corresponde al periodo semestral mayo-octubre de 2021.

En este informe, con base en preguntas y respuestas, sintetizamos quiénes tienen derecho o no a la CTS, la remuneración que debe tenerse en cuenta para calcular y depositar la CTS, según el régimen laboral que corresponde a los trabajadores, las modalidades para el retiro de la CTS y las multas que puede imponer la Sunafil, en caso no se cumpla con efectuar el próximo depósito de la CTS, cuyo plazo vencerá el lunes 15 de noviembre de 2021.

20 PREGUNTAS Y RESPUESTAS

Le presentamos 20 preguntas



y respuestas concretas que los empleadores y trabajadores deben de tener en cuenta.

1.- ¿Cuáles son las normas que regulan la CTS?.- La compensación por tiempo de servicios está regulada por el TUO del D. Leg. 650 (DS 001-97-TR de 01.03.97) y su reglamento aprobado por DS 004-97-TR de 15.04.97.

2.- ¿Qué es la CTS?.- Es un beneficio social de previsión de las contingencias que origina el cese del trabajador, momento en el cual, el trabajador tiene derecho a retirar el 100% de los fondos depositados por el empleador. La CTS reemplaza al seguro de desempleo que rige en más de 70 países de América y de Europa.

3.- ¿Desde cuándo se tiene derecho a la CTS?.- El trabajador debe contar cuando menos con un mes de servicios, cumplido el mes recibe un dozavo, por los días recibe un treintavo.

4.- ¿Se deposita la CTS devengada al cese?.- No. En este caso la CTS no se deposita en el banco, se le entrega al trabajador dentro de las 48 horas de haber cesado, conjuntamente con su liquidación de beneficios sociales.

5.- ¿Cuál es el periodo a depositar?.- La CTS a depositar corresponde al periodo semestral, comprendido entre el 1 de mayo al 31 de octubre de 2021.

6.- ¿Quiénes tienen derecho a la CTS?.- Tienen derecho a recibir la CTS los trabajadores de la pequeña, mediana y gran empresa del sector privado, que hayan laborado en el semestre comprendido entre mayo-octubre de 2021, cumpliendo una jornada mínima de 4 horas diarias o más para el mismo empleador. También tienen derecho al depósito de la CTS las trabajadoras del hogar que laboren una jornada mínima de 4 horas diarias, de conformidad con la Ley 31047 y el DS 009-2021-TR.

7.- ¿Quiénes no tienen derecho a la CTS?.- No tienen derecho a percibir el próximo depósito de CTS: (i) los trabajadores en general que hayan laborado una jornada menor a 4 horas diarias; (ii) los trabajadores de

la microempresa, contratados después de que la empresa se inscribió en el Registro de Micro y Pequeña Empresa (Remype); (iii) los trabajadores del régimen laboral agrario, que hayan optado por cobrar su CTS conjuntamente con su remuneración diaria; (iv) los trabajadores con remuneración mensual mayor a 2 UIT (S/ 8.800), que hayan celebrado convenios con su empleador para percibir remuneración anual integral; y (v) los trabajadores que al 31 de octubre del 2021 tuvieran menos de un mes de servicios.

8.- ¿Cuál es la remuneración a considerar para el depósito de la CTS?.- Para el próximo depósito de la CTS que vence el 15 de noviembre, se toma en cuenta el sueldo del trabajador al 31 de octubre de 2021, al que debe agregarse una sexta parte de la gratificación percibida en julio de 2021. Por ejemplo, si el sueldo de octubre fue de S/ 3.000 y el sexto de la gratificación de julio fue S/ 500, la remuneración computable a considerar para el próximo depósito de la CTS será de S/ 3.500.

LA CTS REEMPLAZA AL SEGURO DE DESEMPLEO QUE RIGE EN MÁS DE 70 PAÍSES DE AMÉRICA LATINA Y EUROPA

9.- ¿A cuánto asciende el monto de la CTS a depositar?.- Si el trabajador laboró los 6 meses del periodo a depositar, recibirá el 50% de su remuneración computable. En el caso anterior, si su remuneración computable es S/ 3.500, el 50% a depositar será S/ 1.750.

10.- ¿A cuánto asciende la CTS del trabajador de la pequeña empresa?.- Los trabajadores de la pequeña empresa, contratados después que esta se inscribió en el

Remype, perciben el 50% de la CTS que corresponde a los trabajadores de la mediana y gran empresa. Por ejemplo, si la CTS de los trabajadores de la mediana y gran empresa es S/ 2.400, los trabajadores de la pequeña empresa percibirán de CTS el 50%, en este caso, la CTS a depositar será de S/ 1.200.

11.- ¿Cómo se calcula la CTS de los comisionistas?.- Para los trabajadores que perciben comisiones o remuneración a destajo, su CTS a depositar será calculada en base al promedio de las comisiones percibidas en el semestre (mayo-octubre 2021), al que debe agregarse una sexta parte de la gratificación percibida en julio de 2021, de ser el caso.

12.- ¿Cómo proceder si el trabajador no ha laborado el semestre completo?.- Si el trabajador no ha laborado el semestre completo, por cada mes laborado percibirá un sexto de su remuneración computable. Por ejemplo, si solo laboró en agosto, setiembre y octubre del 2021 y su sueldo es S/ 2.400, su CTS sería S/ 1.700 por los 6 meses, pero como solo laboró 3 meses percibirá 3/6 partes de S/ 1.700, esto es S/ 850.

13.- ¿El trabajador que ha laborado menos de un mes tiene derecho a CTS?.- No, los trabajadores para tener derecho a CTS deben haber laborado cuando menos un mes completo de servicios. Si el trabajador al 31 de octubre del 2021 tiene menos de un mes de servicios, no tendrá derecho a la CTS que se debe depositar hasta el 15 de noviembre. En este caso, los días laborados se sumarán a la CTS del semestre noviembre 2021-abril 2022 y la CTS acumulada se depositará hasta el 16 de mayo del 2022.

14.- ¿Puede embargoarse la CTS?.- La CTS se puede embargar solo por deudas de alimentos y hasta el 50%, según lo disponga el juzgado donde se le demandó alimentos al trabajador. El embargo de la CTS por alimentos solo procede cuando el trabajador ha dejado de laborar, sea por renuncia, mutuo acuerdo, despido, etc.

Recuerde que de acuerdo a ley, el

INFORME LEGAL

depósito de la CTS es obligatorio, aun cuando haya orden judicial de embargo, en este caso, el empleador está obligado a depositar la CTS en el banco elegido por el trabajador, pero debe comunicar al juzgado que la CTS ha sido depositada en el banco, indicando el monto del depósito y la cuenta en la que ha sido depositada, para conocimiento del juzgado.

15.- ¿Cómo proceder cuando el trabajador ha fallecido?.- Dentro de las 48 horas de ocurrido el fallecimiento, el empleador está obligado a depositar la CTS pendiente hasta la fecha del fallecimiento del trabajador. En este caso, el empleador debe entregar a los herederos del trabajador la constancia de cese, para efectos del retiro de la CTS depositada en el banco.

16.- ¿La cónyuge del trabajador fallecido puede retirar la CTS?.- Sí, en caso de fallecimiento del trabajador, la viuda puede retirar el 50% de la CTS depositada en el banco. Para ello, debe acreditar ante el banco su condición de cónyuge del trabajador fallecido, presentando a la vez la constancia de cese por fallecimiento otorgada por el empleador.

17.- ¿Para el retiro de la CTS se requiere autorización del cónyuge?.- No, la ley establece que se presume que el titular de la CTS está autorizado por su cónyuge para el retiro de la CTS, no se requiere autorización expresa del cónyuge.

18.- ¿El trabajador puede retirar el 100% de su CTS?.- Sí, según la Ley 31171 y el DS 010-2021-TR, el trabajador, excepcionalmente y hasta el 31 de diciembre de 2021, puede retirar hasta el 100% de su CTS. El retiro puede ser total o parcial y puede efectuarse directamente en las oficinas del banco o puede solicitarlo de modo virtual para que el banco desembolse la CTS dispuesta por el trabajador, mediante transferencia a una cuenta bancaria que indique el trabajador. En este caso, el desembolso debe efectuarse dentro de los 2 días hábiles de haberse solicitado al banco.

19.- ¿Se puede retirar la CTS que excede a los 4 sueldos?.- Sí, la

Ley 30334 – que no ha sido modificada – dispone que el trabajador, en cualquier momento puede retirar el 100% de su CTS que excede a los 4 sueldos. Este retiro procede en cualquier momento, inclusive después del año 2021.

20.- ¿Cuáles son las multas por no depositar la CTS?.- Las multas al empleador que no deposita la CTS hasta el 15 de noviembre de 2021 o no entregue la hoja de liquidación al trabajador, se explican a continuación.

MULTAS POR NO DEPOSITAR LA CTS

Conforme al TUO de la Ley de CTS (DS 001-97-TR), la CTS correspondiente al periodo semestral mayo-octubre 2021, debe depositarse hasta el lunes 15 de noviembre del 2021.

Al respecto, la Sunafil puede aplicar multas por no depositar la CTS (infracción grave) y por no entregar la hoja de liquidación dentro de los 5 días de efectuado el depósito (infracción leve).

Las escalas de multas laborales vigentes fueron aprobadas por D.S. 008-2020-TR (10.02.20). Se trata de 3 escalas de multas diferenciadas. La primera

para la microempresa, la segunda para la pequeña empresa y la tercera para la mediana y gran empresa (no mype).

Las infracciones en las que puede incurrir la empresa en esta materia se clasifican en infracciones leves (no entregar la hoja de liquidación donde consta cómo se ha calculado la CTS) e infracciones graves (no depositar la CTS dentro del plazo establecido).

Para determinar el monto de la multa, además del sector al que pertenece la empresa, se toma en cuenta el número de trabajadores afectados, considerando como base la UIT (S/ 4.400 vigente en el 2021).

Las multas para micro y pequeñas empresas inscritas en Remype no podrán superar en un mismo procedimiento sancionador el 1% de los ingresos netos percibidos en el ejercicio fiscal anterior al de la generación de la orden de inspección.

En el cuadro siguiente se indican las multas mínimas y máximas por infracciones leves y graves vinculadas a la CTS, según se trate de microempresas, pequeñas empresas y medianas y grandes empresas.

MULTAS MÍNIMAS Y MÁXIMAS POR NO DEPOSITAR CTS (DS. 008 -2020-TR, EL PERUANO 10.02.20)

MICROEMPRESA		
Infracción:	Multa mínima	Multa máxima
No entregar liquidación	S/198,00	S/1.012,00
No depositar CTS	S/484,00	S/1.980,00
PEQUEÑA EMPRESA		
Infracción:	Multa mínima	Multa máxima
No entregar liquidación	S/ 396,00	S/9.900,00
No depositar CTS	S/1.980,00	S/19.800,00
MEDIANA Y GRAN EMPRESA		
Infracción:	Multa mínima	Multa máxima
No entregar liquidación	S/1.144,00	S/68.288,00
No depositar CTS	S/6.908,00	S/114.928,00



D E S C U B R E

webcentrix

Plataforma de atención omnicanal

- Implementación personalizada en días.
- Acompañamiento y soporte personalizado. Te ayudamos a cumplir tus objetivos de negocio.
- Analítica y reporting para la toma de decisiones.
- Módulo de automatización para agilizar procesos.



MÁS DE 1000 CLIENTES EN TODO LATAM

www.wcentrix.com

NUEVO SERVICIO

**Implementación del modelo de
rentabilidad, eficiencia e innovación
para firmas de abogados**

Más información:

(+511) 977 782 717 
info@xtrategiagp.com 
www.xtrategiagp.com 



**¡LA NAVIDAD ESTÁ CERCA!
APROVECHA LA CAMPAÑA
Y ENVÍA A TODO EL PERÚ**



OLVA COURIER

Especialistas en Salud Ocupacional

Nuestros servicios

Exámenes Médicos Ocupacionales
Pruebas de Descarte Covid – 19

Corporativo 



Vive con nosotros **La Revolución de la Salud**

EPSON[®]
EXCEED YOUR VISION

U P G R A D E
NOW
INKJET NOW SCAN NOW

Haz un upgrade en tu negocio

Descubre un nuevo nivel en productividad con la solución integral de impresión, escaneo y software de Epson. Más productividad, menos intervenciones.

Gestión | Eficiencia | Reducción costos e intervenciones | Ahorro



www.epson.com.pe

