

16.180 empresas cerraron en los primeros seis meses del 2021.

Exportaciones de bebidas alcohólicas se recuperan.

# La Cámara

REVISTA DIGITAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

## EL COMERCIO EXTERIOR DINAMIZA LA ECONOMÍA

La CCL organizó la XVI Cumbre Internacional de Comercio Exterior en la que participaron ponentes peruanos e internacionales del sector público, privado y la academia.



REVISA NUESTRA  
VERSIÓN DIGITAL



**VI FORO 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 Haz crecer tu negocio con campañas de Shopping en Google Ads**  
Amara Chokgarian - Account Strategist, Google Customer Solutions

**COLABORADORES**

- 10:10 AM Digitalizando al equipo de ventas**  
Alejandro Marini - Gerente de Acción Pro Mercado
- 10:30 AM Tendencias en Gestión Humana en tiempos de Cambio**  
Mariela Prado - Vice Presidente de Gestión Humana & Sostenibilidad en Intercorp Retail

**DIGITAL**

- 11:20 AM Soluciones electrónicas para tu empresa**  
Representante de Niubiz
- 10:10 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  
Director Comercial de Poken Perú Retail
- Tendencias y desafíos del sector retail.  
Samuel Revilla  
Gerente General de Incalpaca

**CLIENTES**

- 9:30 AM Más allá de la frontera ON LINE**  
Yuriko Huayna - Country Manager de VTEX
- 10:10 AM Valora y fideliza tu base de datos**  
Martin Biegun - Co-Founder de Woow Up
- 10:30 AM Transformándonos a velocidad de pandemia**  
José Antonio Iturriaga - CEO Grupo EFE

**LOGÍSTICO**

- 11:30 AM Yape: Innovación financiera en tiempos de pandemia**  
Luis Alfonso Carrera - CEO Yape
- 12:30 PM El futuro del Retail y Despacho a domicilio**  
Ignacio Martinez - Head regional de marketing de Chazki

**AUSPICIAN:**



MEDIA PARTNER

**INSCRÍBETE AQUÍ**

[www.fororetailperu.com](http://www.fororetailperu.com)

## LOS SIGUIENTES 100 DÍAS

### 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 Caveró 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

Los resultados de los primeros 100 días del Gobierno del presidente Pedro Castillo y el partido Perú Libre son nefastos para el desarrollo del país. Desde el 28 de julio pasado, los peruanos hemos visto con estupor cómo la actual administración ha perdido el foco de lo que realmente es necesario hacer para el buen andar del Perú y sobran ejemplos al respecto.

En el caso de la educación, se ha boicoteado la Ley de Reforma Magisterial, que procuraba mejorar el nivel de los maestros públicos; mientras que en el caso del sector transportes, el ministro de dicha cartera se comprometió con los transportistas informales a reducir la fiscalización, cambiar a los jefes de los organismos que los fiscalizan (Sutran y ATU) y perdonarles todas las multas. Asimismo, han pedido al Congreso que les delegue facultades para imponer una reforma tributaria que busca aumentar los impuestos a los que ya los pagan, es decir, a las empresas y trabajadores formales; en vez de hacer que los evasores cumplan con su deber. En suma, y para mencionar solo tres casos de muchos, hemos visto un gobierno que avala y promueve la informalidad.

A todo ello, hay que agregar las amenazas de nacionalización de empresas; constantes llamados a la instauración de una Asamblea Constituyente, que busca cambiar el capítulo económico; y entregas de bonos a la población y créditos a sectores como el agrícola, los que han aumentado la deuda pública. Todo ello, sin un estudio o análisis previo que avale tales decisiones, y solo bajo el argumento de “en nombre del pueblo” o “el pueblo lo pide”, frases que pueden generar muchos aplausos en plazas, pero que a la larga hundirán la economía del Perú.

Lo trágico de todo esto es que las empresas formales ya sienten el fuerte golpe y muchas de ellas a duras penas logran cubrir sus costos operativos a fin de mes. Ello, debido a una demanda que no alcanza los niveles prepandemia, producto de una incipiente recuperación del empleo (más de 270.000 personas aún no recuperan sus puestos de trabajo y millones su nivel anterior de ingresos), y un aumento de los precios de los productos de la canasta básica.

Según el INEI, en el mes de octubre de 2021, de los 532 productos que componen la canasta familiar 379 subieron de precio; y la inflación acumuló 5,23% en lo que va del año.

Claramente, el rumbo tiene que cambiar y ello está en manos del presidente Pedro Castillo. ¿Cómo hacerlo en los próximos 100 días? Primero, promoviendo la inversión privada y dando claras y firmes señales a los agentes económicos de que invertir en el Perú es seguro y rentable. Asimismo, brindar las garantías necesarias para que las empresas que ya operan en el Perú, lo sigan haciendo, sin temor a ataques ni protestas violentas. Ello, sin duda,

recuperará el empleo formal de forma sostenida.

Segundo, luchar contra la informalidad. Es imposible que el Perú logre el desarrollo y bienestar para su población si es que el Gobierno, de la mano del Legislativo, no la combaten. Casi el 80% de la economía peruana es informal. Eso definitivamente debe cambiar.

Tercero, todos estamos de acuerdo con la necesidad de aumentar la recaudación tributaria, pero para lograrlo se debe promover una verdadera reforma que busque hacer que los que no pagan impuestos, lo hagan. La evasión en el Perú alcanza el 50% del Impuesto a la Renta y el 35% del IGV, y equivale el 8% del PBI. Sin embargo, la “reforma” del ministro Pedro Francke busca hacer que las empresas formales y sus trabajadores paguen más impuestos.

Señor Presidente, la mejor y más rápida forma de recaudar más, sin aumentar tasa impositiva alguna, se da a través de un mayor crecimiento económico, pues cuando la economía crece, aumentan el empleo, las utilidades de las empresas y los ingresos de las personas. Y, claro, como mencionamos líneas arriba, también se debe reducir progresivamente la informalidad hasta eliminarla.

Enfóquese en ello en los próximos tres meses y, sin duda, verá que los ingresos del fisco aumentarán. Si sigue por la senda que se trazó en sus primeros cien días, el efecto será menos inversión, menor recaudación, mayor informalidad y menor recaudación. El Perú no necesita 100 días como los que ya pasó su gobierno, sino 100 nuevos días para reencauzar al país en la senda del crecimiento que nos devuelvan el norte para volver a liderar la región como lo hacíamos en años pasados.

Señor Presidente, no desperdicie el potencial que tienen nuestro país, usted también es peruano como todos nosotros y se lo debemos a nuestras futuras generaciones.



**Sr. Peter Anders Moores**

Presidente de la Cámara de Comercio de Lima

## ÍNDICE



PÁGINA 06

### INFORME ECONÓMICO

DINAMISMO EMPRESARIAL NO RECUPERA NIVELES PREPANDEMIA. SI BIEN EN EL PRIMER SEMESTRE SE CREARON 139.488 EMPRESAS, LA CIFRA ES 6,5% MENOR A LA REGISTRADA EN SIMILAR PERIODO DEL 2019.



PÁGINA 10

### COMERCIO EXTERIOR

EXPORTACIONES PERUANAS DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS SE RECUPERAN



PÁGINA 14

### EVENTO

XVI CUMBRE INTERNACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR

PÁGINA 22

ENTREVISTA

JORGE FERNÁNDEZ: "CONCIERTOS MASIVOS SE DARÁN A PARTIR DE SETIEMBRE DEL 2022"

PÁGINA 24

EVENTO

V FORO INTERNACIONAL DE SERVICIOS: RESILIENCIA DE LOS SERVICIOS GLOBALES

## GESTIÓN TV

### CONSULTORIO DE NEGOCIOS

ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS PARA LA CAMPAÑA NAVIDEÑA

El jefe de Desarrollo de Negocios, Escuela de Ventas y Marketing de la CCL, Emilio Alarcón, explica las estrategias de marketing y ventas para la campaña navideña en nueve pasos claves.



TWITTER | TRENDING TOPICS



### Cámara de Comercio de Lima

Se debe fortalecer el MINCETUR, implementar medidas concretas para reactivar el sector y aprovechar las ventajas y derechos que tiene hoy el Perú para maximizar el comercio exterior. Estos factores ayudarán a superar la crisis de la pandemia.

@PRESIDENCIAACCL

**PRESIDENTE DEL COMITÉ EDITORIAL**  
Bernardo Furman Wolf

**DIRECTOR**  
Carlos Posada Ugaz

**JEFA DE PRENSA E IMAGEN**  
Carmen Anaya Valer

**EDITOR**  
Fernando Chevarría León

**EDITORA DIGITAL**  
Laura Vásquez Torres

**COORDINADORA**  
Raquel 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 (Iindexcam)

**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.



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



**CENTRO DE  
CONVENCIONES - CCL**  
Cámara de Comercio de Lima

Abrimos nuestras puertas y estamos preparados para recibirte. **Contamos con los protocolos de bioseguridad antes, durante y después de los eventos.** ¡Te esperamos en nuestras modernas instalaciones!



**Alquiler de  
Ambientes**

Auditorios, salas,  
multifuncionales,  
laboratorios y jardines



**Servicio de  
Alimentación -  
Catering**



**Alquiler de  
Equipos  
Audiovisuales**



**Producción  
de Eventos**

# DINAMISMO EMPRESARIAL NO RECUPERA NIVELES PREPANDEMIA

Si bien en el primer semestre se crearon 139.488 empresas, 64% de ellas formadas por personas naturales, la cifra es 6,5% menor a la registrada en similar periodo del 2019. Además, 16.180 empresas cerraron en los primeros seis meses del 2021.





Instituto de Economía y  
Desarrollo Empresarial - CCL

Después de un periodo de comprensible enfriamiento en la dinámica empresarial a raíz de la COVID-19, durante el 2021 el número de empresas que se vienen incorporando al sistema económico se ha ido recuperando.

Así, en el primer semestre del año se crearon 139.488 empresas, cifra superior en 88,4% respecto al 2020, pero aún inferior en 6,5% a la registrada en el primer semestre 2019. Con esto, el total de empresas activas asciende a 2'896.533 a nivel nacional, siendo los tres principales sectores donde se concentran el mayor número de empresas, el comercio (44,1%), servicios (42,6%) y manufactura (7,5%).

La creación de empresas es una respuesta de los agentes económicos ante una oportunidad de negocio identificada en el mercado y que puede ser aprovechada. Otro motivo es la respuesta de los agentes ante la necesidad de generar ingresos, por ejemplo, por haber perdido su puesto de trabajo.

En la actual coyuntura, ambas condiciones –oportunidad y necesidad–, han sido las razones que llevaron a que ya durante el segundo semestre del 2020 se alcance un número máximo de empresas creadas, 161.428, como una respuesta natural de los emprendedores que crearon negocios para enfrentar al desempleo,

la caída de los ingresos laborales y también buscando mecanismos para reinsertarse en la población económicamente activa.

Debido a la crisis sanitaria y la falta de oportunidades laborales, la población económicamente inactiva, es decir, los que no trabajan y no buscan trabajo, ascendió a 8,7 millones de peruanos al cierre del 2020, representando un incremento del 31,5% en relación con el año anterior, una cifra nunca registrada. Es decir, fueron más de 2,1 millones de peruanos los que se sumaron a este segmento de la población y que durante el presente año buscan reincorporarse a la PEA a través de emprendimientos.

## LAS EMPRESAS ACTIVAS A NIVEL NACIONAL AL PRIMER SEMESTRE ASCIENDEN A 2'896.533

Según la información del INEI, se observa que en el primer semestre

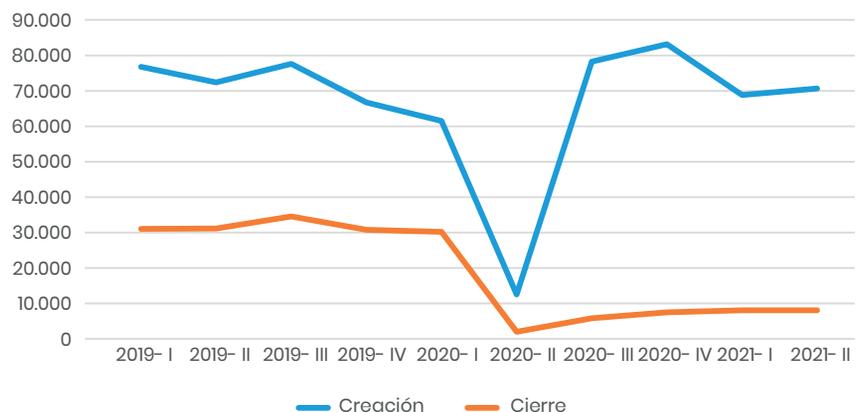
de 2021, respecto al 2019, se han creado más empresas en los sectores comercio (6.737), agropecuario (1.121) y manufactura (198). Dentro del sector comercio, tenemos los rubros del comercio al por menor (3.784), comercio al por mayor (2.677) y venta y reparación de vehículos (276).

Hay sectores que aún no recuperan su dinamismo, es decir que sí se han creado empresas, pero en menor número que el primer semestre 2019. Tal es el caso de la construcción, sector en el que, a pesar de la fuerte recuperación de su PBI –en los primeros ocho meses con un crecimiento del 75,4%–, se han creado 5.281 empresas, cifra por debajo de las 9.135 del 2019.

Otros sectores son transporte y almacenamiento (9.829), servicios de comidas y bebidas (9.975), otros servicios (15.735) y servicios prestados a empresas (11.713) también con registros menores al 2019, además, en lo que va del año su tasa de recuperación del PBI no viene siendo importante.

Y a los mencionados se suman aquellos sectores que giran en torno a la actividad turística como el alojamiento y los servicios de comidas y bebidas que en número han

Creación y Cierre de Empresas  
(Número por trimestre)



Fuente: INEI

Elaboración: IEDEP

aumentado en alrededor del 75% de lo que crecieron en 2019.

Además, las empresas creadas se concentran en tres tipos de organizaciones, el 64,2% han sido conformadas como personas naturales con negocio, el 16,3% como sociedad anónima y el 13% como empresa individual de responsabilidad limitada (EIRL).

## POR DEPARTAMENTOS

El número de empresas creadas está correlacionado con el tamaño de su economía, es decir el PBI. Según lo reportado por el INEI, el 39,4% de las empresas creadas durante el primer semestre del presente año se ubicaron en Lima (54.889). Luego le siguen en importancia La Libertad y Arequipa con similar participación, 6,0%, a los que se suma Piura (4,5%), Puno (4,3%), Cusco (4,3%) y Junín (4,1%).

En el otro extremo tenemos a los departamentos de Amazonas, Pasco, Moquegua, Tumbes y Huancavelica, cada uno con una participación menor al 1% del total.

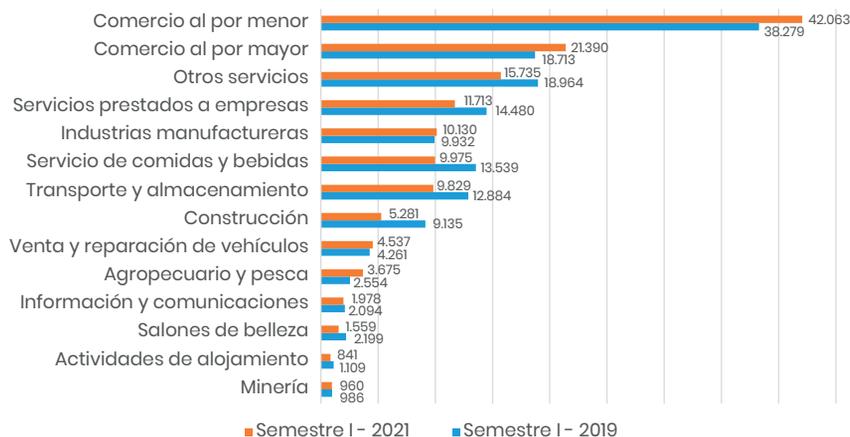
## BAJAS DE EMPRESAS

Durante el primer semestre del 2021 fueron dadas de baja un total de 16.180 empresas, de las cuales el 56% se ubica en el sector comercio, 11,8% en otros servicios, 8,1% en transporte y almacenamiento y 6,3% en manufactura. El número de empresas dadas de baja en este periodo fue menor en 74% y 49,7% en comparación al 2019 y 2020, respectivamente.

Respecto al 2019 la baja de empresas ha disminuido drásticamente, performance que se observa en todos los sectores económicos, como reflejo de la rápida recuperación que se logró en el nivel de actividad económica en cada uno de los departamentos del país.

Del mismo modo, el INEI registra el número de empresas que realizan cambios en la organización jurídica, principalmente de persona natural sin negocio a persona natural con

## Empresas creadas en el 1º Semestre 2019-2021



Fuente: INEI

Elaboración: IEDEP

negocio y viceversa.

Como referencia, durante el segundo trimestre de 2020, periodo de mayor crisis económica en que el PBI cayó 29,8%, se registró que 147.897 empresas pasaron de persona natural con negocio a sin negocio, es decir, dejaron de operar como consecuencia del confinamiento y el fuerte freno a la economía.

## ANUNCIOS DE PAROS Y CONFLICTOS SOCIALES POSTERGAN DECISIONES DE EMPRENDIMIENTOS

Luego, en el segundo semestre 2020, a medida que se volvía paulatinamente a la normalidad, se reincorporaron como persona natural con negocio un total de 946 empresas.

Llama la atención que para el primer semestre del presente año se volvió a registrar un total de 4.199 empresas hacia persona natural sin negocio. Esperemos que esta tendencia no se mantenga durante el segundo semestre del año.

## RIESGOS POR LA NUEVA COYUNTURA

Sin duda, el panorama actual puede afectar al dinamismo empresarial durante el segundo semestre del año.

En el corto plazo, los anuncios de paros y de conflictos sociales en distintas partes del país llevan a postergar las decisiones de iniciar un emprendimiento, sobre todo de aquellos que nacen como oportunidad de negocio. Más aún si el resultado del segundo semestre del año se comparará contra el periodo correspondiente del 2020 que, como dijimos, que fue un periodo de reanudación de actividades y de un elevado número de empresas creadas.

La base del marco legislativo definida en la Constitución Política del país favorece la iniciativa privada. Sin embargo, la incertidumbre ante los anuncios de su intento de modificarla desde el Poder Ejecutivo y algunas iniciativas legislativas desde el Congreso de la República va a repercutir en un menor dinamismo empresarial.

Será difícil lograr en este ambiente que se expandan los emprendimientos en todo el país, al menos de aquellos que buscan oportunidad de negocios y de generación de empleo.

# Te esperamos

FERIA  
VIRTUAL

## Facturación electrónica

Cámara de comercio de Lima

25 y 26

Noviembre  
Hora: 10 am a 8pm

[www.facturacionelectronicacl.com.pe](http://www.facturacionelectronicacl.com.pe)

La feria virtual para empresarios interesados en adquirir **soluciones** y **conocimientos** sobre la factura electrónica, donde encontrarás la mejor oferta de servicios.

Encontrarás:

- ▶ Stands interactivos
- ▶ Conferencias especializada con ponentes internacionales e internacionales



Auspiciadores:



Expositores:





Dr. Carlos Posada Ugaz

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

**E**l movimiento de las exportaciones e importaciones de bebidas alcohólicas en el Perú mantiene una marcada recuperación desde los niveles alcanzados en 2020. Y, estando próximos a la celebración de las fiestas navideñas y de fin de año, es importante revisar su desarrollo a lo largo del 2021.

### EXPORTACIONES DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

De acuerdo con información de Sunat, las ventas al exterior de bebidas alcohólicas, entre enero y setiembre del 2021, ascendieron a US\$ 17,9 millones, cifra mayor en 9,1% a la alcanzada en similar periodo del 2020 (US\$ 16,4 millones). Sin embargo, el monto es inferior al del 2019, cuando se exportaron US\$ 26,32 millones.

A continuación, analizaremos las exportaciones de los tres tipos de bebidas alcohólicas que ocupan los tres primeros lugares en el ranking de exportación.

**CERVEZA DE MALTA.-** Entre enero y setiembre, las exportaciones de cerveza totalizaron 12'645.553 litros por US\$ 6,75 millones, cifra 51% mayor en cuanto a la cantidad, pero 37,8% menor en cuanto a valor, respecto a similar periodo del 2020.

Chile fue el principal destino con 4'381.585 litros (-30,8%) por un valor de US\$ 4,3 millones (-49,4%). Le siguen Estados Unidos, con 874.195

# EXPORTACIONES PERUANAS DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS SE RECUPERAN

El mercado interno de bebidas espirituosas también experimentó una rápida recuperación superando los niveles prepandemia.



litros (+31,3%) por US\$ 866.078 (+31,4%); Brasil, con 590.496 litros (+51,6%) por US\$ 597.255 (+41,8%) y España, con 439.825 litros (+57,8%) por US\$ 590.818 (+69,5%).

**PISCO.-** Las exportaciones de pisco sumaron 711.717 litros por US\$ 5,4 millones, cifras que evidenciaron un incremento de 92,1% en cuanto a cantidad exportada y 119,6% en cuanto al valor, respecto al periodo de enero a setiembre del 2020.

Estados Unidos fue el principal destino de esta bebida con 325.257 litros (+170%) por un valor de US\$ 2,8 millones (+177,4%). Le siguieron España, con 102.502 litros (+320,7%) por US\$ 406.076 (+133,9%); Países Bajos, con 46.971 litros (+118,5%) por US\$ 381.999 (+106,9%); Chile, con 56.177 litros (+230,1%) por US\$ 259.354 (+232,8%); y Francia, con 23.563 litros (+7,4%) por US\$ 240.116 (+2,3%).

**RON.-** Entre enero y setiembre se enviaron al exterior 361.280 litros de ron (+39,7%) por US\$ 2,1 millones (+77,8%). Países Bajos fue el principal destino con el 51,6% de participación, con 98.951 litros (+133,6%) por US\$ 1,1 millones (+101,7%). Le siguen Colombia, con 23% de participación y 185.400 litros (+0,2%) por US\$ 494.352 (+0,2%); y Francia, con el 5,1% de participación y 6.770 litros (+7,960%) por US\$ 108.948 (+4,439,5%).

### IMPORTACIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Entre enero y octubre pasado, las importaciones de bebidas alcohólicas alcanzaron US\$ 105,5 millones, cifra 61,83% mayor respecto a similar periodo del 2020 (US\$ 64.4 millones) y a su vez superior a lo alcanzado en los primeros diez meses del 2019, cuando se importaron US\$ 81,4 millones (+29,55%), lo que demuestra un aumento considerable en el consumo nacional.

### ENTRE ENERO Y SETIEMBRE, LAS EXPORTACIONES DE PISCO ALCANZARON 711.717 LITROS, POR US\$ 5,4 MILLONES

A continuación, analizaremos las importaciones de las bebidas alcohólicas más importadas por el Perú.

**CERVEZA DE MALTA.-** Entre enero y octubre del 2021, se importaron 40'036.364 litros de cerveza de malta por US\$ 41 millones, un crecimiento de 91,2% en cuanto a cantidad importada y 121,3% respecto al valor, frente a los montos de similar periodo del 2020.

México fue el principal proveedor de esta bebida con el 69% de participación,

con 27'739.295 litros (+91,1%) por US\$ 29 millones (+132,9%).

Le siguen Países Bajos, con el 14,7% de participación y 6'242.630 litros (+329,8%) por US\$ 6 millones (+320,2%). Sin embargo, la adquisición de cerveza de malta desde Bélgica, el tercer proveedor con el 3,3% de participación, disminuyó a 1'021.628 litros (-24,1%) por US\$ 1,3 millones (-10,7%).

**VINO DE UVA.-** Entre enero y octubre se importaron 6'569.191 litros por US\$ 24,5 millones, 24% y 11,1% más, respectivamente, con relación a similar periodo del año anterior.

Argentina fue el principal proveedor de este producto con 40,1% del total importado con 2'394.481 litros (+12,8%) por US\$ 9,8 millones (+7,4%).

Le siguieron Chile, con 25,5% de participación, con 2'330.710 litros (+11,9%) por US\$ 6,2 millones (+1,7%); y España, con 22,8% de participación, con 910.757 litros (+24,4%) por US\$ 5,6 millones (+38,4%).

**WHISKY.-** Entre enero y octubre se adquirieron del exterior 2'752.910 litros de whisky, por US\$ 10,4 millones, un incremento de 59,8% en cuanto a cantidad importada y 48,4% en cuanto a valor, respecto a similar mismo periodo del 2020.

Los tres principales proveedores de esta bebida fueron Reino Unido, con 91,9% de participación, con 2'597.835 litros (+66,2%) por US\$ 9,5 millones

Tabla N°1

Exportaciones peruanas de bebidas alcohólicas (ene-set 2020-2021). Valor FOB en US\$ y cantidad exportada en litros

Producto	Ene-set 2020		Ene-set 2021		Ene-set 2021-2020	
	Valor FOB	Litros	Valor FOB	Litros	Var. FOB	Var. Litros
Cerveza de malta	\$ 10.851.454	8.375.500	\$ 6.750.857	12.645.553	-37,8%	51,0%
Pisco	\$ 2.459.976	370.532	\$ 5.402.773	711.717	119,6%	92,1%
Ron	\$ 1.210.943	258.577	\$ 2.152.458	361.280	77,8%	39,7%

Fuente: Sunat

Elaboración por: IDEXCAM

(+51,1%); Estados Unidos, con 5,3% de participación, con 49.187 litros (+52%) por US\$ 554.638 (+46,6%); y Argentina, con 1,5% de participación, con 67.290 litros (-31,4%) por US\$ 155.953 (-29,1%).

**RON.-** Entre enero a octubre del 2021, se importaron 1'969.484 litros de ron por US\$ 8 millones, 5,5% más en cuanto a cantidad y 24,2% más en cuanto a valor, respecto a similar periodo del año anterior.

Nicaragua es el principal proveedor de este producto, con el 34,8% de participación, con 615.216 litros (+43,5%) por US\$ 2,8 millones (+51,4%). Le siguieron Colombia, que contó con el 16,8% de participación, con 355.070 litros (-16,1%) por US\$ 1,3 millones (-9,6%); y República Dominicana con el 8,7% de participación, con 204.894 litros (+7,4%) por US\$ 700.460 (+10%).

## VINO ESPUMANTE

En lo que respecta al vino espumante o champagne, en los primeros diez meses del 2021 se importaron 917.729 litros por US\$ 4,3 millones, montos que mostraron 70,3% más en cuanto a cantidad y 69,7% más en valor respecto a lo registrado en similar periodo del 2020.

Italia fue el principal proveedor al

acumular el 67,6% de participación, con 698.500 litros (+79,6%) por US\$ 2,9 millones (+77,6%). Le siguieron España, con 18,9% de participación, con 161.565 litros (+50,1%) por US\$ 814.253 (+71,3%); y Francia, con 7,2% de participación, con 7.331 litros (-50,5%) por US\$ 309.581 (+16,4%).

## LAS IMPORTACIONES PERUANAS DE VINO SON LIDERADAS POR ARGENTINA CON EL 40,1%

## VODKA

Entre enero y octubre, se importaron 1'534.985 litros de vodka por US\$ 2,6 millones, cifras 151,9% mayor en cuanto a cantidad y 93,3% mayor en cuanto a valor, respecto a similar periodo del 2020.

El 32,6% de lo importado provino de Argentina, con 378.000 litros (+1.328,6%) por el valor de US\$ 854.805 (+1.088,4%). Le siguieron Costa Rica, con el 18,4% de participación, con 633.730 litros por US\$ 481.365; y Estados Unidos, con el 13,3% de participación, con 132.854 litros (-39,8%)

por US\$ 347.115 (-36,6%).

## OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS

En lo que respecta a otras bebidas alcohólicas, por ejemplo, los cocteles Smirnoff Ice, el Four Loko, y otros similares, se importaron 5'480.938 litros por US\$ 9,4 millones, cifras que mostraron un incremento de 259% en cuanto a cantidad y 219% en cuanto a valor, frente a lo registrado en el periodo de enero a octubre del 2020.

México fue el principal proveedor con el 36,4% de participación, con 2'024.237 litros (+209,6%) por US\$ 3,4 millones (+230,1%); seguido de Brasil, con el 23,2% de participación, con 1'565.555 litros (+644,6%) por US\$ 2,2 millones (+726,8%); y Costa Rica, con el 15,8% de participación, con 1'367.358 litros (+225,9%) por US\$ 1,5 millones (+199,6%).

Observamos que las exportaciones peruanas de bebidas alcohólicas se recuperan, aunque en forma modesta aún, destacando el crecimiento del pisco, seguido de las exportaciones de ron, pero en un porcentaje menor.

Por otro lado, las importaciones peruanas de cerveza de malta, vino de uva, whisky, ron, vino espumante, vodka y otras bebidas alcohólicas también incrementaron. Esto implica la recuperación del consumo en este sector.

Tabla N°2

### Importaciones peruanas de bebidas alcohólicas (ene-oct 2020-2021). Valor CIF en US\$ y cantidad importada en litros

Producto	Ene -oct 2020		Ene -oct 2021		Ene-oct 2021-2020	
	Valor CIF	Litros	Valor CIF	Litros	Var. CIF	Var. Litros
Cerveza de malta	\$ 18.725.046	20.943.744	\$ 41.441.881	40.036.364	121,3%	91,2%
Vino de uva	\$ 22.049.599	5.298.797	\$ 24.500.769	6.569.191	11,1%	24,0%
Whisky	\$ 7.015.481	1.722.983	\$ 10.411.448	2.752.910	48,4%	59,8%
Ron	\$ 6.493.570	1.866.286	\$ 8.067.489	1.969.484	24,2%	5,5%
Vino espumante	\$ 2.545.389	538.846	\$ 4.318.606	917.729	69,7%	70,3%
Vodka	\$ 1.355.223	609.309	\$ 2.619.464	1.534.985	93,3%	151,9%
Otras bebidas alcohólicas	\$ 2.957.858	1.526.633	\$ 9.434.710	5.480.938	219,0%	259,0%

Fuente: Sunat

Elaboración por: IDEXCAM



# ¡Sé parte de la reactivación Con Sanitas! **Volvamos Seguros**

Sanitas tu salud, la de tu familia y la de tus colaboradores están aseguradas

Con la finalidad de poder ayudar en la reactivación total de tu empresa y el retorno a la normalidad sin dejar de cuidar el bienestar de tus colaboradores, te presentamos nuestra campaña **¡Volvamos Seguros!**

Con esto, nuestro  
Plan Empresarial Mix  
tendrá un:

**15%**  
de descuento en  
el 1er y 2do mes

Nuestro Plan Empresarial Mix está **diseñado especialmente para ti y tus colaboradores**, por lo que cuenta con las siguientes coberturas:



**Cobertura ilimitada**  
en todos los planes



**Cobertura Covid**  
Al 100% según plan vigente



**Teleconsulta**  
Atención en más de 14 especialidades



**Medicamentos en farmacias\***  
Y delivery a través de WhatsApp



**Vacunas a domicilio**  
Según calendario MINSA



**Programas preventivos**  
En cada etapa de la vida



**Cobertura oncológica**  
Al 100%



**+200 red de clínicas**  
A nivel nacional

\*Beneficios aplican de acuerdo al plan de salud contratado.

Para obtener más información

Contacta con tu corredor de confianza o escríbenos a [ventaseps@sanitasperu.com](mailto:ventaseps@sanitasperu.com), te asignaremos un Ejecutivo Comercial



Durante el evento se presentó el *Plan de Reactivación de las Exportaciones*, documento elaborado por el Idexcam que comprende cuatro pilares de trabajo.

## INFRAESTRUCTURA LOGÍSTICA PARA FOMENTAR EL COMERCIO

La CCL organizó la *XVI Cumbre Internacional de Comercio Exterior* en la que participaron ponentes peruanos e internacionales del sector público, privado y la academia.

La Cámara de Comercio de Lima (CCL), a través de su Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior (Idexcam), organizó la *XVI Cumbre Internacional de Comercio Exterior: Los pilares estratégicos para el desarrollo del comercio exterior peruano*, evento virtual que se llevó a cabo el 8 de noviembre mediante las plataformas Zoom, Facebook Live y Youtube de la institución.

En la referida cita, el presidente de la CCL, Peter Anders, resaltó que en esta coyuntura de crisis sanitaria y turbulencia externa, es imprescindible que nuestro país acelere su integración

comercial en la economía global, a través de instrumentos como los acuerdos comerciales regionales o bilaterales, tal como se refleja en el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

“Así también urge mejorar nuestro desempeño logístico en comercio exterior, sobre todo en infraestructura, y aumentar el impulso en la política de simplificación administrativa que se viene implementando. Con ello mejoraremos nuestra competitividad”, expresó.

En esa línea, el director ejecutivo del Idexcam, Carlos Posada, sostuvo

que para impulsar el desarrollo de nuestro comercio exterior, es necesario retomar un adecuado aprovechamiento de los acuerdos comerciales suscritos, continuando con una política de negociación y suscripción de protocolos sanitarios.

Cabe mencionar que este tema importante forma del *Plan de Reactivación de las Exportaciones 2021-2026*, documento elaborado por el Idexcam que tiene por objetivo fomentar el comercio exterior peruano mediante el trabajo articulado entre el sector público-privado y la academia.

Entre otras propuestas técnicas, también se destaca hacer mejoras en



infraestructura logística y legislación en materia de comercio exterior, implementar nuevos mecanismos tributarios e introducir las TIC en las actividades comerciales.

“Estas propuestas deberían ser tomadas por la actual administración para la reactivación y consolidación de nuestras exportaciones, a fin de generar más empleo y divisas”, refirió Posada.

Respecto al desempeño de nuestros envíos, Carlos Posada estimó que este año se registraría una cifra récord de más de US\$ 52.000 millones, lo que representaría un crecimiento del 25% en relación al 2020. De igual manera, estimó que las importaciones ascenderían a US\$ 49.635 millones, teniendo en cuenta que a setiembre el monto importado ya registraba US\$ 37.157 millones. “Estas estimaciones demuestran un importante dinamismo de nuestro comercio exterior, el cual debe estar considerado dentro de las políticas públicas”, destacó.

## MÁS INVERSIONES

Por su parte, el *partner* de Slott Consulting, José Pérez, precisó que Perú ha logrado importantes avances en el tema logístico, pero se debe seguir invirtiendo en infraestructura tecnológica, soporte logístico y transporte para seguir ganando mayor competitividad, especialmente en proyectos claves que garanticen resultados en el corto plazo y mediano plazo.

“Estas inversiones en logística deben contar no solo con la participación del sector privado, sino con el impulso del sector público. En esta coyuntura urge dinamizar las exportaciones y el comercio exterior. Por eso, es importante seguir invirtiendo en antepuertos, centros de carga aérea, agrocentros y corredores logísticos para abaratar algunos costos y generar rentabilidad”, refirió.

A su turno, el director de Regímenes Especiales en Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (Procomer), Marvin Rodríguez,

## “URGE MEJORAR NUESTRO DESEMPEÑO LOGÍSTICO EN COMERCIO EXTERIOR, SOBRE TODO EN INFRAESTRUCTURA”

**PETER ANDERS**  
Presidente de la CCL



destacó los favorables resultados del Régimen Zona Franca (RZF) que otorga el Gobierno de Costa Rica a las empresas que deseen invertir en su país mediante incentivos y beneficios.

En ese sentido, indicó que la inversión extranjera directa (IED) en zonas francas sigue siendo muy representativa para Costa Rica, pues desde hace tres años se registran montos significativos que hoy llegan al 64% del total del IED.

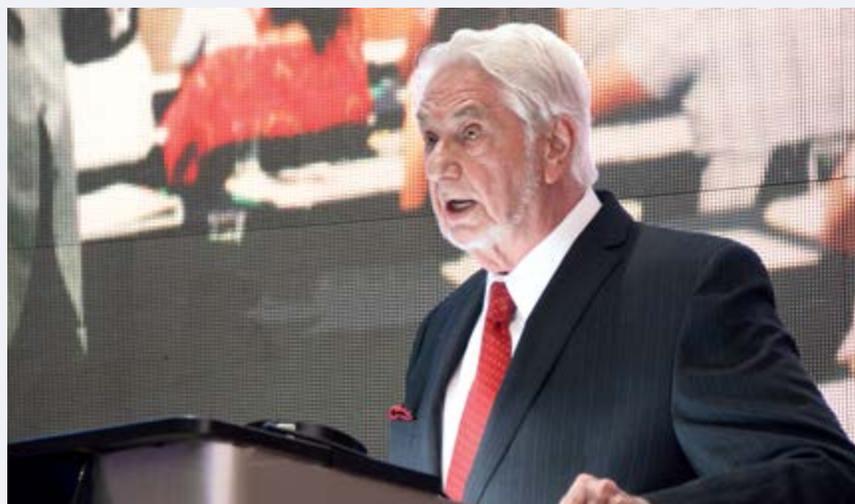
Rodríguez afirmó que estas inversiones tienen un impacto efectivo en las exportaciones, donde el 55% de lo exportado por Costa Rica se genera a través de zonas francas, lo que ha permitido ciertas ventajas relacionadas a la diversificación.

En tanto, el subdirector ejecutivo

en Autoridad para la Atracción de Inversiones y la Promoción de Exportaciones de Panamá (Propanamá), Diego Ortiz de Zevallos, destacó que los logros realizados por su país en temas de digitalización gubernamental y acuerdos comerciales han contribuido a dinamizar las inversiones y el comercio exterior panameño.

“En el tema de la digitalización buscamos que los procesos sean más transparentes y en menor tiempo, permitiéndonos agilizar el posicionamiento de nuestras inversiones”, precisó.

Ortiz de Zevallos señaló que su institución, en trabajo coordinado con sus embajadas en el mundo, busca impulsar la participación de Panamá



El promotor de la Cumbre Internacional de Comercio Exterior fue el Ing. Samuel Gleiser Katz (+), *past president* de la Cámara de Comercio de Lima.



en el mercado internacional. “Hoy Panamá destaca en su posicionamiento en el comercio mundial y crecimiento económico de 10%, así como su amplia red de acuerdos comerciales con 23 Tratados de Libre Comercio suscritos con 59 países, entre ellos Perú”, mencionó.

A su turno, el embajador de la Unión Europea en el Perú, Gaspar Frontini, en su exposición magistral *La importancia del comercio exterior para el desarrollo de los países*, resaltó la estrecha relación comercial que sostiene la Unión Europea y el Perú desde hace años, el mismo que ha contribuido al desarrollo del comercio exterior peruano y a su crecimiento económico.

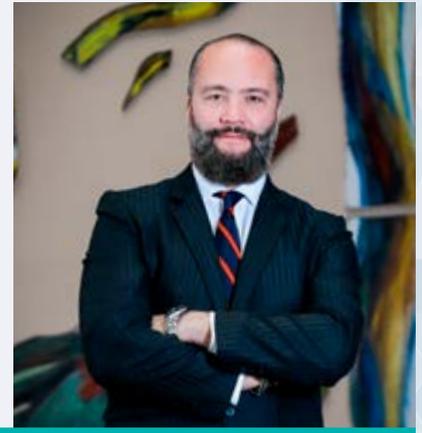
En ese sentido, sostuvo que el Acuerdo de Libre Comercio entre estas dos economías, vigente desde el 2013, ha generado para ambas partes, importantes beneficios en términos de comercio abierto, sostenible y justo.

“En los últimos años, el Perú ha exportado a la UE mercancías valorizadas entre 5.000 millones y 6.000 millones de euros al año, y ha importado cerca de 4.000 millones de euros. Ello demuestra que con este Acuerdo, las exportaciones desde Perú a la UE se han diversificado, especialmente para el agro”, remarcó.

En esa línea, destacó que el sector agroindustrial peruano está bien posicionado en el mercado europeo; siendo una ventaja competitiva para adaptarse a la transición ecológica y

## “EL COMERCIO EXTERIOR PERUANO DEBE ESTAR CONSIDERADO DENTRO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS”

**CARLOS POSADA**  
Director ejecutivo del IDEXCAM



la sostenibilidad, temas que impulsa la comunidad europea.

## PANEL SOBRE RETOS DEL SECTOR PRIVADO

Durante el panel de alto nivel, que llevó como nombre *Retos del sector privado para superar la crisis sanitaria y económica*, el viceministro de Comercio Exterior, Diego Llosa, sostuvo, en relación a lograr mayores niveles de competitividad, que, en el marco del *Plan Nacional de Competitividad*, su cartera está trabajando en la implementación de una red de inteligencia y vigilancia de mercados, que permitirá alinear información con instituciones, siendo a la vez una herramienta amigable para el usuario.

Con respecto a la coyuntura externa y local, Sandro Stapleton, presidente del Gremio de Salud de la CCL, refirió que el alza de la cotización del dólar, el aumento del costo de los fletes marítimos y la crisis mundial

de contenedores están impactando en las importaciones de implementos médicos, lo que perjudica y conlleva al incumplimiento contractual de los proveedores.

“Del total importado, el 75% lo compra el Estado, el cual exige la entrega en plazos determinados. De no cumplir, la empresa deberá pagar una penalidad. Además deben aceptar las exigencias de compras con valores históricos”, refirió Stapleton.

En ese sentido, propuso que las agencias aduaneras deberían tomar en cuenta los costos de fletes marítimos o valores de referencia dados antes de la pandemia, a fin de ayudar y flexibilizar el pago de impuestos y tributaciones de los importadores.

Finalmente, el vicedecano de la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad del Pacífico, Óscar Malca, mencionó que si bien la crisis sanitaria y la crisis de contenedores pueden generar ciertos riesgos, también podrían brindar oportunidades a países como el nuestro que no dependen mucho de las importaciones. “Al ser un país exportador deberíamos mirar a otras economías de la región como Chile, Colombia, Ecuador y otros que, con relación a Perú, tienen una baja distancia cultural, acuerdos comerciales suscritos y una capacidad relativa de compra; que al ser medidas pueden generar nuevos proyectos de negocios de impacto regional, donde se fomente la inversión y transferencia tecnológica”, puntualizó.

## “LA UNIÓN EUROPEA Y PERÚ MANTIENEN UNA ESTRECHA RELACIÓN COMERCIAL QUE CONTRIBUYE AL DESARROLLO”

**GASPAR FRONTINI**  
Embajador de la Unión Europea en Perú



## Omnicanalidad: Claves para empatizar con el cliente a través de canales digitales

Los clientes y usuarios de hoy no solo buscan contactar a sus empresas vía telefónica tradicional, sino que, por el contrario, los llamados canales digitales como **WhatsApp, Redes Sociales, Página Web, Click to Call/Chat** cada vez ganan más terreno y son más usados. Por esta razón, la omnicanalidad es un modelo de comunicación utilizado por las empresas para mejorar la experiencia de sus clientes, permitiéndoles estar en contacto constante con ellas a través de múltiples medios. En resumen, las soluciones de omnicanalidad están orientadas a la mejora de la experiencia del cliente (Customer Experience-CX) ya que se logra una relación multi u omnicanal independiente de por donde ingresen las interacciones del cliente y el contexto de éstas, sabiendo en todo momento para qué se comunican los clientes con la organización.

Precisamente, los clientes que han decidido dar este paso en la transformación digital de sus procesos de servicio al cliente y poner a disposición de sus asociados, proveedores y en general de sus stakeholders, todas las bondades de un sistema Omnicanal facilitan que a través de WhatsApp y desde la comodidad de sus teléfonos celulares, los socios, clientes y demás puedan interactuar con la empresa y/o entidad en cualquier momento. Bajo este nuevo escenario, tanto las empresas como sus clientes encontrarán grandes ventajas:



En definitiva, con estos avances, las empresas se acercan cada vez más a la excelencia en la prestación del servicio al cliente, cerrando un círculo 360° tanto para preguntas como para requerimientos y quejas.



# LAS PYMES CONTRIBUYEN AL DESARROLLO Y A LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA

En la XVIII Expo Pyme, organizada por el Gremio de la Pequeña Empresa de la CCL, se contó con la participación de representantes del sector público y privado.

La Cámara de Comercio de Lima, a través de su Gremio de la Pequeña Empresa (COPE), organizó la XVIII Expo Pyme: *Pymes sin fronteras. Motor del cambio Hoy*, evento virtual que se realizó el 10 y 11 de noviembre vía plataforma Zoom y Facebook Live del gremio empresarial.

Las palabras de bienvenida estuvieron a cargo del presidente de la CCL, Peter Anders, quien manifestó que, en este contexto de crisis sanitaria y económica se necesita de importantes estrategias que promuevan eficientemente a las pequeñas y medianas empresas (pymes), las que cumplen un papel fundamental en la dinámica del mercado.

“Las pymes también deben apostar por la digitalización de sus procesos, para incrementar su productividad. Así como reducir costos y fidelizar a sus clientes mediante una atención personalizada, clave para seguir creciendo”, remarcó.

A su turno, el presidente de COPE de la CCL, Percy Krapp, presentó un estudio de mercado elaborado por Global Research Marketing con apoyo de la Escuela de Marketing de la CCL, documento que revela temas importantes para las pymes.

“Encontramos que para el 93% de los encuestados la innovación es un tema relevante, seguido de la informalidad (91%), marketing y ventas (90%), asesoría laboral (85%), compras del Estado (64%), etc.”, reveló.

Por su parte la presidenta del Congreso de la República, María del

Carmen Alva, encargada de inaugurar el evento, resaltó que el Perú se ha caracterizado por ser un generador importante de emprendimientos que han contribuido sustancialmente al crecimiento económico y la creación de millones de empleos.

“Conocemos de su aporte relevante a la economía y a la reactivación. Por ello, desde el Congreso de la República se vienen impulsando diversos proyectos de ley en favor de las pequeñas y medianas empresas, tema clave en la agenda legislativa”, refirió.

## RÁPIDA RECUPERACIÓN

En el primer bloque del evento, el viceministro de Economía, Alex Contreras, destacó que la economía peruana viene alcanzado una rápida recuperación en los últimos cuatro meses.

“Esta óptima dinámica de la economía responde a la apertura y operatividad de distintas actividades productivas que asciende al 99%. En ese sentido, estimamos que el crecimiento del PBI del 2021 sería mayor a lo antes proyectado (10,5%), con un avance del 12,5%, llegando así a los niveles del 2019”, explicó Contreras Miranda.

Precisó que esta recuperación también se explica por un mejor proceso de vacunación, que ya alcanza al 60% de la población y del Plan Económico ejecutado por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) para enfrentar la pandemia, considerándolo como uno de los “más agresivos en la región”.

## “DESDE EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA SE VIENEN IMPULSANDO DIVERSOS PROYECTOS DE LEY EN FAVOR DE LA PYMES”

**MARÍA DEL CARMEN ALVA**  
Presidenta del Congreso de la República



No obstante, si bien la dinámica económica es favorable para este año, precisó que en términos de empleo adecuado aún seguimos rezagados, pues continuará cayendo a tasas del 20% respecto a nivel prepandemia.

Por otro lado, sostuvo que entre las políticas prioritarias del MEF en apoyo para las mypes, está el promover la innovación de sus productos y procesos, el acceso al financiamiento, la tecnología y más mercados; así como mejorar la calidad de sus servicios.

Estas iniciativas van en línea con lo expuesto por el congresista de la República y economista, Carlos Anderson, quien manifestó que el principal problema de las mypes es la falta de liquidez. Por ello, planteó la creación de fondos soberanos por US\$ 1.000 millones que servirán para capitalizar al sector microfinanciero y así puedan prestar y resolver los problemas de liquidez de las mypes.

De igual manera insistió en seguir impulsando el *factoring*, mecanismo legítimo que ayuda a las empresas como parte de su estrategia de financiamiento.

En tanto, el presidente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito -EFIDE, Luis Baba Nakao, coincidió con el catedrático y exviceministro de Energía y Minas, Rómulo Mucho, sobre la importancia de que las mypes se asocien con cooperativas para que puedan acceder a mejores servicios y así crear mejores condiciones de comercialización y de acceso a tecnologías.

Baba Nakao añadió que el gobierno y demás instituciones gubernamentales deben también dar apertura a su base de datos, que contiene información privilegiada en relación a proveedores, precios, etc.

En tanto, el subdirector de Desarrollo Exportador de PromPerú, Edal Luján, manifestó que pese al ámbito externo se está abriendo nuevas oportunidades de negocios para las pymes exportadoras, sobre todo en el sector agro, las mismas que han logrado adaptarse a las exigencias del mercado internacional. Ello se observa en el buen desempeño de sus envíos, que a julio del 2021 han logrado sumar US\$ 4.182 millones a la espera de alcanzar un récord histórico al cierre del año.

“En este contexto es sustancial insertar a más pymes peruanas en esta vorágine de recuperación y reactivación económica, para que puedan llegar a más mercados con productos de mayor valor agregado”, precisó.

## “PARA EL 93% DE LAS PYMES DEL PAÍS EL TEMA DE INNOVACIÓN ES SUMAMENTE RELEVANTE”

**PERCY KRAPP**  
Presidente del Gremio de la Pequeña Empresa de la CCL



Más adelante, en el panel *Oportunidades y Tendencias globales para las Mypes*, se identificaron diversas barreras y trabas burocráticas que frenan la actividad exportadora de estas empresas. En esta sesión participaron el Consejero Económico Comercial del Perú en el Exterior – OCEX sede Ecuador y Panamá, Carlos Gustavo García; el representante del Perú en el Parlamento Andino, Juan Carlos Ramírez; y el director del Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC por sus siglas en inglés), Renato Reyes.

Para, Juan Carlos Ramírez, el aparato estatal es la principal barrera para las pymes exportadoras que están sujetas a altas tasas tributarias y excesivas regulaciones que solo desincentivan la formalización y frenan los procesos de internacionalización de las pymes. Así también, otra problemática es la falta de acceso y la adquisición de nuevas tecnologías, así como la dificultad para realizar trámites para el comercio exterior.

Al respecto, Renato Reyes, planteó la creación de mecanismos de monitoreo relacionados a estas barreras, a fin de desarrollar estrategias para una mayor información y apoyo financiero a las pymes.

“En relación a la internacionalización, el APEC considera que los gobiernos también deben apoyar en la digitalización, a fin de que puedan insertarse a las cadenas de valor”, refirió.

En la segunda fecha del evento, el intendente nacional de Estrategias y Riesgos de la Sunat, Palmer de La Cruz, destacó las acciones dentro del sistema tributario aplicable a las pymes, entre ellas la reducción de los costos de cumplimiento de las obligaciones y la reducción de fraude a nivel Aduanas.

“Estas acciones estratégicas apuntan a fortalecer las capacidades de estas empresas con una mayor productividad empresarial y a la vez incentivar al cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias”, expresó.

Por su parte la directora ejecutiva (e) del Programa Nacional Compras a MYPerú, Ninoska Mosqueira, sostuvo

### “LA ECONOMÍA PERUANA VIENE RECUPERÁNDOSE DE MANERA RÁPIDA EN LOS ÚLTIMOS CUATRO MESES”

**ALEX CONTRERAS**  
Viceministro de Economía



### “LAS MYPES DEBEN ASOCIARSE CON LAS COOPERATIVAS PARA QUE PUEDAN ACCEDER A MEJORES SERVICIOS”

**LUIS BABA NAKAO**  
Presidente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito - Efide



que dicho programa viene beneficiando a la reactivación de micro y pequeñas empresas, accediendo a las compras públicas. Sin embargo no todas pueden participar, pues adolecen de baja productividad, bajos ingresos y poco acceso al financiamiento.

Para una mayor participación de las mypes, que actualmente llegan al 9% de las compras públicas, anunció que la creación del Programa Nacional Compras a MYPerú tendrá una actividad permanente con impacto importante en las mypes de regiones, la misma que se implementará en el primer trimestre del 2022.

Cabe mencionar que también participaron en la *XVIII Expopyme 2021*, el presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura, Javier Bereche; el presidente de la Cámara de Comercio, Industria, Servicios, Turismo y de la Producción del Cusco, Edy Cuellar Margholt; y el presidente de la Cámara

de Comercio, Producción y Turismo de San Martín - Tarapoto, Gilber Escudero. Igualmente el congresista Jorge Montoya y la embajadora de Rumania en Perú, Camelia Ion-Radu.

### CONDERCORADOS

Al final del encuentro, la CCL realizó la ceremonia de reconocimiento a empresarios peruanos en tres categorías, los que sobresalieron por su liderazgo, compromiso y emprendimiento, contribuyendo así a la recuperación económica, generación de empleo y bienestar social en medio de la crisis sanitaria.

En la categoría *Trayectoria Empresarial* fue galardonado Carlos Hiraoka, presidente del directorio de Importaciones Hiraoka; en *Emprendimiento Innovador* se premió a la empresa Jugos Rita; y en la categoría *Responsabilidad Social y Empresarial* el reconocimiento fue para Sumaq Qara.

¿ 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 Managment System: integramos tu negocio con nuestro sistema de gestión de ordenes.

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.

 [SOCIOS@THEHUB.WORKS](mailto:SOCIOS@THEHUB.WORKS)

 [WWW.THEHUB.WORKS](http://WWW.THEHUB.WORKS)

 994 182 087





## **“CONCIERTOS MASIVOS SE DARÍAN A PARTIR DE SETIEMBRE DEL 2022”**

El presidente del Sector de Espectáculos Artísticos, Culturales y Afines (Arena) del Gremio de Servicios de la CCL, Jorge Fernández, afirma que para reactivar dicho rubro es necesario reducir hasta en 30% el valor de entradas de los conciertos.

POR MARIBEL HUAYHUAS VARGAS  
MHUAYHUAS@CAMARALIMA.ORG.PE

## ¿Cuál es la actual situación de las empresas del rubro espectáculos tras casi dos años de pandemia?

La situación del sector es mala. En julio de este año empezaron a realizarse los primeros conciertos presenciales con un aforo del 40%, cumpliendo con todos los protocolos de bioseguridad. Sin embargo, asumir los costos sigue siendo una ardua tarea para las empresas, las que deben cumplir con el pago de impuestos y servicios.

## ¿Qué impuestos deben pagar?

Entre los conceptos están el pago entre el 7% a 10% por derecho de autor que exige la Asociación Peruana de Autores y Compositores (Apdayc), el 18% de IGV, 3,5% por uso de tarjeta de crédito y 11% por comisión de tiquetera. Es decir, alrededor del 40% del costo de la entrada se va para el pago de impuestos y servicios, situación que empeora si la empresa no logra vender la totalidad las entradas, considerando que el aforo permitido es solo del 40%. Ello no genera rentabilidad.

## Frente a estas obligaciones, ¿las empresas locales siguen apostando por el streaming?

Al no estar autorizados los conciertos masivos, algunos empresarios continúan apostando por esta alternativa. Por ejemplo, los grupos folclóricos y criollos hacen uso del *streaming* en vivo, los que están exentos de pagar IGV. Pero, si transmiten un concierto grabado, y repetidas veces, deberán pagar dicho impuesto, adicionalmente a los conceptos que fueron mencionados anteriormente.

A ello se suma el costo que genera contratar un local, el pago a los técnicos, etc. En definitiva, el *streaming* no es un gran negocio, solo es una ayuda para seguir dando trabajo a las personas.

## La CCL tenía como propuesta disminuir el impuesto por derecho de autor. ¿Se ha logrado avances?

Hemos sostenido conversaciones con la Apdayc para establecer nuevos convenios, a fin de establecer una tarifa única para todo tipo de conciertos, pues este—como mencionamos—puede llegar al 10%. Lo que pedimos es fijar una tasa de 5% por un periodo de tres años con la finalidad de reactivar a todas las empresas del rubro. Se espera que este tema se resuelva a finales de noviembre.

## CERCA DEL 40% DEL VALOR DE LAS ENTRADAS DE CONCIERTOS SE DESTINA AL PAGO DE IMPUESTOS

De igual manera, se ha solicitado eliminar el pago del IGV hasta el 2023, tal como sucede en Argentina, cuyas empresas del espectáculo no pagan el 21% del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).

## ¿Cuántos conciertos masivos se han cancelado la fecha y cuándo se reprogramarán?

Desde el primer semestre del 2020 se han cancelado un total de 53 conciertos internacionales, donde la mayoría espera que sean reprogramados, pues, conforme a la cláusula de contrato, por motivos de fuerza mayor—en este caso por crisis sanitaria—existe la obligación de reprogramar dichos conciertos.

Si bien todavía no hay un número definido de cuántos se van a reprogramar, tenemos conocimiento de que algunos se darían a partir de setiembre y octubre del próximo año. Hay que mencionar que desde el 2020 son varias las empresas que ya pagaron anticipadamente a los artistas y que recién tendrán resultados para el 2022.

Así también, es importante indicar que para que se retomen las giras internacionales es clave que los niveles de pandemia retrocedan de manera significativa, no solo en Perú sino en otros países de la región como Colombia, Brasil, Argentina o Chile.

## ¿Se buscará reducir el precio de las entradas para reactivar el sector?

Efectivamente, la reactivación en el sector debe apuntar a rebajar hasta en 30% el precio de las entradas, sean para conciertos nacionales e internacionales, pues las personas, debido a la pandemia, ya no disponen de dinero como antes. Rebajando el valor del ticket podríamos llegar a más público.

La crisis sanitaria ha generado severos problemas económicos en todos los estratos sociales, por eso para obtener buenos resultados las empresas deben optar por esta iniciativa. Para lograrlo necesitamos del apoyo del Estado, de los empresarios, de Apdayc y demás entidades relacionadas al rubro, donde se planteen propuestas válidas.

## ¿Qué otros temas deben ser atendidos?

Recientemente, el Ministerio del Interior emitió un comunicado en el que disponía la prohibición de eventos masivos para las celebraciones del 31 de octubre (*Halloween* y Canción Criolla), unas horas después se retractó. Ello ha generado un grave perjuicio para las empresas del sector donde muchos conciertos y eventos tuvieron que ser cancelados.

Estos inconvenientes no pueden volverse a repetir porque solo demuestra una falta de coordinación entre las autoridades. Lo conveniente sería establecer una Mesa Directiva conformado por el Ministerio del Interior, Ministerio de Cultura, Indecopi y la Municipalidad Metropolitana de Lima, a fin de definir los criterios y acuerdos específicos para el desarrollo de estos eventos.



## SERVICIOS DE CONOCIMIENTOS, LOS MÁS RESILIENTES EN PANDEMIA

En el marco del día Nacional del Exportador Peruano la CCL organizó el *V Foro Internacional de Servicios: Resiliencia de los Servicios Globales*.

**E**n el *V Foro Internacional de Servicios: Resiliencia de los Servicios Globales*, organizado por el Gremio de Servicios de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), y que se llevó a cabo el 9 de noviembre pasado, se aseguró que si bien las exportaciones de servicios a nivel mundial siguen siendo afectadas por la coyuntura sanitaria, los servicios modernos como el financiero, comunicaciones, informática y de conocimientos han iniciado su proceso de recuperación frente a los servicios tradicionales como el transporte y turismo.

Durante sus palabras de

bienvenida al foro, el presidente de la CCL, Peter Anders aseguró que, entre los sectores productivos, sin duda, los servicios vienen siendo los más afectados por la COVID-19. Refirió que frente a esta complicada coyuntura que daña la vida y salud de las personas, así como la economía de las naciones, resulta indispensable plantear estrategias para dinamizarla. “Los servicios más afectados por la pandemia en el Perú y el mundo son el turismo, que básicamente comprende el transporte, el alojamiento y la gastronomía e involucra al comercio y el *retail* o tiendas por departamentos”, dijo.

Asimismo, Anders precisó que, en los últimos diez años, la exportación de servicios peruanos han tenido un crecimiento sostenido, pero, debido a la COVID-19, la crisis golpeó fuertemente al sector en el 2020. No obstante, resaltó que la apertura comercial a nivel mundial, así como las adaptaciones tecnológicas, han permitido que el sector comience a recuperarse este año. “Para la post pandemia resulta indispensable elaborar adecuadas estrategias destinadas a asegurar la resiliencia de los servicios, que son un factor vital para asegurar el desarrollo económico y social de la población”, destacó.



A su turno, la presidenta del Gremio de Servicios de la CCL, Yolanda Torriani, sostuvo que Latinoamérica es muy importante como proveedora de servicios de exportación, los mismos que se han convertido en un elemento estructural de crecimiento del país.

“Seguimos convencidos de que el comercio de servicios ha sido y será más resistente a la crisis económica y financiera. Por ello, serán muy importantes los esfuerzos que realicemos basados en nuestros servicios, la tecnología y el talento de los peruanos aprovechando las ventajas de la inteligencia artificial”, señaló la también past presidenta de la CCL.

Asimismo, Torriani explicó que las ofertas de los servicios no solo requieren tecnología de punta, sino sobre todo de capital humano calificado para lograr el triunfo. En ese sentido, recordó que el éxito para la exportación de servicios va de la mano con la creatividad y con la apertura para identificar oportunidades. “Debemos tener en cuenta que en este momento de crisis nuestro ingenio representa una virtud que nos puede llevar a proveer servicios de muy alto valor agregado y que nos permita exportar talento al mundo a través de las plataformas más importantes que tenemos en el país”, puntualizó.

## EL MOTOR DEL EMPLEO

Por su parte, el viceministro de

## “LA REGIÓN LATINOAMÉRICA ES MUY IMPORTANTE COMO PROVEEDORA DE SERVICIOS DE EXPORTACIÓN”

**YOLANDA TORRIANI**  
Presidenta del Gremio Servicios CCL



Comercio Exterior, Diego Llosa, afirmó que el comercio de servicios se ha venido constituyendo a lo largo de los años en un motor de desarrollo, de empleos de calidad y en una fuente importante para poder diversificar las exportaciones sobre todo las que se basan su potencial en el conocimiento.

Señaló que, según cifras del Banco Central de Reserva (BCR), entre los años 2012 y 2019 las exportaciones de servicios pasaron de US\$ 4.264 millones a US\$ 7.523 millones. No obstante, dijo que por el tema de la pandemia, en el 2020, este valor exportado decreció en un 57% principalmente por la reducción de los viajes internacionales y el turismo.

Al respecto, Llosa mencionó que durante ese año (2020) casi la mitad de las principales exportaciones fueron de los servicios modernos como financieros, comunicaciones, seguros, entre otros.

## “EL COMERCIO DE SERVICIOS SE HA CONSTITUIDO A LO LARGO DE LOS AÑOS EN UN MOTOR DE DESARROLLO”

**DIEGO LLOSA**  
Viceministro de Comercio Exterior

“Esto no es ajeno a otros países de Latinoamérica, donde se ha observado que los servicios basados en el conocimiento han sido los más resilientes y en algunos casos han tenido tasas de crecimiento positivas en el 2020”, subrayó.

Finalmente, el viceministro de Comercio Exterior mencionó que en el primer semestre del 2021 las exportaciones de servicios sumaron US\$ 1.624 millones, cifra que representa una caída respecto al 2020. Sin embargo, refirió que los sectores de otros servicios basados en el conocimiento tienen un crecimiento del 4%, particularmente los que incluyen servicios profesionales intensivos al capital humano de medio y alto nivel de calificación que ayudan a mejorar la experiencia del consumidor y que están directamente relacionados con las tecnologías de la información.



## ESTRATEGIAS DE DESARROLLO

Para el gerente de Exportaciones de Servicios de Promperú, David Ederly, hoy en el mercado se están produciendo muchos cambios y que las consultoras globales que evalúan los nuevos comportamientos del consumidor coinciden en que muchos de ellos se deben a la aceleración de la tecnología.

“El mercado está cambiando y es ahí donde justamente el empresario debe empezar a analizar cuáles son sus estrategias de desarrollo y expansión al mercado internacional. Todo lo ocurrido debe haber servido a muchas empresas en repensar su llegada a la plaza extranjera y ese repensar implica modificar probablemente sus modelos de negocios y sus políticas de llegada hacia una aceleración más profunda de los canales de comercialización”, apuntó.

Recordó que hoy día los aplicativos de todo tipo se utilizan intensamente y ello está generando la necesidad de que la manufactura pueda cambiar su protocolo y sus procesos de producción. En ese sentido, sostuvo que es allí donde las empresas de servicios deben encontrar oportunidades en los procesos operativos. Además, precisó

## “LÍDERES EMPRESARIALES DE AMÉRICA LATINA AUMENTARON CONTRATACIONES EN PANDEMIA”

**JAVIER PEÑA CAPOBIANCO**  
Secretario General de ALES

que en el *e-commerce* por cada segundo la gente gasta US\$ 11.000.

Finalmente, Ederly sostuvo que el *outsourcing* o subcontratación se ha acelerado producto de la necesidad de las empresas de encontrar economías que posean algunas soluciones operativas que puedan incorporar en el negocio o complementar lo que están haciendo.

## LA NUEVA ERA DE LOS SERVICIOS GLOBALES

Por su parte, el secretario general de la Asociación Latinoamericana Exportadora de Servicios (ALES), Javier Peña Capobianco, quien



presentó el libro *La nueva era de los servicios globales*, detalló que para elaborar dicha publicación entrevistó a más de 70 líderes empresariales de América Latina quienes le manifestaron que, en el contexto de la pandemia, estaban aumentando las contrataciones de los recursos humanos, además de mantener y en algunos casos de aumentar el nivel de productividad de sus empresas.

“Mientras hacía la investigación me di de que mientras la economía del mundo se caía a pedazos, estas empresas, que están integradas en particular por tecnologías de la información, *software*, procesos de negocios por *contact center* o *Business process outsourcing* (PBO); y por industrias profesionales o creativas; han mantenido su crecimiento y productividad”, subrayó.

Por último, la presidenta de Promperú, Amora Carbajal, quien clausuró el evento, manifestó que el sector de servicios es sumamente importante para el país porque contribuye con el 50,6% del PBI, además de concentrar el 65% de la PEA por lo que es un gran generador de empleo y del empleo altamente calificado.

“El Perú ya exporta servicios. En el 2019 representaban el 14% de las exportaciones totales del país. Por ello, consideramos pertinente que este tipo de eventos deben fomentar la incorporación de más empresas exportadoras”, puntualizó.



Los servicios más afectados en el Perú y el mundo por la pandemia de la COVID-19 son el turismo que básicamente comprende el transporte, alojamiento y gastronomía.



# 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:

growway.studio  
 /Growway 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@growway.studio



# “UN BLOQUEO DE CHINA A TAIWÁN SERÍA MUY GRAVE PARA LA ECONOMÍA MUNDIAL”

El internacionalista Francisco Belaúnde explica el conflicto entre las naciones asiáticas y sus posibles consecuencias para el Perú y a nivel global.

POR RAQUEL TINEO RAMOS  
RTINEO@CAMARALIMA.ORG.PE

## ¿Cómo podemos entender el conflicto entre China y Taiwán?

El régimen comunista de China nunca dejó de considerar a Taiwán como una provincia rebelde. Tal es así que durante mucho tiempo la China comunista no fue reconocida por la mayoría de los países, no formaba parte de las Naciones Unidas. La cosa cambió cuando en 1972 el presidente Richard Nixon de EE.UU. visitó a Mao Zedong. Así cambió la política, y EE. UU. y todos los países decidieron reconocer a la China comunista como legítimo gobierno. Para este país siempre fue un objetivo reincorporar a Taiwán como parte de su territorio y ese objetivo se mantiene vivo.

El actual presidente de China, Xi Jinping, es ultra nacionalista y quiere recuperar sí o sí a Taiwán, y este país tiene una presidenta de un partido independentista. Ese es el conflicto. Por eso China amenaza a Taiwán: “ni se les ocurra proclamar la independencia”. Y hasta el momento, el Gobierno de Taiwán no lo ha hecho, pero se comporta como un país independiente.

## ¿Para EE.UU. qué tan importante es Taiwán?

A pesar de que EE.UU. dejó de reconocer al Gobierno de Taiwán oficialmente, todavía se mantienen los vínculos comerciales y políticos, aunque los políticos no son oficiales. EE.UU. tiene una especie de compromiso con Taiwán para defenderla en caso de una agresión china en un contexto de rivalidad. Si China tuviera un régimen democrático, seguramente no habría este problema y probablemente Taiwán se reincorporaría a China, pero como es un régimen comunista y, además está mostrando cierta agresividad, por así decirlo, en toda esa región, esta reivindicando una serie de espacios marítimos y territoriales.

## ¿Cómo afectaría geopolíticamente a los países?

Cuando se dan este tipo de tensiones, la gran mayoría de países occidentales muestra una postura de defensa sobre Taiwán. ¿Cómo afecta? Bueno, el tema está en los factores de tensión en toda esa zona, porque son dos potencias mundiales. De esta manera, muchos países occidentales están reforzando su presencia en la zona, por eso se está produciendo esta famosa alianza AUKUS entre el Reino Unido, Australia y EE.UU.

## “TAIWÁN ES UNO DE LOS PRINCIPALES PRODUCTORES DE SEMI CONDUCTORES QUE AHORA ESTÁN ESCASEANDO”

Taiwán es uno de los principales países, por ejemplo, en la producción de los famosos semi conductores que sirven para los aparatos electrónicos y que ahora están escaseando en el mundo. Si algo pasara, por un bloqueo de China, sería muy grave para la economía mundial.

## ¿Es posible que este conflicto pueda ocasionar una guerra?

China siempre ha dicho que busca la reincorporación pacífica de Taiwán. Pero, a veces en sus declaraciones se olvida de decir la palabra “pacífica”, y está haciendo cada vez más exhibiciones de fuerza en esa zona, enviando aviones a sobrevolar, no territorios de Taiwán, pero sí la zona de identificación aérea sin identificarse, como diciendo que le pertenece. Taiwán envía barcos de guerra también como una manera de hacer exhibición de su fuerza.

Algunos si están pensando que China podría decidir invadir Taiwán y que sería muy costoso porque Taiwán

no es un país totalmente indefenso. La cosa no sería nada fácil.

En principio, esa no es la idea, pero pareciera que Xi Jinping quiere dejar como legado de su gobierno la reincorporación de Taiwán y pareciera que fuera su obsesión. Eso acrecienta la posibilidad de una eventual guerra. Por eso, el propio Joe Biden dijo, por primera vez, que ellos defenderían a Taiwán y después se rectificó. La tensión es cada vez más palpable.

## ¿Hay posibilidad de que EE.UU. tome partido?

Sí, probablemente. Por eso, EE.UU., además de tener muchas posesiones en el Pacífico, está buscando reforzar su presencia y mostrarle a China que van a estar muy atentos. Entonces, EE.UU. también pondría aviones a sobrevolar la zona, o barcos, como diciéndole a China “ojo, acá estamos”.

Ese pin pon de demostraciones de fuerza es muy importante porque, en el caso de China, es para intimidar a Taiwán, mientras que EE.UU. refuerza aún más su presencia con la alianza que ha hecho con Australia y el Reino Unido.

El mensaje es muy fuerte, es una manera de decirle a China “oigan, aquí estamos presentes, no crean que van a poder atacar a Taiwán impunemente”. En diplomacia, este tipo de mensajes son muy importantes.

## Una guerra de este tipo, ¿qué consecuencias tendría en el Perú?

Pues la economía se caería. China es uno de los principales mercados del Perú. Y en ese caso, se cerraría ese mercado y la economía mundial también se iría al tacho.

China es un país importantísimo para la economía mundial y Taiwán también tiene su importancia sobre todo en estos semi conductores que ahora están escaseando, incluso los autos en estos momentos están saliendo menos rápido porque ahora todo es electrónico. Entonces, sería una catástrofe.



VÍCTOR ZAVALA

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

**E**l Centro Legal de la Cámara de Comercio de Lima, luego de analizar los nuevos Valores Unitarios Oficiales de las Edificaciones y los Valores Arancelarios de los Terrenos, estima que en el año 2022 el impuesto predial de Lima y Callao tendrá un aumento promedio de 6%, con relación al impuesto pagado en el año 2021 (*ver cuadro*).

El aumento del impuesto se dará como consecuencia de los nuevos valores de las edificaciones y los nuevos valores arancelarios de los terrenos aprobados por las Resoluciones Ministeriales 346, 347, 348, 349 y 350-2021-VIVIENDA, publicadas en *El Peruano* el 30 de octubre de 2021.

Cabe mencionar que los Valores Unitarios Oficiales de las Edificaciones de los predios tendrán un incremento de 5,30% en promedio en Lima Metropolitana y el Callao, que comprende el valor por metro cuadrado de muros, columnas, techos, pisos, puertas, ventanas, revestimientos, baños e instalaciones, según lo dispuesto por la RM 350-2021-Vivienda.

Asimismo, para determinar el valor de los predios, se deben considerar los Planos Prediales que contienen los Valores Arancelarios de Terrenos Urbanos, expresados en soles por metro cuadrado, de las áreas urbanas de Lima Metropolitana, vigentes para el



## CAMBIOS EN EL IMPUESTO PREDIAL DEL AÑO 2022

El tributo aumentará 6% en promedio en Lima y Callao. El alza puede ser mayor en los predios colindantes a obras de infraestructura ejecutadas por el Gobierno, en las que se incrementará el valor arancelario de los terrenos.



Ejercicio Fiscal 2022, y aprobados por RM 346-2021-Vivienda. Los planos arancelarios de terrenos serán difundidos por el sector vivienda y las municipalidades.

El alza del impuesto predial puede ser mayor al 6% que hemos proyectado, para el caso de los predios colindantes a obras de infraestructura ejecutadas por el Gobierno, las regiones y municipalidades, en las que se incrementará el valor arancelario de los terrenos, así como el impuesto predial a pagar en el año 2022.

### IMPUESTO PREDIAL

Conforme al Texto Único Ordenado de la *Ley de Tributación Municipal* – D. Leg. 776 (DS 156-2004-EF del 15-11-2004), el impuesto predial es un tributo de periodicidad anual que pagan las personas naturales y jurídicas propietarias de terrenos,

casas, departamentos, edificios y construcciones en general. El pago se realiza a favor de las municipalidades distritales donde se ubican los predios y la tasa progresiva del impuesto – que no ha variado – se aplica sobre el valor total de los predios que pertenecen a una misma persona dentro de cada distrito, considerando el monto de la UIT del año 2022, que para estos efectos lo hemos proyectado en S/ 4.600.

## LOS PROPIETARIOS DE PREDIOS TIENEN OBLIGACIONES TRIBUTARIAS CON SUNAT Y LAS MUNICIPALIDADES

### PAGO DEL IMPUESTO

El pago del impuesto predial podrá ser cancelado al contado hasta el lunes 28 de febrero de 2022 o en forma fraccionada hasta en cuatro cuotas trimestrales. La primera cuota se hará hasta el 28 de febrero de 2022, mientras las cuotas restantes se pagarán hasta el último día hábil de mayo, agosto y noviembre de 2022, las que serán reajustadas con el Índice de Precios al por Mayor (IPM) que publica el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

### JUBILADOS/ADULTO MAYOR

La CCL recuerda que los pensionistas propietarios de un solo predio, a nombre propio o de la sociedad conyugal, que esté destinado a casa habitación y cuyos ingresos (del jubilado) estén constituidos únicamente por su pensión – que no debe exceder de una UIT – tienen derecho a deducir del autoavalúo el monto equivalente a 50 UIT, debiendo pagar el impuesto predial solo por el exceso a las 50 UIT.

Además, conforme a la Ley 30490

– *Ley de la Persona Adulta Mayor* –, aun cuando no sea pensionista y bajo los requisitos antes mencionados, también tendrá derecho a descontar del valor del predio el importe de 50 UIT, respecto del cual no pagará el impuesto predial, siempre que en ambos casos (el jubilado/adulto mayor) soliciten a la municipalidad acogerse a este beneficio, presentando la documentación debidamente sustentada.

Por ejemplo, si el autoavalúo 2022 de la casa del jubilado/adulto mayor es S/ 250.000 se descontarán S/ 230.000 (considerando una UIT proyectada de S/ 4.600). En este caso, el tramo afecto solo será S/ 20.000 x 0,2% y el impuesto predial anual del jubilado/adulto mayor será de S/ 40. En este caso debe pagar el impuesto mínimo de S/ 28.

### IMPUESTO MÍNIMO

Conforme al artículo 13° del D. Leg. 776, las municipalidades están facultadas a cobrar un impuesto predial mínimo, equivalente a 0,6% de la UIT = S/ 28 (S/ 4.600 x 0,6).

### OBLIGACIONES CON SUNAT/ MUNICIPALIDADES

Recuerde que los propietarios de los predios tienen diversas obligaciones tributarias con Sunat y las municipalidades donde estos se ubican, tal como sintetizamos a continuación:

**IGV.-** La venta del inmueble está gravada con el IGV, solo si se trata de un inmueble nuevo, construido y vendido por el constructor y siempre que el vendedor perciba renta de tercera categoría.

**Venta gravada.-** La persona natural que transfiere un inmueble paga el IR, si lo adquirió a partir del 1 de enero del 2004, si lo ha construido para ser vendido o si lo ha comprado para ser revendido.

**Casa habitación.-** No está gravado con el IR el inmueble transferido, que constituyó la casa habitación del vendedor quien la ocupó

como tal durante dos años.

**Tasa del IR.-** La persona natural que vende un inmueble gravado con el IR paga a Sunat el 5% (según el Gobierno la nueva tasa será 10%) sobre la ganancia (precio de venta menos el valor de adquisición actualizado con el factor que publica el MEF).

**Pago definitivo.-** El IR (5% o la tasa que lo sustituya) es pago definitivo, que ya no se regulariza en marzo del año siguiente al presentar la DJ anual.

**Pago del predial.-** El vendedor del inmueble paga la totalidad del impuesto predial del año en el que se realizó la venta (no se permite el pago fraccionado).

**Bancarización.-** Cuando el precio del inmueble supera S/ 3.500 o US\$1.000 (o los montos que disponga el Gobierno), se debe bancarizar la operación; esto es, el pago debe efectuarse con cheque de gerencia o depósito en cuenta bancaria, transferencia de fondos, etc.

**Predio no gravado.-** Cuando el inmueble transferido es de propiedad de persona natural y no está gravado con el IR (segunda categoría), se debe presentar al notario la “Comunicación de no encontrarse obligado a efectuar el pago definitivo del IR de segunda categoría por enajenación de inmuebles”, según modelo publicado en *El Peruano* el 5 de setiembre del 2010 (Res. 081-2010-Sunat).

**Vendedor persona jurídica.-** Si el inmueble transferido es de propiedad de persona jurídica, el ingreso estará gravado con el IR de tercera categoría.

**RUC.-** La persona natural debe obtener RUC cuando vende inmuebles afectos al IR (segunda categoría) o cuando arrienda o subarrienda inmuebles.

**IR por alquiler.-** La persona natural que arrienda inmuebles paga el 5% (el Gobierno propone elevarlo al 10%) de la renta mensual convenida. Si los arbitrios y el impuesto predial se trasladan al inquilino, estos conceptos constituyen “ingresos adicionales” sobre los que también se paga el IR.

VARIACIÓN DEL VALOR DE LAS EDIFICACIONES (Muros, columnas, techos, pisos, puertas, ventanas, revestimientos, baños, instalaciones)			
CATEGORÍA	VALOR DE LA EDIFICACIÓN		AUMENTO PORCENTAJE:
	AÑO 2021	AÑO 2022	
CATEGORÍA A	2.103.64	2.215.14	5,30
CATEGORÍA B	1.384.82	1.458.21	5,30
CATEGORÍA C	970.41	1.021.85	5,30
CATEGORÍA D	759.69	799.95	5,30
CATEGORÍA E	505.04	531.80	5,30
CATEGORÍA F	351.42	370.04	5,30

VARIACIÓN DEL IMPUESTO PREDIAL: 2021-2022				
AÑO 2021		AÑO 2022		AUMENTO
Valor del predio	Impuesto anual S/	Valor del predio	Impuesto anual S/	Porcentaje
105.872	371.00	111.483	392.90	5,90
211.744	1.006.00	222.966	1.061.80	5,55
317.616	1.856.16	334.449	1.964.49	5,84
423.488	2.914.88	445.932	3.079.32	5,64
529.360	3.973.60	557.416	4.194.16	5,55

### ESCALA DEL IMPUESTO PREDIAL 2022 – EN SOLES (Considerando una UIT proyectada para el 2022 de S/ 4.600)

Valor del predio	Tasa	Impuesto parcial S/	Impuesto acumulado S/
Hasta 15 UIT S/ 69.000	0,2%	138.00	138.00
Más de 15 hasta 60 UIT: S/ 69.000 hasta S/ 276.000 (monto afecto S/ 207.000)	0,6%	1.242.00	1.380.00
Más de 60 UIT S/ 276.000	1,0%	.....	.....

**Cronograma Sunat.-** El pago del impuesto por arrendamiento se realiza mensualmente conforme al cronograma Sunat, aun cuando el inquilino no haya pagado la renta.

**Firmas legalizadas.-** Es recomendable legalizar las firmas de los contratantes del arrendamiento (para deducir gastos por servicios de agua y luz, cuyos recibos vienen a nombre del propietario).

**Recibo de arrendamiento.-** El propietario del inmueble debe entregar el recibo de arrendamiento al inquilino (comprobante que acredita el pago del impuesto del 5% o la tasa que lo sustituya).

**DJ a la municipalidad.-** El vendedor ya no presenta la DJ de baja del predio ante la municipalidad.

**DJ de alta.-** El comprador presenta la DJ de alta ante la municipalidad, pero paga el impuesto predial desde el 1 de enero del año siguiente.

**Alcabala.-** Si el precio de venta supera 10 UIT, el comprador debe pagar el 3% de alcabala sobre el exceso, el pago se hace a la municipalidad provincial respectiva.

**Pago del alcabala.-** El impuesto de alcabala se paga hasta el último día hábil del mes siguiente a la compra (contrato privado-minuta).

# PLATAFORMA WEB DE FACTURACIÓN ELECTRÓNICA 90 DÍAS GRATIS

**Obligatoriedad entra en vigencia en enero 2022**

- Boletas
- Facturas
- Guías de remisión
- Proformas

- Carga de usuarios
- Carga de clientes
- Carga de productos
- Carga de servicios

- Almacén
- Entrada/salida
- Almacén Kardex
- Reportes

**DESCUBRE LOS MÓDULOS QUE TENEMOS PARA TU NEGOCIO**

## Suscríbete en 3 simples pasos

Ingresar a [www.perufactura.pe](http://www.perufactura.pe)

Diríjase a suscripción

1. Complete sus datos



perúfactura  
El primer paso es...

1 Cuenta 2 Factura 3 Confirmación

DATOS BÁSICOS

Paso 1

Celular (\*) Teléfono

Nombre Completo

RUC

Razon Social

2. Elija su plantilla y agregue su logo



DISEÑO DE IMPRESIÓN

Paso 2

Seleccione su logo

Seleccionar archivo

ESPECIFICACIONES

Debe agregar una imagen con transparencia (formato PNG) con dimensiones no mayores a 512x512

LOGO

3. Confirme sus datos y procesar afiliación



perúfactura

1 Cuenta 2 Factura 3 Confirmación

¿LE AGRADE EL PROCESO DE AFILIACIÓN CON LOS PREPAGADOS?

Apelo los Tópicos Web DTM

¡Listo!

Recuerde que debe **dar de alta a Digiflow S.A. como PSE y OSE** en Sunat para que sus comprobantes puedan ser enviados y validados por Sunat



## “PYMES DIGITALES SON VITALES PARA LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA”

El director de APEC y Foros Especializados del Ministerio de Relaciones Exteriores, Renato Reyes Tagle, analiza el comportamiento de las pequeñas y medianas empresas en la región Asia-Pacífico y las oportunidades que tienen.

POR ERIKA LÓPEZ SEVILLA  
EBLOPEZ@CAMARALIMA.ORG.PE

**¿Qué acciones se tomaron desde APEC para apoyar a las pymes tras la crisis sanitaria?**

Las pymes son los motores de crecimiento y la innovación en la región Asia-Pacífico. Representan más del 97% de todas las empresas y emplean a más de la mitad de la mano de obra en las economías del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC). Asimismo, contribuyen significativamente al crecimiento económico, con una participación en el PBI que oscila entre el 40% y 60% en la mayoría de las economías.

Sin embargo, solo representan el 35% o menos de las exportaciones directas. Por lo tanto, promover el desarrollo inclusivo de pymes

sostenibles, con capacidad digital e innovadoras es fundamental y vital para impulsar la recuperación económica tras la pandemia.

APEC cuenta con el Sub-Fondo de Micro, Pequeña y Mediana Empresa, el cual se estableció en el 2016 con el objetivo de que participen directamente en el desarrollo económico de los miembros de APEC.

De igual manera, este año se creó el Sub-Fondo de Cooperación de APEC para la recuperación económica y la lucha contra la COVID-19, que se inició con un aporte de China de US\$ 1 millón. Ambos sub-fondos benefician a las pymes y pueden utilizarse para financiar, por ejemplo, proyectos para la construcción de capacidades, desarrollo de seminarios, talleres de formación, estudios e investigaciones que identifiquen los desafíos que enfrentan.

### **¿Qué aspectos son fundamentales para lograr la internacionalización de las pymes?**

La contribución de las pymes es fundamental no solo para implementar la estrategia de crecimiento de calidad de APEC, sino también para contribuir al desarrollo de las economías y fortalecer el tejido socio-productivo de los principales actores económicos de la región Asia Pacífico.

Hoy en día, las exigencias de competitividad de las economías son mayores, pues no solo es necesario preparar a las unidades productivas y comerciales para que sean resilientes a los *shocks* externos, sino también para que aprovechen las oportunidades minimizando los grandes desafíos que la aparición de tecnologías disruptivas, propias de la Cuarta Revolución Industrial, han traído consigo.

Para ello se requiere un trabajo colaborativo entre gobierno, gremios empresariales y academia, a fin de observar las tendencias del cambio acelerado, transferir rápidamente

los conocimientos y adoptar nuevas técnicas para que nuestro sector pyme esté actualizado, pueda capacitarse adecuadamente e insertarse estratégicamente en las cadenas de valor regionales y globales que se están reconfigurando tras la disrupción de las cadenas de suministro.

## **“LAS PYMES CONTRIBUYEN HASTA CON EL 60% EN EL PBI DE ECONOMÍAS DEL APEC”**

### **¿Es urgente la transformación digital en las pymes?**

Es primordial que las pymes transiten a la economía digital, no solo para que adopten plataformas que amplíen sus ventas por internet, sino también para que mejoren el diseño de sus productos y automaticen parte de sus procesos con apoyo de la ingeniería y la computación, lo que les permitirá ganar competitividad en productividad, calidad y diferenciación de sus productos, para agregar mayor valor a su producción y comercialización.

Si bien la actual pandemia ha traído serios desafíos, también ha impulsado a las pymes a intensificar la digitalización de su comercio, lo que les está permitiendo hacer frente al nuevo contexto generado por el crecimiento exponencial del comercio electrónico y de última milla.

### **¿Qué oportunidades tienen las pymes a nivel global para que crezcan?**

La pandemia golpeó severamente a las economías del mundo en el 2020, pero la tendencia actual es hacia la reactivación económica, la reapertura de las fronteras, el aumento del comercio y el incremento del consumo

global, pero todo ello en el marco de una nueva realidad caracterizada por niveles de sensibilidad sanitaria en las poblaciones, trabajo remoto, la virtualidad y la aceleración de los cambios como consecuencia de la aparición de nuevas tecnologías disruptivas.

Estas tendencias también están marcando nuevas maneras de hacer negocios en las que la transformación digital juega un factor fundamental, no solo para atender las nuevas demandas del comercio doméstico postpandemia, sino también para el comercio exterior.

De allí que la presión que el contexto actual ha ejercido para que un sector de pymes transite hacia la digitalización, les ha abierto oportunidades para proyectarse a mercados transfronterizos y crecer, en ese proceso es fundamental el apoyo facilitador del Estado para propiciar entornos que incentiven y ayuden a la innovación y a la internacionalización de las pymes.

### **El 2024 será la cumbre APEC en Perú. ¿Cuál será la política de trabajo?**

El Perú formalizó su candidatura para ser sede de APEC en el año 2024, propuesta que cuenta con el endoso de las economías del Foro. La presidencia del Perú en APEC 2024 sería una oportunidad no solo para consolidar nuestro posicionamiento estratégico en esa importante región, la más dinámica y próspera del mundo, sino también para incentivar la recepción de inversiones y promover actividades turísticas en varias regiones del país.

En el plano social, la crisis de la COVID-19 impactó mucho más a los que menos tienen, y, en dicho contexto, creció el desempleo y el subempleo. Es por ello, que el Perú propuso este año que se incorpore en la agenda de inclusión económica en APEC, la promoción de medidas que incentiven la transición de los agentes económicos de la economía informal hacia la formal.

# DOS EMPRESARIAS PERUANAS RECIBEN PREMIO IWEC 2021

Erika Cavero y Jessica Rodríguez fueron galardonadas junto a otras exitosas empresarias de los cinco continentes por su trayectoria comercial.



Erika Cavero es fundadora y gerente general de Argos Consulting Group, especialista en equidad de género, directora y miembro de la Comisión de la Mujer Empresaria de la CCL, y cofundadora de AMEP.



Jessica Rodríguez es cofundadora y CEO de Art Atlas Perú, dueña de la marca Anntarah, y miembro de la Iniciativa “Caminos hacia la Prosperidad en las Américas - Mujeres y Emprendimiento”.

Las empresarias peruanas Erika Cavero y Jessica Rodríguez fueron galardonadas con el premio *International Women’s Entrepreneurial Challenge (IWEC) 2021*, realizado el 9 y 10 de noviembre bajo el lema: *Conectando empresarias globalmente a través de la sostenibilidad en sus negocios: De la supervivencia a la prosperidad.*

Cavero es fundadora y gerente general de Argos Consulting Group, y lidera proyectos de gestión en Perú, República Dominicana, Ecuador, y Colombia. Es especialista en Equidad de Género, directora de la CCL y miembro de la Comisión de la Mujer Empresaria de la CCL, y cofundadora

de la Asociación Mujeres Empresarias del Perú (AMEP).

Por su parte, Rodríguez es cofundadora y CEO de Art Atlas Perú, dueña de la marca de ropa Anntarah, y cofundadora de la Fundación Art Atlas. Es miembro de la Iniciativa “Caminos hacia la Prosperidad en las Américas - Mujeres y Emprendimiento” y obtuvo un premio de Hillary Clinton el 2010. Incluso, fue presidenta de la Cámara de Comercio e Industria de Arequipa.

Nuestras compatriotas recibieron este reconocimiento junto a otras empresarias de África, Asia, Europa, Oriente Medio y las Américas, por su trayectoria en el campo comercial.

Los premios IWEC buscan

reconocer y apoyar a mujeres empresarias para que tengan representatividad decisiva en la economía global del siglo XXI.

La inauguración del evento estuvo a cargo de la princesa Noor Asem, de Jordania, y participaron reconocidos conferencistas como la presidenta del Primer Banco de Nigeria, Ibukun Awosika; la directora general de la Organización Mundial del Comercio (OMC), Ngozi Okomjo-Iweala; y el catedrático de la Escuela de Dirección de Empresas (IESE), Kandarp Mehta.

La misión de IWEC es formar una red empresarial global para mujeres emprendedoras exitosas, ayudándolas al crecimiento de sus empresas y ampliar el acceso a mercados.



Te ayudamos a gestionar  
de manera eficiente a tus proveedores

**SIMPLIFICA Y DIGITALIZA TODO EL PROCESO DE COMPRAS  
EN UN PORTAL EN LA NUBE,  
PRÁCTICO, SEGURO Y AMIGABLE.**



### **Transparencia total entre la empresa y el proveedor**

La empresa tiene visibilidad absoluta sobre diferentes documentos gestionados con el proveedor, ya que todo queda guardado en la plataforma. Información en línea y actualizada sobre pagos, órdenes de compra, etc, que genera confianza y un uso eficiente de la toma de decisiones.



### **Mejora la colaboración entre la empresa y el proveedor**

Esta herramienta permite generar un contexto de colaboración y contacto directo entre ambas partes. Proveedores y empresa forman parte conjunta de los procesos de negocio.



### **Autogestión de Proveedores**



Este software ofrece una ventana a los proveedores, donde pueden auto gestionar diversas tareas, minimizando el tiempo de envío y recepción de documentos, aportando una mayor eficacia y rendimiento. Por ejemplo, un alto porcentaje del volumen de cuentas a pagar está en proceso de facturación. Así pues, los proveedores pueden introducir sus facturas, revisar el estado de las mismas y demás trámites.



### **Ahorra costos de hora hombre**



Un portal de proveedores permite automatizar muchos aspectos de la gestión de proveedores, reduciendo drásticamente su carga de trabajo administrativo. Además, se puede planificar acciones enviando notificaciones al proveedor o empresa sobre fechas probables de pago, validación de factura y otros documentos.



**La Cámara**

REVISTA DIGITAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

— Toda la —  
**información**  
en tus manos



**CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA**



**B**izlinks, empresa con más de 20 años en la industria de Facturación y Cobranzas Electrónicas, participó en la VIII Expo Pyme Bicentenario del Perú 2021, donde brindó soluciones integrales para tu empresa como:

Facturación  
Electrónica

Evita retrasos con SUNAT y genera tus comprobantes electrónicos según las normativas.

Validación  
OSE

Valida tus comprobantes electrónicos al instante y los envía a tus clientes.

Recepción  
CPE

Consolida el registro de las facturas de tus compras en un portal y podrás gestionar mejor tus cuentas.

Cuentas por  
Cobrar

Provee información del estado de tus facturas en un portal web.

Bizpos

Un sistema de gestión comercial que además emite fácilmente tus comprobantes mediante un sistema de Punto de Venta.



 +51 970 080 369

 ventas@bizlinks.la

**PAGOS\$Ya!**  
powered by bizlinks

EL ÚNICO e-marketplace  
financiero del Perú

¡ DONDE TÚ ELIGES CON  
QUIÉN CRECER!



 +51 924 966 887

 contacto@pagosya.pe



**MAURICIO RAFFAEL**  
ASESOR LEGAL - CCL

Consultas:  
mraffael@camaralima.org.pe

## DÍAS LABORADOS PARA PAGO DE UTILIDADES

Mediante DS. N° 157-2018-TR, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), modificó el DS. N° 009-98-TR, el cual reglamenta la aplicación del derecho de los trabajadores de la actividad privada a participar en las utilidades que generan las empresas donde prestan servicios.

Como se recordará, con la Ley 30792, se modificó el D.L N° 892, norma que regula el derecho de los trabajadores a participar en las utilidades de las empresas, disponiendo que los 49 días de descanso prenatal y los 49 días de descanso posnatal si se deben de considerar, para efectos del reparto de utilidades, como días “efectivamente laborados”.

Es de conocimiento que el 50% de las utilidades se reparte en función a las remuneraciones que percibe cada trabajador y el 50% restante se reparte en función de los “días efectivamente laborados” por el trabajador por mandato legal expreso.

Al respecto, el reglamento de la Ley 30792 dispone que, además de los días trabajados durante la jornada ordinaria de la empresa, se consideran como días efectivamente laborados: (i) los días no laborados por despido declarado nulo; (ii) los días de licencia sindical; (iii) los días no laborados por cierre de local dispuesto por la autoridad tributaria, Sunat-Municipalidad; (iv) la hora de descanso por lactancia materna; (v) los días de descanso por accidente de trabajo; y ahora (vi) los días de descanso por pre y posnatal de la trabajadora.

Por último, se debe tener en cuenta que los incumplimientos relativos al pago íntegro y oportuno de las utilidades, así como el relativo a la entrega de la hoja de liquidación al trabajador, se encuentran previstos en el Reglamento de la *Ley General de Inspección Laboral*, DS. N°019-2006-TR, como infracciones leves y graves, respectivamente.



**Alejandro Mendoza**  
Miraflores

### ¿EN QUÉ MOMENTO SE PAGA LA ASIGNACIÓN FAMILIAR?

De acuerdo a lo establecido en el artículo 10° del Decreto Supremo No. 035-90-TR, la asignación familiar deberá ser pagada por el empleador bajo la misma modalidad con que se viene efectuando el pago de las remuneraciones a los trabajadores. Recuerde que dicho pago debe constar en la boleta de pago que se entrega a los trabajadores.



**Tania Torres**  
Surquillo

### ¿CUÁLES SON LAS CAUSAS JUSTAS DE DESPIDO RELACIONADAS CON LA CONDUCTA DEL TRABAJADOR?

De acuerdo al artículo 24 del Decreto Supremo N° 003-97-TR, son causas justas de despido la condena penal por delito doloso, la inhabilitación del trabajador y comisión de falta grave. Se entiende como falta grave a toda aquella infracción realizada por el trabajador sobre los deberes esenciales que emanan de su contrato.



**Javier Paredes**  
Pueblo Libre

### ¿A CUÁNTO ASCIENDE LA MULTA POR NO EMITIR COMPROBANTE ELECTRÓNICO?

Según lo establece la Tabla I de Infracciones Tributarias, aquellos contribuyentes que no emitan su comprobante electrónico podrán ser sancionados con una multa de hasta 50% de la UIT o el cierre del establecimiento hasta por 10 días. Dicha infracción se encuentra regulada en el numeral del artículo 174° del Código Tributario.

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



## ¿QUIERES CAMBIAR DÓLARES AL MEJOR TIPO DE CAMBIO?

ACOMO es una **fintech peruana** que te ofrece el **mejor precio** y la mayor seguridad en tus operaciones de compra y venta de dólares online, a través de nuestra **plataforma: [www.acomo.com.pe](http://www.acomo.com.pe)**

### ¿QUÉ TE OFRECEMOS?

Tenemos a tu disposición un **equipo altamente especializado** en mercados financieros y gestión de riesgos de tipo de cambio, que nos permite brindarte los **mejores precios** con una **atención personalizada**.



#### CONFIABLE

Estamos registrados en la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.



#### MEJOR PRECIO

Te ofrecemos el mejor tipo de cambio para tu empresa.



#### DONDE ESTÉS

Ejecuta tus operaciones desde cualquier lugar y usando transferencias bancarias.

VIVE LA EXPERIENCIA DEL  
MEJOR TIPO DE CAMBIO EN:

[www.acomo.com.pe](http://www.acomo.com.pe)

USA EL  
CÓDIGO  
PROMO

**CCL**

[www.acomo.com.pe](http://www.acomo.com.pe)

acomofinanzas  
acomofinanzas

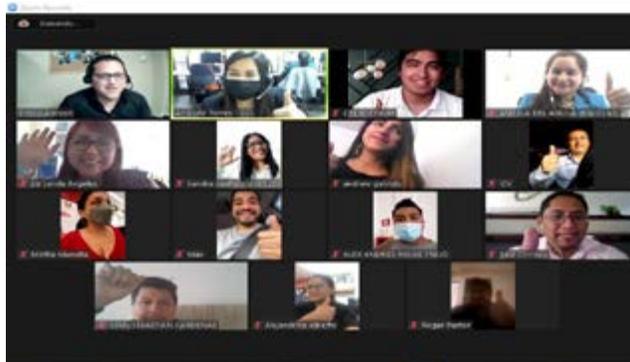


acomofinanzas  
acomofinanzas



## TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL COMERCIO EXTERIOR

El Gremio de Comercio Exterior (X.COM) de la CCL desarrolló el *webinar Transformación Digital del Comercio Exterior*. Se contó con la participación de autoridades del sector público como Marilú Llerena, de Sunat; Mariela Gutarra, de la Autoridad Portuaria Nacional (APN); Fishel Gonzales, del Mincetur; Ericka Soto, de IICA; y Cristian Calderón, representante de la junta directiva del gremio X.COM. El objetivo del evento fue exponer los procesos digitales existentes para la cadena logística de comercio exterior, así como también los avances y el impacto que ha significado la evolución digital para el sector.



Para participar de los eventos para asociados puede escribir al correo: [atorres@camaralima.org.pe](mailto:atorres@camaralima.org.pe) o al Whatsapp 955 421 278.



Para apreciar este y otros *webinars* brindados por el gremio puede suscribirse a su canal de YouTube: Gremio XCOM-PERÚ.

## TALLER DE INMERSIÓN: CÓMO GESTIONAR TU EMPRESA

El área de Servicio al Asociado de la Cámara de Comercio de Lima llevó a cabo el *Taller de inmersión “Como gestionar tu empresa”* para los nuevos asociados del gremio empresarial, donde se abordaron temas sobre estrategias de ventas, marketing digital, procesos administrativos en las empresas y la presentación de servicios gratuitos con los que cuentan los asociados. El taller estuvo a cargo de Emilio Alarcon, jefe del Área de Desarrollo de Negocios CCL - Marketing Digital y Estrategias de Ventas; y de Luis Barbachan, consultor senior mype-pyme en gestión empresarial.

 @iphci  
 @iphcisalud  
 IPHCI Salud  
 +51 959 311 510

  
Excelencia en salud

**EXCELENCIA EN SALUD**  
**14 AÑOS DE EXPERIENCIA**

Estudio, diagnóstico, tratamiento y prevención  
en medicina cardiovascular

Visitanos

Av. Roosevelt 6382 - Miraflores, Lima



¿Te gustaría tener  
tu propia agencia  
inmobiliaria?

ÚNETE A:



La franquicia líder en  
venta de lotes  
de playa y campo

Telf: (01) 774 33 07 / 51 969 773 170

[info@gohouseinmobiliaria.com.pe](mailto:info@gohouseinmobiliaria.com.pe)

[www.gohouseinmobiliaria.com.pe](http://www.gohouseinmobiliaria.com.pe)

**NUEVO  
SERVICIO**

**Coaching para  
Abogados**

Más información:

(+511) 977 782 717 ☎

[info@xtrategiagp.com](mailto:info@xtrategiagp.com) ✉

[www.xtrategiagp.com](http://www.xtrategiagp.com) 🌐



## 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.

### NOVIEMBRE

#### LUNES 15

Aquarius Consulting S.A.C.  
Barletta S.A.  
Caminter S.A.  
Condor Security S.A.C.  
Corporación Q.F. S.A.C.  
Corporación Rosse S.A.C.  
Cticservices S.A.C.  
Emprenieria E.I.R.L.  
Gelafrut S.R.L.  
Gestión De Tecnologías De Información Soluciones Y Consultoría S.A.C.  
Grupo Uh S.A.  
Importaciones Goicochea E.I.R.L.  
Interlink-18 S.A.  
Inversiones Califa S.R.L.  
Lumitex Qc Group S.A.C.  
Medea Lab S.A.C.  
Microptic Jr. Bienes Y Servicios Generales E.I.R.L.

Mw Potential S.A.C.  
Servicios De Practicaje Marítimo S.A.  
Sistemas Integrales Y Tecnologías De Información Perú E.I.R.L.  
Soluciones Veterinarias S.A.C.  
Tecfrio Proyectos Hvac S.A.C.  
Technology Bit Company S.A.C.  
Unión Andina De Patentes S.A.C.  
Wardia S.A.C.

#### MARTES 16

Aldeas Infantiles S.O.S. Perú - Asociación Nacional  
Alges Group S.A.C.  
Aribet Representaciones E.I.R.L.  
Centro Suizo Relojero S.A.C.  
Chapolab S.A.C.  
Cía. Perú Export S.A.C.  
Comercial Alimenticia S.A.C.

Comercial S Dely S.R.L.  
Corporación Logística Marval S.A.C.  
Equipax Perú S.A.  
Geostudios Ambientales S.A.C.  
Internacional Latinoamericana De Servicios S.A.  
Klo Perú S.A.C.  
Recepciones Amazonas S.A.C.  
Rich-Oil S.A.

#### MIÉRCOLES 17

Andelima Negociaciones S.A.C.  
Comercial Huanacas E.I.R.L.  
Corporación Farmacéutica Veterinaria S.A.C.  
Cotton Country S.A.C.  
Distribuidora Nugent S.A.  
Emerlife S.A.C.  
Impex Wk Logistics S.A.C.  
Industrias Algotec S.A.  
Inhotel Servicios Informáticos S.A.C.  
Jaime A. Chavez S.A.C.  
Monzon, Falconi Y Asociados Contadores Públicos S. Civil De R.L.  
Noles Montebanco & Asociados S.C.  
Prosel Ingeniería S.A.C.  
Technofeed S.A.C.  
Universe Nutrition S.A.C.

#### JUEVES 18

Conkomerco S.A.C.  
Grupo Aguilar Estructuras S.A.C.  
M & M Alimentos Corporativos S.A.C.  
Mego Rojas Nazario Mv-Tel Perú S.A.C.  
Rojas Ames Ruth Gilda Servicios Médicos Del Valle E.I.R.L.

#### VIERNES 19

Avla Perú Compañía De Seguros S.A.  
Castrillon Torres Omar Alejandro  
Centro De Investigación Y Estudio Profesional E.I.R.L.  
Compañía Agrícola

Ganadera Pucallpa S.A.  
Distribuciones Sánchez S.A.C.  
Empresa De Transferencia De Fondos Red Perú Mundo S.A.  
Estudio Ghersi Abogados S. Civil De R.L.  
Estudio Jurídico Oropeza & Asociados S. Civil De R.L.  
Finared Perú S.A.C.  
Impreser Perú S.A.C.  
International Diagnostic Imaging S.A.C.  
Leemark E.I.R.L.  
Minera Deisi S.A.C.  
Minera Tauro S.A.C.  
Mrf-S S.A.C.  
Propiedades Inmobiliarias S.A.C.  
Vargas Ramírez Nancy Villanueva Altamirano José Alcides  
X Ray Service S.A.

#### SÁBADO 20

Egolarte S.A.C.  
Fertilización Técnica S.A.  
Israel Félix Díaz Susano L & R Negocios Internacionales S.A.C.  
Outdoor Explorer S.A.C.  
Repuestos Sosani E.I.R.L.  
Resemin S.A.  
Resiter Perú S.A.C.  
Royal Systems S.A.C.  
Safety Food Consultores S.A.C.  
Santillana S.A.  
Sentimiento Peruano S.A.C.  
Small Box Wonder E.I.R.L.  
Soluciones Integrales & Asociados S.A.C.

#### DOMINGO 21

3 Nch S.A.C.  
Almacenes Portuarios Del Pacífico S.A.C.  
British American Hospital S.A.  
Cle & Asociados S.A.C.  
Comercializadora De Bienes Y Servicios Walla E.I.R.L.  
Incatech S.A.C.  
Isuiza López Leysi Arelith Legis Juristas Escuela De Derecho S.A.C.  
Quala Perú S.A.C.  
Suiza Lab S.A.C.  
Villamares & Asociados S.A.C.

**Genere MAYORES GANANCIAS a su Empresa, Diversifique sus Canales de Venta**

VENTAS MÓVILES

VENTAS EN TIENDA

VENTAS EN OFICINA

VENTAS POR INTERNET



Con el **Software de VENTAS del ERP STARSOFT** versión GOLD EDITION, tendrá el **PODER** de la **TECNOLOGÍA** para ampliar su cobertura de Clientes y lograr mayor volumen de Ventas.

**Principales Ventajas Tecnológicas del Software de VENTAS:**

- ✓ PORTAL Web de Facturación Móvil para Ventas en calle
- ✓ POS con proceso para Puntos de Venta al público
- ✓ OLAP de Ventas para Inteligencia de Negocios
- ✓ B2B con Portal para que Clientes registren pedidos
- ✓ Interface con FACTRON para Facturación Electrónica
- ✓ Interface con ECOMMERCE para vender por Internet
- ✓ Otras funcionalidades para la gestión de VENTAS.



Contáctenos para una Demostración Virtual

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

[www.starsoft.com.pe](http://www.starsoft.com.pe)



**NUEVO  
LANZAMIENTO**



## PERÚ: PLAN DE REACTIVACIÓN DE LAS EXPORTACIONES 2021 - 2026

DISPONIBLE AHORA

VENTA:

**S/ 49.<sup>00</sup>**

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

**INFORMES:**

☎ (01) 2191860  
✉ [oquinones@camaralima.org.pe](mailto:oquinones@camaralima.org.pe)

## ANIVERSARIO DE ASOCIADOS

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

### LUNES 22

Boxa S.A.C.  
Control Tributario S.A.C.  
Eco Project S.A.C.  
Grafica Asia Import S.A.C.  
Inversiones Plastic. S & R S.A.C.  
Moran Barriga Jocelyn Katia  
Newell Brands De Perú S.A.C.  
Pic Cargo S.A.C.  
Servicios Postales Del Perú S.A.  
Vitalis Perú S.A.C.

### MARTES 23

Ag Construye S.A.C.  
Cpr Joyas & Relojes E.I.R.L.  
Editorial Planeta Perú S.A.  
Estudio Capa Gurbillon E.I.R.L.  
Industrias C & M Plast S.A.C.  
Lim Company E.I.R.L.  
M Y R Serviplast Del Perú S.A.C.  
Rejas Alva Y Asociados  
S. Civil De R.L.  
Todo Clima Perú S.A.C.

### MIÉRCOLES 24

Businss & Company  
Ldh S.A.C.  
Centro De Asesoría En Comercio Exterior Y Formación Aduanera E.I.R.L.  
Colchado Y Asociados S.R.L.  
Embragues Y Frenos S.A.C.  
Enercity S.A.C.  
Fogapi-Fod.De Gart.Para Prest.A La Peq. Ind.  
Gedeon Richter Perú S.A.C.  
Grupo Coril Sociedad

Agente De Bolsa S.A.  
Innova Sport  
International S.A.C.  
Macatt Medica Peruana S.A.C.  
Negocios E Inversiones  
Ch & Che S.A.C.  
Parcelas Inmobiliaria S.A.C.  
Procables S.A.  
Silva López Mario Manuel

### JUEVES 25

Abastics Supply & Consulting S.A.C.  
Alabama S.A.  
Corporación Coins.A. S.A.C.  
F & L Servicios Y Proyectos  
En Gas Natural Y Glp S.A.C.  
Factum Consulting & Services S.A.C.  
Jm Renin E.I.R.L.  
Kyung In Synthetic Corporation Peru S.A.  
Schenker Perú S.R.L.  
Tiendas Alimarket S.A.C.

### VIERNES 26

Consorcio Del Valle S.A.C.  
Constructora Inmobiliaria Rio Huallaga S.A.C.  
Design & Printing E.I.R.L.  
Grupo Empresarial Zieler S.A.C.  
Immunochem S.A.C.  
Koplast Industrial S.A.C.  
Luviza Outsourcing S.A.C.  
Mastercol S.A.  
Network Logistics Solutions E.I.R.L.  
Paredes, Cano Y

Asociados S.R.L.  
Peru Gold Trade S.A.C.  
Perú Seguro Consultoría & Servicios S.A.C.  
Representaciones  
Technimotors E.I.R.L.  
Rivercon. Com S.A.C.  
Support Forwarding Service S.A.C.  
United Way Perú

### SÁBADO 27

Andina Comercial Perú E.I.R.L.  
Cerámica Las 3 Marías E.I.R.L.  
Corporación De Servicios Industriales Perú S.R.L.  
Evoluzione Blockchain Internazionale S.A.C.  
Fábrica De Tejidos Y Elásticos P Y S.A.  
Gg Cargo Express S.A.C.  
H & C Consulting Group S.A.C.  
Koster Perú S.A.C.  
Perú Sazón C & H S.A.C.  
Polinplast S.A.C.  
Rsc Import S.A.C.  
Sin Culpa S.A.C.  
Stevia Coronel S.A.C.  
World Servicios Industriales E.I.R.L.

### DOMINGO 28

Bfs Perú S.A.C.  
Corporación Mg S.A.C.  
Estudio Sanabria Monroe Y Asociados E.I.R.L.  
Financiera Proempresa S.A.  
Galiz Perú S.A.C.

Inversiones Salvador Ordoñez E.I.R.L.  
Meta Process Alliance R & D S.A.C.  
Representaciones H De C S.A.C.  
Suministros Y Servicios Camon S.A.C.  
Virgen Del Carmen  
Inversión Textil S.A.C.

### LUNES 29

De Belleza Import S.A.C.  
Grumed Perú E.I.R.L.  
Iqf Del Perú S.A.  
Lazus Perú S.A.C.  
Legis Juristas Escuela De Derecho S.A.C.  
Molinos El Virrey S.R.L.  
Ychiformas S.A.

### MARTES 30

Alc Asesorías Y Actualización Profesional E.I.R.L.  
Ames Tineo Julia Mariella Emilia  
Bodegas Vista Alegre S.A.C.  
Cañote Santamarina  
Javier Guillermo  
Ebc Line Of Research E.I.R.L.  
Ema International Logistics S.A.C.  
Farmacéutica Continental E.I.R.L.  
Industria Tepsol S.A.C.  
La Casa De Los Anillos S.A.  
Labin Peru S.A.  
Montana S.A.  
Oxyman Comercial S.A.C.  
Transportes Qulla S.A.C.

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



Revisa más en

**La Cámara**  
REVISTA DIGITAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA



[www.lacamara.pe](http://www.lacamara.pe)



# INNOVATION DAYS

INSPIRATE | COLABORA | CRECE

Lugar: Centro de Convenciones virtual  
Cámara de Comercio de Lima

Lunes y Martes

29, 30  
NOVIEMBRE  
2021

## ¡Participa del mayor evento de INNOVACIÓN de la CCL!

Ven a conocer las tendencias en innovación y  
relaciónate con los que ya están tomando la iniciativa..

**¡No te quedes afuera!**



### Dirigido a:

- Destinado a **empresarios y emprendedores** que buscan inspirarse, conocer herramientas para hacer crecer proyectos y generar contactos.



### Ejes centrales:

- **Cultura de la Innovación:** motivación y generación de equipos que superen retos en la empresa.
- La **resiliencia empresarial** como esencia de la innovación.
- **Industria 4.0:** Herramientas y tendencias tecnológicas.



### Zonas:

#### Zona Conferencias



Con Key Note Speakers nacionales e internacionales

#### Zona Stands



Exposición de Tendencias

#### Zona Talleres



Con herramientas prácticas de innovación para empresas

**Evento Gratuito**  
(con previo registro)

Coorganiza:



@CDTIficial

## Auspiciadores



### INFORMES:



941 742 597

cchia@camaralima.org.pe

Av. Giuseppe Garibaldi 396, Jesús María

www.camaralima.org.pe

**CCL** CENTRO DE INNOVACIÓN  
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

# JMT outdoors

Estamos donde quieres estar



San Isidro  
Avenida Javier Prado  
Rumbo a C.C. La Rambla  
y Jockey Plaza

**Comprometidos con el éxito de nuestros clientes**

En JMT Outdoors garantizamos las mejores ubicaciones a nivel nacional, para que tu comunicación llegue a más personas de manera impactante.



[jmtoutdoors.com.pe](http://jmtoutdoors.com.pe)

994 675 297