

A octubre del 2021 se registraron 198 conflictos sociales en el país.

Propuestas para reducir el impacto de los fletes en las importaciones.

La Cámara

REVISTA DIGITAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA



La Feria Internacional de Productos para la Salud y Ciencias Afines, organizada por la CCL, que se realizó de forma presencial y virtual, convocó a más 14 mil visitantes y más de 350 marcas.

REVISA NUESTRA
VERSIÓN DIGITAL



24^º DE Y 25^º
NOVIEMBRE

FRANCHISE

VIII

EXPO & FORO INTERNACIONAL
DE FRANQUICIAS



CONFERENCIAS



Día 1: 24 de noviembre

9:30 a.m. Palabras de Inauguración

- Alfredo Taboada - Director del Centro del Desarrollo de Franquicias de la CCL
- Amora Carbajal - Presidenta Ejecutiva de Promperu

10:00 a.m. Nuevas Oportunidades de Negocios generadas Post COVID para las franquicias

Ponente: David Edery - Gerente de Exportación de Servicio Promperu

10:30 a.m. Reel de marcas

10:45 a.m. Presentación de bloques:

Ponente: Alfredo Taboada - Director del Centro de Desarrollo de Franquicias de la CCL

Bloque I

10:00 a.m. Los nuevos desafíos en la Reconversión de los Gremios de Franquicias en Latinoamérica

Moderador: Alfredo Taboada - Director del Centro de Desarrollo de Franquicias de la CCL

- Natan Baril - Director Internacional Asociación Brasileña de Franquicias
- Luis Felipe Jaramillo - Presidente LFM S.A.S
- Susana Perrotta - Presidenta Asociación Argentina de Marcas y Franquicias

Casos de éxito:

- 11:00 a.m. Alexandre Miqui - Restaurante Cebichería Peruana
- 11:30 a.m. César Taboada - La Lucha Sanguchería

Ingreso Libre



LIVE

A TRAVÉS DEL FACEBOOK DE
LA CÁMARA DE COMERCIO E LIMA



*Opcional: Adquiere tu
Certificado Digital

Bloque II

9:30 a.m. Aplicación, uso de la tecnología digital y técnicas de marketing son esenciales para los franquiciadores: Perspectiva del nuevo consumidor

Moderador: Jorge Wong - Vicepresidente del Gremio de Franquicias de la CCL

- Julio Centurión - Director Ejecutivo Agencia Shock Mkt
- Beatriz Hernández - Directora Ejecutiva IAB
- Miluzka Jiménez - Gerente de Marketing y Operaciones Comerciales Delosí
- Miguel Castillo - Gerente General Corporación Las Canastas

Casos de éxito:

- 9:00 a.m. Victor Montalvo - Montalvo



Día 2: 25 de noviembre

Bloque III

9:00 a.m. Cambios en el nuevo sistema de franquicia: Los desafíos que enfrentan los franquiciadores para conservar la relación con el franquiciante

Moderador: Azucena Gutiérrez - Gerente General "Rita"

- Marcelo Salas - Dueño y Socio Director Café Martínez
- Jorge Leoz - Presidente Ejecutivo Amandau

Casos de éxito:

- 10:00 a.m. Daniel Manrique - Segundo Muelle

Co-organiza:

Promperu

INFORMES:

941 742 597
cchia@camaralima.org.pe

expofranquicias@camaralima.org.pe
www.expofranquicias.com.pe

CCL
CENTRO DE
FRANQUICIAS DE
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

RUMBO DE COLISIÓN

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

A punto de culminar el 2021, la economía peruana podría cerrar con un crecimiento que supere el 11%, un resultado que a primera vista parecería auspicioso, tanto que es presentado por el Ministerio de Economía y Finanzas como un gran logro de su gestión. “La economía peruana registrará uno de los mayores crecimientos a nivel mundial entre el 2021 y 2022 y fortalecerá sus cuentas fiscales”, asegura una entusiasta nota de prensa emitida por dicho portafolio.

No obstante, cabe señalar que, si bien en el segundo trimestre de este año el Producto Bruto Interno de nuestro país creció 41,9%, luego de un primer trimestre en el que avanzó 4,5%, lo cierto es que estos resultados son principalmente un efecto rebote luego de haberse desplomado 11,1% el año pasado.

El Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima estima que el PBI del Perú cerrará el 2021 con un crecimiento económico de 11,2%, pero no porque el Perú se haya convertido de pronto en un imán para las inversiones y los capitales o haya generado más trabajo y riqueza para distribuir entre su población, mejorando su calidad de vida, sino simplemente porque se reabrieron las actividades económicas, los mercados externos volvieron a generar demanda, se flexibilizaron las restricciones de movilización social y se continuó la vacunación contra la COVID-19.

Por ello, hay que advertir que la historia no será la misma el próximo año, sobre todo cuando hemos cumplido los primeros 100 días de un nuevo gobierno que no da señales claras sobre el rumbo que desea seguir ni mucho menos pareciera entender nociones básicas de cómo funciona la economía de un país.

Es cierto que las proyecciones de la economía mundial no nos ayudan, pues según el Fondo Monetario Internacional (FMI), América Latina y el Caribe crecerían el próximo año 3%, considerando que este bloque será el que menos crezca, incluso debajo de África (3,8%). Por ello, el IEDEP de la CCL proyecta que la economía peruana podría crecer apenas 3,1% el 2022.

No pretendemos ser alarmistas ni pesimistas, pero estas proyecciones de limitado crecimiento podrían caer aún más si el gobierno del presidente Pedro Castillo sigue generando desconfianza e incertidumbre sobre las perspectivas de la economía peruana; si insiste en desarmar todo aquello que permitió el desarrollo del Perú y la reducción de la tasa de pobreza monetaria —que solo entre el 2004 y 2019 retrocedió 38,5%—; o si persiste en mantener como una espada de Damocles sobre la institucionalidad, la convocatoria a una Asamblea Constituyente.

Peor aún, no habrá crecimiento económico alguno si persiste en su negativa de reconocer algún valor a la inversión privada; si mantiene su idea preconcebida de que todo lo que se hizo en los últimos 200 años no sirve para nada y que su papel es el de refundar la República.

¿Cómo así los peruanos convertimos el

llamado “milagro económico peruano” en un futuro sombrío y lleno de incertidumbre? Pues entregando las riendas de nuestro país a una candidatura presidencial que, al convertirse en gobierno, no muestra un ápice de coherencia, no exhibe planes concretos y, sobre todo, muestra día a día que es capaz de asignar las mayores responsabilidades del Estado a personajes ya no solo cuestionados por su idoneidad, sino hasta vinculados a delitos de toda índole o a un pasado violentista.

Como casi a diario se descubre y se revela, la administración pública ha caído en manos de personajes interesados más en ayudar a sus familias, amigos, camaradas, socios políticos y paisanos, antes que pensar que el Perú requiere de normas que, por ejemplo, promuevan la inversión privada, garanticen la estabilidad jurídica y, sobre todo, aseguren la solidez política y económica a un país que lo necesita con urgencia para que sus trabajadores consigan un empleo y que las familias no sigan hundiéndose en la pobreza y la falta de servicios tan básicos como la salud y la educación.

Los marinos denominan rumbo de colisión a la trayectoria que sigue una nave con dirección a otra o a un obstáculo, como rocas o un iceberg que, de mantenerse desembocará irreversiblemente en una colisión. Entonces, dan la alarma para realizar una maniobra de emergencia que evite una tragedia.

Los peruanos no debemos seguir esperando que el “capitán” de nuestro barco se dé cuenta del curso al que está conduciendo a nuestro país, porque parece que no lo entiende. No se da cuenta del peligro en el que nos encontramos o, lo que es más grave, podríamos sospechar que lo que en realidad buscan él y su “tripulación” es que todos nos hundamos.

Corresponde a nuestras instituciones de la democracia y a todos los peruanos en general, hacer lo imposible para evitar nuestro naufragio, haciéndole entender a nuestros gobernantes del riesgo inminente al que nos someten, obligándolos a corregir el rumbo. No debemos esperar que ocurra un desastre del que nos costará mucho salir. No podemos seguir a la deriva.



Sr. Peter Anders Moores

Presidente de la Cámara de Comercio de Lima

ÍNDICE



PÁGINA 06

INFORME ECONÓMICO

CONFLICTOS SOCIALES PROLIFERAN DONDE EXISTE MÁS POBREZA. A OCTUBRE DE 2021, SE REGISTRARON 198 CONFLICTOS SOCIALES EN EL PAÍS QUE HAN RETRAÍDO LA INVERSIÓN PRIVADA.



PÁGINA 10

COMERCIO EXTERIOR

PROPUESTAS PARA REDUCIR EL IMPACTO DE LOS FLETES EN LAS IMPORTACIONES



PÁGINA 14

EVENTO

TECNOSALUD 2021 CONTÓ CON MÁS DE 14.000 VISITANTES

PÁGINA 22

INSTITUCIONAL

CCL PREMIÓ A LOS MEJORES TRABAJOS PERIODÍSTICOS

PÁGINA 30

ENTREVISTA

RENZO LEÓN-VELARDE: "SUNAT DEBE DAR MAYOR PLAZO PARA QUE EMPRESAS SE ADECUEN A PLATAFORMA DE FACTURACIÓN ELECTRÓNICA"

GESTIÓN TV

CONSULTORIO DE NEGOCIOS

EL RETORNO A LA PRESENCIALIDAD: VENTAJAS, DESVENTAJAS Y RIESGOS

El director del sector educativo del Gremio de Servicios de la CCL, Juan Lazarte, sostiene que, para la educación temprana, que abarca inicial y primaria, se debe implementar un 75% de los contenidos a través de la virtualización y un 25% presenciales.



TWITTER | TRENDING TOPICS

Cámara de Comercio de Lima



En la CCL seguimos trabajando estrategias digitales que permitan a nuestros más de 15 mil asociados, tenernos como un aliado para su transformación digital. Nos sentimos orgullosos de haber salido campeones en este importante concurso del Centro de Comercio Internacional (ITC).

@PRESIDENCIACCL

PRESIDENTE DEL COMITÉ EDITORIAL
Bernardo Furman Wolf

DIRECTOR
Carlos Posada Ugaz

JEFA DE PRENSA E IMAGEN
Carmen Anaya Valer

EDITOR
Fernando Chevarría León

EDITORA DIGITAL
Laura Vásquez Torres

COORDINADORA
Raquel Tineo Ramos

REDACCIÓN
Maribel Huayhuas Vargas
Erika López Sevilla

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
Daniel Campos Hidrogo
Roberto Inga Noteno

FOTOGRAFÍA: Francisco Gonzales

ANÁLISIS ECONÓMICO
Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP)

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

JEFE DE PUBLICIDAD
Robert Sosa Herrera

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

Publicidad: publicidad@camaralima.org.pe

NUESTRAS SEDES

SEDE JESÚS MARÍA
Av. Giuseppe Garibaldi 396, Jesús María.
Teléfono: (511) 463-3434

SEDE LOS OLIVOS
Av. Carlos Izaguirre N° 754, Los Olivos.
(frente a la Municipalidad de Los Olivos)
Teléfono: (511) 219-1843

SEDE GAMARRA
Jr. Gamarra N° 653, Of. 601 (Galería Plaza), La Victoria.
Teléfono: (511) 219-1840

SEDE SANTA ANITA
Calle Los Cipreses N° 140 5to piso,
Of. 501 - Edificio Orbes
Teléfono: (511) 219-1510

SEDE CENTRO AÉREO COMERCIAL
Av. Elmer Faucett s/n, Mód. "A", Of. 206.
Teléfono: (511) 219-1841

SEDE AREQUIPA
Av. Metropolitana s/n (Edificio City Center - Quimera)
4to piso Torre Norte, Challapampa. Cerro Colorado,
Ciudad de Arequipa.

IMPRESIÓN:

CORPORACIÓN GRÁFICA UNIVERSAL S.A.C.

HECHO EL DEPÓSITO LEGAL EN LA BIBLIOTECA NACIONAL
LEY N° 26905, REGISTRO N° 2001-3291

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

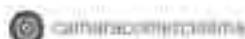


EL LUGAR
PERFECTO PARA
SUS REUNIONES,
EVENTOS Y
ENCUENTROS DE
NEGOCIOS
PRESENCIALES.



**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!

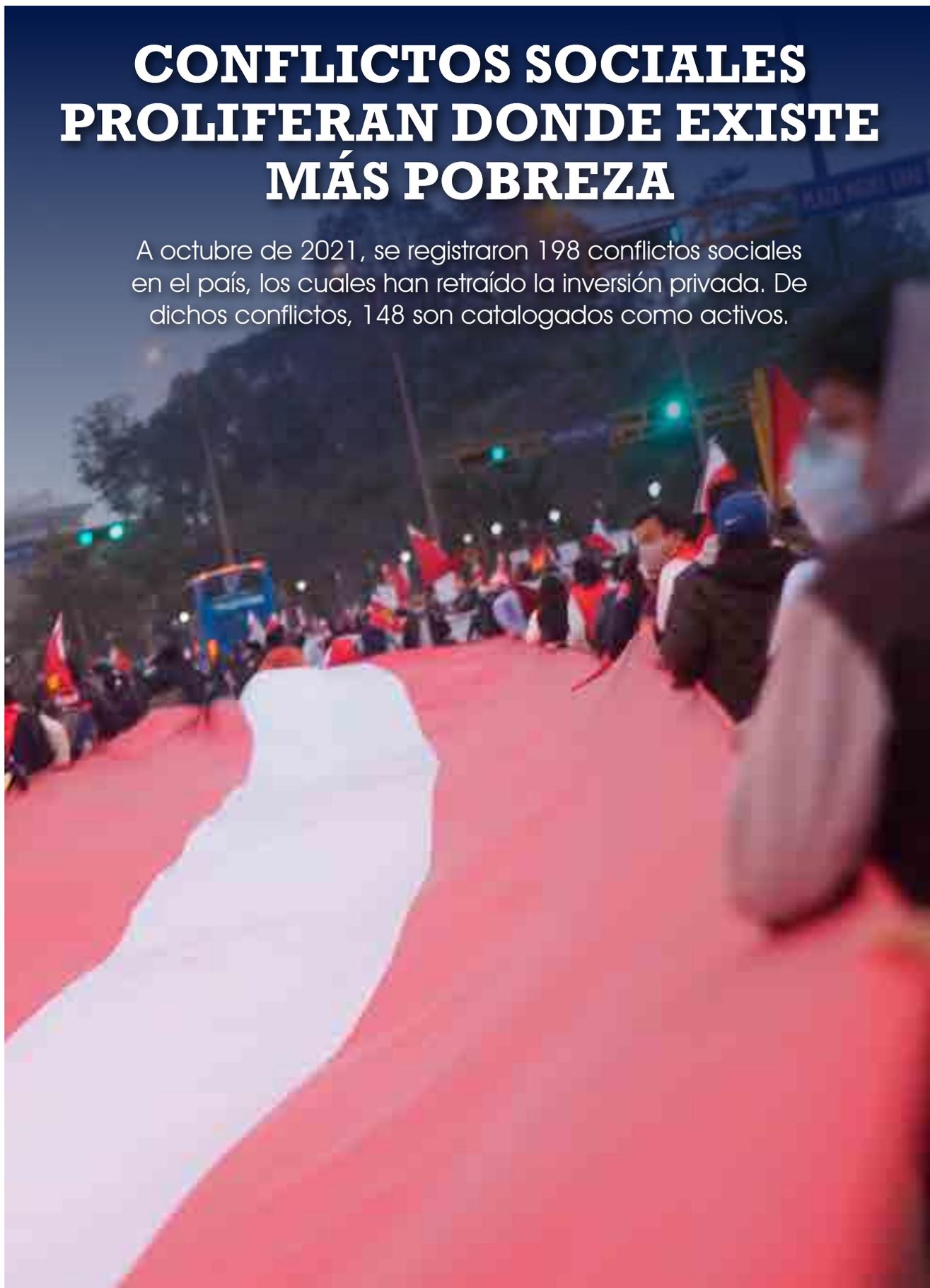


INFORMES E INSCRIPCIONES:
Ay. Giuseppe Garibaldi 396, Jesús María
www.camaralima.org.pe

994 293 505
jmontalvan@camaralima.org.pe

CONFLICTOS SOCIALES PROLIFERAN DONDE EXISTE MÁS POBREZA

A octubre de 2021, se registraron 198 conflictos sociales en el país, los cuales han retraído la inversión privada. De dichos conflictos, 148 son catalogados como activos.





Instituto de Economía y
Desarrollo Empresarial - CCL

La Defensoría del Pueblo (DP) define un conflicto social como un proceso donde las empresas, la sociedad civil y el Estado perciben que sus intereses o necesidades están siendo afectados o amenazados. Si bien es cierto que el conflicto social siempre va a existir como tal, el riesgo es que el diálogo, única vía de solución, quede trunco y lleguemos a una etapa de violencia con severas consecuencias para todas las partes involucradas.

En los últimos meses los conflictos sociales se han sido exacerbado por las consecuencias de la COVID-19, la elevada mortalidad, el desempleo y la falta de oportunidades para obtener ingresos.

La Defensoría del Pueblo categoriza los conflictos sociales en tres tipos: activo, latente y resuelto. El activo es el que se expresa por alguna de las partes involucradas mediante demandas públicas, formales o informales. El latente es el que no se expresa públicamente y se mantiene silencioso, pero sí presenta la concurrencia de factores que permiten su activación o, por otra parte, ha dejado de manifestarse por un tiempo considerable. El resuelto es aquel que ya fue solucionado mediante acuerdos entre las partes.

CONFLICTOS ACTIVOS

A octubre del 2021 se registraron 198 conflictos sociales en el país, de

los cuales 148 son catalogados como activos. Del total de conflictos activos, 7 están en una fase temprana, 10 en escalamiento, 3 en crisis, 38 se están disipando y 90 en diálogo.

Según su tipología, de los 148 conflictos activos, el 68% son de tipo socioambiental, es decir, su dinámica gira en torno al control, uso y/o acceso al ambiente y sus recursos, aunque también están impregnados de aspectos políticos, económicos y sociales.

LOS CONFLICTOS SOCIALES IMPACTAN DE FORMA NEGATIVA EN LA ECONOMÍA Y EN EL EMPLEO

Del mismo modo, se observan otros tipos de conflictos como son los de demarcación territorial, laborales, comunales, electorales, así como también aquellos relacionados a la gestión de la administración pública en gobiernos locales, regionales y nacional.

Según los sectores económicos en los que se presentan los conflictos

socioambientales, el 63% se concentra en minería y el 23% en hidrocarburos. Asimismo, otros sectores de menor incidencia son los de saneamiento, energía, agroindustrial, forestal, y otros.

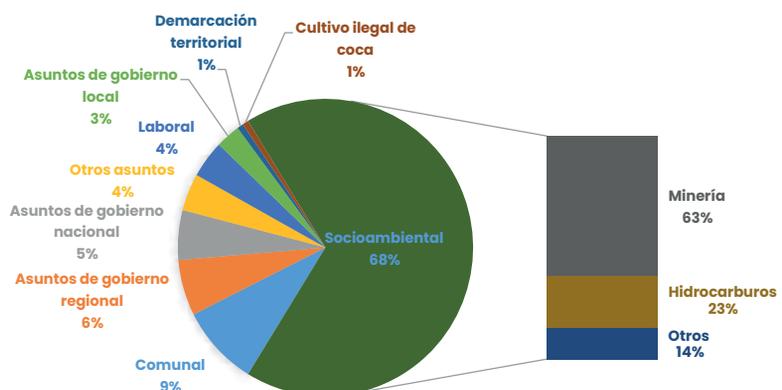
EFFECTO ECONÓMICO

Como es sabido, los conflictos sociales impactan negativamente en la actividad económica al paralizar o disminuir el desarrollo de los proyectos de inversión, así como los procesos productivos de las empresas ubicadas en la zona del conflicto. Todo esto afecta la producción, el empleo y la capacidad de generación de recursos económicos, tanto para la comunidad como para el Gobierno. A continuación, se expondrán algunos casos representativos.

El 31 de octubre de 2021 la compañía minera Antamina suspendió sus operaciones ante acciones violentas desencadenadas por la demanda de una comunidad campesina en Áncash. Para dimensionar los efectos económicos se debe considerar que la empresa es la mayor productora de cobre, zinc y plata en el país, extrayendo mensualmente (cifras del 2020) alrededor de 33.020 TMF, 40.931 TMF y 34.554 kilogramos finos, respectivamente.

En dicho año, esto se tradujo en pérdidas de US\$ 607 millones en tributos al Estado peruano.

Conflictos sociales activos a octubre 2021 (nº)



Fuente: Defensoría del Pueblo

Elaboración: IEDEP

En febrero, junio y julio de 2021 se iniciaron tres nuevos conflictos sociales, que a la fecha siguen activos, entre la compañía minera Las Bambas y tres comunidades campesinas de la región Apurímac. La empresa es el tercer productor de cobre a nivel nacional, produciendo (cifras 2020) alrededor de 26.064 TMF mensuales, además de extraer 264 TMF mensuales de molibdeno. En términos de impuestos (incluyendo regalías), la producción de esta minera significó US\$ 193 millones en 2020.

Otros dos casos emblemáticos son la paralización de los proyectos Minas Conga y Tía María. El primero de ellos es considerado un conflicto latente que ha paralizado una inversión de US\$ 4.800 millones para producir oro y cobre en Cajamarca pese a que su Estudio de Impacto Ambiental (EIA) fue aprobado en 2015.

Por su parte, el segundo es considerado un conflicto activo que ha paralizado US\$ 1.400 millones para producir cobre y molibdeno en Arequipa, pese a contar con EIA detallado aprobado en 2014.

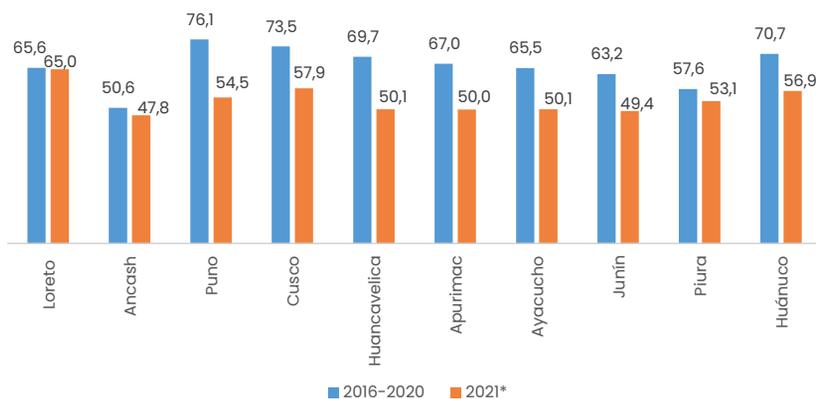
REGIONES EN CONFLICTOS

Los principales focos de ocurrencia de conflictos sociales durante octubre fueron Loreto (29 casos), seguido de Áncash (11), Puno (11), Cusco (10) y Huancavelica (9). Además, estas regiones concentran el 47% del total de casos activos a nivel nacional, afectando como ya se ha dicho a su desarrollo económico. Si bien entre los años 2010 y 2021, Áncash fue la región con mayor incidencia en conflictos activos, a partir de fines del 2018 han crecido paulatinamente los conflictos en Loreto, convirtiéndose hoy en la zona con el mayor registro.

Es indudable que los conflictos sociales están relacionados a indicadores de pobreza. Como es el caso de Puno y Huancavelica, que son las regiones con el mayor intervalo de pobreza (entre el 41,4% y 45,9% de su población), seguido de Áncash, Cusco

Ejecución de inversión pública según regiones

(De mayor a menor número de conflictos)



* Datos al 17 de octubre

Fuente: INEI

Elaboración: IEDEP

y Loreto, en el segundo grupo de mayor pobreza (entre 31,3% y 34,6%). A esta situación se suma la escasa actividad proveedora del gobierno, reflejada en la lenta y baja calidad de la inversión pública.

EN OCTUBRE, LOS PRINCIPALES FOCOS DE OCURRENCIA DE CONFLICTOS SOCIALES FUERON LORETO Y ÁNCASH

Un estudio desarrollado por el Fondo Monetario Internacional (FMI), en enero del 2021, pone de manifiesto que durante la gestión de las pandemias, pueden salir a relucir otros problemas subyacentes y más profundos “como redes de protección social insuficientes, un gobierno incompetente o falta de confianza de la población en sus instituciones”.

De otro lado, la baja inversión pública sigue siendo recurrente en las áreas de mayor conflicto. En una muestra de diez regiones con mayor incidencia de conflictos activos se encontró que el gasto de inversión pública promedio en el quinquenio

2016-2020 fue menor al 60% en las regiones de Áncash y Piura, seguidas de cinco regiones entre una ejecución de entre 60 y 70% (Loreto, Huancavelica, Apurímac, Ayacucho y Junín). Entretanto, Huánuco y Puno alcanzaron un promedio de 70,7% y 76,1%, respectivamente. Este año, el panorama no es distinto. En el periodo de pandemia la ejecución en tres regiones fue bajo. Se trata de Áncash, con 47,8%; Junín (49,4%); y Apurímac (50%).

El Perú requiere hoy de una mayor inversión privada y pública para elevar el crecimiento de su producto potencial que hoy se encuentra en alrededor del 3% anual. Las limitadas proyecciones para el 2022 de inversión privada (0,2%) y pública (3,7%) no contribuyen a ese objetivo y los conflictos sociales pueden diluir aún más dichas tasas.

Nuestro país necesita suplir la baja calidad de los servicios públicos, infraestructura física y social. Los mecanismos existen: obras por impuestos, APP, acuerdos G2G y obras públicas. Corresponde al Estado dotar a la economía de la estabilidad política y jurídica que viabilice todas las iniciativas de inversión, es su mejor contribución a la reducción de la pobreza y a un mayor crecimiento del país.

— I FORO INTERNACIONAL — DE INTEGRIDAD Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN



07 DIC
2021

7:50 am a 10:00 am
5:00 pm a 7:00 pm

TRANSMISIÓN
EN VIVO



A TRAVÉS DEL FACEBOOK DE
LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

**Según la ONU, la corrupción le cuesta al mundo
3,6 billones de dólares al año.**

En el Perú, 4,428 millones de soles de los fondos asignados para atender la pandemia se encuentran comprometidos en actos de corrupción (Fuente: MEF).

¿Qué podemos hacer desde el sector privado y público?
Tratamos de encontrar respuestas y líneas de acción concertada para enfrentar este terrible mal.

**Súmate, participa en el I Foro Internacional de Integridad
y Lucha contra la Corrupción.**



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

219-1671
Anexo 820

915 345 461

Organizado por:



COMISIÓN DE
INTEGRIDAD
Y LUCHA CONTRA
LA CORRUPCIÓN

CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

PROPUESTAS PARA REDUCIR EL IMPACTO DE LOS FLETES EN LAS IMPORTACIONES

Los precios de los fletes marítimos han aumentado exponencialmente. Por ello, la CCL propone al Gobierno la adopción de medidas temporales para paliar en algo dicha alza.





DR. CARLOS POSADA UGAZ

Director ejecutivo

Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior - CCL

cposada@camaralima.org.pe

El transporte internacional de mercancías, en especial el marítimo, ha venido afrontando una serie de inconvenientes desde finales del año 2015 hasta el inicio del primer trimestre del año 2020, teniendo como principal signo que los precios de los fletes internacionales fueran bajos, lo que obligó a las compañías navieras a buscar la forma de poder enfrentar los retos que esto suponía. Entre ellos, podemos citar la modificación de las rutas y el uso de naves de mayores proporciones para movilizar las cargas, etc. Era común leer noticias donde las compañías navieras mostraban ganancias anuales muy modestas y en algunos casos, pérdidas.

Sin embargo, una de las consecuencias no esperadas de la pandemia ha sido precisamente la afectación del negocio de transporte marítimo de mercancías. Ello, debido a que, después de culminado el periodo de aislamiento sanitario que muchos de los países implementaron, las actividades económicas en todo el mundo repuntaron y la cadena logística tuvo que hacer frente a un embotellamiento de productos en el sudeste asiático, y a limitaciones para la descarga de las naves en los diferentes puertos de destino.

Esto llevó a las compañías a tomar medidas como la racionalización de las naves existentes y priorización de puertos y cargas, originando con ello mayores problemas y congestión.

También obligó a la utilización de todo tipo de naves para hacer frente a la mayor demanda de transporte.

Asimismo, se dieron fenómenos como el de la deslocalización de contenedores, es decir, una abundancia de contenedores vacíos en puertos del continente americano y europeo y falta de los mismos en el sudeste asiático.

Es por todos conocido que las compañías navieras han aumentado sus órdenes para la construcción de nuevas naves para el transporte de contenedores, así como también se ha ordenado la fabricación de un mayor número de contenedores, tanto para carga seca, como para carga refrigerada.

**EN ENERO DE 2020,
EL COSTO DE UN
CONTENEDOR DE
CHINA A PERÚ ERA US\$
2.000, EN OCTUBRE
US\$ 15.000**

A ello se suma la situación que viene generándose en muchos puertos del mundo, tanto por la congestión, originada en algunos casos por las medidas sanitarias tomadas en algunos países para hacer frente a la COVID-19, como por problemas para el retiro de las cargas de los puertos, por problemas con los transportistas terrestres por múltiples motivos, tanto en los Estados Unidos, como en Europa, por temas sanitarios o por temas salariales.

Las consecuencias de esto han sido grandes al punto de que empresas estadounidenses han denunciado a algunas navieras ante la Comisión Marítima Federal por el empleo de tácticas que perjudican a los exportadores de dicho país. Sin embargo, esas disputas han terminado en soluciones entre privados.

Finalmente, se ha dado el caso de

que el vocero de dicha Comisión ha declarado que no hay mucho que ellos puedan hacer respecto a la situación.

En nuestro medio también se han presentado afectaciones por temas sanitarios y también por paralizaciones. Una consecuencia de la alta demanda por el transporte de mercancías es la elevación de los fletes, la cual se observa desde el inicio del tercer trimestre del año 2020 en todas las rutas marítimas, y que, en el caso del Perú, se sientan sus efectos hacia el cuarto trimestre del 2020.

Pero, es a partir del primer trimestre del 2021 cuando los precios de los fletes marítimos se han elevado en forma desproporcionada. Al punto que el costo del transporte desde China de un contenedor de 40 pies al Perú a inicios del 2020 era de US\$ 2.000, mientras que a finales de octubre del 2021, llegó a oscilar entre los US\$ 13.500 a US\$ 15.000. Al alto costo de los fletes, hay que agregar que se están cobrando tarifas premium para asegurar el embarque de los contenedores.

SOBRE LA VALORACIÓN EN ADUANA

En el *Acuerdo sobre Valoración Aduanera* de la Organización Mundial del Comercio (OMC), se ha establecido: El valor en aduana de las mercancías importadas será el valor de transacción, es decir, el precio realmente pagado o por pagar por las mercancías cuando estas se venden para su exportación al país de importación, ajustado de conformidad con lo dispuesto en el artículo 8.

A ello, el propio Acuerdo señala que los países en la elaboración de su legislación, cada miembro dispondrá que se incluya en el valor en aduana, o se excluya del mismo, la totalidad o una parte de determinados elementos, entre ellos los gastos del transporte de mercancías importadas hasta el puerto o lugar de importación y el costo del seguro.

Nuestras autoridades adoptaron los Acuerdos de la OMC al momento

de que el Perú se adhirió a dicha organización y así, mediante el Decreto Supremo N° 186-99-EF, se aprobó el *Reglamento de Valoración de Mercancías* según el Acuerdo sobre Valoración de Mercancías de la OMC, en el cual se dispuso agregar al precio realmente pagado o por pagar de las mercancías importadas, los gastos de del transporte, seguro y gastos conexos hasta el lugar de importación.

DISTORSIÓN DEL FLETE EN EL VALOR DECLARADO ANTE ADUANAS

Como se ha manifestado anteriormente, el crecimiento del valor del flete internacional, tiene como consecuencias la elevación de la base imponible sobre la cual se calculan los derechos e impuestos de importación, adicionalmente, afecta también el valor de los bienes importados, sean estos insumos, partes y piezas o sean bienes

finales para su comercialización.

EL AUMENTO DEL VALOR DEL FLETE INTERNACIONAL ELEVA, A SU VEZ, LOS IMPUESTOS DE IMPORTACIÓN

El incremento casi semanal de los fletes, hace difícil para las empresas el poder incorporarlos al valor final de los bienes producidos u ofertados al mercado, debiendo en muchos casos ser absorbidos por estas empresas que, en el caso de las micro, pequeñas y medianas empresas, no serán aceptados por sus consumidores, por lo que se ven ante la disyuntiva de comprar esos productos en el mercado informal (contrabando) o

cerrar operaciones, lo que resulta más grave por las consecuencias sociales y tributarias que esto implica.

A fin de poder identificar la implicancia que esta alza continua de los fletes internacionales ha tenido sobre los valores declarados ante Aduanas, el IDEXCAM ha realizado un Estudio denominado *El impacto de la distorsión de los fletes en las importaciones peruanas*, cuyo principal hallazgo resumimos a continuación:

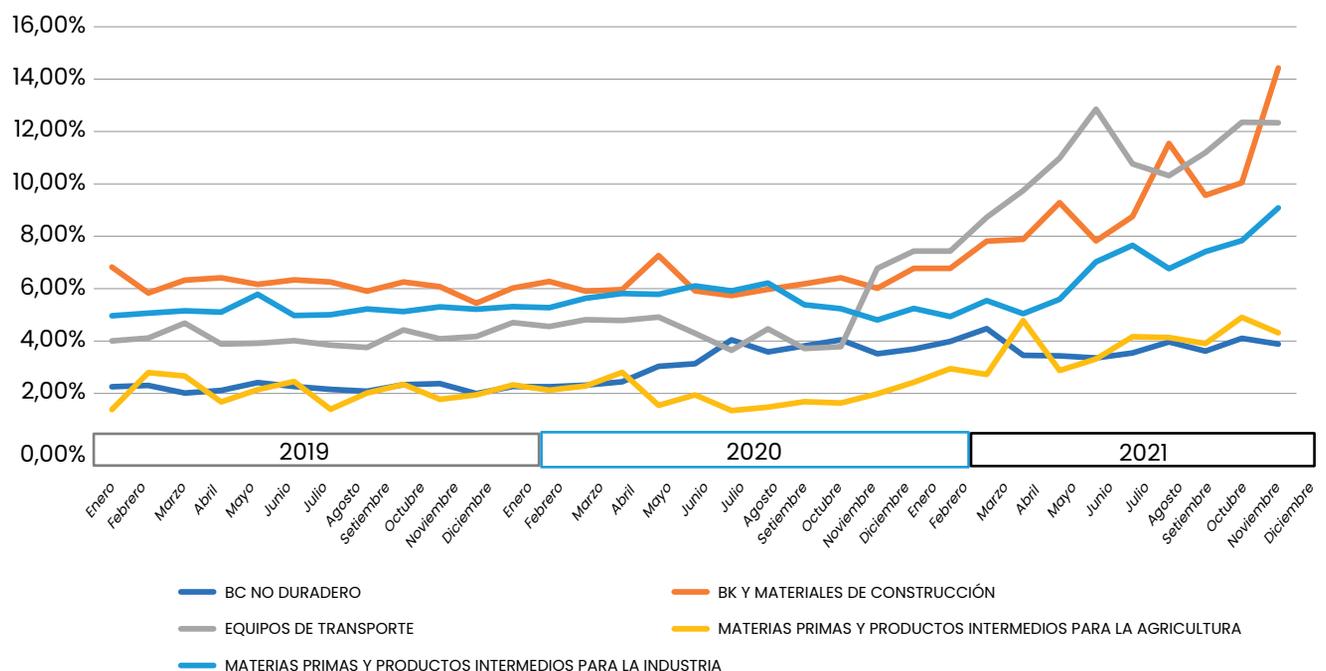
Analizando los datos, podemos señalar que, para el caso de los Bienes de Consumo No duraderos, el nivel de participación del flete en el valor CIF entre enero del 2019 y marzo del 2020 oscilaba entre el 2,02% y 2,45%, pero a partir del mes de abril de ese mismo año hasta el mes de setiembre del 2021, ha oscilado entre el 3,04% y el 4,48%.

Para el caso de los Bienes de Capital y Materiales de Construcción, el valor del flete en el valor CIF declarado osciló

Tabla N°1

Nivel de participación del flete en el valor CIF de importación, por CUODE 2, 2018-2021

(enero-set)



Fuente: Sunat

Elaboración por: IDEXCAM



entre el 5,44% y el 6,83%, en el mismo periodo de enero del 2019 a marzo del 2020. Sin embargo, desde abril del 2020 a setiembre del 2021, este valor ha oscilado entre el 5,74% y el 14,42%.

De otro lado, en los Equipos de Transporte, entre enero del 2019 y marzo del 2020, la participación del flete en el valor CIF declarado ha oscilado entre el 3,76% y 4,82%, mientras que a partir del mes de abril del 2020 hasta setiembre del 2021 ha oscilado entre el 4,92% y el 12,86%.

En el caso de las materias primas y productos intermedios para la agricultura, esta participación ha tenido los siguientes parámetros entre enero del 2019 a marzo del 2020, 1,39% a 2,81% del valor CIF declarado, mientras que, desde abril 2020 a septiembre del 2021, la oscilación fue de 1,35% al 4,91%.

Finalmente, presentamos el caso de las materias primas y productos intermedios para la agricultura, donde esta participación del flete en el valor CIF declarado, osciló entre enero del 2019 y marzo del 2020 entre los 4,97% y el 5,82%, mientras que, en el periodo de abril 2020 a setiembre del 2021, osciló entre 4,80% y 9,08%.

PROPUESTA

Otros países ya han venido tomando

medidas para reducir el impacto de los fletes en sus importaciones, así podemos citar el caso de Honduras, donde en su Congreso Nacional se ha aprobado el Decreto No. 96-2021, de la Determinación del valor del flete para propósitos de Tributos Aduaneros.

VARIOS PAÍSES HAN TOMADO MEDIDAS PARA REDUCIR EL IMPACTO DE LOS FLETES EN LAS IMPORTACIONES, EN EL PERÚ AÚN NO.

En esta norma se ha dispuesto que temporalmente, de manera excepcional y como medida económica extraordinaria, el costo del flete marítimo, para propósitos del cálculo del valor en aduana de las mercancías, se determinará con base al veinticinco por ciento (25%) del valor consignado en el Documento de Transporte (*Bill of Lading-B/L*). La medida será aplicable a las mercancías que se importan en forma definitiva, independientemente del país de origen o procedencia.

Por su parte, en Costa Rica, el presidente de la República ha

presentado ante su Asamblea Legislativa el Proyecto N° 22.770, mediante el cual procura establecer valores fijos de referencia para los fletes de mercancías en lo concerniente al cálculo de impuestos, tomando como valores de referencia los datos de las declaraciones de importación hechas en 2019. También tiene el carácter de temporal.

Con base en la información analizada y los casos observados en otros países, formulamos la siguiente propuesta a las autoridades gubernamentales: es necesario que el Estado peruano adopte acciones propositivas de carácter temporal, que permitan paliar en algo el impacto negativo del alza de los fletes, para reducir un poco su impacto en la economía de la población y de las empresas.

En tal sentido, proponemos que, utilizando las disposiciones contenidas en el numeral 2 del artículo 8 del Acuerdo de la OMC sobre Valoración en Aduana, se use la facultad discrecional que tienen los Estados miembros de la OMC, para disponer en nuestra legislación la exclusión en su totalidad de los gastos de transporte de las mercancías importadas hasta el puerto o lugar de importación; y, el costo del seguro.

TECNOSALUD 2021 CONTÓ CON MÁS DE 14.000 VISITANTES

La décima quinta edición de la feria más importante del sector salud, que se realizó de forma virtual y presencial, convocó a más de 350 marcas.



Tecnosalud ofreció a los operadores peruanos de la salud la oportunidad de vincularse e intercambiar información científica, generando, al mismo tiempo, contactos, reconocimiento de marcas y negocios.

El Gremio de Salud (Comsalud) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) organizó los días 10, 11 y 12 de noviembre la XV edición de la *Convención Internacional de Productos para la Salud y Ciencias Afines – Tecnosalud 2021*, la feria con mayor especialización del sector salud en el Perú,

El evento, que se realizó de manera virtual y presencial en el Centro de Convenciones del Jockey, congregó a las principales empresas y representantes de la industria médica y a más de 350 marcas provenientes de Alemania, Argentina, Brasil, Chile, China, Corea, y Francia.

Tecnosalud contó con más de 14.000 visitantes (10.000 en plataforma virtual y 4.000 en la presencial), que tuvieron la oportunidad de conocer las últimas tecnologías y avances científicos en dispositivos médicos, productos farmacéuticos, sistemas y servicios para la asistencia clínica y hospitalaria, además de acceder a capacitaciones y talleres de interés científico. Al ser presencial y virtual se logró tener visitantes a nivel nacional (80%) e internacional, interactuando en tiempo real.

Durante la inauguración de Tecnosalud, el presidente de la CCL, Peter Anders, resaltó que este año la

feria se realiza de manera presencial y virtual, para brindar a los asistentes el más amplio acceso, facilitándoles el conocimiento de los equipos y otros implementos médicos de última generación, así como conferencias.

“Tecnosalud ofrece a los operadores peruanos de la salud la oportunidad de vincularse e intercambiar información científica, generando al mismo tiempo contactos, reconocimiento de marcas y negocios”, señaló Anders.

A su turno, la ex jefa del Seguro Integral de Salud (SIS), Cecilia Melba Má Cárdenas, expresó que la pandemia demostró que el sector salud debe ser el pilar para la reactivación económica,

por lo cual es esencial trabajar en equipo: sector público, privado y ciudadanía.

En tanto, el decano del Colegio Regional III Lima del Colegio Médico del Perú, Pedro Ruiz Chunga, consideró que Tecnosalud es positivo para las empresas y usuarios, en los aspectos médicos, de diagnóstico, quirúrgico y atención al paciente.

El presidente de Comsalud, Sandro Stapleton, afirmó que la importación peruana de dispositivos médicos ascendería a US\$ 340 millones al cierre del 2021. “Estas proyecciones van en línea con las cifras a setiembre de este año, donde el valor importado de dispositivos médicos sumó US\$ 250 millones”, explicó.

No obstante, Stapleton sostuvo que, debido a la crisis mundial de contenedores, algunas empresas registran retrasos en la entrega de estas mercancías, asumiendo mayores costos por el alza del flete marítimo, que impacta en los precios.

Refirió que, del total importado de dispositivos médicos, el 75% va al Estado y las empresas proveedoras contratadas están reportando problemas con las entregas y podrían pagar penalidades. Agregó que el alza del dólar también ha provocado una afectación transversal a los importadores.

En Tecnosalud 2021 se realizaron ruedas de negocios para hacer posibles negocios y contrataciones en torno a tecnologías y nuevos productos del sector farmacéutico y dispositivos médicos. El principal objetivo fue acercar al empresariado local toda la oferta tecnológica disponible para mejorar su competitividad y acceder a nuevos productos. Se hicieron alianzas entre los participantes para desarrollar proyectos de innovación. Además, durante Tecnosalud se llevaron a cabo 19 conferencias de temas de vanguardia.

Cabe destacar que la Cámara de Comercio de Lima los espera en la feria Tecnosalud 2022 que se desarrollará en el mes de setiembre del próximo año.

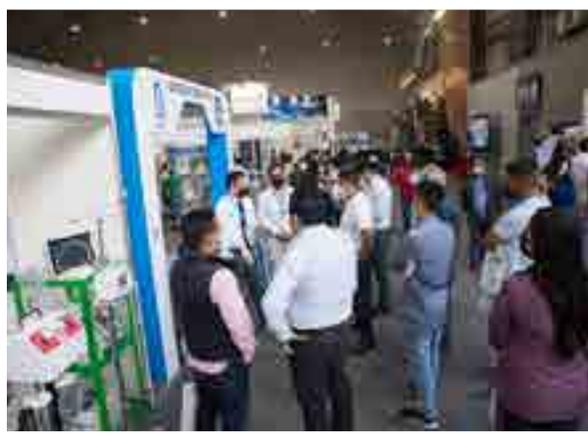


En la inauguración de la feria participaron el presidente de la CCL, Peter Anders; el presidente de Comsalud, Sandro Stapleton; la ex jefa del SIS, Cecilia Má; y el decano del Colegio Regional III Lima del Colegio Médico del Perú, Pedro Ruiz.



El evento también contó con la presencia del gerente general de la CCL, José Rosas; la gerenta de marketing de la CCL, Eva Gómez; y el ex presidente de Comsalud, Julian Lockett, uno de los creadores de la Feria Tecnosalud; quienes acompañaron al presidente de la CCL, Peter Anders.





Tecnosalud 2021 se realizó de manera virtual y presencial en el Centro de Convenciones del Jockey, y congregó a más de 350 marcas provenientes de Alemania, Argentina, Brasil, Chile, China, Corea, y Francia.



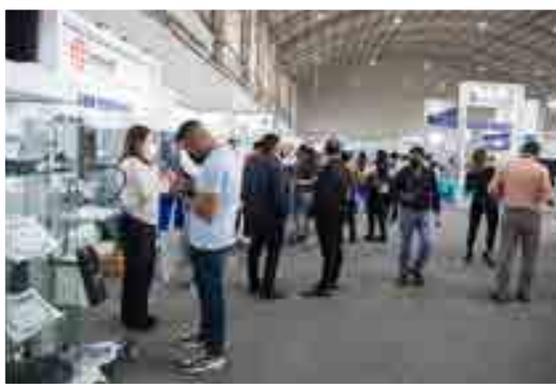
JOAO MORE
 Gerente de Marketing y ventas

“Estamos muy contentos por la invitación realizada por la CCL, porque nos ha ido muy bien. La ubicación del stand ha sido la mejor. Hemos manejado productos de coyuntura que han tenido mucha demanda. Ha sido un gusto alternar con marcas de reconocida trayectoria que le dan realce al evento”.



MANUEL ORELLANA
 Representante

“Somos una empresa que maneja varias líneas de negocio y hemos esperado casi dos años para reencontrarnos con nuestros clientes en circunstancias en las que el país necesita de tecnología moderna. Idisac siempre está a la vanguardia. Agradecemos a la CCL por la convocatoria”.



La feria tuvo más de 14.000 visitantes los días 10, 11 y 12 de noviembre, quienes tuvieron la oportunidad de conocer las últimas tecnologías y avances científicos en dispositivos médicos, productos farmacéuticos, entre otros.



JULIAN LOCKETT
Jefe de ventas en canal horizontal

“Somos fabricantes de equipos mobiliarios hospitalarios como camas UCI, camas de hospitalización, camillas, sillones de tratamiento y mobiliario clínico en general. La CCL apuesta por este rubro que ha tenido bastante crecimiento en la salud y considero que es lo más importante. Y nosotros hemos apostado por tener nuestro stand como lo venimos haciendo hace más de 20 años”.



WENDY SAAVEDRA
Gerente administrativa

Somos una empresa de más de 15 años en el mercado peruano y me parece muy bien que la CCL haga este tipo de eventos, ya que podemos ofrecer los equipamientos y tecnología top a nivel mundial. Ha sido una experiencia bastante desafiante en medio de esta pandemia, pero con todos los protocolos hemos venido a compartir esta tecnología con todas las personas en el Perú”.

LA POST PANDEMIA Y LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

Nos enfrentamos a un gran desafío que marcará el inicio de una nueva etapa, que solo podremos superar compartiendo una mesa de trabajo sin divisiones políticas.



Rubén Carrasco
Presidente del gremio para
la Protección de Cultivos
(Protec) de la CCL

A lo largo de los años, nuestro sector de protección de cultivos, como base de la seguridad alimentaria, ha experimentado muchos cambios. Sin embargo, a falta de previsión en seguridad alimentaria, muchos imperios y civilizaciones terminaron colapsando debido a la incapacidad de obtener alimento suficiente para toda una población. Civilizaciones, por ejemplo, como la egipcia; la maya; Tiahuanaco, en Bolivia; o la crisis de Irlanda; que sucumbieron por culpa del hambre, a causa del ataque de plagas o enfermedades en los cultivos.

En consecuencia, la industria de nutrición y protección de cultivos, desde sus inicios, siempre ha velado por la seguridad alimentaria, reinventándose y transformándose en un mundo cada vez más cambiante y globalizado, con una población que crece a un ritmo muy superior al crecimiento de las áreas de cultivo. Las severas pruebas de la pandemia han revelado muchas debilidades en nuestra sociedad, muchas de las cuales conocíamos, pero nos contentamos con ignorar.

Como sistema, se nos hace difícil volver a la normalidad, por los cambios globales de carácter energético y logístico que vienen impactando sobre los costos y los precios de los fertilizantes y agroquímicos a nivel mundial. Por un lado, el alza del precio del petróleo en 65%; y la restricción del gas, elevando el costo en un 30% en los países asiáticos, de los cuales dependemos en un 70% por el origen de nuestras importaciones. Y, por

otro lado, la variación significativa de la tasa cambiaria y el alza de los costos de fletes marítimos hasta en 200%, por el confinamiento, despidos de trabajadores, escasez de cargueros y contenedores, son algunas de las causas que siguen ocasionando sobrecostos en los fertilizantes y los agroquímicos.

Solo por tomar dos ejemplos relevantes: la urea en el Perú, considerada como el fertilizante sintético de mayor uso, registró un considerable incremento, pasando de S/ 62 por bolsa en octubre a S/174 en la actualidad. Asimismo, el herbicida más usado y más inclusivo como el Glifosato, pasó de costar S/15 por litro a casi S/25, considerando que aún existen inventarios importados antes del incremento.

Desde nuestro Gremio para la Protección de Cultivos (Protec), de la CCL, apostamos por la innovación y la seguridad alimentaria, buscando iniciativas de cooperación mutua con las instituciones del sector que nos ayuden a reducir el impacto económico sobre los agricultores y, en especial, sobre la canasta de alimentos en el mercado.

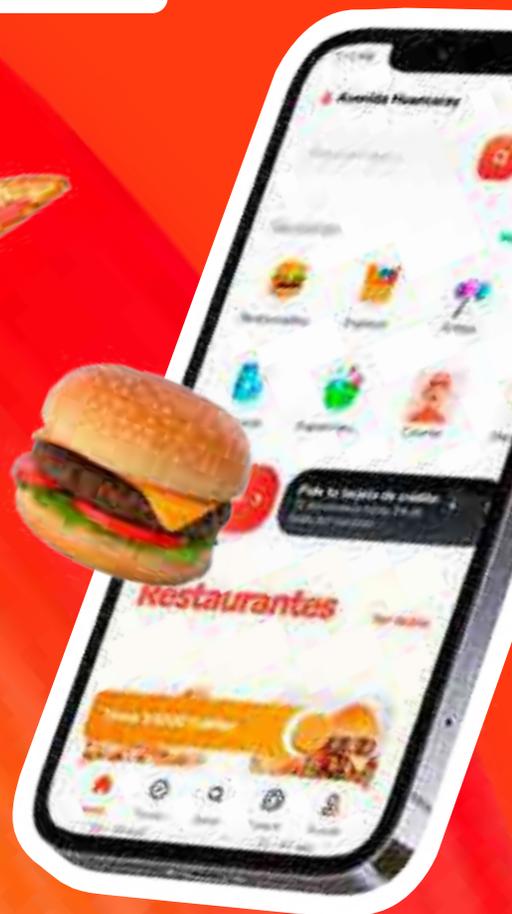
Hoy, más que nunca, como sector agrícola y como gremio, nos enfrentamos a un gran desafío, que marcará el inicio de una nueva etapa, que solo la podremos superar si es que la enfrentamos juntos, mostrando nuestra verdadera entrega y compromiso por una agricultura con inclusión, donde compartamos una mesa de trabajo sin excepciones y sin divisiones políticas.

 **tucambista** se une a *Rappi*

¡Cambia tus dólares!

Recomienda, gana créditos y canjéalos por lo que mas te guste.

¿QUÉ TE PROVOCA HOY?



Ingresa a www.tucambista.pe

y vive la mejor experiencia al comprar y vender dólares.



Este evento, organizado por la Cámara de Comercio de Lima, se llevó a cabo los días 16 y 17 de noviembre y contó con la participación de ponentes nacionales y extranjeros.

INVERTIR EN DIGITALIZACIÓN ES IMPERATIVO PARA EL RETAIL

Durante el *VI Foro Internacional de Retail 2021*, se destacó que el sector comercio registrará una expansión de 15,4% en el 2021 y 3,9% en el 2022.

La Cámara de Comercio de Lima, a través de su Gremio de Retail y Distribución, organizó el *VI Foro Retail: Desafíos en la era digital*, evento virtual que se llevó a cabo el 16 y 17 de noviembre vía las plataformas Zoom y Facebook Live de la institución gremial.

Durante la inauguración del Foro, el presidente de la CCL, Peter Anders, sostuvo que desde el inicio de la crisis sanitaria, la conducta de los consumidores ha registrado importantes cambios.

“Debido a esta variabilidad es preciso que las empresas cuenten con estrategias para seguir produciendo y

vendiendo, satisfaciendo la demanda de los clientes y continuar sustentando la economía del país”, manifestó.

En ese sentido, Anders mencionó que el principal reto del retail peruano es proveer y atender cada vez mejor a los consumidores finales. De igual manera, dijo que se debe apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas para que se mantengan activas y contribuyan así a la generación de empleo y a la reactivación de la economía.

Por su parte, la presidenta del Gremio de Retail y Distribución de la CCL, Leslie Passalacqua, destacó que es importante que las empresas retail sigan invirtiendo en lo digital para que

puedan mantenerse en el mercado.

“Para vender y comprar no cabe duda que debemos digitalizarnos, pero también debemos preguntarnos si con ello vamos a tener éxito consiguiendo el retorno de nuestra inversión”, precisó.

Por ello, añadió que las inversiones, sean en actualizaciones de *apps* o acceso a plataformas digitales, se hagan con las mejores prácticas, pues estas van contribuir al crecimiento de las empresas.

Más adelante, el jefe del Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la CCL, Óscar Chávez, dio a conocer las perspectivas económicas para el sector retail y la economía peruana.

En relación al crecimiento económico, estimó una expansión del 11,2% para este año y de 3% para el 2022. En tanto, para el sector comercio, el avance sería 15,4% en el 2021 y 3,9% el próximo año.

“Si bien las proyecciones son óptimas, la inestabilidad política y la propuesta de cambiar la Constitución podrían espantar las inversiones privadas, lo que afectaría lo proyectado”, indicó.

Añadió que el sector comercio congrega el mayor número de empresas en el país con un 1'281.370, las que fueron formalizadas durante el primer trimestre del 2021, y de las cuales el 71% pertenecen al rubro retail. Respecto a las ventas minoristas, se espera un crecimiento de 11,3% para el último trimestre del 2021.

Posteriormente la estrategia de cuentas de Google Customer Solutions, Amara Chokgarian, presentó las ventajas de utilizar la plataforma Shopping Google Ads, herramienta que impulsa las ventas de diferentes productos mediante la publicidad en línea.

DIGITALIZAR AL EQUIPO COMERCIAL

Para incrementar las ventas *online* es sustancial establecer estrategias innovadoras para capacitar el capital humano en lo digital. Esta fue la recomendación del fundador de Acción Promercado, Alejandro Marini, quien manifestó que el actual contexto exige la formación de equipos comerciales digitalizados.

En tanto, la vicepresidenta de Gestión Humana de Intercorp Retail, Mariela Prado, dio a conocer que durante la pandemia el nivel de rotación laboral ha registrado un incremento significativo en el Perú y el mundo. “En el caso de los *millennials* y la generación Z, los principales motivos de la rotación temprana apuntan a la insatisfacción salarial y las pocas oportunidades de crecimiento y desarrollo dentro de las organizaciones”, subrayó.

“LAS EMPRESAS DE RETAIL DEBEN SEGUIR INVIRTIENDO EN LO DIGITAL PARA QUE PUEDAN MANTENERSE EN EL MERCADO”

LESLIE PASSALACQUA
Presidenta del Gremio de Retail y
Distribución de la CCL



“LAS VENTAS DEL SECTOR MINORISTA REGISTRARÍAN UN CRECIMIENTO DE 11,3% EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE DEL 2021”

ÓSCAR CHÁVEZ
jefe del IEDEP de la CCL



Prado abordó la importancia de captar y retener talento digital, pues consideró que en los siguientes años las organizaciones “empezarían una guerra” por contratar a estos profesionales que hoy son muy escasos.

En la segunda fecha del *VI Foro Retail*, el cofundador de Woow Up, Martín Biegun, indicó que para aumentar la frecuencia de compra en *e-commerce* es sustancial que las empresas y negocios conozcan a sus clientes usando la estrategia de segmentación, la cual permite conocer los patrones de interés común del comprador. “Igualmente, para ser rentable no solo hay que invertir en capturar nuevos clientes, sino también fidelizarlos”, manifestó.

Posteriormente, el director comercial de Poken Perú Retail, Gino Mori, señaló que el flujo de visitantes y aforos en los centros comerciales están aumentando de manera progresiva y

tendrían un mejor ritmo en los meses siguientes debido a las campañas de fin de año.

A su turno, el gerente general de Incalpaca, Samuel Sevilla, afirmó que si bien el sector retail ha logrado avances, todavía está lejos de recuperarse totalmente. “Deberíamos apelar a que los operadores de los centros comerciales sigan apoyando a muchas marcas que están con ‘oxígeno limitado’ para seguir operando”, agregó. También, recomendó a los empresarios ser cautos en la toma de decisiones para el 2022 debido a la actual incertidumbre que vive el país.

Cabe mencionar que en este evento también participaron Luis Alfonso Carrera, CEO de Yape; Iván Castañeda, vocero de Niubiz Vendemás; Patricio Mazza, CEO de Snappy Commerce; e Ignacio Martínez, *head* regional de Marketing de Chazki; entre otros destacados ponentes.



CCL PREMIÓ A LOS MEJORES TRABAJOS PERIODÍSTICOS

La XVII edición del concurso Ramón Remolina Serrano, como todos los años, registró una alta convocatoria. El tema de este año fue: *Apertura económica y generación de empleo en pandemia.*

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) realizó la ceremonia de distinción de la XVII edición del *Premio Anual al Periodismo Ramón Remolina Serrano*, cuyo tema fue *Apertura económica y generación de empleo en pandemia*, que se llevó a cabo vía Zoom el pasado 18 de noviembre.

En la inauguración, el presidente de la CCL, Peter Anders, señaló que en tiempos de crisis sanitaria, económica y moral como la que hoy sufre el país, el papel de los medios de comunicación y, concretamente, de los periodistas es fundamental, pues constituye un espacio donde los ciudadanos aspiran a

informarse de manera veraz, oportuna y objetiva, buscando encontrar una luz que nos permita salir de esta oscuridad.

“Por ello ustedes tienen una enorme responsabilidad con sus lectores, oyentes, televidentes o seguidores a través de las redes sociales, pero a la vez el tremendo desafío de enfrentar la dura competencia que representa hoy en día la necesidad de llevar a cabo su trabajo con inmediatez, en tiempo real, lo cual muchas veces puede llevar al error o a no ser lo suficientemente rigurosos al brindar una información”, explicó.

Añadió que es una “circunstancia

muy difícil la que les toca vivir”, pero esta no debe llevar de modo alguno a que se dilapide la credibilidad que es su bien más valioso, porque siempre es mejor perder una primicia que perder prestigio. “No renuncien nunca a defender este ideal, busquen siempre dar noticias que se ajusten a la verdad y que, en lo posible, no sean producto de una visión sesgada, ideologizada o subjetiva, o que responda a un interés crematístico”, precisó.

Anders comentó que el *Premio Anual al Periodismo Ramón Remolina Serrano* es para la CCL un compromiso con el periodismo y con el país, porque permite identificar los

espacios donde se analizan temas que son de vital importancia, en especial los relacionados a nuestra economía.

RECONOCER UNA IMPORTANTE LABOR

Por su parte, el presidente del Comité Editorial de la CCL, Bernardo Furman, recordó que se le denominó Ramón Remolina Serrano en reconocimiento a este empresario y economista que tenía mucha participación en el quehacer periodístico. “Nuestro objetivo no solo es un reconocimiento a ustedes a los medios de comunicación y sobre todo a la prensa especializada en economía, sino también queremos seguir impulsando un periodismo que acerque este tema árido y especializado al quehacer diario y cotidiano para hacerlo más digerible y, de esa manera, llegar a más cantidad de personas”, remarcó.

Mientras que el director institucional de la CCL, Carlos Posada, señaló que a pesar de que se está en una situación de pandemia, que de alguna manera ha cambiado los estándares que ha tenido este premio durante 17 ediciones, es fundamental mantenerlo para reconocer la importantísima labor que realizan los periodistas.

“Nuestra institución está muy comprometida justamente con el trabajo codo a codo con los periodistas y con el periodismo en general. Somos un gremio que tiene más de 133 años y que siempre ha buscado tener espacios de diálogo que ayuden al desarrollo de nuestro país”, refirió.

Precisó que siempre es importante mantener y reconocer esta notable labor que realizan los periodistas con miras a difundir información veraz. “Creo que las actuales condiciones nos imponen una doble tarea por tratar de llegar de la mejor manera a los ciudadanos y explicar, por su puesto, también la situación en la que estamos viviendo de la manera más clara y transparente para llegar a ese ciudadano que usualmente en temas



1

PUESTO

JORGE DETT

Reportero de Punto Final
en Latina

TEMA:

El boom del comercio electrónico.



2

PUESTO

GIANMARCO DELGADO

Redactor de Economía
Diario Gestión

TEMA:

E-commerce, una alternativa contra el desempleo que generó la pandemia de la COVID-19.



2

PUESTO

MANUEL PATIÑO

Redactor de Economía
Diario Gestión



3

PUESTO

ANDI CHERO

Redactor de Economía
Diario La República

TEMA:

Recuperación del PBI no garantizará atenuar la pobreza monetaria.



3

PUESTO

FERNANDO CUADROS

Redactor de Economía
Diario La República

tan técnicos como la economía o los temas regulatorios, muchas veces no se entiende”, apuntó.

GANADORES DEL 2021

El jurado calificador del concurso estuvo integrado por el presidente de la CCL, Peter Anders; el presidente del Comité Editorial de la CCL, Bernardo Furman; el jefe del Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la CCL, Óscar Chávez; la periodista y docente de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y de la Universidad de Lima, María Mendoza; y el periodista y docente de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y la Universidad de Lima, Orazio Podestá.

El primer puesto fue otorgado a Jorge Dett, del programa Punto Final, de *Latina*, por su informe sobre *El boom del comercio electrónico*, en el que analizó las oportunidades de negocios que la pandemia dejó en la venta del *e-commerce* luego que cientos de miles de peruanos se quedaran sin trabajo debido a la crisis sanitaria. El reportaje mostró casos de éxito que incentivaron a los demás peruanos a emprender en este mundo digital.

El segundo puesto fue compartido por los periodistas del diario *Gestión*, Gianmarco Delgado y Manuel Patiño, quienes presentaron el informe: *E-commerce, una alternativa contra el desempleo que generó la pandemia de la COVID-19*. En el artículo explican que la llegada de la COVID-19 al país significó oportunidades de negocio y cambios en los hábitos de consumo para las empresas que dependían únicamente de las ventas presenciales, convirtiéndose, de esa manera, en un salvavidas de empleo en el Perú para aquellas empresas que supieron adaptarse ante la emergencia sanitaria.

El tercer puesto fue compartido por Andi Chero y Fernando Cuadros, del diario *La República*, con su informe *La Recuperación del PBI no garantizará atenuar la pobreza monetaria*. En el documento, detallan que, durante

“EN TIEMPOS DE
CRISIS SANITARIA,
ECONÓMICA Y MORAL
QUE SUFRE EL PAÍS, EL
PAPEL DEL PERIODISTA
ES FUNDAMENTAL”

PETER ANDERS
Presidente de la CCL



“SIEMPRE ES
IMPORTANTE
MANTENER Y
RECONOCER LA
NOTABLE LABOR DE
LOS PERIODISTAS”

CARLOS POSADA
Director institucional de la CCL



el 2020, la pobreza alcanzó a 9,9 millones de peruanos (30,1% de la población), lo que representó un retroceso de diez años tras contraerse la economía en -11,1% debido a la paralización de actividades por causa de la COVID-19.

Asimismo, el jurado calificador otorgó una mención honrosa a Hugo Flores Córdoba, de la revista *Forbes* de Colombia, por su artículo *¿Cómo la pandemia transformó el headhunting en Perú?*

HISTORIA DE RAMÓN REMOLINA

Ramón Remolina Serrano nació en la ciudad de Lima el 31 de agosto de 1913. Siguió estudios de Ingeniería Civil en la Escuela de Ingenieros del Perú. En 1937, participó de la expedición que realizó el primer cruce del “Boquerón del Padre Abad”, labor con la que se trazaría el proyecto que

permitiría la interconexión vial del Pacífico con el Atlántico por la región central. Se casó con Hilda Delgado de Remolina, con quien tuvo cuatro hijos.

Ramón Remolina fue presidente de la CCL, además, en razón de su destacada trayectoria profesional fue nombrado ingeniero emérito por el Colegio de Ingenieros del Perú. De igual manera, fue director de la Confiep.

En medio de la crisis económica nacional de inicios de los años noventa, desde su posición de líder empresarial, Ramón Remolina Serrano trabajó por cambios radicales en la economía, la reducción del gasto fiscal y la racionalización del aparato empresarial estatal. También advirtió la conveniencia de apuntalar nuestra presencia como país en la Cuenca del Pacífico.

Ramón Remolina falleció en 1992, a solo un día de cumplir 79 años.



PERSPECTIVAS PARA EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO 2021

Jueves
de
02 de
Diciembre
2021

◀◀ Participa en este evento y realiza con los EXPERTOS un eficaz planeamiento ▶▶

EXPOSITORES



JÓRGE CHÁVEZ ALVAREZ
Presidente Ejecutivo de
MAXIMIXE CONSULT



CARLOS POSADA
Director Institucional de la
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA



JULIO SCHIAPPA PIETRA
Consultor Asociado de
MAXIMIXE GOVERNA

PROGRAMA

16:50 – 17:00 ▶ Inauguración

a cargo de Ing. Peter Anders, presidente de la CCL

17:00 – 17:30 ▶ "Perspectivas 2022 de la Economía peruana"

Dr. Jorge Chávez Álvarez, presidente ejecutivo de
MAXIMIXE CONSULT

17:30 – 18:00 ▶ "Desempeño del Comercio Exterior 2021 y perspectivas 2022"

Dr. Carlos Posada, director institucional de la CCL

18:00 – 18:30 ▶ "Perspectivas 2022 de la Política peruana"

Dr. Julio Schiappa Pietra, consultor asociado de
MAXIMIXE GOVERNA

18:30 – 18:40 ▶ Clausura

INSCRIPCIONES
GRATUITAS





ACUERDOS G2G PUEDEN ACELERAR EL CIERRE DE LA BRECHA DE INFRAESTRUCTURA

El Gremio de Construcción e Ingeniería de la CCL organizó un *webinar* para abordar esta problemática y convocó a expertos del sector público y privado.

Con el fin de poner en discusión y debate la importancia de seguir promoviendo el desarrollo de la infraestructura en el país a través de los Acuerdos de Gobierno a Gobierno (G2G), el Gremio de Construcción e Ingeniería de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) organizó el *webinar Cierre de la brecha de infraestructura en el Perú desde la perspectiva de los G2G*, que contó con el respaldo de Peruvian Canadian Chamber of Commerce (PCCC), y se realizó el pasado 16 de noviembre.

Durante la inauguración del evento, el presidente del Gremio de Construcción e Ingeniería, Miguel

Honores, destacó que si bien no existe una modalidad de contrato perfecto, “es importante lograr que los proyectos sean ejecutados con calidad, costos razonables y plazos adecuados para lograr el cierre de la brecha de infraestructura en el Perú y que la población pueda disfrutar de estas obras”.

PLAN NACIONAL DE INFRAESTRUCTURA

A su turno, el ex ministro de Transportes y Comunicaciones, Eduardo González, señaló que según el Plan Nacional de Infraestructura para la Competitividad (PNIC), el país tiene una brecha de infraestructura de

S/ 363.452 millones. De esta manera, el PNIC comprende 52 proyectos que representan el 30% de la brecha total. La inversión total de estos proyectos asciende a US\$ 34.956 millones.

“Varios de los 52 proyectos priorizados por el PNIC agrupan dos o más proyectos. La inversión inicial ejecutada en 18 meses (a diciembre de 2020) fue de US\$ 3.800 millones. Entre enero y setiembre de 2021, tenemos una inversión ejecutada de US\$ 800 millones, y a fin de año debemos llegar a cerca de US\$ 1.000 millones”, adelantó González.

Asimismo, sostuvo que el transporte en el Perú tiene que partir desde una visión integral, sectorial,

territorial, multimodal y logística a través de la conectividad física y digital. En base a esa visión, se han identificado 62 cadenas logísticas. “El costo logístico es indudablemente importante, esto representa el 34% en relación al valor del producto”, añadió.

“Desde nuestra experiencia, los G2G son vitales, pero tiene que observarse con claridad la complejidad del proyecto y en función a eso debemos decidir por esta modalidad de contratación. Estos acuerdos permiten desarrollar los proyectos en el menor tiempo posible y al mejor costo”, explicó.

EL RETO ES SABER EJECUTAR

A su turno, el gerente de Megaproyectos de la Contraloría General de la República, Luis Robas, precisó que para cerrar la brecha de infraestructura básica en el país se necesita invertir un 2% del PBI, pero para que esta sea de calidad, es decir, llevarla a nivel de países OCDE, se necesita un 2% adicional.

“Según el PNIC, el Perú destina anualmente recursos del presupuesto por alrededor del 5% del PBI. El problema es que no necesariamente lo gastamos todo ni lo distribuimos bien. Un gran reto, además de contar con los recursos, es saber ejecutar. Para ello, tenemos un amplio conjunto de instrumentos legales y modalidades de inversión de infraestructura pública que hemos ido creando en los últimos años, entre ellos los G2G”, anotó Robas.

“A FIN DE AÑO TENDRÍAMOS UNA INVERSIÓN EJECUTADA DE CERCA DE US\$ 1.000 MILLONES EN PROYECTOS DEL PNIC”

EDUARDO GONZÁLES
Ex ministro de Transportes y Comunicaciones

“ES IMPORTANTE LOGRAR QUE LOS PROYECTOS SEAN REALIZADOS CON CALIDAD, COSTOS Y PLAZOS ADECUADOS”

MIGUEL HONORES
Presidente del Gremio de Construcción e Ingeniería de la CCL



MÁS DE 2.000 OBRAS PARALIZADAS

También refirió que, de acuerdo con un informe reciente de la Universidad del Pacífico (UP), el avance de ejecución de inversiones a noviembre fue solo 53%. Y con base en información de la Contraloría, a setiembre, más de 2.000 obras se encuentran paralizadas a nivel nacional.

Por tanto, Robas aseguró que hay una problemática transversal en la infraestructura nacional que, pese a la modalidad que se ejecute, aún persiste y afecta a los convenios G2G, como el incumplimiento de la metodología de pre inversión, elaboración de especificaciones técnicas sin estudios, falta de disponibilidad de terrenos, excesiva ocurrencia de adendas, la proliferación de controversias arbitrales y judiciales, entre otros.

En el *webinar* también participaron el agregado comercial y encargado

de Energía e Infraestructura de la Embajada de la República de Corea, Simon Lee; la jefa del Servicio Económico para el Perú y Bolivia de la Dirección General del Tesoro de la Embajada de Francia, Anne Bernard; y el director de Infraestructura para Latinoamérica por el Departamento de Comercio Internacional del Reino Unido, Luke Durigan, quienes expusieron, desde su experiencia y perspectiva, cómo ejecutan los proyectos de infraestructura en nuestro país.

De igual manera, el panel de discusión estuvo integrado por el director del Gremio de Construcción e Ingeniería de la CCL y líder de Proyectos e Infraestructura en EY Law, Juan José Cárdenas; el ex director ejecutivo de Proinversión, Alberto Ñecco; el director de Videnza y ex ministro de Vivienda, Construcción y Saneamiento, Milton Von Hesse; y la directora ejecutiva del Proyecto Especial de Inversión Pública Escuelas Bicentenario del Ministerio de Educación, Patricia Alvarado.

Finalmente, el past president del Gremio de Construcción e Ingeniería de la CCL, Luis Felipe Quirós, recalcó que la dotación de mejor infraestructura tiene que basarse en un servicio para la población, a través de las mejores prácticas, y el Estado peruano debe invertir más en los estudios de pre inversión, y en el mantenimiento y operación, para reducir los riesgos en la obra.





OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN URUGUAY

La producción de alimentos, la industria forestal, maderera y transformación digital son algunos sectores importantes para hacer negocio en el mercado uruguayo.

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) y el Estudio Vuille Lafourcade organizaron el 17 de noviembre el encuentro empresarial denominado *Uruguay: Destino atractivo de inversiones*, donde representantes del sector público y privado de ese país explicaron las bondades que poseen para atraer inversiones extranjeras.

Durante su participación en el evento, el presidente de la CCL, Peter Anders, señaló que desde hace 172 años, Perú y Uruguay sostienen relaciones diplomáticas, además de importantes acuerdos bilaterales. Explicó que ambos países rigen su comercio bilateral en el marco del Acuerdo de

Complementación Económica (ACE 58), conformado por Uruguay, Brasil, Argentina y Paraguay, por un lado, y Perú, por el otro. Refirió que este acuerdo fue suscrito en diciembre del 2005 con disposiciones que cubren el acceso a mercados y buscan potencializar el comercio bilateral entre los países del Mercosur y el Perú.

Anders dijo, además, que el 88% de las exportaciones peruanas a este bloque tiene como destino Brasil, le siguen Argentina con 9%, y el 3% restante va a Paraguay y Uruguay. “Tenemos una tarea importante para dinamizar el comercio entre Perú y Uruguay, aprovechando nuestro potencial para apoyarnos en la reactivación económica”, puntualizó.

UN FUTURO CON OPTIMISMO

Por su parte, el ministro de Industria, Energía y Minería de Uruguay, Omar Paganini, aseguró que en su país están viendo el futuro con optimismo porque su cadena exportadora retomó la vitalidad que tenía antes de la pandemia.

“Estamos en niveles de exportación muy importantes sobre todo en el sector de comercio de servicios”, destacó. Mencionó que la producción de alimentos y alimentos sostenibles que hoy busca el mundo por la coyuntura sanitaria es lo que ofrece Uruguay a los inversionistas, además de la industria forestal, maderera y papelera. Explicó que su país es uno de los principales

exportadores de *software* y hoy lidera este rubro en América Latina y Estados Unidos, además del tema de transformación digital y economía verde.

“Uruguay es un país líder en energías renovables ya que el 97% de la matriz energética tiene este sistema como la hidráulica, eólica y solar, y ahora estamos encarando la segunda etapa de transformación para el transporte eléctrico que es otra de las oportunidades de negocios que tenemos en nuestro país”, destacó y subrayó que existe seguridad jurídica y un buen comportamiento fiscal que permite tener un riesgo país muy acotado y, por lo tanto, la posibilidad financiarse.

MONTO MÍNIMO DE INVERSIÓN

A su turno, el socio director de Vuille Lafourcade, Federico Vuille, sostuvo que a lo largo de los años Uruguay ha cultivado la “confianza” independientemente a los gobiernos. “Uruguay tiene claro que la construcción de confianza sumada a los distintos estímulos a la inversión son un motor importante para la generación de inversiones en nuestro país”, puntualizó.

Mencionó que su país no ha sufrido procesos refundacionales, lo que otorga la previsibilidad necesaria para pensar

“URUGUAY ES UN PAÍS LÍDER EN ENERGÍAS RENOVABLES, YA QUE EL 97% DE LA MATRIZ ENERGÉTICA TIENE ESTE SISTEMA”

OMAR PAGANINI

Ministro de Industria, Energía y Minería de Uruguay



en proyectos de mediano y largo plazo generando mucha certeza y reglas de juego claras, con un Poder Judicial independiente con bajos niveles de percepción de corrupción.

Vuille remarcó que en Uruguay no se necesita un monto mínimo en capital o patrimonio para acceder a beneficios fiscales ni para constituir una sociedad. “Hay beneficios fiscales para personas físicas, quienes quieran acceder a la residencia fiscal y por ende a estos beneficios que podrán acceder si renuncian a su residencia fiscal en su país de origen.

Sobre los sectores con mucho potencial para invertir en Uruguay, Vuille refirió que básicamente los inversores peruanos están interesados en hacer negocios en sectores como

el agropecuario y la industria del cannabis. Preciso que el impuesto al valor agregado (IVA) en Uruguay tiene una tasa general del 22%, pero hay una normativa fiscal donde existen muchos productos que están grabados al 10%.

Por su parte, Diego Vuille, también socio de Vuille Lafourcade, aseguró que Uruguay no es un paraíso fiscal, pero tiene una ley de inversiones que data de 1998, que gobierno tras gobierno se han encargado de potenciar y usarla como un motor muy importante para fomentar los negocios. “En esta ley hay un principio fundamental que es el trato igualitario para extranjeros y nacionales”, puntualizó.

INVERSIONES EN PAYSANDÚ

Por último, el intendente del Gobierno Departamental de Paysandú, ubicado al noroeste de Uruguay, Nicolás Olivera, señaló que su ciudad tiene atractivos de inversión en el sector turismo, porque cuenta con centros termales que dan la posibilidad de desarrollar emprendimientos turísticos y hoteleros, además de contar con licencias para operar casinos privados.

Agregó que también están haciendo un estudio para desarrollar un potencial inmobiliario en la ciudad. “Paysandú avanza en la ejecución de un plan de captación de inversiones orientado a incentivar la instalación de emprendimientos capaces de generar fuentes de trabajo”, afirmó.



Paysandú es uno de los 19 departamentos que tiene Uruguay y presenta oportunidades de inversión en sectores como el turismo y el inmobiliario.

“SUNAT DEBE DAR MAYOR PLAZO PARA QUE EMPRESAS SE ADECÚEN A PLATAFORMA DE FACTURACIÓN ELECTRÓNICA”

El gerente general de Digiflow, Renzo León-Velarde, explica los alcances del proyecto de la Administración Tributaria para el envío de facturas y recibos por honorarios electrónicos.

POR RAQUEL TINEO RAMOS
RTINEO@CAMARALIMA.ORG.PE

¿Cómo ha sido el avance del factoring en lo que va del año?

Ha avanzado de forma muy significativa porque han aparecido una serie de entidades financieras dedicadas exclusivamente a este rubro y ellas han sido el motor del factoring electrónico. Así, las entidades financieras tradicionales han empezado a mirar hacia nosotros los emisores para tratar de no perder presencia en el mercado, porque prácticamente ahora todo el que negocia con una factura lo hace a través de empresas de factoring, y no en el sistema financiero.

Sunat ha pre-publicado un proyecto para implementar la plataforma de conformidad de facturas y recibos por honorarios electrónicos. ¿Cómo ve la propuesta?

En una palabra, te lo resumo: mala.

La intención es excelente, pero la ejecución no va a ser uniforme. Esta reglamentación viene tarde, ha demorado en ser publicada. Por lo tanto, esto ha llevado a Sunat a tener que apretar el cronograma para que todo salga como estaba previsto el 1 de enero.

¿Qué significa eso? El emisor en general tiene hasta ocho días, contando desde el día de la emisión para enviar su documento a Sunat. Se iba a dar una vigencia de tres meses para dar tiempo a que todos los sectores económicos puedan tratar de adecuarse a esta nueva expectativa de publicación y transcurridos esos meses, el primero de enero entraban en vigencia esos dos días. Ahora, están apretando ese plazo para que solamente el emisor tenga 15 días para adecuarse. Esos días son del 15 al 31 diciembre. Es decir, al cierre de año, en campaña, donde más se necesita ponerle foco al negocio.

Uno tiene que haberse adaptado de ocho a dos días sin importar en qué industria trabaje, de qué



tamaño sea la empresa o cuál sea su estacionalidad. Eso será, definitivamente, muy traumático.

Eso también lleva a que la plataforma de Sunat tenga la robustez de recibir toda esta documentación, procesarla y publicarla en tiempo récord. A eso hay que sumarle que, desde enero hasta abril, cerca de medio millón de emisores de la micro y pequeña empresa pasarán a ser emisores obligatorios de la factura electrónica. Entonces, el volumen de emisores y negocios va a aumentar inmensamente en el curso electrónico.

¿Qué se debería hacer?

La recomendación es que se dé un poco más de tiempo, enero, febrero



aceptación más ágil, que les permita tener beneficios del mismo emisor, porque si yo le acepto la factura en uno o dos días, se va a poder negociar mucha más rápido y el aceptante tendrá su crédito fiscal cuando lo necesita.

¿Sunat ha recibido el *feedback* de parte de ustedes los emisores?

Siempre que Sunat desarrolla cambios normativos lo consulta con los proveedores o con los que estamos en el sistema de comprobantes de pago electrónico, en términos de aceptación que puedan tener con los clientes.

“MEDIO MILLÓN DE MYPES QUE EMITEN FACTURA ELECTRÓNICA SERÁN EMISORES OBLIGATORIOS”

Sin embargo, en este caso puntual, lo que sucede es que está ejecutando un reglamento que viene desde el Ministerio de Economía y Finanzas y el Ministerio de la Producción. Por lo tanto, es más un ejecutor que un generador de la norma. En este caso, Sunat tiene las manos atadas. Tendría que venir de los propios ministerios la reconsideración de los plazos. Depende de ellos alguna rectificación o ratificación.

Entiendo que varios gremios han dedicado largas cartas explicando por qué se requiere esta ampliación. No rechazando la adaptación, sino por el contrario, estamos de acuerdo, pero pedimos que se haga de la manera correcta, dándole tiempo suficiente a los contribuyentes para adecuarse.

Entonces, esas cartas podrían o no tener un efecto en los ministerios. Hasta ahora, por lo menos, todo sigue tal cual indica la resolución.

marzo, para los cuatro días de emisión, y recién a partir del 1 de abril empezamos a ver las emisiones a dos días.

Nosotros, desde Digiflow como emisores, hemos hecho todas las adecuaciones para que nuestros clientes puedan cumplir con la norma, pero esa forma de implementar va en contra de la naturaleza de los negocios.

Adicionalmente, ¿qué tendría que mejorarse en dicho reglamento?

Por otro lado, hay una afectación al octavo día para el emprendedor, porque antes, desde la fecha de emisión de la factura electrónica yo ya tenía derecho al uso de mi crédito

fiscal. Ahora, es desde la fecha de aceptación, la cual se tiene que dar en ocho días o de lo contrario se considera una aceptación tácita.

¿Qué pasa si el cliente vende el 26 del mes? Si espero que llegue el día de aceptación tácita, ese crédito fiscal ya pasó para el siguiente mes, afectando directamente la rentabilidad del flujo del mes en ejercicio. ¿Qué pasa si es un mes de campaña? Mis compras no me van a servir como crédito fiscal para la inversión que estoy haciendo.

Es importante incentivar que el privado pueda tener un sistema automatizado, que la empresa privada, los proveedores de facturación electrónica, de punto de venta en general, puedan atender a sus clientes para ayudarlos a una

DERECHO DE LA MODA O FASHION LAW

Es muy necesario que se cuente con una asesoría legal que abarque la defensa de los sectores que comprende este rubro del derecho.



María Luz Benetre
Becerra
Abogada

Esta nueva rama del derecho se refiere al aspecto jurídico vinculado a la industria de la moda, que incluye una potencial clientela sumamente variada, tales como diseñadores, empresas textiles, importadores, fabricantes, distribuidores, franquiciantes, *fashion bloggers*, fotógrafos, modelos, estilistas, personal, agencias de modelos y publicidad, institutos de moda, centros comerciales y empresas de retail en general.

Y es el mirar lo que hay detrás de los flashes de la moda, es decir, más allá de lucir ropa deslumbrante o lindo calzado, ya sea para damas, caballeros, niños y bebés y, a su vez, con diferentes estilos como sport, casual o elegante, sino que también debemos contemplar cuántas horas-hombres se invierte para crearlas, fabricarlas, comercializarlas y promocionarlas, más explícito, y es ahí donde interviene el derecho, para regular cada uno de estos ámbitos.

Lo *eco-friendly* busca prendas amigables con el medio ambiente, prendas sostenibles, es decir, que utilicen recursos renovables de forma adecuada, respetando el medio ambiente, una moda sostenible.

En Perú, se formaron los centros comerciales como Jockey Plaza Shopping Center, tiendas, administradas que perciben arriendos, (también trabajo legal y campo del derecho), luego existen otros centros comerciales dedicados a la venta de esos productos de la moda, Real Plaza, Mega Plaza, luego las marcas de lujo, CH Carolina Herrera o Versace

Collection, Y desde España llegó con mucho éxito Zara, Forever 21, etc.

Asimismo, surgieron y se consolidaron marcas peruanas como El Closet de Mi hermana, que fabrica ropa respetando el medio ambiente y que es también otro aspecto que contempla el derecho de la moda. El que visita esta web o Instagram podrá apreciar como cumplen con la moda *eco-friendly*.

Como abogados vemos que ante estos temas vinculados al derecho de la moda o *fashion law*, ya que esta industria tiene sus propias particularidades, es muy necesario que se cuente con una asesoría legal que abarque la defensa de los sectores que comprende, donde incluso ingresa el derecho civil, derecho laboral, derecho corporativo, derecho de marcas, derecho comercial, aspectos legales de los negocios digitales y e-commerce jurídico.

No queremos pasar por alto la gran herramienta que es el Supply Chain Management y el papel que juega para hacer frente a la demanda del negocio en línea, ubicación de los almacenes y en la cadena de transporte, es decir, la cadena de suministro, un adecuado manejo de gestión de proveedores, servicios en origen, servicios de transporte, servicios de distribución, gestión de cliente personalizada, que garantizarán que un producto llegue al cliente a tiempo y satisfacer la necesidad del mismo.

Actualmente, por la COVID-19 se están implementando en tiendas físicas o tiendas virtuales (e-commerce), con una regulación ambiental para llegar a una adecuada sostenibilidad.

Gana cambiando Dólares

El mejor tipo de cambio por lejos



**DOLLAR
HOUSE**

Visita nuestra página

www.dollarhouse.pe



Registrados en:
La Superintendencia
de Banca, Seguro y
AFP

CCL ASOCIADO

ADEX
ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES

 **ASEP**

Fintech
Perú



CONOZCA QUÉ OPINAN Y SIENTEN LAS PYMES PERUANAS

De acuerdo con los resultados de la encuesta *online* realizada por la CCL y Global Research Marketing (GRM), el 79% de las pymes peruanas espera que sus ventas en el 2022 sean mayores a las de este año.

Con el fin de conocer la situación de las pequeñas y medianas empresas (pymes) peruanas y su percepción sobre diversos aspectos que afectan su desempeño, la Escuela de Marketing de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) y Global Research Marketing (GRM) llevaron a cabo una encuesta *online* sobre “La opinión y el sentir de las empresas pymes”.

El presidente del Gremio de la Pequeña Empresa (COPE) de la CCL, Percy Krapp, explicó que dentro de los aspectos que son importantes para las pymes en el desarrollo de sus actividades, el 93% consideró que la

innovación es un tema gravitante, la informalidad es otro de los aspectos relevantes (91%), así como el acceso a nuevos mercados (94%), y la tecnología (92%).

El estudio reveló que otros temas de suma relevancia para este segmento de empresas son los negocios digitales (92%), el financiamiento (91%), la mejora de procesos (93%) y marketing y ventas (90%). Además de la asesoría tributaria (86%), asesoría laboral (85%), barreras burocráticas (79%), capacitación en Recursos Humanos (74%), compras estatales (64%) y asociatividad (63%).

“Para contar con un mayor

análisis de la situación de las pymes realizamos esta encuesta que nos permite conocer la situación real, la idiosincrasia y el problema típico que tienen en sus departamentos”, sostuvo Krapp.

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

Ante la consulta sobre si consideran que existe escasa innovación a nivel de pymes, el 77% respondió que sí, siendo las principales razones el desconocimiento para innovar y buscar nuevos mercados (64%); es costoso innovar (57%), innovar siempre es muy difícil (23%), el

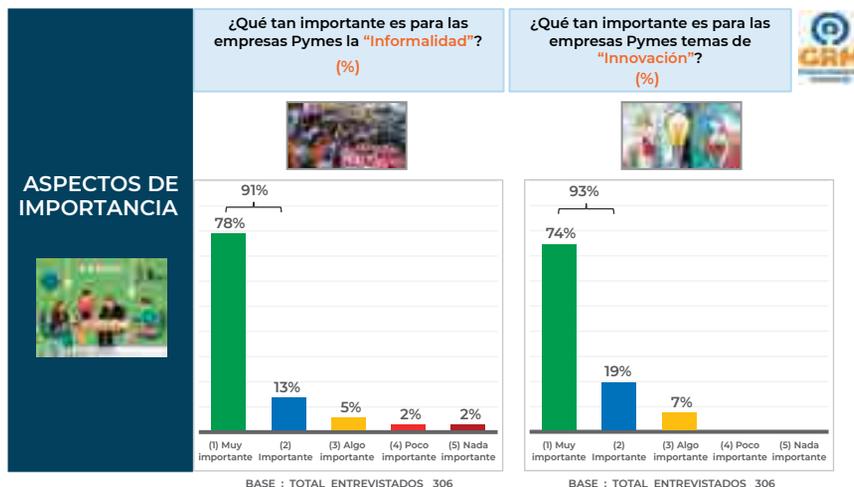
mercado no lo exige (21%) y no se siente afín con la tecnología (19%)

Asimismo, el 44% de los encuestados señaló que existe un bajo nivel de acceso a la tecnología en las empresas donde trabajan, debido a que la tecnología es cara (82%), no cuentan con conocimiento o acceso a la tecnología (24%) y porque la tecnología siempre cambia (19%).

INFORMALIDAD Y FINANCIAMIENTO

Sin duda, la informalidad es un problema que afecta a toda la economía peruana y las pymes no son ajenas a esta situación. Sobre las principales causas de la informalidad, el 58% respondió que no se percibe un buen manejo de los impuestos en el bienestar del ciudadano, existen muchos trámites y coimas para formalizarse (47%), el Impuesto General a las Ventas (IGV) es muy alto (46%) y el Impuesto a la Renta (IR) es muy alto (36%).

Contar con fuentes de financiamiento es un aspecto clave para el desarrollo de cualquier actividad económica. Esta encuesta también reveló que el 87% de las pymes percibe que tienen bajo acceso al financiamiento formal, siendo las principales razones que las tasas de interés son muy altas (64%), los trámites para obtener el



Fuente: GRM y Escuela de Marketing de la CCL

financiamiento son muy complicados (53%), los bancos no están interesados en dar un buen servicio a las pymes (43%), y la exigencia del 100% de garantía sobre el monto a financiar (42%). Al respecto, Krapp señaló que es prioritario que el emprendedor y las pymes consigan financiarse para poder salir de la crisis.

Asimismo, para poder crecer las empresas necesitan ampliar su mercado. Según la encuesta, el 88% de las pymes percibe que tiene un limitado acceso a nuevos mercados y ello se explica por el desconocimiento de las herramientas para ampliar su red de contactos (76%), desconocimiento de mercados

FICHA TÉCNICA

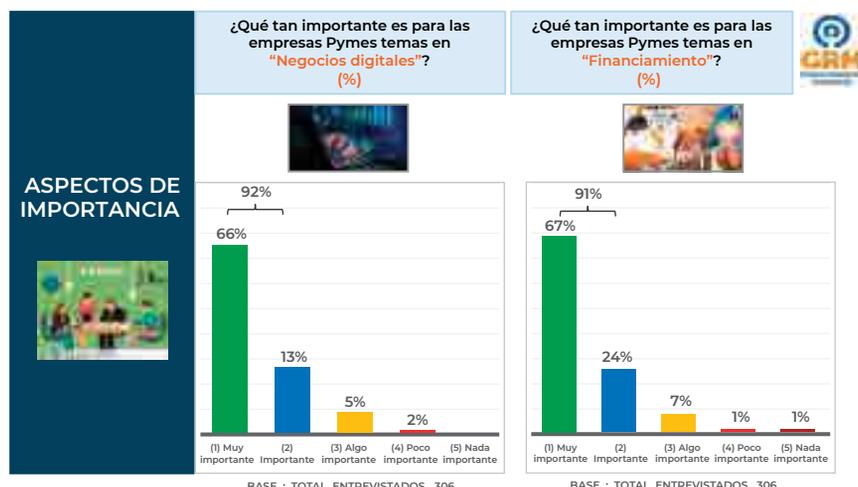
TÉCNICA
Encuesta online auto-aplicada a través de la plataforma web de GRM. Este estudio ha sido realizado en alianza entre GRM y la Escuela de Marketing de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

UNIVERSO
Propietarios de empresas Pymes, que conforman la base de datos de la CCL.

MUESTRA
Se realizaron un total de 306 encuestas efectivas, con un margen de error de +/- 5.6% y nivel de confianza del 95%.

INSTRUMENTO
Para el levantamiento de la información, se utilizó un cuestionario con preguntas en su mayoría cerradas. El tiempo de aplicación de la encuesta fue de 11 minutos.

FECHA DE CAMPO
Las encuestas online fueron realizadas del 21 de octubre al 8 de noviembre del 2021.



Fuente: GRM y Escuela de Marketing de la CCL

potenciales (70%), no se sienten preparados (21%) y no tienen interés en ampliar su mercado (6%).

ASPECTO LABORAL Y TRIBUTARIO

En el tema laboral, el 73% de las pequeñas y medianas empresas opina que para ellas sí existe rigidez laboral. Entre las causas principales de esa rigidez mencionaron que no tienen capacidad para pagar todos los beneficios laborales (70%), no siempre tienen continuidad en los trabajos (62%) y que las leyes están pensadas a favor del trabajador y no del empleador (50%).

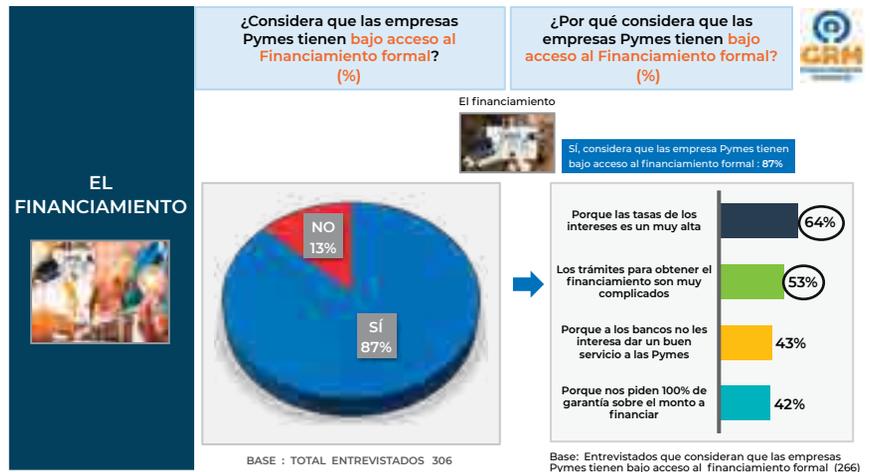
El aspecto tributario está presente en el análisis. El 88% de pymes considera que para ellas existe rigidez tributaria debido a que la Sunat trata a estas empresas como si tuvieran el personal tan igual como las grandes compañías (76%), debería existir impuestos escalonados según volumen de ventas (55%), las pymes tienen que financiarse pues no han podido cobrar el IGV de sus ventas (52%), el trato hacia ellas es abusivo (44%) y el objetivo de Sunat es colocar multas (43%).

BARRERAS BUROCRÁTICAS

Entre las principales barreras burocráticas para las pymes figuran el exceso de trámites ante las entidades públicas (67%), poca flexibilidad de la Sunat (58%), licencia municipal (43%), la Inspección Técnica en Defensa Civil (39%), autorizaciones tributarias (37%) y el registro Sunarp (16%).

Además, el 87% de las pequeñas y medianas empresas opina que tiene un limitado acceso a compras estatales porque existe mucha corrupción en los procesos de compra (72%), las compras estatales ya están direccionadas (70%), no cuentan con información de cómo participar en los procesos (32%) y que el Estado no es buen pagador (23%).

Respecto a la asociatividad, el 98% está de acuerdo en que se incentive



Fuente: GRM y Escuela de Marketing de la CCL

este mecanismo entre las empresas para exportar, mientras que el 87% respalda que se incentive este aspecto para venderle al Estado.

EXPECTATIVAS PARA EL 2022

Las expectativas para el próximo año son alentadoras para este sector económico. El 79% de las pymes peruanas espera que sus ventas en el 2022 sean mayores a las de este año. Asimismo, según los resultados del estudio, un 14% prevé que sus ventas el próximo año serán iguales a las obtenidas en el 2021, mientras que solo el 7% considera que serán menores.

“Definitivamente existen mejores expectativas de crecimiento para el próximo año, pero estarán basadas en el desenvolvimiento de la coyuntura política”, sostuvo Percy Krapp, de COPE de la CCL.

Asimismo, a la pregunta de si están interesados en recibir capacitación para mejorar la calidad de sus bienes y servicios, el 68% de encuestados respondió afirmativamente.

Cabe destacar que este estudio fue presentado durante la XVIII ExpoPyme 2021: “Pymes Sin Fronteras: Motor del Cambio Hoy”, organizado por la CCL, a través de su Gremio de la Pequeña Empresa (COPE), los días 10 y 11 de noviembre.



Fuente: GRM y Escuela de Marketing de la CCL

¡Incrementa tus ventas con tu Tienda Virtual B2B!



Deja de utilizar email o chat para recibir los pedidos de tus clientes. Conversa con nosotros.

riqra

EN VILLANEW NOS PREOCUPAMOS
POR BRINDARTE EL MEJOR
SOPORTE TÉCNICO
PARA TU EQUIPO PLOTTER 



CONTACTO

TLF: 922 902 131
PALOHINO@VILLANEW.PE



SANTIAGO LUIS REYES

Jefe del Centro de
Certificaciones - CCL

Consultas:
sluis@camaralima.org.pe

NUEVA CERTIFICACIÓN DE ORIGEN PARA EXPORTAR A RUSIA

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Min-cetur) informó que, desde del 10 de octubre del 2021, los productos de origen nacional que se exporten a Rusia ya no gozan del ingreso libre de aranceles en el marco del Sistema Generalizado de Preferencias -SGP. Esto significa que, a partir de esa fecha, ya no es posible la emisión de certificados de origen a través de la plataforma VUCE para dicho destino.

No obstante, los exportadores peruanos podrán seguir contando con una certificación emitida por la Cámara de Comercio de Lima (CCL) para demostrar a sus clientes importadores rusos, de requerirlo, el origen nacional de las mercancías, pues ya no se cuenta con el beneficio preferencial.

En tal sentido, los exportadores que requieran de un certificado de origen para exportar a Rusia, deberán solicitarlo a través de la plataforma www.cclcertificaciones.pe, para lo cual tendrán que registrarse previamente, generando una clave de acceso. Además, todo trámite que se realice a través de esta plataforma, podrá pagarlo directamente en la pasarela de pagos que tiene integrada. Esta plataforma, diseñada y administrada por la CCL cuenta con la novedosa tecnología *blockchain*, otorgando mayor seguridad y confiabilidad en la información contenida en el certificado.

Asimismo, la impresión del documento ya no es necesaria, pues cuenta con un código QR que, al ser escaneado, verifica la autenticidad y validez del documento, permitiendo un ahorro significativo de tiempo y gastos de envío por *courier*. Adicionalmente, en la nueva plataforma, es posible la emisión de otros tipos de documentos, tales como certificado de libre venta, certificado de existencia, constancia de exportador y certificado de procedencia.

Para informes o consultas, puede comunicarse al correo sluis@camaralima.org.pe o al teléfono 219-1737.



Lucián Escurre
San Isidro

SI IMPORTO UN PRODUCTO DE CHINA INCLUIDO EN EL TLC Y HAY UN ERROR EN EL CERTIFICADO DE ORIGEN EMITIDO POR EL PROVEEDOR, ¿PUEDE RECTIFICARSE?

Sí puede. De acuerdo al procedimiento específico *Aplicación de preferencias al amparo del TLC Perú-China, DESPA-PE.01.22*; que indica que, en caso la información del Certificado de Origen consigne error, se otorgarán 15 días calendario contados a partir del día siguiente de recibida la notificación, para que tramite un Certificado de Origen emitido retrospectivamente.



María Bringas
San Isidro

EN CASO DE ENVIAR UN PRODUCTO PARA QUE SEA REPARADO EN EL EXTRANJERO, ¿A QUÉ RÉGIMEN DEBO ACOGERME?

Se debe acoger al *Régimen de Perfeccionamiento* empleando el código 52 en la *Declaración Aduanera de Mercancías*. En adición, se deberá presentar para vía aérea y terrestre una copia del documento de transporte y para vía marítima una copia de la reserva de espacio en la nave; así como una copia del documento que acredita la propiedad y copia de la factura que sustentó la importación para el consumo.



Sofía Castañeda
Surquillo

¿QUÉ SON LAS PREFERENCIAS ARANCELARIAS?

Son beneficios arancelarios que aplican los países en función a los convenios internacionales firmados entre ellos y contemplan los requisitos para que las mercancías puedan acogerse a los mismos. En ese sentido, es necesario que el importador cuente con certificado de origen o declaración de origen, que cumpla con lo dispuesto en el acuerdo comercial o régimen preferencial bajo el cual se solicitará el trato preferencial en el país de destino de la mercancía.

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

18 años
informando

SOMOS ESPECIALISTAS EN LOGÍSTICA Y TRANSPORTE



INSIGHT THE LOGISTIC AND
TRANSPORT INDUSTRY.

IMPULSA TUS VENTAS CON
NUESTRO SERVICIO:

SIG: Marketing & Media.

Un solo pago, avisos en todas nuestras
plataformas y servicio de oficina de prensa.

www.issuu.com/logisticaytransporte

[/logisticaytransporte](https://www.facebook.com/logisticaytransporte) [/logisticaytransporte](https://www.youtube.com/channel/UC...)

[/logisticaytransporte](https://www.linkedin.com/company/logisticaytransporte) www.revistalogisticaytransporte.net.pe

[/logistica-transporte](https://www.instagram.com/logistica-transporte) www.itinerariosmaritimos.blogspot.pe

Informes y Ventas:

Mensaje a  **938 795 041**



Calle 74 Mz. D Lt. 7 Piso 2 Sector 6 Grupo 5,
Villa El Salvador, Lima - Perú
C.: 511 938 795 041 / 511 952 433 715
M.: representacioneseditac@gmail.com



“AYUDAMOS A ENCAMINAR EL FUTURO DE LAS EMPRESAS”

La CEO de Global Research Marketing (GRM), Giuliana Reyna, afirma que la investigación de mercados y los *insights* contribuyen de manera relevante a las organizaciones y emprendimientos.

Global Research Marketing (GRM) es una empresa 100% peruana que, desde hace 15 años, está dedicada a la investigación de mercados y consultoría.

En todos estos años de trayectoria, la firma ha logrado un notable crecimiento en base a mucho esfuerzo y dedicación.

“Somos apasionados por la investigación y nos llena de satisfacción brindar información de primera mano, siendo muy rigurosos en los controles de calidad y profesional”, afirma la CEO de GRM, Giuliana Reyna Monch.

Sostuvo que esa rigurosidad también se extiende a sus clientes al brindarles siempre un servicio personalizado y velando en todo el proceso por su total satisfacción.

Cabe señalar que GRM es la única agencia en el Perú que forma parte de la International Research Institutes (IRIS) Network, la red internacional más grande de agencias de investigación de mercados independientes.

“Mediante esta red hemos logrado trascender al exterior, ofreciendo estudios de mercado en otros países con agencias partners similares a la nuestra, las cuales se ubican en la región y en el mundo”, expresa Reyna Monch.

Añade que desde el inicio de la crisis sanitaria, generada por la COVID-19, GRM ha realizado diversos estudios, siendo un importante referente sobre investigación de mercados enfocada en de las últimas tendencias, hábitos y comportamiento de consumo.

“La crisis sanitaria, económica,

el desempleo y luego la inestabilidad política del país, ha generado cambios disruptivos que modificaron los hábitos de consumo de los peruanos, así como de sus prioridades de gasto”, precisa.

Precisamente GRM, con apoyo de la Cámara de Comercio de Lima y su Escuela de Ventas y Marketing, ha implementado distintos estudios dirigidos al consumidor, cuyos resultados han sido publicados en los principales medios de comunicación.

“La investigación de mercados y los *insights* conllevan a ser una fuente de información que ayuda a encaminar el futuro de las empresas, sean grandes, medianas o pequeñas”, anota.

GRM es la única agencia en el Perú que forma parte de la International Research Institutes (IRIS) Network.



EMPRENDE DESDE EL SER

A vísperas de culminar el 2021, es positivo y sano evaluar de manera real, objetiva y amorosa nuestro desempeño personal y profesional.

Por el sueño emprendedor que te hace realmente grande. Somos los obstáculos que vencemos, lo cual es siempre crecimiento y aprendizaje.

La actual coyuntura de crisis debe hacer más fuertes nuestros ideales, siendo más fieles a los valores que somos e inyectamos a nuestras empresas.

A vísperas de culminar el 2021, es positivo y sano evaluar de manera real, objetiva y amorosa nuestro desempeño personal y profesional del presente año y, mejor aún, con una visión panorámica de nuestra trayectoria para mejorar deficiencias y empoderar destrezas. Nosotros mismos somos nuestros mejores amigos y jueces.

Es vital la gratitud, reconciliación y aprendizaje del pasado, focalizándonos en el presente que siempre es un regalo y proyectarnos al futuro que es esperanza aún en el escenario más adverso.

EMPRENDE DESDE EL SER es el trabajo que vengo desarrollando y compartiendo desde el año 2014 cuando comencé mi faceta empresarial. Desde aquel entonces hubo una gran transformación presente y aún vigente. Es así que cada quien está destinado a ser lo que tiene que ser trabajando siempre para que suceda la magia.

En el mundo no bastan los conocimientos, la experiencia y más aspectos básicos para liderar tu vida y tu empresa con éxito, también es importante SER ÍNTEGRO y saber usar todas nuestras virtudes y conocimientos al servir, logrando bienestar general a través del arte de hacer empresa.

Lo mejor debe nacer de cada uno y

ser una buena persona siempre dará mayores probabilidades de éxito

EMPRENDE DESDE EL SER destaca el lado humano de emprender concibiendo al emprendedor peruano de manera integral y engloba toda esta mística que desarrollo en un plan de acción con resultados fácticos. Todo esto se potencia más en periodos de crisis donde es importante el saber, el resistir y el vender, pero también el trascender. Asimismo, desarrollo una fórmula propia de felicidad y éxito avalado en testimonios de éxito de grandes personalidades del medio, junto con otros aspectos para sorprender.



KARLA HORNA URDAY

Abogada, empresaria y consultora política

Experta en emprendimiento, innovación y liderazgo

"SI FUE UN BUEN AÑO O NO, TODO ES CÍCLICO, LO IMPORTANTE ES NO DEJAR DE SOÑAR, CREAR Y HACER"

ÉXITO VERDADERO ES SER FELIZ, lo cual es la mística principal de EMPRENDE DESDE EL SER y la felicidad verdadera es la que se comparte atrayendo más abundancia. EMPRENDE DESDE EL SER será una gran obra literaria que haré realidad en el 2022.

A vísperas de culminar este 2021, a renacer lo mejor de ser empresarios y emprendedores. Si fue un buen año o no, todo es cíclico, lo importante es que nuestro NIÑO EMPRENDEDOR INTERNO jamás deje de soñar, crear y hacer.



LAS CAPACIDADES DE UNA GRAN FIRMA, CON UN TOQUE PERSONAL

Mazars es una firma internacional líder en auditoría, impuestos, contabilidad y asesoría, que ayuda a construir las bases económicas de un mundo justo y próspero.

 www.mazars.pe

 Mazars Perú

 Mazars Perú

mazars



Creemos que las empresas deben **enfocar corazón y mente en su negocio**, apoyando su gestión financiera y contable **en manos de los expertos**.

Nosotros rentabilizamos tu pasión.

Expertos en asesoría
financiera y contable.

BLUE BOX

 blueboxperu.com



**NUEVO
LANZAMIENTO**



PERÚ: PLAN DE REACTIVACIÓN DE LAS EXPORTACIONES 2021 - 2026

DISPONIBLE AHORA

VENTA:

S/ 49.00

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

INFORMES:

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

IDE X CAM

Evaluación y Gestión Ambiental S.A.C. - EVAGAM (CCL: 00052264.7) informa que el Perú atraviesa por una gran brecha en el ámbito ambiental y que la disposición final de los residuos se hace en su mayoría en botaderos, los mismos que no cuentan con la autorización de la entidad competente. “En nuestro boletín informamos de esta lamentable situación y en la actualidad se registran 1.558 botaderos, los cuales se distribuyen en distintas regiones del Perú”, refiere la empresa.



Evaluación y Gestión Ambiental S.A.C.

En alianza con multinacionales reconocidas por su experiencia en tecnologías, seguros, reaseguros y consultoría financiera, **ENERGÍA PARA EMPRENDER** (CCL: 00053604.7) presenta en el Perú soluciones financieras, incluyendo la insurtech SRS EXIM y la Fintech iGROW, a fin de potenciar la resiliencia en las organizaciones. “Ante la incertidumbre, esta compañía permite generar más ingresos, más ganancias, y más valor, con crecientes niveles de competitividad, sostenibilidad y resiliencia”, señala la compañía.



Energía para emprender

Faminma Contratistas Generales S.A.C. (CCL: 00040230.7.) cuenta con más de 14 años en el rubro de estructuras metálicas y montaje, trayectoria que respalda su calidad de servicio y compromiso con sus clientes. “Realizamos fabricaciones, montaje de estructuras metálicas y obras civiles en general. Así también, brindamos servicios para mineras, pesqueras, inmobiliarias, contratistas y programas del gobierno como Techo Propio”, indica la firma. Consultas a: comercial@faminma.com.pe; +51 998 239 063 y +51 940 313 583.



Faminma Contratistas Generales S.A.C.

RP Import E.I.R.L. (CCL: 00053687.8) es una empresa especializada en brindar soluciones tecnológicas mediante productos altamente calificados para el registro de ventas e inventarios. “Nuestro objetivo es ser la mejor alternativa, ofreciendo productos electrónicos que ayuden a agilizar la atención, dar soluciones y mejorar los procesos de venta”, precisa la compañía. Mayor información llamando a: (01) 309 2826 (anexo 21) o 974 021 863. Visite también la web: www.rpimport.com.pe.



RP Import E.I.R.L.

Destapa T Perú (CCL: 008013.6) lanza su nueva marca KIOXX, especializada en productos para bares y el hogar. “Tenemos exclusivos artículos como cubetas de silicona para hielos, bombas de vacío para la conservación de vinos, billeteras súper slim con clip y exclusivos destapadores premium con colores personalizados. Además, contamos con nuevos packs y boxes de regalo para fin de año. En todos los packs se pueden incluir nuestros productos”, manifiesta la empresa. Informes al: 968-271-162.



Destapa T Perú

Go House Inmobiliaria S.A.C. (CCL: 00045121.2) celebró el pasado 22 de octubre su quinto aniversario. La empresa inmobiliaria, fundada por Daniel Fernández en octubre del 2016, inauguró también recientemente sus nuevas oficinas en San Isidro y ha lanzado un nuevo modelo de negocio de franquicias. “Esta propuesta es para aquellos empresarios que deseen abrir su propia agencia inmobiliaria con el respaldo de nuestra marca ya posicionada en el mercado”, menciona la firma.



Go House Inmobiliaria S.A.C.

University Canada West (UCW) (CCL: 00049644.6) informa que en setiembre de 2021, la institución recibió la calificación general de 5 estrellas por parte del sistema de calificación de educación superior QS Stars. UCW es la tercera universidad de Canadá, y la primera de British Columbia, en recibir la referida calificación. “QS Stars proporciona una evaluación detallada de una gama de indicadores claves que sirve como guía a los estudiantes al momento de seleccionar una universidad”, subraya la empresa.



University Canada West

La Cámara

REVISTA DIGITAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

— Toda la —
información
en tus manos



CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

ANIVERSARIO DE ASOCIADOS

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

DICIEMBRE

MIÉRCOLES 1

Agp Perú S.A.C.
Ajeper S.A.
Alianza Virgen De
Asunción S.R.L.
Alimentos Agrícolas S.A.C.
All Peru Tours And
Travel S.A.C.
Amd Consulting E.I.R.L.
Ande Seguridad Total S.A.C.
Andes Textiles Perú S.A.C.
Aruy S.A.C.
Balu Corporación S.A.C.
Boston Servicios
Médicos S.A.C.
Bou Ghosn Abogados
S.Civil.R.L.
C & M Consultores
S.A. Sucursal Perú
Cia.Panamericana De
Licencias S.A.C.
Computiskett S.R.L.
Coriex Ds S.A.C.
Corporación De Alta
Tecnología S.A.C.
Corporación Navacord E.I.R.L.
Creaciones Grume S.A.C.
Cros Logistics S.A.C.
Dsp Corp S.A.C.
Entel Perú S.A.
Estudio Manini Padron
Y Asociados S.Civil.R.L.
Extintores Coimser S.A.C.
Falco Security S.A.C.
Farmytec E.I.R.L.
Forklift & Service S.A.C.
Gkl Books S.A.C.
Grica Pharmacare
Group S.A.C.
Grupo Mariel S.A.C.
Grupo Mcm Ambiental S.A.C.
Ibt, Llc Sucursal Del Perú
Importación & Exportación
Yannick E.I.R.L.
Industria Jhigger S.A.C.
Industrial Don Martin S.A.C.
Insumos Agrícolas
Peruanos S.A.C.
Inversiones Y Servicios
Plásticos Alva S.A.C.
Kaizen Divisas S.A.C.
La Nuez S.R.L.
Laboratorios Elifarma S.A.
Lecaros Servicios En
General E.I.R.L.

Mahydrill S.A.C.
Margareth
Distribuciones S.A.C.
Mega Customs Logistic
S.A.C. Agencia De Aduana
Mipu Servicios
Generales E.I.R.L.
Move Store S.A.C.
Olzaa Agencia De Aduana S.A.
Perfomex Perú S.R.L.
Procesos Barcode S.A.C.
Q.P.R. S.A.C.
Rcc Contratistas
Generales S.A.C.
Refractarios Supply S.A.C.
Rocce S.A.C.
Sapinsa Perú S.A.C.
Schenone S.A.
Segelim Perú S.A.C.
Siiser E.I.R.L.
Silverign S.A.C.
Sistemas De Innovación
Tecnológica &
Comunicaciones E.I.R.L.
Solis Iparraguirre
Luis Abelardo
Ssoma Soluciones
Integrales S.A.C.
Sumaq Qara E.I.R.L.
Swissjust Latinoamérica
S.A. Sucursal Perú
Tecnología Electro
medica S.A.C.
Tems E.I.R.L.
Tu Cambio S.A.C.
Umz Consultores Y
Tecnología S.A.C.
Usd Corp. S.A.C.
Valenzuela Ramírez
Maria Ysabel
Veizha S.A.C.
Vidafit S.A.C.
Vinculaperu Corredores
De Seguros E.I.R.L.
Vmc Equipos &
Laboratorios S.A.C.
Wellco Peruana S.A.
World Time S.R.L.

JUEVES 2

Agentes Y Ases.Integral.
En Aduanas S.A.
Distribuidora De
Novedades S.A.
Distribuidora San Benito S.R.L.
E Y F Consultores
Asesores S.A.C.

Fireno S.A.C.
Geosinteticos Del Sur S.A.C.
Intramedica S.A.C.
Jm Perú Publicidad E.I.R.L.
Rcca Projects S.A.C.
Rola Perú S.A.
Sierras Y Herramientas
Del Perú S.A.C.
Tis Gas Equipment's E.I.R.L.

VIERNES 3

Armijo Concesiones S.A.C.
Brolem Company S.A.C.
Business Communications
Consulting S.A.C.
Empresa Chizan S.A.C.
Forever Living Products
Peru S.R.L.
Inversiones Rida Del Perú S.A.
Mixercon S.A.
P.T. Market S.R.L.
Productos Imecsa S.A.C.
Qantu Contratistas Y
Consultores S.A.C.
Refax Perú S.A.
Representaciones Tyg S.A.C.
Transportes Geminis
Aqp S.A.C.

SÁBADO 4

Bertonati Technologies S.A.
Consulting Advisers S.A.C.
Cristo Morado E.I.R.L.
Dcp Contratistas
Generales S.A.C.
Entelgy Perú S.A.C.
Farmacia Leo E.I.R.L.
V & V Bravo S.A.C.

DOMINGO 5

Cahuina Arapa Roger Pastor
Camarena Colquichagua
Victor Wilder
Cognitio Consulting S.A.C.
Corporación Industrias
Edjarr E.I.R.L.
Empresa De Servicios
Expreso Trujillo E.I.R.L.
Empresa Nacional
De La Coca S.A.
Grupo Zapore S.A.C.
Latinos Perú
Comercializadora
Representaciones Y
Servicios S.A.C.

Mac Transport S.A.C.
Mattings S.A.C.
Obando Bazan
Douglas Rafael
Praktica Publicitaria S.A.C.
Prisma Ingenieros S.A.C.

LUNES 6

All Food Selected S.A.C.
Choice Cargo S.A.C.
Cira Marcelina Vela Obregón
Cevicheria Puerto Huachano
Comercializadora Y
Distrib Soto S.Civil.R.L.
Corporación Andes
Products S.A.C.
Equipamiento Profesional
Deportivo S.A.C.
Esttilo Digital S.A.
Indie Marketing Digital E.I.R.L.
Lr Accesorios & Moda
Textil S.A.C.
Neltron S.A.C.
Papeles La Económica S.A.
Tec Unid Mant Integ
Medic Y Equi Div S.A.C.
Trat Fabricantes S.A.C.

MARTES 7

Arsein Perú S.A.C.
Ascensores Andinos
Ingenieros S.A.
Cabrera García Carlos
Alejandro Bobson
Chemical Processes
Industries S.A.C.
Cloud Infrastructure And
Telecom Peru S.A.C.
Effic Consulting Group S.A.C.
Elmer Jo Anaya S.A.C.
Enviroclean S.A.C. Ingeniería
Y Saneamiento Ambiental
Finsmart S.A.C.
Global Perú S.A.C.
Grupo Camaro S.A.C.
Grupo Vame S.A.C.
José Antonio Ynami Miraval
Management Group S.A.
Om Pharma S.A.
Parker Russell Legal S.A.C.
Pujllay Inka E.I.R.L.
Quantum Consultores S.A.C.
Rodríguez Francia
Christopher Jeremy
Servisoluciones S.A.C.
Totem Multiservicios S.A.C.

INNOVATION DAYS

INSPIRATE | COLABORA | CRECE

Lima
29 y 30
NOVIEMBRE
2021

Lugar: Centro de Convenciones virtual
Cámara de Comercio de Lima

CONFERENCIAS



29 de noviembre

- 9:00 a.m. > Inauguración
Peter Anders, Presidente de la Cámara de Comercio de Lima
Ministro de Producción*
- 9:00 a.m. > La innovación en el emprendimiento y la colaboración abierta empresarial
Daniel Díaz Casseco Terry, Vicepresidente de Emprendimiento, USIL
- 10:15 a.m. > Cultura de innovación como eje en la expansión de una empresa peruana
Alcorp
- 11:00 a.m. > La resiliencia empresarial como esencia de la innovación en los nuevos tiempos - Experiencias exitosas de empresas Españolas
• Maika Gorostidi Pérez, Directora de Relaciones Internacionales, TECNALIA
• Eduardo Cotillas Provencio, Director de I+D, FIAB
• Gerard Vidal, Fundador y Presidente, ENKIMEDIA S.A.
• Pedro Prieto, Director General, BE FOOD LAB
Moderador: Francisco Sánchez Quintana, Delegado para el Cono Sur, COTI
- 11:45 a.m. > La importancia de la innovación a través del I+D
• Luis Sakihama, Gerente de Innovación y Labs, MDP CONSULTING
• Carlos Siales, Gerente de I+D+i, ILENDER
• Selene Guispe, Jefe de I+D+i, ANDES PERU
• Maricruz Grados, Directora Ejecutiva, INPROYEN
• Bernardo Rivera, líder de proyecto, OPP FILM
Moderador: Gino Bellido, Especialista Subdirección Innovación y Transferencia tecnológica, Concytec
- 12:30 p.m. > Recorrido guiado stands
- 1:45 p.m. > Cierre de bloque mañana

30 de noviembre

- 11:00 a.m. > Tema
Ponente, Cargo, MICROSOFT
- 11:45 a.m. > INDUSTRIA 4.0: Herramientas de innovación y tendencias tecnológicas para la digitalización
Karin Chen, Jefe del Sector Industria 4.0, Instituto de Exportación de Israel
- 11:45 a.m. > ¿Cómo generar innovación en las organizaciones?
Eduardo Mogrovejo
- 1:15 p.m. > Recorrido guiado stands en Facebook
- 1:25 p.m. > Cierre de bloque mañana
- 1:45 p.m. > Tema
Ponente, Cargo, PUCP

Visita nuestra
ZONA STANDS

TALLERES

29 de noviembre

- 9:00 > Empresa: WISE CX
- 9:00 p.m. > Empresa: FEEDBACK & FEEDFORWARD E.I.R.L.
- 9:00 > Beneficios tributarios para empresas innovadoras en I+D+i en el marco de la Ley 30307
José Luis Quiroz, Especialista, Concytec Luis
- 9:00 > Empresa: CAMBIA FX
- 9:00 p.m. > Empresa: PUCP

30 de noviembre

- 9:00 > Empresa: THALES CORP
- 9:00 p.m. > Empresa: REPRESENTACIONES CRATI
- Clausura: Peter Anders, Presidente, Cámara de Comercio de Lima

Evento Gratuito
(con previo registro)

Auspiciadores



Colaboramos



941 742 597

cchia@camaralima.org.pe

Av. Giuseppe Garibaldi 296, Jesús María

www.camaralima.org.pe

CCL CENTRO DE INNOVACIÓN
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Especialistas en Salud Ocupacional

Nuestros servicios

Exámenes Médicos Ocupacionales
Pruebas de Descarte Covid - 19

Corporativo 



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