

La Cámara

REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Informe especial

Las fintechs continúan su avance en el Perú.

Informe legal

Efectos tributarios y administrativos del aumento de la UIT.

POTENCIAS A LA BAJA

La reducción de las estimaciones de crecimiento económico de China y Estados Unidos para el 2022 afectarán la economía global.



CCL

La Fuerza de los Empresarios

CÁMARA
DE COMERCIO
LIMA

GANADORES DEL CONCURSO MUNDIAL
DE CÁMARAS 2021 - DUBAI

¡CAMBIA TUS DÓLARES al mejor tipo de cambio!

ACOMO es una plataforma digital de **cambio de divisas** que te ofrece el **mejor precio y la mayor seguridad** en tus operaciones online a través de su plataforma web:

www.acomo.com.pe



SÍGUENOS EN:



CONFIABLE

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



MEJOR PRECIO

Te ofrecemos el mejor
tipo de cambio para
tu empresa.



DONDE ESTÉS

Ejecuta tus operaciones
desde cualquier lugar
y usando transferencias
bancarias.

OBTÉN UN MEJOR TIPO DE CAMBIO USANDO TU CÓDIGO PROMO

CÓDIGO PROMO
EMPRESACCL

EN NUESTRA WEB:

acomó.com.pe



**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 Gnaeji Urriola

VOCAL

Sr. Juan Antonio Morales Bermúdez

Sr. Sandro Fuentes Acurio

Sr. Félix José Yapur Nakhoul

Sr. Roberto Eudoro Hoyle Mc Callum

DIRECTORES

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 Sahurrie

GERENTE GENERAL

Ing. José Rosas Bernedo

DIRECTOR INSTITUCIONAL

Dr. Carlos Posada Ugaz

PUNTO FINAL

La situación de anarquía, incertidumbre, descontrol, inseguridad, desinstitucionalización, resquebrajamiento democrático y corrupción campeante a la que ha sido llevado el país durante estos primeros meses de gobierno del señor Pedro Castillo como presidente de la República, es inaceptable, imperdonable, improrrogable. No es posible soportar más que el Perú siga siendo manejado como la presa capturada por quienes pretenden hacer del pillaje y la incompetencia una forma de gobernar. La designación por parte del señor Castillo de un nuevo gabinete ministerial integrado por personajes de dudosa integridad moral e intelectual, evidencian el poco respeto que se tiene por el destino del Perú y de los peruanos.

Pero lo que es peor, agudiza la crisis en que está sumido el país desde el pasado 28 de julio.

Pero ya no solo por las terribles secuelas de la pandemia del coronavirus en la vida y bienestar de millones de personas; por la crisis económica y la subsecuente falta de empleo, quiebra de empresas y desconfianza de los inversionistas, sino también porque hemos sido dejados a merced de la delincuencia que a toda hora atenta contra nuestra vida y nuestras propiedades.

Ahora, como quien da un manotazo de ahogado, se pretende con una declaración de estado de emergencia, solo en Lima y Callao (como si el resto del país no fuera territorio capturado por el hampa), trasladar esta responsabilidad a las Fuerzas Armadas, sin un plan que determine cómo y dónde apoyarán a la Policía Nacional y a sabiendas que estas tareas no son parte de sus funciones y que, a la primera falta, su personal y oficiales serán acusados y perseguidos por quienes todos conocemos.

Cualquiera que a lo largo de su vida haya tenido que contratar un trabajador, lo mínimo que se le solicita es un currículum vitae documentado, en el que es indispensable presentar certificados de antecedentes penales, policiales y judiciales, además de acreditar que se cuenta con un mínimo de preparación académica y experiencia para el puesto, sea desde el más humilde hasta el de mayor responsabilidad.

¿Es posible creer que ninguno de los asesores del señor Castillo—o él mismo—se tomó la molestia de revisar estos requisitos antes de ofrecer el cargo de ministro de Estado a los integrantes de este gabinete, comenzando por quien lo preside?

Mientras esto ocurre, nuestra economía ya no languidece, sino que está en caída libre, como lo demuestra el hecho de que el Fondo Monetario Internacional haya rebajado su

proyección de crecimiento para el Perú de 4,6% a 2,8% este año, lo cual se traducirá en más desempleo y más pobreza.

No olvidemos que las proyecciones de crecimiento de la inversión privada —la que vía impuestos genera recursos al fisco y crea empleo formal— para este año se ubican en 0%.

El Perú y los millones de peruanos que nos esforzamos cada día, que trabajamos con sacrificio y optimismo por el bienestar y desarrollo de nuestras familias, no merecemos este destino.

Estas cifras son elocuente evidencia del desgobierno, de este caos y hazmerreir internacional al que ha sido llevado el Perú por quienes creen que la existencia de tantas personas vale tan poco que pueden darse el lujo de aprender a gobernar a su costa o de robarles lo que con tanto esfuerzo han conseguido.

Por ello debemos asegurarnos, con todas las armas que nos garantiza la democracia y el estado de derecho, que los responsables de llevarnos a esta situación no queden impunes.

Pero, además, quienes apoyaron y se sumaron entusiastas a apoyar esta aventura a cambio de granjerías propias, así como de contratos, consultorías y puestos de trabajo para sus familias, amigos o camaradas del partido político, tendrán también que asumir su responsabilidad, en principio, ante la sociedad y luego ante la ley.

Señor Castillo, en nombre del pueblo al que tanto gusta nombrar y emplear para justificar tantas trapacerías, desde la Cámara de Comercio de Lima le hacemos un llamado para que reflexione y no siga jugando con el presente y el futuro de nuestra patria.

Tome de una vez por todas una decisión reflexiva, valiente, firme, patriótica... decente. Esto no puede seguir así. Hay que ponerle punto final.



Sr. Peter Anders Moores

Presidente de la Cámara de Comercio de Lima

ÍNDICE



PÁGINA 6

INFORME ECONÓMICO

DESACELERACIÓN DE ESTADOS UNIDOS Y CHINA AFECTA AL PERÚ. EL ESCENARIO ECONÓMICO DE NUESTROS DOS MÁS IMPORTANTES SOCIOS COMERCIALES NO ES TAN POSITIVO COMO SE ESPERABA.



PÁGINA 10

INFORME ESPECIAL

TRANSACCIONES DE FINTECHS PERUANAS SUMARÍAN US\$ 20.000 MILLONES



PÁGINA 14

COMERCIO EXTERIOR

IMPORTACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR: EVOLUCIÓN DE LOS PAÍSES PROVEEDORES

PÁGINA 18

ENTREVISTA

JAVIER BUTRÓN: "MERCADO DE ELECTRODOMÉSTICOS CRECERÁ 10% POR MUNDIAL DE QATAR"

PÁGINA 22

INFORME LEGAL

CONOZCA LOS EFECTOS TRIBUTARIOS Y ADMINISTRATIVOS DEL AUMENTO DE LA UIT 2022

GESTIÓN TV

CONSULTORIO DE NEGOCIOS

EL CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE MANGO

El jefe de Promoción Comercial Internacional de la CCL, John Rodríguez, explica el crecimiento de las exportaciones de mango en el segundo semestre del 2021 y por qué Piura es la primera región productora y exportadora de esta fruta, seguida por Lambayeque y Áncash.



TWITTER | TRENDING TOPICS



Presidencia CCL

El Perú requiere de un rumbo y personas idóneas, con experiencia y capacidades para ocupar altos cargos ministeriales. De otro modo, la crisis económica y la falta de empleo se profundizarán con graves consecuencias para los millones de peruanos.

@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.

GANADORES DE LA COMPETENCIA MUNDIAL DE CÁMARAS 2021



Este premio refleja el esfuerzo y compromiso hacia nuestros más de 15.000 asociados.

PROYECTO "CÁMARAS DIGITALES: LA NUEVA NORMALIDAD" 46 PLATAFORMAS DE SERVICIOS VIRTUALES



1 PRIMER PUESTO

DIGITAL CHAMPIONS FOR SMALL BUSINESS

Ginebra, 17 de noviembre, 2021

ORGANIZADO POR:



1 PRIMER PUESTO

COMPETENCIA MUNDIAL DE CÁMARAS DE COMERCIO

Dubai, 25 de noviembre, 2021

ORGANIZADO POR:



CCL - 133 AÑOS

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

DESACELERACIÓN DE ESTADOS UNIDOS Y CHINA AFECTA AL PERÚ

Como muchos países, el crecimiento peruano depende en buena parte de cómo les vaya a las dos economías más grandes del mundo. Lamentablemente, el escenario económico de nuestros dos más importantes socios comerciales no es tan positivo como se esperaba.



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

Estados Unidos y China explican alrededor del 42% del PBI mundial y el desempeño de ambas economías es determinante para la performance de los demás países del mundo. El gigante asiático es el principal socio comercial de 144 países, entre ellos Perú.

En un informe reciente, el Fondo Monetario Internacional (FMI) redujo las proyecciones de crecimiento de ambas economías para el 2022 respecto a las anunciadas en octubre del año pasado. En el caso de EE.UU., las estimaciones pasaron de 5,2% a 4%; mientras que, para China, el pronóstico de crecimiento pasó de 5,6% a 4,8%.

Ambas economías líderes contribuyen al mundo a través de su participación en el comercio internacional y los flujos de capitales. Por ello, una mayor desaceleración de dichas economías podría afectar las proyecciones de crecimiento, que en el caso del PBI peruano es de 3,1% para el presente año.

Las estimaciones del IEDEP señalan que, de dicha tasa de crecimiento, 0,8 puntos porcentuales corresponden al aporte de las exportaciones, que en su mayoría son destinadas a ambos mercados.

Hay que recordar que China es el principal mercado de destino de las exportaciones tradicionales peruanas, mientras que EE.UU.

lo es de nuestras exportaciones no tradicionales.

Asimismo, se han dado varios años durante el súper ciclo de precios de commodities en donde la inversión privada crecía a tasas de dos dígitos y que coincidían con un crecimiento de China cercano al 10%.

Por eso es importante hacer un seguimiento de la evolución y las decisiones de política que tomen dichos países, pues repercutirán en el desempeño macroeconómico de nuestra economía.

EL FMI REDUJO LAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO DEL PBI DE CHINA Y EE.UU. A 4,8% Y 4%, RESPECTIVAMENTE

ESTADOS UNIDOS

Por el lado del sector real, Estados Unidos alcanzó un aumento del PBI de 5,7% y del consumo privado de

7,9% durante el 2021. Respecto al producto, se indica que es la mayor tasa registrada desde 1984 y, respecto al consumo de los hogares, este vino acompañado de un mayor empleo y un exceso de demanda en el mercado laboral que aún se mantiene.

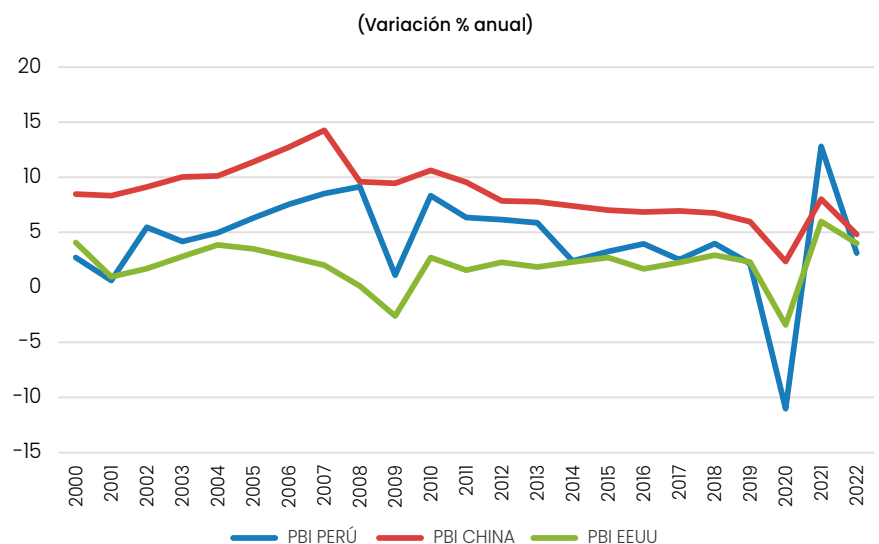
Sin embargo, su principal problema es la inflación, que en 2021 llegó al 7%, la tasa más elevada desde 1982. Para este resultado se han conjugado los estímulos monetarios, los mayores precios de las materias primas y de los costos de transporte.

Esto ha llevado a que la Reserva Federal (FED) anuncie que en marzo subiría su tasa de referencia, la cual se encuentra entre 0% y 0,25% y que, según la autoridad monetaria, no tendría por qué perjudicar la dinámica del empleo.

Pero lo que aquí nos interesa es saber cómo afectará esta decisión al Perú. Un aumento en la tasa de interés de la FED puede provocar un incremento en la tasa de referencia peruana, sobre todo si los ciclos económicos y la inflación vienen evolucionando de manera similar.

Y, en la actual coyuntura, estos

Evolución del PBI de China, EEUU y Perú: 2000 - 2022



Fuente: FMI, BCRP, IEDEP

Elaboración: IEDEP

parecen coincidir, por lo se esperaría en los próximos meses nuevos incrementos en la tasa de referencia y el consiguiente aumento de tasas de interés y el encarecimiento del costo del crédito a empresas.

CHINA

La economía china logró un crecimiento de 8,1% en 2021 impulsado por su comercio exterior y producción industrial. Sin embargo, hay factores que juegan en contra del desempeño de la economía asiática.

Su política de “Cero Covid” obliga a un arduo aislamiento, controles masivos y confinamientos generalizados que incluye un cierre de fronteras.

Si bien estas medidas le permiten mantener al mínimo la tasa de contagios de la COVID-19, implican un alto costo económico y social, perjudica las cadenas de suministro mundiales y el crecimiento económico, tal como lo ha señalado el FMI.

El otro factor que va en contra de su crecimiento es la crisis aparentemente controlada en el sector inmobiliario, que se inició con la caída y rescate de la inmobiliaria Evergrande y que ha obligado a establecer restricciones crediticias a dicho sector.

El Gobierno chino necesita que las tasas de interés en el mundo se mantengan bajas. No obstante, no solo la Reserva Federal de EE.UU. anunció una eventual alza. También el Banco Central Europeo, mientras que el Banco de Inglaterra ya subió su tasa de interés.

Ante este panorama, China pide que estos cambios no sean demasiado rápidos, manteniendo el estímulo que no frene el gasto en EE.UU., el principal mercado de destino de sus exportaciones.

En un escenario negativo, las mayores tasas de interés reducirían el dinamismo de las exportaciones y el PBI de China, lo que como un efecto dominó afectaría a economías emergentes como la peruana.



CHINA NECESITA QUE LAS TASAS DE INTERÉS EN EL MUNDO SIGAN A LA BAJA, PERO NO SERÁ ASÍ

RIESGOS POLÍTICOS

Hay dos conflictos en el mundo que podrían ahondar los problemas que se han venido describiendo. El primero y más cercano es el conflicto entre Rusia y Ucrania que coloca dos bandos frente a frente, Rusia y China, por un lado; y EE.UU. y la OTAN por el otro.

Las consecuencias de un desenlace bélico se reflejarían en un incremento en el precio de la energía que podría conducir a la economía mundial en el peor de los escenarios a una estanflación. Rusia abastece a la tercera parte de la demanda de gas de la Unión Europea y Ucrania es una de las vías de salida del gas ruso.

Sin duda, el panorama internacional ha cambiado bastante de octubre del año pasado a la fecha. Los ajustes a la baja en las proyecciones del FMI también han

afectado a América Latina, quien en octubre proyectaba un crecimiento de apenas 3% y ahora se ha reducido a 2,4%.

Perú tiene la urgencia de crecer para generar más oportunidades de empleo y de emprendimientos, mejorar los ingresos de los hogares, recuperar la clase media, reducir de una manera más ambiciosa la pobreza en el país, alcanzar una mayor recaudación tributaria y poner fin a las propuestas de retiros de CTS, AFP y de transferencias monetarias generalizadas.

La diversificación productiva fomentando con beneficios tributarios al sector forestal, acuícola y de pesca y procesamiento de atún será importante en un futuro. Sin embargo, lo que necesitamos son motores que impulsen el crecimiento que nos permita acercarnos a un 5% en el corto plazo.

Para ello, se necesita una mayor inversión en infraestructura que mueva sectores productivos y regiones del país. Es por esta vía que se creará el empleo formal que impulse el consumo privado sin castigar el ahorro como ha sucedido el año pasado y se pretende continuar el presente 2022.



PANDA HOME
DORMITORIOS DE CEDRO

BUSCAMOS QUE PANDA HOME INGRESE A LOS CENTROS COMERCIALES

Hoy la demanda de muebles para dormitorio y accesorios está registrando una mayor dinámica donde cada vez los clientes son más exigentes. Por ello **PANDA HOME**, firma con más de 13 años en la fabricación y comercialización de dormitorios en madera cedro, continúa innovando sus productos conforme a las necesidades y gustos de sus clientes, “los primeros clientes fueron nuestros vecinos quienes quedaron muy satisfechos con nuestros muebles; precisamente, fueron ellos quienes nos recomendaron abrir una tienda para exhibir una mayor variedad de productos”, precisa. Es así que el 25 de septiembre del 2008, se apertura la primera tienda en la Mz E-3 Lote 11 del Parque Industrial de Villa El Salvador. Hoy cuentan con 3 tiendas en el mismo distrito, siendo la tienda principal la ubicada en la Mz G-3 Lote 7.

Con respecto a la madera cedro, Luis Campos Chumacero indica que este insumo siempre destaca por su durabilidad y posee grandes cualidades para soportar el ataque de hongos o polillas, no se tuerce, es resistente a la putrefacción siendo ligera en peso a comparación de otras maderas. A este logro de fabricar muebles de madera también se suma el lanzamiento de su propia marca de colchones Panda en mayo de 2021. “Con ello no solo ofrecemos productos de calidad a precios competitivos, sino también fomentamos a generar más empleo”, expresa.

Afirma que hoy como empresa tienen la obligación de preservar el estándar de calidad en servicio y producto. Por ello el los próximos objetivos serán ingresar la marca **PANDA HOME** a los centros comerciales y llegar a todos los sectores empresariales, como proveedores cumplimos con todos los requisitos legales.

Comercial J&L Campos EIRL

**PARQUE INDUSTRIAL
VILLA EL SALVADOR**

Tienda principal:
Calle Solidaridad Mz G3 Lt 7

Calle Solidaridad Mz J Lt 21
Calle Solidaridad Mz E-3 Lt 11

TRANSACCIONES DE FINTECHS PERUANAS SUMARÍAN US\$ 20.000 MILLONES

Expertos en emprendimientos tecnológicos financieros señalan que este será un año clave para que las fintechs se multipliquen en el país y logren su internacionalización.

POR: RAQUEL TINEO RAMOS
RTINEO@CAMARALIMA.ORG.PE

El número de fintechs en el Perú ha crecido mucho en los últimos cinco años. Así, existen 171 con RUC activo en el país, según el reciente reporte *Panorama del Ecosistema Fintech*, del Centro de Emprendimiento e Innovación de la Universidad del Pacífico (Emprende UP) y Equifax.

“El 80% de las fintechs están en las verticales de *lending*/préstamos, divisas/casas de cambio, pago/billeteras digitales y gestión de finanzas empresariales y personales”, indica la profesora de Fintech de Pacífico Business School, María Laura Cuya.

Recalca también que este año

se podrían multiplicar y lograr su internacionalización. “Un 30% están con acuerdos y ventas o en trámites de expansión. Hoy las fintechs han superado la etapa de formulación de la idea, salir al mercado para conseguir clientes y crecer. Ahora están en el paso de obtener escala”, explica.

El presidente de la Asociación Fintech del Perú, Roberto Vargas, resalta que el ecosistema fintech viene creciendo a una tasa de 20% anual en los últimos tres años y estima que el tamaño del valor transaccional en el mercado se habría situado en alrededor de US\$ 20.000 millones en el 2021.

“Se han acelerado procesos que han gatillado la generación de valor de las fintechs como el comercio electrónico en la digitalización de los negocios y en el desarrollo de la

vertical de la última milla como Rappi y otros medios de pago”, sostiene Vargas y agrega que con el avance de la regulación y reglamentación del *crowdfunding* (Decreto de Urgencia 013-2020), también este mercado podrá desarrollarse más transparentemente.

ALIANZAS CON LA BANCA TRADICIONAL

Uno de los principales intereses de las fintechs es promover la inclusión financiera en el país, pues más de la mitad de la población aún no está bancarizada.

De acuerdo con María Laura Cuya ahora las fintechs son brazos sólidos para la red de mipymes que necesitan financiamiento, como, por ejemplo, con el fenómeno del *factoring*.

“La banca y las fintechs no son para



Cerca del 30% de las fintech peruanas están con acuerdos de ventas o en trámites de expansión para este 2022.

nada competencia, sino dos sitios de suma. Una de las grandes lecciones que nos ha dejado la pandemia es la asociatividad y las alianzas estratégicas, todo lo que tiene que ver con el *open innovation*", anota.

Al respecto, Roberto Vargas precisa que el panorama se ha reconfigurado desde que el banco digital brasileño Nubank lanzó su oferta pública de acciones en la Bolsa de Nueva York, por una valorización de US\$ 47.000 millones a fines del año pasado. "Vamos a ver noticias de adquisiciones de bancos este año. Y, Perú no es ajeno. No se trata de una tendencia, es una realidad", refiere.

EL CASO RAPPIBANK

Un claro ejemplo de que la banca y las fintechs pueden ser aliadas es el caso de Rappibank, que cuenta con 250.000

usuarios a la fecha. Esta es una alianza estratégica entre Interbank y Rappi que inició en febrero del 2021, y que se concretó con el posterior lanzamiento de su tarjeta de crédito RappiCard, que devuelve un porcentaje de cash por su uso y tiene 70.000 clientes, dos tercios de ellos menores de 34 años.

"Las tarjetas de crédito son el espacio donde podíamos hacer disrupción frente a lo que el mercado ofrece y en vez de ser una solución independiente u orgánica, vivimos dentro de la App Rappi. Así, lo que estamos haciendo con Interbank es lo más grande que hay en el mercado peruano", manifiesta el head de RappiBank, Mauricio Schwartzmann.

Añade que más de 70% de las transacciones de RappiCard son *online*, además, tres cuartos del consumo de sus clientes son fuera de Rappi y el ticket promedio está en alrededor de S/ 75. Asimismo, que los consumos regulares son transportes, restaurantes, supermercados, ropa, entre otros.

De esta manera, viene ganando valor por los beneficios que brinda, entre ellos la seguridad, pues la tarjeta se obtiene vía *online* mediante reconocimiento



biométrico y los datos de la misma, como el número y nombre, solo se visualizan en la aplicación y no en la tarjeta física.

"MERCADO DE CAMBIO DE DIVISAS DIGITALES MUEVE US\$ 1.000 MILLONES ANUALES"

"Hemos estado creciendo alrededor de 30% y 40% mensual y nos gustaría cuadruplicar el número de tarjetahabientes que tenemos para este año. Para nosotros es muy importante no solo el número de usuarios, sino el nivel de satisfacción", afirma Mauricio Schwartzmann de RappiBank.

CASAS DE CAMBIO DIGITALES

Según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), en el Perú existen más de 70 casas de cambio digitales registradas. Este tipo de fintechs es una de las que más ha crecido influenciada por la pandemia.

"El mercado de divisas a nivel país, más o menos mueve unos US\$ 10.000 millones mensuales. Mientras que en el mercado de negocios digitales de divisas se están superando los US\$ 1.000 millones anuales. Hay un gran espacio para que los negocios puedan seguir

creciendo en el país”, señala el gerente general de Billex, Javier Pineda.

Billex es una plataforma digital de cambio de divisas para empresas. A la fecha tienen cerca de 1.000 operaciones mensuales y el ticket promedio por operación fluctúa en US\$ 60.000.

Pineda subraya que el ticket elevado que mantienen se debe a que su esquema de negocio incorpora un fideicomiso, una cuenta inembargable, para que las empresas negocien con la plataforma, lo que brinda mayor seguridad.

“El mercado cambiario en el Perú es muy grande porque nuestra economía está muy dolarizada. Según el Banco Central de Reserva (BCR), el 55% de las empresas factura en dólares. Por ello, la oferta de casas de cambio digitales tiene un amplio espacio para crecer”, añade.

LEASING EN CRECIMIENTO

El *leasing* y *renting* en América Latina se viene manteniendo como una opción importante para las empresas. El

co-fundador de la fintech de alquiler de laptops Leasein, Carlo Mario Dioses, señala que el 90% de sus clientes vienen de los canales digitales y este año tienen una inversión prevista de US\$ 2,5 millones en activos para poder captar 1.000 empresas más.

“El año pasado crecimos 65% en ingresos respecto al 2020. Alrededor de S/2.000 es el ticket promedio de alquiler de laptops con una permanencia promedio de seis meses”, precisa.

Recalca que los sectores más importantes que atienden son construcción, servicios de tecnología y el *outsourcing* de personas.

DÉFICIT DE PROFESIONALES

De acuerdo al reporte *Panorama del Ecosistema Fintech*, en el 2019 eran alrededor de 2.000 empleos los que generaron las fintechs. Para María Laura Cuya, de Pacífico Business School, este año se duplicaría la cifra.

Así, dice que este ecosistema

demandará un perfil de profesionales que entienda temas financieros y marketing digital, y de científicos de datos, *developers*, *front-end*, *back-end*, arquitectos de desarrollo, etc. Sin embargo, en el país aún hay escasez de este tipo de personal.

Cuya agrega que el Perú necesita formular una estrategia de formación de profesionales en estas áreas, porque no solo las fintechs y la banca los necesitan, sino también los emprendimientos de alto impacto y las empresas tradicionales que hoy están en transformación digital.

“Los emprendedores norteamericanos que fundan una fintech generalmente son desarrolladores de *software*, pero en América Latina lo son quienes tienen la visión del negocio pero no la visión técnica. Ahí hay que hacer un esfuerzo por incorporar a ingenieros en el desarrollo de valor y nuevos mercados”, asegura el presidente de la Asociación Fintech del Perú, Roberto Vargas.

DESAFÍOS POR SUPERAR

Uno de los principales desafíos que hoy tienen las fintechs en el país es el tema regulatorio. Vargas comenta que se necesita que explícitamente se señale en una norma cómo las fintechs pueden asociarse con los bancos para crear experimentos que puedan ser controlados en un espacio de pruebas (*sandbox*), además, de cómo impulsar la inclusión financiera, y eso pasa por un tema de alfabetización financiera.

A ello se suma que reguladores, como la SBS, tengan una visión sobre comercialización de *bitcoins* y otros tipos de activos. Vargas agrega que el tema tiene que ser abordado desde una política del Estado. Por ejemplo, cuenta que el año pasado firmaron un convenio con el Gobierno Regional de Cajamarca para implementar el primer padrón agrario digital con los productores de café, a través del cual se creó una identidad digital para cada productor.

Como puede verse, las fintechs proliferan y van ganando terreno en diversos sectores creando oportunidades de empleo y de desarrollo en el Perú.



Interbank y la fintech Rappi se aliaron el año pasado y lanzaron la tarjeta de crédito RappiCard, que ya tiene 70.000 clientes, dos tercios de ellos menores de 34 años.



Envíos a todo el Perú y el Mundo

Ahora en la cadena de tiendas T-Copia, podrás enviar y recibir tus documentos y paquetes a nivel **NACIONAL e INTERNACIONAL**



En T-Copia hemos implementado un Centro de Soluciones que facilita la actividad de pequeñas, medianas y grandes empresas, incluyendo emprendedores y público en general.

Brindamos un servicio profesional de empaque para disminuir los riesgos de daño en sus documentos o paquetería, asimismo contamos con un equipo de especialistas que le orientarán sobre la forma más segura de realizar sus envíos nacionales e internacionales.

¡Llegamos a todo el Perú y más de 220 países y territorios. En todas nuestras 9 tiendas y ahora en Arequipa, ofrecemos entregas a puerta, con tiempos definidos y al mejor precio! Nuestro objetivo es brindarle una experiencia de servicio de calidad.

Nuestros socios logísticos

Envíos Nacionales: SHALOM,
Envíos Internacionales: UPS, SKY NET, DHL

ENVÍANOS TU REQUERIMIENTO



922 574 462
902 326 663

logistics@t-copiasoluciones.pe
www.t-copiasoluciones.pe/logistics

SEDE CENTRAL

Rivera Navarrete 465A
San Isidro



Dr. Carlos Posada Ugaz

Director ejecutivo

Instituto de Investigación y Desarrollo de
Comercio Exterior - CCL

cposada@camaralima.org.pe

IMPORTACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR: EVOLUCIÓN DE LOS PAÍSES PROVEEDORES

Si bien China continúa liderando holgadamente las importaciones peruanas del sector, otros países van acortando la distancia.

En el comercio internacional, cada país tiene identificadas cuáles son sus industrias más desarrolladas; y, cada cierto tiempo tienen el deber de desarrollar e investigar cuáles son las nuevas tendencias en consumo, en servicios logísticos, tecnologías de *software* y *hardware*, y maquinarias de producción para así estar en la vanguardia y evitar que su competencia le pueda quitar participación en sus principales mercados de destino.

Un país tiene muy claro todos estos puntos. Se trata de China. El gigante asiático es uno de los países que más invierte en investigación y desarrollo, y lo hace en las diferentes industrias en las que sobresale, entre ellas la de textil y confecciones.

Sin embargo, esto no evita que otros países le estén pisando los talones. En los últimos años varios países tanto de Asia, como Centroamérica y Sudamérica han ido creciendo en la industria textil.

En el Perú, hace ya varios años atrás, China tenía casi el 100% del posicionamiento en prendas de vestir, pero, ahora, han aparecido nuevos competidores que de a pocos han ido ganando terreno no solo en el Perú sino también a nivel mundial. Se trata de Bangladesh, Colombia, Vietnam, Turquía, Camboya, Pakistán, Honduras, Ecuador, Tailandia, Myanmar y Sri Lanka.



EL CASO VIETNAM

Según el análisis de los datos del Apparel Intelligence Center de GlobalData a cargo de Just Style, Vietnam es el principal país de abastecimiento de prendas de vestir a observar muy de cerca durante el 2022. Ello debido a que el país mantiene su estabilidad política, cumple sus diversos acuerdos internacionales, y su disposición a cooperar le ha permitido mantener diversos vínculos económicos con potencias regionales como Japón e India y países más lejanos, como los Estados Unidos.

Por ejemplo, en el 2021, según lo reportado por fibre2fashion, de acuerdo a la base de datos del

Departamento General de Aduanas de Vietnam, las exportaciones de textiles y prendas de vestir a Estados Unidos se incrementaron alrededor de 15% hasta alcanzar casi los US\$ 16.100 millones.

Asimismo, Vietnam ha comenzado con la reforma de sus empresas estatales a través de mayor transparencia y en base a asociaciones mixtas con inversores extranjeros. Además, la inversión extranjera directa ha contribuido con la mejora de las infraestructuras y la creciente transferencia de conocimientos. Ello ha mejorado su manufactura, no solo en sus exportaciones de confecciones, sino también, en sus equipos electrónicos.

BANGLADESH Y PAKISTÁN

En el caso de Bangladesh, logró una recuperación en sus exportaciones de textiles y prendas de vestir, luego de una nueva oleada de contagios, pues durante el periodo de julio a octubre sus envíos aumentaron 20,78%.

Por otro lado, informó Textiltoday, que Pakistán espera un crecimiento del 40% en el presente año, en sus exportaciones de textil y confecciones. Ello debido a que se están implementando impulsos fiscales y suministros de electricidad para incentivar a la industria, compitiendo directamente con Bangladesh, situación que no se daba hace cuatro años.

HONDURAS LIDERA CENTROAMÉRICA

En Centroamérica, el cambio de abastecimiento mundial causada por la pandemia de la COVID-19, incentivó el crecimiento de la industria textil y maquila en Honduras. Por ello, según informó la Asociación Hondureña de Maquiladores (AHM), las exportaciones de dicho sector evidenciarían un crecimiento de 8,6% en relación al 2019, siendo su principal destino Estados Unidos.

China, por lejos, sigue siendo el principal proveedor de prendas de vestir para el Perú. Su gigantesca industria se hace notar en comparación a los demás países a nivel mundial que están involucrados en este sector, pero si observamos el crecimiento en términos porcentuales de sus demás competidores podemos ver que su crecimiento es de tener cuidado.

Ejemplo de ello son Colombia, que registró un crecimiento de 66%; y Vietnam, con 28%. Le siguen Turquía (+57%), Camboya (+13%), Pakistán (+32%), Honduras (+478%), Ecuador (+104%), Tailandia (+74%).

Todos estos países antes mencionados, si bien es cierto están lejos de los valores registrados por China, han tenido un comportamiento de crecimiento sobresaliente.

IMPORTACIONES TEXTILES EN EL PERÚ

Para mostrar que tanto han ocupado estos países proveedores en el mercado peruano de prendas de vestir se ha investigado las importaciones de las tres principales líneas de productos de este subsector: 1) pantalones de algodón, 2) camisas y blusas de algodón y 3) t-shirt de algodón

Las importaciones de pantalones de algodón provienen en un 56% desde China. Pero, en términos de crecimiento es donde cambia todo: Bangladesh registra un crecimiento de 12%, mientras que Pakistán 21%. Siguen Turquía, con 95%; Colombia, con 148%; Camboya, con 17%; Vietnam, con 23%; Sri Lanka, con 8%; Myanmar, con 28%; y Honduras, con 72%.

Las importaciones de t-shirt de algodón provienen en un 37% desde China, mientras que en los países mencionados un 52%. Pero al igual que con los pantalones de algodón, si verificamos la tasa de crecimiento

se obtiene los siguientes resultados: Bangladesh es de los pocos que registra una caída de 4%; mientras que Vietnam creció en 95%, seguido de Pakistán (72%), Turquía (12%), Honduras (566%), Colombia (27%) y Sri Lanka (38%).

Por su parte, las importaciones de camisas de algodón provienen en un 57% desde China. Veamos la tasa de crecimiento de los países mencionados: Camboya registra un incremento de 106%, y Turquía, 131%. Les siguen Colombia (104%), Myanmar (27%), Sri Lanka (44%), Pakistán (1.064%), Tailandia (1.245%) y Ecuador (39%).

Como puede verse, la globalización ha tenido como consecuencia que ya no exista un único país exportador para cualquier línea de producto. Ahora siempre hay competidores dispuestos a pelear por el mínimo espacio que puedan obtener en cualquier mercado. Y las empresas importadoras siempre están en la búsqueda de proveedores que les aseguren calidad y precio, para lograr mantenerse en el mercado.

Importación total del subsector prendas de vestir. Periodo 2019 - 2021.

Valor expresado en millones de US\$

PAÍSES PROVEEDORES	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
	CIF	CIF	CIF
CHINA	515	411	445
BANGLADESH	92	70	71
COLOMBIA	37	24	40
VIETNAM	28	18	23
TURQUÍA	14	9	14
CAMBOYA	14	10	11
PAKISTÁN	9	6	9
HONDURAS	1	1	5
ECUADOR	4	2	5
TAILANDIA	4	3	4
MYANMAR	4	4	4
SRI LANKA	6	4	4
DEMÁS PAÍSES	87	54	58
TOTAL	814	617	694

Fuente: Sunat

Elaboración: IDEXCAM

Importaciones peruanas de pantalones de algodón. Periodo 2019 - 2021

Valor expresado en millones de US\$

PAÍSES PROVEEDORES	AÑO 2019		AÑO 2020		AÑO 2021	
	CIF	UNIDADES	CIF	UNIDADES	CIF	UNIDADES
CHINA	55.159.227	9.449.671	36.765.290	6.999.018	43.645.087	8.394.353
BANGLADESH	33.041.009	4.930.547	20.282.210	4.006.384	22.579.267	4.486.720
PAKISTÁN	3.928.446	351.130	2.869.086	300.550	3.691.341	362.693
TURQUÍA	2.243.228	138.335	1.842.370	120.622	2.902.446	235.211
COLOMBIA	2.838.292	282.308	1.115.287	131.891	2.771.841	326.685
CAMBOYA	2.419.466	243.590	1.288.732	145.000	1.583.780	169.186
VIETNAM	1.523.504	128.479	1.018.897	90.774	1.290.611	112.026
SRI LANKA	915.840	47.979	633.226	39.846	682.938	43.158
MYANMAR	348.639	74.448	383.380	72.515	396.469	92.939
HONDURAS	3.939	221	17.408	1.038	15.273	1.789
TAILANDIA	78.938	7.096	27.815	2.655	14.985	1.432
ECUADOR	8.161	1.867	3.066	615	5.773	1.527
DEMÁS PAÍSES	8.005.283	993.215	5.843.692	856.036	5.984.551	785.720
TOTAL	110.513.971	16.648.886	72.090.460	12.766.945	85.564.363	15.013.438

Fuente: Sunat

Elaboración: IDEXCAM

Importaciones peruanas de t-shirt de algodón. Periodo 2019 - 2021

Valor expresado en millones de US\$

PAÍSES PROVEEDORES	AÑO 2019		AÑO 2020		AÑO 2021	
	CIF	UNIDADES	CIF	UNIDADES	CIF	UNIDADES
CHINA	20.905.762	20.905.762	20.905.762	20.905.762	20.905.762	20.905.762
BANGLADESH	17.669.629	17.669.629	17.669.629	17.669.629	17.669.629	17.669.629
VIETNAM	1.321.767	1.321.767	1.321.767	1.321.767	1.321.767	1.321.767
PAKISTÁN	1.556.338	1.556.338	1.556.338	1.556.338	1.556.338	1.556.338
TURQUÍA	1.687.708	1.687.708	1.687.708	1.687.708	1.687.708	1.687.708
HONDURAS	190.491	190.491	190.491	190.491	190.491	190.491
CAMBOYA	833.528	833.528	833.528	833.528	833.528	833.528
COLOMBIA	664.414	664.414	664.414	664.414	664.414	664.414
SRI LANKA	234.267	234.267	234.267	234.267	234.267	234.267
MYANMAR	55.398	55.398	55.398	55.398	55.398	55.398
TAILANDIA	33.821	33.821	33.821	33.821	33.821	33.821
ECUADOR	2.469	2.469	2.469	2.469	2.469	2.469
DEMÁS PAÍSES	6.455.530	6.455.530	6.455.530	6.455.530	6.455.530	6.455.530
TOTAL	51.611.122	51.611.122	51.611.122	51.611.122	51.611.122	51.611.122

Fuente: Sunat

Elaboración: IDEXCAM

JMT outdoors

Estamos donde quieres estar



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

Comprometidos con el éxito de nuestros clientes
En JMT Outdoors garantizamos las mejores ubicaciones
a nivel nacional, para que tu comunicación llegue a más
personas de manera impactante.



jmtoutdoors.com.pe

994 675 297



“MERCADO DE ELECTRODOMÉSTICOS CRECERÍA 10% POR MUNDIAL DE QATAR”

El presidente del Gremio de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos de la CCL, Javier Butrón, indicó que ante este importante evento, los televisores, *tablets* y *smartphones* serían los productos de mayor demanda.

POR MARIBEL HUAYHUAS
MHUAYHUAS@CAMARALIMA.ORG.PE

¿El mercado de electrodomésticos tendrá buen desempeño este año?

Sí. Incluso podría decir que este comportamiento de la demanda podría llevarnos a superar los S/ 7.000 millones registrados el año pasado. La expectativa por la clasificación al Mundial Qatar 2022 va a dinamizar esta demanda, donde los televisores, *tablets* y teléfonos móviles serán los más requeridos por los usuarios. Por ello, esperamos crecer a una tasa del 10% para el 2022.

¿Cómo impactaría en las ventas del sector una eventual clasificación a Qatar?

En el caso de una clasificación, habrá dos fuertes tendencias: un crecimiento en la demanda de televisores y de dispositivos como *tablets* y teléfonos móviles, dado que permiten la transmisión por *streaming*, lo que podría llevar a que superemos montos del 2021. En ese sentido, estimamos para estos productos un aumento de entre 20% a 25%.

Por otro lado, se generaría un trasvase de gasto discrecional de un importante grupo de consumidores que asistirán al mundial, el cual tendrá un efecto de menores compras y, por ende, van a reemplazar sus adquisiciones de artefactos por otros conceptos.

¿Qué modelo de televisores tendrá mayor preferencia para ver este mundial?

Los que tengan una mayor tecnología y definición, es decir, de gama alta. Para este año los televisores de mayor preferencia serán las pantallas de 55 y 65 pulgadas, algunas con tecnología QD-OLED y LED.

Antes del mundial de Rusia, los peruanos mayoritariamente tenían televisores cuyas pantallas oscilaban entre 32 y 43 pulgadas, modelos que actualmente ya son de menor demanda del mercado. Sin embargo,

aún continúan los de 40 y 50 pulgadas a más.

¿Cómo será el desempeño para este primer trimestre?

El primer trimestre será inestable, pues se suman varios elementos que afectan la actividad, como los cambios en los aforos al inicio del año, el efecto del dólar, los incrementos en los materiales y las restricciones logísticas generadas por la crisis global de contenedores. A ello se suma la actual inestabilidad política que genera desconfianza en la toma de créditos a mediano plazo por parte del consumidor.

“EL PRECIO DE ELECTRODOMÉSTICOS PODRÍA TENER UN ALZA DE 8% ESTE 2022”

¿Esta campaña escolar será favorable para el sector?

Tenemos buenas expectativas ya que habrá retorno a clases presenciales. Sin embargo, nuevamente, las restricciones en la disponibilidad de productos (limitaciones de chips para *laptops* y computadoras *desktop*) podrían generar que la campaña sea casi igual al 2021. La mayor demanda en nuestro sector está en equipos de cómputo (*desktop*, *laptop* y *tablets*), así como impresoras.

En relación a la campaña del Día de la Madre, ¿qué líneas de productos tendrán mayor demanda?

Esta será una campaña donde la línea blanca (lavadoras, secadoras, refrigeradoras, etc.) será la más demandada, pues superaría las ventas del 2021.

En ese sentido, estimamos alcanzar un crecimiento de 25% en el periodo de la segunda quincena abril hasta la primera semana de mayo. Ello se explica porque en esta campaña ya

no se tendrá el efecto del Mundial, pues en Rusia 2018 el evento empezó en junio lo que adelantaba compras de estos productos. El Mundial de Qatar empezará en noviembre, lo que reforzará la demanda en la campaña Navideña.

En general, todas las categorías de línea blanca son de alta demanda, al igual que los pequeños electrodomésticos. No obstante, los equipos de audio en esta campaña tendrán menores ventas.

Algunas tiendas comerciales han proyectado que el precio de electrodomésticos se mantendrá al alza para este año. ¿Cuánto sería este incremento y qué factores lo determinarían?

Definitivamente habrá presiones al alza en los precios, derivados de los incrementos en los materiales (insumos) y las variaciones que el dólar presente. Estimamos que esta podría llegar a una tasa de 8%. El efecto será en casi todos los productos, tanto en grandes o pequeños electrodomésticos, línea blanca, audio y video.

En este contexto de pandemia, el consumidor está exigiendo ampliar a más de dos años la garantía de productos electrodomésticos. ¿Ello afectaría al precio final?

Las marcas están gradualmente atendiendo esta necesidad. Mucho depende de las condiciones de uso del producto, pues ello establece que se ofrezcan garantías determinadas como es el caso de motores y compresores. No es lo mismo ofrecer garantías en productos cuyo uso es indirecto tales como televisores u hornos microondas; que aquellos que requieren de interacción con el usuario (licuadoras, cocinas y lavadoras).

Las marcas están procurando no afectar el precio final. Sin embargo, al mediano plazo si habrá un efecto menor, comparado con el efecto de las variaciones del dólar o de los fletes.



CARLOS ENCALADA

Coordinador del Sector
Agronegocios - CCEX

Consultas:
cencalada@camaralima.org.pe

DIVERSIFICAR PARA INGRESAR A MÁS MERCADOS

La diversificación de mercados es la forma en que las empresas pueden generar nuevos lazos comerciales, ofertando sus productos o incluso generando otros nuevos en diferentes destinos geográficos. Este proceso se ha venido logrando con el apoyo de las organizaciones privadas y públicas encargadas de la promoción comercial de bienes y servicios a través de ruedas de negocio, ferias internacionales, misiones comerciales, entre otros.

Los beneficios de diversificar mercados son: ampliar las posibilidades de desarrollo, generar ganancias para la empresa, no caer en el mismo ciclo económico, fortalecer a los productores para resistir ante la competencia y reducir el riesgo de depender de un solo comprador.

Entre los aspectos claves al momento de ingresar a un nuevo mercado se tienen que tener en cuenta: Evaluar el potencial exportador de la empresa, identificar los requisitos de acceso del producto, revisar los requerimientos del mercado y del comprador, evaluar la logística y distribución física y establecer una buena gestión comercial.

En la actualidad, América del Sur, Norteamérica y Europa Occidental son mercados interesantes con oportunidades de negocio, pero ya consolidados para muchas empresas. Sin embargo, otra alternativa para que las empresas puedan apostar por crecer y diversificar sus oportunidades, es buscar nuevos contactos comerciales en regiones de Asia y Europa Oriental, desarrollando una buena imagen de nuestra oferta de productos y formas de hacer negocio.

En esta línea, el Centro de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima, pone a disposición de los empresarios su nuevo servicio de agendamiento b2b, el cual está dirigido a empresas de sector alimentos y bebidas que quieran diversificar mercados y buscar nuevos contactos comerciales. Para mayor información escribir a: correo cencalada@camaralima.org.pe o comunicarse al teléfono 219-1566.



Sofía Galarza
Miraflores

¿PERÚ TIENE ACUERDOS COMERCIALES CON CHILE?

Sí. En el año 2009 entró en vigencia el Acuerdo de Libre Comercio entre Perú y Chile. Asimismo, en el año 2012 se suscribió el Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico por las economías de Colombia, Chile, México y Perú, mediante el cual se establece una desgravación del 92% del universo arancelario. Los principales productos peruanos exportados a Chile son: minerales de cobre; minerales de molibdeno; harina de pescado, placas y baldosas; ácido sulfúrico; demás pastas alimenticias; cemento Clinker; y demás placas, láminas, hojas y tiras de plástico.



Giancarlo Segovia
Chorrillos

¿HAY ALGUNA ENTIDAD QUE REGULE LA IMPORTACIÓN DE HISOPOS?

Para la importación de hisopos, la autoridad que controla el ingreso de estos productos es el Ministerio de Salud a través de la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (Digemid). En ese sentido, para poder realizar la importación de hisopos se requiere el registro sanitario y el registro como droguería, trámites que deben realizarse de manera previa a la importación.



Micaela Vela
Lince

¿CÓMO PUEDO ACCEDER A LA VUCE?

Para acceder a la VUCE e iniciar sus operaciones, deberá ingresar a www.vuce.gob.pe, y seleccionar el componente de su interés (portuario, certificados de origen o mercancías restringidas). Luego se le solicitará el número de Registro Único de Contribuyentes (RUC), el código de Usuario SOL y la clave SOL correspondiente. En caso de no contar con estos registros, actualmente, se puede generar la clave SOL de manera digital o presencial. En la primera, puede ingresar a la App Personas de la Sunat o por el sitio web. Con la segunda opción deberá acudir a cualquiera de sus centros de atención para realizar el trámite.

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



HAZ DE TU SALUD MENTAL UNA PRIORIDAD

Brindamos asesoría, consultoría, psicoterapia, charlas y talleres en tres áreas de la psicología.

Organizacional:

- Selección de personal y sus procesos
- Estrategia operativa de prevención para el cambio
- Clima laboral y su incidencia en la organización
- Estilos de conducción y liderazgo
- Negociación efectiva como prevención de conflictos
- Charlas y talleres a medida de sus requerimientos

Clinica:

- Orientación psicológica
- Psicoterapia para la depresión, ansiedad, baja autoestima, dificultades relacionales, etc.

Educativa:

- Asesoramiento psico-educativo
- Orientación vocacional



(01) 483 3281



918 873 620



info@feedbackyfeedforward.com



www.feedbackfeedforward.com



CONTACTANOS Y AGENDA UNA CITA

Feedback & Feedforward



Víctor Zavala

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

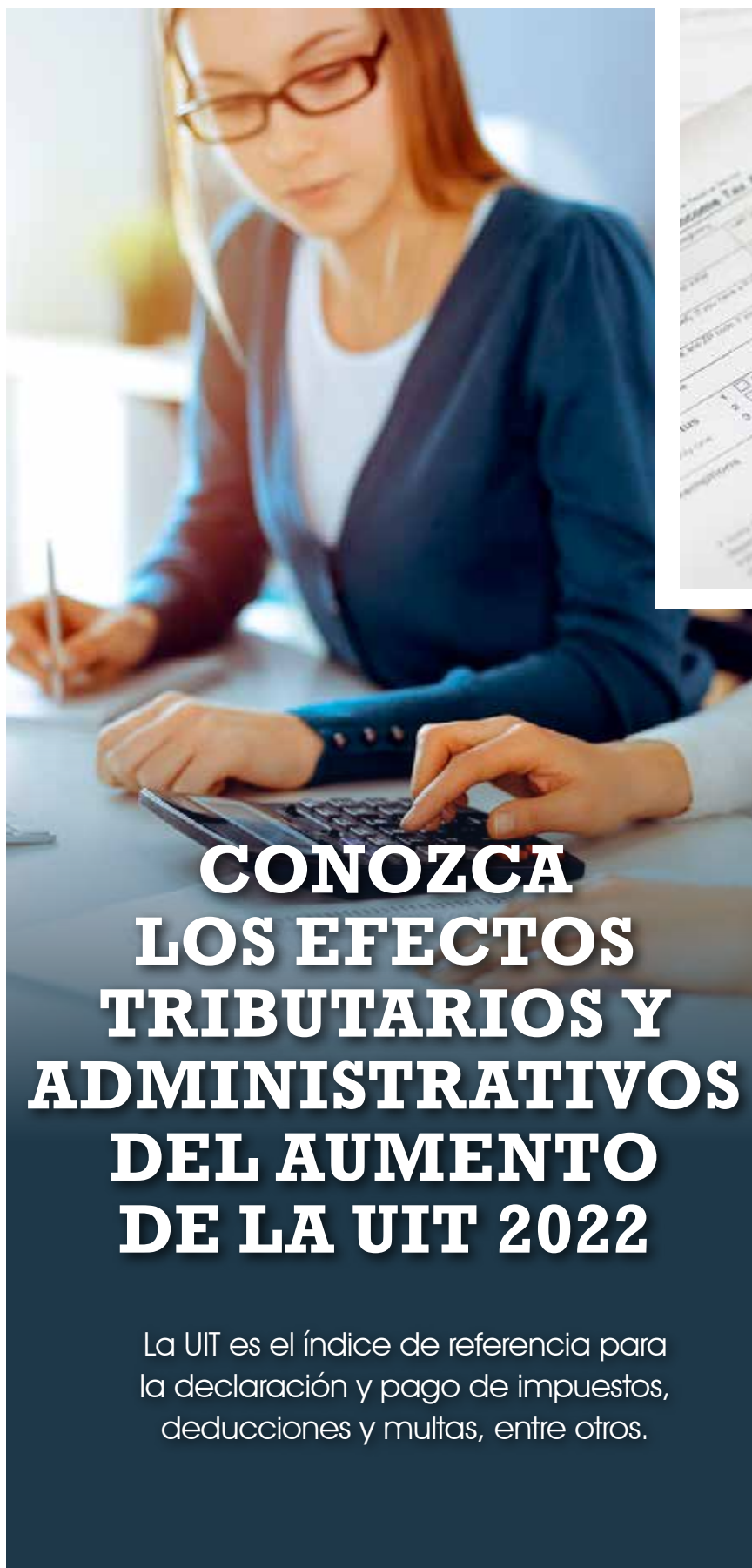
Conforme al *DS 398-2021-EF*, publicado el 31 de diciembre del 2021 en el diario oficial *El Peruano*, el nuevo valor de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) que es de S/ 4.600 para el 2022, tendrá importantes efectos tributarios, laborales y administrativos para los contribuyentes y la ciudadanía en general.

La nueva UIT será aplicada como índice de referencia para la declaración y pago del Impuesto a la Renta (bases impositibles, deducciones, límites de afectación, etc.), Impuesto Predial, Impuesto al Patrimonio Vehicular, Impuesto de Alcabala, entre otros.

Con la nueva UIT se modificarán las escalas de los impuestos a pagar, las deducciones tributarias y las multas por infracciones en materia tributaria, laboral y administrativa.

La UIT de S/ 4.600 será empleada también para determinar el monto de los derechos de trámite en la administración pública, la aplicación de multas tributarias, administrativas y obligaciones contables.

Para el caso del pago del Impuesto a la Renta (IR) sobre los sueldos, el nuevo valor de la UIT permite ampliar el rango de exoneración del IR, tanto para trabajadores en planilla (dependientes) como para independientes, lo que significa



CONOZCA LOS EFECTOS TRIBUTARIOS Y ADMINISTRATIVOS DEL AUMENTO DE LA UIT 2022

La UIT es el índice de referencia para la declaración y pago de impuestos, deducciones y multas, entre otros.



un pequeño ahorro para los trabajadores.

En cuanto a los trabajadores dependientes que figuran en planilla (quinta categoría) no pagarán el impuesto a la renta durante el 2022, siempre que sus ingresos anuales no superen 7 UIT de S/ 4.600, esto es, S/32.200 anuales o S/ 2.683 mensuales.

En el caso del Impuesto Predial y de alcabala, el pago también será menor dado que los tramos y tasas están en función de la UIT, los mismos que no han variado para el año 2021.

Por ejemplo, el comprador de un inmueble, del precio de compra del mismo tendrá derecho a descontar el importe de 10 UIT (S/ 46.000), que

INCIDENCIA DE LA VARIACIÓN DE LA UIT PARA EL 2022

INVENTARIOS Y CONTABILIDAD DE COSTOS

Volumen de ingresos anuales del ejercicio 2021	Registros obligados a llevar
Ingresos brutos anuales mayores a 1.500 UIT (S/ 6'900.000 a más)	Contabilidad de Costos (Registro de Costos, Registro de Inventario Permanente en Unidades Físicas y de Inventario Permanente Valorizado.)
Ingresos brutos anuales de 500 UIT (S/ 2'300.000) a 1.500 UIT (S/ 6'900.000)	Registro de Inventario Permanente en Unidades Físicas.
Ingresos brutos anuales menores a 500 UIT (S/2'300.000)	Registro Físico de Existencias
Gastos de representación	
Propios del giro del negocio	Hasta 40 UIT (S/ 184.000)
Boletas de Venta o Tickets - RUS	
Costo o Gasto (6%)	Hasta 200 UIT (S/ 920.000)
Cuarta Categoría	
Deducción 20%	Hasta 24 UIT (S/ 110.400)
Deducción Fija (*)	De 7 UIT (S/ 32.200)
Quinta Categoría	
Deducción (*)	7 UIT (S/ 32.200)

(*) Hasta el límite de las rentas netas de 4ta. y 5ta. categoría.

Nota.- La deducción adicional al perceptor de renta de 4ta. y/o 5ta. categoría no mayor a 3 UIT (S/13.800), se deducirá al regularizar el IR del ejercicio 2021, Decreto Legislativo 1258 de 08.12.16

no está gravado con el impuesto de alcabala.

De otro lado, el jubilado o el adulto mayor tendrán derecho a descontar del autoavalúo 2022 el importe de 50 UIT (S/ 230,000) y pagará el impuesto predial solo por el exceso a 50 UIT.

Cabe señalar que en los últimos años, la UIT ha registrado las siguientes variaciones: S/ 3.650 en el 2012, S/ 3.700 en el 2013, S/3.800 en el 2014, S/ 3.850 en el 2015, S/3.950 en el 2016, S/ 4.050 en el 2017, S/4.150 en el 2018, S/ 4.200 en el 2019, S/ 4.300 en el 2020, S/ 4.400 en el 2021 y S/ 4.600 en el año 2022.

En el presente artículo le brindamos un cuadro en el que se constata la incidencia de la variación de la Unidad Impositiva Tributaria en el pago de impuestos, la obligación de llevar libros contables y el embargo de sueldos de trabajadores demandados judicialmente por deudas alimenticias.



ESCALA IMPUESTO A LA RENTA 2022 – PERSONAS NATURALES (4TA Y 5TA)

Renta neta cuarta - quinta	Tasa	Impuesto parcial	Impuesto acumulado
Hasta 5 UIT: (S/ 23.000).	8%	S/ 1.840	S/ 1.840
Más de 5 hasta 20 UIT: (Más de S/ 23.000 hasta S/ 92.000).	14%	S/ 9.660	S/ 11.500
Más de 20 hasta 35 UIT: (Más de S/ 92.000 hasta S/ 161.000).	17%	S/ 11.730	S/ 23.230
Más de 35 hasta 45 UIT: (Más de S/ 161.000 hasta S/ 207.000).	20%	S/ 9.200	S/ 32.430
Más de 45 UIT: (Más de S/ 207.000)	30%	----	----

ESCALA IMPUESTO PREDIAL 2022

Tramo autoavalúo	Tasa	Impuesto parcial	Impuesto acumulado
Hasta 15 UIT: S/ 69.000	0,20%	S/ 138	S/ 138
Más de 15 hasta 60 UIT: (Más S/ 69.000 hasta S/ 276.000)	0,60%	S/ 1.242	S/ 1.380
Más de 60 UIT: (Más de S/ 276.000)	1%	----	----

UNIDAD DE REFERENCIA PROCESAL (URP) Y ALIMENTOS

URP = 10% UIT = S/ 460
Remuneraciones inembargables (excepto alimentos) = 5 URP = S/ 2.300

(*)Tratándose de deudas alimenticias, las remuneraciones (cualquiera sea su monto) son embargables hasta el 60% del **monto neto**, esto es, luego de deducir el aporte de pensiones, 5ta. categoría y cuotas sindicales, si fuera el caso. Base legal: Numeral 6 del Art. 648° del Código Procesal Civil.

Fuente: Gerencia Legal CCL

CONECTAMOS PROFESIONALES CON LAS EMPRESAS DEL PAÍS



La Cámara de Comercio de Lima te
presenta el **NUEVO SERVICIO**



Plataforma interactiva, intuitiva, amigable
y segura que le permite a:



EMPRESAS

Encontrar profesionales
idoneos y calificados a
nivel nacional.

VISITA NUESTRA WEB A
TRAVÉS DEL CÓDIGO QR



PROFESIONALES

Encontrar el empleo ideal en
una base de más de 15.000
empresas asociadas a la CCL.

..... www.cclbolsalaboral.pe

CONTACTOS:

EMPRESAS

PABLO VIDAL

✉ cvidal@camaralima.org.pe

Alumnos (CCE)

CARMEN RAMOS

✉ cramos@camaralima.org.pe

Alumnos (ICAM)

GRETA GUTIÉRREZ

✉ ggutierrez@camaralima.org.pe



“LA PANDEMIA FUE MÁS BIEN UNA OPORTUNIDAD PARA LAS EMPRESAS FAMILIARES”

Enrique Mendoza, gerente general de DVALOR Consultoría y especialista en gobierno corporativo para empresas familiares, comenta sobre los principales problemas que enfrentan estas organizaciones y los beneficios de la profesionalización para su crecimiento.

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

¿En qué medida la pandemia ha impactado a las empresas familiares?

La pandemia impactó en todas las empresas en general. Algunas vieron afectados su crecimiento, planes y proyecciones futuras. Sin embargo, así como hay amenazas, también hay oportunidades.

Creo que la pandemia fue más bien una oportunidad para las empresas familiares porque permitió que las personas puedan darse cuenta de que la virtualidad es un beneficio. Por ejemplo, las reuniones, talleres, directorios, consejos familiares se llevan a cabo de forma virtual y, de esta forma, nos volvemos más eficientes, sin

perder tiempo en traslados.

Algunas empresas redujeron alquileres de oficina, otras no ocupan espacio físico, entonces tienen menos activos y son más rentables.

¿Qué estrategias deben impulsarse en esta coyuntura?

Podemos describir tres estrategias: la estrategia de crecimiento para aumentar las ventas; la estrategia de productividad para reducir costos y activos, y ser más eficientes con menos recursos, menores tiempos de reuniones y traslados; y estrategias enfocadas en la satisfacción del cliente, que se vio muy afectada sobre todo en las actividades restringidas.

¿Cómo pueden aprovechar estas estrategias para una rápida reactivación?

Las empresas familiares son más complejas que las otras porque precisamente tienen un ámbito familiar que deben administrar.

En el ámbito empresarial, el enfoque debe estar centrado en estrategias de crecimiento, siendo la más recomendable la estrategia de penetración de mercado, es decir, vender el mismo producto al mismo mercado.

Otra menos segura es la estrategia de diversificación, es decir, crear productos nuevos e ir a nuevos mercados. Y, las estrategias intermedias que son desarrollo de mercado, es decir, salir con el mismo producto a nuevos mercados o desarrollar nuevos productos, pero en el mercado en el que ya se encuentran.

En resumen, desde un punto de vista empresarial, las empresas familiares deben enfocarse en estrategias de crecimiento, teniendo en cuenta: estrategias de penetración de mercado, desarrollo de producto, desarrollo de mercado, y diversificación.

Y desde el punto de vista familiar crear instancias o implementar herramientas para fortalecer la unidad familiar, como los protocolos familiares

y los consejos familiares para generar espacios donde las familias expongan temas que son de su interés.

¿Cuáles son los principales problemas que enfrentan?

Considero que son tres grandes problemas. Primero, las empresas familiares no se preocupan por alinear los grandes intereses de las familias.

Segundo, no se enfocan en potenciar el liderazgo desde el punto de vista personal, es decir, no identifican talento en las futuras generaciones; ni en potenciar el liderazgo organizacional, es decir, no desarrollan una estructura adecuada para que ese liderazgo se ejerza de la mejor manera.

“EN EL ÁMBITO FAMILIAR, EL OBJETIVO ES FORTALECER LA UNIDAD”

Tercero, no regulan su cultura familiar, es decir, a veces no regulan ciertos comportamientos disfuncionales, que producto de la cultura podrían afectar el desarrollo del negocio. Por ejemplo, existen comportamientos paternalistas o comportamientos centralistas. En otros casos, desarrollan una cultura informal, no crean estructura, orden ni disciplina, lo que perjudica la competitividad y la unidad familiar.

¿Las empresas familiares son competitivas?

Creo que siempre han sido competitivas tanto así que los principales grupos económicos del Perú son empresas familiares: el Grupo Breca, el Grupo Romero, los Añños.

Sin embargo, lo que recomendaría para su crecimiento, es decir, para que una pequeña empresa familiar llegue a ser mediana o para que una mediana llegue a ser grande, es la

profesionalización, que es clave.

¿Qué es la profesionalización y cómo aplicarla?

La profesionalización es la implementación progresiva y permanente de un conjunto de buenas prácticas tanto en el ámbito empresarial como familiar.

En el ámbito empresarial, el objetivo es ser más competitivos con planeamientos estratégicos anualizados, estrategias para tener más rentabilidad y satisfacer al cliente.

En el ámbito familiar el objetivo es fortalecer la unidad familiar. Para ello el protocolo familiar es una herramienta importante porque ayuda a alinear los intereses de la familia y fortalecer o mantener esa unidad familiar.

Podríamos tener una empresa muy competitiva con planeamiento estratégico, procesos definidos y el mejor sistema de producción, pero si entre los miembros de la familia hay desconfianza, comenzará a romperse el compromiso y la unidad, lo que generará conflictos y todo lo que se construyó en el ámbito empresarial se destruirá por el lado familiar.

Otra herramienta es el consejo familiar, que es una instancia participativa, de debate y toma de decisiones en temas familiares que podrían afectar el desarrollo de negocios.

¿Cuáles son los beneficios de la profesionalización?

La profesionalización debe estar tanto en el lado empresarial como familiar. En el ámbito empresarial busca aumentar la competitividad del negocio: una empresa es competitiva si es rentable y si tiene satisfechos a sus clientes; y en el ámbito familiar el beneficio es la unidad familiar, que precisamente es complementaria al lado empresarial. Esto eleva el compromiso de cada uno de los miembros de la familia y da sostenibilidad y proyección transgeneracional a las empresas familiares.



¡Viaja seguro!

Realízate la
prueba COVID-19
con nosotros


Agenda tu prueba con nosotros
por whatsapp:


 914007682

 946887798

 986007946

 Encuentranos en: Av. Javier Prado 2638, San Borja

 InnomedicInternational

 innomedic_salud



MEPOL STORE
EQUIPOS GASTRONÓMICOS PROFESIONALES

2022

2º FERIA DE EQUIPAMIENTO GASTRONÓMICO

DEL **JUEVES 24** AL **SÁBADO 26**
DE **FEBRERO**

WWW.MEPOLSTORE.COM


REGÍSTRATE
AQUÍ

Calle Tambo Real 390, Chorrillos - Lima // 957 227 403 - 915 195 732



Soluciones para TI

PLATAFORMA FINTECH

Evolución Tecnológica

Desarrollamos plataformas web para productos financieros, adaptados a la medida de tu proyecto.

Te garantizamos una plataforma:



SEGURA



RÁPIDA



CONFIABLE



CONTÁCTANOS AL

CONTACTO@CRATI.COM.PE

WWW.CRATI.COM.PE

(+51) 933-766-440

Síguenos en LinkedIn
Escanea el código!



Tu socio en el negocio

Tranforma tu negocio, lleva tu empresa a la nube.



Te ofrecemos distintas soluciones, desde sistemas de ciberseguridad hasta softwares innovadores que impulsan tu negocio al éxito.

Contáctanos al:
955 202 785

@eximio Peru



Línea de **ARTEFACTOS** IDEALES para tu hogar

COCINAS - CAMPANAS
HORNOS - REFRIGERADORAS
LAVADORAS - SECADORAS
TERMAS

Contáctanos
 977 611 634

aghaso
vivamos mejor



RECORDANDO A MÓNICA WATSON ARAMBURÚ (1958-2022)

Perucámaras y la CCL destacan su dedicación, vocación de servicio, experiencia y trabajo en favor del desarrollo empresarial de las regiones del país.

El pasado lunes 31 de enero falleció a los 63 años Mónica Watson Aramburú, quien fue gerente general de la Cámara Nacional de Comercio, Producción, Servicios y Turismo (Perucámaras) durante 17 años.

Mónica Watson tuvo una trayectoria impecable en Perucámaras, trabajando con los distintos presidentes del gremio, impulsando la capacitación de las cámaras regionales, canalizando con compromiso y esfuerzo los recursos de la cooperación internacional.

El destacado optimismo de Mónica Watson y su compromiso con las cámaras regionales se evidenció en su labor diseñando e implementando trabajos en favor de las Mipymes, ejecutando acciones a través del Programa AL-Invest IV y AL-Invest 5.0 y con el apoyo de la Cooperación Internacional de la Comisión Europea en Latinoamérica.

Asimismo, canalizó diversas iniciativas como de la Secretaría de Estado de Asuntos Económicos de Suiza (SECO), para el Programa SIPPO; y el Corporación Financiera Internacional (IFC, por sus siglas en inglés) del Banco Mundial; para implementar en las empresas de las regiones a través de las respectivas cámaras de comercio con programas de gobierno corporativo.

Durante su liderazgo, Perucámaras coordinó e implementó el programa e-Compras de las Pymes en cuatro regiones, y el Proyecto CRECER de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID, por sus siglas en inglés), para la

(MTPE). Así, el gremio y el MTPE ejecutaron actividades conjuntas orientadas a fortalecer, promover y difundir el desarrollo del sector productivo en Huánuco, Tacna, Arequipa, Cajamarca e Ica.

Mónica Watson siempre mantuvo el profesionalismo durante toda su

vida, ocupando importantes cargos como asesora de prensa en el Ministerio de Relaciones Exteriores y responsable de la organización de los Centros Internacionales de Prensa en trascendentales eventos como la asamblea Democrática Interamericana de la Organización de los Estados Americanos (OEA) y la XI Cumbre Iberoamericana en el 2001, con la visita oficial del entonces presidente de los Estados Unidos de América, Sr. George W. Bush, entre otros.

Fue socia mayoritaria y gerente general de Watson Consultores & Servicios SAC, compañía que brinda seminarios, capacitaciones y asistencias técnicas para el empresariado regional.

Perucámaras y la Cámara de Comercio de Lima (CCL) destacan la dedicación, vocación de servicio, experiencia y trabajo de Mónica Watson Aramburú en favor del desarrollo empresarial de las regiones del país, así como su contribución al fortalecimiento de las organizaciones empresariales, y brindan sus más sinceras condolencias a los familiares y amigos.



organización de talleres y seminarios en 14 regiones durante la negociación del TLC con EE.UU., en el 2004.

De igual manera, Mónica Watson, como representante de Perucámaras, suscribió un Acuerdo de Cooperación Interinstitucional con el Programa Nacional de Promoción de la Responsabilidad Social Empresarial (Perú Responsable) del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

Tu compra
virtual con un
asesor en vivo

PRODUCTOS
TECNOLÓGICOS



www.grupodbc.com

OPORTUNIDAD INVIERTE en ORLANDO desde LIMA

**EMBASSY
SUITES**
by Hilton[®]
Orlando Sunset Walk

Apartamentos nuevos desde
\$ 250,000
sepárelo con **10%** y pague durante
la construcción.

Pague **40%** durante la construcción
financiación **60%**
valorización y renta en dólares.
DISFRÚTELO CUANDO QUIERA



MIAMI REALTY
NETWORK
PERÚ

OFICINA EN LIMA, PERÚ

C. Dean Valdivia 158, San Isidro 15046, Perú
979 289 448 / 711-8280
merylla@miamirealtynetwork.com
www.miamirealtynetwork.com

REUNIONES PRIVADAS DE NEGOCIOS TODOS LOS DIAS

SEPARA
SU CITA

**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

IDEXCAM
Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior

BIENVENIDOS NUEVOS ASOCIADOS

La Cámara de Comercio de Lima da la bienvenida a sus nuevos asociados, quienes se han incorporado recientemente, expresándoles su compromiso de apoyarlos en la consolidación de su desarrollo empresarial.

ENERO 2022

A & P Servicios Y Soluciones Integrales E.I.R.L.
 Acevedo Consultoría E.I.R.L.
 Alex Tarazona Escobar
 All Pack S.A.C.
 Ampuero Paz Maria Estefanía
 Angaman S.A.C.
 Aridel Consulting & Company E.I.R.L.
 Arroyo Huaranga José Luis
 Asoc. Per. De Cienc. Jurídicas Y Concil.
 Asociación Montessori Internacional Perú
 Bazo Wiese Carla Rubí
 Bernal Guerrero Gerardo
 Centralize S.A.C.
 Centro De Formación Latinoamericana S.A.C.
 Cermeño Aroni Edin David
 Chandrika S.A.C.
 Chavez Cuyubamba Ada

Susana
 Chavez Melgarejo Ghureth
 Debora
 Chavez Trejo Cesar Enrique
 Cizmaj Servicios Generales S.A.C.
 Clínica De Ojos Visión Global S.A.C.
 Compañía Leader In Mechanic Industrial S.A.C.
 Conar Movimiento De Tierras S.A.C.
 Condori Cayro Teófilo
 Augusto
 Consorcio Multiservicios En General Brymar E.I.R.L.
 Construction & Dispute Resolution Consulting S.R.L.
 Constructora Guzman & Asociados S.A.C.
 Corporación Mendoza S.A.C.
 Corporación Perú Sustentable S.A.C.
 Corporación Peruana De

Centros Médicos S.A.C.
 Corven Group E.I.R.L.
 Cromisur S.A.C.
 Custodio Loyola Saraí Julia
 Cxsolutions S.A.C.
 Díaz León Carmen Rosa
 Diecam Inversiones S.A.C.
 Dimarza S.A.C.
 Dimel Ingeniería S.A.
 Sucursal Perú
 Dirigiendo S.A.C.
 Dohwa Engineering Co. Ltd.
 Sucursal Del Perú
 Droguería Alemana S.A.C.
 Ebals Consultores S.A.C.
 El Mundo De Las Pizarras E.I.R.L.
 Empresa De Transportes Y Turismo Raraz S.A.C.
 Encuestop Llc
 Enfoque Foods Consultores E.I.R.L.
 Envase Sur E.I.R.L.
 Escuela Integral De Especialización Profesional S.A.C.
 Estudio Contable Marines & Asociados S.A.C.
 Estudio Jurídico Legalium & Asociados S.A.C.
 Exxa Consulting S.A.C.
 F & S Pharma E.I.R.L.
 Fa Ingenieros S.A.C.
 Fitmarket S.A.C.
 Fito Export S.A.C.
 Flora Peruana E.I.R.L.
 G & T Mundo Textil S.A.C.
 García Fernández Evelyn
 Garro Stucchi S.A.C.
 Gi Coronado Operadores De Justicia S.A.C.
 Global Security Men S.A.C.
 Global Solution Partners E.I.R.L.
 Grupo D'mateo S.A.C.
 Grupo Industrial Maíz Picota S.A.C.
 Grupo Syspel S.A.C.
 Hernández Asesores Empresariales S.A.C.
 Incodecta Perú S.A.C.
 Industrias Kael S.A.C.
 Industrias Mecánica Aquino E.I.R.L.
 Industrias Saviagro S.A.C.
 Inmobiliaria 21 S.A.C.
 Insales S.A.C.
 Instituto Logos S.A.C.

Inter Impex S.A.C.
 Interlat Sucursal Del Perú
 International Company Education S.A.C.
 Inversiones Karlovac S.A.C.
 Inversiones Urbanas Comuco S.A.C.
 Inversiones Y Servicios Generales Fretel E.I.R.L.
 Iscon Asociados S.A.C.
 Itera S.A.C.
 J & G Multiple General Services S.A.C.
 J & N Electroinversiones S.A.C.
 Jadal Software S.A.C.
 Jan Amos Komensky S.A.C.
 Jkc Integral Business E.I.R.L.
 Jtm Corredores De Seguros S.A.C.
 Lago & Alva Inmobiliaria S.A.C.
 Legalia S.A.
 Librerías Crisol S.A.C.
 Lima Airport Partners S.R.L.
 Limms Construcciones S.A.C.
 Magic Dynasty International Club S.A.C.
 Malasquez Castillo Santos Javier
 Matos Ynga Rufa Graciela
 Metrópolis Soluciones Logísticas S.A.C.
 Miking Llc
 Monje Sampen Juan Carlos
 Montero Portocarrero Elio Raphael
 Montessori Materials Perú E.I.R.L.
 Myh Express S.A.C.
 N & P Forest Wood Work S.R.L.
 Namisoft S.A.C.
 Novamedical Corporation S.A.C.
 Officecore Perú S.A.C.
 Olazabal Vera Laura Daisy
 Oxerva S.R.L.
 Pablo Gsm E.I.R.L.
 Panesi & Asociados S.A.C.
 Parihura Romero Cosme Rodolfo
 Pignus Perú S.A.C.
 Ponce León Maria Del Carmen
 Primeros En Investigación
 Primeros En Seguridad S.A.C.



STARSOFT
ERP HÍBRIDO

Procesamiento en RED LOCAL
 Procesamiento en la NUBE
 Procesamiento MÓVIL

El ERP STARSOFT versión GOLD es un software HÍBRIDO, que permite el procesamiento simultáneo en REDES LOCALES, en la NUBE y con equipos MÓVILES.

Contáctenos para una Demostración Virtual
 940 267 189 / 989 068 939
 562-3647
 ventas@starsoft.com.pe
 www.starsoft.com.pe
STARSOFT

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**
REGISTRADOS EN SUPERINTENDENCIA DE BANCAS

 **Fintech**
Perú



V&R INGENIEROS

Construyendo el Futuro

Somos una empresa consultora y constructora que tiene como objetivo brindar soluciones integrales innovadoras, ingeniería, arquitectura y reforzamientos estructurales, así como obras a nivel privado, contratista directo y subcontratista.



/VR-Ingenieros-Construyendo-El-Futuro



+51 950 708 853

» NUESTROS SERVICIOS «



**DISEÑAMOS Y
CONSTRUIMOS
TU CASA**



**CONSTRUCCIÓN,
DISEÑO Y DESARROLLO
DE PROYECTOS**



**CONSULTA TUS
PROYECTOS CON
NOSOTROS**

“**Obtén tu casa
soñada**”

- Construcción de Edificios
- Construcción de Plantas Industriales
- Demoliciones y Remodelaciones
- Infraestructura Viales y Transporte
- Consultoría de Proyectos Integrales

“**Obtén gratis la
realización de tus
planos**”



Dirección: Av. Venezuela 2320
Distrito de José Leonardo Ortiz -
Chiclayo - Lambayeque



+51 950 708 853



jacope_31@hotmail.com