

La Cámara

REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

ALIANZA DEL PACÍFICO

Avances, beneficios y retos



HIRAOKA

EMPRESA PERUANA SÍMBOLO DE BUENA CALIDAD Y GARANTÍA



DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER

Conmemora tu día con
orgullo porque eres una
combinación perfecta
entre fortaleza y valentía.

Tienda Lima

📍 Av. Abancay 594
🕒 Lun - Sáb: 10am - 8pm
Dom: 10:30am - 7pm
☎ 01 - 3118200
✉ ventas_lima@hiraoka.com.pe



Tienda Miraflores

📍 Av. Petit Thouars 5273
🕒 Lun - Sáb: 10am - 8pm
Dom: 10:30am - 7pm
☎ 01 - 2136800
✉ miraflores@hiraoka.com.pe



Tienda San Miguel

📍 Av. La Marina 2650
🕒 Lun - Sáb: 10am - 8pm
Dom: 10:30am - 7pm
☎ 01 - 4171000
✉ san_miguel@hiraoka.com.pe



Tienda Independencia

📍 Av. Carlos Izaguirre 126
🕒 Lun - Sáb: 10am - 8pm
Dom: 10:30am - 7pm
☎ 01 - 5117700
✉ independencia@hiraoka.com.pe



🌐 www.hiraoka.com.pe

🎧 Servicio al cliente:
Lun - Sáb: 9am - 6pm / Dom: 10am - 5pm

HIRAOKA.com.pe

es garantía



SOMOS MÁS

CONSEJO DIRECTIVO 2022-2023

PRESIDENTE

Dra. Rosa Bueno de Lercari

PRIMER VICEPRESIDENTE

Sr. Jorge Guillermo von Wedemeyer Knigge

TESORERA

Sra. María Del Rocío Lockett Zamalloa

VOCALES

Sr. José Antonio Damián Payet Puccio
Sra. Adriana Carmen Giudice Alva
Sra. Erika Patricia Elena Caverio Paz
Sr. Roberto Eudoro Hoyle Mc Callum

PAST PRESIDENT

Sr. Peter Bernhard Anders Moores

DIRECTORES

Sr. Andrés Jaime J. Crosby Robinson
Sr. César Arturo Field Burgos
Sr. Omar James Neyra Colchado
Sr. Eduardo J. Escardo de la Fuente
Sr. Eduardo José Laos De Lama
Sr. Enrique Sandro Stapleton Ponce
Sr. Eric Carl Siekmann Quevedo
Sr. Hansel Arturo Bieberach Ugaz
Sr. Raúl Barrios Fernández Concha
Sr. Jaime Johnny García Huapaya
Sr. Javier José E. Ugarte Taboada
Sr. Joaquín Otero Sahurie
Sr. Jorge Carlos Lira De Las Casas
Sr. Jorge Gregorio Bohorquez De Los Rios
Sra. Leslie Dina Passalacqua Walter
Sr. Mauro Pineda Supo
Sr. Oscar Vásquez Nieva
Sr. Rodolfo Ojeda Medina
Sr. Rubén Alex Carrasco De Lama
Sra. Sylvia Liliana Grant Gonzales

GERENTE GENERAL

Ing. José Rosas Bernedo

DIRECTOR INSTITUCIONAL

Dr. Carlos Posada Ugaz

Como era de esperarse el Perú no creció lo suficiente en el 2022 y esta tendencia se mantiene para este año. Recientemente el Instituto Nacional de Estadística (INEI) informó que la economía peruana cerró en 2022 con un crecimiento anual de 2,68 por ciento. Esta cifra es menor a la proyectada por el Ministerio de Economía y Finanzas, que esperaba un crecimiento entre 2,7 y 3 por ciento, cercano a las proyecciones del Banco Central de Reserva (BCR), de 2,9 por ciento. Para este año, las expectativas de crecimiento, de las citadas instituciones, se vienen ajustando a la baja.

La economía peruana no retoma el impulso de crecimiento. La pandemia y la crisis internacional desnudaron nuestras debilidades. Pese al crecimiento de las últimas décadas los ciudadanos no contamos con servicios de salud ni educación de calidad. La pobreza ha vuelto a ganar terreno y alcanza nuevamente al 30 por ciento de la población. Ello, unido a la permanente crisis política y falta de gobernabilidad, han generado las condiciones necesarias para que el descontento ciudadano se traduzca en las protestas recientes que paralizaron la economía. Estas protestas, según el Instituto de Estudios Económicos IEDEP de la Cámara de Comercio de Lima, entre el 9 de enero y 6 de febrero pasado han generado pérdidas en las regiones convulsionadas, de 6,168 millones de soles en ventas no realizadas.

Actualmente las protestas están menguando, esto no significa, ni por asomo, que los problemas políticos y los reclamos ciudadanos se estén solucionando. Esta situación exige que las autoridades del ejecutivo y el congreso escuchen con atención los reclamos e interpreten de manera adecuada las encuestas que se vienen realizando. Según la última encuesta de IPSOS, si bien un porcentaje mayoritario de peruanos quiere un adelanto de elecciones y se identifican en mayor o menor medida con los otros reclamos ciudadanos, el 90 por ciento de los encuestados no participó en las manifestaciones y la gran mayoría no comulga con el vandalismo. En efecto, el 77, 85 y 88 por ciento de las personas consultadas no justifican el bloqueo de carreteras, la toma de aeropuertos o la quema de sedes públicas.

La encuesta señala que, a nivel nacional, los peruanos creen que los temas por priorizar durante este año son la lucha contra la delincuencia (53 por ciento), la corrupción (49 por ciento), mejora del sistema de salud (42 por ciento), educativo (38 por ciento) y generación de empleo (35 por ciento). Si bien los problemas políticos y los que afectan la democracia son importantes para la gran mayoría de los peruanos, y eso enciende la calle, estas últimas cifras revelan el interés de los peruanos por temas estructurales que buscan el desarrollo.

En este contexto, es importante destacar el anuncio del Gobierno, sobre el “shock de destrabe” de proyectos de infraestructura, en el marco del plan de reactivación “Con Punche Perú”, ello generará empleo temporal. Se realizarán inversiones en turismo y agricultura, sectores seriamente afectados con las protestas. El sector privado tiene la responsabilidad de acompañar este esfuerzo, reactivando a su vez, la inversión privada, para generar empleo de calidad y dinamizar las actividades productivas de las Pymes.

Las encuestas recientes señalan que los peruanos no estamos satisfechos con la actuación de los políticos y entendemos los justos reclamos de las poblaciones excluidas, sin embargo, somos más los que apostamos por la paz y el progreso y no creemos que la forma de solucionar nuestros problemas es a través de protestas y manifestaciones políticas, que más que ayudar, ahondan nuestras diferencias. Somos más los que queremos trabajar para generar el crecimiento necesario para hacer retroceder nuevamente a la pobreza en nuestro país.



Dra. Rosa Bueno de Lercari

Presidenta de la Cámara de Comercio de Lima

ÍNDICE



PÁGINA 12

INFORME ESPECIAL

“ALIANZA DEL PACÍFICO ES DE ALTA PRIORIDAD PARA EL PERÚ”



PÁGINA 18

CONVENIOS PARA EVITAR LA DOBLE IMPOSICIÓN TRIBUTARIA



PÁGINA 24

NUÉVAS TENDENCIAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

PÁGINA 5

ACCIÓN GREMIAL

GESTIONES EN DEFENSA DE TU EMPRESA

PÁGINA 28

ENTREVISTA

“EMPRESAS PONEN EN JUEGO SU REPUTACIÓN SI NO APUESTAN POR RESPONSABILIDAD SOCIAL”

GESTIÓN TV

CONSULTORIO DE NEGOCIOS

¿CÓMO SOLUCIONAR LA FALTA DE INFRAESTRUCTURA ESCOLAR?

EL director del gremio de Educación de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Juan Lazarte, señala las opciones para solucionar la falta de infraestructura escolar.



TWITTER | TRENDING TOPICS



Cámara de Comercio de Lima

“Somos más los que queremos trabajar para generar el crecimiento necesario para hacer retroceder nuevamente a la pobreza en nuestro país”.

@camaradelima

PRESIDENTE DEL COMITÉ EDITORIAL
Bernardo Furman Wolf

DIRECTOR
Carlos Posada Ugaz

JEFA DE PRENSA E IMAGEN
Carmen Anaya Valer

COORDINADORA
Mitha Trigos López

EDITOR
Fernando Chevarría León

EDITORIA DIGITAL
Laura Vásquez Torres

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
Ricardo Angelats Corzo
Julissa Donayre Sarango
John Narciso Velásquez
Lacye Vasquez Chavez
Milagros Tuesta Montero

Publicidad: publicidad@camaralima.org.pe

NUÉSTRAS 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.

GESTIONES DE LA CCL EN DEFENSA DE TU EMPRESA

(Realizadas entre noviembre del 2022 y febrero del 2023)

CCL asume la Presidencia del CEAP

La presidenta de la Cámara de Comercio de Lima, Rosa Bueno de Lercari, asumió la Presidencia Pro Tempore del Consejo Empresarial de la Alianza de Pacífico (AP) y del Capítulo Perú para el periodo 2023-2024. En su discurso, la titular del gremio empresarial señaló que el CEAP seguirá impulsando los temas de las pequeñas y medianas empresas (pymes), economía circular, industria 4.0, infraestructura, agenda digital, cooperación regulatoria, educación, entre otros. Asimismo, resaltó que el CEAP ya tiene sus grupos de trabajo establecidos y que trabajan de manera coordinada a nivel de grupos técnicos, comités y subcomités correspondientes en cada uno de los gobiernos de la AP. “Estamos convencidos de que, desde el CEAP, podemos impulsar otros temas con miras a dinamizar la agenda subregional, pero, sobre todo, para lograr avances en beneficio de los ciudadanos de los cuatro países, contribuyendo al desarrollo y mejorando la calidad de vida, con especial énfasis en los jóvenes, mujeres y pymes”, destacó.

Respaldo a promoción e implementación de proyectos

La CCL, a través de su Gremio de Construcción e Ingeniería, expresó su respaldo al Proyecto de Ley N.º 3273-2022-PE, sobre promoción e implementación de los proyectos priorizados en el Plan Nacional de Infraestructura Sostenible para la Competitividad (PNISC). No obstante, señaló que existe preocupación en relación con la asignación del presupuesto para la ejecución de estos proyectos, debido a que, de acuerdo con la Ley de Presupuesto de la República 2023, de los 72 proyectos priorizados en el PNISC, solo se está considerando asignación presupuestal para poco menos de 30 de estos. De igual forma, la CCL advirtió que resulta preocupante que se haya modificado la cartera de proyectos, al retirar de esta lista a los que no han sido culminados.

Apoyo a regímenes especiales de depreciación

La CCL manifiesta su respaldo al Proyecto de Ley N.º 3155/2022-PE, que establece regímenes especiales de depreciación a edificios, construcciones y vehículos eléctricos (híbridos) que podrían ser utilizados por los contribuyentes del Régimen General del Impuesto a la Renta. El proyecto en mención eleva la tasa de depreciación anual máxima del 20% al 33,3% para el caso de edificios y construcciones. También mantiene una tasa de depreciación máxima de 50% para vehículos eléctricos. En esa línea, la CCL recomendó que el proyecto alcance a las mypes sujetas a su régimen tributario, y que incluya a las edificaciones y construcciones, así como a las adquisiciones de vehículos eléctricos iniciadas o adquiridas en el 2022. Finalmente, indicó que es recomendable ampliar el alcance del proyecto a los equipos de procesamiento de datos, con una tasa máxima de depreciación anual del 50%.

**CCL integrante del
Consejo Consultivo de
Alliance for Integrity**

En diciembre del 2022, se instaló el Consejo Consultivo en el Perú de Alliance for Integrity, iniciativa global promovida por el sector empresarial y el Gobierno Alemán, que busca promover la integridad entre las empresas, sus socios comerciales y otros actores en el sistema económico. En esa línea, se designó como integrante del mencionado Consejo Consultivo a la presidenta de la CCL, Rosa Bueno de Lercari, en representación de nuestra institución empresarial. El Consejo Consultivo en el Perú está integrado por siete representantes del sector empresarial, gremios, sociedad civil y academia, dedicados a promover la integridad y la lucha contra la corrupción. Cabe señalar que Alliance for Integrity constituye una plataforma que permite generar oportunidades de implementación de medidas de acciones desde el sector empresarial, para contribuir en la lucha contra la corrupción y la promoción de la integridad.

**Apoya al Poder
Ejecutivo para que
legisle**

La CCL expresó su postura a favor sobre el Proyecto de Ley N.º 03941-222-PE, que propone delegar en el Poder Ejecutivo la facultad de legislar, en materia de Reactivación Económica y Modernización de la Gestión del Estado, por un plazo de 90 días, en los siguientes ejes: inversión pública, gestión económica, tributación, contratación pública y modernización de la gestión del Estado. Sin embargo, la CCL solicita que la Ley de Delegación especifique, de manera expresa, que para efectos de la formulación y promulgación de las normas sobre las cuales se les ha autorizado legislar, el Ejecutivo deba cumplir con la obligación de aplicar el Análisis de Impacto Regulatorio, a fin de garantizar una gestión política eficaz y transparente.

**A favor de modificación
de Impuesto a la Renta**

La CCL expresó su opinión favorable al Proyecto de Ley N.º 3838-2022-PE, que busca modificar dos artículos de la Ley del Impuesto a la Renta: el artículo 26, referido a la presunción de intereses de préstamos, a fin de establecer que, en préstamos de moneda extranjera, la tasa de interés presunta no pueda ser inferior a la tasa activa de mercado en moneda extranjera (TAMEX); y el artículo 37, referido a la deducción como gasto de las remuneraciones de los directores de sociedades anónimas, para incluir como requisito de procedencia de la deducción que tales remuneraciones sean pagadas dentro del plazo establecido por el reglamento y que los gastos por remuneraciones de los directores, que no hayan sido reducidos en el tiempo que corresponde, puedan ser reducibles en el ejercicio en que se paguen. Al respecto, la CCL señala que ambas modificaciones son positivas y coherentes. Además, sostiene que la primera es necesaria debido a que orienta el valor de mercado más cercano a la realidad de las operaciones de crédito, al crear un escenario favorable para los contribuyentes. La CCL resaltó que la entrada en vigencia del mencionado proyecto de ley debería darse a partir del ejercicio 2024, ya que el Impuesto a la Renta es un tributo de periodicidad anual.

**En contra de otorgar
competencias**

La CCL expresó su opinión en contra del Proyecto de Ley N.º 3734/2022-CR, debido a que esta norma permitía trasladar a las municipalidades funciones y competencias de Indecopi, lo que puede propiciar duplicidad de funciones que afectarían a proveedores y consumidores. Además, el alcance de las competencias de las municipalidades no está orientado a la fiscalización en materia de protección de derechos al consumidor. Por ello, para la CCL, todo esto generaría confusión en los ciudadanos y los propios funcionarios municipales.



Te ayudamos a incrementar tus ventas.

Emprendedor, descubre lo
que tu marca puede lograr
con nuestros paquetes
hechos a medida.

GRUP  RPP

Conoce más en:

impulsatumarca.pe



LOS NÚMEROS DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO

El bloque conformado por Colombia, Chile, México y Perú constituye la octava potencia económica a nivel mundial. Apuntalar su desarrollo conllevará a una mejora sustancial de vida de sus ciudadanos. No obstante, para lograrlo existen grandes retos por delante.



Instituto de Economía y
Desarrollo Empresarial - CCL

La Alianza del Pacífico (AP), conformada por Chile, Colombia, México y Perú, nació en abril del 2011, y se constituyó como un área de integración regional con objetivos claros, como lograr la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas, e impulsar un mayor crecimiento y competitividad de sus economías. De esta manera, se transformó en una plataforma de articulación política y de integración económica y comercial.

En la actualidad, la AP cuenta con 63 Estados observadores, de los cuales 14 son de América, 2 son de África, 13 de Asia, 32 de Europa y 2 de Oceanía. Estos países comparten los principios y objetivos establecidos en el Acuerdo Marco de la AP. Asimismo, la alianza firmó un acuerdo de libre comercio (TLC) con Singapur, que se convirtió en el primer Estado asociado al bloque. Además, se están negociando tratados similares con Corea del Sur, Australia, Canadá y Nueva Zelanda.

IMPORTANCIA DE LA AP

En el 2022, la AP alcanzó un PBI conjunto de US\$ 2.318 miles de millones, lo que representa el 36,5% del PBI de América Latina y el Caribe (LATAMC) y el 2,3% de la economía mundial. En términos de tamaño de mercado, la población conjunta de los cuatro países de la AP asciende a 235,8 millones y representa el 3,1% de la población mundial, con un PBI per cápita promedio de US\$18.121 (a

paridad de poder de compra - ppc). Cabe señalar que la AP constituye la octava potencia económica y exportadora a nivel mundial. Además, sus países miembros ocuparon cuatro de las cinco posiciones mejor ranqueadas en el “Índice de Facilidad para hacer Negocios - Doing Business 2019”, del Banco Mundial.

INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN LA AP

En el 2020, la crisis sanitaria mundial afectó drásticamente los flujos de inversión extranjera directa (IED), los cuales se recuperaron en el 2021, pero aún sin llegar a los niveles prepandemia. Las estadísticas publicadas por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) indican que, en el 2021 versus el 2020, la IED hacia LATAMC y la AP creció en 40,7% y 34,9%, respectivamente. LATAMC recibió capitales por US\$ 142.794 millones, de los cuales la AP captó el 46,1%. México es el país con mayor IED (23,4%), seguido de Chile (10,7%), Colombia (6,8%) y Perú (5,2%).

El flujo de IED percibido en el 2021 por la AP se concentró principalmente en servicios (54,8%), manufactura (23,2%) y recursos naturales (20,5%). En Chile, el sector servicios recibió un flujo de US\$ 9.636 millones y de US\$ 4.598 millones en recursos naturales.

A su vez, México captó US\$ 14.910 millones en servicios y US\$ 11.568 millones en manufactura. Por su parte, Colombia recibió US\$ 6.413 millones en servicios y US\$ 1.968 millones en recursos naturales. En el caso del Perú, no hay data al respecto.

Por su parte, la inversión de la AP en el exterior ascendió a US\$ 19.766 millones, tras crecer en 26,4% el 2021 respecto al 2020. Chile concentró el 73,1% de dicha inversión, seguido de Colombia con el 16,1%. Más rezagados figuran Perú y México, con 8,8% y 2%, respectivamente.

BRECHA DE INFRAESTRUCTURA

Un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) del 2021 estimó la necesidad de inversión en infraestructura en LATAMC hasta el 2030 para cumplir con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS). Al respecto, el BID señala que las estimaciones no implican el total cumplimiento de los ODS relacionados con la provisión de servicios de infraestructura, pero sí un importante avance.

Se incluyen en el estudio los sectores de Agua y Saneamiento, Electricidad, Transporte y Telecomunicaciones. Así, específicamente a nivel del bloque AP, se necesitan inversiones por US\$

ALIANZA DEL PACÍFICO Y LATAMC 2022

	AP	LATAMC
PBI (US\$ miles de millones)	2.318	5.734
Población (millones)	235,8	645,8
Ahorro privado (% del PBI)	18,9	19,0
Balance fiscal (% del PBI)	-2,9	-3,6
Deuda pública (% del PBI)	47,2	68,8

Fuente: FMI

Elaboración: IEDEP

762.068 millones, de los cuales el mayor aporte corresponde a México (51,7%), seguido de Colombia (22,2%), Perú (14,4%) y Chile (11,7%).

Si revisamos las cifras por sector, la mayor brecha está en Transporte (43,5%), seguido de Electricidad (27,3%), Agua y Saneamiento (15,9%) y Telecomunicaciones (13,3%).

En términos de esfuerzo de inversión, la brecha total representa el 32,9% del PBI de la AP. Se considera un nivel base, pues son necesarios montos adicionales para que los servicios de infraestructura sean más sostenibles. En un horizonte de 10 años, se estiman inversiones anuales equivalentes al 3,3% del PBI del bloque.

COMERCIO DE BIENES

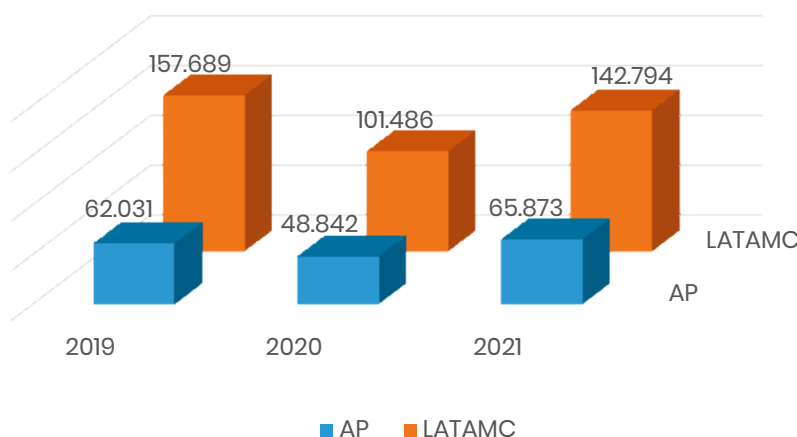
El intercambio regional del Perú, es decir, la suma de las exportaciones más las importaciones, con el resto del bloque AP, llegó a los US\$ 8.420 millones en el 2022, al ser nuestro país un importador neto. El saldo de la balanza comercial fue negativo en US\$ 982 y US\$ 670 millones en el 2021 y el 2022, respectivamente.

BLOQUE MÁS GLOBAL

Existe una visión estratégica de la AP para ser conformada por países con visiones afines de desarrollo y

IED: Alianza del Pacífico y LATAMC

(En millones de US\$)



Fuente: CEPAL

Elaboración: IEDEP

promotores del libre comercio, como factor que impulsa el crecimiento económico. A nivel microeconómico, los objetivos son impulsar los encadenamientos productivos, donde participen las pymes intensivas en mano de obra, y homologar estándares en lo referido a requisitos sanitarios y técnicos que agilicen el comercio.

Hacer que la AP esté más conectada requerirá usar todo el potencial de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), lo que

conlleva a trabajar conjuntamente en la pobreza, el cambio climático, los desastres naturales y la educación. En ese sentido, es sustancial mejorar la institucionalidad en cada país, de tal manera que se garantice la continuidad de una economía social de mercado. También debe haber mayor compromiso por elevar la productividad-competitividad, a fin de alcanzar más rentabilidad y tasas de crecimiento, lo que hará más atractivo al bloque económico.

BRECHA DE INFRAESTRUCTURA POR SECTOR Y PAÍS

(En millones de US\$)

	Agua y saneamiento	Electricidad	Transporte	Telecomunicaciones	Total
Chile	5.438	50.494	25.256	7.974	89.162
Colombia	28.978	41.065	79.878	19.123	169.044
México	65.621	99.086	174.735	54.303	393.745
Perú	20.901	17.354	51.603	20.259	110.117
Total	120.938	207.999	331.472	101.659	762.068

Fuente: BID

Elaboración: IEDEP

Estimados asociados:

Como parte del proceso electoral anual, regulado por los Estatutos de la Cámara de Comercio de Lima, y como acto inicial se ha conformado el Comité Electoral, órgano encargado de establecer las normas para el ejercicio del sufragio, vigilar y realizar el escrutinio. El proceso electivo culminará con la designación del nuevo Consejo Directivo para el periodo 2023-2024. Hacemos público el Cronograma General de Elecciones e invitamos a los asociados, según las condiciones estatutarias, a participar del acto electoral en sus comités gremiales y el día viernes 14 de abril del 2023 en la elección de directores por categorías, de 9:00 a.m. a 5:00 p.m.

Ricardo Fernando Jesús Alcázar Viacava
Presidente del Comité Electoral
Cámara de Comercio de Lima

CRONOGRAMA GENERAL DE ELECCIONES 2023 – PROCESO ELECTORAL

Nº	ACCIONES	FECHA
01	Aprobación del Cronograma General de Elecciones en Comité Ejecutivo para proponerlo al Consejo Directivo.	Miércoles 18.01.23
02	Aprobación en Consejo Directivo del Cronograma General de Elecciones.	Miércoles 25.01.23
03	Aprobación en Comité Ejecutivo de las propuestas de conformación del Comité Electoral.	Miércoles 08.02.23
04	Aprobación en Consejo Directivo de la conformación del Comité Electoral y convocatoria para su instalación.	Miércoles 15.02.23 ¹
05	Instalación del Comité Electoral.	Lunes 27.02.23
06	Fecha de inicio de presentación ante el Comité Electoral, de candidatos a Directores por categorías.	Lunes 06.03.23
07	Convocatoria a elecciones internas de Comités Gremiales.	Del lunes 13 al viernes 17 de marzo
08	Publicación de Aviso de Convocatoria de Asambleas Generales Ordinarias en medios de difusión de La Cámara.	Lunes 27.03.23 ²
09	Publicación de Aviso de Convocatoria de Asambleas Generales Ordinarias en "Diario Oficial El Peruano" y otro de mayor circulación.	Lunes 27.03.23 ³
10	Fecha límite para presentar candidatos a Directores por categorías y sus respectivos personeros.	Miércoles 05.04.23
11	Elecciones internas de Comités Gremiales.	Del lunes 3 al martes 11 de abril ⁴
12	Revisión de las actas de los Comités Gremiales por el Comité Electoral.	Del miércoles 12 al jueves 13 de abril
13	Primera Asamblea General Ordinaria- Elecciones de Directores por categorías.	Viernes 14.04.23 ⁵
14	Segunda Asamblea General Ordinaria - Memoria, Estados Financieros y Juramentación del nuevo Consejo Directivo.	Jueves 20.04.23 ⁶

¹Art. 35° del Estatuto: Consejo Directivo elige al Comité Electoral en la 3ra. semana de febrero. / ²Art. 21° del Estatuto: Convocatoria mínimo 5 días calendario antes de la fecha de asamblea. / ³Art. 21° del Estatuto: Convocatoria mínimo 5 días calendario antes de la fecha de asamblea. / ⁴Art. 67° del Estatuto: Comités se reúnen en la primera quincena de abril (se entiende antes de la fecha de la elección por categorías) / ⁵Art. 16° del Estatuto: 1ra. Asamblea debe ser convocada en la primera quincena de abril. / ⁶Art. 16° del Estatuto: 2da. asamblea debe ser convocada en la segunda quincena de abril.

ism 35
AÑOS



**DAR TODO NUESTRO
ESPÍRITU EMPRENDEDOR PARA
ALIMENTAR UN FUTURO PRÓSPERO**



www.group-ism.com

“ALIANZA DEL PACÍFICO ES DE ALTA PRIORIDAD PARA EL PERÚ”

La agenda 2023 de nuestro país en la Presidencia Pro Tempore de la Alianza del Pacífico (AP) se basa en cuatro pilares: innovación, sostenibilidad, pymes y género.

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

Muchos han sido los logros obtenidos por la Alianza del Pacífico (AP), integrada por Perú, Chile, Colombia y México, en estos 11 años de existencia. Entre estos, la entrada en vigor del protocolo comercial, que permitió hasta la fecha la liberalización de un 99% del comercio, y la implementación de las Ventanillas Únicas de Comercio Exterior (VUCE).

Asimismo, la formación de redes para el ecosistema de innovación, las ediciones anuales de macrorruedas de negocios para las pymes, la aprobación en el 2020 de la hoja de ruta para el mercado digital regional y la reciente incorporación de Singapur como Estado asociado. ¿Pero cuáles son los desafíos del bloque?

DESAFÍOS

El asesor de la Presidencia Ejecutiva de Promperú, Mario Ocharan, señala que los principales desafíos que tiene la AP, bajo la Presidencia Pro Tempore del Perú, son incrementar el comercio intraalianza, y aumentar el uso del protocolo comercial de la AP, ya que, según un estudio realizado en el 2022, se identificó que solo el 10% del comercio intrarregional se realiza a través de este protocolo.

Otro desafío es aumentar la participación del sector privado, y el rol del Consejo Empresarial de la AP (CEAP), dado que los empresarios son los principales beneficiarios. Es importante promover una mayor



participación de las pequeñas y medianas empresas (pymes). Hay más de 9.000 empresas peruanas que exportan al año, de las cuales 3.100 mipymes realizaron envíos a la AP el 2022.

“El comercio entre los cuatro países de la AP es aún muy bajo. El intercambio comercial (exportaciones e importaciones) supera los US\$ 1.300 mil millones. Tenemos un techo muy alto para seguir incrementando el uso del protocolo comercial, aumentar los flujos de negocios y la participación de las pymes”, afirma.

Asimismo, es necesario hacer más tangible la relación entre los 61 países observadores y culminar las negociaciones con los candidatos a Estados asociados. “Singapur ya es miembro adherente, pero faltan Canadá, Nueva Zelanda, Australia,

Costa Rica y Ecuador. Nos falta cerrar estas incorporaciones. En cuanto a Ecuador, todavía falta que cierre el acuerdo comercial con México”.

En este sentido, Ocharan insta a los gobiernos de la Alianza del Pacífico a realizar todos los esfuerzos para fortalecer los pilares del proceso de integración establecidos en el Acuerdo Marco que se puso en vigor desde junio del 2015 y del protocolo comercial que actualmente ha liberado el 99% de gravámenes en forma común del universo arancelario.

“El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) y la Cancillería del Perú están trabajando para impulsar la AP porque este bloque es de alta prioridad para el Gobierno peruano. Por ello, se promoverá una sesión plenaria de los cuatro capítulos del Consejo Empresarial para informar

las acciones que se realizarán, especialmente con las pymes”, asevera.

LA AGENDA

Ocharan afirma que la agenda 2023 del Perú en la Presidencia Pro Tempore se basa en cuatro pilares: innovación y digitalización, sostenibilidad y economía circular, pymes, y temas de género. “Estos son los cuatro pilares del sector empresarial y del Gobierno peruano, que vamos a impulsar en el marco de nuestra Presidencia Pro Tempore”.

A lo largo del año, se realizarán una serie de actividades, como una macrorrueda de negocios, Lab 4, Foro de Inversiones en Nueva York, la Cumbre Empresarial a fines de año, donde los empresarios junto con los gobiernos harán un balance del 2023 y la planificación del 2024, para entregar la presidencia a Chile.

Además, se viene desarrollando un programa de licitaciones con organismos multilaterales para pymes de servicios, un hackatón para pymes lideradas por mujeres, un programa de innovación para *startups*, una misión de innovación a España y otra a Israel, y un proyecto de empresas 4.0.

EXPORTACIONES

Ocharan resalta que en el 2022 se obtuvieron importantes resultados para las exportaciones del Perú hacia la AP, ya que registraron un crecimiento de 21%, hasta alcanzar los US\$ 3.874 millones. Chile fue nuestro

“3.153 EMPRESAS PERUANAS EXPORTAN A LA AP, DE LAS CUALES 3.083 SON MIPYMES”.

Mario Ocharan
Asesor de la Presidencia
Ejecutiva de Promperú



principal socio comercial, ya que captó más del 51% de nuestros envíos al bloque, seguido de Colombia (27%) y México (22%). Las exportaciones peruanas a la AP son mayormente del sector no minero energético, es decir, son exportaciones agrícolas, y de los sectores manufactureros como químico, sidero-metalúrgico y textiles. Estos sectores representan el 60% de las exportaciones al bloque. Los principales productos son uvas frescas, café, paltas, aceite de palma, páprika, neumáticos, galletas y dulces.

Es importante destacar que 3.153 empresas peruanas exportan a la AP, de las cuales 3.083 son mipymes, y un 83% de estas empresas son del interior del país.

IMPORTANCIA DE LA AP

Por su parte, el *past president* de la Asociación de Exportadores (ADEX) Erik Fischer sostiene que la Alianza del

Pacífico es un proceso de integración que tiende a buscar la profundización de las relaciones comerciales y el desarrollo económico de los países miembros, entendiendo que estos son líderes en integración y apertura comercial.

“Este bloque no solo es relevante para nuestros países, sino por todo lo que representa, por su posición geopolítica y sus recursos. La AP debería estar enmarcada con el éxito por los países que la conforman y nuestra capacidad de integrar a otros como Canadá. Singapur ya es socio adherente, y esperamos que Ecuador y Costa Rica también lo sean”, asevera.

Fischer afirma que el hecho de que el Perú tenga la Presidencia Pro Tempore de la AP nos permite liderar el bloque y tener mayor influencia en las decisiones, porque muchas de las propuestas de los empresarios terminarán en políticas de gobierno, que se convertirán en políticas homogéneas en los cuatro países.

Resalta que el CEAP es una institución espejo de los gobiernos del bloque, donde los empresarios articulan con los gobiernos para impulsar las iniciativas, políticas y mejoras. “El Perú tiene un equipo muy potente y con la Secretaría Pro Tempore tenemos la combinación perfecta para ayudar a dinamizar y reactivar los grupos de trabajo, reactivar el liderazgo, y dar visibilidad a nuestras propuestas y a nuestro país”, concluye.

“ESTE BLOQUE NO SOLO ES RELEVANTE PARA NUESTROS PAÍSES, SINO POR TODO LO QUE REPRESENTA”.

Erik Fischer
past president de ADEX



Conoce los servicios especializados que tenemos para tu empresa



ÚNETE A LA RED DE CONTACTOS MÁS GRANDE DEL PAÍS

➤ Más de 15 mil empresas ya son parte de la Cámara de Comercio de Lima ➤

SERVICIOS PARA SU EMPRESA:



OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

A través de Networking (Reuniones, encuentros, eventos y Ruedas de Negocios).



ASESORÍAS

Tributaria, Laboral, Societarias y de Comercio Exterior en forma permanente.



AMBIENTES EXCLUSIVOS

Para reuniones y actividades empresariales



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS

Con temas de interés y en ferias sectoriales.



INFORMACIÓN ESPECIALIZADA

En Comercio Exterior, Innovación, Empresas Familiares, Franquicias, Ventas al Estado, Registro Nacional de Protestos y Moras, y más.

Revista La Cámara, información coyuntural sobre el mundo empresarial en: www.lacamara.pe



CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

Participación de sus ejecutivos en Cursos, Diplomados, Talleres, Cursos Virtuales, así como Conferencias y Foros especializados.



PUBLICIDAD

Promoción de sus productos o servicios en nuestras plataformas de Exposición como Directorios Empresariales, Guías Especializadas y programas como: Ruta Pyme y CCL Digital.

MÁS INFORMACIÓN



 www.camaraclima.org.pe
 afiliaciones@camaraclima.org.pe

 955 225 965
 Av. Giuseppe Garibaldi N° 396
Jesús María

CCL CÁMARA
DE COMERCIO
LIMA
La Fuerza de los Empresarios



Organización
Panamericana
de la Salud



Organización
Mundial de la Salud
Américas



SERPECSA S.A.C.

Manejo integrado de plagas industriales, urbanas y vectoriales

Serpecsa es una organización dirigida por un equipo de profesionales en saneamiento ambiental, con experiencia en manejo integrado de control de plagas urbanas, industriales y vectoriales.

Nuestros Servicios

- ✓ Desinfección
- ✓ Desinsectación
- ✓ Desratización
- ✓ Control Aviar
- ✓ Limpieza y desinfección de tanques y cisternas de agua
- ✓ Limpieza integral de oficinas e industria.



Escribenos
luig@serpecsa.com



Llámanos
964884663



Visítanos
<http://serpecsa.com/>



**Alianza del
Pacífico**

Hitos de la Alianza del Pacífico

La Alianza del Pacífico (AP), bloque conformado por Perú, Colombia, Chile y México, se caracteriza por ser profunda, que busca avanzar de manera progresiva hacia la libre circulación de bienes y servicios entre los países miembros. En el 2012, se dio la firma del Acuerdo Marco de la AP. Con este documento se estableció la legalidad y estructura jurídica necesaria para presentarse como un espacio de integración económica que ofrece a sus ciudadanos un marco jurídico previsible para el correcto desarrollo del comercio internacional.



el Pacífico

creó para establecer un área de integración
es, servicios, capitales y personas entre sus
ento formal se otorgó al bloque la institucio-
ación económica, política y comercial que
comercio y la inversión.

Protocolo Comercial de la AP.
n el 92% de las partidas
e los cuatro países.

undo Protocolo
protocolo Comercial

isas de turismo y
a nacionales y
ntes permanentes
es de la AP.

16

• Lanzamiento de las negociaciones con
candidatos a Estados asociados: Australia,
Canadá, Nueva Zelanda y Singapur

2017

2019

• Lanzamiento de negociaciones de los
términos de referencias con candidatos a
Estados asociados Ecuador y Corea.

2020

• Entrada en vigor del Primer y Segundo
Protocolos Comercial Modificatorios.

2022

• En el marco de la XVI Cumbre de Presidentes de la AP, se
firmó el TLC entre la Alianza del Pacífico y Singapur (PASFTA).

• En el marco de la XVI Cumbre de la Alianza del Pacífico, se
inicia la incorporación de Ecuador como miembro pleno.

• En el marco de la Reunión del Grupo de Alto Nivel de la AP,
se anunció el proceso de negociación para lograr un TLC
entre la Alianza del Pacífico y Corea del Sur.

• Actualmente, la Alianza del Pacífico cuenta con 63
países observadores.

Población, total de los países
de la AP, en millones.

231 Número de
habitantes



PBI (US\$ a precios actuales),
en miles de millones

US\$ 2.128

Fuente: Banco Mundial - 2021



Valor importado
de la AP

US\$ 714.013



Valor exportado
de la AP

US\$ 684.232

Valor expresado en millones
Fuente: Trademap - 2021



1.273 *

PBI
US\$ 314 *

BI
17 *

ES

CONVENIOS PARA EVITAR LA DOBLE IMPOSICIÓN TRIBUTARIA

Conozca los convenios suscritos por el Perú y los avances en el marco de la Alianza del Pacífico.



ÁLVARO GÁLVEZ CALDERÓN

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

La doble o múltiple imposición tributaria se presenta cuando dos o más países consideran, de acuerdo con sus propias regulaciones, que tienen el derecho de gravar la renta obtenida por una persona jurídica o natural, con lo cual una misma ganancia podría resultar gravada por más de un Estado.

Para efectos de someter a tributación la renta obtenida, los países, en uso de su soberanía y potestad tributaria, suelen optar por la aplicación de los principios de territorialidad o de fuente mundial.

Por el principio de territorialidad se entiende que deberán tributar aquellas rentas que se producen en su territorio, mientras que el principio de renta de fuente mundial apunta a gravar los ingresos que se obtienen no solo en el territorio, sino también en el extranjero.

Así, los países que exportan



capital y servicios tienden a privilegiar la utilización del principio de fuente mundial, de tal manera que puedan obtener recaudación tributaria, independientemente de dónde operan sus nacionales, residentes o domiciliados; mientras que los países que son receptores de capital o servicios del exterior (como el caso de América Latina) tradicionalmente han utilizado el principio de territorialidad, para recaudar sobre las rentas que se generan por actividades realizadas en su propio mercado.

No obstante, cabe indicar que actualmente la gran mayoría de países aplican una combinación de ambos principios. Por ejemplo, en el caso del Perú, se grava a las empresas domiciliadas sobre sus rentas mundiales y a las no domiciliadas solo sobre las rentas obtenidas en el país, es decir, aquellas de fuente peruana.

Por lo señalado, muchas personas naturales o jurídicas que realizan operaciones de comercio internacional, que involucren dos o incluso más países, son susceptibles de quedar sujetas a imposición tributaria, por la misma operación, en más de una jurisdicción, con base en la potestad tributaria de cada país.

Mas allá de un análisis jurídico del tema, queda claro que la doble o múltiple imposición acarrea un impacto económico en las operaciones, toda vez que, por efecto de la legislación de cada país, una misma operación e ingreso sería gravada tributariamente más de una vez, afectando así el principio de neutralidad tributaria, que prescribe que la imposición tributaria no debe alterar la eficiencia económica o la decisión de los agentes económicos en el mercado.

CONVENIOS PARA EVITAR LA DOBLE IMPOSICIÓN TRIBUTARIA

Con el propósito de aminorar los efectos de la doble imposición

internacional, los países negocian y celebran convenios que regulan estos supuestos, al establecer reglas para atribuir el impuesto correspondiente, así como para establecer mecanismos de colaboración entre las administraciones tributarias, a fin de detectar casos de evasión fiscal.

A través de estos convenios, los países firmantes renuncian a gravar ciertas rentas y acuerdan que será solo uno de los países el que recaude el impuesto. En algunos casos se establecerá una regla de imposición compartida para distribuir la imposición entre los dos países, sin afectar al contribuyente.

Si bien los convenios son negociados directamente entre los países, existe mucha similitud entre todos ellos, debido a que la mayoría sigue modelos internacionales, principalmente los modelos desarrollados por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

En líneas generales, el Modelo ONU se orienta a gravar en el país fuente de los ingresos, propiciando que este aplique tasas de retención más altas sobre intereses, dividendos y regalías, mientras que el Modelo

OCDE permite mayores posibilidades de aplicar impuestos en el país de residencia del contribuyente.

Cabe mencionar que existe también un modelo utilizado entre los países de la Comunidad Andina, el cual privilegia la imposición en el mercado fuente de donde proviene la renta, independientemente de la nacionalidad o el domicilio de las personas, con algunas excepciones.

CONVENIOS DE DOBLE IMPOSICIÓN SUSCRITOS POR EL PERÚ

El Perú ha suscrito a la fecha convenios para evitar la doble imposición con Chile, Canadá, Brasil, Corea, México, Portugal, Suiza y Japón, más el régimen establecido por la Decisión 578 de la Comunidad Andina para evitar la doble tributación y prevenir la evasión fiscal, que se encuentran vigentes de acuerdo con lo indicado en el siguiente cuadro.

Debe indicarse que el Perú tiene un número menor de convenios suscritos y vigentes, si lo comparamos con los países de la Alianza del Pacífico. Así, Chile cuenta con 33, Colombia con 14 y México con más de 45 convenios.

CONVENIOS PARA EVITAR LA DOBLE TRIBUTACIÓN (CDI)		
CDI	Aplicable desde	Ratificado por
CDI Perú-Chile	1/1/2004	D. S. N ° 005-2003-RE
CDI Perú-Canadá	1/1/2004	D. S. N° 022-2003-RE
CDI Perú-Brasil	1/1/2010	D. S. N° 019-2008-RE
CDI Perú-Corea	1/1/2015	D. S. N° 004-2014-RE
CDI Perú-México	1/1/2015	D. S. N° 003-2014-RE
CDI Perú-Portugal	1/1/2015	D. S. N° 009-2014-RE
CDI Perú-Suiza	1/1/2015	D. S. N° 008-2014-RE
CDI Perú-Japón	1/1/2022	D. S. N° 060-2020-RE
CDI CAN (Colombia, Ecuador, Bolivia y Perú)	1/1/2005	Decisión 578 CAN

PRINCIPALES TEMAS ABORDADOS POR LOS CONVENIOS PARA EVITAR LA DOBLE IMPOSICIÓN

Ámbito de aplicación

Los referidos convenios se aplican a las personas naturales y jurídicas residentes en uno o ambos Estados. El convenio con la CAN se aplica a las personas domiciliadas en cualquiera de los países miembros de la CAN, respecto de los impuestos a la renta y el patrimonio.

Impuestos involucrados

Los convenios se aplican respecto del Impuesto a la Renta y del Impuesto al Patrimonio exigibles en cada uno de los Estados contratantes.

Establecimiento permanente

Para la aplicación de los convenios, la expresión “Establecimiento permanente” comprende la sede principal del establecimiento, sucursales, oficinas, fábricas, talleres y otros.

Rentas comprendidas

En los convenios se involucra a las rentas de bienes inmuebles, beneficios empresariales, transporte terrestre, marítimo y aéreo, distribución de dividendos, pago de intereses, regalías, ganancias de capital, ingresos por servicios personales independientes (rentas de cuarta categoría), rentas por servicios dependientes (rentas de quinta categoría), honorarios de directores, rentas por pensiones de jubilación y sobrevivencia, entre otras.

En el cuadro siguiente, sobre las tasas máximas de retención, se incluye un comparativo de las tasas de dividendos, intereses, regalías, asistencia técnica, servicios digitales, que corresponden según los convenios vigentes.

Certificados de residencia

Para hacer efectiva la aplicación de los beneficios establecidos en los convenios, se requiere acreditar la condición de residente en los países participantes, a través de los certificados de residencia que emiten sus correspondientes administraciones tributarias.

Intercambio de información

Los convenios suscritos por el Perú contemplan mecanismos para el intercambio de información entre las administraciones tributarias de los Estados contratantes, como se ha indicado para el control y la fiscalización de la evasión o de la elusión tributaria.

Otros mecanismos

En los convenios que ha suscrito nuestro país, en cada caso se contempla los procedimientos para su entrada en vigor, así como para la denuncia y el término de los referidos convenios.

Promoción y difusión

Es importante que los beneficios de los convenios, para evitar la doble imposición o doble tributación y su correcta aplicación, sean intensamente difundidos.

	TASAS MÁXIMAS DE RETENCIÓN				
	Dividendos	Intereses	Regalías	Asistencia técnica	Servicios digitales
CDI Perú-Chile	10% / 15%	10%	15%	-	-
CDI Perú-Canadá	10% / 15%	10%	15%	-	-
CDI Perú-Brasil	10% / 15%	10%	15%	15%	15%
CDI Perú-Corea	10%	10%	15%	15%	-
CDI Perú-México	10% / 15%	10%V	15%	-	-
CDI Perú-Portugal	10% / 15%	10% / 15%	15%	10%	-
CDI Perú-Suiza	10% / 15%	10% / 15%	15%	10%	10%
CDI Perú-Japón	10%	10%	15%	-	-
Decisión 578 CAN	Las rentas de cualquier naturaleza obtenidas por las personas, independientemente de su nacionalidad o domicilio, serán únicamente gravables en el país miembro en el que dichas rentas tengan su fuente productora, salvo excepciones establecidas en la propia decisión.				

CONVENCIÓN PARA HOMOLOGAR EL TRATAMIENTO IMPOSITIVO PREVISTO EN LOS CONVENIOS PARA EVITAR LA DOBLE IMPOSICIÓN SUSCRITOS ENTRE LOS ESTADOS DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO

- El 5 de octubre del 2022 se publicó la Resolución Legislativa N.º 31580, mediante la cual el Congreso de la República aprobó la “Convención para homologar el tratamiento impositivo previsto en los convenios para evitar la doble imposición suscritos entre los Estados parte del Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico”, de aplicación en Colombia, Chile, México y Perú.
- El convenio modifica los acuerdos para evitar la doble imposición entre Perú y Chile y Perú y México, así como la aplicación de la Decisión 578 de la CAN, en lo que respecta al Perú y Colombia, y está orientado principalmente a homologar el tratamiento tributario de los fondos de pensiones de los cuatro países (en el caso del Perú, se refiere a la AFP, la Caja de Pensiones Militar Policial y el Fondo de Garantía Pensionario Militar y Policial). En virtud de este convenio, se considera a los fondos de pensiones indicados como residentes de su país y beneficiarios de las rentas que perciban.
- Para efectos de los intereses obtenidos por el fondo, se aplicará una recaudación compartida entre el país de residencia y el país fuente con una tasa máxima de 10% del importe bruto de los intereses.
- Respecto a las ganancias de capital realizadas a través de una bolsa de valores que forme parte del Mercado Integrado Latinoamericano (MILA), estas se atribuyen en el país de residencia del fondo de pensiones y no en el país fuente donde se genera.
- La convención se encuentra en proceso de ratificación en los demás países, por lo que entrará en vigor luego de 60 días de que se complete y notifique la ratificación de todos los países. Para el Perú (respecto a los impuestos sobre la renta que graven los intereses y las ganancias de capital que se obtengan y a las cantidades que se paguen, acrediten o se contabilicen como gasto), se aplicará a partir del primer día de enero del año calendario inmediatamente siguiente a aquel en que la convención entre en vigor.



Max Iglesias, Luis Guillermo Camacho, Patricio Hernández, Ricardo Rodríguez, Ricardo Tokuda.

LATINA TELEVISIÓN UP FRONT 2023

El pasado 26 de enero Latina Televisión presentó el **UP FRONT 2023** para mostrarle a clientes y agencias que este año Latina viene con todo.

Patricio Hernández, Gerente General de Latina, junto **Luis Guillermo Camacho**, Gerente de contenidos y **Max Iglesias**, Gerente comercial, les dieron la bienvenida a todos los asistentes y conversaron sobre las novedades, que este 2023, harán que Latina sea un canal más cercano con contenidos relevantes para todas las familias peruanas.

Durante el evento se anunció el estreno del documental **Latina 40 años contigo** que tendrá 8 episodios de una hora cada uno donde las alegrías y nostalgias del pasado revivirán para regalarnos una sonrisa y muchas emociones. También se anunció que, junto a Mega Multimedia, una de las casas realizadoras más importante del continente, se producirá *Papá en apuros*, la primera de una serie de telenovelas que ya están en desarrollo. Y cómo Latina viene con todo este año crece la producción de entretenimiento, con nuevos lanzamientos de formatos muy exitosos como nuestro show del fin de semana sábados en familia.

Latina también anunció que lanzará un **nuevo canal de 100 % noticias 24/7**, una página web mejorada, 10 nuevos programas, grandes reality shows y novelas hechas en Perú con actores peruanos y mucho sabor criollo.



El Gran Chef.

L
Latina

40 años
contigo



Este 2023, Latina se viene con todo.

En el lado comercial Latina ofrece competitividad, buenas audiencias y mucha creatividad a disposición de las marcas, todo esto de la mano de un robusto y destacado equipo comercial dispuesto a brindarle a las marcas todas las herramientas para desarrollar las mejores estrategias de comunicación.

El equipo In House también es parte de la ecuación, ya que tiene la capacidad de integrar campañas con los contenidos de Latina y asumir proyectos desde cero donde se desarrollan conceptos creativos, estrategias, producción, realización y ejecución de campañas.

Latina televisión, comprometida con el futuro de los peruanos cuenta con un área de responsabilidad e impacto Social alineada a los valores del canal que pone en agenda los temas más sensibles y relevantes para un futuro más verde y sostenible.

Este 2023 Latina televisión viene con todo para seguir acompañando a las familias peruanas con contenidos que suman valor y generan cambios.



Equipo Comercial Latina



NUEVAS TENDENCIAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Las empresas se están enfocando en la equidad de género y la economía circular, afirma Thomas Duncan, presidente de la Comisión de Sostenibilidad Empresarial de la CCL.

ERIKA BERTHA LÓPEZ SEVILLA
EBLOPEZ@CAMARALIMA.ORG.PE

Durante los últimos años, las empresas vienen adquiriendo cada vez más responsabilidades debido al impacto de sus acciones sobre la sociedad. En ese sentido, el presidente de la Comisión de Sostenibilidad Empresarial de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Thomas Duncan, señala que la finalidad de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es amplificar los impactos positivos y mitigar los negativos, desde una conducta empresarial responsable y comprometida en establecer estándares de sostenibilidad.

“En medio de este contexto, la RSE nace como una alternativa de solución que permite la transformación viable de generar negocios sustentables que

permitan garantizar la perduración del medioambiente y los recursos naturales para las generaciones futuras”, explica.

¿Pero qué nuevas tendencias se están presentando en cuanto a esta RSE? Para Thomas Duncan, las políticas de sostenibilidad y transparencia en el interior de las empresas están estrechamente relacionadas con la sostenibilidad, debido a que permiten cuantificar y dar registro a sus actividades productivas y sus impactos en el medioambiente.

El representante de la CCL señala que hoy las compañías promueven la equidad de género, que es indispensable para construir un sector empresarial sostenible y socialmente responsable. “En el Perú, de acuerdo con el estudio *Mujeres en los consejos de administración*, desarrollado en

el 2022 por Deloitte, solo el 9,59% de ellas ocupan cargos de liderazgo en las empresas. Sin embargo, pese a estas cifras bajas, es posible afirmar que diferentes empresas peruanas vienen trabajando en la promoción y participación de las mujeres en el sector empresarial”, explica.

Asimismo, Duncan sostiene que la transición hacia una economía circular durante los últimos años ha tomado fuerza como una alternativa y estrategia de gestión empresarial de desarrollo sostenible, que busca mitigar el impacto ambiental y minimizar el uso de recursos en el proceso productivo.

Por su parte, la directora de Sostenibilidad de la USIL, Galia García-Hjarles Villanueva, indica que en la Corporación Educativa USIL, la RSE es un pilar estratégico desde hace más de 10 años, y desde el 2019

La CCL obtuvo la Certificación del Tercer nivel de la Huella Carbono Perú, consolidándose como el primer gremio que cuenta con esta verificación.

evolucionó hacia la sostenibilidad, con una visión más amplia e integral.

Por ello, detalla que la RSE ha evolucionado hacia el enfoque de desarrollo sostenible, que no solo considera criterios de inclusión social, sino también los de protección ambiental y crecimiento económico. Para ella, son tres los aspectos que deben ir de la mano a fin de que los negocios prosperen en el largo plazo. Precisa que, en los últimos años, las empresas vienen dando mayor énfasis a los criterios ASG o ESG (por sus siglas en inglés), es decir, a lo ambiental, a lo social y a la gobernanza. “En resumidas cuentas, asumir los criterios ASG como parte de la gestión corporativa tendrá impacto positivo en aspectos como el acceso a inversiones, la retención del talento y reconocer, preventiva y estratégicamente, cómo el cambio

climático puede afectar al negocio”, resalta la experta.

LA PANDEMIA, UN HITO RETADOR

La crisis de la COVID-19 llevó a los negocios a acelerar sus programas de RSE. “En la actualidad, el tejido empresarial desempeña un papel clave en la reactivación económica, considerando el impacto social y ambiental en sus operaciones, factor clave y muy sensible en nuestro país”, refiere Thomas Duncan, de la CCL. En ese sentido, afirma que cada vez son más las empresas comprometidas con el mundo que las rodea, sociedad, clientes, trabajadores y proveedores en formulaciones de soluciones que se involucran para dar respuestas a problemas de carácter social. “Un ejemplo del compromiso social de las empresas durante el tiempo de

pandemia fue el envío de suministros de primera necesidad hacia el Estado, contribuyendo de esta manera a disminuir el impacto de la COVID-19 a nivel nacional”, destaca.

Para Galia García-Hjarles, de la USIL, la pandemia fue un hito retador en todos los aspectos. Explica que, en el caso de la Corporación USIL, durante este periodo la prioridad fue dar continuidad al aprendizaje de los estudiantes en todas sus unidades educativas. “De igual forma, y como parte de la responsabilidad social hacia nuestra comunidad, se facilitaron las herramientas y tecnologías necesarias para que tanto estudiantes como docentes no se detuvieran en su aprendizaje”, recuerda.

MAYORES GANANCIAS DE LAS EMPRESAS

El esfuerzo de las compañías en

invertir cada vez en temas de RSE se ve reflejado no solo en el bienestar de la sociedad, sino en ellas mismas. En ese sentido, el presidente de la Comisión de Sostenibilidad Empresarial de la CCL, Thomas Duncan, señala que es importante tener en cuenta que la sostenibilidad está estrechamente enlazada con el incremento de la competitividad y productividad de una empresa.

“Mediante el establecimiento y ejecución de políticas de sostenibilidad, se aumenta paralelamente el valor del producto de una empresa. Esto se puede evidenciar con mayor frecuencia en el sector exportación o en el mercado internacional, debido a que diferentes países, especialmente del continente europeo, promueven el desarrollo de acuerdos económicos comerciales que incluyan capítulos en temas centrales del desarrollo sostenible”, subraya.

Asimismo, destaca que, en los últimos años, ha sido posible evidenciar que el sector consumidor se encuentra interesado y dispuesto a pagar más por productos sostenibles y ecológicos.

Por su parte, la directora de Sostenibilidad de USIL, Galia García-Hjarles, advierte que la educación, en sí misma, es una apuesta a largo plazo, y brinda una formación de calidad y accesible para todas las personas. “Nos reconocemos como una corporación con una visión global, que va de la mano con una economía digital y que tiene como propósito formar ciudadanos líderes”, puntualiza.

¿QUÉ ESTÁN HACIENDO LAS EMPRESAS?

En el caso de la CCL, Thomas Duncan dice que la entidad empresarial está sumamente comprometida con la sostenibilidad y la RSE. En este sentido, la CCL ha conformado

la Comisión de Sostenibilidad Empresarial, especialista en la materia. En ese contexto, menciona que uno de los retos principales de la comisión ha sido la sensibilización del sector empresarial en temas de sostenibilidad y equidad de género.

Para ello, menciona que la comisión ha llevado a cabo capacitaciones y talleres. De igual forma, el gremio participa activamente en diferentes mesas de trabajo, de entidades tanto públicas como privadas, pertenecientes y orientadas a la promoción de la sostenibilidad empresarial. Al respecto, Duncan recuerda que la CCL obtuvo la Certificación del Tercer Nivel de la Huella Carbono Perú. De este modo, se consolidó como el primer gremio que cuenta con esta verificación y reafirma su compromiso por el desarrollo sostenible.



LIDÉRES EN
INTELIGENCIA
 SOCIOECONÓMICA

SERVICIOS


ESTUDIOS A LA MEDIDA


ESTUDIO DE CONSUMO, USO Y ACTITUDES


EVALUACIÓN Y MEDICIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS


CLIENTE MISTERIOSO


PRUEBA DE PRODUCTO Y EMPAQUE


COLABORADOR COMPROMETIDO


ESTUDIOS DE MERCADO E INTELIGENCIA DE NEGOCIOS

EVALÚA


PRECIOS


CLIMA LABORAL


PRODUCTOS/SERVICIOS


CANALES DE COMUNICACIÓN

CONOCE


MERCADO Y COMPETENCIA


SATISFACCIÓN LABORAL


CONOCIMIENTO DE MARCA, IMAGEN Y REPUTACIÓN


CONSUMIDOR / POTENCIAL CONSUMIDOR


01 697 0272


info@cidlatinoamerica.com


www.cidlatinoamerica.com

Capacítate y desarrolla tu talento

con los especialistas en negocios

PROGRAMACIÓN MARZO 2023

ADMINISTRACIÓN

Curso en Excel Integral	08 DE MARZO
Diplomado en Asistente de Gerencia	15 DE MARZO
Certificación de Asistente Administrativo	20 DE MARZO
Programa de Gestión de Panaderías	21 DE MARZO
Certificación de Asistente Contable	21 DE MARZO
Diplomado en Administración	22 DE MARZO

FACTOR HUMANO

Diplomado en Seguridad y Salud en el Trabajo	08 DE MARZO
--	-------------

FRANQUICIAS

1er Masterclass de Franquicias y Desayuno de Networking	30 DE MARZO
---	-------------

INNOVACIÓN

Curso de Especialización en Business Intelligence	11 DE MARZO
Diplomado en Transformación Digital	14 DE MARZO

SALUD

Certificación en Proyectos de Salud en el Perú: Oportunidades de Implementación	21 DE MARZO
Diplomado en Administración de Servicios de Salud	26 DE MARZO

COMERCIO EXTERIOR

Seminario de Aspectos Claves para la Importación de Mercancías con Marcas Registradas	15 DE MARZO
Taller de Inteligencia Comercial en Comercio Exterior	27 DE MARZO
Seminario de Aprender a Importar en AliExpress y Alibaba	30 DE MARZO

FINANZAS Y CONTABILIDAD

Programa de Especialización en Tributación	11 DE MARZO
--	-------------

GESTIÓN PÚBLICA

Diplomado en Gestión Pública	09 DE MARZO
------------------------------	-------------

MARKETING

Diplomado en Marketing Digital Estratégico	08 DE MARZO
Curso de Especialización en E-Commerce	20 DE MARZO
Certificación en Gerencia de Producto	27 DE MARZO

OPERACIONES Y LOGÍSTICA

Diplomado en Gestión de Proyectos	25 DE MARZO
-----------------------------------	-------------

VENTAS

Certificación en Gestión de Ventas	20 DE MARZO
------------------------------------	-------------

CONOCE MÁS DE NUESTRAS CAPACITACIONES AQUÍ:

Lima: 📞 924 961 652 Provincias: 📞 981 237 156



“EMPRESAS PONEN EN JUEGO SU REPUTACIÓN SI NO APUESTAN POR RESPONSABILIDAD SOCIAL”

La directora de Relaciones Corporativas de Diageo Cono Sur, Larissa Yllada, resalta que es vital invertir y trabajar en RSE, teniendo en cuenta que los consumidores son cada vez más conscientes de cómo las compañías apoyan a la sociedad.



POR MIRTHA TRIGOSO LÓPEZ
MTRIGOSO@CAMARALIMA.ORG.PE

¿Qué tan importante es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para la compañía?

Para Diageo, como empresa de consumo masivo, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es parte intrínseca del negocio y de su estrategia.

No solo consideramos importante llegar a las cifras comerciales, sino tener programas que alcancen objetivos beneficiosos para la sociedad. Es en este contexto, que como compañía, lanzamos “Diageo en Sociedad 2030: Espíritu de Progreso”, nuestro plan de acción a 10 años para ayudar a crear un mundo más inclusivo y sustentable.

Al ser Diageo una empresa que produce y comercializa bebidas alcohólicas, ¿no es contradictorio que trabajen en RSE?

No, todas las industrias tenemos la responsabilidad de unirnos a los compromisos globales que la ONU propone bajo el marco de acción de los objetivos de desarrollo sostenible. Por eso hemos diseñado una estrategia en base a pilares en los que nosotros sabemos que tenemos un gran rango de acción para contribuir. Creemos firmemente que consumir de manera responsable puede ser parte de un estilo de vida saludable, y esto es lo que tratamos de promover.

Tras la pandemia, ¿la empresa ha cambiado el enfoque o la manera de trabajar en RSE?

No ha cambiado. En mi opinión, se ha organizado. Es que si bien la empresa siempre ha tenido una plataforma de Responsabilidad Social Empresarial, y ha desarrollado iniciativas y acciones al respecto, no contaba con una línea clara a nivel global, porque cada mercado definía su manera de trabajar en el tema.

Entonces, Diageo decidió globalmente definir esta estrategia, para que cada mercado viera dónde podía tener la mayor transformación. De

esta manera se trabaja en plataformas y acciones en las cuales nosotros de verdad tenemos una responsabilidad.

Así, la compañía tiene 25 prioridades definidas a nivel mundial, organizadas en tres pilares. El primero es el consumo positivo, es decir, el consumo responsable. El segundo es ser pioneros en inclusión y diversidad. Y el tercero es la sustentabilidad, enfocada en la parte productiva.

“LA RSE ABARCA DESDE HACER PRODUCTOS MÁS ECOLÓGICOS HASTA EL APOORTE DE LAS COMPAÑÍAS A LA SOCIEDAD”.

¿Es rentable para ustedes, y para las empresas en general, el invertir en RSE?

Sí, por supuesto. Invertir en Responsabilidad Social Empresarial no solo significa aportar en la sociedad y darle sostenibilidad en el largo plazo, sino contribuir con su desarrollo. Las compañías deben tener en cuenta de que si el país se encuentra bien, las empresas, en general, también lo estarán. En los países de Latinoamérica siempre hay muchas carencias y diferencias económicas. Por este motivo, las compañías deben contribuir con su parte y asumir esta responsabilidad conjunta. En esa línea, es importante invertir en temas como educación y empleabilidad.

Entonces, ¿es vital que las empresas locales apuesten por la RSE?

Debido a que el consumidor es más consciente de cómo las compañías apoyan a la sociedad, es vital que estas sigan apostando en los próximos años por invertir y trabajar en este tema.

Esto va desde el producto que ofrecen, al lograr que sea más ecológico,

genere menos residuos o aporte más al reciclaje, hasta ver cómo a nivel de empresa aportan a la sociedad.

Para mí, la Responsabilidad Social Empresarial es un tema obligatorio que debe estar en la agenda de todas las empresas. Si no lo hacen, ponen en juego su reputación y el cariño que el consumidor les tiene.

¿En qué programas de RSE trabaja Diageo en el país?

En el caso del Perú, donde somos importadores y distribuidores, nos enfocamos en inclusión y diversidad, y en consumo positivo. Así, tenemos dos programas, “Smashed” y “Learning for Life”.

¿En qué consisten estos programas?

“Smashed” se enfoca en la educación y prevención del consumo de alcohol en menores de edad. A través de obras de teatro se concientiza a jóvenes de escuelas públicas sobre los efectos de tomar a edad temprana. Con esta plataforma ya se ha llegado a más de 60.000 estudiantes. En cuanto a “Learning for Life”, es un programa que trabajamos de la mano con la Fundación Pachacútec. Brinda educación a personas que quieran trabajar en el rubro de coctelería, con el fin de generar empleo formal. Desde el 2016, cuando se lanzó este programa, ya tenemos 500 graduados.

¿Qué porcentaje del presupuesto anual invierte la compañía en RSE?

Este presupuesto ha ido aumentando en los últimos años, considerando que anualmente nuestros objetivos y *targets* a alcanzar con nuestros programas son mayores. También, por ejemplo, tenemos la campaña “Derribando mitos” con Latina Televisión y empresas de destilados, como Pernod Ricard y Campari, para educar a la población sobre el consumo de alcohol. Al usar un medio masivo, es mayor la inversión, pero logramos un mejor alcance en la población.



NATALIA MERCADO

Coordinadora del Sector
Textil e Indumentaria
CCEX de la CCL

Consultas:
nmercado@camaralima.org.pe

LA SOSTENIBILIDAD AVANZA EN EL SECTOR TEXTIL

Desde hace un tiempo, el término “sostenibilidad” ha cobrado mucha relevancia en diferentes industrias del mundo, especialmente en el sector textil. Ello se debe a que engloba tres pilares importantes, que son la parte social, la ambiental y la económica.

Cabe resaltar que la industria textil y de confecciones ocupa el segundo lugar dentro de las más contaminantes del planeta. Por este motivo y otros similares que vienen afectando el bienestar social y ambiental, han surgido varias iniciativas en torno a la sostenibilidad. Un estudio realizado en el Perú obtuvo que el 76% de empresas peruanas aumentó su interés en sostenibilidad. En ese sentido, el uso de fibras naturales como la alpaca, el algodón o la lana mediante técnicas ancestrales es un ejemplo de la importancia de emplear la sustentabilidad en todo el ciclo del producto, incluso en la cadena de valor.

Por otro lado, es importante incorporar la innovación, digitalización y tecnología en la industria, para que vayan de la mano con los aspectos de sostenibilidad que apunten a la industria textil 4.0. Si bien muchas empresas peruanas –grandes, medianas y pequeñas– ya realizan prácticas sostenibles, como la reutilización de materiales, prendas libres de químicos y procesos contaminantes, aún hay un camino largo por recorrer para lograr marcas más amigables con el medioambiente y la sociedad.

La incorporación de innovadoras materias primas naturales sería una gran opción. Por ejemplo, la industrialización del cáñamo podría ser un gran aporte de alternativa natural, iniciativa que ya fue presentada como proyecto de ley al Congreso de la República. Así también, la industrialización de la piel hecha a base de cactus, empleada actualmente por una marca mexicana.

Finalmente, es importante destacar que marcas internacionales como Puma, Nike y Desigual vienen dando el ejemplo en cuanto a la incorporación de sostenibilidad y tecnología en sus procesos. Es importante que las marcas nacionales tomen referencia de estas buenas prácticas, para que, en la medida de lo posible, las incorporen y se acerquen cada vez a ser marcas más amigables con el medioambiente.

Gerardo Vega
San Isidro

SI ENVÍO POR EXPORTA FÁCIL VÍA SERPOST, ¿TENGO QUE LLEVAR MIS PAQUETES CON EL EMBALAJE PARA CADA BULTO?

No. Serpost ofrece paquetes gratuitos para el embalaje de sus mercancías. Para ello, la empresa pone a su disposición tres medidas diferentes de embalaje (30 cm × 20 cm × 15 cm, 40 cm × 30 cm × 20 cm, y 50 cm × 35 cm × 35 cm). Estos embalajes servirán para el envío legal de sus mercancías al exterior con pesos menores a 30 kg, y con valores máximos de hasta US\$ 5.000 por envío.

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

**EVITE PROBLEMAS con las
Fiscalizaciones de la SUNAFIL!!**
DIGITALICE su Gestión de PERSONAL

El software de PLANILLAS de STARSOFT permite cumplir con las Normas Laborales, DIGITALIZANDO y enviando documentos Laborales con Firma Electrónica: Reglamento interno, reglamento de SST, política de hostigamiento, política salarial, contratos, boletas de pago, CTS, utilidades, liquidaciones. Se genera cargos de recepción Electrónicos.

Principales Funcionalidades del Software de PLANILLAS:

- ✓ Aplicable para PyMes, industria, construcción, pesca, agrícola, etc.
- ✓ Portal WEB para control de asistencia y gestiones del personal
- ✓ Automatiza gestión de contratos, préstamos, vacaciones, EPS, CTS, etc.
- ✓ Envío electrónico de boletas, plan Covid, políticas, normas, etc.
- ✓ Envío de Alertas por posibles contingencias con la SUNAFIL
- ✓ Integración con software Contables y relojes de control de asistencia
- ✓ Archivo en Legajo Digital de la información de los trabajadores
- ✓ Emite cuadro de categorías y funciones para cumplir con Ley 30709.

Contáctenos para una
Demostración Virtual

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

www.starsoft.com.pe

PROMO
s/.85!
8 AL 11
MARZO

Mujeres saludables

+Ecografía Transvaginal
+Papanicolaou
+Consulta Médica
+Informe médico



Más información al QR
o llamando al 928 336 256

*Problemas cotidianos
en la salud de las mujeres*

Tendremos un conversatorio donde podrás
aclarar dudas con los especialistas

Sortearemos un paquete ginecológico

Día 06 de marzo
a las 6:00pm

Vía online Meet

Contamos también con:



Gineco-obstetra



Radiografía



Odontología



Laboratorio



Terapia



Oftalmología

Visita nuestras redes sociales



Centro Médico AMC

“Impacto social de crecimiento inmobiliario”

VENTA DE LOCALES

COMERCIALES

Sumaq Mercados es un proyecto inmobiliario que consiste en el desarrollo de un mercado tradicional moderno en 8,327 m² cuya propuesta de valor se basa en combinar los elementos característicos de un mercado tradicional con los servicios y prestaciones operativas del comercio moderno; con locales desde 6 m² a 34 m², con más de 40 rublos.

📍 Av. Esperanza 616 - Ate Vítarte



VENTA DE TERRENOS

Ciudad Munay es un proyecto orientado a satisfacer la necesidad básica de vivienda y comercio. Cuenta con vías internas y los terrenos van desde los 90 m² a más, Una de las principales ventajas es que la vía que cruza el Predio es una avenida Metropolitana que conecta con SJL y Comas.

📍 Mz A, Lote 10, AA. HH. Enrique Montenegro ex Wiesse, SJL

ALQUILER DE LOCALES

CompuExpress es un proyecto ubicado estratégicamente en el Mall Aventura Santa Anita es un bazar tecnológico que contará con tiendas de equipos de cómputo y línea gamer, servicios móviles, servicio técnico para equipos electrónicos, audio, video juegos, cómics, accesorios móviles, gadgets y mucho más.

📍 Jr Minería 122, Zona Industrial - Santa Anita



Mayor información



Escanear QR

📍 Av. Camino Real N° 1281 Oficina 404
Edificio Volterra - San Isidro, Lima