

# La Cámara

REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

## Informe especial

El auge del turismo de salud en el Perú.

## Comercio exterior

Exportaciones agroindustriales a la baja.

## POBREZA Y PROSPERIDAD

Mientras algunos departamentos del país enfrentan caídas dramáticas de su PBI debido a protestas y adversidades climáticas, otros experimentan un auge impulsado por la minería. Este desequilibrio se traduce en cifras de pobreza y empleo preocupantes.



REVISA NUESTRA  
VERSIÓN DIGITAL

# ¿TU SALÓN DE BELLEZA PROPIO?

Asegura tus ingresos  
comenzando tu negocio  
propio con Motivos Spa

Forma parte de la  
cadena **Líder** de la  
industria de la belleza



**SCAN  
ME!**

- Empresa líder a nivel nacional
- Más de 20 años de experiencia
- 21 locales en Lima, Trujillo y Ayacucho

**Contáctanos y sé parte del éxito de:**

**MOTIVOS** SPA

**CONSEJO DIRECTIVO 2023-2024**

**PRESIDENTA**

Rosa Bueno de Lercari

**PRIMER VICEPRESIDENTE**

Jorge Guillermo von Wedemeyer Knigge

**SEGUNDO VICEPRESIDENTE**

Hernán Lanza Lostaunau

**TESORERA**

María del Rocío Lockett Zamalloa

**VOCALES**

Juan Antonio Castro Molina  
Víctor Leonardo López Espinoza  
Adriana Carmen Giudice Alva  
José Antonio Damián Payet Puccio

**PAST PRESIDENT**

Peter Bernhard Anders Moores

**DIRECTORES**

Andrés Jaime José Crosby Robinson  
César Arturo Field Burgos  
Omar James Neyra Colchado  
Esther Copa Del Olmo  
Hansel Arturo Bieberach Ugaz  
Hector Raúl García Béjar  
Raúl Hernando Martín Barrios  
Fernández Concha  
Rodrigo Díaz Mailhe  
Jaime Johnny García Huapaya  
Javier Eduardo Barrón Ramos Plata  
Jorge Alberto Ochoa Garmendia  
Lieneke María Schol Calle  
Leslie Dina Passalacqua Walter  
Luis Antonio Aspíllaga Banchero  
Mauro Pineda Supo  
Nelly Marysol León Huayanca  
Oscar Vásquez Nieve  
Ramón Amadeo Carlos Veliz Alva  
Robert Schuldt Galdos  
Roberto Carlos Taboada Gorbitz  
Rodolfo Ojeda Medina  
Rubén Alex Carrasco De Lama  
Sylvia Liliana Grant Gonzales

**GERENTE GENERAL**

José Rosas Bernedo

**DIRECTOR INSTITUCIONAL**

Carlos Posada Ugaz

# POR UN FUTURO SOSTENIBLE

Teniendo como meta lograr inversiones sostenibles, se llevó a cabo la 'Pacific Alliance CEO Sustainable Summit 2023' en Nueva York, la vitrina financiera más importante del mundo. Esto ocurrió en el marco de la 78.ª Asamblea General de las Naciones Unidas.

En este foro, el Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico (CEAP) presentó una visión centrada en el desarrollo sostenible, buscando mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos. De hecho, los financiamientos sostenibles ya son una realidad. En 2021, el Perú estrenó su Marco del Bono Sostenible y realizó cuatro colocaciones exitosas. Chile se convirtió en el primer emisor soberano en colocar bonos con el KPI de alcanzar para 2030 una participación del 40 % de mujeres en los directorios de las empresas supervisadas por la Comisión del Mercado Financiero. Emisores colombianos y mexicanos también se destacan por su importante participación en este mercado de deuda alineada con criterios de sostenibilidad. El 'CEO Investment Summit 2023', organizado por el CEAP, tuvo como propósito presentar las oportunidades de inversión que ofrece la Alianza del Pacífico (AP). Los empresarios de Chile, Colombia, México y del Perú estamos particularmente comprometidos con atraer inversiones que cumplan con los criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG).

La presidenta del CEAP Chile, Rosario Navarro, enfatizó tres aspectos en su discurso. En primer lugar, hizo hincapié en la necesidad de fortalecer la convergencia entre las agendas de los consejos empresariales de la Alianza del Pacífico y la APEC para crear sinergias. En segundo lugar, subrayó la importancia de promover la agenda de género. Por último, destacó la ambición de la Alianza de lograr una integración financiera que, lamentablemente, aún no se ha concretado, e hizo un llamado para que los gobiernos colaboren en alcanzarla.

Por su parte, el presidente del CEAP Colombia, Bruce McMaster, resaltó la importancia de preservar la institucionalidad del acuerdo, recordando que la Alianza del Pacífico es un proceso compartido por las naciones y no debe depender

de los gobiernos de turno. Uno de los beneficios de la AP es incentivar el comercio, una poderosa herramienta de desarrollo. Las industrias locales aumentan su competitividad, crean empleo y mejoran los ingresos de los ciudadanos.

De igual manera, resultó interesante escuchar la perspectiva de Goldman Sachs y J. P. Morgan, dado que ambas instituciones elogiaron la estabilidad macroeconómica del Perú y señalaron que la región es una fuente de oportunidades. Para aprovecharlas es necesario que se desarrolle la infraestructura, a fin de mejorar su competitividad.

La AP mantiene una mirada de largo plazo y tiene como motor al sector empresarial que aporta a la economía, al crecimiento, al empleo, a la integración y al bienestar de las personas. Nuestra mirada debe ser más inclusiva y debe poner a los ciudadanos al centro de nuestros esfuerzos. Por ello, priorizamos una agenda de desarrollo enfocada en los jóvenes, las pymes y las mujeres, con énfasis en la sostenibilidad, la inclusión financiera y la transformación digital.

El evento ha dejado en claro que las instituciones internacionales y los actores claves de la región consideran importante impulsar el desarrollo sostenible a través de los tratados de libre comercio. Ahora depende de nosotros –los empresarios– demostrar que la Alianza del Pacífico es un motor de desarrollo para la región. A fin de aprovechar las ventajas que ofrece, es necesario evolucionar y adaptarse a los nuevos desafíos que presenta el futuro sostenible.



**Dra. Rosa Bueno de Lercari**

Presidenta de la Cámara de Comercio de Lima

## ÍNDICE



PÁGINA 8

### INFORME ECONÓMICO

PBI DEL PERÚ: ¿CUÁLES SON LOS DEPARTAMENTOS EN CRISIS?



PÁGINA 16

TURISMO DE SALUD AUMENTA EN EL PERÚ



PÁGINA 20

ENVÍOS AGROINDUSTRIALES AL EXTERIOR CAYERON 5 % A JULIO

PÁGINA 12

INSTITUCIONAL

CEAP Y CCL PROMOVIERON AL PERÚ COMO DESTINO DE INVERSIONES EN NUEVA YORK

PÁGINA 24

INFORME LEGAL

PROPONEN CAMBIOS EN EL REGLAMENTO DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

## GESTIÓN TV

### CONSULTORIO DE NEGOCIOS

¿CONOCE CÓMO PRESENTAR QUEJAS Y SUGERENCIAS ANTE LA SUNAT?

En vista de que muchos contribuyentes desconocen el procedimiento adecuado para presentar quejas y sugerencias ante la Sunat, el asesor legal de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Roberto Yupanqui, nos da mayores alcances de este tema en la presente edición de Consultorio de Negocios.



TWITTER | TRENDING TOPICS

### Cámara de Comercio de Lima

La presidenta pro tempore del Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico (CEAP), Rosa Bueno de Lercari, destacó que el CEAP peruano reafirma su compromiso con una economía abierta a las inversiones, enfocada en la sostenibilidad ambiental, social y de gobernanza.

@camaradelima



PRESIDENTE DEL COMITÉ EDITORIAL

Bernardo Furman Wolf

DIRECTOR INSTITUCIONAL

Carlos Posada Ugaz

DIRECTORA DE COMUNICACIONES

Yvonne García Suárez

JEFA DE PRENSA E IMAGEN

Carmen Anaya Valer

COORDINADORA

Mirtha Trigoso López

EDITOR

Fernando Chevallía León

EDITORAS DIGITAL

Alejandra Carrasco Lavado

REDACCIÓN

Maribel Huayhuas Vargas

Igor Ybañez Gamboa

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

Lacy Vasquez Chavez

Milagros Tuesta Montero

Dana Lizarme Tenorio

Publicidad: [publicidad@camaralima.org.pe](mailto: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 Colarado,

Ciudad de Arequipa.

IMPRESIÓN:

CORPORACIÓN GRÁFICA UNIVERSAL S.A.C.

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

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.

# Nº 1 en la preferencia del SECTOR EMPRESARIAL

ENCUESTA ANUAL DE EJECUTIVOS 2022 - CCL

**ESAN**

Forjando líderes, impulsando negocios

**MBA**

Profesionales  
**SIN FRONTERA**

**Maestrías  
Especializadas**

**EXPERTOS**  
que dejan huella

**Educación  
Ejecutiva**

Inicia, crece  
**DA EL PASO**

**ESAN  
To Business**

**SOLUCIONES**  
corporativas

Más información:

[www.esan.edu.pe](http://www.esan.edu.pe)



Educación que  
deja huella



**esan**

# GESTIONES DE LA CCL EN DEFENSA DE TU EMPRESA

Detallamos las acciones realizadas, durante septiembre de 2023, por la Cámara de Comercio de Lima, en favor de sus asociados.

## En contra del cambio de la economía social de mercado

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) expresó su opinión contraria al Proyecto de Ley N.º 5699/2023-CR, que modifica el artículo 60 de la Constitución Política del Perú respecto al rol subsidiario del Estado, y donde se establece que este pueda realizar actividad empresarial en sectores estratégicos de la economía nacional cuando la iniciativa privada sea insuficiente, así como ejercer control siempre que sea socialmente necesario para el desarrollo industrial del país.

Para la CCL, esta iniciativa legislativa evade la esencia del modelo económico reconocido en nuestra Carta Magna, ya que permite la libre intervención empresarial estatal bajo el pretexto de realizarse en sectores estratégicos, lo cual no tiene contenido ni alcance determinado. “Asimismo, el Estado empresario no tiene incentivos para generar rentabilidad y ofrecer productos o servicios de calidad”, advirtió el gremio empresarial.

## Apoyo al fortalecimiento de la integridad en el sector público

La CCL manifestó su opinión favorable al Proyecto de Ley N.º 5635/2023-CR, que busca fortalecer la función de integridad en el sector público, a través de la implementación del Modelo de Integridad en las entidades del Estado. De este modo, se eleva a rango de ley la regulación y obligatoriedad expresa de ejercer la función de integridad de los servidores públicos.

Esta iniciativa legislativa permite aplicar el enfoque de ser íntegro con base en una metodología estándar, basada en criterios y protocolos definidos.

Asimismo, con el fin de brindarle mayor fortaleza al referido proyecto de ley, el gremio empresarial sugiere la designación, por concurso público, de un directivo superior encargado de la función de integridad y la obligatoriedad de implementar la referida función en todos los niveles de gobierno, de manera progresiva, conforme con un cronograma específico que sea publicado en el reglamento.

## La Cámara hace sugerencias a proyecto de Osiptel

La CCL consideró que el ‘Proyecto de Reglamento de Calidad de Atención a Usuarios de los Servicios Públicos de Telecomunicaciones’, presentado por el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel), debe cumplir con estándares que garanticen la libertad de empresa. Al respecto, el gremio empresarial advirtió que la visión reflejada en la mencionada propuesta está orientada a promover la atención presencial, lo cual se contrapone a las tendencias mundiales y resulta perjudicial en términos de ahorro de tiempo, costos de desplazamiento y seguridad.

Ante ello, la CCL confía en que las autoridades de Osiptel presten la atención debida a sus observaciones y, de considerarlo necesario, convoquen al gremio empresarial a una reunión, con el objetivo de profundizar en las sugerencias propuestas.



# ¡Scharff se suma a la carrera del primer Automóvil Eléctrico Peruano!

La empresa peruana de logística **Scharff**, a lo largo del tiempo, ha venido manteniendo un **compromiso con el desarrollo de nuevas tecnologías e innovación**. Por lo cual, ha decidido impulsar la carrera que viene recorriendo el KON MK IV.

**Este es el primer vehículo eléctrico peruano el cual ha sido desarrollado por 30 estudiantes de la UTEC.**

Alumnos que han dado un paso significativo en el desarrollo sostenible y la electromovilidad, al lograr maximizar la eficiencia energética. El KON MK IV viene destacando por sus características innovadoras al contar con una longitud de 3.2 metros, un ancho de 96 cm y una altura máxima de 71 cm. El diseño que lleva es aerodinámico, inspirado en la forma de una gota de lluvia invertida y en la agilidad del dios nazca Kon. Respecto a su velocidad puede alcanzar hasta 30 km/h con una eficiencia teórica de 600 km/kW-h. Esto también es gracias a que cuenta con una estructura de fibra de carbono de 42 kilogramos, la cual le da al vehículo el peso ideal en cada carrera. Este prototipo es el fruto de años de investigación, meses de diseño y manufactura. Esfuerzos que han permitido obtener reconocimientos internacionales, incluido el primer puesto en competencias como la liga Virtual del Shell Eco-Marathon, Pitch The Future y Simulate to Innovate, respaldados por Altair. Logros que los han llevado a demostrar su excelencia y así obtener la oportunidad de visitar la fábrica de Fórmula E de Nissan en Le Mans, en Francia.

"La propuesta educativa de UTEC fomenta la innovación desde los primeros ciclos de formación profesional, promoviendo proyectos que impacten positivamente en la sociedad y el medio ambiente. El 'KON Team' nació con la visión de impulsar la electromovilidad en el Perú", expresó @Julien Noel, Director de Experiencia Universitaria de UTEC.

**EL KON MK IV es un ejemplo único del potencial de la ingeniería peruana.** A través de su participación, en la Shell Eco-Marathon que se realizó en Indianápolis y en Brasil, el equipo de UTEC busca impactar de forma positiva en el transporte peruano. Demostrando que **a través del desarrollo local se pueden encontrar oportunidades que mantengan a la sostenibilidad como eje central**. Pilar que también promueve la empresa peruana de logística Scharff, al integrar en sus operaciones procesos realmente amigables con el medio ambiente.



\*Equipo KON Team



## Sobre Scharff:

Este operador logístico, con 40 años de experiencia y 270 puntos de presencia a nivel nacional, se enfoca en desarrollar nuevos productos y servicios con el fin de mejorar la productividad y la eficiencia de sus clientes.

Además, Scharff es una de las primeras compañías del sector con Certificación de medición de su Huella de Carbono por parte del Ministerio del Ambiente de Perú.



⌚ +51 998 329 030  
in @holascharff.com  
🌐 www.holascharff.com

**Scharff.**

« envía.  
» recibe.  
✖ acerca.

# PBI DEL PERÚ: ¿CUÁLES SON LOS DEPARTAMENTOS EN CRISIS?

En medio de la fluctuante economía peruana, se destacan marcadas diferencias. Mientras algunas regiones sufren una severa contracción por protestas sociales y adversidades climáticas, otras logran un crecimiento explosivo gracias a la minería. Este desequilibrio se refleja en cifras de pobreza y empleo.



**E**l producto bruto interno (PBI) del Perú ha experimentado un declive en cinco de los primeros siete meses del año, con solo leves repuntes en marzo (0,2%) y abril (0,3%) versus los mismos meses de 2022. Sin embargo, este panorama se torna aún más complejo cuando se observa el desempeño económico de los departamentos del país (los que sin Lima representan el 54 % del PBI nacional), debido a que en ellos se revelan marcadas diferencias.

Los resultados al primer semestre del año (con respecto al mismo periodo de 2022) de los 24 departamentos muestran una caída del PBI en quince de ellos, de los cuales doce tienen dos trimestres consecutivos de contracción.

Puno lidera esta disminución con una pronunciada caída del 11,9 %, atribuida a las protestas sociales y paralizaciones. Incluso la caída del segundo trimestre (-13,4 %) fue más alta que la del primer trimestre (-9,8 %). El sector más afectado fue el agropecuario, que aporta más de la cuarta parte de su PBI, debido a las heladas, la escasez de precipitaciones y la baja cosecha. Le siguen los sectores de minería e hidrocarburos, transporte y construcción, como resultado de los conflictos sociales. Además, Puno es el departamento que se ubica en el grupo de mayor nivel de pobreza, que aqueja a entre el 39,4 % y 43,3 % de su población, según resultados de 2022. Estas cifras podrían incrementarse al finalizar el presente año.

Otros departamentos fuertemente afectados son Tumbes (-5,5 %), Áncash (-5,4 %) y Tacna (-5,3 %), todos con caídas en ambos trimestres. En el primer caso, como consecuencia de factores climatológicos adversos y bajos niveles de cosecha, que afectaron al sector agropecuario; y de la caída de la construcción en el segundo trimestre del año. En el caso de Áncash, los conflictos sociales redujeron la producción minera y los climatológicos afectaron la actividad agrícola. La caída de Tacna se debió a la menor producción de sus principales extracciones mineras, como el cobre y el molibdeno.

Los resultados obtenidos al primer semestre del año hacen prever que los niveles de pobreza en estas tres regiones se incrementarán al

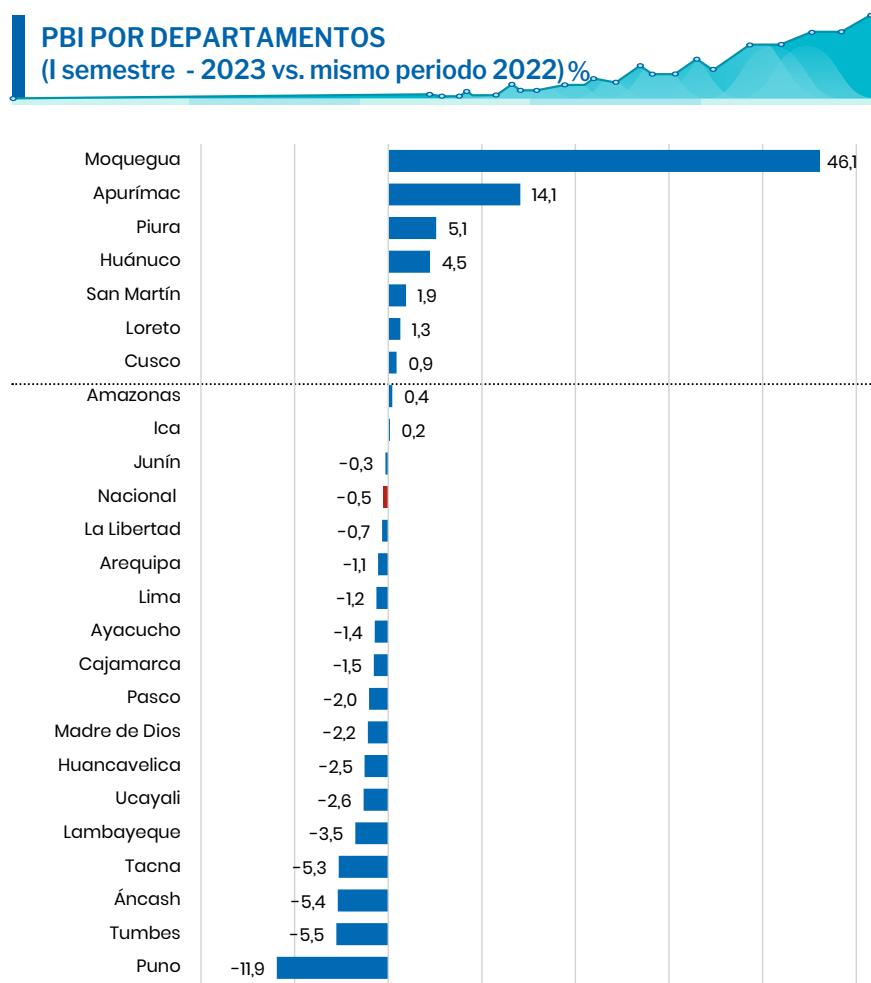
culminar 2023. Al cierre de 2022, Tumbes registró una pobreza que se ubicaba en el rango de entre 25,9 % y 29,2 %; entretanto, para Áncash y Tacna, estaba entre el 20,4 % y 23,6 % de su población.

Sin considerar Lima, Puno, Tumbes, Áncash y Tacna aportan el 15,7 % del PBI nacional, el 17,5 % del empleo formal y concentran el 12,2 % del crédito total otorgado por el sistema financiero.

Otro bloque de departamentos también tiene economía contraída, pero de menor magnitud con respecto al primer grupo señalado. Se trata de Lambayeque (-3,5 %), Ucayali (-2,6 %), Huancavelica (-2,5 %), Madre de Dios (-2,2 %), Pasco (-2,0 %), Cajamarca (-1,5 %), Ayacucho (-1,4 %), Lima (-1,2 %), Arequipa (-1,0 %), La Libertad

### PBI POR DEPARTAMENTOS

(I semestre - 2023 vs. mismo periodo 2022) %



Fuente: INEI

Elaboración: IEDEP

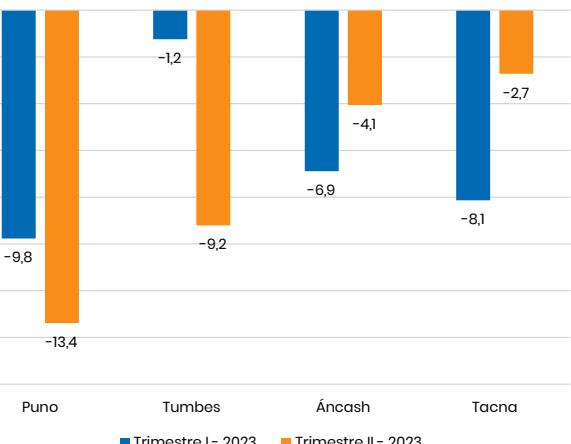
(-0,7%) y Junín (-0,3%), afectados por la manufactura, la construcción y las telecomunicaciones, que figuran entre los sectores con mayor caída en lo que va del presente año.

En tanto, son nueve departamentos en los que creció el PBI en el primer semestre de 2023. Este grupo es liderado por Moquegua (46,1%) y Apurímac (14,1%). En el caso de Moquegua el inicio de operaciones de la empresa Anglo American Quellaveco, en septiembre de 2022, ha llevado a un crecimiento explosivo en la producción de cobre y molibdeno. El crecimiento del sector minería e hidrocarburos fue de 226% y 227,7% en el primer y segundo trimestre, respectivamente.

En lo que respecta a Apurímac, en el primer trimestre del año prácticamente todo su aparato productivo estaba en caída o detenido. Pero, en el segundo trimestre, la producción minera se expandió en 138,8%, ante la mayor extracción de molibdeno y cobre de Las Bambas. Hay que recordar que, a diferencia de lo sucedido en Moquegua, esto es solo un efecto estadístico, pues de abril a junio de 2022 la producción de Las Bambas fue paralizada por conflictos sociales.

Asimismo, mostraron un desempeño favorable Piura (5,1%),

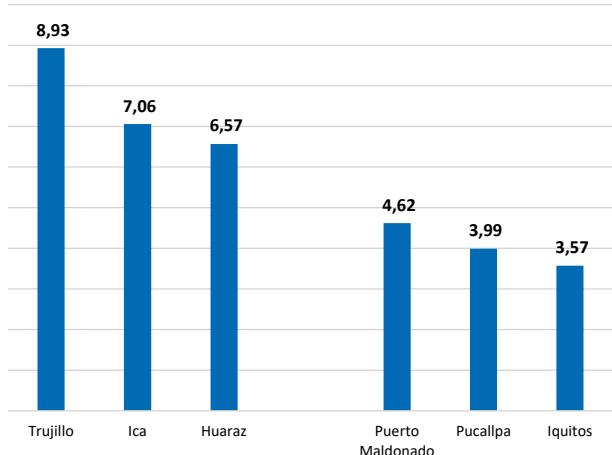
## PBI POR DEPARTAMENTOS CON MAYOR CAÍDA (I trimestre - II trimestre 2023 vs. mismos períodos 2022) %



Fuente: INEI

Elaboración: IEDEP

## CIUDADES CON MAYOR Y MENOR INFLACIÓN (Considerando los últimos 12 meses) %



Fuente: INEI

Elaboración: IEDEP

## INFLACIÓN POR DEPARTAMENTOS

La inflación la calcula el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), a partir de los precios y las canastas de consumo representativas de las 26 principales ciudades del país. En agosto, último mes del que se tiene información disponible, las mayores inflaciones se dieron en las ciudades de Huancavelica (0,88%), Chiclayo (0,87%), Tumbes (0,83%) y Huánuco (0,82%). Otras cinco ciudades tuvieron una inflación entre el 0,80% y 0,60%, cuatro ciudades entre el 0,60% y 0,40%, nueve entre el 0,40% y 0,20%, y tres entre el 0,20% y 0,07%. Pucallpa fue la única ciudad con inflación negativa (-0,23%).

Finalmente, si se consideran los últimos doce meses, dos ciudades son las más inflacionarias: Trujillo, con 8,93%, e Ica, con 7,06%. Otras diecisiete ciudades tienen más inflación que Lima Metropolitana (5,58%). Las ciudades menos inflacionarias son Puerto Maldonado (4,62%), Pucallpa (3,99%) e Iquitos (3,57%).

Como puede verse, estos datos reflejan un panorama económico diverso y desigual en los departamentos del país, donde algunos luchan por recuperarse mientras que otros experimentan un crecimiento impresionante.

# Capacítate y desarrolla tu talento

con los especialistas en negocios



## PROGRAMACIÓN OCTUBRE 2023

### ADMINISTRACIÓN

Programa especializado: Administración y gestión de edificios y condominios	03 DE OCTUBRE
Diplomado online en Administración	11 DE OCTUBRE
Curso intensivo: Contrataciones con el Estado con modificatorias al 2023	12 DE OCTUBRE
Programa de certificación: Asistente Administrativo	16 DE OCTUBRE
Programa de certificación: Crea y Gestiona tu Salón de Belleza	17 DE OCTUBRE
Programa de certificación: Gestiona y Administra tu panadería, pastelería y afines	17 DE OCTUBRE
Diplomado virtual en Asistente de gerencia	23 DE OCTUBRE
Certificación en Business plan: Desarrollo de un plan de negocios para pymes	30 DE OCTUBRE

### COMERCIO EXTERIOR

Diplomado online en Gestión de exportación e importación	18 DE OCTUBRE
Seminario: Aprende a cosechar tus productos en comercio exterior	18 DE OCTUBRE
Taller de etiquetado y rotulado para Estados Unidos y la Unión Europea	24 DE OCTUBRE
Seminario: Importación de cosméticos y artículos de cuidado personal	26 DE OCTUBRE

### SALUD

Certificación en Proyectos de salud en Perú: Oportunidades de implementación	17 DE OCTUBRE
--	---------------

### VENTAS

Certificación en Ventas por Internet	24 DE OCTUBRE
Taller presencial: Incrementa tus ventas en campaña navideña	28 DE OCTUBRE

### FINANZAS Y CONTABILIDAD

Diplomado online en Finanzas	05 DE OCTUBRE
Diplomado online en Contabilidad para no contadores	07 DE OCTUBRE
Programa de Especialización en Tesorería	15 DE OCTUBRE
Diplomado online en Gerencia de créditos y cobranzas	15 DE OCTUBRE
Certificación en Gerencia financiera	18 DE OCTUBRE
Diplomado virtual en Finanzas	23 DE OCTUBRE

### MARKETING

Curso Intensivo: Trade Marketing y Gestión Comercial del Punto de Venta	03 DE OCTUBRE
Programa de certificación: Analista de Marketing Digital	04 DE OCTUBRE
Curso intensivo en Google ads y analytics: Estrategia y certificación internacional	23 DE OCTUBRE
Curso de Especialización en Growth Hacking	24 DE OCTUBRE
Curso de Especialización en Digital product management	30 DE OCTUBRE

### FACTOR HUMANO

Certificación en Habilidades Gerenciales para el incremento de la efectividad	09 DE OCTUBRE
Diplomado de Especialización en Coaching para desarrollar equipos de alto rendimiento	14 DE OCTUBRE
Diplomado de Especialización online en Gestión de competencias para el Talento humano	19 DE OCTUBRE
Diplomado virtual en Gestión del Capital humano	23 DE OCTUBRE
4 Capacitaciones anuales obligatorias en seguridad y salud en el trabajo	24 DE OCTUBRE



CONOCE MÁS DE NUESTRAS CAPACITACIONES AQUÍ:

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

# CEAP Y CCL PROMOVIERON AL PERÚ COMO DESTINO DE INVERSIONES EN NUEVA YORK

La presidenta *pro tempore* del Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico, Rosa Bueno de Lercari, con un grupo de empresarios peruanos, participaron en el 'Pacific Alliance CEO Sustainable Summit 2023'.

**C**on el fin de promover al Perú como destino atractivo para las inversiones, la presidenta *pro tempore* del Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico (CEAP) y también presidenta de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Rosa Bueno de Lercari, llegó a Wall Street –el distrito financiero de Nueva York–, donde desarrolló una nutrida agenda de trabajo con líderes empresariales e inversionistas.

Fueron parte de esta comitiva el segundo vicepresidente de la CCL, Hernán Lanzara; el director institucional de la CCL, Carlos Posada; y el sherpa del Capítulo Peruano del CEAP, Mario Ocharan, quienes cumplieron una serie de actividades entre el 18 y el 21 de septiembre. Asimismo, estuvieron en este encuentro el presidente de la Asociación de Exportadores (ADEX), Julio Pérez Alván; el presidente de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), Jesús Salazar; y la presidenta de la Sociedad de Comercio (ComexPerú), Julia Torreblanca Marmanillo.

Asimismo, y como parte de su visita a la Asamblea General de las Naciones Unidas, la presidenta de la República, Dina Boluarte, acompañada de sus ministros, también participó en el 'Pacific Alliance CEO Sustainable Summit 2023'.

## AGENDA PARA PROMOVER EL PERÚ

El 20 de septiembre, en el marco del 'Pacific Alliance CEO Sustainable Summit 2023', la presidenta *pro tempore*



Rosa Bueno de Lercari aterrizó en Nueva York liderando a los representantes del Capítulo Perú del CEAP. La acompañan la presidenta de ComexPerú, Julia Torreblanca; los titulares de Adex y SNI, Julio Pérez y Jesús Salazar; y el primer vicepresidente de la SNI, Felipe James.

del CEAP y del Capítulo Perú lideró la sesión plenaria del bloque empresarial, en la que los presidentes y miembros del Consejo Empresarial discutieron una agenda dirigida al impulso de inversiones en los distintos países del bloque.

En la tarde, durante su discurso de apertura de la referida cumbre, Rosa Bueno de Lercari destacó que el CEAP llegó a esta ciudad estadounidense –la vitrina financiera más importante del mundo– para transmitir una firme señal de unidad, fortaleza y compromiso, priorizando una agenda de desarrollo enfocada en los jóvenes, las pymes (pequeñas y medianas empresas) y las mujeres, con énfasis en la sostenibilidad, la inclusión financiera y la transformación digital.

“Los invitamos a ver nuestro país y a todo el bloque de la Alianza del Pacífico como un espacio confiable, con enormes posibilidades de inversión y crecimiento; y, en consecuencia, a aprovechar todas las ventajas que este acuerdo de integración profunda les ofrece”, señaló.

## OTRAS ACTIVIDADES

Como parte de su agenda en Nueva York, el 18 de septiembre, Rosa Bueno de Lercari, acompañada de la comitiva de la CCL, visitó el *pop up* ‘Paz Lifestyle’, la plataforma sostenible con raíces latinoamericanas, donde se promocionaron diecisiete marcas peruanas que utilizan insumos locales.

Asimismo, durante la mañana del 19 de septiembre, la delegación de la CCL visitó las instalaciones de Atalanta Corporation, uno de los mayores importadores y distribuidores de alimentos especializados en el mercado estadounidense.

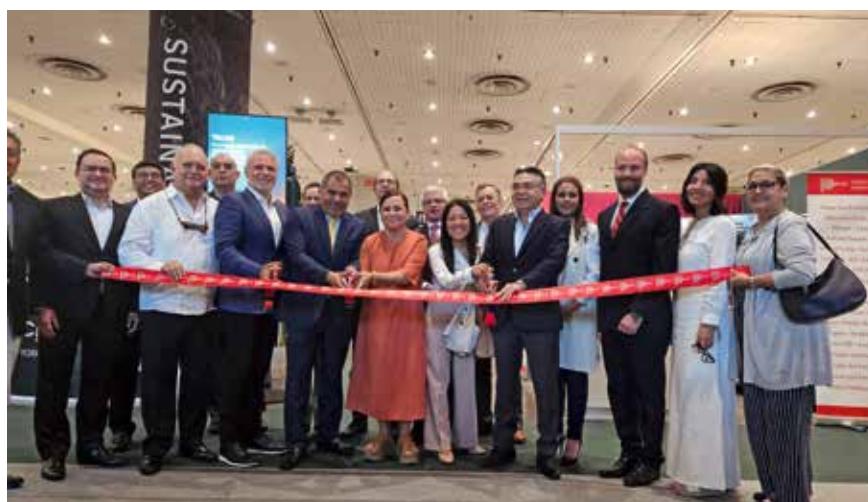
Finalmente, por la tarde de ese día, la presidenta *pro tempore* del CEAP, acompañada de la delegación peruana del bloque empresarial, entre otras autoridades y empresarios, participó en la inauguración del pabellón peruano en la feria ‘Sourcing at Magic’, donde se promocionan las últimas tendencias de las empresas ligadas al sector textil y confecciones.



La presidenta *pro tempore* del CEAP lideró la sesión plenaria del bloque empresarial en el marco del ‘Pacific Alliance CEO Sustainable Summit 2023’.



Rosa Bueno de Lercari invitó a ver a la Alianza del Pacífico como un espacio confiable de inversión, en su discurso de apertura en el ‘Pacific Alliance CEO Sustainable Summit 2023’.



La presidenta *pro tempore* del CEAP participó en la inauguración del pabellón peruano en la feria ‘Sourcing at Magic’, acompañada de la comitiva de la CCL, entre otros empresarios.

# PERÚ Y TAIWÁN FORTALECEN LAZOS COMERCIALES

La CCL y la Asociación de Importadores y Exportadores de Taipéi firmaron un memorándum de entendimiento para promover el comercio y la inversión.



La presidenta de la CCL, Rosa Bueno de Lercari, realizó una visita a la Oficina de Negociaciones Comerciales del Yuan Ejecutivo.

Con el fin de fortalecer los lazos de cooperación comercial entre el Perú y Taiwán, la Cámara de Comercio de Lima (CCL) y la Asociación de Importadores y Exportadores de Taipéi (IEAT, por sus siglas en inglés) suscribieron un memorándum de entendimiento cuyo objetivo será promover el comercio y la inversión entre ambos países.

De esta manera, la CCL se convierte en el aliado número 172 de la referida asociación, una de las más importantes de ese país, encargada de promocionar productos provenientes de Latinoamérica.

“Este acuerdo impulsa la

asistencia mutua mediante la organización de estudios e investigaciones, siendo igualmente relevante la eliminación de obstáculos que puedan afectar el flujo de comercio”, resaltó la presidenta de la CCL Rosa Bueno de Lercari.

Por otro lado, expresó su compromiso de la pronta implementación de este memorándum y revisarlo de manera periódica atendiendo las necesidades futuras y oportunidades emergentes que surjan en ambos mercados. Consideró, además, que los acuerdos comerciales entre privados también desempeñan un papel fundamental en el fortalecimiento de las naciones.

“Me encuentro muy contenta y satisfecha por los resultados de mi visita a Taiwán, que concluye de manera exitosa con la firma de este memorándum, pues esta suscripción garantiza que estaremos en constante evolución, adaptándonos a un mundo empresarial dinámico y desafiante”, remarcó.

Cabe mencionar que la presidenta de la CCL viajó a Taiwán para realizar diversas actividades relacionadas con la promoción comercial y de inversiones, con el fin de fortalecer las relaciones comerciales entre el Perú y el país asiático, reconocido mundialmente por su importancia estratégica y económica.

Precisamente, durante su estancia, Rosa Bueno de Lercari realizó una visita a la Oficina de Negociaciones Comerciales del Yuan Ejecutivo, encargada de las negociaciones comerciales de Taiwán con terceros países.

En esa ocasión fue recibida por Jen Ni Yang, Deputy Trade Representative, quien, bajo el liderazgo del ministro John Deng, ha trabajado incansablemente en fortalecer la conexión con el Perú y la CCL.

## PRODUCTOS PERUANOS

En la reunión, se destacó el exitoso ingreso del arándano peruano al mercado taiwanés. Esta fruta ha conquistado el paladar de sus ciudadanos y negocios gastronómicos, que han reconocido su valor nutricional, calidad, textura y sabor. El Perú también busca expandir el acceso en dicho país para productos como la granada y la palta.

Cabe mencionar que la relación comercial entre Taiwán y el Perú se ha intensificado en la última década, especialmente en el comercio de productos agrícolas, sector que cuenta con la aprobación de ambas autoridades sanitarias. Esta colaboración promete un futuro alentador, en el marco del Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (CPTPP), donde Taiwán está solicitando ser un miembro signatario.

Otro aspecto relevante que se abordó en la reunión fue el acceso de los productos taiwaneses al mercado peruano, que se centró en los sectores de transporte y productos médicos, incluyendo dispositivos médicos y medicina inteligente. Esto representa una oportunidad para incrementar la inversión en el Perú.

Respecto a la inversión, se observaron interesantes oportunidades para la atracción de inversiones taiwanesas especializadas en el mercado tecnológico, en donde prima la innovación y el desarrollo de la

inteligencia artificial.

Este tipo de reuniones van acordes con la agenda de desarrollo que promueve la CCL, que se fijan en cuatro pilares: fortalecer la democracia, el libre mercado, la seguridad ciudadana y el acceso a la formalidad. Este trabajo se sustenta en dos ejes transversales: integridad y transformación digital, innovación e inteligencia artificial.

## “LA RELACIÓN COMERCIAL ENTRE TAIWÁN Y EL PERÚ SE HA INTENSIFICADO EN 10 AÑOS”.

La presidenta de la CCL sostuvo que ello es especialmente importante, dado que las políticas comerciales de Taiwán privilegian el trabajo conjunto con naciones e instituciones que prioricen el respeto por la democracia y el libre mercado.

Asimismo, agregó que los empresarios peruanos muestran su voluntad de hacer negocios

con Taiwán y, por ello, la próxima reunión del Foro de Cooperación Asia-Pacífico (APEC) representa una oportunidad aún mayor de concretarlos.

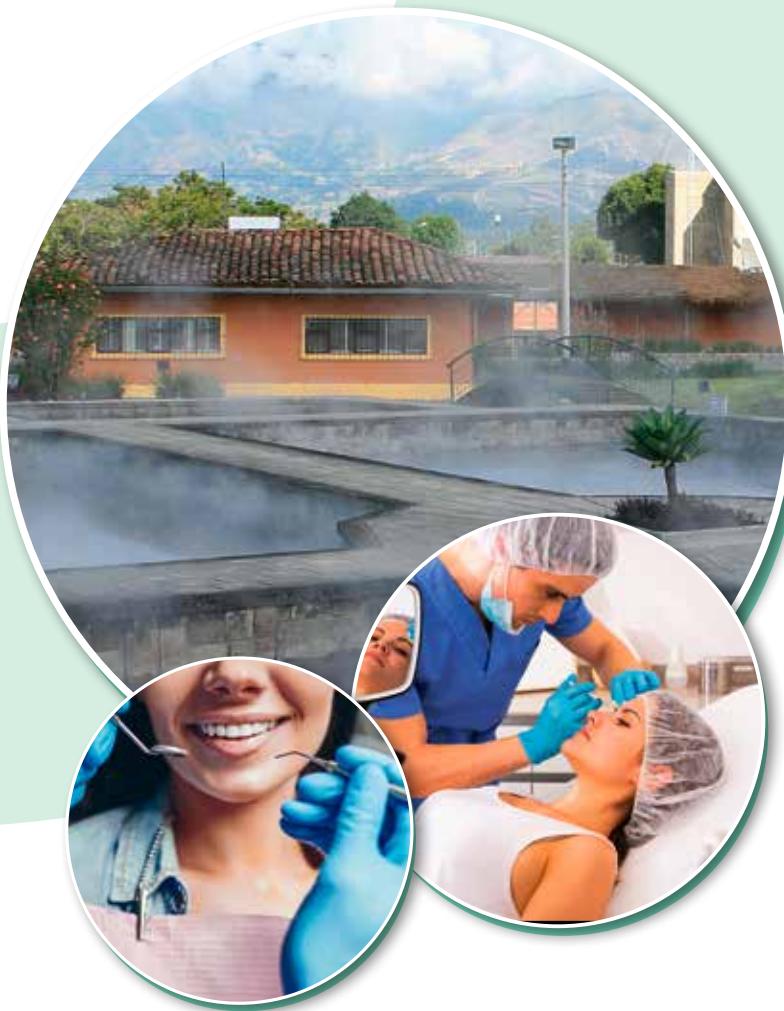
Cabe indicar que si Taiwán se adhiere como miembro al CPTPP, nuestra ventana al mercado asiático crecería de manera importante, al elevar los niveles de intercambio comercial en un marco jurídico que genera mayor predictibilidad.

Es importante destacar que la colaboración entre Taiwán y el Perú en el ámbito comercial es una historia en desarrollo que promete beneficios mutuos. Las relaciones comerciales sólidas entre ambas naciones en productos agrícolas, pesqueros, materias primas y otros sectores continúan creciendo, y ofrecen un potencial significativo para el futuro cercano.

Sin embargo, como parte de la agenda pendiente, la CCL advierte que el sector privado debe promover con mayor énfasis las oportunidades que Taiwán ofrece para el desarrollo de nuevas líneas de exportación, así como la capacidad de asociación para lograr mayor competitividad y productividad con miras a fortalecer la matriz productiva peruana.



Taiwán tiene mucho interés por los productos agrícolas peruanos.



MIRTHA PATRICIA TRIGOSO LÓPEZ  
MTRIGOSO@CAMARALIMA.ORG.PE

El turismo de salud viene atrayendo cada vez más turistas al país. Sin embargo, para entender este fenómeno, es crucial comprender en qué consiste. Según la presidenta del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Marienela Mendoza, se debe tener en cuenta que dentro de este subsector existen dos variantes, entre las que se encuentran el turismo médico, en el que se busca el tratamiento, la cura, la prevención y la rehabilitación; y el turismo de bienestar o *wellness*, enfocado en las actividades que mejoren el estilo de vida de las personas.

En el caso del turismo médico, Mendoza resalta que las especialidades de odontología y oftalmología son las que atraen a más visitantes, quienes valoran la calidad y los precios más asequibles en comparación con sus países de origen.

“Por ejemplo, el servicio odontológico en Estados Unidos, comparado con el que se brinda en el país, es 50 % más caro”, detalla Mendoza. Como dato, destaca que cada año aproximadamente 50 000 chilenos cruzan la frontera sur de nuestro país para atenderse, principalmente en Tacna.

En cuanto al turismo de bienestar, los visitantes buscan disfrutar más de los destinos que cuenten con aguas termales, entre otros placeres naturales, así como con una oferta integral que incluya alimentación saludable. Por ello, optan por viajar a departamentos como San Martín, Cusco, Áncash y Arequipa.

Según la Cámara Nacional de Turismo (Canatur), los visitantes que habitualmente buscan atención de salud en el país, así como realizar un turismo de bienestar, provienen de Estados Unidos y Chile, mientras que los turistas europeos son menos comunes, debido a los altos costos de viaje.

# TURISMO DE SALUD AUMENTA EN EL PERÚ

Las variables calidad y precio posicionan cada vez mejor a nuestro país en tratamientos médicos y de bienestar a nivel internacional.

## ESTADÍA Y GASTO

La presidenta del Gremio de Turismo de la CCL, Marienela Mendoza, refiere que el turista *wellness* o el que viene en busca de bienestar tiene un tiempo de estadía y un gasto diario mayores que el del turista en general. Así, el visitante que busca bienestar se podría quedar hasta una semana y al día podría destinar más de US\$ 100, mientras que el turista promedio se quedaría alrededor de cuatro días con un gasto diario que no supera los US\$ 100.

Por su parte, el turista que viene al Perú en busca de una atención médica se quedaría solo por un día, y no suele pernoctar en el país.

“Este es el caso, en su mayoría, de este tipo de turista que proviene de nuestro vecino país Chile”, anota.

## CRECEN FRANQUICIAS

Por su parte, Juan Lazarte, presidente del Sector Franquicias del Gremio de Servicios de la CCL, da cuenta que, en 2022, las franquicias de salud peruanas que atienden a turistas extranjeros que vienen al país en busca de estos servicios creció respecto a 2021.

“En realidad, después de la crisis sanitaria de 2020 que se mantuvo hasta 2021, se ha producido un ligero crecimiento. Sin embargo, no debemos olvidar que en nuestro país no solo hubo una crisis sanitaria, sino también una política, que afectó mucho más porque desalienta a los inversionistas y visitantes. Entonces, podríamos definir que parte del crecimiento se debe a un efecto rebote posterior a la crisis”, explica.

En relación con el tipo de franquicias de salud (especialidades) que muestran mayor incremento, Lazarte subraya que los servicios odontológicos y de cirugías estéticas pueden ser negocios muy atractivos para impulsar el crecimiento del sector. No obstante, recordó que, por la pandemia, los servicios de odontología y las cirugías estéticas en Tacna se suspendieron abruptamente.

¿Qué porcentaje de las franquicias

de salud peruanas ya atienden a turistas extranjeros que vienen especialmente al país por estos servicios? “No se tiene una estadística exacta, porque hay centros médicos u odontológicos que reciben turistas, pero no están en la calificación de franquicias, sino más bien de exportación de servicios. En la medida en que se recuperen las cifras macroeconómicas y se mantenga un tipo de cambio atractivo, tendremos la opción de captar a compatriotas que viven fuera del país y a extranjeros interesados en recibir servicios de alta calidad a un valor menor en comparación con el que se brinda en los países anglosajones”, manifiesta el presidente del sector de Franquicias del Gremio de Servicios de la CCL.

## “PARA SEGUIR CRECIENDO EN TURISMO DE SALUD SE DEBE TRABAJAR EN SOLUCIONAR LAS TRABAS BURECRÁTICAS”.

Lazarte considera que el incremento de las franquicias de salud pasa por impulsar que los centros de salud realmente implementen una oferta que sea “franquiable”, con los protocolos, lineamientos, indicadores, imagen y todo lo que corresponde para constituir una franquicia.

“Por ello, es necesario que las empresas que tengan una oferta que pueda ser considerada como franquicia se unan al sector para brindarles defensa gremial, asistencia legal y técnica, y de este modo puedan generar nuevas oportunidades de negocios”, afirma.

## TAREA PENDIENTE

Pese al buen momento del turismo de salud en el Perú, este puede

seguir creciendo. Para ello, la presidenta del Gremio de Turismo de la CCL, Marienela Mendoza, indica que debe trabajarse en solucionar las trabas burocráticas, así como impulsar el desarrollo de las ciudades o departamentos, a través de la ejecución de los presupuestos municipales.

“Así se logrará contar con destinos turísticos agradables para mejorar el estilo de vida. Ya contamos con profesionales que se especializan en el turismo de salud”, indica.

Refirió que el Perú debe especializarse en turismo de salud y *wellness*, y que ayudaría mucho en esta tarea la realización de congresos sobre nutrición y enfermería, los cuales se efectuaban años atrás en ciudades como Cusco, por ejemplo.

“En Latinoamérica, el turismo de salud lo lidera México; y Guadalajara tendrá en 2024 la Expo Guadalajara, donde se ofrece todo un plan de turismo de salud y la Ruta Maya, por ejemplo. Así la gente apuesta por ir a hacerse purificaciones y a encontrar una alimentación saludable”, refiere.

Precisa que en el Perú las zonas con potencial para turismo *wellness* –además del Cusco– son Iquitos y la selva en general. “Debemos prepararnos como país. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) puede lanzar su programa, pero también estar preparados y capacitados para ofrecer este servicio de turismo de salud. En Cusco se está avanzando. En Aguas Calientes hay oferta de masajes, en Cajamarca están los Baños del Inca, pero estos servicios deben mejorar. Hay demanda; sin embargo, falta personal capacitado”, sostiene.

Finalmente, Marienela Mendoza subraya que la salud no solo involucra la de los viajeros, sino también el compromiso con el turismo sustentable y la preservación del medioambiente, lo que brindará una oferta integral y atractiva para los visitantes.



# XIX Premio Anual al Periodismo Ramón Remolina Serrano



La Cámara de Comercio de Lima (CCL) invita a los periodistas a participar con sus reportajes, informes y/o investigaciones publicados entre el **1 de enero y el 15 de noviembre de 2023**.

## TEMA:

# RETOS Y OPORTUNIDADES EN LA **ALIANZA DEL PACÍFICO**

El plazo de presentación vence el  
**20 de noviembre del 2023**

## Premiación

# 07

DE DICIEMBRE

REGÍSTRATE Y PARTICIPA



## Auspiciadores:

**DIGEVO**

**Neusoft** Medical Systems

**SouthernPerú**

GrupoMéxico  
MINERÍA

**RLA**  
EVENT TECHNOLOGIES

• Teléfonos: 219-1817 / Cel.: 957 691 646

• [premioramonremolina@camaralima.org.pe](mailto:premioramonremolina@camaralima.org.pe)

**CCL** | CÁMARA  
DE COMERCIO  
LIMA  
La Fuerza de los Empresarios

ALTO EN  
GRASAS  
SATURADAS

ALTO EN  
AZÚCAR

EVITAR SU CONSUMO EXCESIVO



DISFRUTA SU MÁGICO SABOR

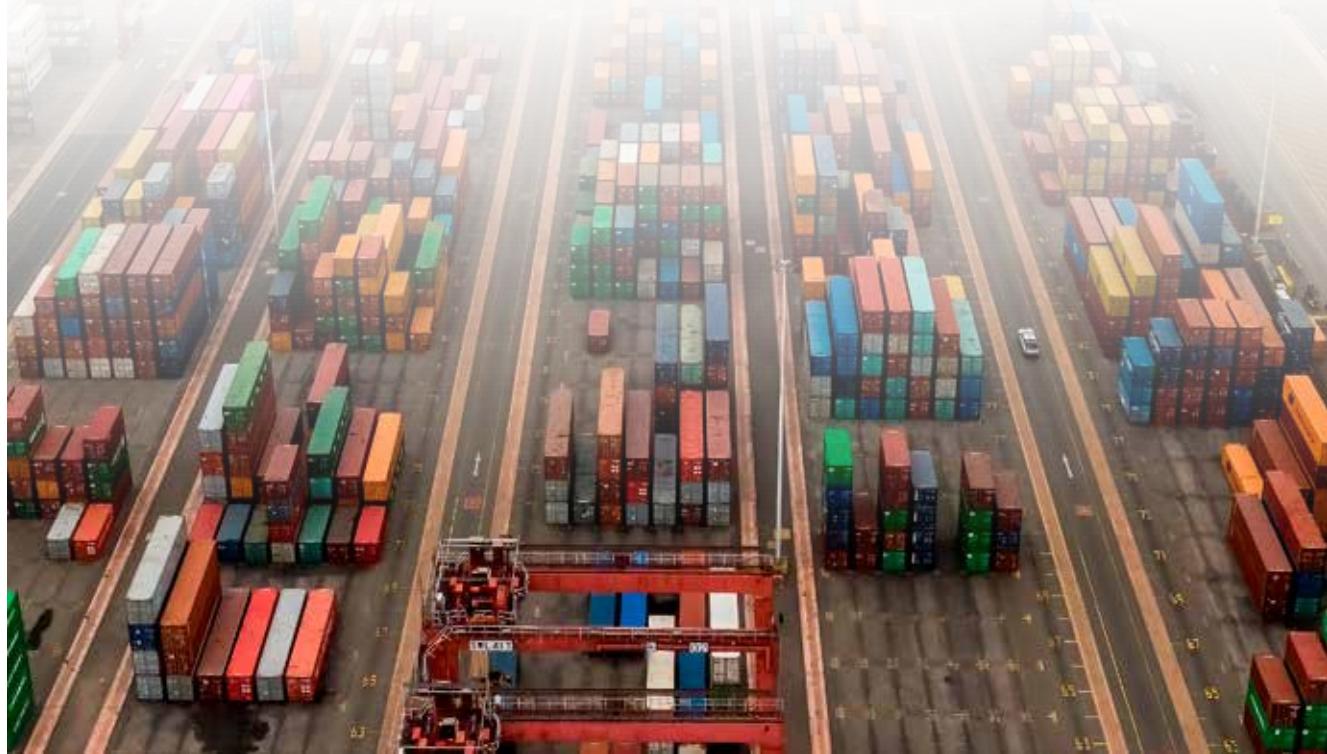


~ GELAFRUT S.R.L. | PEDIDOS: +51(1) 313-0580 ~



## ENVÍOS AGROINDUSTRIALES AL EXTERIOR CAYERON 5 % A JULIO

Los envíos peruanos de este sector al extranjero no fueron los esperados, lo que plantea preocupaciones, especialmente ante la próxima llegada del fenómeno de El Niño.





CARLOS POSADA UGAZ

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

**E**l sector agropecuario en el Perú se erige como el pilar fundamental del macrosector no tradicional, al desempeñar un papel crucial en la economía nacional. En un contexto marcado por los desafíos económicos globales, el sector agropecuario logró mantenerse en terreno positivo durante 2020, y destacó como el único rubro con cifras exportadoras en alza. Además, este sector es un motor esencial de empleo en el país, ya que genera aproximadamente el 24 % del total, lo que equivale a 2 de cada 10 trabajadores en el Perú.

En los últimos 15 años, el sector agroindustrial ha experimentado

una transformación significativa, tras ampliar su cartera de productos de exportación de manera notable. Este crecimiento incluye la venta al exterior de productos tradicionales y la incorporación de los previamente inexistentes en la producción peruana, como arándanos frescos, jaleas de aguaymanto, kion en polvo envasado, jugo de maracuyá, pasta de cacao y muchos otros.

## “EN LOS ÚLTIMOS 15 AÑOS EL SECTOR AGROINDUSTRIAL AMPLIÓ SU CARTERA DE PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN SOSTENIDAMENTE”.

Para un análisis más detallado, es conveniente desglosar este sector en sus diferentes subsectores y centrarnos en particular en los productos agroindustriales o procesados. Según datos de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (Sunat), la exportación de productos agroindustriales hasta julio

del presente año experimentó una ligera disminución del 5 %, tanto en valor como en volumen, en comparación con similar periodo de 2022.

Los principales subsectores que contribuyeron a esta disminución son:

**a) Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagres:** este subsector experimentó una caída del 29 % tanto en valor como en volumen de exportación de productos agroindustriales. Esto se debió principalmente a una reducción en el envío de productos como la cerveza de malta (-68 %), el ron (-28 %) y los aguardientes de vino (-46 %).

**b) Cacao y derivados:** este subsector vio una disminución del 14 % en el valor de exportación y del 16 % en el volumen de sus productos agroindustriales. La disminución se atribuye principalmente a una menor exportación de productos como el chocolate (-49 %), la manteca de cacao (-75 %) y la pasta de cacao desgrasada (-68 %).

**c) Frutas:** el subsector de frutas experimentó una disminución del 16 % en el valor de exportación y del 10 % en el volumen de sus productos agroindustriales. Esto se debió a una menor exportación de productos como mangos cocidos en agua o vapor (-21 %), otros frutos cocidos en agua o

### Exportaciones peruanas de los subsectores agroindustriales. Enero a julio (2021 - 2023)



SUBSECTORES AGROINDUSTRIALES	2021		2022		2023*	
	FOB (US\$)	VOLUMEN	FOB (US\$)	VOLUMEN	FOB (US\$)	VOLUMEN
Alimentos para Animales	124 266 732	160 511 048	155 326 614	170 199 178	175 180 035	176 375 529
Animales Vivos y Productos del Reino Animal	23 468 719	12 081 694	27 156 889	11 405 970	28 271 492	12 147 817
Bebidas, Líquidos Alcohólicos y Vinagres	24 487 322	31 864 499	39 043 249	42 487 506	27 669 458	30 197 753
Cacao y Derivados	78 841 366	17 795 479	88 225 521	20 389 908	76 282 347	17 217 739
Frutas	273 897 178	144 126 987	349 014 443	171 229 832	292 176 316	153 752 264
Grasas y Aceites de Animales o Vegetales	70 936 630	61 373 768	153 499 339	97 251 798	130 387 963	107 103 921
Hortalizas	257 256 034	131 189 027	241 474 839	117 797 997	228 048 556	99 680 342
Legumbres	1 633 073	987 574	3 578 941	2 071 096	2 084 337	1 107 542
Otros Productos de la Industria Alimentaria	201 094 785	112 601 360	241 044 864	112 652 072	288,513,095	118 691 892
Otros Productos Vegetales	64 071 277	27 260 328	70 874 643	29 256 412	56,797,388	23 083 767
<b>Total general</b>	<b>1 119 953 116</b>	<b>699 791 765</b>	<b>1 369 239 342</b>	<b>774 741 769</b>	<b>1 305 410 987</b>	<b>739 358 567</b>

\* Enero a julio 2023

Fuente: Sunat

Elaboración: IDEXCAM

vapor (-26 %), jugo de maracuyá (-2 %), conservas de mango (-18 %), conservas de cítricos (-21 %), cortezas de limón sutil (-4 %) y jugo de limón (-32 %).

**d) Hortalizas:** este subsector tuvo una disminución temporal en sus exportaciones del 6 % en valor y del 15 % en volumen. Esto se debió a una menor exportación de productos como espárragos conservados, demás hortalizas preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético, aceitunas preparadas o conservadas, tomates preparados o conservados, demás hortalizas y mezclas de hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), y palmitos preparados o conservados.

De otro lado, algunas líneas de productos agroindustriales destacaron en los primeros siete meses del año:

**a) Preparaciones para la alimentación de animales (comida para camarones):** esta línea de productos experimentó un crecimiento

del 16 % en valor y del 6 % en volumen, con Ecuador como principal destino, con una participación total del 99 %.

**b) Galletas dulces (con adición de edulcorante):** esta línea de productos registró un crecimiento del 15 % en valor y del 38 % en volumen, con Colombia como principal destino en cuanto a participación, con 21 %; seguido de Chile (20 %) y Ecuador (16 %).

**c) Preparaciones alimenticias de harina, grañones, sémola, almidón, fécula o extracto de malta (sin cacao):** esta línea de productos experimentó un aumento del 33 % en valor y del 17 % en volumen, con Haití como principal destino, con una participación del 86 %.

**d) Galletas saladas o aromatizadas:** esta línea de productos creció un 9 % en valor y un 3 % en volumen, con Colombia como el principal destino en cuanto a participación (24 %). Le siguieron en

importancia Chile (19 %) y República Dominicana (18 %).

**e) Fresas cocidas en agua o vapor, congeladas:** esta línea de productos registró un crecimiento del 15 % en valor y del 38 % en volumen, con Estados Unidos como el principal destino, con una participación del 34 %; seguido de Canadá (25 %) y Guatemala (22 %).

Es importante destacar que este pequeño tropiezo en la industria agroindustrial del país plantea preocupaciones, especialmente ante la llegada prevista del fenómeno del El Niño en 2024, que podría afectar los recursos disponibles para la producción de alimentos.

Una menor producción resultaría en un aumento de los precios finales en los mercados de destino. Por lo tanto, se requiere una gestión cuidadosa de los recursos y una planificación estratégica para abordar estos desafíos.

**Genera mayor RECORDACIÓN DE MARCA**

En #Comipro desarollamos tus ideas

**Nuestras líneas:**

- Tazas Publicitarias
- Artículos Promocionales
- Publicidad exterior
- Línea hombre
- Artículos de cuero y madera
- Línea mujer
- Artículos de impresión
- Artículos Ecológicos
- Artículos Corporativos
- Artículos Importados
- Artículos Textil

**CONTÁCTANOS**

973 644 878

[www.comipro.net](http://www.comipro.net) [ventas@comipro.net](mailto:ventas@comipro.net)

**Pide tu muestra virtual GRATUITA**



## LÍDERES 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

### EVALÚA



PRECIOS



CLIMA LABORAL



PRODUCTOS/SERVICIOS



CANALES DE COMUNICACIÓN

### CONOCE



MERCADO Y COMPETENCIA



SATISFACCIÓN LABORAL



CONOCIMIENTO DE MARCA, IMAGEN Y REPUTACIÓN



CONSUMIDOR / POTENCIAL CONSUMIDOR

Perú  
(01) 6970272

info@cidlatinoamerica.com

www.cidlatinoamerica.com



## A&R IMPORTACIONES S.A.C

**ROSS**  
Detalles

Somos parte de tus momentos especiales  
y tu aliado para sorprender a tus clientes  
y colaboradores.

### Detalles Corporativos



www.rossdetalles.com  
contacto@rossdetalles.com  
pedidos@rossdetalles.com

Contacto:

931 630 642

# PROPONEN CAMBIOS EN EL REGLAMENTO DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

No obstante las buenas intenciones por proteger la referida información, la propuesta del Minjus vulnera el principio de jerarquía normativa consagrado en la Constitución.



ÁLVARO GÁLVEZ CALDERÓN

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

**E**l Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (Minjus) publicó la propuesta del nuevo Reglamento de la Ley de Protección de Datos Personales, a través de la Resolución Ministerial N.º 0270-2023-JUS. Conforme a la exposición de motivos, la necesidad de hacer ajustes al actual reglamento, aprobado por Decreto Supremo N.º 003-2013-JUS, responde a la aparición y el uso cada vez más frecuente de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial o el *big data*, que impactan en la forma o capacidad de recolección o tratamiento de datos.

Para la Cámara de Comercio de Lima (CCL), el proyecto comprende algunas disposiciones que podrían colisionar con normas de rango legal y constitucional, al ampliar los alcances de algunos conceptos o figuras; lo cual, sin perjuicio de que la intención regulatoria tenga un



objetivo positivo, vulnera el principio de jerarquía normativa consagrado en la Constitución. A continuación, brindamos un resumen de las propuestas de cambios con mayor incidencia:

### 1. Excepciones al ámbito de aplicación de la ley

Se propone que las disposiciones de la Ley y el Reglamento de Protección de Datos Personales no se aplicarán al tratamiento de los referidos datos de los representantes o apoderados de una persona jurídica.

Si bien consideramos correcta esta precisión, nos preocupa que se asocie o interprete que únicamente se aplique a los datos personales de representantes o apoderados de una persona jurídica inscritos en un registro de naturaleza pública (Sunarp o Sunat), cuando existen registros de naturaleza privada, como en el caso de las asociaciones (en el Libro Padrón de Asociados) en el que las personas jurídicas registran los datos de sus representantes y apoderados, sin requerirse una formalidad en particular (escritura pública, vigencia de poder, copia legalizada, etc.). Sobre este punto, hemos sugerido que se precise que la exclusión sea aplicable, independientemente de la naturaleza del banco de datos personales en el que se almacenen (público o privado).

### 2. Crean la figura del “oficial de datos personales”

Se establecería la obligación de contar con un oficial de datos personales cuando se realicen actividades que requieran observación habitual, sistemática y continua de titulares de datos personales de forma masiva o gran escala o se realice el tratamiento de datos sensibles. La exposición de motivos señala que, dado que el artículo 28 de la Ley de Protección de Datos Personales dispone que el titular o el encargado del tratamiento de datos personales tiene las “otras” obligaciones previstas en el reglamento, esta sería la habilitación

legal para aprobar la designación de un “oficial de datos personales” como una nueva obligación aplicable a los titulares de bancos de datos personales o a los encargados de su tratamiento.

Al respecto, sugerimos evaluar si la “habilitación legal” descrita es suficiente para crear una figura no prevista en la ley. Asimismo, solicitamos precisar los conceptos de “tratamiento masivo” o “gran escala de datos personales”, y si el rol de oficial de datos personales puede recaer en la misma persona designada como oficial de cumplimiento para efectos de la Ley N.º 30424 u otros modelos de cumplimiento, a fin de evitar costos a las empresas.

### 3. Portabilidad de los datos personales

Es necesario que se aclare que la “portabilidad” propuesta comprende exclusivamente los datos personales que fueron objeto de consentimiento, y no así –en ningún supuesto– el tratamiento, perfil o producto que la empresa haya construido lícitamente a partir de la información compartida por el titular del dato personal. Asimismo, se requiere claridad en torno al mecanismo neutral para ejecutar la portabilidad a requerimiento de su titular.

### 4. Tratamiento de datos para publicidad y prospección comercial

Se plantea en el proyecto que los consentimientos señalen de forma expresa la finalidad de publicidad y prospección comercial, así como la mención al empleo o no de perfiles, por lo que hemos sugerido que se establezca un periodo de adecuación razonable, no menor a un año, para que las empresas, a través de las campañas de actualización de datos, puedan actualizar los consentimientos de los titulares de los datos personales.

Asimismo, es necesario que se regule expresamente en la propuesta la figura del “primer contacto

permitido” como una práctica comercial válida para obtener el consentimiento, en armonía con el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

### 5. Incidentes de seguridad de datos personales

La propuesta pretende considerar a todas las empresas en la obligación de reportar incidentes de seguridad, tanto a la Autoridad de Protección de Datos Personales, así como a los titulares de datos personales afectados.

Al respecto, corresponde que la Dirección General de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales (DGTAIPD), del Minjus, se ciña a la normativa vigente en seguridad y confianza digital prevista en el Decreto de Urgencia N.º 007-2020, a fin de no crear nuevas obligaciones que podrían ser contradictorias o más restrictivas que las ya existentes. Son pocos los países donde se tiene como obligación expresa reportar todos los incidentes de seguridad, dado que ello representa una carga operativa significativa para las empresas, las que, a la par, deben lidiar con la propia situación de crisis presentada.

### 6. Reducción del pronto pago en infracciones

La propuesta de reglamento reduce el beneficio de pronto pago de un 60 % al 40 %. Al respecto, en la exposición de motivos no se explica cuáles serían las razones que justificarían realizar este ajuste, más aún tomando en cuenta que, al entrar en rigor una nueva regulación, es evidente que muchas empresas podrían verse envueltas en supuestos de infracción.

Al respecto, es necesario que se mantenga el porcentaje de pronto pago y que, además, la norma establezca un periodo de adecuación razonable no menor a un año libre de sanciones y multas, en el que se puedan difundir los cambios en el reglamento.

# ÓSCAR ZAPATA ES EL NUEVO PRESIDENTE DE PERUCÁMARAS

El destacado empresario liderará el Consejo Directivo de la Cámara Nacional de Comercio, Producción, Turismo y Servicios en el periodo 2023-2025.

**L**a Asamblea General de la Cámara Nacional de Comercio, Producción, Turismo y Servicios (Perucámaras) eligió como nuevo presidente, para el periodo 2023-2025, al abogado Óscar Zapata Alcázar, quien cuenta con más de cuarenta años de experiencia en la dirección de empresas en los sectores público y privado. Zapata Alcázar remplazará al ingeniero Carlos Durand Chahud, que dirigió la organización gremial de 2018 a 2023.

El flamante presidente de Perucámaras asume por segunda vez este cargo, el cual ejerció anteriormente en el periodo 2010-2011. Durante su carrera profesional, ha trabajado y asesorado instituciones privadas como la Cámara de Comercio de Lima (CCL) y la Cámara Nacional de Comercio del Perú (CNCP), así como instituciones públicas como el Tribunal Constitucional del Perú, la OIOE –que hoy es el Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado (Fonafe)– y la Agencia de Promoción de la Inversión Privada (Proinversión).

Además, ha laborado en destacadas empresas, como Cóndor Textiles Peruanos Suizos, Profuturo AFP, el Grupo Carsa, Trupal, Manufacturera de Papeles y Cartones, y Corporación Papelera Schroth. Asimismo, se desempeñó como gerente general de Tecsur. También ha participado en la liquidación en marcha de Doe Run Perú. En la actualidad, es consultor del Programa del Banco Mundial para el mejoramiento del sistema de justicia del Perú.



El nuevo presidente de Perucámaras y su Consejo Directivo para el periodo 2023-2025 asumirán sus cargos en la primera semana de noviembre en la sede institucional de la CCL.

Como presidente de Perucámaras, Zapata Alcázar tiene el reto de contribuir al fortalecimiento de las cámaras de comercio del Perú, así como impulsar el desarrollo de la pequeña y microempresa del interior del país, y transmitir al Gobierno Nacional la problemática y propuestas de los diferentes sectores económicos, regiones e instituciones que conforman este gremio nacional.

Su vasta experiencia en la alta dirección y su activa participación en procesos de reingeniería y reestructuración le otorgan el perfil ideal para participar en programas de modernización de instituciones mediante procesos de virtualización,

digitalización e interoperabilidad.

En relación con su vida académica, Zapata Alcázar es graduado en Derecho por la Universidad Católica Santa María de Arequipa. Cuenta con estudios en Administración de Empresas, Finanzas y Recursos Humanos en el Centro Interamericano de Comercialización (OEA, Berkeley), Wharton School e INCAE.

Asimismo, se ha especializado con cursos de actualización en materia de negociación, *marketing*, finanzas y recursos humanos. También llevó un curso de preparación, capacitación y entrenamiento para gerenciar AFP en Citibank, realizado en Santiago de Chile.

# INGRESO LIBRE



## INMODECON

Feria Inmobiliaria, Decoración y Construcción  
— CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA —

¡La feria más especializada en **inmobiliaria, decoración y construcción**

13 y 14 de OCTUBRE  
11:00 AM A 7:00 PM  
Centro de Convenciones CCL  
Av. Giuseppe Garibaldi 396 - Jesús María



Asesoría  
personalizada



Zonas por  
especialidad



Financiamiento



Las mejores  
ofertas del sector



Conferencias  
y talleres



Regístrate de  
manera gratuita



**CCL** CÁMARA DE COMERCIO  
LIMA  
La Puerta de los Empresarios

**GREMIO**  
SERVICIOS  
Y SECTORES

**G** Construcción  
e Ingeniería

**Claro**

ORGANIZA:

AUSPICIA:



## **“RESTAURANTES TENDRÁN UN DESEMPEÑO AUSTERO EN LO QUE RESTA DE 2023”**

El presidente del Sector Gastronomía del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Adolfo Perret, afirmó que El Niño Costero y El Niño Global generan incertidumbre, principalmente en zonas productoras.

POR MARIBEL HUAYHUAS  
MHUAYHUAS@CAMARALIMA.ORG.PE

## El *boom* gastronómico que se da en el Perú hace varios años, ¿garantiza el éxito de los negocios del rubro culinario?

El auge gastronómico peruano ha ganado, en los últimos años, un reconocimiento a nivel mundial por su diversidad, tradición, sabores únicos y técnicas ancestrales como innovadoras. Ahora, cuando hablamos del llamado “boom” gastronómico peruano, hay que entender que este puede ser cílico y está sujeto a cambios según las preferencias. En ese sentido, continuar mostrando al Perú con sus tradiciones y nuevas tendencias culinarias ayuda a nuestro país a seguir posicionándose como un destino gastronómico favorito. Para trascender al “boom”, se debe realizar un trabajo muy bien articulado entre el sector público y privado, dado que todavía hay mucho camino por recorrer.

De otro lado, cabe resaltar que, de continuar este auge gastronómico, permitirá seguir generando oportunidades para los negocios del rubro culinario. Por ello, es importante recordar que el éxito en el rubro no solo depende del “boom” gastronómico, sino también de una hoja de ruta cuyo objetivo sea que el reconocimiento a la comida peruana alcance los niveles que ha mantenido en el tiempo la comida italiana o la francesa, por citar algunos ejemplos.

## En esta coyuntura, ¿qué planeamientos deben realizar estos negocios para sobresalir en el rubro?

Son varias las aristas que los negocios gastronómicos deben tener en cuenta. Por ejemplo, el restaurante o negocio culinario debe establecer un concepto único y diferenciado para que puedan sobresalir en mercados competitivos. Ello implica ofrecer algo especial, ya sea a través de la cocina, el ambiente, el servicio o la experiencia en general. Así también, se requiere mantener altos

estándares de calidad en la comida, ingredientes frescos y una consistencia en la entrega de sabores y platos es esencial para ganarse la confianza y lealtad de los clientes.

Al mismo tiempo, es clave conocer a tu público objetivo, y comprender sus preferencias y necesidades. Ello permitirá al empresario adaptar su oferta y brindar una experiencia satisfactoria. Esto implica, además, investigar y analizar el mercado local y sus tendencias.

## “CON BUENA PROMOCIÓN, ‘PERÚ, MUCHO GUSTO’ PODRÍA LLEGAR AL EXTRANJERO”.

### ¿Y respecto a la promoción y gestión?

En relación con la promoción, se debe definir un plan de *marketing* efectivo, el cual es fundamental para atraer a los clientes. Por eso es importante establecer estrategias de *marketing* digital, redes sociales y relaciones públicas para aumentar la visibilidad del negocio y generar interés. Precisamente los restaurantes hacen uso de algunas de estas herramientas consiguiendo buenos resultados en sus ventas. En el tema de gestión, es clave mantener un control financiero adecuado, así como establecer precios justos y gestionar eficientemente los costos. Estos aspectos son cruciales para generar mayor rentabilidad y el éxito a largo plazo.

### ¿Se espera que el rubro restaurantes tenga un mejor dinamismo en el segundo semestre de 2023?

Según el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la CCL, entre enero y julio, el subsector de restaurantes creció en 6,6 %, debido a las mayores ventas de restaurantes, pollerías, carnes y

parrillas, cebicherías, heladerías, etc. Pese a este resultado, para el resto del año y el próximo, esperamos un desempeño más austero con menor crecimiento, en la medida en que se presentan escenarios de incertidumbre. Uno de ellos está relacionado con el cambio climatológico, pues un clima cálido o frío determina el comportamiento de las personas respecto al consumo. También hay mucha incertidumbre sobre el impacto que puedan generar el Niño Costero y el Niño Global, sobre todo en la zona norte (La Libertad, Lambayeque y Piura), principal abastecedora de suministros, porque sin insumos se puede generar un encarecimiento de los precios de los platos y el desfase en los costos de nuestro sector.

### El Gobierno está impulsando en regiones la feria gastronómica ‘Perú, mucho gusto’. ¿Esta iniciativa podría superar a los logros de ‘Mistura’?

Eso es muy difícil, ya que esta feria gastronómica (‘Mistura’) se realizaba en Lima y tenía aforos de más de 400 000 personas. No obstante, con una buena promoción y trabajo en redes sociales, radio y televisión, la feria podría llegar a asistencias de mayor envergadura que podrían concitar la atención del público de las regiones o ciudades vecinas, siempre que se programe en fechas claves. Aquí podrían sumarse las regiones como Cusco, Piura, San Martín, Ucayali y Amazonas, reconocidas por su resaltante historia, atractivos turísticos y cocina tradicional.

### ¿Cree que ‘Perú, mucho gusto’ podría alcanzar su internacionalización en 2024?

Para ello, ‘Perú, mucho gusto’ debe contar con una gran promoción en el exterior lo que conlleva un gran esfuerzo y financiamiento. Lógicamente hay que analizar bien a qué mercado podría llegar y se debería involucrar a la comunidad peruana en esos destinos.



Addvalora W. Moller es una organización internacional de ajustadores y peritos de seguros, autorizada con Resolución de la Superintendencia de Banca y Seguros N.º 330/92, con el Registro SBS-APJ 001.

# ADDVALORA W. MOLLER SE CONSOLIDADA EN EL RUBRO DE RECLAMOS POR SINIESTROS

La empresa, dedicada al ajuste y liquidación de seguros, con sesenta años de actividad empresarial en Perú, cuenta con una red nacional de expertos y consultores para atender los reclamos de manera inmediata ante un siniestro.

Con más de medio siglo en la actividad empresarial, Addvalora W. Moller se ha posicionado como una de las principales empresas de ajuste y liquidación de seguros en el Perú. Desde su fundación el 11 de octubre de 1963, la firma ha agregado valor al proceso de atención de reclamos, construyendo una relación sólida con sus clientes basada en la confianza.

“Este 2023 estamos celebrando sesenta años de servicios en el mercado asegurador nacional e internacional, lo que significa toda una trayectoria y experiencia ganada como profesionales y peritos técnicos en la atención de siniestros de toda naturaleza”, señaló Yolanda Torriani, presidenta del directorio de Addvalora W. Moller.

Además, la ejecutiva expresó que, con imparcialidad, capacidad técnica en la evaluación de los daños

y pérdidas que se presentan en un siniestro, aportan conocimiento y práctica especializada, y actúan con toda diligencia ante el asegurador y asegurado, basados en las condiciones del contrato de seguros.

“Nuestro pronunciamiento es válido, toda vez que se realiza con garantías de seriedad, debidamente fundamentado y corrección de procedimientos conforme al contrato de seguros y la anuencia del asegurador y del asesor de seguros que representa al asegurado”, comentó la ejecutiva, quien también fue presidenta de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

Asimismo, Torriani precisó que se vienen desempeñando como comisarios de averías para el mercado internacional, debido a la confianza ganada durante varios años de servicios especializados, y aún se mantienen vigentes. Además, Torriani señaló que atienden a los aseguradores y *brokers* del mundo, así como a las empresas exportadoras con clientes en el mercado peruano.

“Por otro lado, nuestra labor es reconocida como profesores dedicados a la enseñanza de seguros en los distintos riesgos y liquidación de siniestros, y esto representa el orgullo que nos distingue”, resaltó la representante de Addvalora W. Moller.

## ALIANZA CON ADDVALORA GLOBAL

Desde 2013, Addvalora W. Moller se integró a la red de Addvalora Global Loss Adjusters, la red mundial de ajustadores de seguros con más de cien oficinas a nivel mundial. Dicha organización internacional atiende a las principales compañías aseguradoras y reaseguradoras de América, Europa y Medio Oriente.

“Nuestra empresa mantiene una alianza estratégica con Addvalora Global, reconocida organización líder en España y a nivel mundial. Ser parte de esta firma nos permite el mejor manejo de las disciplinas del seguro,

**“NUESTRA ORGANIZACIÓN TIENE COMO MISIÓN PRIMORDIAL OFRECER UN SERVICIO OPORTUNO Y EFICIENTE PARA LA ATENCIÓN DE SINIESTROS”.**

**YOLANDA TORRIANI**  
Presidenta del directorio de Addvalora W. Moller.



y su experiencia nos brinda una mejor atención de grandes y especializados siniestros”, sostuvo la presidenta del directorio de la empresa.

Torriani indicó también que la historia y los planes futuros de la empresa están cimentados en los más altos valores éticos, capacidad, experiencia, innovación, responsabilidad social y ambiental al servicio del mercado asegurador, reasegurador, *brokers*, clientes y público en general.

“De esta manera, estamos consolidando nuestra mejor práctica en el sector de ajuste y liquidación de seguros y en la comunidad en su conjunto. Nuestro personal profesional e idóneo representa uno de los pilares fundamentales de la empresa,

debido a su importancia, constante capacitación e identificación que como equipo aportan a la organización”, destacó.

Los profesionales que prestan sus servicios especializados abarcan las disciplinas de ingeniería, construcción y maquinaria, industria, química, eólica, naval, aeronáutica, minería, marítima, pesca, tasadores, auditores y financieros, agrarios y forestales, logísticos y ambientales, tecnología, electrónica y robotización, médicos, militares, bancos, medioambiente, traductores, curadores de arte, entre otros. “Ellos representan otro importante pilar como soporte de nuestras actividades, siempre atentos al avance y la innovación tecnológica”, remarcó Torriani.



Yolanda Torriani, presidenta de Addvalora W. Moller y Alfieri Peirano, director gerente de Addvalora W. Moller, junto a los directores de Addvalora Global de España: Ignacio Lorenzo, Vicente Hurtado y José Manuel Muñoz.

### 'V FORO DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMPRESARIAL'

El 28 de septiembre se llevó a cabo el 'V Foro Internacional de Seguridad Ciudadana y Empresarial', denominado 'Enfrentando retos y oportunidades para una sociedad segura'. El evento fue organizado por la Comisión de Seguridad Ciudadana y Empresarial de la CCL.

El vicepresidente de la CCL, Hernán Lanzara, indicó que, "en los últimos años, la inseguridad y la violencia se ha acrecentado causando efectos nocivos en el desempeño empresarial y económico del país".



### 'VII CONGRESO INTERNACIONAL DE COMPLIANCE Y LUCHA ANTICORRUPCIÓN'

Con el propósito de analizar los avances de la implementación de programas de cumplimiento e integridad en el sector público y privado, se llevó a cabo, del 19 al 21 de septiembre, el 'VII Congreso Internacional de Compliance y Lucha Anticorrupción', organizado por la World Compliance Association y la CCL. En el foro participaron expositores internacionales, autoridades de alto nivel y profesionales de sector empresarial, y se contó con conferencias magistrales y talleres especializados brindados de manera presencial y *online*.

### GREMIOS EMPRESARIALES UNIDOS EN CÁTEDRA PERÚ

La Cámara de Comercio de Lima (CCL), la Sociedad Nacional de Industrias (SNI) y la Asociación de Exportadores (ADEX) expusieron sus propuestas para aumentar la productividad y competitividad de los sectores económicos del Perú en la 'Sesión de Cátedra Perú N.º 110', realizada el 14 de septiembre en la sede de la CCL. Durante el evento, Rosa Bueno de Lercari, presidenta de la CCL, aseveró que el país debe acelerar la ejecución de los proyectos pendientes para aumentar la competitividad.



### PRIMERA EDICIÓN DEL 'PREMIO AVONNI-CCL' EN EL PERÚ

Con el fin de reconocer proyectos innovadores que aportan al desarrollo sostenible del país, la Fundación ForoInnovación, la Cámara de Comercio de Lima (CCL) y el diario 'El Comercio' presentaron, el último 14 de septiembre, la primera edición del 'Premio Avonni-CCL' en el Perú. El lanzamiento de este premio se dio en el marco del evento 'Innovation Summit', que se llevó a cabo en la sede de la CCL en el distrito de Jesús María, donde la presidenta del gremio, Rosa Bueno de Lercari, brindó las palabras de bienvenida.

## FORO 'PERÚ: UN DESTINO ATRACTIVO PARA PRODUCCIONES FÍLMICAS'

Con el objetivo de promover la industria audiovisual en el Perú, la CCL, con el apoyo de las diferentes asociaciones de producción cinematográfica del país, organizó el 14 de septiembre el foro 'Perú: un destino atractivo para locaciones filmicas', en las instalaciones de la CCL.

"La CCL apoya iniciativas que buscan fomentar la exportación de servicios, ya que de esta manera se generan más puestos de trabajo", destacó el presidente de la Comisión Tributaria de la CCL, Leonardo López.



## RUEDA DE NEGOCIOS PERÚ-TURQUÍA IMPULSÓ COMERCIO BILATERAL

En un movimiento destinado a fortalecer los lazos comerciales y promover el intercambio de acero entre Turquía y el Perú, se desarrolló una iniciativa para fomentar el comercio bilateral en la industria siderúrgica. Se trata de la rueda de negocios entre empresas turcas y peruanas, que se llevó a cabo el 14 de septiembre en el JW Marriott Hotel de Lima. Esta colaboración fortalecerá los lazos comerciales entre Turquía y el Perú, y también abrirá nuevas oportunidades para el crecimiento industrial mutuo.



## LA '17.º FERIA TECNOSALUD' PROMOVIÓ USO DE LA TECNOLOGÍA EN EL SECTOR

La medicina y la tecnología avanzan en pro de la salud de la sociedad. Ante ese desafío, cada vez son más los centros médicos que incorporan nuevos servicios para realizar diagnósticos con mayor certeza y rapidez de patologías, enfermedades y dolencias. En ese contexto, se llevó a cabo la '17.º Feria Tecnosalud', que organizó el Gremio de Salud (Comsalud) de la CCL. La feria, que se realizó entre del 13 al 15 de septiembre en el Centro de Exposiciones del Jockey Plaza (Surco), fue inaugurada por Rocío Lockett, directora de la CCL.

### EVITE PROBLEMAS con las ¡¡Fiscalizaciones de la SUNAFIL!!



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, políticas, normas, liquidaciones, 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 / 989 068 339** **ventas@starsoft.com.pe**

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

**STARSOFT**



CCL ASOCIADO  
CÁMARA DE COMERCIO - LIMA

LÁSICA  
LOGÍSTICA & COMERCIO EXTERIOR

CURSO ONLINE

## ASESORAMIENTO PERSONALIZADO DE IMPORTACIONES

con Silvia Pure

Que importar no se convierta en  
un problema más para ti

FECHA:

OCTUBRE

VÍA:

ZOOM

¡INSCRÍBETE! 960 491 773 - 931 492 017



PISCO UPYANA  
PISCOS PERSONALIZADOS UPYANA

DISEÑOS  
CORPORATIVOS

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

Celular: 999 040 473  
ventas@piscoupyana.com

DELIVERY  
TODO EL  
PERÚ

# OJOS QUE NO VEN, MARCA QUE SE PIERDE



## ¿Conoces la publicidad en 3D anamórfico?

Es una de las tendencias de publicidad exterior más importantes, en la que a través de un efecto visual se genera la ilusión que los objetos salen de la pantalla hacia el mundo real.

## ¿Por qué es efectivo?

- ✓ Potente impacto visual
- ✓ Conexión con el consumidor
- ✓ Contenido de alta viralización
- ✓ Últimas tecnologías en innovación

¡HAZ QUE TU MARCA DESPEGUE!



01 5605025



994 675 297



servicio.atencionalcliente@jmtoutdoors.com.pe

# ¿NECESITAS UN AGENTE DE ADUANA?



**GRUPO ADUAN, tu socio estratégico de confianza.**  
Ofrecemos soluciones aduaneras a medida y servicios logísticos integrales. Desde el transporte de mercancías por aire, mar y tierra hasta el despacho aduanero.

📞 981407109 | 🌐 [www.grupoaduan.com](http://www.grupoaduan.com) | 📩 [ventas@grupoaduan.com](mailto:ventas@grupoaduan.com)

📍 Jr. Flora Tristan 310 of 902 Magdalena Del Mar (Edificio Bloom Tower)

**GrupoAduan**