

La Cámara

REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Informe económico

PBI y consumo nacional se reactivarán en el primer trimestre del año.

Comercio exterior

Los productos peruanos que perdieron espacio en el mundo en 2023.

EL RENACER DEL TURISMO DE REUNIONES

La próxima Cumbre APEC y otros eventos claves impulsarán la recuperación económica y redefinirán el panorama turístico en el Perú. Expertos y líderes comparten sus perspectivas.



Intelligent Imaging

Con 45,000 instalaciones en más de 110 países, Neusoft Medical ofrece soluciones avanzadas de imágenes médicas y atención de alta calidad a pacientes y proveedores del cuidado de la salud de todo el mundo.



Contáctenos:

995019549 / 997221695 / 999605621 / 920804734 / 974346719

CONSEJO DIRECTIVO 2023-2024**PRESIDENTA**

Rosa Bueno de Lercari

PRIMER VICEPRESIDENTE

Jorge Guillermo von Wedemeyer Knigge

SEGUNDO VICEPRESIDENTE

Hernán Lanza Lostauanau

TESORERA

María del Rocío Lockett Zamalloa

VOCALES

Juan Antonio Castro Molina
 Victor 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
 Héctor 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 Nieva
 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

Carlos García Jerí

DIRECTOR INSTITUCIONAL

Carlos Posada Ugaz

INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN DEBATE

Abrimos el debate sobre la inteligencia artificial (IA) con un hito significativo para la Cámara de Comercio de Lima (CCL), como es la instalación de la Comisión de Transformación Digital e Inteligencia Artificial. En un mundo inmerso en la convergencia de avances tecnológicos y dinámicas geopolíticas, esta iniciativa refleja nuestro compromiso con la construcción de un futuro tecnológico en el cual las personas siempre estén al centro de todas nuestras acciones.

La IA no es un tema nuevo; sin embargo, reflexionar sobre su correcto uso sí lo es. Hemos pasado de deslumbrarnos ante sus avances a analizar hasta dónde la dejaremos llegar. El Informe de Riesgos Globales 2024 del Foro Económico Mundial, por ejemplo, invita a analizar el desarrollo de tecnologías emergentes y centra la atención en la IA. La advertencia sobre los riesgos asociados con el desarrollo desenfrenado resuena con fuerza, y subraya la necesidad de equilibrar el progreso tecnológico con los intereses públicos, así como de no dejar a comunidades vulnerables rezagadas en la era digital.

Integrar más profundamente la IA en la toma de decisiones que suelen ser conflictivas podría llevar a una escalada no intencionada, mientras que el acceso abierto a las aplicaciones de IA podría empoderar asimétricamente a actores maliciosos. Los análisis de expertos en ciberseguridad respaldan esta posición. La investigación de Kaspersky sobre el impacto de la IA en la ciberseguridad destaca el papel crucial que desempeñará el sector empresarial en la configuración de normas y prácticas relacionadas con ella. La experiencia acumulada en el desarrollo y uso de la inteligencia artificial por parte de agentes no estatales es una valiosa fuente de conocimiento para los debates sobre

regulación a nivel global y nacional. Por ello, la CCL contribuye con la instalación de una comisión donde empresas, instituciones académicas y la sociedad civil pueden debatir sobre la gobernanza de la IA.

Si bien es cierto que no podemos ahogar el avance de la tecnología con normas sin sentido, también lo es que la falta de regulación podría desencadenar un crecimiento descontrolado de la desinformación, al afectar gravemente la toma de decisiones políticas y económicas de los ciudadanos. Por ello, buscar el equilibrio entre ambas posiciones es uno de los retos que asumimos con responsabilidad.

Recordemos que la innovación, con énfasis en la transformación digital y la IA, es, al igual que la integridad, un eje transversal en nuestras propuestas de políticas públicas. Como gremio, buscamos ser escuchados, pero también estamos comprometidos a escuchar activamente las perspectivas de todos los actores involucrados.

En este escenario, la CCL innova en el liderazgo gremial con un trabajo activo para asegurar que la adopción de la inteligencia artificial y otras tecnologías emergentes se realice de manera ética y beneficiosa para toda la sociedad. La conversación apenas comienza; los invitamos a unirse.



Rosa Bueno de Lercari

Presidenta de la Cámara de
Comercio de Lima

ÍNDICE



INFORME ECONÓMICO

¿CÓMO VENDRÁN EL PRODUCTO BRUTO INTERNO Y LAS VENTAS EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO?



12

IDEXCAM

EXPORTACIONES PERUANAS QUE PERDIERON ESPACIO EN 2023.



16

INFORME ESPECIAL

TURISMO DE REUNIONES: RETOS Y PERSPECTIVAS.

20

INSTITUCIONAL

ICAM DE LA CCL FORTALECE COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS DE SUS CARRERAS.

22

LEGAL

CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO: CONOZCA LOS NUEVOS NIVELES DE CLASIFICACIÓN.

28

EVENTO

PREMIACIÓN A MARCAS PREFERIDAS: XXI ENCUESTA ANUAL DE EJECUTIVOS

La Cámara

REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

PRESIDENTE DEL COMITÉ EDITORIAL

Bernardo Furman Wolf

DIRECTORA DE COMUNICACIONES

Yvonne García Suárez

JEFA DE PRENSA

Claudia Izaguirre Godoy

COORDINADORA

Mirtha Trigoso López

EDITOR

Fernando Chevarría León

EDITORA DIGITAL

Alejandra Carrasco Lavado

REDACCIÓN

Maribel Huayhuas Vargas

Igor Yáñez 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

Lacye Vasquez Chavez

Silvia Verona Rengifo

Dana Lizarme Tenorio

Publicidad: publicidad@cameralima.org.pe

NUESTRAS SEDES

SEDE JESÚS MARÍA

Av. Giuseppe Garibaldi 396, Jesús María.

Teléfono: (511) 463-3434

SEDE LOS OLIVOS

Av. Carlos Izaguirre 754, Los Olivos. (frente

a la Municipalidad de Los Olivos)

Teléfono: (511) 219-1843

SEDE GAMARRA

Jr. Gamarra 653,

Of. 601 (Galería Plaza), La Victoria.

Teléfono: (511) 219-1840

SEDE SANTA ANITA

Calle Los Cipreses 140, 5.º 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 Colrado,

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.

30
AÑOS

caminando
juntos

- Te informamos de manera **transparente**.
- Te ofrecemos la **comisión más baja** sobre el fondo.
- Te brindamos la **mejor rentabilidad** a largo plazo*.

Nos queda mucho camino por recorrer y eso nos impulsa a seguir construyendo un Sistema de Pensiones más moderno y con mejores beneficios para ti.



A tu lado todo el camino

*Información de rentabilidad del Fondo Tipo 2. Fuente: boletín informativo mensual SBS. Rentabilidad nominal acumulada y anualizada: 30 años (diciembre 2023 - diciembre 1993). La rentabilidad de los distintos tipos de Fondo de Pensiones es variable, su nivel en el futuro puede cambiar en relación con la rentabilidad pasada.

GESTIONES DE LA CCL EN DEFENSA DE TU EMPRESA

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

Respaldo a proyecto que protege de usura a los consumidores

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) respaldó el Proyecto de Ley 6341/2023-CR, que modifica la Ley 31143 y que protege de la usura a los consumidores de los servicios financieros y promueve la inclusión financiera, ayudando a las micro y pequeñas empresas (mypes) a enfrentar la recesión económica, al exceptuarlos temporalmente de la aplicación de los alcances del artículo 52 del Decreto Ley 26123, Ley Orgánica del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP).

Al respecto, la CCL consideró que el escenario de restricción de créditos, que aumentó los créditos informales y la violencia asociada a esto, no es una situación temporal, sino permanente, mientras subsista la normativa vigente. En ese sentido, sugirió retornar a la redacción original del artículo 52 del Decreto Ley 26123, que señala que “son las entidades del sistema financiero quienes pueden ofrecer, de acuerdo al perfil de riesgo del solicitante, la mejor tasa activa disponible en el marco de un libre mercado”.

No a suspensión de publicación de morosos en operaciones no reconocidas

La CCL presentó su opinión en contra del Proyecto de Ley 6317/2023-CR, que propone la suspensión preventiva de la publicación de los usuarios reportados como morosos en las centrales de riesgo, cuando la deuda provenga de operaciones no reconocidas.

La entidad gremial considera que el referido proyecto afecta el sistema de información sobre la capacidad crediticia de los usuarios y la estabilidad del sistema financiero. Ello en la medida en que proporcionar información precisa y actualizada sobre la salud crediticia de las personas y empresas ayuda a prevenir la acumulación excesiva de deudas y el riesgo de todo el sistema de pagos. Como una alternativa a este proyecto, la CCL planteó que, cuando ocurran situaciones de reclamo de deudas no reconocidas por el titular, se consigne dicho dato en el sistema de información crediticia, de modo tal que los usuarios conozcan esta información y, sobre la base de ello, adopten la decisión informada que corresponda.

Sugerencias sobre modificación de Ley de Contrataciones del Estado

Con respecto al Proyecto de Ley 5472/2022-PE, que busca maximizar el uso de recursos en las contrataciones de bienes, servicios y obras por parte del Estado a través del establecimiento de un marco normativo, la CCL brindó algunas sugerencias, como priorizar la reforma normativa relacionada con la necesidad de preservar el principio de concurrencia o promoción de la competencia.

Asimismo, el gremio pidió precisar que la labor de supervisión es distinta y adicional a la potestad sancionadora del Tribunal de Contrataciones del Estado (TCE) y ser muy concretos al fijar los plazos máximos para que el TCE emita resoluciones. Además, la CCL reconoció aspectos positivos de la propuesta, como la incorporación de nuevas modalidades derivadas de contratos estándar de uso internacional, entre otros.

Capacítate y desarrolla tu talento

con los especialistas en negocios



PROGRAMACIÓN ENERO – FEBRERO 2024

ADMINISTRACIÓN

Diplomado online en administración	27 ENERO
Diplomado online en seguridad y salud en trabajo	27 ENERO
Certificación en gerencia de producto tradicional y digital	30 ENERO
Diplomado online en administración de servicio de salud	04 FEBRERO
Diplomado de especialización online en gestión de costos	10 FEBRERO
Inteligencia artificial generativa aplicada en los negocios	12 FEBRERO
Diplomado online en asistente de gerencia	15 FEBRERO
Diplomado online en gestión de negocios con inteligencia artificial	15 FEBRERO
Diplomado virtual en asistente de gerencia	19 FEBRERO
Certificación en gerencia de mejora de procesos	26 FEBRERO
Curso de especialización en dirección de empresas familiares	29 FEBRERO

SISTEMAS Y TI

Curso online en excel integral	31 ENERO
Curso de especialización en business intelligence	06 FEBRERO
Curso de especialización en gestión de incidentes de ciberseguridad	10 FEBRERO
Curso de especialización en administración de redes e informática forense	11 FEBRERO
Curso de especialización en growth hacking	20 FEBRERO

OPERACIONES Y LOGÍSTICA

Certificación online en gerencia logística	12 FEBRERO
--	------------

CAPITAL HUMANO

Diplomado virtual en gestión del capital humano	19 FEBRERO
---	------------

MARKETING Y VENTAS

Curso: creación y producción integral de eventos	05 FEBRERO
Taller de compra y venta estratégica de propiedades	10 FEBRERO
Curso de especialización en ecommerce	12 FEBRERO
Curso: oratoria y presentaciones de alto impacto	13 FEBRERO
Diplomado en growth marketing e inteligencia artificial	15 FEBRERO
Curso de especialización en digital product management	19 FEBRERO
Curso: gestión efectiva de ventas y fidelización de clientes	20 FEBRERO

COMERCIO EXTERIOR

Diplomado online en gestión de exportación e importación	25 ENERO
Workshop: Aprende a importar desde cero	30 ENERO
Taller especializado de Importaciones seguras desde China – (Virtual)	05 FEBRERO
Programa de especialización online en gestión de comercio exterior y aduanas	11 FEBRERO
Seminario: aprende a costear tus productos en comercio exterior	21 FEBRERO

INNOVACIÓN

Workshop lean startup: innovación agil para negocios	02 FEBRERO
--	------------

CONOCE MÁS DE NUESTRAS CAPACITACIONES AQUÍ:

926 895 195



¿CÓMO VENDRÁN EL PBI Y LAS VENTAS EN EL PRIMER TRIMESTRE?

En el siguiente análisis, exploramos las estimaciones clave para el primer trimestre de 2024, centrándonos en el impacto en sectores cruciales y las expectativas de ventas para diversas industrias.





Instituto de Economía y
Desarrollo Empresarial - CCL

Después de seis meses consecutivos de disminución del PBI, en noviembre se experimentó un crecimiento de 0,29 %, que llevó a una caída acumulada para el periodo comprendido entre enero y noviembre de 2023 de 0,57 %. Aunque todavía no se dispone de las cifras de diciembre, estimamos que, para el último trimestre de 2023, el crecimiento del PBI sería nulo (0 %), a diferencia de los tres trimestres anteriores, en los cuales se registraron caídas. Para el cuarto trimestre del año pasado, habría continuado la caída de Manufactura y Construcción, los sectores más afectados por los *shocks* y la confianza empresarial pesimista en 2023.

2024 se proyecta como un año de recuperación económica, aunque el crecimiento estimado apenas llega al 2,6 %. Razones estructurales limitan el potencial de crecimiento del PBI peruano. La mayoría de los sectores productivos tendrán un crecimiento moderado, explicado en parte por un efecto de rebote estadístico. Por ejemplo, se espera un crecimiento más destacado en Manufactura (3,8 %) y Construcción (3,6 %), aunque estos valores aún se sitúan por debajo de las caídas registradas en 2023.

PBI DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2024

El PBI mide el valor de los bienes y servicios finales producidos en un país. Este indicador clave de la economía

se mide en términos reales, es decir, para la valoración de la producción se mantienen constantes los precios de dichos bienes y servicios. Si hay un aumento del PBI, la única explicación es que el volumen de producción se ha incrementado, a diferencia del concepto de ventas, que puede aumentar por mayores volúmenes y precios.

Las proyecciones para el primer trimestre del presente año muestran un crecimiento (en valor) del PBI en 1,9 % respecto al mismo periodo de 2023. Los sectores de Comercio y Servicios, que contribuyen aproximadamente al 50 % del PBI, registrarían las mayores expansiones en el periodo, con un 2,7 % y 2,9 %, respectivamente. Es relevante señalar que el sector Comercio ha mantenido su crecimiento a lo largo de 2023.

Se estima también que la Manufactura y la Construcción, tan afectadas durante 2023, comiencen a revertir dichos resultados y alcancen un crecimiento del 1,2 % y 1,5 %, respectivamente, para el primer trimestre de 2024. Ambos sectores en conjunto aportan alrededor del 18 % del PBI nacional.

En cuanto al sector primario, la expansión proyectada de Minería e Hidrocarburos (1,6 %) es menor a la registrada en trimestres anteriores, debido a que el efecto Quellaveco ya

quedó incorporado en el cálculo del PBI. Mientras tanto, se espera que el sector Agropecuario se expanda en un 1,9 %, considerando que el fenómeno de El Niño no tendría los efectos negativos que tuvo en los primeros meses de 2023.

GASTO AGREGADO

Por el lado del gasto, el consumo privado será el principal impulsor del PBI en el primer trimestre del año. Se proyecta un crecimiento del 2,1 %, en comparación con el modesto incremento del 0,2 % en el mismo periodo de 2023. Asimismo, se estima un rebote de la inversión privada y pública, con una débil expansión del 0,4 % y 1,7 %, respectivamente, explicado por los magros resultados del año pasado. Por el lado del mercado externo, también se proyecta un aumento de las exportaciones en un 2,8 %, considerando un panorama mundial moderado.

VENTAS

Además, se ha realizado un análisis de la evolución de las ventas en algunas actividades económicas. Con los datos disponibles, se han proyectado las ventas para los dos primeros trimestres del año en comparación con 2023. En el caso de alimentos, bebidas y tabaco, se proyecta un mínimo incremento en sus ventas (0,8 %) para el primer

**PBI trimestral por sectores económicos
(Variación % real)**

Sectores	2023-I	2023-II	2023-III	2023-IV*	2024-I *
PBI	-0,4	-0,5	-1,0	0,0	1,9
Agropecuario	0,6	-5,4	-5,0	0,2	1,4
Pesca	15,9	-61,0	-8,3	6,4	0,7
Minería e Hidrocarburos	3,0	16,7	8,9	3,2	1,6
Manufactura	-0,6	-11,7	-9,0	-1,8	1,2
Electricidad y Agua	4,6	5,8	3,0	3,5	3,1
Construcción	-11,5	-7,3	-9,2	-7,3	1,5
Comercio	2,2	3,1	2,6	2,2	2,7
Servicios	-0,6	0,0	-0,6	1,0	2,9

* Proyectado

Fuente: INEI, MEF, BCRP, IEDEP

Elaboración: IEDEP

INFORME ECONÓMICO

trimestre del año y una mayor expansión en el segundo trimestre (3,4%). A medida que la reactivación económica se consolide y mejore la confianza del consumidor, se logrará una recuperación de las ventas en comparación con los resultados obtenidos el año pasado.

Otro rubro en el que se estiman mejoras en ventas es el turismo y la hotelería. Se proyecta que, para los dos primeros trimestres del año, sus ingresos aumenten en un 11,3% y 10,1%, respectivamente. De esta manera, retomarían el dinamismo que perdieron en los dos últimos trimestres de 2023, periodo en el cual sus ventas crecieron por debajo del 7,5%.

Hay otros rubros que mostrarán mejoras recién en el segundo trimestre del año, como, por ejemplo, la industria de papel e impresión, ya que después de una reducción de ventas en el primer trimestre (-5,4%), estas se incrementarían en un 2,8% para el segundo trimestre. Un comportamiento similar se observa en el sector Construcción (0,6%) y el comercio automotor (3,6%).

En lo que respecta al comercio minorista, que incluye el canal tradicional y moderno, se lograría una expansión en las ventas de 3,7% y 6% en los dos primeros trimestres,

PBI trimestral por tipo de gasto
(Variación % real)

Sectores	2023-I	2023-II	2023-III	2023-IV*	2024-I *
PBI	-0,4	-0,5	-1,0	0,0	1,9
Demanda interna	-2,6	-3,8	-2,0	-1,0	1,9
Consumo privado	0,2	0,4	-0,1	0,4	2,1
Consumo público	-2,0	3,9	3,0	3,0	2,9
Inversión privada	-10,4	-8,7	-7,4	-3,6	0,4
Inversión pública	-1,3	2,1	-6,5	-2,4	1,7
Exportaciones	4,6	9,8	1,3	2,9	2,8
Importaciones	-3,7	-2,6	-2,3	-0,3	2,3

* Proyectado

Fuente: INEI, MEF, BCRP, IEDEP

Elaboración: IEDEP

acompañando la recuperación económica.

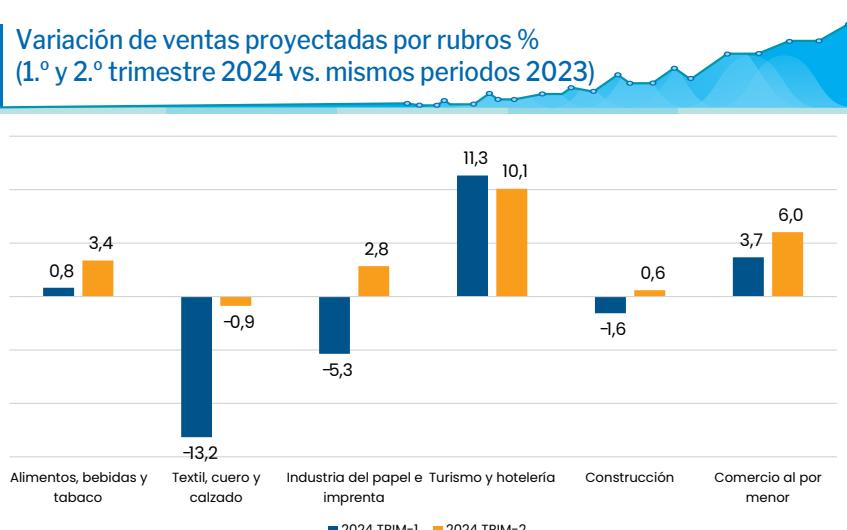
Empleando las estadísticas publicadas por el Ministerio de la Producción y centrándonos en el comercio minorista moderno o también llamado sector Retail, las proyecciones para 2024 muestran que las ventas del sector disminuirían en el primer y segundo trimestre en 1,3% y 3,3%, respectivamente, debido al bajo desempeño de tres rubros: tiendas departamentales, ferreterías, y de muebles y equipamiento del hogar, que aún no logran revertir la tendencia a

la baja mostrada a lo largo de 2023. La caída de ventas para los dos primeros trimestres del año en estos rubros fluctuarían entre 10% y 14%.

En cambio, hay una importante mejora en la venta de supermercados, que lograría un crecimiento de 6,8% y 2,2%, respectivamente, en los períodos referidos. Este dato es positivo si tomamos en cuenta que, al tener la inflación a la baja, un mayor volumen de compras es lo que explicaría las mayores ventas. Los supermercados son claves en el sector Retail, porque concentran alrededor del 67% de las ventas totales. Del mismo modo, el rubro de libros y periódicos incrementaría sus ventas en 4,3% y 10,2%, respectivamente. Por su parte, en lo que se refiere a productos farmacéuticos y cosméticos, las ventas crecerían en 6,2% para el primer trimestre y se frenarían en el segundo trimestre (-0,7%).

El primer trimestre de 2024 se perfila como un periodo crucial para la economía, con indicios de recuperación en algunos sectores. Sin embargo, los desafíos persisten, especialmente en el comercio minorista moderno. Las proyecciones ofrecen una visión integral para empresarios y ejecutivos, al guiarlos en la toma de decisiones estratégicas en un panorama económico dinámico.

Variación de ventas proyectadas por rubros %
(1.º y 2.º trimestre 2024 vs. mismos períodos 2023)



Fuente: INEI, SUNAT, IEDEP

Elaboración: IEDEP

CONOCE LAS NUEVAS PERSPECTIVAS ECONÓMICAS PARA LAS PYMES

EVENTO
GRATUITO
EXCLUSIVO
PARA
ASOCIADOS



EXPOSITOR

**JORGE
GUILLÉN**

Profesor de Postgrado de la Escuela de negocios de ESAN. Ex - Vicerrector de Investigación encargado de la Universidad ESAN, ex jefe del área de Economía, Finanzas y Contabilidad de ESAN. Autor de libros sobre coyuntura y especialista del Sistema Privado de Pensiones. Subgerente de estudios económicos del BBVA y consultor del Banco Mundial, BID para el MEF.

» TEMARIO

- Análisis de la actividad económica sectorial.
- Evolución del tipo de cambio.
- Análisis de mercados financieros.
- Impactos de las políticas del BCR y MEF.

Martes
06 de  Febrero
4:00-5:00 p.m. | 2024



TRANSMISIÓN EN VIVO

A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA  Microsoft Teams

Previa inscripción para recibir el link de ingreso.

» OBJETIVO

Dar a conocer a los pequeños y medianos empresarios las perspectivas económicas.

Inscríbete escaneando
el código QR 



EXPORTACIONES PERUANAS QUE PERDIERON ESPACIO EN 2023

Durante el año pasado, varios productos nacionales que lideraban las importaciones en importantes destinos cedieron espacio a sus competidores. A continuación, detallamos cuáles fueron.





CARLOS POSADA UGAZ

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

Lo más probable es que las exportaciones peruanas en 2023 cierren en números azules. No obstante, desde el Idexcam tomamos el resultado con pinzas, debido a que este crecimiento se debe a un solo sector: la Minería. Y es que, en 2023, la Minería tiene un nivel de participación del 64 % en el total de nuestros envíos al exterior, un nivel que refleja la importancia de este sector para la economía peruana y nuestras exportaciones; por lo que si a este sector le va bien, genera una

especie de espejismo que opaca los resultados de los demás sectores.

Así las cosas, todo indica que los resultados de las exportaciones totales de 2023 de los demás sectores económicos no serían del todo alentadores. Incluso, lo más probable es que varios rubros cierren 2023 a la baja, entre los que figurarían Petróleo y sus derivados, Pesca tradicional, Agro tradicional, Químico, Textil y Confecciones, y Siderometalúrgico.

Esta caída evidenciaría que muchas industrias peruanas de exportación no la estarían pasando bien y que muchos de los productos que ofrecen hayan perdido su nivel de participación en sus principales mercados de destino.

Ante ello, el Idexcam investigó cuáles fueron los principales productos de nuestra cartera de exportación que han perdido su nivel de participación en los principales países de destino. Para ello, solo tomamos en cuenta los principales sectores económicos de exportación, dejando de lado la Minería.

SECTOR AGROPECUARIO

Arándanos

Entre enero y noviembre pasado, las exportaciones de arándanos aumentaron 13 % en valor, pero disminuyeron 31 % en volumen. Asimismo, el volumen de envíos a Estados Unidos, su principal mercado, disminuyeron en 29 %; mientras que las exportaciones hacia Países Bajos bajaron en 40 %.

Cabe resaltar que el mercado estadounidense contrajo sus importaciones de arándanos en 7 % hasta septiembre pasado. Además, es importante precisar que los arándanos producidos en México aumentaron su participación en Estados Unidos, por lo que le quitaron 5 % de presencia a este producto peruano.

Como puede verse, estos dos sucesos son el principal motivo del momentáneo retroceso del volumen exportado de arándanos. Sin embargo, se espera que ello se pueda revertir para la temporada de diciembre de 2023 a enero de 2024.

Productos de exportación que perdieron espacio en sus principales destinos (Enero a noviembre de 2022 - 2023)

PRODUCTOS	2022		2023	
	FOB US\$	VOLUMEN (kilos)	FOB US\$	VOLUMEN (kilos)
Mandarinas	176 765 539	161 313 056	171 040 098	143 943 593
Arándanos	1 214 988 851	254 200 865	1 377 748 600	175 809 105
Bananas	107 846 805	154 247 894	98 711 436	129 630 239
Polos de las demás materias textiles	83 229 982	3 183 101	68 045 485	2 944 526
Camisas de algodón	212 911 818	18 253 825	205 858 998	15 515 213
Pantalones de algodón	44 634 644	3 547 248	27 523 699	2 107 439
Alambres de cobre refinado	282 244 884	29 765 421	261 168 491	28 565 366
Barras y perfiles de cobre refinado	73 581 888	7 461 248	58 490 462	5 916 654
Chapas y laminados de zinc	23 965 141	5 452 449	17 035 150	4 510 898

Bananas (Cavendish)

En el caso de las bananas (Cavendish), entre enero y noviembre pasado, registraron una disminución del 8 % y 16 %, en términos de valor y volumen, respectivamente. Cabe señalar que sus envíos a Países Bajos, su mercado principal, disminuyeron en 11 %; mientras que las exportaciones de este producto hacia Panamá cayeron en 47 %.

Es importante resaltar que las importaciones de Países Bajos de este fruto aumentaron en 7 % hasta septiembre de 2023, hecho que fue aprovechado por Ecuador, que nos quitó una cuota de mercado aproximada al 5 %. Este sería uno de los principales motivos por los que momentáneamente han caído los envíos peruanos de bananas a nuestro principal destino. Debe considerarse que Europa es uno de los destinos más difíciles de acceder y también de mantenerse por su dura competencia.

Mandarinas

Las exportaciones de mandarinas en términos de valor y volumen cayeron en 3 % y 10 %, respectivamente, al disminuir sus envíos en 37 % a Estados Unidos, su principal país de destino y también al Reino Unido (-9 %). Debe resaltarse que el mercado estadounidense contrajo sus importaciones de mandarinas en un 22 % hasta septiembre de 2023. Además de ello, Chile tomó mayor participación, al quitarnos un 12 % de dicho mercado.

Estos dos sucesos han sido los principales motivos del momentáneo retroceso del volumen exportado de mandarinas.

SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES

Polos de las demás materias textiles

Hasta noviembre de 2023, las exportaciones de la partida “polos de las demás materias textiles”

tuvieron una disminución en su valor y volumen exportado de 18 % y 8 %, respectivamente. Las principales caídas se registraron en los envíos hacia su principal destino, Estados Unidos (-4 %) y Canadá (-16 %).

Es necesario mencionar que, hasta septiembre pasado, las importaciones estadounidenses de los “polos de las demás materias textiles” cayeron 22 %. Además de ello, nuestros principales competidores registraron una mayor participación en el mercado. Es el caso de México y China, que subieron 9 puntos y nos quitaron más espacio de lo esperado.

Camisas de algodón

Entre enero y noviembre de 2023, las exportaciones peruanas de camisas de algodón cayeron 3 % y 15 % en valor y volumen, respectivamente. Las principales caídas se registraron en su principal mercado, Estados Unidos (-11 %) y Brasil (5 %).

A pesar de que, hasta septiembre de 2023, el mercado estadounidense de camisas de algodón creció en 9 %, las exportaciones peruanas no crecieron debido a una mayor participación de India, nuestro principal competidor, que aumentó su cuota de participación en 20 %.

Pantalones de algodón

En lo que se refiere a las exportaciones nacionales de pantalones de algodón, entre enero y noviembre de 2023, registraron una disminución de 38 % en valor y de 41 % en volumen. El principal mercado de este producto textil también es Estados Unidos, hacia donde los envíos cayeron en 35 %. Por su parte, las exportaciones hacia Chile disminuyeron en 67 %.

De igual modo, hasta septiembre de 2023, el mercado estadounidense de pantalones de algodón se contrajo en 43 %. No obstante ello, Indonesia, Bangladesh e India, nuestros principales competidores, lograron aumentar su cuota de participación en el mercado y nos quitaron espacio en dicho destino.

SECTOR SIDERO-METALÚRGICO

Alambres de cobre refinado

Entre enero y noviembre de 2023, las exportaciones peruanas de alambre de cobre refinado registraron una disminución de 7 % y 4 % en su valor y volumen, respectivamente. Los envíos hacia Colombia, su principal mercado, cayeron en 19 %.

Se debe precisar que, entre enero y septiembre pasado, las importaciones colombianas de alambre de cobre refinado cayeron 20 %. No obstante ello, nuestros principales competidores (Chile, Alemania y España) aumentaron su participación.

Barras y perfiles de cobre refinado

Las exportaciones peruanas de barras y perfiles de cobre refinado hasta noviembre de 2023 registraron una caída de 21 % tanto en valor como en volumen. Disminuyeron los envíos específicamente a Estados Unidos (su principal destino) en 27 %.

En los primeros nueve meses de 2023, el mercado estadounidense de barras y perfiles de cobre refinado se contrajo en 33 %. Sin embargo, nuestros principales competidores (Alemania, Finlandia y Corea de Sur) mostraron una mayor participación en dicho mercado.

Chapas y laminados de zinc

Durante los primeros 11 meses de 2023, las exportaciones peruanas de chapas y laminados de zinc cayeron 29 % en valor y 17 % en volumen. En cuanto a los principales mercados de este producto, cayeron los envíos hacia Estados Unidos (-35 %) y hacia Chile (-67 %).

Cabe señalar que, hasta septiembre pasado, el mercado estadounidense de chapas y laminados de zinc se contrajo en 17 %. No obstante ello, nuestros principales competidores (Francia, Estados Unidos y Alemania) registraron una mayor participación.

CCL DISTINGUIÓ A LÍDERES DEL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA

El Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) y su Sector de Gastronomía reconocieron a cuatro profesionales por sus importantes aportes en esos rubros.

El Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) y su Sector de Gastronomía distinguió a cuatro profesionales de estos sectores económicos, con el objetivo de reconocer su destacado compromiso, liderazgo, emprendedorismo y resiliencia en las industrias del turismo y el arte culinario.

Se trata del arquitecto y exviceministro de Turismo Ramiro Salas; el guía Efraín Valles; la directora de Le Cordon Bleu Perú, Patricia Dalmau; y el maestro panadero Marín Astocónedor.

Carlos Posada, director institucional de la CCL, destacó el esfuerzo y la dedicación de los cuatro galardonados, quienes marcaron la diferencia en momentos desafiantes para el Perú. “Todos los peruanos celebramos cada vez que el país es reconocido a nivel mundial. Y fue motivo de alegría cuando

nos convertimos en el mejor destino gastronómico de Latinoamérica en el World Culinary Awards”, dijo Posada.

En tanto, Madeleine Burns, viceministra de Turismo, señaló que estos grandes embajadores del turismo y de la gastronomía hacen que la experiencia en el Perú sea única. “El país no podría crecer sin el reconocimiento real a sus líderes, aquellos que conocen y muestran el camino. Además, ellos son los que permiten que se difunda nuestra cultura e historia y se generen valores y orgullo por lo nuestro”, añadió.

Por su parte, Marienela Mendoza, presidenta del Gremio de Turismo de la CCL, sostuvo que los galardonados en la novena ceremonia de reconocimiento y *networking* gremial han dejado un importante legado en la industria turística y gastronómica. Además, resaltó que estas personalidades continúan haciendo empresa a pesar de las adversidades.

DIVERSIDAD Y TRADICIÓN

A su turno, Adolfo Perret, presidente del Sector de Gastronomía del Gremio de Turismo de la CCL, señaló que la gastronomía peruana ha cobrado auge en los últimos años por el reconocimiento mundial a su diversidad, tradiciones, sabores únicos y técnicas, tanto ancestrales como innovadoras, que han sido muy bien aprovechadas por los galardonados y embajadores culinarios.

“Ver a cocineros destacándose como los mejores dentro de los primeros lugares más expectantes es satisfactorio. Es por ello que no podemos dejar de reconocer a todos aquellos que nos antecedieron, los que continuamos en el camino, y a todos aquellos que han sabido ganarse a pulso el lugar merecido en donde están”, destacó Perret.



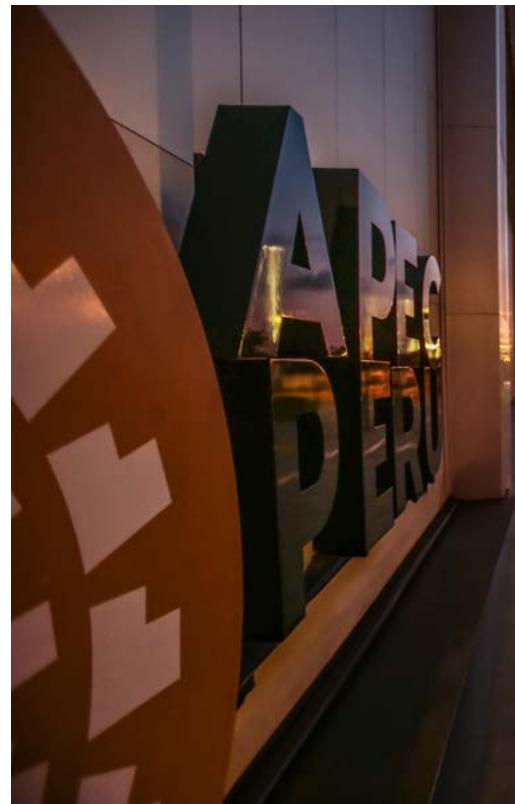
TURISMO DE REUNIONES: RETOS Y PERSPECTIVAS

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) estima que los eventos de convenciones y exhibiciones en el país moverán S/ 1 800 millones durante este año.

POR IGOR YBÁÑEZ GAMBOA
FYBANEZ@CAMARALIMA.ORG.PE

Este año nuestro país será sede de la Cumbre del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), que congregará a los líderes de 21 economías en el mundo. Frente a este marco se espera que el turismo de reuniones recobre mayor dinamismo y se aproxime a cifras cercanas a prepandemia, lo que significaría un importante aporte para la reactivación de la economía peruana.

Ante esta expectativa, 'La Cámara' conversó con el ministro de Comercio Exterior (Mincetur), Juan Carlos



Mathews y dos especialistas del sector público y privado, para conocer las perspectivas y oportunidades de esta industria en auge y que engloba eventos de convenciones, reuniones y exhibiciones.

El titular del Mincetur sostuvo que la demanda de eventos, como convenciones, reuniones y exhibiciones, se encuentra en franco proceso de reactivación. Además, estimó que para este año el turismo de reuniones espera alcanzar un movimiento económico de S/ 1 800 millones, lo cual significaría el 7 % del PBI turístico y un 0,2 % del PBI nacional.

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

"El turismo de reuniones en el Perú registró signos de importante recuperación en 2023 en relación con 2022, y estamos seguros de que este comportamiento se mantendrá este año. Desde el Estado estamos trabajando en generar un entorno adecuado para el desarrollo de la industria de turismo de reuniones. Es así que tenemos retos importantes como la seguridad y la calidad de la infraestructura", comentó el funcionario.





7 %

AL PBI TURÍSTICO

aportarán los eventos de convenciones, reuniones y exhibiciones durante este 2024.
(Proyección del Mincetur)



Como economía anfitriona de APEC, el Perú es responsable de organizar más de 160 reuniones que aportarán a la reactivación e incentivarán oportunidades de ingresos para sectores vinculados al hospedaje, transporte, alimentos, turismo, entre otros.

Con el desarrollo del APEC Perú 2024 y otros eventos internacionales de alto impacto mediático, como los Juegos Bolivarianos en Ayacucho o el Luum Awards 2024 en Cusco, Mathews señaló que la recuperación de la industria MICE (turismo de reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones, por sus siglas en inglés) en nuestro país está asegurada.

“Este panorama alentador se complementa con el gran interés que hemos podido identificar de parte de los *meetings planners* e importantes decisores de eventos internacionales asistentes en los diferentes espacios de promoción de gran alcance en los que Promperú ha participado, como las ferias internacionales IBTM Américas (México), IMEX América (Estados Unidos) y Fiexpo (Panamá)”, indicó el titular del Mincetur.

RECUPERACIÓN Y REACTIVACIÓN

Por su parte, Marienela Mendoza, presidenta del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), expresó que, durante el año pasado, se notó un ritmo de crecimiento positivo en la industria turística, concerniente sobre todo al turismo receptivo, con la

llegada de 2,5 millones de visitantes extranjeros, lo que representó un crecimiento del 25 %.

Ante estos resultados, la representante del gremio empresarial dijo que el desempeño del turismo de reuniones también se mostró alentador a lo largo del año pasado, a pesar de las dificultades que surgieron en el camino con los conflictos sociales y los desastres naturales.

“La atracción de inversiones y el fortalecimiento de la posición del país como destino líder para eventos y convenciones aporta significativamente a la reactivación de la industria turística. El Foro APEC 2024, que se realizará en nuestro país, aumentará el flujo turístico y contribuirá a que se incrementen los ingresos del sector turístico, que incluye hoteles, restaurantes, agencias de viajes, guías turísticos y otros servicios relacionados”, precisó.

Además, la presidenta del Gremio de Turismo de la CCL explicó que el aumento de turistas extranjeros puede incentivar la inversión en infraestructuras turísticas, como la construcción y mejora de hoteles, aeropuertos, carreteras y atracciones turísticas. “Este desarrollo no solo

US\$ 486

PER CÁPITA DIARIO

genera en promedio un turista de reuniones. Además, pernocta tres noches aproximadamente durante su estadía en el Perú.

(Buró de Convenciones de Lima)

95 %

DE PERUANOS

prefiere asistir a eventos de reuniones en formato presencial, mientras que el 5 % opta por el formato virtual.

(ICCA Perú Summit 2023)

8 000

DELEGADOS

de 21 países llegarán al Perú para participar en la Cumbre del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) 2024.

INFORME ESPECIAL



Este año, en el Perú se estima la llegada de 3 millones de turistas extranjeros, de los cuales una parte provendrá del turismo de reuniones.

beneficia al sector turístico, sino también a la economía en general, ya que crea oportunidades para empresas de construcción y servicios relacionados”, añadió.

PERFIL DEL TURISTA DE REUNIONES

En tanto, Jorge León Benavides, presidente del Buró de Convenciones de Lima, dijo que, para analizar el impacto de la industria de reuniones en la reactivación del turismo en nuestro país, es importante destacar que, en comparación con el turista extranjero que viene al país por diversión u ocio, como parte del turismo receptivo, los turistas de reuniones, permanecen menos tiempo, pero gastan alrededor del doble durante su estadía.

“Cada turista de reuniones significa una generación per cápita diaria de US\$ 486 y el promedio de pernoche es de tres noches. En tal sentido, la contribución de la industria de reuniones en la reactivación del turismo es exponencial, y no solo en turismo, sino también para la economía integral del país”, comentó el experto.

Durante la última década, según el representante del Buró de Convenciones indicó que el Perú, y, sobre todo, la ciudad de Lima han destacado entre los mejores destinos de eventos.

Cabe anotar que Lima es considerada hoy como la segunda

ciudad más importante para la realización de eventos y reuniones en Sudamérica, según el ranking de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA).

“En el ranking país, el Perú se ha venido posicionando entre los puestos 39 y 43, con 100 eventos realizados en 2019. En cuanto al ranking ciudad, Lima ha ocupado entre el primer y tercer puesto de Latinoamérica. Definitivamente, el impacto de la pandemia hizo una pausa en el crecimiento de la industria de reuniones y poco a poco venimos recuperándonos”, comentó el experto.

PAÍS MULTIDESTINO

El impulso del turismo de reuniones en el Perú puede ser beneficioso no solo para Lima, sino también para otras regiones que actualmente cuentan con infraestructura y servicios adecuados para albergar un evento, lo que nos permite convertirnos en un país multidestino para reuniones y viajes de incentivos a nivel internacional. Entre ellos podemos mencionar Paracas (Ica), Arequipa, Iquitos, Cusco, Piura, Tacna, Trujillo, Chiclayo y Tarapoto, como destinos emergentes.

“Actualmente, nuestro sector viene trabajando para que más regiones se beneficien de esta importante



industria, a través del fortalecimiento a los burós regionales de Iquitos, Arequipa y el Valle Sagrado (Cusco)”, dijo el ministro Juan Carlos Mathews.

PRÓXIMOS EVENTOS EN EL PAÍS

En 2024, el Perú será sede de los siguientes eventos internacionales: los Juegos Bolivarianos en Ayacucho, SAHIC Latin America & The Caribbean 2024 (foro de inversionistas hoteleros), Alta Aviation Safety, Flights Ops & Training Summit (Cumbre Panamericana de Seguridad y Operaciones de Aviación) y el Luum Awards 2024 (festival publicitario internacional).

Asimismo, en 2025 se realizarán el Congreso Mundial de SKAL International (Congreso Mundial de Turismo), el Congreso Internacional de la Lengua Española, la Comisión Regional para las Américas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), entre otros eventos.

¡El turismo de reuniones en el Perú está en auge, listo para contribuir al dinamismo económico y a la proyección internacional del país!



Elena Benavente
San Luis

¿BAJO QUÉ RÉGIMEN INGRESAN LAS MERCANCÍAS QUE SON IMPORTADAS PARA FERIAS INTERNACIONALES?

Las mercancías solicitadas por el Régimen Aduanero Especial de Exposiciones o Ferias Internacionales ingresan al territorio nacional con suspensión de derechos e impuestos de importación, y se constituyen en prenda legal por los tributos que generen sus despachos, por lo que son retenidas mientras estos no se cancelen o no se cumplan las obligaciones propias de la destinación.

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

Con STARSOFT Potencie el trabajo de sus CONTADORES

Contadores Procesando en la Red local de oficina

Contadores Procesando con Dispositivos Móviles

Contadores Procesando desde la NUBE con Teletrabajo

Nuevo SIRE (RVIE-RCE) PLE 5.4

La CONTABILIDAD de STARSOFT permite procesar en Red local, desde la NUBE y además con equipos Móviles.

Principales Funcionalidades de la CONTABILIDAD Ver. GOLD:

- Gestor Electrónico SIRE, para automatizar su procesamiento.
- Portal Web para registrar transacciones, GRATUITO.
- Capacitación en Vivo en forma continua, GRATUITO.
- Validador de comprobantes electrónicos con SUNAT.
- Auditor electrónico para detectar errores Contables.
- Control de Activos Fijos incluido en la Contabilidad.
- Genera correos de Alertas con contingencias tributarias.
- Importa asientos contables desde cualquier software – API's.
- Biblioteca digital de reportes contables en formato pdf.
- Anexa a los asientos contables formatos: pdf, jpg, doc, xls ,xlm.

Contáctenos para una Demostración Virtual

940 267 189 / 989 068 339

ventas@starsoft.com.pe

www.starsoft.com.pe

Enterprise Solutions S.A.
RUC: 20382507855

STARSOFT

MARCELA SOTO

Coordinadora de Articulación de la Oferta Internacional y Nacional – CCEX

Consultas:
msoto@camaralima.org.pe



PERÚ 2024: ANFITRIÓN APEC E INFLUENCIA ESTRATÉGICA DE LA CCL

Durante noviembre de 2023, se realizó en nuestro país el lanzamiento del APEC CEO Summit Perú 2024, cita en la que se dieron a conocer mayores detalles sobre la Cumbre del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico, que se realizará, por tercera vez, en el Perú durante este año. En este contexto, es esencial resaltar que la Cámara de Comercio de Lima (CCL), como el gremio de mayor representatividad en el país, desempeñará un papel fundamental en la promoción de oportunidades comerciales durante la realización de este importante evento y, de esa manera, contribuirá al desarrollo económico.

Al formar parte de APEC, el Perú ha experimentado beneficios significativos. Muestra de ello es que el intercambio comercial con los países miembros ha propiciado un crecimiento sostenible de las exportaciones peruanas, según datos del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). Así también, la balanza comercial ha reflejado resultados positivos en los últimos meses de 2023, lo que evidencia el impacto óptimo de la participación activa en este foro de cooperación.

En línea con los objetivos para 2024, el Perú se propone impulsar y facilitar las relaciones económicas y comerciales entre los miembros de APEC. En este sentido, el Gobierno, con el respaldo del Ministerio de Energía y Minas (Minem), está coordinando un plan de reactivación económica centrado en los sectores de agroexportación y minería. Este plan tiene como finalidad fomentar el financiamiento e inversión en el país, al hacerlo más atractivo a nivel internacional.

En este importante contexto para el país, la CCL está presto a sumar a estos esfuerzos, aprovechando su experiencia para generar oportunidades de negocios y fortalecer los lazos comerciales entre empresarios locales y extranjeros. La realización de la Cumbre del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico 2024 se presenta como un elemento clave para potenciar el interés de inversión en el mercado peruano y consolidar al país como un actor destacado en la escena económica internacional.



El director general de ICAM de la CCL, Otto Frech, destaca que la estrategia de crecimiento del instituto garantiza la calidad educativa y la equidad de género en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

ICAM FORTALECE COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS DE SUS CARRERAS

La CCL relanza su Instituto de Administración y Negocios apostando por invertir en laboratorios de IA y la suscripción de convenios para la continuación de estudios universitarios, entre otras estrategias.

POR MIRTHA TRIGOSO LÓPEZ
MTRIGOSO@CAMARALIMA.ORG.PE

En el año 2011, la Cámara de Comercio de Lima (CCL) ingresó al sector educativo con el Instituto de Administración y Negocios (ICAM) y, acorde con las nuevas demandas del mercado, el gremio trabaja para lograr así llegar a tener más de 3 000 alumnos en los próximos años.

“El ICAM es una apuesta de la Cámara por colaborar con la educación del país y por ser un brazo que acerca a los estudiantes al sector privado y a la realidad de las empresas. Porque una de las cosas de la que adolece la educación, y todos lo sabemos al haber pasado por las aulas, es que a veces falta esa conexión entre el mundo académico y el mundo real”, destacó el gerente general de la CCL, Carlos García, en la presentación de la propuesta de valor del ICAM, realizada el 17 de enero.

En ese sentido, resaltó que en el ICAM los alumnos no solo reciben los conceptos teóricos, que son tan

importantes, sino también pueden escuchar y relacionarse con los especialistas de los temas que son relevantes para sus carreras, así como pueden acceder a prácticas o ser tomados en cuenta por las empresas asociadas de la CCL.

“Así el ICAM se convierte en una posibilidad real de desarrollo para cada uno de los jóvenes del país”, dijo.

VENTAJAS

En esa misma línea, el director general del ICAM, Otto Frech, detalló que el relanzamiento del instituto de la CCL se sustenta en el prestigio de este gremio que cuenta con una red de más de 10 000 empresas.

“Esto nos permite ofrecer a los alumnos la oportunidad de participar en experiencias formativas reales de trabajo en la CCL o en las empresas asociadas a la Cámara, entre otros beneficios. Esta ventaja diferencial nos ha ayudado a que el 95 % de nuestros egresados estén laborando en sus respectivas carreras”, mencionó.

Asimismo, agregó que sus alumnos tienen la posibilidad de aprender de los más de 300 expertos que participan todos los años en eventos en la CCL. “Es que apenas se inscriben en el ICAM tienen la posibilidad de ser miembros de la Cámara de Comercio de Lima y acceder a una serie de beneficios”, indicó.

Además, el instituto ofrece como ventaja diferencial una metodología de aprendizaje 100% aplicada, para lo cual, Frech reveló, vienen trayendo softwares, simuladores de negocio, y desarrollando con diferentes expertos las mallas curriculares. También, están implementando laboratorios de Inteligencia Artificial, de Big Data, de fabricación digital, los que ayudarán a fortalecer las capacidades y competencias tecnológicas de los alumnos que siguen sus carreras como son Administración de Empresas, Administración de Negocios Internacionales, Gestión de Logística y Marketing. “En el 2025, planeamos sumar cuatro carreras adicionales

enfocadas principalmente en tecnología y creatividad”, añadió Otto Frech.

Cabe resaltar que el ICAM cuenta con convenios con diversas universidades –como ESAN, USIL y la Continental University of Florida– para que sus estudiantes puedan continuar sus estudios y obtener su bachillerato. Además, Frech adelantó que este año se firmarán más acuerdos con otras casas de estudios.

De otro lado, señaló que, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) planteados por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el ICAM, además de garantizar la calidad educativa, busca la equidad de género.

MODALIDADES

Otras de las ventajas diferenciales que destacó Otto Frech es la flexibilidad que ofrece el ICAM a sus alumnos. “A raíz de la pandemia, pasamos de las clases presenciales a las virtuales y las seguimos brindando, autorizados por el Ministerio de Educación. Pero, en 2024, ofreceremos las modalidades presencial y remota. Estimamos que el 20 % de nuestro alumnado llevará el próximo año clases presenciales, mientras que el 80 % restante las hará de manera remota”, dijo.

“

AL TENER EL RESPALDO DE LA CCL, EL ICAM TIENE UN ROL IMPORTANTE EN EL DESARROLLO DEL PAÍS, AL FORMAR A LOS PROFESIONALES QUE REALMENTE REQUIEREN LOS SECTORES PRODUCTIVOS.

”



Ramiro Salas
Presidente del Gremio de
Educación de la CCL.



El director general de ICAM, Otto Frech, respaldado por el gerente general de la CCL, Carlos García, y por su equipo de trabajo, presentó la propuesta de valor que distingue al instituto de la Cámara.

CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO: CONOZCA LOS NUEVOS NIVELES DE CLASIFICACIÓN

La Sunat estableció que los contribuyentes serán categorizados según su perfil de cumplimiento.



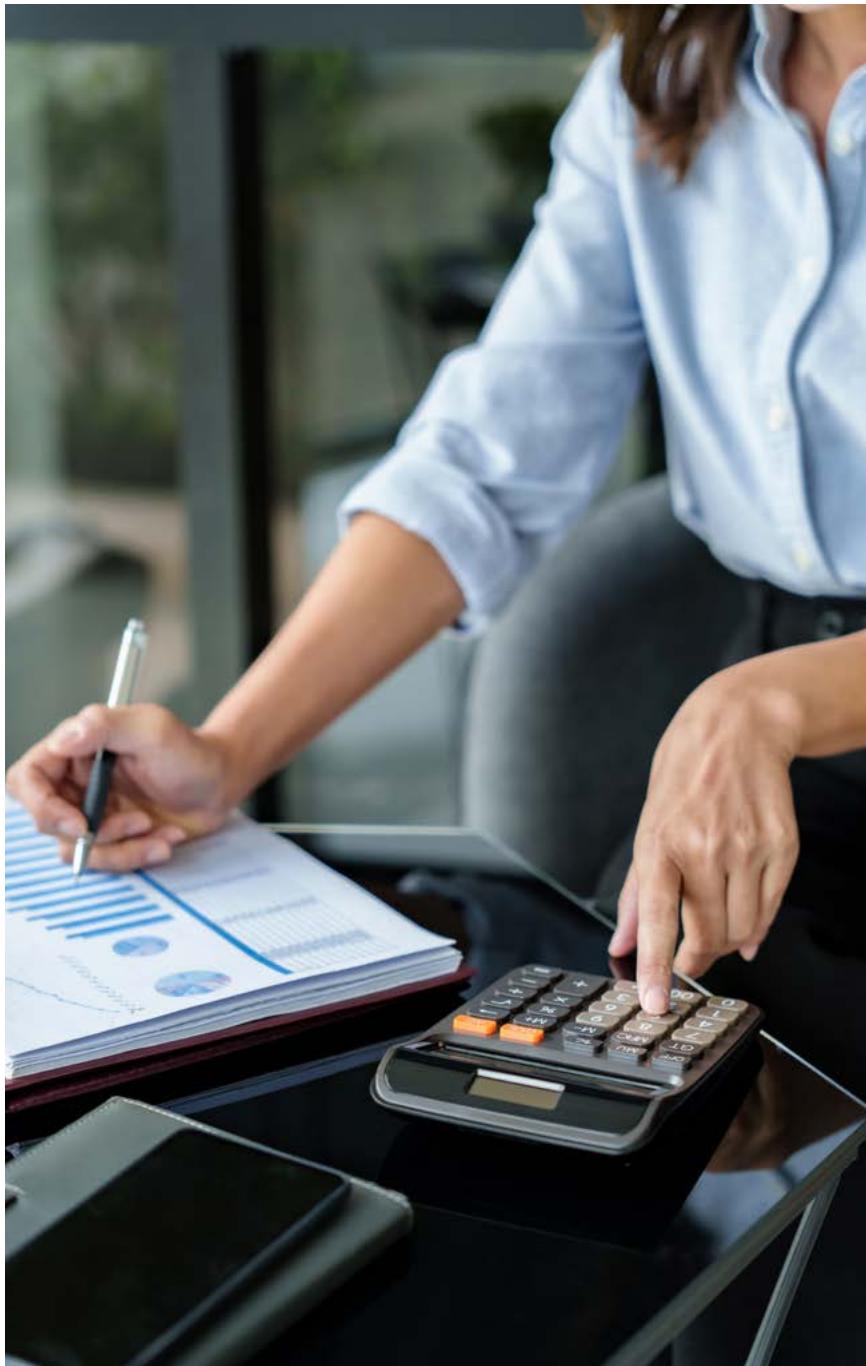
ÁLVARO GÁLVEZ CALDERÓN

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

En marzo de 2022, el Decreto Legislativo 1535 indicó las normas para clasificar a los contribuyentes en cinco niveles de cumplimiento, con el objetivo de fomentar el cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarias con la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat).

Recientemente, el Decreto Supremo 320-2023-EF reglamentó esta normativa, al fijar los niveles de cumplimiento y el perfil de cumplimiento aplicable, en una primera etapa, a los contribuyentes generadores de rentas de tercera categoría, estén exonerados o no del impuesto a la renta (IR) y cualquiera fuera el régimen tributario que les corresponda.

Esta disposición reglamentaria establece como niveles de cumplimiento los siguientes: calificación A (nivel de cumplimiento muy alto), B (cumplimiento alto), C (cumplimiento medio), D (cumplimiento bajo) y E (cumplimiento muy bajo).



La asignación se basa en diversas variables, como conductas de cumplimiento, comunicaciones de indicios de delito tributario, condenas previas, entre otras.

La evaluación del perfil de cumplimiento se realiza trimestralmente, teniendo en cuenta un periodo de 12 meses previos al mes de comunicación del perfil.

También se considera para la asignación que la empresa individual de responsabilidad limitada (EIRL) tenga como titular a una persona natural con cualquiera de los dos niveles más bajos de cumplimiento o que la EIRL tenga como titular a una persona natural que es, a su vez, titular de otra EIRL que presenta cualquiera de los mencionados niveles de cumplimiento.

Asimismo, que la sociedad tenga socios, accionistas o participacionistas que, individualmente o en conjunto, posean directa o indirectamente más del 20 % del capital de dichas sociedades y, a su vez, sean socios, accionistas o participacionistas de una sociedad con cualquiera de los dos niveles más bajos de cumplimiento.

De otro lado, se considera que la EIRL, la sociedad o ente jurídico contribuyente o responsable de los tributos que administra la Sunat tenga como único gerente, gerente general, administrador o cargo similar a la misma persona que lo es también de una empresa con cualquiera de los dos niveles más bajos de cumplimiento.

Finalmente, se considera el contar con la resolución de atribución de la condición de Sujeto Sin Capacidad Operativa (SSCO) firme, de acuerdo con la norma de la materia, salvo que haya vencido el plazo en que debe mantenerse la publicación correspondiente en la página web de la Sunat.

COMUNICACIÓN Y DESCARGOS

La Sunat comunica al contribuyente su calificación previa a la emisión de la resolución. El sujeto evaluado tiene 10 días hábiles para presentar sus descargos, al acceder a un sistema de consultas habilitado por la Sunat. La resolución final se notifica en un plazo máximo de 30 días hábiles desde el vencimiento del plazo para los descargos.

VIGENCIA DEL PERFIL

La asignación o modificación del perfil surte efecto al mes siguiente de la resolución y se mantiene hasta la siguiente evaluación trimestral. La Sunat realizará cuatro calificaciones de prueba, que no tendrán efectos vinculantes.

IMPACTO EN FACILIDADES Y LIMITACIONES

Se debe tener presente que el perfil de cumplimiento puede influir en la regulación de aspectos vinculados a las obligaciones tributarias, aduaneras y no tributarias, al otorgar facilidades o establecer limitaciones. Factores como plazos para devoluciones, presentación de garantías, cronogramas de declaraciones y pagos, entre otros, pueden ser afectados.

Cabe señalar que los perfiles de cumplimiento asignados por la Sunat podrán ser consultados por los terceros interesados en el portal del ente tributario, en este constará la fecha en que se obtuvo la calificación asignada, así como la fecha en la cual esta varía a otra.

APROBARON NUEVOS MONTOS PARA SUSPENDER PAGOS DEL IMPUESTO A LA RENTA PARA TRABAJADORES INDEPENDIENTES PARA 2024

La Resolución de Superintendencia 000270-2023/SUNAT establece las reglas para la excepción de la obligación de efectuar pagos a cuenta y suspender retenciones o pagos a cuenta del impuesto a la renta para trabajadores independientes durante el ejercicio gravable 2024.

Conforme a esta disposición, no están obligados a efectuar pagos a cuenta del impuesto a la renta:

- Contribuyentes con rentas de cuarta categoría o rentas de cuarta y quinta categoría percibidas en el mes, cuyo monto no supere los S/ 3 755 mensuales
- Contribuyentes que tengan funciones de directores de empresas, síndicos, mandatarios, gestores de negocios, albaceas o similares que perciban rentas por dichas funciones y además otras rentas de cuarta o quinta categoría, y cuyo total de tales rentas percibidas en el mes no supere los S/ 3 004 mensuales

• Asimismo, se puede solicitar la suspensión de retenciones o pagos a cuenta cuando los ingresos que se proyecta percibir por todo el ejercicio 2024, por rentas de cuarta categoría o rentas de cuarta y quinta categoría, no supere los S/ 45 063; y cuando los ingresos proyectados por todo este año, por rentas por actividades de director de empresa, síndico, mandatario, gestor de negocio, albacea, no superen los S/ 36 050.

La solicitud de suspensión de retenciones se presenta a través de Sunat vía virtual utilizando el formulario 1609. Cabe recordar que, si durante el año se supera los montos indicados, el contribuyente deberá declarar y efectuar el pago a cuenta del IR que corresponda por dicho mes.

Finalmente, se debe tener presente que se mantiene en S/ 1 500 el monto por recibo de honorarios no afecto a retención por el usuario de los servicios.



“SE DEBE CREAR UNA INSTITUCIÓN QUE ARTICULE LA POLÍTICA SOCIAL”

Una entidad con mayor poder coercitivo mejoraría la eficiencia de los programas sociales, considera Yohnny Campana, economista asociado de Macroconsult.

POR MIRTHA TRIGOSO LÓPEZ
MTRIGOSO@CAMARALIMA.ORG.PE

¿Qué tan eficientes son los programas sociales que administra el Gobierno?

Bajo una revisión comparada de los costos por beneficiario que tienen algunos programas sociales icónicos, en el Perú estos son inferiores a los de otros países. Esto obedece al menor gasto social que tiene nuestro país en comparación con Colombia, Chile y Uruguay, entre otros. Esto es importante, pues puede mermar la calidad de los servicios prestados a la población beneficiaria o limitar la gestión para incorporar a todos los que se debe.

A pesar de ello, existen espacios de inefficiencia que podrían superarse. Por ejemplo, existe algo de desorden en varios programas sociales que generan duplicidades. El Perú tiene una Política de Desarrollo e Inclusión Social que ordena las intervenciones de todos los sectores; sin embargo, esta ha sido actualizada recientemente y ya incorpora a muchos más sectores e incluye a gobiernos subnacionales. Veremos cómo va. De todos modos, hay elementos institucionales en torno a la rectoría efectiva de la política social que pueden imponer límites a los avances.

¿Los programas sociales tienen impacto en la reducción de la pobreza?

Conceptualmente los programas sociales no buscan reducir la pobreza. La reducción de esta ocurre a través de la inserción de las personas en el empleo productivo, y esto ocurre principalmente a través del crecimiento económico. Ahora bien, hablando de los principales programas, además de Juntos, está Pensión 65, que son tal vez los más evaluados. En varios estudios se ha demostrado que ambos aumentan el gasto del hogar y su calidad, entre otros beneficios. Ahora, es lo menos que se les puede pedir. Otros programas, como Cuna Más y el SIS, también

parecen ser efectivos para mover el desarrollo infantil temprano, lo que está asociado con menor pobreza en el largo plazo.

En general, las intervenciones más costoefectivas son aquellas que tienen lugar en la infancia temprana. En el caso del programa Qali Warma, si bien ayuda a aumentar la permanencia en la escuela, no está completamente claro su impacto sobre aprendizajes.

Los casos que menciono son tal vez muy auspiciosos, pero ello es consecuencia de la mejora en la gestión de la política social en el país, al menos de los programas que están bajo el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (Midis). En esto el Perú ha mejorado porque se ha introducido una cultura de asignación presupuestal basada en resultados.

"SE TIENE PROGRAMAS SOCIALES CON COSTOS POR BENEFICIARIO INFERIORES A LOS DE OTROS PAÍSES".

¿Cuáles son los principales problemas que enfrentan los programas sociales?

El más importante es que aún hay numerosos programas que no se articulan entre sí para maximizar resultados y evitar superposiciones. Varios sectores del Estado tienen programas sociales, pero operan muchas veces de manera independiente. No hablo de los que están bajo los pliegos de Educación, Salud o el Midis, que trabajan de manera relativamente cercana, sino más bien de los que ven otros ministerios. Veremos cómo se implementa la nueva Política de Desarrollo e Inclusión Social al 2039; pero, en cualquier caso, se requiere alguna reforma a nivel institucional que permita crear una instancia con

mayor poder coercitivo que los ordene.

En segundo lugar, va a tomar algún tiempo reducir el empobrecimiento de la población a raíz de la pandemia y la recesión de la economía, principalmente en ámbitos urbanos, teniendo en cuenta que la política social no la ha acompañado.

En tercer lugar, siempre hay necesidad de mejorar esquemas de focalización de la política social.

¿Cómo mejorar la eficiencia de los programas sociales? ¿Hace falta una nueva normativa?

Sí. En la década pasada se discutía la necesidad de crear una institución que se encargara de ordenar y articular toda la política social del país. Al inicio se esperaba que el Midis cumpliera esta labor, pero ha quedado relegado a unos cuantos programas. Tal vez los más emblemáticos y mejor gestionados, pero limitados en alcance. Quizá es necesario volver a pensar en esto.

Tal vez se requiera crear áreas de articulación desde los ministerios que tengan como meta vincularse de manera explícita bajo la batuta del Midis.

¿Es suficiente el presupuesto que se destina a los programas sociales?

Podría ser más amplio. Como digo, la pobreza ha crecido y no se va a reducir tan rápidamente y el gasto en programas sociales debería acompañarla.

Por otro lado, según un reciente reporte del Panorama Social de América Latina y el Caribe de la CEPAL, el gasto social del Perú es del 12 % de su PBI. Este gasto es menor al de otros países vecinos, como Chile, Brasil, Uruguay y Colombia. Lo mismo pasa con el gasto en protección social: Perú gasta alrededor de US\$ 260, mientras que Colombia está en US\$ 500, Brasil o Uruguay en más de US\$ 1000 y Chile supera los US\$ 2000. La misma regularidad se mantiene cuando se revisan otras funciones, como salud o educación.

PREMIARON A LAS MARCAS PREFERIDAS

La CCL reconoció a los ganadores de la 'XXI Encuesta Anual de Ejecutivos 2023', donde se destaca la preferencia de los empresarios sobre productos y servicios. La ceremonia de distinción se realizó el pasado 5 de diciembre en la sede de la institución gremial.



► Marco Vásquez, director de 'Panorama', recibió el reconocimiento al Mejor Programa Periodístico, de manos del segundo vicepresidente de la CCL, Hernán Lanzara.



► En la categoría Agua Mineral, San Mateo obtuvo el primer lugar. Recibieron el premio sus representantes Diana Torres y Zaida Dávila. En la categoría Cervezas, el premio fue para Pilsen Callao. Giuliana Salas y Ariana Parodi recibieron la distinción en nombre de la marca.



► El primer lugar en la categoría Mejor Portal Periodístico fue para 'El Comercio'. Mario Cortijo y Mariza Zapata, periodistas de esa casa editorial, recibieron el galardón. En la categoría Mejor Diario se erigió como ganador 'Gestión'. En la foto, Omar Mariluz, director periodístico, y la editora central, Rosina Ubillús. A los distinguidos los acompaña María Claudia De Ita, brand manager del Grupo El Comercio.



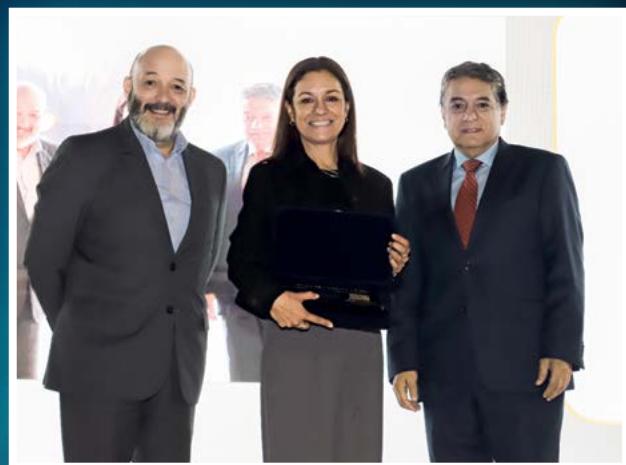
► Marina Inga y Gonzalo Montero, ejecutivos del BCP, mostraron su alegría por los galardones obtenidos en cinco categorías: banca empresarial, banca pyme, banca personal, billeteira digital, y operaciones bancarias y consultas de saldo.



► Ivo Rodríguez y Mauricio Rojas, representantes de Portón, recibieron la distinción al Mejor Pisco.



▶ Kattia Bohórquez, administradora general del Club de Regatas Lima, recibió el reconocimiento como Mejor Club Social, por parte de José Rosas, ex gerente general de la CCL.



▶ Fernando Martínez, gerente de Seguridad, y Roxana Arteaga, gerenta de Administración y Finanzas, en The Westin Lima Hotel y Centro de Convenciones, muestran orgullosos el premio obtenido en la categoría Hoteles de mayor prestigio.



▶ Movil Bus recibió el premio a la Mejor Empresa de Transporte Terrestre. Su gerente general, Roberto Matos, recibió la distinción.



▶ Yuliette García, Camila Reyes, Gonzalo Sambra, representantes de Rappi, fueron los encargados de recibir el premio en la categoría Delivery de Comida. A los premiados, los acompaña Francesca Travi, ejecutiva de Sodimac.



▶ Cristina Del Mastro, vicerrectora académica de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), muestra el reconocimiento en la categoría Universidades preferidas, acompañada por los catedráticos Silvana Vargas y Francisco Rumiche.



▶ Juan Romero, data scientist manager, y Sebastián Ugarte, consumer marketing intern de Visa, recibieron la distinción en la categoría Tarjetas de Crédito.

XXI ENCUESTA ANUAL DE EJECUTIVOS



▶ Isis Machado, gerenta de Johnnie Walker, recibió la distinción para la marca en la categoría Mejor Whisky, de manos del segundo vicepresidente de la CCL, Hernán Lanzara.



▶ Cecilia Chonati, ejecutiva de Ventas de Aldo & Co, muestra premio recibido en la categoría Joyería preferida.



▶ En la categoría Agencia de Viajes, Martín Palomino, subgerente legal, y Silvana Carretero, jefa de Ventas Corporativas de Latam, recibieron el reconocimiento en nombre de la aerolínea.



▶ Miguel Bravo, director general de administración de la Universidad del Pacífico, muestra la distinción obtenida en la categoría Universidades preferidas.

ESAN fue la marca ganadora en la categoría Escuelas de Posgrado. Alfredo Mendiola, director de la Maestría en Finanzas de ESAN, fue el encargado de recibir el premio de manos del ex gerente general de la CCL, José Rosas.



▶ Bárbara Núñez, Ximena Borja y Manuel Villar, analistas de Marketing de la marca KFC, recibieron la distinción al Mejor Establecimiento de Comida Rápida.



► Marco Heredia y Sahara Viñas, representantes de Pacífico Seguros, recibieron el galardón en la categoría Seguros Personales.



► Julio Caballero, coordinador de Retail de Tai Loy, recibe el reconocimiento en la categoría Tienda de Artículos de Oficina con mayor preferencia.



► Ximena Gil, jefa de Asuntos Públicos y Sostenibilidad en Telefónica (Movistar), recibió dos premios para la marca en las categorías de Proveedores de Internet y Empresa de Cable.



► La Clínica Internacional obtuvo el primer puesto en la categoría Clínicas preferidas. Recibieron el premio Mauricio de Mendoza, gerente de Operaciones y Servicios; Álvaro Tacchi, gerente general; Cynthia Soto, subgerenta de Gestión de Personas; y Giancarlo Rivero, gerente legal de la institución médica.



► Fernando Carriquiry, gerente general de Pastelería San Antonio, muestra el reconocimiento ganado en la categoría Cafetería con mayor preferencia.



► Jorge Abarca, gerente general del Grupo RPP, obtuvo distinción en la categoría Radios con mayor preferencia.



CCL INSTALA COMISIÓN DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

El pasado 16 de enero, la Cámara de Comercio de Lima (CCL) instaló la Comisión de Transformación Digital e Inteligencia Artificial (IA), que es presidida por Diego Urbina. “Nos enfrentamos a un escenario donde la responsabilidad empresarial desempeña un papel fundamental. Al crear esta comisión, la CCL explora vías que fomenten el uso ético de la tecnología, lo que será un impacto positivo en la sociedad”, destacó la presidenta de la CCL, Rosa Bueno de Lercari.

PRIMERA SESIÓN DE COMISIÓN DE INTEGRIDAD Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

El 11 de enero, la Comisión de Integridad y Lucha contra la Corrupción de la CCL llevó a cabo su primera sesión del año. El acto, liderado por su presidente, Hernán Lanzara, se realizó con la finalidad de fijar los lineamientos del plan de trabajo de 2024. De esta manera, se acordó dar continuidad a los proyectos que se iniciaron en 2023, como ‘Semillero para futuros funcionarios o servidores públicos’, y la realización del ‘IV Foro Anual de Integridad y Lucha contra la Corrupción’, así como el trabajo con las pymes y la academia.



PREMIO NACIONAL DE INNOVACIÓN AVONNI ENTRA EN RECTA FINAL

El jurado evaluador de la primera edición del Premio Nacional de Innovación Avonni – CCL en el Perú, que reconoce las iniciativas y los proyectos más innovadores que aportan al desarrollo sostenible del país, se reunió el último 9 de enero en la sede del gremio, para sus deliberaciones finales sobre cada categoría. En esta primera edición participaron 72 empresas, de las cuales 51 fueron de Lima y 21 de diferentes regiones del país. La ceremonia de premiación se realizará en la segunda semana de marzo.

PRIMER ENCUENTRO DE CÁMARAS BINACIONALES Y REGIONALES

La presidenta de la CCL, Rosa Bueno de Lercari, participó en el Primer Encuentro entre las Cámaras Binacionales (Alemania, Suiza, China, España, Chile, Bolivia e India) y Regionales ‘Fortaleciendo los lazos’, organizado por Perucámaras. El evento, que se realizó con el fin de presentar la oferta productiva y exportable de las regiones del país, además de generar un espacio de *networking*, contó también con la participación de Daniel Córdova, director de Promoción de Inversiones de Promperú, así como de representantes de las cámaras de Madre de Dios, Áncash, San Martín, Piura, entre otras.





NUEVA

G-Premium G-Prix

UNA GASOLINA* DE OTRO MUNDO



MAYOR POTENCIA



MAYOR LIMPIEZA



MAYOR CUIDADO DEL MOTOR



PRIMAX
Siempre Más

* Denominación coloquial y comercial del producto gasohol (gasolina + alcohol carburante) que se expende en las estaciones de acuerdo a ley. Beneficios establecidos en pruebas de laboratorio y están sujetos al uso exclusivo y sostenido del producto. "Gasolina de otro mundo" corresponde a frase de ficción para fines publicitarios únicamente y no al origen del producto.

Precio desde \$4200 TODO INCLUIDO*



Buscas nuevos proveedores ¡Canton Business te lleva a CHINA a encontrarlos!

Viaja a CHINA a la edición **135 de la Feria de Cantón**. Estás buscando oportunidades de negocios, deseas renovar tu maquinaria actual o traer productos innovadores que amplien tu mercado: esta es tu oportunidad.

FASES

FASE 1: 15-19 Abril del 2024 (*productos industriales, tecnología, etc*)

FASE 2: 23-27 Abril del 2024 (*productos de la construcción, mayolicas, decoración, etc*)

FASE 3: 01 al 05 de Mayo del 2024 (*productos para mascotas, textil, equipos médicos, etc*)

Lugar de exhibición:

Complejo Canton Fair, Guangzhou China

993917401 | www.cantonbusiness.com.pe | ventas@cantonbusiness.com

*Nota:

- Aplica restricciones y penalidades por cancelaciones.
- Consultar otras regulaciones.