

La Cámara

REVISTA DIGITAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Informe RSE:

El sector privado y su rol en la transformación educativa del Perú.

Comercio exterior:

Exportaciones peruanas crecerán en el primer trimestre.

RADIOGRAFÍA EMPRESARIAL

La diversidad que impulsa la economía peruana

Más de 3,2 millones de empresas peruanas formales, desde pequeños emprendimientos hasta grandes corporaciones, forman un ecosistema empresarial vital para el desarrollo del país.





DEJA QUE TU MARCA SE VEA

ANUNCIA EN PANTALLAS NO ES CARO

Somos tu mejor aliado para reforzar tu campaña y lograr efectividad, garantizándote el mejor alcance a tu audiencia.

Contamos con más de 819 caras a nivel nacional, entre banderolas, paneles publicitarios, pantallas digitales, totem entre otras.

TRABAJEMOS JUNTOS, PARA LOGRAR IMPACTO EXCLUSIVO EN VÍA PÚBLICA

Síguenos en:



Contáctanos

994 675 297

WWW.JMTOUTDOORS.COM.PE

CONSEJO DIRECTIVO 2023-2024

PRESIDENTA

Rosa Bueno de Lercari

PRIMER VICEPRESIDENTE

Jorge Guillermo von Wedemeyer Knigge

SEGUNDO VICEPRESIDENTE

Hernán Lanza Lostauanau

TESORERA

Maria 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
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

Carlos García Jerí

DIRECTOR INSTITUCIONAL

Carlos Posada Ugaz

HACIA UN RENACER COMPETITIVO

El panorama de competitividad en el Perú nos insta a llevar a cabo una evaluación rigurosa de nuestras políticas económicas. El informe del Ranking de Competitividad Mundial 2023 revela una baja en la posición global del país, especialmente en los pilares del desempeño económico y la infraestructura.

Lamentablemente, en los cuatro pilares revisados, el Perú se sitúa cerca del final del ranking que evalúa a 64 países, lo que evidencia la necesidad de un esfuerzo grande y sostenido en diversas áreas. En cuanto al desempeño económico, el Perú ocupa el puesto 53, y en eficiencia del Gobierno está en el 50. Además, en eficiencia de negocios se encuentra en el 53, y en infraestructura se sitúa en el puesto 60. Estos resultados subrayan la imperiosa necesidad de abordar prioritariamente estos aspectos y de implementar medidas efectivas para impulsar la competitividad en el país.

El retroceso en el desempeño económico merece una mirada más amplia. Su caída del puesto 40 al 53 en tan solo un año revela la necesidad de abordar cuestiones fundamentales como el comercio internacional y el empleo para que la atracción de inversiones sea una realidad.

Pero ¿cómo atraer la inversión si la infraestructura no está a la altura del desafío? Este indicador ha tenido el peor desempeño y nos sitúa en el puesto 60 de 64 países, lo que refleja una tendencia negativa que demanda atención inmediata. El desarrollo de carreteras, transporte, energía y telecomunicaciones es una tarea pendiente, por lo que la inversión y la ejecución de proyectos en estos rubros se presentan como acciones prioritarias para revertir esta tendencia desfavorable.

Con esta perspectiva, la Comisión de Competitividad de la Cámara de Comercio de Lima, que se ha instalado en febrero, constituye un espacio importante para abordar estos retos

con enfoques innovadores. Nace con la misión de propiciar el desarrollo económico y empresarial, y adquiere una relevancia singular en un contexto donde la competitividad es un factor determinante para el progreso nacional.

Por ello, es imperativo retomar la agenda interna, la cual ha sido relegada demasiado tiempo. Si bien la gestión gubernamental debe solucionar los problemas urgentes, no debe perder de vista el mediano y largo plazo para abordar problemas estructurales.

Una mirada a la evaluación del Plan Nacional de Competitividad revela un magro avance del 40 % en las metas. Por ello, la CCL asume el desafío de no limitarse a participar en reuniones oficiales, sino que respalda activamente la ejecución de medidas necesarias para alcanzar resultados tangibles en los cuatro pilares de competitividad que se ha trazado el Perú.

Los peruanos tenemos razones para apostar por la competitividad. Las cifras de pobreza, anemia crónica y desempleo demandan acción inmediata. La generación de empleo de calidad siempre ha sido la vía más eficiente para combatir la pobreza, pero esto debe ir de la mano con mejoras sustanciales en la productividad laboral. Ya no podemos seguir aplazando lo importante por lo urgente.



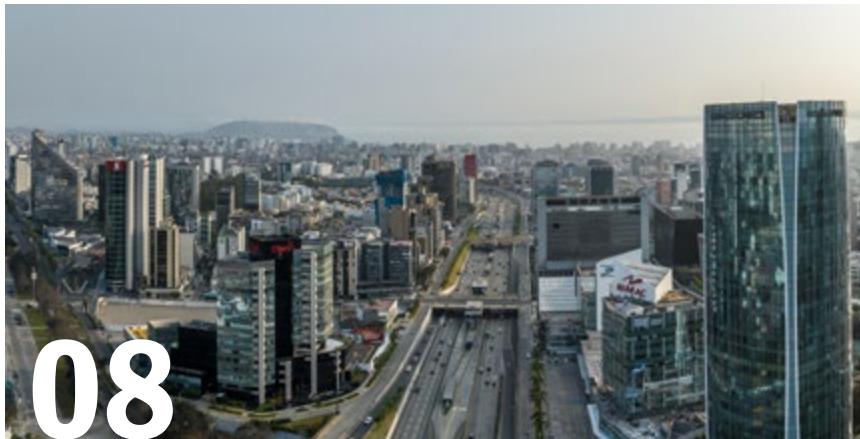
Rosa Bueno de Lercari

Presidenta de la Cámara de
Comercio de Lima

ÍNDICE

La Cámara

REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA



08

INFORME ECONÓMICO

RADIOGRAFÍA DE LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL DEL PERÚ



12

ENTREVISTA

“EL DÍA DE LA MADRE 2024 ES UN DESAFÍO PARA LA INDUSTRIA DEL RETAIL”



14

COMERCIO EXTERIOR

ENVÍOS PERUANOS CRECERÍAN 2 % EN PRIMER TRIMESTRE

20

LEGAL

BARRERAS BUROCRÁTICAS: CÓMO IDENTIFICARLAS Y SUPERARLAS

26

ESPECIAL

EL IMPULSO DEL SECTOR PRIVADO PARA UNA EDUCACIÓN DE CALIDAD

30

NOTA SECTORIAL

“INDUSTRIA DE COSMÉTICOS E HIGIENE AVANZA A PASO FIRME”

PRESIDENTE DEL COMITÉ EDITORIAL

Bernardo Furman Wolf

DIRECTORA DE COMUNICACIONES

Yvonne García Suárez

JEFE DE PRENSA

Claudia Izaguirre Godoy

COORDINADORA

Mirtha Trigoso López

EDITOR

Fernando Chevarría León

EDITORA DIGITAL

Alejandra Carrasco Lavado

REDACCIÓN

Maribel Huayhuas Vargas

Igor Ybarra 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 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 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.



CyberDays.pe

del 18 al 22 de marzo

¿ Listo para los **5 días**
de **ofertas irresistibles** ?

#LO VEO, LO COMPRO



Escanea aquí:



CyberDays.pe CyberDays.pe
CyberDays.pe CyberDays.pe
CyberDays.pe CyberDays.pe

GESTIONES DE LA CCL EN DEFENSA DE TU EMPRESA

Detallamos las acciones realizadas por la Cámara de Comercio de Lima en favor de sus asociados durante febrero de 2024.

Apoyo a modificación de Ley de Fortalecimiento de la Sunat

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) presentó su opinión favorable respecto del Proyecto de Ley 6626/2023-CR, que modifica el artículo 11 de la Ley 29816, de Fortalecimiento de la Sunat. La entidad gremial considera positiva la propuesta de prohibir la aplicación de los incentivos por desempeño sobre la base de imposición de sanciones a los contribuyentes.

Esto se debe a que otorgar incentivos según el resultado de recaudación anual, donde se incluyen los montos recaudados respecto a acciones de fiscalización de la Sunat, puede llegar a lesionar los derechos fundamentales de los contribuyentes e incrementar la carga en los procesos administrativos y judiciales.

Asimismo, la CCL indicó que sí es acertado que, para el otorgamiento del incentivo, se considere el cumplimiento de objetivos y metas institucionales referidos a la formalización de los contribuyentes y la ampliación de la base tributaria.

No a la modificación del Código Penal sobre el uso de IA

La CCL expresó su opinión en contra del Proyecto de Ley 6573/2023-CR, que propone modificar el Código Penal para incorporar el uso de inteligencia artificial (IA) como agravante en los delitos penales, vinculados con estafa y plagio, y solicitó que se archive.

La entidad gremial argumenta que el referido proyecto de ley presenta determinadas imprecisiones que podrían comprometer el desarrollo de la IA en el país. Así, argumentó que el proyecto, al hacer referencia al “empleo de tecnologías similares”, genera una falta de claridad y ambigüedad en la definición de estos términos, lo que podría ocasionar incertidumbre jurídica en el ecosistema digital. También resaltó que el proyecto ralentizaría el avance de la innovación y desarrollo tecnológico del país.

Además, advirtió que, al proponerse el uso de la IA como un factor agravante en casos de plagio, podría darse lugar a la penalización injusta de usos legítimos y éticos de la inteligencia artificial.

Rechazo a proyecto que elimina inclusión de RUC en publicidad digital

La CCL expresó su posición en contra de la observación realizada por el Poder Ejecutivo al Proyecto de Ley 5434-2022/CR, que modifica el Decreto Legislativo 1524 para eliminar la necesidad de incluir el número del RUC en toda documentación que ofrezca bienes o servicios, incluyendo ofertas a través de plataformas digitales de comercio electrónico, redes sociales, sitios web, aplicaciones móviles, entre otros.

La CCL considera que el proyecto inicial debe ser aprobado por insistencia, rechazando el texto alternativo ofrecido por el Poder Ejecutivo, dado que podría surtir efectos negativos, como la intrusión indebida en la responsabilidad limitada de los intermediarios de publicidad, la creación de un marco legal confuso y desfavorable, especialmente para las pequeñas y medianas empresas, así como se limitaría la competitividad internacional del Perú en el ámbito digital.



La Feria de Empleos Online

Más grande
de Perú



Del 22 al 28 de Abril

**EL EVENTO DIGITAL QUE UNE A LAS MEJORES
EMPRESAS CON LOS MEJORES TALENTOS**

¿Te gustaría que tu empresa forme parte?

Contáctanos para más información

www.bumeran.com.pe



RUC: 20519147247
Razón Social: Bumeran.com Peru S.A.C.





Instituto de Economía y
Desarrollo Empresarial - CCL

El tejido empresarial del Perú se caracteriza por su diversidad en cuanto a tamaño, actividad y ubicación geográfica. Para comprender esta estructura, es importante considerar varios aspectos clave:

CLASIFICACIÓN POR TAMAÑO

El tamaño de una empresa se mide en función de su nivel de venta anual expresado en Unidades Impositivas Tributarias (UIT), valor establecido por el Estado para determinar impuestos, infracciones, multas y otros aspectos tributarios. Para 2024, el valor de la UIT se estableció en S/ 5 150. Según esta medida, las empresas se clasifican de la siguiente manera:

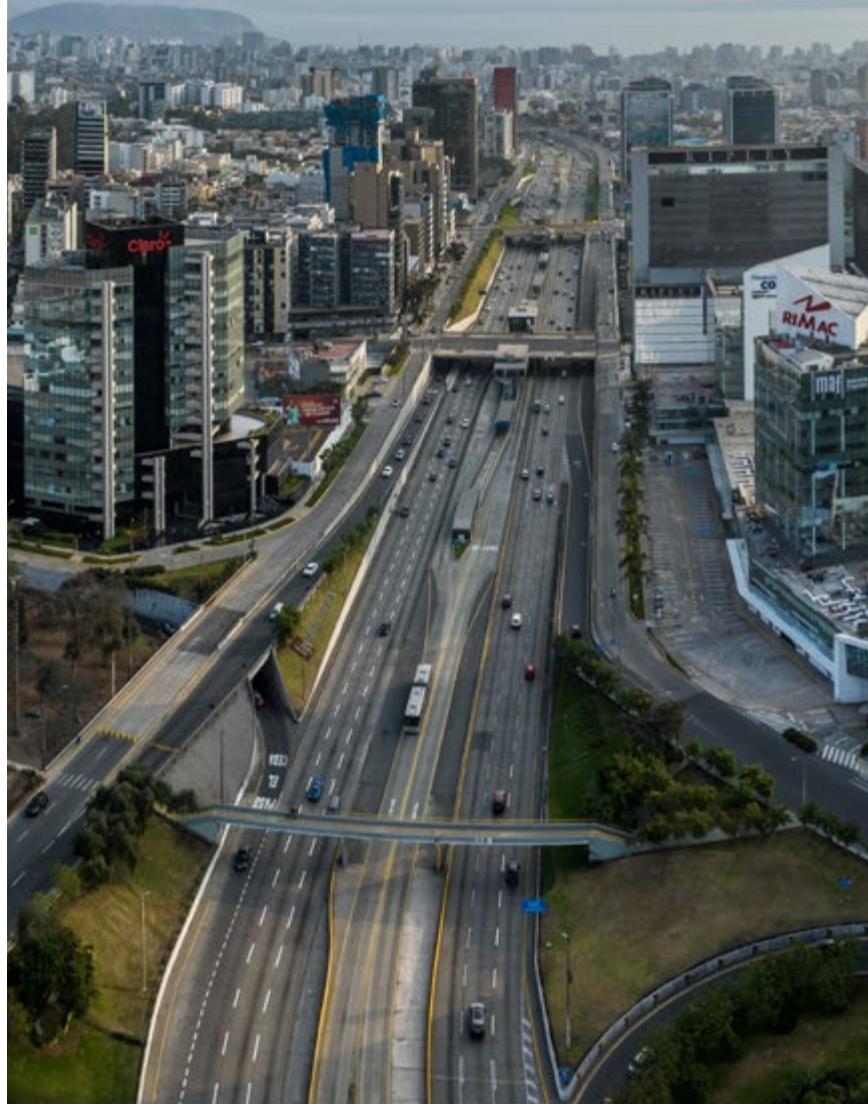
- **Microempresas:** ventas anuales no superiores a S/ 772 500 (150 UIT).
- **Pequeñas empresas:** ventas anuales superiores a 150 UIT y no superiores a S/ 8 755 000 (1 700 UIT).
- **Medianas empresas:** ventas anuales superiores a 1 700 UIT e inferiores a S/ 11 845 000 (2 300 UIT).
- **Grandes empresas:** ventas anuales superiores a 2 300 UIT.

UNIVERSO EMPRESARIAL

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), al tercer trimestre de 2023, el país contaba con 3 216 000 empresas formales, es decir, aquellas inscritas en el Registro Único de Contribuyentes (RUC). Estas

RADIOGRAFÍA DE LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL DEL PERÚ

Descubra la complejidad y diversidad del tejido empresarial en el país, desde microempresas hasta corporaciones, en distintos sectores y ubicaciones geográficas. Además, vea su impacto en la economía nacional y cómo contribuyen al empleo, al PBI y al sistema financiero.



empresas se distribuyen en diversos sectores económicos:

- **Comercio** (44,1 %): conformado por comercio al por menor (30,7 %), comercio al por mayor (10,4 %) y venta y reparación de vehículos (2,9 %).

- **Servicios** (42,6 %): constituido por otros servicios (14,6 %), servicios prestados a empresas (9,7 %), restaurantes (8 %), transporte (6 %), telecomunicaciones (1,9 %), salones de belleza (1,5 %) y alojamiento (1 %).

- **Manufactura** (7,5 %)

- **Construcción** (3,4 %)

- **Agropecuario y Pesca** (1,6 %)

- **Eplotación de Minas y Canteras** (0,8 %).

En cuanto a su ubicación, Lima concentra el 47,6 % de las empresas a nivel nacional (41,7 % en Lima Metropolitana, 3,3 % en el Callao y 2,6 % en Lima Provincias). Le siguen La Libertad y Arequipa (5,4 % cada una), Piura (4,4 %) y Cusco (4 %).

El INEI aún no publica las cifras de empresas según categoría empresarial (tamaño) ni organización jurídica. No obstante, con base en las participaciones de estas categorías en los últimos cinco años, estimamos que las microempresas habrían alcanzado alrededor de 3 100 000 (95 % del universo empresarial); las pequeñas empresas; 130 000 (4,1 %); las medianas empresas, 6 300 (0,2 %); y las grandes empresas, 12 500 (0,4 %). Por el lado de la organización jurídica, 2 400 000 fueron personas naturales con negocio (74,5 % del universo empresarial); 387 000, sociedades anónimas (12 %); 242 000, empresas individuales de responsabilidad limitada (7,5 %), y otras (6 %).

CONTRIBUCIÓN AL PBI Y PRODUCTIVIDAD

El sector formal, conformado por empresas con RUC, representa el 82,2 % del PBI, según el INEI. Por su parte, el Ministerio de la Producción estima que las grandes empresas contribuyeron con el 68,6 % del Valor Agregado Bruto en 2022, seguidas por las medianas empresas (10,7 %),

las pequeñas empresas (15,1 %) y las microempresas (5,6 %).

En términos de productividad, existe una diferencia significativa entre empresas de distintos tamaños. Por ejemplo, la productividad de una microempresa representa solo el 4,6 % de la de una gran empresa; la de una pequeña empresa, el 27,1 %; y la de una mediana empresa, el 64,6 %.

EMPLEO PRIVADO FORMAL

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), alrededor de 4 200 000 de personas contaban con un salario en el sector formal privado en noviembre de 2023.

Las empresas de más de 100 trabajadores son las principales generadoras de empleo, con 2 400 000 personas. Les siguen las empresas de 10 a 100 trabajadores (936 000) y las de 1 a 10 trabajadores (870 000).

Según el régimen laboral, 2 800 000 trabajadores pertenecían al Régimen General; 527 000, al Régimen de Microempresa; 437 000, al Régimen Agrario; 204 000, al Régimen de Pequeña Empresa; y 230 000, a otros regímenes laborales.

FINANCIAMIENTO

Según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), hasta octubre de 2023, el sistema financiero prestó S/ 252 838 millones a las empresas.

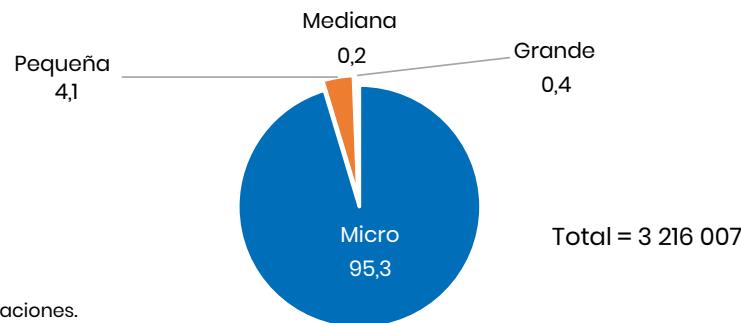
Esto representa el 25 % del PBI. El 76 % de los préstamos fue para las empresas medianas, grandes y corporativas, y el 24 % fue para las mypes.

De otro lado, el número de empresas con un préstamo es 3 368 000, de las cuales el 75,3 % son microempresas (2 535 000). Las medianas empresas representan el 23 % (776 000). Las pequeñas ascienden a 52 000 (1,5 %); las grandes empresas, a 3 962 (0,1 %); y las corporaciones, a 875 (0,03 %).

La morosidad, medida como el porcentaje de los créditos atrasados sobre los créditos, fue de 4,7 % a octubre de 2023. Para las corporaciones, la morosidad fue 0,3 %, y para las grandes empresas, 2 %. Para las medianas empresas, la morosidad fue de 14,6 %, lo que es preocupante, ya que es el tercer incremento interanual consecutivo. En el caso de las mypes, la morosidad alcanzó el 8,5 % para las pequeñas empresas y el 5,7 % para las microempresas.

De otro lado, la dolarización, medida como el porcentaje de créditos en moneda extranjera respecto de los créditos totales, fue de 24,4 % a octubre de 2023. En los últimos cinco años la dolarización osciló entre 40 % y 60 % para las corporaciones y grandes empresas. Al cierre de octubre, el nivel de dolarización por tamaño de empresa fue de 51,6 % para las corporaciones y de 59,6 % para las grandes empresas. En tanto, para las medianas empresas

EMPRESAS FORMALES SEGÚN CATEGORÍAS EMPRESARIALES Tercer trimestre de 2023* (%)



*Estimaciones.

Fuente: INEI

Elaboración: IEDEP

fue de 29,1 %, mientras que para las pequeñas empresas alcanzó el 1 %, y para las microempresas, el 0,6 %.

TASAS DE INTERÉS

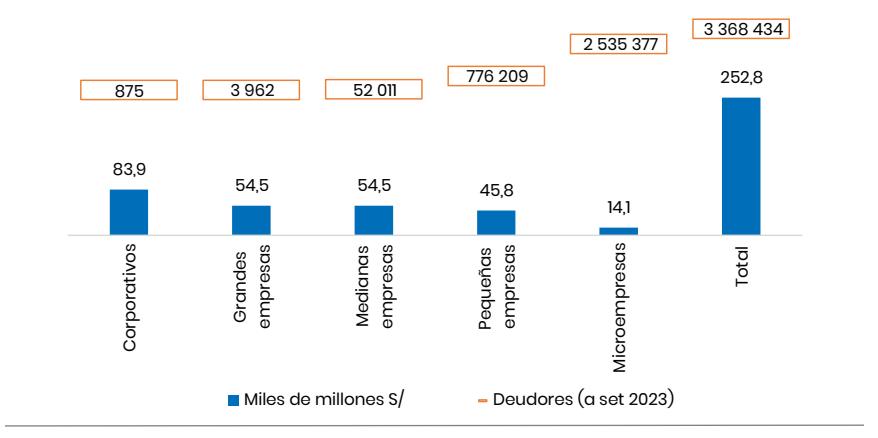
Debido a su mayor nivel de riesgo en comparación con las medianas y grandes empresas, el sistema financiero cobra tasas de interés más altas a las mypes.

Según el Banco Central de Reserva (BCRP), a enero de 2024, las tasas de interés en nuevos soles que cobraron los bancos a las mypes promediaron 41,9 % para préstamos hasta 360 días y 21,1 % para más de 360 días. En cambio, para las empresas de mayor envergadura fueron de 9,4 % y 8,7 %, respectivamente.

A su vez, las tasas de interés en soles que cobraron las cajas municipales de ahorro y crédito a las mypes promediaron 43,4 % para préstamos hasta 360 días y 24,5 % para más de 360 días; mientras que para las empresas de mayor envergadura fueron de 18,7 % y 14,4 %, respectivamente.

Finalmente, las tasas de interés en soles que cobraron las cajas rurales de ahorro y crédito a las mypes promediaron 47,4 % para préstamos hasta 360 días y 36,8 % para más de 360 días, y para las empresas de mayor envergadura las tasas fueron de 15,7 % y 15,8 %, respectivamente.

CRÉDITOS DIRECTOS DEL SISTEMA FINANCIERO Y DEUDORES Octubre 2023



Fuente: SBS

Elaboración: IEDEP

APORTE TRIBUTARIO

Las rentas empresariales están conformadas por el impuesto a la renta de Tercera Categoría (Régimen General), el Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), el Régimen MYPE Tributario (RMT), Otras Rentas y el Régimen Único Simplificado (NRUS).

En 2023, las rentas empresariales ascendieron a S/ 31 264 millones y representaron el 21 % de los ingresos tributarios del Gobierno Central. Este monto fue generado por 3 307 000 contribuyentes.

No obstante, solo el 6 % de

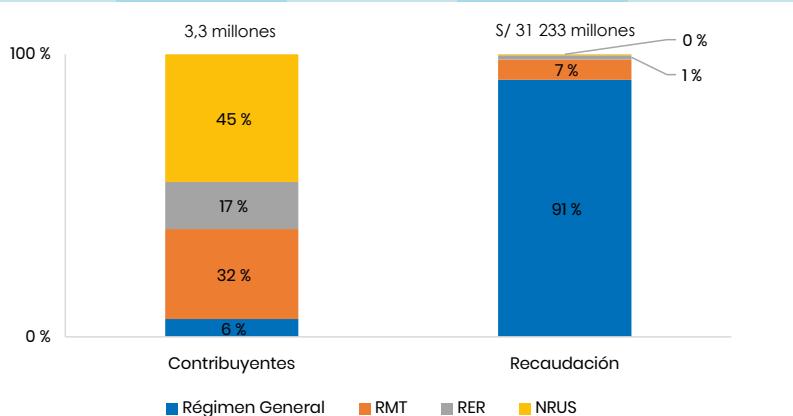
contribuyentes generó el 91 % de las rentas empresariales. Se trata de los pertenecientes al Régimen General. A su vez, el 32 % de contribuyentes acogidos al RMT generó el 7 % de las rentas empresariales; el 17 % de contribuyentes acogidos al RER generaron el 1,5 % de las rentas empresariales; y el 45 % de contribuyentes acogidos al NRUS generó el 0,5 %.

Estimamos que el 48 % de microempresas están acogidas al NRUS; el 30 %, al RMT; el 17 %, al RER; y el 5 %, al Régimen General. En el caso de las pequeñas empresas, el 78 % estarían en el RMT, el 20 % en el Régimen General y el 2 % en el RER.

Para las empresas de mayor envergadura, estimamos que el 76 % de las medianas empresas están acogidas al Régimen General y el 24 % al RMT. En el caso de las grandes empresas, el 99 % estaría en el Régimen General y el 1 % en el RMT.

Queda claro que el tejido empresarial formal del país está integrado por empresas de distinta envergadura, cada cual con sus características y aporte a la economía. El Gobierno debe ser consciente de esta realidad para acompañarlas de acuerdo con sus necesidades a través de capacitaciones, acceso a financiamiento, entre otras medidas.

TIPO DE CONTRIBUYENTE Y RECAUDACIÓN 2023 (%)



Fuente: Sunat

Elaboración: IEDEP

¡Maximiza el alcance de tu mensaje!



Con nosotros, la comunicación de tu marca
llegará a más personas.



FUENTE: ESTUDIO AUDIENCIA RADIAL CPI - NACIONAL- NOVIEMBRE 2023 - AUDIENCIA ACUMULADA DE LUNES A DOMINGO DE 00:00- 23:59, HOMBRES Y MUJERES DE 11 AÑOS A MÁS DE TODOS LOS NSE.

Conecta con tu target
a través de nuestras radios



4.6 Millones



4.1 Millones



3.1 Millones



3 Millones



Tenemos productos para cada etapa del funnel de ventas



Video post /
Reels / live en
redes sociales



Acciones
crossmedia



Menciones
en vivo



Nota web



Escribenos a:

info@crp.pe 987 012 140



“EL DÍA DE LA MADRE 2024 ES UN DESAFÍO PARA LA INDUSTRIA DEL RETAIL”

La presidenta del Gremio Retail y Distribución de la CCL, Leslie Passalacqua, estima que las ventas en esta campaña crecerán 10 % con respecto a la de 2023.

POR MARIBEL HUAYHUAS
MHUAYHUAS@CAMARALIMA.ORG.PE

En la campaña del Día de la Madre 2023, el sector Retail no logró alcanzar las ventas esperadas. ¿El panorama es alentador para 2024?

Para este año se espera un crecimiento de 10 % y lograr un movimiento económico de S/ 4 400 millones. El que este incremento esperado no sea mayor se explica debido a que todavía se mantienen los rezagos de 2023, que contempló un escenario de protestas, que tuvo el impacto del fenómeno de El Niño y la recesión económica que perjudicó a los negocios.

Todavía mantenemos una desaceleración económica que va a durar el primer trimestre de este año, conforme a las estimaciones que dio el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), cuando era ministro, Alex Contreras.

Ello se observa en la actual campaña escolar, la que, por el momento, tiene una venta 20 % menor respecto a la del año pasado, lo que significa un rezago de lo que dejó 2023, cuando se originó una recesión.

¿Cuál será el *ticket* promedio para la referida campaña? ¿En qué regalos gastarán más los peruanos?

En 2023, el *ticket* promedio fluctuó entre los S/ 150 y S/ 200, pues tuvimos un primer trimestre complicado debido a las protestas con cierre de carreteras e inestabilidad política, además de un Niño Costero que se extendió hasta mayo, un año difícil para el consumo, el cual no se esperaba. Para 2024, considerando un crecimiento de ventas en 10 %, estimamos que el gasto promedio fluctuaría entre los S/ 200 y S/ 300 por persona, evidenciando un ligero aumento.

Hay que considerar que, en el Día de la Madre, los rubros como flores, restaurantes y entretenimiento suman al sector Retail, y se

complementan con la demanda de moda (27 %), belleza (21 %), tecnología y electro (16 %) y hogar (20 %).

En ese contexto, se esperaría un mayor flujo de visitantes en los centros comerciales. ¿Cuál sería su lectura?

Para este año la movilización en los centros comerciales avanzará en 30 %. Si bien se aprecia un crecimiento, aún no va a superar los niveles alcanzados en 2019. Esperamos que el consumo se dinamice en los siguientes meses como parte del proceso de recuperación de la economía.

“PERUANOS GASTARÁN EN REGALOS ENTRE S/ 200 Y S/ 300 EN LA CAMPAÑA DE MAMÁ”.

En provincias, el nivel del flujo de visitas será un poco mayor, especialmente en ciudades como Arequipa, Trujillo y Cusco, cuyos rangos han avanzado desde inicios del año.

¿Se apreciará un crecimiento en el rubro viajes?

Así es. La tendencia en esta campaña del Día de la Madre es regalar viajes. Este tipo de presente ya ocupa un 9 % de las compras totales, pues es un obsequio diferente y significativo que se aleja de los regalos tradicionales y que encaja, en algunos casos, con las vacaciones programadas en mayo. Hoy se adquieren paquetes turísticos en los que algunos miembros de familia acompañan a mamá, creando así nuevas experiencias para disfrutar.

¿Se usará más el pago al contado o al crédito?

Para esta campaña, la tarjeta de

crédito y débito son los medios más utilizados en el comercio electrónico, una tendencia que ha ido en aumento desde la pandemia. Las tarjetas de crédito lideran las transacciones (34 %), seguidas de las tarjetas de débito (27 %). Es una fórmula que no va a cambiar en los próximos años.

También tenemos las billeteras móviles (pagos realizados desde el celular) con 13 % y el pago en efectivo con 18 %.

Como se observa, un 74 % de estas compras no corresponde al pago en efectivo, pues esta modalidad de transacción financiera se caracteriza por su simplificación en el proceso de pago. No obstante, el tema de seguridad sigue generando preocupación entre los usuarios.

¿Qué estrategias deben realizar los retailers para tener éxito en esta campaña?

Para las marcas y empresas del sector Retail, 2024 ya es un desafío, pues deja atrás un año complicado. No olvidemos que el Día de la Madre es la segunda campaña más importante para los negocios después de Navidad.

Por ello, es importante que se enfoquen a realizar nuevas estrategias, rompiendo esquemas y siguiendo tendencias mundiales, pues este año es clave para el crecimiento del sector Retail, tomando en cuenta que estamos en un proceso de recuperación económica.

Por tanto, las nuevas estrategias deben estar enfocadas en las compras anticipadas, con la expectativa de alcanzar mayores márgenes de ganancias. Asimismo, mejorar la experiencia de compra del cliente, con efectividad y presentando productos complementarios para mamá. Los descuentos o promociones también contribuyen a conseguir una próxima compra. Es relevante también enfocarse en estar activos en redes sociales y aprovechar los canales digitales donde el cliente pueda ver la marca en diversas plataformas.

ENVÍOS PERUANOS CRECERÍAN 2 % EN PRIMER TRIMESTRE

Pese a las divergencias en el desempeño económico global, nuestras exportaciones tendrán un desempeño positivo entre enero y marzo.





CARLOS POSADA UGAZ

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

Según el reporte de Euromonitor, se espera que la economía mundial se ralentice aún más para el cierre de 2024, con un crecimiento real del PBI situado en 2,7%. Este dato representa un descenso de 0,3 puntos porcentuales en comparación con las proyecciones de finales de 2023. El informe atribuye esta desaceleración a los efectos rezagados de las altas tasas de interés y las persistentes presiones sobre los costos, incluyendo materias primas e insumos, a nivel global.

Además, detallan que las condiciones económicas en el mundo deberían normalizarse gradualmente en el segundo semestre del año, a medida que disminuya la inflación y se relaje la política monetaria, especialmente en las principales economías como Estados Unidos y la Unión Europea, y se espera recuperar el impulso en 2025.

En cuanto a las economías principales del mundo, se anticipan trayectorias divergentes para el año en curso. Así, Estados Unidos, que experimentó buenos resultados el año pasado, enfrentará una notable ralentización debido al aumento de los tipos de interés. Se prevé un crecimiento de 1,5% en 2024, lo que representa un aumento de 0,7 puntos porcentuales con respecto al último trimestre de 2023. Esta recuperación del PBI real estaría explicada por el comportamiento favorable de la economía estadounidense en 2023, que

registró una disminución progresiva de la inflación, la cual estaría pasando de 4,3% en 2023 a 2,7% en 2024; bajo desempleo y aumento de la productividad.

Por su parte, la economía de la Unión Europea se mantiene estancada, con una ligera recuperación proyectada a medida que la inflación se modere. Así, en 2024, el bloque europeo registraría un aumento de 0,8% en el PBI real, que indica una disminución de 0,2% con respecto al último trimestre de 2023. Esto se debe al conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, que interfiere en los flujos comerciales, al aumentar el precio de la energía, entre otros.

Rusia, en cambio, podría experimentar un crecimiento de 2,6% en 2024, impulsado por el aumento del gasto militar, el consumo privado y los

salarios. Asimismo, se proyecta que la inflación rusa será de 2,7% para 2024, cifra menor a la reportada el último trimestre de 2023.

En el caso de Alemania, se espera un crecimiento de su economía de 0,5%, cifra 0,4 puntos porcentuales menor a la registrada en el último trimestre de 2023. El crecimiento se explica por la estabilidad del mercado laboral y el aumento de la demanda interna. Se espera que la inflación sea de 2,8% en 2024 y disminuya a lo largo de 2025.

Por su parte, el Reino Unido crecería 0,4%, lo que señalaría una disminución de 0,2 puntos porcentuales con respecto al último trimestre de 2023. Así también, se espera una regularización en el precio de la energía, lo cual favorecería a la reducción de la inflación, que para este año ascendería a 3,1%.

PROYECCIÓN DE LAS EXPORTACIONES TOTALES PERUANAS (Primer trimestre de 2024 - US\$)

MACROSECTOR	SECTOR	2023	2024
Tradicional	Petróleo y Gas Natural	1 305 375 440	1 161 784 142
	Pesca Tradicional	693 336 932	624 003 239
	Minería	8 580 110 181	8 923 314 589
	Agro Tradicional	112 596 996	180 155 194
No Tradicional	Agro No Tradicional	2 085 226 359	2 189 487 677
	Varios	29 005 210	29 875 366
	Textil y Confecciones	433 853 452	446 869 056
	Siderometalúrgico	388 860 676	338 308 788
	Químico	455 643 396	441 974 094
	Pielles y Cueros	2 066 655	2 004 655
	Pesca No Tradicional	598 091 739	627 996 326
	Minería No Metálica	320 348 120	288 313 308
	Metal Mecánico	176 112 825	190 201 851
	Maderas	27 991 913	26 032 479
	Joyería	19 982 469	17 984 222
	Industria de Papel y Cartón	52 520 776	57 772 854
	Calzado	4 560 603	4 104 543
	Artesanías/Decoración	387 214	464 657
TOTAL		15 286 070 957	15 550 647 039

Fuente: Sunat

Elaboración: IDEXCAM

La crisis del sector inmobiliario en China sigue debilitando la confianza de las empresas y los consumidores, lo que repercute negativamente en las perspectivas del mercado.

Cabe señalar que la tendencia de crecimiento divergente entre las economías avanzadas y las emergentes se mantendría en 2024. Así, se espera que las primeras registren un crecimiento del PBI real del 1,3 % –una revisión al alza de 0,2 puntos porcentuales desde el cuarto trimestre de 2023–, mientras que las segundas harían lo propio en 3,9 %.

Asia-Pacífico sigue impulsando las perspectivas económicas mundiales a pesar del mal momento de China. Ello debido a que India se posiciona como la economía de mayor crecimiento en 2024, con 6,1 % según Euromonitor. Vietnam y Filipinas también contribuyen a los buenos resultados regionales, con un crecimiento superior al 5 % cada uno.

En el ámbito global, se prevé una moderación en la inflación de hasta el 5,4 % en 2024, impulsada por la reducción de las restricciones en la cadena de suministro y la disminución de los precios de energía. Sin embargo, los efectos de los elevados tipos de interés provocan un estancamiento de la actividad económica, lo que limita la demanda y, a la larga, suaviza los mercados laborales y el crecimiento salarial.

Con todo, las perspectivas de inflación aumentaron 0,5 puntos porcentuales con respecto a las estimaciones del cuarto trimestre de 2023. La revisión al alza se debe a la persistencia de la inflación en las economías en desarrollo, vulnerables a las fluctuaciones de los precios. Así, la previsión de inflación para las economías emergentes experimentó un aumento de 0,7 puntos porcentuales con respecto al trimestre pasado, y se sitúa en 7,4 % para 2024.

Cabe señalar que las tensiones geopolíticas constituyen una amenaza para las estimaciones de inflación, dadas las perturbaciones

del comercio y la volatilidad de los precios de las materias primas. En ese sentido, los posibles efectos indirectos de la guerra entre Israel y Hamás podrían afectar significativamente los mercados del petróleo. Además, las interrupciones del transporte marítimo como consecuencia de la crisis de seguridad en los mares del este crean nuevas presiones para las cadenas de suministro mundiales. La guerra en Ucrania y las posibles escaladas también perturbarían los sectores alimentario y energético.

“EL BUEN MOMENTO ECONÓMICO DE EE.UU. Y EL PRECIO DEL COBRE BENEFICIARÁN A LOS ENVÍOS PERUANOS”.

PROYECCIONES DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS

Considerando el comportamiento reciente de las exportaciones peruanas y las proyecciones globales, se estima un crecimiento del 2 % para el primer trimestre de 2024 versus el mismo periodo de 2023. Este pronóstico se

fundamenta en el comportamiento económico de Estados Unidos, principal destino de las exportaciones peruanas, así como en el aumento de los precios de minerales clave como el cobre. En el caso del metal rojo, a pesar de que el crecimiento económico de China se vería frenado en 2024, este estaría más apreciado todo el año por la inversión china en países del Asia-Pacífico, como Vietnam, Indonesia y Malasia.

Entre los sectores económicos en alza para este periodo se encuentran:

1. Agro No Tradicional: se proyecta un crecimiento del 5 %, respaldado por la fortaleza de la economía estadounidense, principal mercado para este sector.

2. Textil y Confecciones: se estima un crecimiento del 3 %, como reflejo de una demanda sostenida en los mercados internacionales.

3. Pesca No Tradicional: se prevé un crecimiento del 5 %, impulsado por la demanda externa y las condiciones favorables del mercado.

Sin duda, estas proyecciones indican un panorama optimista para las exportaciones peruanas en el primer trimestre de 2024, en medio de un contexto global de desaceleración económica y tensiones geopolíticas.



SE INSTALÓ EL COMITÉ ELECTORAL DE LA CCL

Con el objetivo de organizar, coordinar y supervisar los próximos procesos electorales en la Cámara de Comercio de Lima (CCL), así como velar por su transparencia, se instaló el 19 de febrero el Comité Electoral de la CCL.

Dicho comité está presidido por Eduardo José Escardó de la Fuente. Además, lo integran Carlos Mujica Barreda, Juan Manuel Ostoja Carmelino, Guillermo Grellaud Guzmán, Pedro Emilio Tomatis Chiappe, Cecilia Tarrillo Aguilar, Lucrecia Linares Zaferson de Perales y Dolores Guevara Pasache de Lavalle.

Las elecciones generales se realizarán el 11 de abril; en tanto, los procesos electorales de los Comités Gremiales de la CCL se llevarán a cabo entre el 1 y el 5 de abril, en colaboración con todos los asociados.

Para presentar candidatos al Consejo Directivo y poder ser elegidos, los asociados deben encontrarse al día en sus pagos al mes anterior a la presentación de su candidatura (febrero de 2024).



Estimados asociados:

Como parte del proceso electoral anual regulado por los Estatutos de la Cámara de Comercio de Lima y como acto inicial se ha conformado el Comité Electoral, órgano encargado de establecer las normas para el ejercicio del sufragio, vigilar y realizar el escrutinio; el proceso electivo culminará con la designación del nuevo Consejo Directivo para el periodo 2024-2025. Hacemos público el Cronograma General de Elecciones e invitamos a los asociados, según las condiciones estatutarias, a participar del acto electoral en sus comités gremiales y el día jueves 11 de abril de 2024 en la elección de directores por categorías, de 9:00 a.m. a 5:00 p.m.

Eduardo José Escardó de la Fuente
Presidente del Comité Electoral
Cámara de Comercio de Lima

CRONOGRAMA GENERAL DE ELECCIONES 2024 – PROCESO ELECTORAL

Nº	ACCIONES	FECHA
01	Aprobación del Cronograma General de Elecciones en Comité Ejecutivo para proponerlo al Consejo Directivo	Miércoles 24.01
02	Aprobación en Consejo Directivo del Cronograma General de Elecciones	Miércoles 31.01
03	Aprobación en Comité Ejecutivo de las propuestas de conformación del Comité Electoral	Miércoles 07.02
04	Aprobación en Consejo Directivo de la conformación del Comité Electoral y convocatoria para su instalación	Miércoles 14.02
05	Instalación del Comité Electoral	Lunes 19.02
06	Fecha de inicio de presentación ante el Comité Electoral, de candidatos a directores por categorías	Lunes 04.03
07	Convocatoria a elecciones internas de Comités Gremiales	Del lunes 11 al viernes 15 de marzo
08	Publicación de Aviso de Convocatoria de Asambleas Generales Ordinarias en medios de difusión de La Cámara	Lunes 25.03 ²
09	Publicación de Aviso de Convocatoria de Asambleas Generales Ordinarias en "Diario Oficial El Peruano" y otro de mayor circulación	Lunes 25.03 ³
10	Fecha límite para presentar candidatos a directores por categorías y sus respectivos personeros	Miércoles 03.04
11	Elecciones internas de Comités Gremiales	Del lunes 01 al viernes 05 de abril ⁴
12	Revisión de las actas de los Comités Gremiales por el Comité Electoral	Del lunes 08 al miércoles 10 de abril
13	Primera Asamblea General Ordinaria – Elecciones de directores por categorías	Jueves 11.04 ⁵
14	Segunda Asamblea General Ordinaria – Memoria, estados financieros y juramentación del nuevo Consejo Directivo	Jueves 18.04 ⁶

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

SOBRE LA OBLIGATORIEDAD DE RECURRIR AL TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA CAN PARA UNA INTERPRETACIÓN PREJUDICIAL



POR: LEONARDO LÓPEZ
ESPINOZA

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN TRIBUTARIA DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA
SOCIO EN HERNÁNDEZ & Cía.

La interpretación prejudicial es un mecanismo previsto en el Tratado de Creación del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (TJCA), que tiene como claro y plausible propósito uniformar la aplicación del derecho comunitario con ocasión de los procesos donde se controvejan los alcances o la forma en que se debe aplicar una norma del referido derecho supranacional, a través de un pronunciamiento previo del TJCA.

Es decir, cuando una norma de derecho comunitario es materia de una controversia sometida a la decisión de un órgano resolutor o administrador de justicia¹, para que dicha norma sea finalmente aplicable conforme al criterio del citado órgano resolutor, es preciso que tal decisión esté sustentada en una interpretación prejudicial del TJCA.

Dicho de otro modo, ninguna decisión de un órgano resolutor sobre los alcances de una norma comunitaria sometida a su pronunciamiento será aplicable en el ordenamiento jurídico comunitario en los términos y alcances definidos por aquel órgano, si es que previamente no se ha considerado una interpretación prejudicial del TJCA, puesto que el fin último de este instrumento es que el derecho comunitario sometido a controversia se aplique o ejecute de manera uniforme según el criterio

previo del TJCA.

En este sentido, mientras la decisión de un órgano resolutor sobre los alcances del derecho comunitario no sea potencialmente aplicable porque tal decisión es susceptible de ser objeto de un recurso que impida esa aplicación, la validez de aquella no dependerá de que el órgano resolutor haya cumplido con obtener una interpretación prejudicial del TJCA, habida cuenta que, en tal caso, no hay un riesgo absoluto de que se aplique la decisión de aquel órgano resolutor sobre una norma comunitaria controvertida, sin haber considerado antes la posición de dicho tribunal supranacional.

Es por ello que el artículo 33 del Tratado del TJCA establece en qué casos un órgano resolutor tiene la facultad discrecional de recurrir al TJCA para obtener una interpretación prejudicial cuando le toca decidir sobre los alcances de una norma comunitaria sujeta a una controversia que debe resolver, y en qué casos está obligado a obtener dicha interpretación y a adoptarla antes de emitir su decisión jurisdiccional o administrativa.

A tal efecto, el referido artículo utiliza la institución jurídica del “recurso” como punto de quiebre para definir si el órgano resolutor “puede” o “debe” requerir una interpretación prejudicial del TJCA.

¹ De acuerdo con el TJCA, cuando el Tratado del TJCA se refiere a jueces en sus disposiciones relativas a la interpretación prejudicial, alude no solo a los funcionarios judiciales que administran justicia sino también a los funcionarios administrativos que cumplen esa función en sede administrativa (véase el Proceso 14-IP-2007 del TJCA).

Así, si la decisión del órgano resolutor sobre la norma comunitaria controvertida es susceptible de recurso en derecho interno, entonces aquel tendrá la facultad discrecional de recurrir o no al TJCA por una interpretación prejudicial. En cambio, si tal decisión no es susceptible de recurso y, por tanto, lo que en aquella se defina será aplicable en el ordenamiento jurídico comunitario, entonces el órgano resolutor no tiene alternativa y deberá recurrir al TJCA para obtener una interpretación prejudicial que deberá adoptar finalmente en su decisión.

Como hemos señalado anteriormente, si el valor o fin último a preservar por el instrumento de la interpretación prejudicial es la aplicación o ejecución uniforme del derecho comunitario controvertido según los criterios del TJCA, dicho recurso o medio impugnatorio al que se refiere el referido artículo 33 del Tratado del TJCA no puede ser cualquiera que

tenga el rótulo de recurso o medio de impugnación, sino que debe ser aquel que, interpuesto que sea, impida la aplicación de la decisión de un juez sobre el derecho comunitario controvertido sin haber considerado el criterio del TJCA; toda vez que esta es la única forma de asegurar que no se aplique o ejecute una decisión jurisdiccional sobre los alcances de una norma controvertida sin el previo pronunciamiento del TJCA. Esto es, que no se trata de cualquier recurso, sino de uno que tenga como efecto suspender la aplicación de la decisión del órgano resolutor, lo que en doctrina procesal se conoce como el recurso con efectos suspensivos.

Entonces, cuando el artículo 33 del Tratado del TJCA se refiere al término “recurso”, este no puede ser entendido de otra manera que no sea la de un recurso o medio impugnativo que tiene la fortaleza o capacidad de suspender la aplicación de aquella decisión jurisdiccional o administrativa sobre el derecho

comunitario controvertido que ha sido emitida sin considerar la interpretación previa del TJCA.

Por consiguiente, en cada caso concreto, los órganos resolutores que definen a través de sus sentencias o resoluciones los alcances del derecho comunitario controvertido deberán verificar si aquellas son susceptibles de un recurso en derecho interno que sea capaz de suspender los efectos de su decisión. Si así fuera, puede emitir su resolución sin estar obligado a recurrir al TJCA para obtener un dictamen previo. Empero, si no fuera así, es decir, si su sentencia o resolución no fuera objeto de un recurso susceptible de suspender los efectos o ejecutoriedad de su decisión sobre el derecho comunitario, necesariamente deberá recurrir al TJCA para obtener una interpretación prejudicial de este último; en caso contrario, la sentencia o resolución incurrirá en causal de nulidad.

CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA



Neusoft Medical Systems



Neusoft eleva la experiencia de las clínicas Maison de Santé con Servicio integral de instalación de tomógrafos

La excelencia en el cuidado de la salud se materializa a través de una asociación estratégica entre Neusoft, líder en tecnología médica, y las prestigiosas Clínicas Maison de Santé en Lima, Perú. Este compromiso con la innovación y la calidad se manifiesta en la reciente adquisición e instalación de tres avanzados tomógrafos en las sedes de Maison de Santé en Lima, Surco y Chorrillos, fortaleciendo su capacidad diagnóstica y su compromiso con la atención médica de primera clase.

Desde el inicio de esta colaboración, Neusoft ha demostrado un compromiso inquebrantable con la excelencia en el servicio. Desde la preinstalación hasta la instalación final, el equipo de Neusoft ha brindado un servicio integral y de alta calidad para garantizar que los tomógrafos sean implementados de manera efectiva en cada una de las sedes de las Clínicas Maison de Santé.

El proceso de instalación de los tres tomógrafos en las sedes de Maison de Santé en Lima, Surco y Chorrillos ha sido impecable. El equipo técnico de Neusoft ha trabajado en estrecha colaboración con el personal de las clínicas para garantizar una instalación sin contratiempos y un funcionamiento óptimo de los equipos. Desde la preparación del sitio hasta la configuración del software, Neusoft ha demostrado su experiencia y profesionalismo en cada paso del proceso.



Además de la instalación física de los tomógrafos, Neusoft también ha brindado capacitación especializada al personal médico y técnico de las Clínicas Maison de Santé. Esta capacitación garantiza que el personal esté plenamente capacitado para operar y mantener los equipos de manera eficiente, maximizando así su rendimiento y durabilidad a largo plazo.

La dedicación de Neusoft a proporcionar un servicio excepcional ha sido fundamental para el éxito de esta colaboración. Su enfoque en la calidad y la atención al detalle ha permitido a las Clínicas Maison de Santé mejorar significativamente su capacidad diagnóstica y ofrecer un nivel superior de atención médica a sus pacientes en todas sus sedes.



La asociación entre Neusoft y las Clínicas Maison de Santé representa un compromiso compartido con la excelencia en la atención médica y la innovación tecnológica. Gracias al servicio integral de instalación proporcionado por Neusoft, las Clínicas Maison de Santé están mejor equipadas que nunca para ofrecer diagnósticos precisos y tratamientos efectivos a sus pacientes, fortaleciendo así su posición como líderes en el campo de la salud en el Perú.

BARRERAS BUROCRÁTICAS: CÓMO IDENTIFICARLAS Y SUPERARLAS

En el siguiente artículo, la CCL brinda los principales aspectos que deben considerarse para reconocer las trabas administrativas y cómo denunciarlas ante el Indecopi.





ÁLVARO GÁLVEZ CALDERÓN

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

A propósito de la reciente Resolución Suprema 015-2024-PCM, mediante la cual se crea la Comisión Multisectorial de naturaleza temporal dependiente de la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), encargada de identificar los costos de cumplimiento ineficientes, innecesarios o injustificados que generan barreras burocráticas y afectan las actividades económicas, así como proponer acciones de simplificación administrativa, recordamos a nuestros asociados y al público en general los principales aspectos que deben considerarse para identificar las barreras burocráticas.

MARCO NORMATIVO

Se encuentra vigente el Decreto Legislativo 1256 ('El Peruano', 8.12.2016), mediante el cual se aprobó la Ley de Prevención y Eliminación de Barreras Burocráticas.

Esta ley tiene como finalidad supervisar el cumplimiento del marco legal que protege los derechos a la libre iniciativa privada y la libertad de empresa, mediante la prevención o la eliminación de barreras burocráticas ilegales o carentes de razonabilidad, que restrinjan u obstaculicen el acceso o la permanencia de los agentes económicos en el mercado, o que constituyan incumplimientos de las normas o principios que garantizan la simplificación administrativa.

El objeto de esta norma es procurar una eficiente prestación de servicios al ciudadano por parte de las entidades de la administración pública.

DEFINICIÓN DE BARRERA BUROCRÁTICA

Se define la barrera burocrática como la exigencia, el requisito, la limitación, la prohibición o el cobro que impone cualquier entidad pública, con el fin de condicionar, restringir u obstaculizar el acceso o la permanencia de los agentes económicos en el mercado, o que puedan afectar a administrados en la tramitación de procedimientos administrativos sujetos a las normas o principios que garantizan la simplificación administrativa.

"SE PUEDE DENUNCIAR BARRERAS CON EFECTOS INDIRECTOS EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL DENUNCIANTE".

A modo de ejemplo de barreras burocráticas, pueden señalarse las siguientes:

- Los requisitos para una licencia de funcionamiento.
- La imposición de vigencias limitadas para registros o licencias sin justificación técnica.
- La imposición de un horario de atención para locales comerciales.
- La prohibición de ubicar publicidad exterior en ciertas zonas.
- La exigencia del certificado de mudanza domiciliaria u otra constancia de similar naturaleza.
- Los cobros de tasas injustificados para la realización de trámites.

Las barreras burocráticas deben estar contenidas en actos administrativos de la autoridad (como resoluciones, oficios, cartas), en disposiciones administrativas (normas vigentes como decretos supremos, resoluciones ministeriales, resoluciones directoriales, ordenanzas regionales o municipales u otras) o actuaciones materiales (actos del personal de una entidad pública que generen la restricción u obstaculización del acceso o la permanencia en el mercado).

También pueden ser denunciadas las barreras burocráticas que tengan efectos indirectos en las actividades económicas del denunciante.

IMPOSICIONES QUE NO CALIFICAN COMO BARRERA BUROCRÁTICA

No son consideradas barreras burocráticas las exigencias, los requisitos, las limitaciones, las prohibiciones o los cobros establecidos a través de leyes y otras normas con rango de ley, de alcance nacional, aun cuando estas normas también puedan contener exigencias o requisitos ilegales o carentes de razonabilidad, que afecten el libre desarrollo de los agentes económicos.

Para estos casos están expeditas acciones de otra naturaleza, como son las garantías constitucionales.

Tampoco se consideran barreras burocráticas la actuación de los órganos jurisdiccionales del Estado, es decir, las actuaciones de los jueces y tribunales, quienes administran justicia a nombre de la nación.

Asimismo, no son barreras burocráticas los requisitos contenidos en las bases de los procesos de contratación con el Estado, los aranceles e impuestos, las medidas fito y zoosanitarias, las sanciones impuestas por la administración pública, las omisiones o inacciones de las entidades públicas, y la revisión o nulidad de actos administrativos.

LEGALIDAD Y RAZONABILIDAD DE LAS BARRERAS

No toda barrera burocrática es susceptible de ser cuestionada. Para ello, debe ser ilegal o carente de razonabilidad.

Mediante el análisis de legalidad, se evalúa si la ley autoriza a la entidad a establecer o aplicar la medida, o si esta ha seguido la forma establecida por ley para emitir la medida, o si con la medida se contravienen normas legales o principios de simplificación administrativa.

A su vez, mediante el análisis de razonabilidad, se revisa si se trata de una medida arbitraria, por carecer de fundamentos o justificación, o que teniendo una justificación no resulta adecuada o idónea para alcanzar el objetivo de la medida; o se trata de una disposición desproporcionada, es decir, que resulta excesiva en relación con sus fines o respecto de la cual existe otra u otras medidas alternativas que puedan lograr el mismo objetivo de manera menos gravosa.

EFFECTOS DE LA DECLARACIÓN DE BARRERA BUROCRÁTICA

- Barrera burocrática ilegal: alcance general

Cuando en un procedimiento iniciado a pedido de parte o de oficio por el

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) se declare la ilegalidad de barreras burocráticas materializadas en disposiciones administrativas, se dispone su inaplicación con efectos generales.

"LOS ÓRGANOS DE INDECOPI TIENEN HASTA 120 DÍAS PARA RESOLVER LAS DENUNCIAS SOBRE BARRERAS BUROCRÁTICAS".

Esto quiere decir que el dispositivo legal (decreto supremo, resolución ministerial, ordenanza, etc.) dejará de surtir efectos jurídicos de manera general para todos los administrados, y las autoridades no podrán exigir su cumplimiento, bajo responsabilidad y posible sanción.

- Barrera burocrática carente de razonabilidad: alcance particular

Cuando se declare que la barrera burocrática es carente de razonabilidad y está contenida o materializada en disposiciones administrativas, se ordena su

inaplicación al caso concreto, es decir, solo para quien realizó la denuncia.

No obstante, si la declaración fue debido a un procedimiento de oficio, esta se publica en el diario oficial 'El Peruano', y los funcionarios públicos estarán impedidos de aplicarla.

Cuando se declare que la barrera burocrática es ilegal o carente de razonabilidad, y está contenida o materializada en actos o actuaciones materiales, se inaplicará al caso concreto, es decir, solo respecto de quien realizó la denuncia.

No obstante, el año pasado se aprobó la posibilidad de inaplicación con efectos generales de barreras burocráticas en procedimientos de oficio iniciados por Indecopi, independientemente de si se trata de barreras burocráticas ilegales o carentes de razonabilidad, siempre que la barrera se encuentra en una disposición administrativa.

DENUNCIA ANTE INDECOPI

Es competente para tramitar las denuncias por barreras burocráticas la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas del Indecopi, en primera instancia, y, en segunda instancia, la sala competente del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. Ambas instancias tienen un plazo de 120 días para resolver lo que corresponda.

AYÚDENOS A IDENTIFICAR BARRERAS BUROCRÁTICAS

Si tiene conocimiento de alguna disposición o acto administrativo que encaje en los supuestos de barreras burocráticas, ilegales o carentes de razonabilidad arriba mencionados, agradeceremos nos lo haga saber. Su comunicación será de mucha ayuda para nuestro propósito, no solo para trasladar la información a la Comisión Multisectorial que ha sido creada en la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), sino también, de ser el caso, para evaluar la interposición de la correspondiente denuncia ante Indecopi.

Puede escribir a: glegal@camaralima.org.pe



Que tu vida profesional
NO TOQUE TECHO



Inicia tu carrera con

S/49

25% En toda
dscto. tu carrera

Últimas vacantes



981 290 088



Fuente: Shutterstock

EL IMPULSO DEL SECTOR PRIVADO PARA UNA EDUCACIÓN DE CALIDAD

En el contexto de los desafíos para reducir las brechas educativas, las empresas privadas, como parte de sus estrategias de responsabilidad social, están apoyando la formación de nuevos talentos en escuelas.

POR: IGOR YBÁÑEZ GAMBOA
EYBANEZ@CAMARALIMA.ORG.PE

El desarrollo de una nación depende de contar con más y mejores profesionales; sin embargo, en nuestro país, los adolescentes y jóvenes tienen muchas dificultades para acceder a una educación de calidad. Frente a ese desafío, el papel del sector privado es crucial para impulsar la educación y reducir las grandes brechas que aún existen en el Perú, debido a la falta de los recursos públicos.

En este contexto, Miaohong Huang Li, integrante de la Comisión de Sostenibilidad de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), subrayó que la educación es la base para el desarrollo económico y productivo sostenible de un país, por lo que debería ser prioridad nacional, para el sector público, privado, académico y la sociedad civil.

Según la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho 2023), en el Perú hay serias limitaciones para que la población acceda a una formación educativa, tanto pública como privada. Los resultados muestran que solo el 57,2 % de los peruanos en edad



Las entidades privadas ofrecen miles de becas para que jóvenes con talento puedan estudiar en universidades e institutos privados del país.

educativa accede a la secundaria, mientras que solo el 21,4 % llega al nivel universitario.

Para reducir estas brechas, las empresas están siendo muy activas desde el sector privado a través de diversas iniciativas individuales y colectivas, en el primer caso mediante proyectos y programas de responsabilidad social propios, y en el segundo con acciones que impulsan las compañías mediante asociaciones y plataformas.

“Por ejemplo, muchas empresas aliadas financian el Programa de Liderazgo de Enseña Perú, para que jóvenes recién egresados de universidades de diferentes especialidades trabajen dos años como profesores en colegios de escasos recursos en diversas regiones del país”, comentó la especialista de la Comisión de Sostenibilidad de la CCL.

A nivel colectivo, Huang Li explicó que existen asociaciones como Empresarios por la Educación (ExE), formada por empresas y líderes de opinión comprometidos con la educación pública en el Perú, cuyo objetivo es alcanzar la equidad económica, social y política en el país, orientada hacia el desarrollo sostenible.

Por otro lado, hay plataformas como CADE Educación, uno de los principales foros educativos del Perú,

que reúne a empresarios, académicos y jóvenes para generar propuestas innovadoras, a fin de mejorar la calidad de la educación del país, así como el Encuentro Anual de Líderes Empresariales, organizado por el Centro de Altos Estudios de Negocios y Economía (Caene), que reúne a empresarios y estudiantes a nivel nacional para potenciar sus talentos, generar oportunidades laborales y promover que ellos aporten al desarrollo del país.

BENEFICIOS

En cuanto a los beneficios de estas acciones y estrategias para promover la educación, Paloma Martínez, especialista en responsabilidad social y profesora de la Facultad de Gestión y Alta Dirección de la Pontificia Universidad Católica (PUCP), señaló que las empresas contribuyen a que se pueda contar con un capital humano formado y adecuado con perfiles profesionales óptimos.

“Para las empresas, es fundamental tener cada vez más una población educada, ya que hoy necesitan de profesionales innovadores para crecer sostenidamente. Hace unos meses, realizamos una investigación sobre el capital humano y las competencias que necesitan las compañías, y hallamos que estas no encuentran los perfiles que necesitan



S/ 2 166 millones

En obras por impuestos del sector privado se ha invertido en infraestructura educativa

(Fuente: ProInversión)



0,3 % de la población llega a acceder a estudios de posgrado.

(Fuente: Enaho 2023)



S/ 164 000 millones

es la brecha en infraestructura educativa en el Perú.

(Fuente: Minedu)

en el mercado”, comentó la docente.

Asimismo, Martínez indicó que las empresas también llevan a cabo acciones, como parte de su estrategia reputacional, para impactar positivamente en su imagen y presencia como marca en el mercado, ya que los clientes, trabajadores y proveedores valoran cada vez más estas actividades en beneficio de la comunidad.

Por otro lado, Miaohong Huang Li, representante de la Comisión de Sostenibilidad de la CCL, expresó que el beneficio más importante de las empresas para invertir en programas de educación es contribuir con algo más trascendental que el propio beneficio económico o reputacional de la empresa.

“Es cambiar para siempre las vidas de las familias a las que llegan a beneficiar y, sobre todo, contribuir a la generación de un círculo virtuoso y muchas veces con un efecto contagio para la construcción de un Perú más inclusivo, equitativo y con más oportunidades para todos”, argumentó la especialista.

APORTES DE LA EDUCACIÓN

A lo largo del tiempo, se ha demostrado la importancia de la educación en el desarrollo económico de un país. Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la inversión adicional en un año de educación está asociada a un incremento promedio del ingreso por hora trabajada de 6,9 %.

“Este estudio demuestra que la

formación del capital humano de una sociedad se refleja finalmente en una mayor productividad, generación de nuevos procesos, productos, tecnología y *know-how* que permiten la creación de nuevos empleos, mayores ingresos, facilidad en la inserción laboral, reducción de la pobreza y la delincuencia”, sostuvo Martínez.

No obstante, Huang Li señaló que lo más importante de la educación no solo es su beneficio en la mejora de la calidad de vida del individuo, sino en su efecto colectivo y social para el progreso del país en un mundo globalizado que cada vez avanza y se transforma más rápidamente.

LA APUESTA DEL BCP POR LA EDUCACIÓN

Un ejemplo tangible de la apuesta empresarial por la educación es el Banco de Crédito del Perú (BCP), que, desde 2012, cuenta con el programa integral ‘Becas BCP’, que brinda acceso a una educación superior de calidad, universitaria y técnica, a jóvenes talentosos de todo el país que no tienen los recursos necesarios para poder financiarla.

“Llevamos a cabo esta iniciativa en alianza con las mejores instituciones educativas de Lima y provincias. Además del financiamiento del 100 % de los gastos académicos, ofrecemos un programa de acompañamiento y desarrollo de talento, donde los estudiantes reciben apoyo socioemocional, talleres y tutorías para adaptarse favorablemente a la vida universitaria y técnica”, explicó

Verónica Roca-Rey, gerenta de Responsabilidad Social del BCP.

De la misma manera, la ejecutiva comentó que potencian las competencias de los estudiantes y los acercan a una red de prestigiosas empresas para que puedan insertarse satisfactoriamente en el mundo laboral.

“En el BCP, estamos convencidos de que la educación superior de calidad es el camino para promover el desarrollo sostenible del país. Tenemos claro que a través de ella es posible romper círculos de pobreza, ya que no solo beneficia a las personas que la reciben, sino también impacta positivamente en sus familias y en el Perú. Gracias a ella, podemos contar con jóvenes capacitados que pueden hacer cambios positivos para seguir impulsando a nuestro país. Nuestro plan es seguir otorgando becas para que más jóvenes transformen sus vidas”, resaltó Roca-Rey.

Como puede verse, la inversión del sector privado en educación no solo es una estrategia empresarial responsable, sino también una contribución esencial para el desarrollo sostenible del país. Al trabajar en colaboración con el sector público, académico y la sociedad civil, las empresas pueden abordar las brechas educativas y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. Por ello, es crucial que iniciativas como las del BCP y muchas otras empresas continúen y se fortalezcan para construir un Perú más inclusivo, equitativo y próspero para todos.

LA CURACAO

De vuelta al cole con

LA MEJOR TECNOLOGÍA

LAPTOP WINDOWS 11

s/ 2,399

Vigencia del 01 al 31 de marzo del 2024 o hasta agotar stock máximo de 50 unidades, válido en tiendas LA CURACAO seleccionadas (Lista 1), excepto plataforma web. No válido para ventas mayoristas (Máximo 3 unidades por persona). Las promociones no son acumulables. La imagen del producto es referencial.

ENCUENTRA MÁS OFERTAS EN www.lacuracao.pe

Capacítate y desarrolla tu talento

con los especialistas en negocios



PROGRAMACIÓN MARZO 2024

ADMINISTRACIÓN

Diplomado online gestión pequeñas y medianas empresas	09 MARZO
Certificación en Business Plan: Desarrollo de un plan de valor en Aduanas	19 MARZO

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Curso de especialización en ECOMMERCE	04 MARZO
Curso de Business Intelligence	12 MARZO
Curso de gestión de incidentes de ciberseguridad	16 MARZO
Curso de Administración de Redes e Informática Forense	17 MARZO

SECTOR PÚBLICO

Curso: Véndele al estado con la ley de contrataciones actualizada	04 MARZO
Diplomado online Gestión Pública	14 MARZO

COMERCIO EXTERIOR

Taller de Inteligencia Comercial en Comercio Exterior	12 MARZO
Seminario: Como afrontar un ajuste de valor en Aduanas	20 MARZO
Diplomado online gestión de exportación e importación	27 MARZO

CONTABILIDAD Y FINANZAS

Programa de especialización online en créditos y cobranzas	16 MARZO
--	----------

MARKETING Y VENTAS

Seminario: Protección al consumidor: Gestión de reclamos asociados al comercio digital y campañas publicitarias	14 MARZO
Programa de especialización Mujeres al Mando: Marketing y Liderazgo Ejecutivo	16 MARZO
Curso: Métricas y control de equipos comerciales de alto rendimiento	19 MARZO
Gestión eficiente de inmuebles, activos y servicios industriales con Facility Management	20 MARZO
Certificación en experiencia de usuario y gestión de la calidad en el servicio al cliente	25 DE MARZO

OPERACIONES Y LOGÍSTICA

Diplomado online Logística	13 MARZO
----------------------------	----------

INNOVACIÓN

Workshop: Desarrollo y validación de ideas de negocios	05 MARZO
--	----------

CONOCE MÁS DE NUESTRAS CAPACITACIONES AQUÍ:

926 895 195





El presidente del Gremio Peruano de Cosmética e Higiene Personal (Copecoh) de la CCL, Ángel Acevedo, indicó que, en 2023, ingresaron al mercado peruano cerca de 100 empresas internacionales, 29 de las cuales están enfocadas en el tratamiento facial.

INDUSTRIA DE COSMÉTICOS E HIGIENE AVANZA A PASO FIRME

El sector, que emplea a unas 600 000 personas en el Perú, desafía las adversidades económicas con un crecimiento proyectado del 6 % para este año.

La industria de Cosméticos e Higiene Personal muestra un crecimiento sólido en el país, a pesar de los desafíos económicos y de consumo. Según el ‘Estudio de inteligencia comercial. Resultado anual 2023 y proyecciones al 2025’, elaborado por el Gremio Peruano de Cosmética e Higiene Personal (Copecoh) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), se proyecta que este sector facture S/ 9 309 millones en 2024, lo que representa un crecimiento del 6 % en comparación con el año anterior.

“Este año el mercado de cosméticos e higiene en un escenario estándar sería impulsado, principalmente, por

la categoría de tratamiento facial, seguida por maquillaje, fragancias, capilares, tratamiento corporal e higiene personal. No obstante, en un escenario optimista, podríamos crecer hasta en 11 %”, comentó el presidente de Copecoh, Ángel Acevedo, durante la presentación del estudio, realizada el 27 de marzo en el Hotel JW Marriott Lima.

De acuerdo con el referido estudio, por categorías, en 2024, tratamiento facial tendría un incremento de ventas en 18 %, y maquillaje de 6 %, mientras que fragancias, productos capilares y tratamiento corporal crecerían 4 %. En tanto, higiene personal registraría un avance de 3 %.

Cabe destacar que el sector de Cosméticos e Higiene Personal está experimentando un crecimiento notable, con cifras que reflejan una industria renovada y dinámica. Es así que, en 2023, unas 92 nuevas empresas extranjeras de distintas categorías ingresaron al mercado peruano, marcando una clara tendencia de los consumidores por los productos de la industria.

Según este estudio, en 2023 el sector de Cosméticos e Higiene Personal facturó S/ 8 800 millones, lo que representa un incremento de 9 % en comparación con el año anterior.

Para Ángel Acevedo, existe un indicador adicional del impacto

positivo de la industria en la economía, que es la relevancia del sector en el índice de precios al consumidor y la canasta de productos de consumo masivo. En lo que concierne a esta cifra, los productos y servicios de cuidado personal han registrado un índice de 4,8, por lo que se destaca la importancia de estos artículos en la vida cotidiana de los consumidores.

Con respecto al gasto anual per cápita de los peruanos en productos de cosméticos e higiene personal en 2023, refirió que ascendió a S/ 828 (US\$ 218), superando a países vecinos como Colombia, Ecuador, Argentina y Bolivia.

TENDENCIA SKINCARE

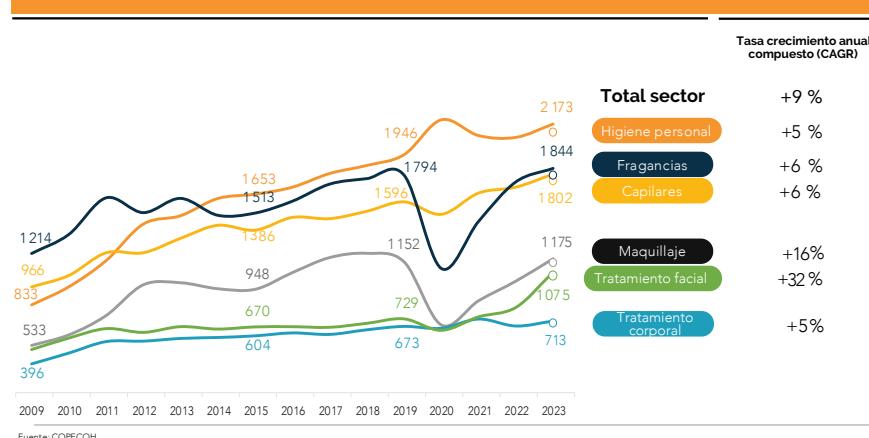
Es importante destacar que la tendencia en cuidado de la piel (*skincare*) llega al punto de que el 29 % del total de empresas extranjeras que ingresaron al Perú en 2023 se enfocan en dicho rubro.

Ángel Acevedo destacó que los productos para el cuidado de la piel tienen mayor evidencia médica y científica, por lo que su valor a nivel económico es superior al resto.

“Antes, hablar de cuidado personal hacía referencia a jabones o productos de aseo personal. Ahora este dinero se invierte en cremas que forman parte de la rutina de tratamiento facial, que tiene un precio mucho mayor que los jabones tradicionales. Y los

EVOLUCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO DE COSMÉTICOS POR CATEGORÍAS

2009 - 2023 (cifras en millones a precio público en S/)



consumidores consideran fundamental incluir estos productos en su rutina de aseo”, añadió el especialista.

Asimismo, Acevedo dijo que el consumidor actual busca ser más eficiente e inteligente al momento de adquirir productos del sector sin escatimar el precio, pero considerando siempre maximizar sus beneficios.

OPORTUNIDADES

A su turno, Teresa Mera, viceministra de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), sostuvo que la industria de Cosméticos e Higiene Personal es un sector dinámico en el país, ya que genera 600 000 puestos de trabajo.

“Los números se van a incrementar en los próximos años debido a las

nuevas oportunidades que existen en el mercado. En ese sentido, apoyaremos a este sector que enfrenta retos regulatorios para las empresas exportadoras”, comentó la viceministra.

Por su parte, Hernán Lanzara, segundo vicepresidente de la CCL, destacó que en el Perú hay más de 1,3 millones de micro y pequeñas empresas (mypes) lideradas por mujeres que buscan constantemente aumentar sus ingresos, a fin de mejorar su calidad de vida y la de sus familias. Muchas de estas empresas se encuentran en los sectores de Cosmética, Higiene Personal y Aseo Doméstico.

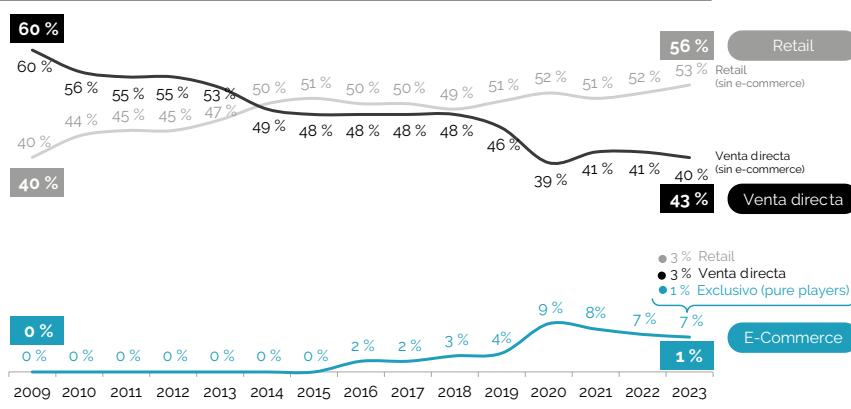
ECONOMÍA

Un factor importante que incide en el comportamiento del sector Cosméticos y de Higiene Personal es el comportamiento de la economía. Al respecto, el economista Diego Macera señaló que, para este año, según la reciente Encuesta del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), el PBI crecería entre 2 % y 2,5 %. “Las proyecciones mejoran solo ligeramente para 2025. Respecto a la inflación, analistas del sistema financiero esperan volver al rango meta durante 2024”, añadió.

Finalmente, Miguel Ángel López, vicepresidente de Atrevia Latam, indicó que la prolongada crisis política e institucional en el país podría generar incertidumbre futura que impactaría en el sector empresarial.

PARTICIPACIÓN DEL MERCADO COSMÉTICO POR CANAL DE VENTA

Resultados al 2023



CONOCE A TU **SECTORISTA**



EXCLUSIVO
PARA
ASOCIADOS

Como asociado CCL te hemos asignado **una sectorista** que te orientará en gestionar tus beneficios.

*Escaneando el código QR
y digita tu RUC o DNI >*



*Nuestra prioridad es tu satisfacción como
asociado y te apoyaremos en todo momento*

Conoce todos tus beneficios en un solo lugar

*¡Qué esperas! escanea el código QR
del Mundo Socio CCL >*





POTENCIAMOS TU EXPERIENCIA VISUAL

Somos una marca especializada en controladores de Video Walls y Centros de Control

Solicita
información:

info@screenwall.net

[\(932\) 318 182 / \(01\) 640 9732](tel:932318182)

<https://screenwall.net/>

@SCREENWALL

CGM RENTAL SE CONSOLIDA EN LA MEDIANA MINERIA...

90 Tn

120 Tn

PONTE EN CONTACTO CON NOSOTROS

943 567 445

www.cgrental.com.pe

[Facebook](https://www.facebook.com/cgrental) [Instagram](https://www.instagram.com/cgrental/) [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/cgm-rental-sac/) [YouTube](https://www.youtube.com/cgmrental)

RUC: 20537284723
CGM RENTAL SAC

SEGUIMOS GENERANDO DESARROLLO



RICARDO ESPEJO
Coordinador de
Inteligencia Comercial de
CCEX

Consultas:
respejo@camaralima.org.pe

CONOCE LA ESTRUCTURA DE ARANCELES POR PAÍS

Los exportadores peruanos están en búsqueda de nuevas alianzas comerciales con diferentes países del mundo, y un punto vital es conocer el rango de aranceles que tiene cada uno de ellos.

El informe de Perfiles Arancelarios en el Mundo 2023 contiene información exhaustiva sobre las medidas arancelarias impuestas por más de 170 países y territorios aduaneros. Este informe, elaborado conjuntamente con el Centro de Comercio Internacional y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), también contiene información y datos sobre las medidas no arancelarias, medidas *antidumping*, derechos compensatorios y medidas de salvaguardia.

Los perfiles de la página ofrecen un panorama general de los aranceles de cada economía, desglosados por grupos de productos. Además, los cuadros recapitulativos ofrecen comparaciones entre el promedio de los aranceles “consolidados” y los aranceles máximos que cada economía puede aplicar a sus importaciones, así como el promedio de los aranceles que aplican en la práctica.

Asimismo, se facilitan datos sobre los productos agropecuarios y no agropecuarios, al igual que información de la categoría “todos los productos”. Los perfiles de importación y exportación proporcionan comparaciones del valor de las importaciones de cada economía, el grado de diversificación de las exportaciones y los datos arancelarios pertinentes.

La publicación abarca también dos temas especiales: la evolución del acceso a los mercados a lo largo de los 16 años de “Perfiles arancelarios en el mundo”, y la clasificación de productos utilizada en las estadísticas comerciales y el análisis de políticas de la Organización Mundial del Comercio (OMC) (las categorías de las Negociaciones Comerciales Multilaterales). Para descargar el informe de los Perfiles Arancelarios en el mundo 2023, ingrese al siguiente *link*: https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/world_tariff_profiles23_s.pdf



José Miguel Reyes
Pueblo Libre

¿QUÉ IMPUESTO ADUANERO GRAVA LA IMPORTACIÓN?

Corresponde en este caso como derecho arancelario el pago de *ad valorem*. Cabe mencionar que este impuesto puede ser reducido o eliminado en su totalidad como beneficio de los acuerdos comerciales de los cuales el Perú es parte. La tasa del impuesto se encuentra actualmente en los valores de 0 %, 6 % y 11 %, según la subpartida nacional, lo que puede ser validado en el portal oficial de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat).

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

¿Tiene Problemas con sus PLANILLAS de Pago y RIESGOS de multas con la SUNAFIL?



El Software de PLANILLAS del ERP STARSOFT versión GOLD, le permitirá detectar RIESGOS de contingencias con SUNAFIL, mediante las ALERTAS AUTOMÁTICAS que emite el Software y además cumplir con ENVIAR DIGITALMENTE los documentos laborales que deben ser entregados a los trabajadores con cargo electrónico.

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

STARSOFT

Potenciar la visión con
DATOS Y HALLAZGOS

Programa de Encuestas de Opinión Pública en
América Latina 2024 - 2025



CID
Latinoamérica

10
Países

Costa Rica ■ Ecuador ■ República Dominicana ■ Colombia
■ El Salvador ■ Guatemala ■ Nicaragua ■ Honduras ■ Perú ■ Panamá

Servicio de Suscripción Anual

Incluye:

- Base de datos en SPSS o Excel
- Informe gráfico digital con análisis
- Tablas estadísticas con tabulaciones cruzadas

\$ Precios:

No. de países Precios anuales
(3 olas de medición)

Un país	\$7,500.00
Dos países	Descuento del 10%
Tres países	Descuento del 15%
De 4 a 7 países	Descuento del 20%
De 8 a 10 países	Descuento del 25%

3
Olas de Medición

Enero
Mayo
Septiembre

Para más información, por favor contacte a:

■ Perú

✉ info@cidlatinoamerica.com
(51) +1 6970272



PERÚ CARGO week 2024

FERIA INTERNACIONAL DE TRANSPORTE DE CARGA,
LOGÍSTICA Y COMERCIO EXTERIOR

**EDICIÓN
10º ANIVERSARIO
ESPECIAL**

**15-16-17
DE MAYO**

**CENTRO DE
EXPOSICIONES
JOCKEY**

► CONSULTA POR EL DESCUENTO
ESPECIAL POR SER ASOCIADO DE
LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

EN PARALELO

EXPO 2024 PROVEEDORES
CONTRACCIÓN PÚBLICA Y PRIVADA, TRANSPARENTE Y EFICIENTE

ORGANIZA

APF PerúFerias
Las mejores ferias a tu alcance

CONTACTO

✉ ventas@perucargoweb.pe
📞 938 619 216 - 990 019 496

www.perucargoweb.pe





SOMOS FABRICANTES DE CHINA



HOLLEY
TECH 华立科技

BLITZ



<https://www.holley-epsac.com/>



+51 901 705 306



+51 900 642 686



cloayza@holley.cn

CAFAE-SE

Alquiler de ambientes

Eventos - Capacitaciones - Full days

- San Isidro
- Punta Hermosa
- Chosica

Comunícate con nosotros:

977 857 470

eventos@cafae-se.com.pe



www.cafae-se.pe





P&S: ¡El ERP que SI FUNCIONA!



Los empresarios creían que siempre tenían que estar cambiando de ERP's.

Hasta que implementaron el ERP de Procesos & Sistemas - P&S.

Solicite una demostración 975468280
virtual o presencial 314 - 0481



Cel. 975-468280 Telf. 314 - 0481
Atencionalcliente01@procesos-sistemas.com.pe
Calle Enrique Seoane 299, San Borja - Lima
<https://procesos-sistemas.com.pe/>

¡Fortalecemos nuestro compromiso con el medio ambiente!

Autopista
Del Norte
ALEATICA



Obtuvimos la certificación ISO 14001:2015

Certificado otorgado por la empresa acreditada SGS, después de una exhaustiva auditoría y verificación de nuestro Sistema de Gestión Ambiental

Con esta certificación, **renovamos nuestro compromiso** de seguir impulsando acciones vinculadas a la **sostenibilidad y el cuidado del entorno** donde operamos.

www.aunor.pe

Si es sostenible, es desarrollo.



Autopista del Norte

@autopistadelnorteperu

Autopista del Norte

COALICIÓN PERUANA DE EXPORTADORES DE SERVICIOS OFICIALIZA JUNTA DIRECTIVA 2024

El 8 de febrero último, en la sede de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), se oficializó la Junta Directiva de la Coalición Peruana de Exportadores de Servicios para el ejercicio 2024, presidida por Yolanda Torriani. Este grupo de trabajo está integrado por José Koechlin (Canatur), Carlos Schoroth (ADEX), Guy Fort (Apexo) y Enrique Mesones (APESOFT). El saludo protocolar estuvo a cargo de la presidenta de la CCL, Rosa Bueno de Lercari, quien destacó el papel desempeñado por la Coalición para la recuperación económica del país.



PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO ‘IMPACTO ECONÓMICO DE LA ADOPCIÓN DE LA NUBE’

El 20 de febrero, se llevó a cabo la presentación y conversatorio del estudio ‘Impacto económico de adopción de la nube en seis países de Latinoamérica’. En el marco de dicho evento, Rosa Bueno, presidenta de la CCL, señaló que la adopción de esta tecnología ha transformado por completo la forma en que las organizaciones gestionan su infraestructura tecnológica. En la actividad, también participaron Karla Wong, Country Leader de Amazon Web Services (AWS), y el Ing. Pablo Ramírez, gerente de Sistemas de la CCL.

CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA INSTALÓ LA COMISIÓN DE COMPETITIVIDAD

La presidenta de la CCL, Rosa Bueno de Lercari, instaló, el 21 de febrero, la Comisión de Competitividad, presidida por Marysol León, quien tendrá el encargo, junto con los integrantes de la comisión, de proponer y analizar proyectos que busquen mejorar e impulsar la competitividad del país. Este grupo de trabajo está integrado por Gisella Orjeda, Linieke María Schol, Álvaro Chávez, Carlos Casas, Jaime García, y José Escaffi. Además, Óscar Chávez, jefe del IEDEP, es secretario técnico.



PRIMER FORO FINANCIERO: ‘CUMPLIR MYPE 2024’

Con el propósito de explorar y conocer las diversas oportunidades de financiamiento disponibles para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (mypes) en el Perú, el 22 de febrero, se desarrolló el I Foro Financiero: ‘Cumplir MYPE 2024’, organizado por el Gremio de la Pequeña Empresa (COPE) de la CCL. Frente a este desafío, Rodolfo Ojeda, presidente del gremio COPE, sostuvo que, ante el actual escenario económico, la demanda en innovación es esencial. En el evento, también participó Carlos Añaños, presidente del Patronato Píkimachay.

G GATORADE®

CUANDO SUDAS BRILLAS.

#SigueSudando

LÍQUIDOS + ELECTROLITOS + ENERGÍA



FELICITACIONES GRUPO ADUAN
por su certificación ISO 9001 e ISO 28000



GrupoAduan

CERTIFICACIÓN:

**ISO 9001:2015
ISO 28000:2007
LOGISTICA INTEGRAL**

Gracias a nuestra constante búsqueda de la excelencia, nos es grato comunicarles que nuestro Sistema de Gestión de Calidad, así como nuestras metodologías de trabajo están certificadas y auditadas por la Norma Internacional ISO 9001:2015 e ISO28000:2007.

El alcance de la certificación comprende nuestro servicio **LOGISTICA INTEGRAL** que comprende **AGENCIA DE ADUANA, AGENCIA DE CARGA INTERNACIONAL, TRANSPORTE TERRESTRE, CUADRILLA Y CUSTODIA.**

981407109 | www.grupoaduan.com | ventas@grupoaduan.com

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

