

La Cámara

REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

Análisis legal

Perfil de cumplimiento tributario enfrenta errores y riesgos para la privacidad.

Informe especial

Sector automotriz: las marcas se preparan para vender más en 2025.



LA “SEGUNDA CHAMBA” CRECE

Casi 4 millones de peruanos buscan complementar sus ingresos con una ocupación secundaria, reflejando una necesidad económica transversal en el país.

ILUSTRACION PERUANA
Caretas

Club de suscriptores



**Noticias con la misma
escencia desde 1950**



SUSCRÍBETE



Caretas.pe

RECUPEREMOS LA SENDA DE CRECIMIENTO

CONSEJO DIRECTIVO 2024-2025

PRESIDENTE

Roberto De La Tore Aguayo

PRIMER VICEPRESIDENTE

Hernán Lanzara Lostaunau

SEGUNDO VICEPRESIDENTE

Víctor Leonardo López Espinoza

TESORERO

Jaime Armando García Díaz

VOCALES

Maria Gabriela Fiorini Travi

Luis Guillermo Marroquín Postigo

Jorge Alberto Ochoa Garmendia

Juan Antonio Castro Molina

PAST PRESIDENT

Rosa Bueno de Lercari

DIRECTORES

Alberto Germán Ego Aguirre Yañez

Alfieri Peirano Torriani

Ángel Néstor Acevedo Villalba

Dante Nicolás Mendoza Ymaña

Franklin Ramiro Salas Bravo

Giovanna Del Carmen Cortez Lewis

Javier Eduardo Barrón Ramos Plata

José Antonio Julio Ernesto Casas Delgado

José Omar Cabanillas Lavini

Juan Alberto Lazarte Carranza

Lieneke María Schol Calle

Luis Alberto Pérez Taiman

Mario Pasco Lizárraga

Nelly Marysol León Huayanca

Omar Cárdenas Martínez

Peter Michael Anders Hornung

Pier Carlo José Levaggi Muttini

Ramón Amadeo Carlos Véliz Alva

Rizal Andrés Bragagnini Oliver

Robert Schuldt Galdos

Rodrigo Díaz Mailhe

Rudolf Becker Rodríguez De Souza

Wilder Barrón Carrión

GERENTE GENERAL

Carlos García Jerí

DIRECTOR INSTITUCIONAL

Carlos Posada Ugaz

Un país que quiere atraer inversiones para lograr mayor crecimiento, como el Perú, necesita un escenario estable en términos políticos y económicos. En el aspecto económico, el país tiene más de tres décadas con una estabilidad macroeconómica comprobada, que nos ha permitido sortear los *shocks* financieros nacionales e internacionales. Una baja inflación, un tipo de cambio estable y un buen respaldo de reservas internacionales forman parte de nuestra carta de presentación.

Sin embargo, el entorno político se ha deteriorado con el transcurrir de los años. Lo que los analistas políticos denominaban “cuerdas separadas”, es decir, que lo político no afectaba la economía del país, terminó, y hoy somos testigos de que sí afecta sustancialmente, al tener un crecimiento insuficiente de 2,1 % en la última década. Las iniciativas populistas y “leyes hechas a la medida” emitidas por los congresistas de la República afectan la eficiencia y son una mala señal para los que quieren invertir en el país.

La liberación de la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS), los fondos de las AFP, en el tema económico; así como las modificaciones a las leyes de colaboración eficaz, de lucha contra el crimen organizado, la amnistía que prescribe delitos de lesa humanidad y la reducción de los plazos de prescripción de delitos a solo un año, en el aspecto político, son nocivas para el país.

En vista que el Congreso no aprobó las Primarias Abiertas Simultáneas y Obligatorias (PASO), pese a que fueron incorporadas en el sistema electoral por la Ley 30998 de agosto de 2019, su aplicación fue suspendida hasta en dos oportunidades y se regresó a los sistemas de elección interna de candidatos en los partidos: abiertas a los ciudadanos con inscripción previa para votar, un militante un voto, y la elección por delegados. En ese sentido, la Cámara de Comercio de Lima (CCL) propone aplicar algunas propuestas de emergencia, para aliviar de alguna manera la situación complicada en la que nos encontramos.

La propuesta integral que presentó la CCL ante el Congreso de la República en 2022 plantea elevar la valla del 10 % al 25 %, con el objetivo de que los candidatos tengan mayor representatividad. Aumentar este porcentaje impedirá que muchas listas no obtengan la votación mínima que les permita postular. Por ende, habría menos candidatos y el ganador tendría mayor legitimidad, a diferencia de lo que ocurrió en las últimas elecciones de 2021. El fin de esta propuesta es buscar mayor y mejor representatividad de las autoridades durante su periodo de gestión.

Recordemos que participaron 18 candidatos y Perú Libre y Fuerza Popular pasaron a segunda vuelta con el 19 % y 13 %, respectivamente. En las elecciones generales de 2011, en las que se presentaron 11 candidatos, los dos primeros

obtuvieron el 28 % y 21 %, mientras que, en 2016, captaron el 33 % y 17 %. Es decir, en la medida en que aumentó el número de candidatos a la presidencia del país, también hubo mayor atomización de los votos.

A nivel regional, el Perú es el país que posee más candidatos a la presidencia. A la fecha, existen 35 agrupaciones que se alistan a postular y otras 23 esperando ser autorizadas para participar en las próximas elecciones. Es una cifra excesiva en comparación con las últimas elecciones en los países vecinos: Chile tuvo 7 candidatos, Ecuador, 6; Colombia, 6; Bolivia, 5, y Argentina, 5.

Otra medida para facilitar la formación de alianzas electorales es dejar sin efecto la exigencia de requerir el 1 % adicional de votos a las organizaciones políticas que decidan ir en alianzas en las próximas elecciones presidenciales.

Esto nos permitirá evitar la dispersión de candidatos, la confusión ciudadana y, en consecuencia, que las agrupaciones con bajo respaldo popular pasen a la segunda vuelta, como ha ocurrido en las últimas elecciones, por lo que la gran mayoría de ciudadanos no se sienten representados por las autoridades electas.

Asimismo, la CCL expresa su rechazo al proyecto de ley recientemente presentado que busca habilitar a personas con sentencias por delitos de corrupción para postular a la Presidencia de la República en el próximo proceso electoral.

La CCL exhorta a los actores políticos y a la sociedad en su conjunto a exigir al Congreso de la República aprobar las reformas que vayan en línea con la idoneidad y representatividad, porque las actuales van en contra de los principios democráticos, la integridad y la lucha contra la corrupción que nuestro país requiere para seguir avanzando por la senda del crecimiento y desarrollo de todos sus ciudadanos.

El fortalecimiento de nuestra democracia es esencial para construir un país justo y equitativo, en el que se respete el Estado de derecho y sus líderes representen valores éticos y de integridad.



Roberto De La Tore

Presidente de la Cámara de Comercio de Lima



INFORME ECONÓMICO

CASI 4 MILLONES DE TRABAJADORES EN EL PERÚ
TIENEN UNA "SEGUNDA CHAMBA"



12

INFORME LEGAL

PROBLEMAS CON EL NUEVO
PERFIL DE CUMPLIMIENTO
TRIBUTARIO



16

INFORME ESPECIAL

SECTOR AUTOMOTRIZ:
¿QUÉ ESPERAR PARA 2025?

20

COMERCIO EXTERIOR

IMPORTACIÓN DE
VEHÍCULOS: DESPLOME
DE GASOLINEROS Y AUGE
DE LOS ELÉCTRICOS

24

ENTREVISTA

"LA COMISIÓN DE SEGURIDAD
DE LA CCL COLABORA
ACTIVAMENTE EN PROPUESTAS
DE POLÍTICAS PÚBLICAS"

PRESIDENTE DEL COMITÉ EDITORIAL
Bernardo Furman Wolf

DIRECTORA DE COMUNICACIONES
Gladys Bernal Barzola

COORDINADORA
Mirtha Trigos López

EDITOR
Fernando Chevarría León

REDACCIÓN
Maribel Huayhuas Vargas
Daniel Santillán Hernández
Igor Ybáñez Gámboa

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
Javier Corzo Salas
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@camaralima.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
Centro Bancario - Carretera Central
193 Oficina 15 - Santa Anita

SEDE CENTRO AÉREO COMERCIAL
Av. Elmer Faucett s/n, Mód. "A", Of. 206.
Teléfono: (511) 219-1841

SEDE AREQUIPA
Av. Metropolitana s/n (Edificio City Center - Quimera)
4to piso Torre Norte, Challapampa. Cerro Colorado,
Ciudad de Arequipa.

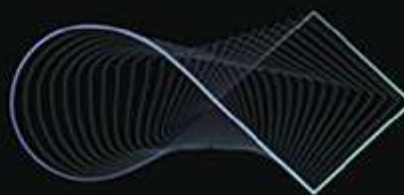
IMPRESIÓN:

INDUSTRIA GRÁFICA CIMAGRAF 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.

Clear Infinity AI



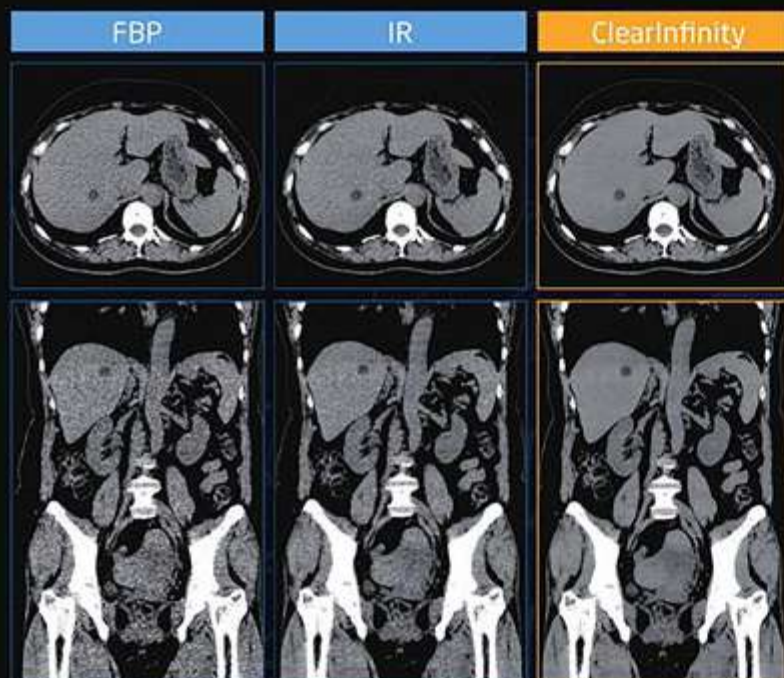
POWERED BY **Neusoft Medical Systems**

Reconstrucción IA ClearInfinity

Neusoft Medical ha abierto un nuevo camino en la utilización de la inteligencia artificial para la reconstrucción de imágenes. El motor ClearInfinity Deep Learning Reconstrucción ofrece detalles excepcionales con una nitidez de imagen preferida y reduce el ruido a dosis más bajas. ClearInfinity logra un equilibrio óptimo entre dosis ultrabajas y excelente calidad de imagen, mejorando la confianza en el diagnóstico en todo el rango de aplicaciones clínicas.



*Ultra-low Dose
Higher Image Resolution*



Compared with FBP

A la misma
calidad

85%

Reducción de dosis

A las mismas
condiciones de ruido

88%

Mejora la resolución espacial

A la misma dosis
de radiación

90%

Baja dosis

135%

Mejora la resolución de
bajo contraste

CONTÁCTENOS:

995019549 / 997221695 / 999605621 / 920804734 / 974346719

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 agosto de 2024.

Propone buscar mejor representatividad de autoridades

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) propuso modificaciones a la ley electoral con el objetivo de buscar mayor y mejor representatividad de las autoridades durante su periodo de gestión. Esta iniciativa forma parte de la propuesta integral de reforma política que presentó la CCL ante el Congreso en 2022, que plantea elevar la valla del 10 % al 25 %, con el fin de que los candidatos tengan mayor representatividad. Aumentar este porcentaje impedirá que muchas listas no obtengan la votación mínima que les permita postular y, por ende, habría menos candidatos y el ganador tendría mayor legitimidad, a diferencia de lo que ocurrió en las últimas elecciones de 2021. Otra medida para facilitar la formación de alianzas electorales es dejar sin efecto la exigencia de requerir el 1 % adicional de votos a las organizaciones políticas que decidan ir en alianzas en las próximas elecciones presidenciales.

Ley contra crimen organizado debe corregirse


La CCL exigió que la ley contra el crimen organizado promulgada por el Congreso de la República, que cambia artículos del Código Penal y otras normas, sea corregida, pues pone en riesgo la seguridad ciudadana del país. La Ley 32108, que no fue observada por el Ejecutivo, genera graves trabas a la justicia en su lucha contra las organizaciones criminales y “desalienta la iniciativa de los emprendedores y empresarios para iniciar sus negocios, y esto tiene un impacto negativo en el crecimiento económico. No podemos retroceder en la lucha contra la corrupción y el crimen organizado”, señaló.

Por ejemplo, la ley estipula como requisito que las organizaciones criminales controlen “la cadena de valor de un mercado o economía ilegal”, con lo cual quedarían fuera quienes cometan delitos de extorsión, secuestro y asalto, que tienen en zozobra a la población, agregó.

Promoviendo un entorno fiscal más eficiente

En el marco de la tercera reunión de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat) con los gremios empresariales, la Sunat presentó la ‘Declaración de principios del procedimiento de fiscalización tributaria’ y las ‘Guías de referencia sobre la fehaciencia de los gastos’, como resultado de reuniones previas con la CCL. Las referidas guías son el marco de referencia que describen situaciones en las que se valoran los medios probatorios relacionados con la fehaciencia de los gastos en las operaciones realizadas por grandes empresas. Ambos documentos buscan transparentar las acciones de control que realiza la Sunat.

La información de calidad es costosa.
Porque cada decisión cuenta.



En **SEMANAeconómica**
invertimos mucho tiempo
y recursos en generar
contenido valioso y confiable,
porque **sabemos que la
información de calidad
puede marcar la diferencia**
entre el éxito y el fracaso
en los negocios.

SEMANAeconómica

Información de calidad para decisiones importantes

Suscripciones: mbringas@se.pe



CASI 4 MILLONES DE TRABAJADORES EN EL PERÚ TIENEN UNA “SEGUNDA CHAMBA”



Instituto de Economía y
Desarrollo Empresarial - CCL



El fenómeno de la ocupación secundaria en el país es una respuesta a la necesidad de complementar ingresos, ya sea por motivos de insuficiencia económica o como estrategia de ahorro e inversión.

La necesidad de una ocupación secundaria surge por la insuficiencia de ingresos para cubrir el presupuesto familiar o el pago de deudas. Sin embargo, estas no son las únicas motivaciones. Muchas personas buscan generar ingresos adicionales para ahorrar, invertir, financiar estudios o futuros emprendimientos. La ocupación secundaria también puede otorgar cierta estabilidad financiera, especialmente si el ingreso principal familiar es inestable o temporal.

En el Perú, se estima que unas 3 954 969 personas tienen una ocupación secundaria (“segunda chamba”). De este total, el 82,7 % tiene una ocupación secundaria fija y el 17,3 %, una eventual (“cachuelo”), según un estudio del Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), basado en cifras de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) y del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

Tanto los trabajadores formales como informales recurren a esta práctica. En el caso de los trabajadores formales, el 13,5 % tiene una ocupación secundaria fija y el 2,9 % realiza “cachuelos”. Por otro lado, el 20,2 % de los trabajadores informales tiene una ocupación secundaria fija y el 4,2 % tiene una eventual.

Las actividades económicas “Agropecuaria” y “Otros servicios” concentran el mayor número de trabajadores con ocupación secundaria. En el sector Agropecuario, el 33,6 % de los trabajadores tienen una ocupación secundaria fija y el 25,4 %, una ocupación secundaria eventual. En Otros servicios, que incluye servicios empresariales, personales, agencias de viajes, operadores turísticos,

educación, salud y otros, se encuentran el 30 % y el 31,2 % de los trabajadores con ocupación secundaria fija y eventual, respectivamente

INGRESOS

En términos de ingresos, los trabajadores con un segundo empleo alcanzan un promedio similar o incluso superior al de aquellos con uno solo. Así, mientras que los trabajadores con un solo empleo tienen un ingreso promedio de S/ 1 532, los que tienen una “segunda chamba” perciben en promedio S/ 1 644 (S/ 1 093 de su trabajo principal y S/ 551 de su ocupación secundaria fija) y S/ 1 367 (S/ 1 051 por su ocupación principal y S/ 317 por su “cachuelo”).

POR DEPARTAMENTOS

Lima es el departamento que acoge el mayor número de personas con un segundo empleo, con 678 000 trabajadores, lo que representa el 17,1 % respecto del total nacional. Le siguen Piura con 340 000 personas (8,6 % de participación), Cajamarca con 314 000 (7,9 %), Puno con 257 000 (6,5 %), Áncash con 243 000 (6,1 %) y Cusco con 223 000 (5,6 %). Estos seis departamentos concentran el 52 % de los trabajadores con segunda ocupación.

En contraste, los departamentos con menor número de trabajadores con segunda ocupación son Madre de Dios (0,5 %), Tumbes (0,7 %), Moquegua (0,7 %), Tacna (1,1 %) y Pasco (1,5 %), con menos de 60 000 personas cada uno.

POR SEXO

Es cuanto al género, los hombres predominan en las ocupaciones secundarias, tanto fijas como eventuales, ya que representan el 56,7 % y el 53,4 %, respectivamente. No obstante, en sectores como “Alojamiento y restaurantes” (85,5 %),

“EL 13,5 % DE LOS TRABAJADORES FORMALES TIENE TAMBIÉN UNA OCUPACIÓN SECUNDARIA FIJA Y EL 2,9 % REALIZA ‘CACHUELOS’”.

NÚMERO DE TRABAJADORES SEGÚN CANTIDAD DE OCUPACIONES (2023)



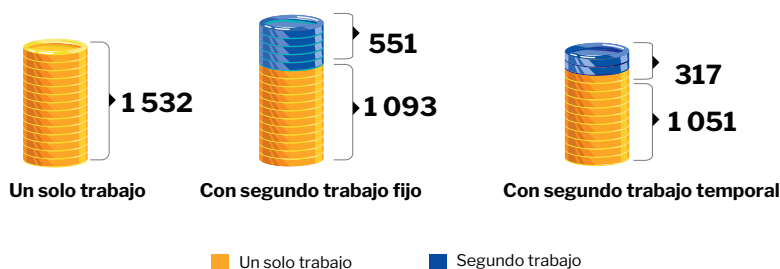
Fuente: ENAHOG - INEI

Elaboración: IEDEP



“LOS TRABAJADORES CON UN SEGUNDO EMPLEO ALCANZAN EN INGRESOS UN PROMEDIO SIMILAR O SUPERIOR AL DE AQUELLOS CON UNO SOLO”.

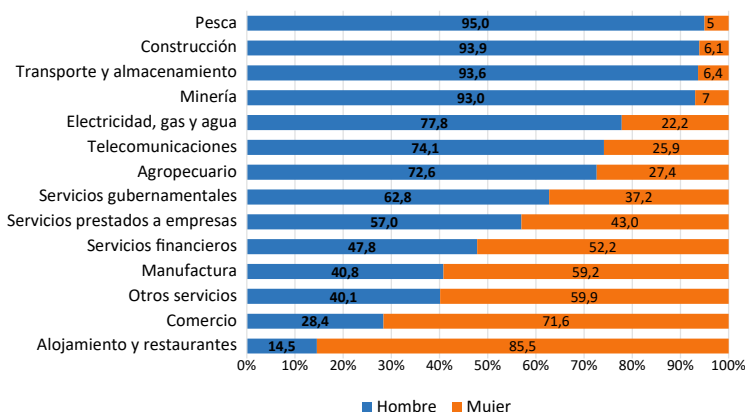
INGRESO LABORAL PROMEDIO (EN SOLES)



Fuente: ENAHO - INEI

Elaboración: IEDEP

PERSONAS CON SEGUNDO TRABAJO SEGÚN SEXO Y ACTIVIDAD ECONÓMICA 2023 (EN %)



Fuente: ENAHO - INEI

Elaboración: IEDEP

“Comercio” (71,6 %) y “Otros servicios” (59,9 %), la participación de las mujeres es significativamente mayor.

Un análisis por departamentos muestra que en Lima y La Libertad el número de mujeres con una ocupación secundaria supera al de hombres, mientras que en el resto del país la participación de los hombres es mayor.

El fenómeno de la ocupación secundaria en el Perú es una respuesta a la necesidad de complementar ingresos, ya sea por motivos de insuficiencia económica o como estrategia de ahorro e inversión. Este fenómeno es transversal, pues afecta a trabajadores tanto formales como informales, y refleja una realidad económica en la que múltiples fuentes de ingresos se vuelven esenciales para asegurar la estabilidad financiera de los hogares. Las diferencias regionales y de género en la distribución de estas ocupaciones subrayan la diversidad de condiciones laborales en el país.

Para abordar la necesidad de una ocupación secundaria, las autoridades deben centrarse en mejorar las condiciones laborales, promover la formalización del empleo y ofrecer capacitación continua. Además, es crucial fomentar el emprendimiento, desarrollar políticas regionales inclusivas y fortalecer la seguridad social. Sin duda, estas acciones contribuirían a reducir la dependencia de múltiples empleos, con el fin de mejorar la calidad de vida de los trabajadores peruanos.



ELEVA TU ESTRATEGIA EMPRESARIAL

con inteligencia de **mercado**

EXPERIENCIA
ESTRATÉGICA



Cobertura en

22

Países

+47 AÑOS

DE EXPERIENCIA



Insights avanzados sobre publicidad y estrategias de mercado.



Investigación de alto impacto que transforman datos en decisiones.



Diagnóstico de posicionamiento y tendencias.



Entrevistas a **profundidad y grupos focales**



Salud de **Marca**



Comportamiento del **consumidor**

Opinión **Pública**



Compromiso del **colaborador**



Perú

Escríbenos y uno de nuestros consultores te atenderá.

info@cidgallup.com



Contáctanos

(51) +1 6970272

PROBLEMAS CON EL NUEVO PERFIL DE CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO

El nuevo sistema que será implementado por la Sunat enfrenta críticas por errores no menores y riesgos para la privacidad.





ÁLVARO GÁLVEZ CALDERÓN

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

En marzo de 2022, mediante el Decreto Legislativo 1532, se establecieron normas que permiten a la Superintendencia de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat) clasificar a los contribuyentes en cinco niveles, conforme a un “perfil de cumplimiento tributario”. Esta medida busca incentivar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, aduaneras y otros conceptos no tributarios administrados por la Sunat, así como otorgar determinadas facilidades o establecer ciertas limitaciones en la regulación de aspectos vinculados con sus obligaciones.

NIVELES DE CUMPLIMIENTO

Los niveles de cumplimiento fueron fijados en el reglamento aprobado por el Decreto Supremo 320-2023-EF (diciembre de 2023) (ver cuadro).

A los nuevos contribuyentes se les asigna inicialmente la calificación C, a menos que se detecten conductas de incumplimiento posteriores.

VARIABLES PARA ASIGNAR EL PERFIL DE CUMPLIMIENTO

La asignación del perfil de cumplimiento considera principalmente las siguientes variables:

- Conductas de cumplimiento o incumplimiento de las obligaciones tributarias y aduaneras.
- Involucramiento en delitos tributarios o aduaneros (denuncia o condena).
- En el caso de una EIRL, que el titular sea una persona natural con cualquiera de los dos niveles más bajos de cumplimiento.
- Mantener o haber mantenido deuda tributaria, aduanera o de otros conceptos no tributarios, administrados o recaudados por la Sunat, en cobranza coactiva por más de tres meses calendario y siempre

- que el monto total de la deuda supere las 5 UIT.
- Que el contrato de colaboración empresarial tenga a una o más de sus partes contratantes con cualquiera de los dos niveles más bajos de cumplimiento.
- Contar con una resolución de atribución como sujeto sin capacidad operativa 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.

PROCEDIMIENTO PARA ASIGNAR EL NIVEL DE CUMPLIMIENTO

El periodo de evaluación es de 12 meses, y la asignación o modificación del perfil de cumplimiento se realiza trimestralmente. La Sunat debe notificar previamente al contribuyente sobre la calificación que le correspondería, para que este pueda presentar sus descargos dentro de los 10 días hábiles de notificado. Posteriormente, la Sunat emitirá una resolución definitiva dentro de los 30 días hábiles siguientes. La impugnación de esta resolución se rige por lo dispuesto en la Ley del Procedimiento Administrativo General.

NIVELES DE CUMPLIMIENTO	
Calificación A	Nivel de cumplimiento muy alto (cumplimiento formal y material óptimo).
Calificación B	Nivel de cumplimiento alto (cumplimiento formales y sustanciales esperados).
Calificación C	Nivel de cumplimiento medio (incumplimientos formales o sustanciales medios, esperando su mejora o con antigüedad inferior a los 6 meses).
Calificación D	Nivel de cumplimiento bajo (incumplimientos formales o materiales significativos).
Calificación E	Nivel de cumplimiento muy bajo (incumplimientos formales o materiales muy significativos).

EFFECTOS DEL PERFIL DE CUMPLIMIENTO

El perfil de cumplimiento es un criterio que puede ser considerado para otorgar determinadas facilidades o establecer limitaciones a los contribuyentes, tales como los plazos de atención de solicitudes de devolución, el cronogramas para la presentación de declaraciones, entre otras. A continuación, se señalan algunos de dichos efectos:

- Un sujeto calificado con el nivel más bajo de cumplimiento no podrá cambiar de domicilio fiscal sin autorización previa de la Sunat.
- Las declaraciones rectificatorias que determinen menor obligación surtirán efecto a los 90 días si el contribuyente está calificado en los dos niveles más bajos.
- Si el sujeto es calificado con el nivel más bajo de cumplimiento, las solicitudes de devolución del IGV podrán ser atendidas en seis meses adicionales al plazo establecido, según las reglas de percepciones, retenciones, o detracciones.
- Las transacciones entre sujetos calificados en los dos niveles más bajos de cumplimiento deben bancarizarse a partir de S/ 600 soles o US\$ 150.
- Solo los establecimientos de expendio calificados en los dos niveles más altos podrán devolver impuestos a los turistas.

VISUALIZACIÓN DEL PERFIL DE CUMPLIMIENTO

Los perfiles de cumplimiento asignados por la Sunat estarán disponibles para ser consultados por los terceros interesados en el portal de dicha entidad.

MARCHA BLANCA

Se ha dispuesto que la Sunat realice cuatro calificaciones de prueba, las cuales solo tendrán carácter informativo y no producirán efectos legales.

"PESE A ESTAR EN MARCHA BLANCA, LA CLASIFICACIÓN DEL PERFIL DEL CUMPLIMIENTO GENERA MALESTAR EN LOS CONTRIBUYENTES".

PROBLEMAS DETECTADOS

- A pesar de estar en marcha blanca, la clasificación de perfil de cumplimiento ha generado preocupación y malestar en los contribuyentes. Muchos han sido calificados en niveles bajos de cumplimiento, a pesar de observar un cumplimiento óptimo de sus obligaciones tributarias. Esto se debe a situaciones como el acogimiento al "IGV Justo", que permite diferir el pago de este impuesto hasta en 90 días; la compensación de pagos del ITAN contra el impuesto a la renta, o la solicitud de fraccionamiento para el pago de tributos en cuotas; mecanismos previstos en la normativa vigente como derechos del contribuyente y cuyo uso no debería ser tomado como demérito, pues denotan más bien el esfuerzo de los contribuyentes por cumplir con sus obligaciones, aun en las circunstancias adversas que atraviesa la economía en el país.
- Además, se han reportado casos en los que la Sunat ha asignado calificaciones basadas en supuestos incumplimientos que fueron corregidos por los contribuyentes tras presentar reclamaciones. Peor aún, se ha detectado que la Sunat ha utilizado información errónea para atribuir incumplimientos de pago inexistentes.
- Otro aspecto preocupante es la publicación de la calificación de los contribuyentes, ya que podría violar el principio de reserva tributaria, consagrado en el artículo 2 inciso 5 de la Constitución, al revelar detalles fiscales sensibles, como atrasos en el pago de impuestos o participación en programas de fraccionamiento. Eso también podría violar el derecho a la privacidad, especialmente en el caso de empresas individuales, donde la identidad de la persona natural y la persona jurídica coinciden.
- La publicación de esta información puede llevar a un tratamiento discriminatorio de los contribuyentes en el mercado, puesto que aquellos con calificaciones bajas serán tratados de manera desfavorable por terceros como entidades financieras, o sus propios clientes o proveedores, independientemente de que su incumplimiento sea significativo o no para efectos comerciales. Esto afectará aún más a las empresas que justamente necesitan alivios financieros para continuar con sus operaciones.
- Asimismo, la publicación de una calificación baja puede dañar la reputación de un contribuyente, al afectar su buen nombre y desenvolvimiento en el mercado. Aunque exista la posibilidad de cuestionar y revertir la calificación, el daño a la reputación puede ser inmediato y difícil de reparar.

Por lo expuesto, la CCL considera que este tema debe ser revisado cuidadosamente por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y el Congreso de la República, para evitar perjuicios a los contribuyentes que cumplen regularmente con sus obligaciones.

¡EXPERTOS CAPACITANDO PROFESIONALES DE ÉXITO!

Diplomados, cursos, programas de especialización y más

PROGRAMACIÓN

SETIEMBRE

EDUCACIÓN EJECUTIVA

ADMINISTRACIÓN

- 05** SEPT DIPLOMADO ONLINE
Gestión Estratégica de Empresas
- 12** SEPT SEMINARIO ESPECIALIZADO
Aprende A Ubicar Proveedores y Compradores en el Mundo
- 28** SEPT 3er PROGRAMA
Fortalecimiento en Habilidades Directivas para Mujeres

- 09** SEPT CURSO PRÁCTICO
Interpretación y Formación de Auditores Internos en ISO 9001:2015
- 23** SEPT DIPLOMADO
Inteligencia Artificial Aplicado a la Gestión Empresarial

COMERCIO EXTERIOR

- 19** SEPT SEMINARIO
Herramientas de Inteligencia Comercial para el Comercio Internacional
- 25** SEPT SEMINARIO
Aprende a Declarar tus Productos en Comercio Exterior

- 19** SEPT DIP. DE ESPECIALIZACIÓN ONLINE
Gestión Supply Chain Management

VENTAS

- 05** SEPT DIPLOMADO
Gerencia Comercial
- 12** SEPT DIPLOMADO INTEGRAL
Venta Profesional

CONTABILIDAD Y FINANZAS

- 21** SEPT PGM. ESPECIALIZACIÓN ONLINE
Tesorería

FRANQUICIAS

- 09** SEPT CURSO PRÁCTICO
Marketing, Gestión Comercial y de Expansión para Las Franquicias

INNOVACIÓN

- 03** SEPT CURSO PRÁCTICO
Retiene y Recupera a tus Clientes con Design Thinking
- 16** SEPT WORKSHOP
Taller de Desarrollo de Productos - Metodología Product Market Fit

TALENTO HUMANO

- 11** SEPT DIPLOMADO ONLINE
Gestión de Recursos Humanos

CIENCIA DE DATOS

- 25** SEPT CURSO ONLINE
POWER BI

GESTIÓN PÚBLICA

- 12** SEPT DIPLOMADO ONLINE
Gestión de Contrataciones con el Estado

ALTA GERENCIA

ADMINISTRACIÓN

- 09** SEPT CERTIFICACIÓN AVANZADA
Plan y Estrategia de Negocios



VENTAS

- 23** SEPT CERTIFICACIÓN
Gestión de la Calidad en el Servicio al Cliente



CONTABILIDAD Y FINANZAS

- 25** SEPT CERTIFICACIÓN AVANZADA
Finanzas para la Toma de Decisiones



Lima

926 895 195

ccl@camaralima.org.pe

Provincias

981 237 156

cclprovincias@camaralima.org.pe

SECTOR AUTOMOTRIZ: ¿QUÉ ESPERAR PARA 2025?

Con la expectativa de una leve recuperación hacia finales de 2024 y un crecimiento más sólido el próximo año, la industria se prepara para ofrecer vehículos que respondan a las nuevas demandas del mercado, desde los eléctricos hasta modelos más eficientes.

POR IGOR YBÁÑEZ GAMBOA
EYBANEZ@CAMARALIMA.ORG.PE

El sector automotriz, que experimentó una contracción durante el primer semestre de 2024, se prepara para una recuperación en 2025, impulsado por la introducción de nuevas marcas y modelos. Según Carlos Asmat, analista sénior del Departamento de Estudios Económicos de Scotiabank, la venta de vehículos ligeros en la primera mitad de 2024 cayó un 13 % en comparación con similar periodo de 2023, según cifras de la Asociación Automotriz del Perú (AAP). Sin embargo, se prevé una ligera mejora para el segundo semestre del año, gracias a la liberación de fondos previsionales que se realizó a partir de junio, lo que podría impulsar la compra de nuevos vehículos.

PERSPECTIVAS PARA 2025

Asmat destaca que el desempeño de la venta de vehículos nuevos en 2025 dependería en gran medida del segmento. “Prevemos que la venta de vehículos ligeros crezca durante el próximo año, aunque la magnitud de este incremento dependerá de la mejora

en los ingresos de la población, y ello a su vez de la recuperación del empleo formal, especialmente en el segmento privado”, indica.

Ante un nivel de ventas proyectado inferior para 2024, el economista de Scotiabank explica que las concesionarias recurrirían a estrategias comerciales que fomenten la compra de unidades sin comprometer significativamente su rentabilidad. Estas estrategias incluirán un aumento en las campañas promocionales y ofertas con facilidades de compra, con el objetivo de reducir el *stock* de unidades de 2024 y preparar el terreno para la llegada de los modelos de 2025.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Los datos de la AAP revelan que los vehículos ligeros más demandados actualmente son los SUV, seguidos por las camionetas *pick-up* y los automóviles. Asmat señala que esta segmentación ha evolucionado desde 2018, cuando los automóviles lideraban las ventas.

“Para 2025 continuaría la demanda de vehículos ligeros de mayor capacidad para transporte de pasajeros, tales como las unidades SUV. Incluso, ante un mayor número de marcas y modelos en este segmento, se valorarían las funcionalidades y la conectividad de las unidades, pero sin dejar de lado los aspectos técnicos de funcionamiento y los servicios posventa”, sostiene Asmat.

AUGE DE VEHÍCULOS ELÉCTRICOS

A pesar de la caída de las ventas en el sector automotriz, la demanda de vehículos eléctricos sigue en aumento en el Perú, aunque su participación en el mercado aún es baja. Según Alberto Morisaki, gerente de Estudios Económicos de la AAP, la industria de vehículos eléctricos tiene un enorme potencial de crecimiento en el Perú. Esto se debe a que cada vez más empresas del sector están entrando en este mercado con nuevos modelos, más marcas y mejores condiciones, lo cual favorece a la competencia.

De acuerdo con la AAP, entre enero y julio de este año se vendieron casi 3 800 vehículos electrificados e híbridos, lo que representa un crecimiento superior al 60 % en comparación con similar periodo de 2023. “Este segmento sigue en expansión, pero es importante mencionar que aún está por debajo de los niveles de otros países de la región”, agrega el especialista.

El segmento de los híbridos autorrecargables lidera con una participación del 90 %, seguido por vehículos eléctricos puros (6 %) y los híbridos enchufables (4 %). Morisaki señala que algunas entidades financieras han comenzado a ofrecer productos exclusivos para la adquisición de estos vehículos, con mejores tasas de interés, y que los fondos colectivos y empresas de *renting* de vehículos están entrando en este mercado.

50%

crecería la venta de vehículos electrificados e híbridos este año vs. 2023, según la AAP.

60

Marcas de vehículos eléctricos se vienen comercializando en el mercado peruano.

“EN 2025 CONTINUARÁ LA DEMANDA DE VEHÍCULOS LIGEROS DE MAYOR CAPACIDAD PARA TRANSPORTE DE PASAJEROS”.

3 776

Vehículos electrificados se vendieron en los primeros siete meses del año.



MARCAS SE PREPARAN ANTE LA CONTRACCIÓN DEL MERCADO

Claudio Ortiz, gerente de Hyundai Perú, comenta que desde principios de 2024 han implementado un plan para el lanzamiento de nuevos modelos, como el Santa Fe y el Stargazer, además de realizar cambios en su red de distribución para aumentar las ventas en los próximos meses. Ortiz señala que en agosto ya se ha observado una recuperación significativa, con ventas de más de 13 000 vehículos ligeros, lo que augura un buen cierre de 2024.

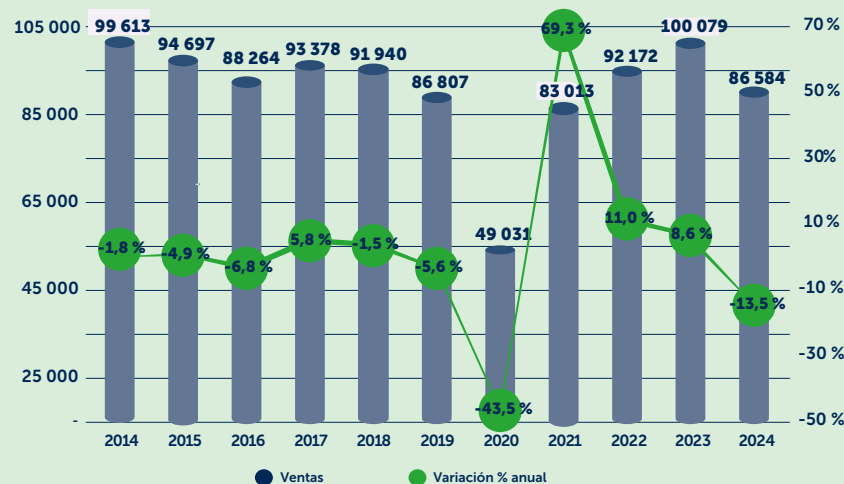
En cuanto a la preferencia de los consumidores, Ortiz señala que los peruanos están optando cada vez por vehículos de menor consumo y mayor rendimiento, como los híbridos (eléctrico y combustible) y los autos a gas natural. Además, resaltó que Hyundai está enfocándose en mejorar su atención posventa y fidelizar a sus clientes mediante una atención personalizada y paquetes de mantenimiento prepagados con descuentos.

Para 2025, Ortiz espera que las ventas de vehículos ligeros superen las 160 000 unidades, impulsadas por una mejor perspectiva para la economía y una confianza de los consumidores, quienes tendrán una mayor capacidad de endeudamiento.

En resumen, el sector automotriz peruano enfrenta un panorama desafiante, pero las marcas están adoptando estrategias claves para adaptarse y prosperar. Con la expectativa de una leve recuperación hacia finales de 2024 y un crecimiento más sólido en 2025, la industria se prepara para ofrecer productos que respondan a las nuevas demandas del mercado, desde vehículos eléctricos hasta modelos más eficientes. A medida que las concesionarias ajustan sus estrategias comerciales y las marcas lanzan innovaciones, el próximo año podría marcar un punto de inflexión en la recuperación del sector, impulsado por un renovado optimismo económico y una mayor confianza del consumidor.

EVOLUCIÓN DE VENTA DE VEHÍCULOS LIVIANOS

(Enero-julio 2014-2024)



Fuente: SUNARP - AAP

Elaboración: GEE - AAP

ESTRATEGIAS DE VENTA EN TIEMPOS DIFÍCILES

José Ruidías, profesor de Marketing de Pacífico Business School, sugiere que las marcas deben comprender profundamente las necesidades de los consumidores y adaptar su portafolio de productos a sus motivaciones y hábitos. Además, destaca la importancia de una experiencia de compra de alta calidad, especialmente en tiempos de contracción del consumo debido a la inflación y crisis económica.

Ruidías también subraya la relevancia de los programas de fidelización y la participación en eventos de promoción como *showrooms* y exposiciones como los Motorshow, para mantener la visibilidad de las marcas y atraer nuevos clientes.

“LAS MARCAS DEBEN ADAPTAR SU PORTAFOLIO A LOS NUEVOS HÁBITOS DE LOS CONSUMIDORES PERUANOS”.

BECAS

**Doctorados, Maestrías,
Especializaciones
y Licenciaturas**



PROGRAMAS INTERUNIVERSITARIOS



Modalidad virtual • Doble titulación

ÁREAS DE CONOCIMIENTO

- Medio Ambiente
- Salud y Nutrición
- Deporte
- Tecnologías TIC
- Formación Profesorado
- Humanidades y Comunicación
- Arquitectura y Diseño
- Turismo
- Proyectos
- Ingeniería, Prevención y Calidad
- Empresas
- Derecho, Políticas
- Psicología, RR.HH.
- Idiomas
- Doctorados
- Licenciaturas

¡SOLICITE SU BECA!

FUNIBER PERÚ
Tel. (511) 448 0200 / 01 449 8000
peru@funiber.org



Calle Chimu Cápac Nº 163, Urb. Los Rosales Surco - Lima 33.

IMPORTACIÓN DE VEHÍCULOS: DESPLOME DE GASOLINEROS Y AUGE DE LOS ELÉCTRICOS

En los primeros siete meses de 2024, la compra al exterior de autos y camionetas gasolineras y petroleras ha retrocedido en dos dígitos, mientras crece la llegada de vehículos sostenibles.



CARLOS POSADA UGAZ

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

La industria automotriz es un pilar fundamental para cualquier economía global debido al elevado nivel de empleo que genera, tanto directa como indirectamente. Las empresas automotrices y sus cadenas de suministros contribuyen significativamente al PBI, fomentando la inversión y el comercio internacional. Tras la crisis del covid, este sector fue duramente golpeado, y su recuperación ha sido dispar. En 2023, las circunstancias políticas, económicas y sociales crearon un escenario complejo para las actividades económicas del país, y complicaron aún más la situación del sector automotriz.



COMPORTAMIENTO DE CATEGORÍAS DE VEHÍCULOS
(Enero - julio 2022 - 2023 - 2024)

Categorías	2022		2023		2024		Variaciones 2023-2022 %		Variaciones 2024-2023 %	
	CIF (US\$)	Cantidad	CIF (US\$)	Cantidad	CIF (US\$)	Cantidad	CIF	Cantidad	CIF	Cantidad
AUTOMÓVILES GASOLINEROS	816 859 078	68 947	831 374 542	66247	624 570 179	50 469	1,78	-3,92	-24,87	-23,82
CAMIONETAS (4X4) GASOLINERAS	82 723 723	3 014	131 125 201	4733	103 106 914	4 162	58,51	57,03	-21,37	-12,06
AUTOMÓVILES Y CAMIONETAS (4X4) HÍBRIDOS, NO ENCHUFABLES	33 610 478	1 210	70 556 974	2428	91 874 735	3 552	109,93	100,66	30,21	46,29
CAMIONETAS (4X4) PETROLERAS	17 073 822	534	25 846 995	735	17 655 470	484	51,38	37,64	-31,69	-34,15
AUTOMÓVILES Y CAMIONETAS HÍBRIDOS (4X4) ENCHUFABLES	4 940 753	89	10 882 727	225	11 508 692	212	120,26	152,81	5,75	-5,78
AUTOMÓVILES Y CAMIONETAS (4X4) ELÉCTRICOS	2 025 061	47	4 152 226	136	7 459 818	272	105,04	189,36	79,66	100,00
AUTOMÓVILES PETROLEROS	101 587	4	129 906	6	425 161	13	27,88	50,00	227,28	116,67

Fuentes: Sunat y Camtrade Plus

Elaboración IDEXCAM

AUTOMÓVILES
GASOLINEROS

La categoría de Automóviles Gasolineros es la más importada dentro del sector automotriz. Al cierre de 2023, la importación de este tipo de automóviles experimentó una caída del 5,39 % en valor y del 8,46 % en volumen en comparación con 2022, al registrar US\$ 1 396 millones por 111 663 unidades. Durante el periodo de enero a julio de 2024, esta línea de productos presentó una caída más pronunciada respecto a similar periodo de 2023, con un descenso de 24,87 % en valor y del 23,82 % en volumen, hasta totalizar US\$ 624 millones por 50 469 unidades.

Los principales países proveedores de esta línea de producto entre enero y julio de 2024 fueron China (35,34 % de participación de mercado), Indonesia (14,02 %), India (10,91 %) y Brasil (9,13 %).

CAMIONETAS (4X4)
GASOLINERAS.

En 2023, la importación de camionetas gasolineras cerró con un aumento del 26,23 % en valor y del 18,81 % en volumen en comparación con 2022, hasta alcanzar un valor total de US\$ 208 millones por 7 560 unidades.

Sin embargo, en los primeros siete meses de 2024, se importaron US\$ 103

“LAS EMPRESAS
AUTOMOTRICES
Y SUS CADENAS
DE SUMINISTROS
CONTRIBUYEN
DE MANERA
SIGNIFICATIVA CON
EL PBI”.

millones por 4 162 unidades, lo que refleja una disminución del 21,37 % en valor y del 12,06 % en volumen en comparación con similar periodo de 2023. Japón fue el principal país proveedor, al ocupar el 37,74 % del mercado; seguido de Estados Unidos (29,34 %) y China (5,77 %).

AUTOMÓVILES
Y CAMIONETAS
(4X4) HÍBRIDOS NO
ENCHUFABLES

La importación de automóviles y camionetas híbridos no enchufables mostró un aumento significativo en 2023 respecto a 2022, ya que alcanzó un valor total de US\$ 141 millones (+93,63 %) por 4 975 unidades (+89,89 %). De este total, los automóviles híbridos no enchufables representaron US\$ 70,9 millones

por 3 314 unidades, mientras que las camionetas (4x4) híbridas no enchufables alcanzaron US\$ 70,2 millones por 1 661 unidades.

Entre enero y julio de 2024, la importación de esta categoría creció un 30,21 % en valor y un 46,29 % en volumen en comparación con similar periodo de 2023, con un valor de US\$ 91,8 millones por 3 552 unidades. Los automóviles híbridos no enchufables lideraron en volumen con 2 489 unidades por US\$ 48 millones, mientras que las camionetas híbridas no enchufables totalizaron US\$ 43 millones por 1 063 unidades.

Los principales proveedores de automóviles híbridos no enchufables fueron Brasil (27,03 % de participación de mercado), Indonesia (19,69 %), Japón (16,17 %) e India (14,13 %). En cuanto a las camionetas (4x4) híbridas no enchufables, los principales proveedores fueron Estados Unidos (19,76 %), Alemania (16 %), Suecia (13,02 %) y México (10,72 %).

CAMIONETAS (4X4)
PETROLERAS

En 2023, la importación de camionetas petroleras mostró resultados positivos, al alcanzar un total de US\$ 51,8 millones por 1 465 unidades, un incremento de 102,64 % en valor y un 84,51 % respecto a 2022.

“CRECE INTERÉS POR VEHÍCULOS HÍBRIDOS Y ELÉCTRICOS, EN LÍNEA CON LA MAYOR CONCIENCIA POR LA SOSTENIBILIDAD”.



No obstante, entre enero y julio de 2024, las importaciones de esta línea de producto cayeron un 31,69 % en valor y un 34,15 % en volumen respecto a similar periodo de 2023, al totalizar US\$ 17,6 millones por 484 unidades.

Los principales países proveedores fueron Argentina (84,79 % de participación de mercado), Tailandia (9,23 %) y Japón (3,07 %).

AUTOMÓVILES Y CAMIONETAS HÍBRIDOS (4X4) ENCHUFABLES

En 2023, la importación de automóviles y camionetas híbridos enchufables alcanzó un valor total de US\$ 21,5 millones por 416 unidades; de las cuales US\$ 5 millones correspondieron a 110 unidades de automóviles híbridos enchufables y US\$ 16,4 millones a 306 unidades de camionetas (4x4) híbridas enchufables.

Durante el periodo de enero a julio de 2024, se importaron US\$ 11,5 millones por 212 unidades lo que representa un aumento de 5,75 % en valor y una disminución de 5,78 % en volumen. La importación de automóviles híbridos fue de US\$ 1 millón por 22 unidades y la de camionetas híbridas enchufables fue de US\$ 10 millones por 190 unidades.

Los principales países proveedores de automóviles híbridos enchufables fueron Italia (46,51 % de participación de mercado), México (39,54 %) y China

(10,22 %). En el caso de las camionetas (4x4) híbridas enchufables fueron Suecia (21,75 % de participación), Estados Unidos (15,06 %) y Reino Unido (10,61 %).

AUTOMÓVILES Y CAMIONETAS (4X4) ELÉCTRICOS

En 2023, la importación de automóviles y camionetas (4x4) eléctricos cerró con un incremento de 184,87 % en valor y 240,77 % en volumen en comparación con 2022, al alcanzar un total de US\$ 14 millones por 443 unidades. De ese total, los automóviles eléctricos representaron US\$ 8 millones por 313 unidades, mientras que las camionetas (4x4) eléctricas ascendieron a US\$ 6 millones por 130 unidades.

Entre enero y julio de 2024, se observó un incremento del 79,66 % en valor y 100 % en volumen, al alcanzar un total importado de US\$ 7,4 millones por 272 unidades. La importación de automóviles eléctricos fue de US\$ 3,8 millones por 185 unidades, y la de las camionetas (4x4) eléctricas ascendió a US\$ 3,5 millones por 87 unidades. Los principales países proveedores de automóviles eléctricos fueron China (63,30 % de participación de mercado), Alemania (14,64 %) y Bélgica (7,19 %). Japón fue el principal proveedor de las camionetas (4x4) eléctricas con el 53,75 % de participación. Le siguieron Bélgica (24,74 %) y Alemania (17,35 %).

AUTOMÓVILES PETROLEROS

La importación de automóviles petroleros en 2023 totalizó US\$ 155 611 por 7 unidades, lo que representa una caída del 42,94 % en valor y del 36,36 % en volumen. Sin embargo, entre enero y julio de 2024, la importación de esta línea de producto aumentó un 227,28 % en valor y 116,67 % en volumen en comparación con similar periodo de 2023, al totalizar US\$ 425 161 por 13 unidades. Corea del Sur fue el único proveedor de esta línea de producto.

CONCLUSIÓN

La importación de automóviles y camionetas ha experimentado una notable disminución en 2024, particularmente en las líneas de vehículos gasolineros y petroleros, lo que refleja los desafíos económicos y las cambiantes preferencias del mercado. Sin embargo, el creciente interés por los vehículos híbridos y eléctricos señala un cambio significativo hacia opciones más sostenibles, impulsado por tendencias globales y posibles incentivos gubernamentales. Este cambio en la demanda sugiere que, a pesar de la caída general en importaciones, el futuro del sector automotriz en el país podría estar alineado con una transición hacia tecnologías más limpias y eficientes.

Conoce la Academia líder en aprendizaje virtual y servicios de IA en Perú



ACADEMIA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Nuestra "Academia de Inteligencia Artificial" marca la pauta en educación digital, ofreciendo un E-learning de vanguardia y personalizado, ideal para formar a los líderes del futuro en AI.

Además, brindamos servicios corporativos en toda LATAM, como nuestro innovador Chat Bot AI, adaptable a cualquier industria, que optimiza la comunicación interna, búsqueda de documentos y cerrar un círculo de servicio al cliente con soluciones óptimas e inteligentes.

Finalmente presentamos a "JURIS PERÚ AI" un Chatbot de Inteligencia Artificial Generativa, diseñado para ofrecer acceso rápido y preciso a leyes peruanas. Ideal para ciudadanos y abogados, esta herramienta facilita la consulta de información legal actualizada. Prueba su efectividad en <https://legal.servicios.ai> y descubre la velocidad y calidad de esta avanzada IA.



www.academiainteligenciaartificial.com

Info@academiainteligenciaartificial.com

+51 958499666

"La inteligencia artificial redefine cómo trabajamos, aprendemos y evolucionamos. Es el futuro que debemos abrazar."

Christian Quicaño
DIRECTOR & ARCHITECT OF AI

Te brindamos soluciones para un mundo digital

polysistemas
Gestión documental omnicanal



Onboarding digital

El onboarding digital seguro y automatizado es la puerta de entrada a más y mejores clientes. Evita el fraude y cumple con las normativas mientras aumentan las tasas de captación de clientes.



Verificación de documentos de identidad

El fraude de documentos representa más del 90% de los intentos de fraude en la verificación de identidad. Elimina el fraude brindando una experiencia segura para tus clientes.



Autenticación facial

Ofrecemos una verificación de identidad fluida y una seguridad robusta en todos los dispositivos y entornos, tanto nativos como web.



Firma electrónica

Firma tus documentos de una manera sencilla y con valor legal.



polysign@polysistemas.com.pe



www.polysistemas.com

“LA COMISIÓN DE SEGURIDAD DE LA CCL COLABORA ACTIVAMENTE EN PROPUESTAS DE POLÍTICAS PÚBLICAS”

POR IGOR YBÁÑEZ GAMBOA
EYBANEZ@CAMARALIMA.ORG.PE

El presidente de la Comisión de Seguridad Ciudadana y Empresarial de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Giovanni Conetta, realiza un balance de su gestión y de los principales aportes del grupo de trabajo que dirige hace más de un año.



¿Cuál es el balance de su gestión frente a la Comisión de Seguridad Ciudadana y Empresarial de la CCL?

Durante mi gestión, la Comisión se viene manteniendo activa en varios temas coyunturales; es así que hemos elaborado diversos pronunciamientos e informes, entre los cuales se encuentran los Proyectos de Ley 1337, 2361 y 2599/2021-CR, que modifican la Ley 31297, de Servicio de Serenazgo Municipal, que autoriza el uso de armas no letales; y el Proyecto de Ley 5633/2023-PE, norma que incorpora la Categoría de Policía de Orden y Seguridad para fortalecer la seguridad ciudadana.

¿Qué propuestas de políticas públicas se lograron concretar durante su gestión?

En julio de 2023, se presentaron propuestas de políticas públicas para que sean abordadas en el mensaje presidencial y sean consideradas como parte de la delegación de facultades en materia de seguridad ciudadana. Asimismo, en noviembre de ese año, se concluyó con la actualización de la primera edición del libro ‘Seguridad ciudadana: pilar fundamental para el desarrollo del país’, publicación que contiene sugerencias y propuestas para optimizar la actuación y respuesta del Estado respecto a la inseguridad ciudadana en el país.

De otro lado, en septiembre de 2023 se organizó el V Foro Internacional de Seguridad Ciudadana y Empresarial ‘Enfrentando retos y oportunidades para una sociedad segura’, que contó con más de 300 participantes, así como diversos expertos del sector público, privado y la academia. Además, en el mencionado foro desarrollamos los ejes temáticos de la inseguridad empresarial; el crimen organizado, extorsiones, sicariato y estrategias para su prevención; la migración y su impacto en la inseguridad ciudadana; el uso de la tecnología, un arma de doble filo; el manejo penitenciario y la resocialización como un tema

“PROMOVEMOS LA PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN EL SISTEMA NACIONAL DE SEGURIDAD”.

de seguridad; y la prevención, propuestas y acciones para cambios sociales frente a la inseguridad ciudadana.

Por otro lado, participamos en la mesa de trabajo para el estudio ‘La inseguridad y los delitos patrimoniales en el Perú’, desarrollado por la Cámara de Comercio de Lima. De igual modo, representamos a la CCL en el Comité contra la Delincuencia y por la Paz.

¿Cómo ha sido el afianzamiento de las relaciones entre el Estado y el sector empresarial durante su gestión?

En el primer semestre de 2023, la Comisión participó en reuniones convocadas por el Ministerio de Interior (Mininter), donde se abordaron temas sobre seguridad ciudadana y empresarial. En ese contexto, se realizó un desayuno de trabajo en la sede de la CCL, a cargo del coronel PNP Raúl Arellano, quien presentó su plan de trabajo de la División Policial Oeste, el cual comprende la estrategia del sector para enfrentar a las organizaciones criminales dedicadas a la extorsión y el sicariato. También participamos en la reunión informativa para promover la participación del sector privado en el Sistema Nacional de Seguridad.

Asimismo, la Comisión prestó apoyo técnico e institucional para la promoción y fortalecimiento del ‘Patronato Barrio Seguro’, iniciativa del sector privado en alianza con el Gobierno en el marco de la estrategia

multisectorial ‘Barrio Seguro’. Se logró así la promoción y contribución activa para el desarrollo de un programa sostenible mediante el otorgamiento de becas de estudio con apoyo socioemocional a jóvenes de zonas vulnerables.

La Comisión también participó en la promoción del VII Concurso Nacional ‘Mi Comisaría, mi orgullo’, donde fui jurado en mi condición de presidente de la Comisión. Esta actividad busca identificar, reconocer y premiar las iniciativas de las comisarías enmarcadas en brindar un servicio de calidad y eficiente a la ciudadanía.

Además, en septiembre de 2023, se sostuvo una reunión con el viceministro de Seguridad Pública para comentar sobre la estrategia ‘Juntos por la seguridad ciudadana’, promovida por dicho despacho.

¿Qué aportes ha logrado la Comisión para fortalecer la seguridad ciudadana de los empresarios y luchar contra el crimen organizado?

La Comisión viene colaborando activamente en las propuestas de políticas públicas que la CCL desarrolló y que están enfocadas en seguridad ciudadana y empresarial. En diciembre, la Comisión participó en la ‘Marcha contra la delincuencia y por la paz’.

También participamos activamente en la emisión de opiniones respecto a propuestas normativas que no fortalecen la seguridad ciudadana.

Por otro lado, realizamos una visita a Securitas, donde nos mostraron su centro de operaciones (SOC - Securitas Operation Center) y nos explicaron la plataforma de alta tecnología que usan en seguridad.

Agradezco a la Presidencia de la CCL por la confianza brindada y a todos los miembros de la Comisión por su respaldo, apoyo y participación activa en este periodo. ¡Sigamos trabajando para construir un país más seguro!



MARCELA SOTO WONG

Coordinadora de
Articulación de la Oferta
Internacional - CCEX

Consultas:
msoto@camaralima.org.pe

SICA: INTEGRACIÓN Y OPORTUNIDADES PARA AMÉRICA CENTRAL

El Sistema de Integración Centroamericana (SICA) es una organización clave en la región de América Central, ya que promueve la cooperación económica, política y social entre sus miembros. Fundado en 1991, el SICA busca fortalecer la cooperación y el desarrollo regional para enfrentar desafíos comunes y aprovechar las oportunidades compartidas.

El SICA incluye a Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana, que, aunque geográficamente se encuentra en el Caribe, participa activamente en las iniciativas del sistema. A través de esta alianza, los países de la región trabajan juntos en áreas como comercio, seguridad, medioambiente y educación, con el objetivo de construir una región más unida y próspera.

Para el Perú, la integración con el SICA ofrece varias ventajas, pues facilita el acceso a mercados importantes en Centroamérica, promoviendo el comercio y la inversión. Asimismo, la cooperación con los países miembros de este bloque abre nuevas oportunidades para las empresas peruanas, especialmente en sectores como agroindustria, tecnología y servicios. Además, al colaborar en proyectos regionales, nuestro país puede beneficiarse del intercambio de conocimientos y experiencias que fortalezcan su desarrollo económico y social.

Un evento destacado que reunirá en un solo lugar a todos los países que conforman este bloque es 'PROMO SICA'. Este evento, organizado por la Cámara de Comercio de Lima (CCL), se llevará a cabo el próximo 12 de septiembre, en su centro de convenciones, y contará con la participación de los consejeros comerciales de los países miembros, quienes expondrán sobre las oportunidades de negocio e inversión disponibles en sus respectivos países.

'PROMO SICA' permitirá a las empresas peruanas descubrir nuevas oportunidades, áreas de colaboración y expansión en Centroamérica, con el fin de promover el crecimiento mutuo y el fortalecimiento de los lazos comerciales en la región. Si tiene interés en participar de este importante encuentro, comuníquese a la siguiente dirección electrónica: bbenites@camaralima.org.pe para más información.

Bertha Gamarra
(Surquillo)

¿Cuáles son los pasos para tener un registro como droguería para importar medicina ante Digemid?

En primer lugar, se debe constituir la empresa, y contar con los servicios de un químico farmacéutico profesional, un local que tenga un área administrativa y otra de almacén. A continuación, se inicia el trámite de manera presencial ante la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Equipos Médicos (Digemid) para hacer los pagos correspondientes.

Luis Cuadros
(Jesús María)

¿Qué es la carta de crédito?

La carta de crédito es un medio de pago internacional empleado ampliamente para brindar protección al exportador contra el riesgo de no pago del importador. Esto se realiza mediante un compromiso de pago asumido por parte del banco del importador, el cual respalda la transacción con su propia calificación crediticia y reputación, siempre que el exportador presente los documentos que evidencien el envío de la mercancía.

Patricia Espinoza
(Miraflores)

¿Cómo puedo asegurarme de que una empresa extranjera es confiable?

El Centro de Comercio Exterior (CCEX) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) cuenta con el servicio de "Validación de empresas", el cual brinda un informe especializado que permite tener información comercial, crediticia, financiera y judicial de una compañía en el exterior. Este servicio posee una inversión dependiendo el país de la empresa a validar.

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



Expo 2024
edipesa
FERIA DE EQUIPOS INDUSTRIALES

JUEVES VIERNES SÁBADO
26/27/28
SETIEMBRE
AV. ARGENTINA 1710 - LIMA
DESDE LAS **10 AM**

¡INGRESO LIBRE!

¡Regístrate y accede a grandes descuentos!



CAPACITACIONES TÉCNICAS

DESCUENTOS ESPECIALES

MANTENIMIENTO GRATUITO**

PARTICIPAN

HONDA

Husqvarna

STIHL

JF

Panther

INMES

AMAZON

TELWIN

SOUNDING

DYNAMIC

Husqvarna CONSTRUCCION

MASALTA

SIMA

SINOTRUK

CAT

BOSCH

DEWALT

STAYER

GENPACK

REXON

CAMPBELL HAUSFELD

KOHLER

DAEWOO

GRACO

MEQ

KARCHER

www.edipesa.com.pe




¡LOS ESPERAMOS!



Segracorp

Empresa sostenible

SOLUCIONES PUBLICITARIAS

EFICIENCIA Y CALIDAD

Impulsa tu marca con nuestros servicios de imprenta, merchandising sostenible y confección textil. **¡Contáctanos!**





**IMPRESA
OFFSET**



**MERCHANDISING
SOSTENIBLE**



**CONFECCIÓN
TEXTIL**

ventas@segracorp.com | www.segracorp.com



¡ESCRÍBENOS!
+51 957 308 553

POR MIRTHA TRIGOSO LÓPEZ
MTRIGOSO@CAMARALIMA.ORG.PE

Entre el 11 y el 13 de septiembre próximos, se realizará, por primera vez en el extranjero, el Foro de Negocios Indonesia-América Latina y el Caribe (INA-LAC 2024), y la ciudad elegida es Lima. Sobre este importante evento, que cuenta con el apoyo del Centro de Comercio Exterior (CCEX) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), conversamos con el embajador de la República de Indonesia en el Perú, Ricky Suhendar.

¿Qué oportunidades ve Indonesia en América Latina y en especial en el mercado peruano?

Indonesia se esfuerza por seguir aumentando el volumen de transacciones comerciales y económicas con los países de América Latina y el Caribe. Es que esta región cuenta con 639,6 millones de personas, que significan el 8 % de la población mundial, y que, en 2022, tuvo un Producto Interno Bruto (PIB) de US\$ 6,52 billones, con un PIB per cápita promedio de US\$ 10 190. Por lo tanto, la realización del Foro Empresarial Indonesia-América Latina y el Caribe (INA-LAC) en el Perú este año es una fuerte señal de que el Gobierno de Indonesia ve al país como un socio importante en la región de América Latina y el Caribe.

Se espera que el valor comercial actual aumente con la implementación del INA-LAC, así como con el acuerdo integral de cooperación económica con el Perú (IP-CEPA), que se encuentra actualmente en negociación.



“INDONESIA VE AL PERÚ COMO UN SOCIO IMPORTANTE EN LA REGIÓN”

La próxima realización del Foro de Negocios Indonesia-América Latina y el Caribe (INA-LAC 2024) en Lima demuestra la confianza del Gobierno indonesio en nuestro país, destaca el embajador de ese país en el Perú, Ricky Suhendar.

¿Qué oportunidades de negocios ofrece Indonesia a los países de América Latina y a las empresas peruanas?

Actualmente, Indonesia aún no es el principal socio comercial de los países de esta región, debido a que uno de los grandes desafíos que enfrenta el comercio entre estas regiones es la larga distancia. Sin embargo, Indonesia y América Latina y el Caribe tienen un gran potencial para la cooperación comercial.

Por lo tanto, Indonesia siempre se esfuerza por aumentar la cooperación comercial con América Latina y el Caribe. Indonesia ya tiene un acuerdo comercial con Chile y está negociando un acuerdo de asociación económica integral con el Perú.

Aparte de eso, por supuesto, también llevamos a cabo esfuerzos como fomentar rueda de negocios y organizar el foro INA-LAC.

¿Qué productos exporta el Perú a Indonesia y cuáles otros tienen potencial en este mercado?

El valor total del comercio entre Indonesia con el Perú en 2023 alcanzó los US\$ 570 millones, con exportaciones por US\$ 508 millones e importaciones por US\$ 61,9 millones. Indonesia ha experimentado un superávit comercial con el Perú en los últimos cinco años.

Durante la implementación del foro INA-LAC 2024 en Lima, Indonesia ha identificado productos originarios de la región de América Latina y el Caribe que tienen un gran potencial para incrementar sus exportaciones a Indonesia. Entre ellos figuran los residuos vegetales y piensos (alimento para animales), aceite de semillas, azúcar, cacao en grano y productos derivados, metales ferrosos y preciosos, productos ópticos y relojes, así como instrumentos médicos, maquinaria, electricidad.

Mientras tanto, como uno de los países productores de cobre más grandes del mundo, el Perú también tiene la oportunidad de convertirse en

“LA REALIZACIÓN DEL INA-LAC EN LIMA APROVECHA EL IMPULSO DE QUE EL PERÚ SEA ANFITRIÓN DE APEC ESTE AÑO”.

socio de Indonesia en el desarrollo de la industria minera crítica, donde nuestro país, que tiene las reservas de níquel más grandes del mundo, también está trabajando para construir una industria de procesamiento de minerales críticos y tecnología de energía nueva y renovable como una batería.

¿Por qué consideran importante realizar este año el foro INA-LAC en el Perú?

Es importante, considerando que el Perú es el tercer destino de exportación más grande de Indonesia en la región de América Latina y el Caribe, después de México y Brasil. El Perú, asimismo, es uno de los “puntos de entrada” para el comercio a la región de América Latina y el Caribe, por lo que tiene un gran potencial como uno de los principales socios comerciales de Indonesia.

La celebración del foro INA-LAC en el Perú también aprovecha el impulso de que su país sea el anfitrión de la Cumbre de APEC, que es uno de los foros económicos más grandes del mundo y que cuenta con 21 miembros ubicados en la cuenca del Pacífico.

Este foro es único en comparación con otras organizaciones internacionales. Recordemos que APEC facilita un comercio y una inversión más libre y abierta en la región de Asia Pacífico, así como una mayor cooperación en el desarrollo de las capacidades económicas de sus miembros.

En la próxima edición del INA-LAC, que se realizará en Lima, ¿cuánto se espera llegar a mover en acuerdos de cooperaciones, potencial

de transacciones y cuántos participantes se espera convocar?

Con el evento de INA-LAC, que se realiza por primera vez en el extranjero, Indonesia esperaría que los participantes lleguen a ser más de 10 000. Asimismo, proyectamos que las transacciones comerciales puedan superar los resultados de 2023, cuando se alcanzaron US\$ 18,75 millones, con transacciones comerciales potenciales de US\$ 388 millones.

Creemos que, con el pleno apoyo brindado por el Gobierno peruano, las asociaciones empresariales y las partes interesadas relacionadas, estos objetivos se lograrán.

¿Cómo propiciará el foro las relaciones interempresariales entre los países de América Latina e Indonesia?

Además de presentar directamente a los empresarios de Indonesia, todos los representantes indonesios en América Latina y el Caribe también invitaron a empresarios a asistir y participar en INA-LAC.

Este foro también incluirá ruedas de negocios y presentaciones comerciales que brindarán oportunidades para que los empresarios de Indonesia y Amlatkar generen transacciones comerciales.

Un total de 44 empresas indonesias participarán en el foro INA-LAC 2024 en Lima. Estas operan en los sectores de energía, alimentos y bebidas, automotriz, repuestos, muebles y decoración del hogar, salud, aeroespacial, belleza, diseño y accesorios de construcción, logística, hospitalidad y servicio.

Además, las empresas y gremios del Perú vienen respondiendo muy positivamente a la realización del Foro Empresarial INA-LAC, y varios de ellos también están muy ansiosos por explorar el potencial comercial con empresas indonesias. Hasta el momento, empresas peruanas de diversos sectores se han registrado para ser participantes.

CCL PRESENTÓ GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS DE INTEGRIDAD EMPRESARIAL

El primer vicepresidente de la CCL, Hernán Lanzara, hizo la presentación en la '9.ª Semana Regional de Integridad Empresarial en América Latina' y también informó sobre el programa 'Semillero para futuros funcionarios públicos'.

Con el fin de compartir experiencias y prácticas para promover la integridad en el sector empresarial, el primer vicepresidente de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Hernán Lanzara Lostaunau, participó en la '9.ª Semana Regional de Integridad Empresarial en América Latina', convocada por Alliance for Integrity y GIZ, que se realizó el último 28 de agosto en la ciudad de Santiago (Chile).

Durante el desarrollo de este evento internacional, Lanzara presentó la 'Guía de buenas prácticas de integridad empresarial en el Perú', elaborada con el Capítulo Peruano de Alliance for Integrity, en la cual se fomenta el intercambio de experiencias, acciones e innovaciones que el sector empresarial peruano viene desarrollando en materia de integridad y prevención de la corrupción.

En el bloque 'Comunicación de buenas prácticas en integridad, un incentivo empresarial', el representante de la CCL explicó las iniciativas y experiencias positivas que han realizado diversas empresas privadas en 'Compliance con perspectiva de género', 'Campañas de comunicación para el cambio cultural' y 'Prevención y lucha contra la corrupción'.

"Para la primera edición de esta publicación, las organizaciones que forman parte del Consejo Consultivo de Alliance for Integrity, como la CCL, la Cámara Peruano-Alemana y Empresarios por la Integridad, realizamos una convocatoria, donde recibimos propuestas que fueron evaluadas por un Comité Calificador, y que seleccionó 20 buenas



prácticas de 15 empresas de diferentes sectores económicos", comentó el representante del gremio empresarial.

En su condición de presidente del Consejo Consultivo de Alliance for Integrity en el Perú, Hernán Lanzara, mencionó que fue invitado a este evento internacional para presentar esta guía como un ejemplo de las acciones e innovaciones que el sector empresarial de nuestro país viene aplicando en sus organizaciones.

SEMILLERO

Además, en la actividad, Lanzara Lostaunau presentó la iniciativa 'Semillero de Formación de Futuros Funcionarios y Servidores Públicos', impulsada por la Comisión de Integridad y Lucha contra la Corrupción de la CCL. "Ya contamos con una primera

promoción de estudiantes, algunos de los cuales ya se están desempeñando en la administración pública, y otros están próximos a postularse a instituciones públicas al concluir su formación profesional", refirió.

Además, Lanzara Lostaunau comentó que este programa, que iniciará el próximo 5 de septiembre, ya cuenta con más de 450 inscritos.

"No solo hemos presentado esta iniciativa en la Semana Regional de Integridad en Santiago, sino que también se expuso sobre el Semillero en la Cámara de Comercio de Santiago, gracias a la gentil invitación de María Teresa Vial, su presidenta. Aspiramos a que los participantes en ambos foros encuentren valor en nuestra propuesta y puedan implementarla en sus respectivos países", puntualizó.

A man with short brown hair and a light beard, wearing a red button-down shirt, is looking down at a tablet he is holding in his left hand. A large, glowing yellow digital shield with a padlock icon is superimposed over his chest. The background is a blurred cityscape with buildings and a bright, hazy sky. The overall tone is professional and tech-oriented.

win

Negocios.

**INTERNET
MÁS
SEGURO
PARA TU
EMPRESA**

www.winnegocios.pe



- Línea Blanca
- Electrodomésticos
- Cuidado personal
- Climatización
- Video y audio

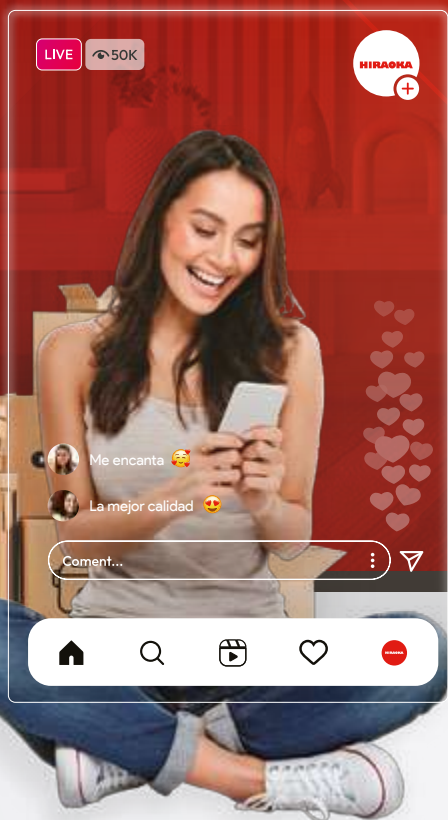
30 ANIVERSARIO

Marca peruana con la garantía de

HIRAOKA

Orgullosos de celebrar tres décadas de innovación con Miray. Gracias a su confianza y apoyo, hemos crecido y evolucionado para ofrecer productos con la mejor calidad.

¡Gracias por acompañarnos en este viaje y por confiar en nosotros durante estos 30 años!



Encuentra lo mejor de Miray en

HIRAOKA.com.pe

es garantía



Tienda Lima

Av. Abancay 594



Tienda Miraflores

Av. Petit Thouars 5273



Tienda San Miguel

Av. La Marina 2650



Tienda Independencia

Av. Carlos Izaguirre 126