

La Cámara

REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

EL RANKING DE LAS MARCAS PREFERIDAS EN 2025

La Cámara de Comercio de Lima presenta la Encuesta Anual de Ejecutivos 2025 que muestra una expectativa empresarial positiva para el presente año y permite también conocer los hábitos de consumo y marcas preferidas por los empresarios.

INFORME LEGAL

Lo bueno y el riesgo de que el uso ilegal de bases de datos sea delito.

ENTREVISTA

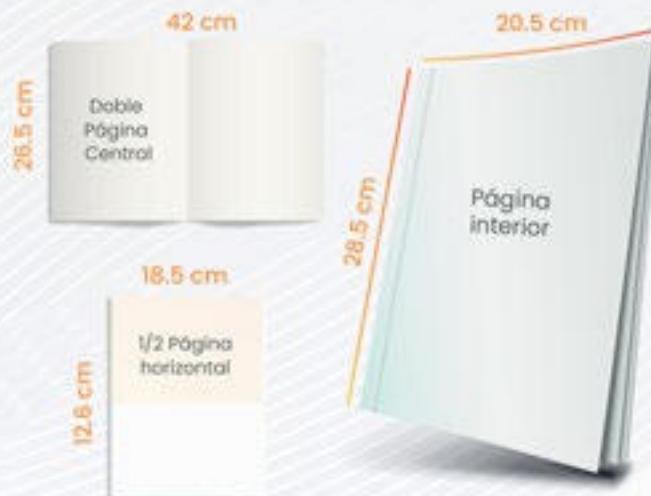
La amplia cartera de proyectos perfila a la construcción como un motor relevante para el 2026.



Posiciona tu marca en nuestra revista

Anuncia en La Cámara

- Aumenta tu visibilidad
- Consigue aliados estratégicos
- Contacta con nuestra gran red de contactos
- Fortalece tu marca



ESPECIFICACIONES

- **Edición:** Revista mensual "La Cámara"
- **Formato:** 20.5 cm ancho x 28.5 cm alto
- **Material:** Couché 90 brillante
- **Impresión:** Full color
- **Tiraje:** 10.000 ejemplares
Distribución gratuita
- **Contenido:** Orientada a dar a conocer temas de actualidad y del acontecer económico, social y empresarial de nuestro país.

UN PERÚ PARA TODOS

CONSEJO DIRECTIVO 2025-2026

PRESIDENTE

Roberto De La Tore Aguayo

PRIMER VICEPRESIDENTE

Franklin Ramiro Salas Bravo

SEGUNDO VICEPRESIDENTE

Maria Gabriela Fiorini Travi

TESORERO

Jaime Armando García Díaz

VOCALES

Omar Cárdenas Martínez

Juan Alberto Lazarte Carranza

Luis Juan Nevares Robles

Alberto Germán Ego Aguirre Yañez

PAST PRESIDENT

Rosa Bueno de Lercari

DIRECTORES

Alfieri Peirano Torriani

Ángel Néstor Acevedo Villalba

Antonio Gnaegi Urriola

Bernardo Furman Wolf

Dante Nicolás Mendoza Ymaña

Dina Cecilia Tarrillo Aguilar

Giovanna Del Carmen Cortez Lewis

Carlos Fernando Javier Butrón Fernández

Gabriel García Morel

Jorge Hiraoka Gutiérrez

Jorge Carlos Lira De Las Casas

José Antonio Julio Ernesto Casas Delgado

José Omar Cabanillas Lavini

John Daniel Gleiser Schreiber

Luis Alberto Pérez Taiman

Luis Guillermo Marroquín Postigo

Mario Pasco Lizárraga

Yuriko Milagros Huayana Zúñiga

Peter Michael Anders Hornung

Pier Carlo José Levaggi Muttini

Rizal Andrés Bragagnini Oliver

Rudolf Becker Rodríguez De Souza

Sarela Anita Alberca Risco

Las cifras con las que el Perú cerró el año pasado confirman que la estabilidad macroeconómica sigue siendo uno de los principales activos de nuestro país.

El PBI avanzó entre 3.3% y 3.5%, impulsado por la inversión privada, el consumo interno y las exportaciones, mientras que el déficit fiscal se redujo a alrededor de 2.2% y la inflación se mantuvo dentro del rango meta del Banco Central de Reserva.

El sol peruano se consolidó como una de las monedas más estables de la región y la deuda pública continúa muy por debajo del promedio latinoamericano. Los altos precios del oro y el cobre favorecieron la balanza comercial y nuestra agroindustria registró un récord de exportaciones superior a USD 13 500 millones.

No ha sido poca cosa en un contexto internacional tan volátil, marcado por tensiones comerciales y geopolíticas, y con la inestabilidad política que parece convertirse en parte de nuestro folklore.

Sin embargo, debemos ser conscientes de que crecimiento no es sinónimo de desarrollo, por lo que el gran desafío sigue siendo hacer que ese crecimiento se traduzca en bienestar para un mayor número de peruanos.

Parte del problema está en la baja calidad de la inversión pública, sobre todo en los gobiernos subnacionales, donde a pesar de existir recursos, son mal utilizados por una gestión inefficiente y, no pocas veces, rapiñados por la corrupción.

A ello se suman graves problemas como la criminalidad organizada que amenaza la inversión, la generación de empleo y la existencia misma de nuestra sociedad y de la democracia, así como el avance incontrolable de las economías ilegales.

Y, en el corto plazo, las lluvias torrenciales y los huaycos vuelven a recordarnos nuestra vulnerabilidad frente a la naturaleza y la precariedad de la prevención. No son "imprevistos"; se trata de situaciones conocidas que exigen planificación, autoridad y continuidad de políticas públicas.

Este 2026 será un año decisivo, no solo en términos económicos, sino también por las elecciones generales del próximo 12 de abril.

En un escenario fragmentado, el voto responsable e informado es fundamental para preservar la estabilidad económica y apostar por un crecimiento inclusivo, que no es tarea exclusiva de un gobierno o de un tecnócrata, sino una responsabilidad compartida.

El Perú ya demostró que puede crecer; ahora nos toca decidir si queremos que ese crecimiento construya un país más seguro, más justo y con más oportunidades.



Roberto De La Tore

Presidente de la Cámara de Comercio de Lima

ÍNDICE

La Cámara
REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

6



IEDEP: EXPECTATIVAS POSITIVAS

ENCUESTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA Y CCR-CUORE REFLEJAN QUE EL SECTOR EMPRESARIAL ESPERA EN 2026 MÁS VENTAS, INVERSIONES Y CONTRATACIONES



12

RANKING DE MARCAS 2025

LAS MARCAS PREFERIDAS
POR LOS ALTOS
EJECUTIVOS DE LAS
EMPRESAS PERUANAS

38

CASAS DE PLAYA

DEMANDA POR ALQUILER DE
CASAS DE PLAYA AUMENTA
HASTA 40 % Y LOS PRECIOS
SUBEN 5 %.

40

DATOS ILEGALES

NUEVA LEY HACE QUE
SE DEBA TOMAR MAYOR
CONTROL AL ADQUIRIR Y
USAR BASES DE DATOS

42

ENTREVISTA

GREMIO DE CONSTRUCCIÓN
E INGENIERÍA DE LA CCL VE
PERSPECTIVAS POSITIVAS
PARA ESTE 2026

45

CONECTADOS

LAS ÚLTIMAS NOVEDADES
EMPRESARIALES ENVIADAS
POR NUESTROS ASOCIADOS

DIRECTOR DE COMUNICACIONES

Eduardo Guerrero Castillo

PRESIDENTE DEL COMITÉ EDITORIAL

Bernardo Furman Wolf

COORDINADOR DE PRENSA

Lisbeth Colchado Sánchez

REDACCIÓN

Maribel Huayhuas Vargas

Juan Vargas Sánchez

Sandi Narciso Samata

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)

ANÁLISIS LEGAL

Centro Legal de la CCL

JEFE DE PUBLICIDAD

Robert Sosa Herrera

EJECUTIVOS DE PUBLICIDAD

Ricardo Angelats Corzo

Julissa Donayre Sarango

Silvia Verona Rengifo

Margoth Rivera Guillen

Monica Sanchez Chamache

Publicidad: publicidad@cameralima.org.pe

ANÁLISIS LEGAL

SEDE JESÚS MARÍA

Av. Giuseppe Garibaldi 396, Jesús María.

Teléfono: (511) 463-3434

SEDE SAN MARTÍN DE PORRES –

CENTRO FINANCIERO FIORI: Av. Tomás Valle 499 B -

Oficina 7 -A

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

Teléfono: (511) 219-1510

SEDE OFICINA CALLAO - LIMA CARGO CITY

Av. Elmer Faucett N° 2851, piso 3, oficina 30.

Teléfono: (511) 219-1838

IMPRESIÓN

NAVARRETE FLEXO IMPRESION ES S.A.

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.



Expertos en el merchandising que tu marca necesita



Solicita tu cotización: ventas@brandedperu.com.pe

📞 997548415 | ☎ 01 3552640



www.brandedperu.com.pe

Instagram: [branded_pe](https://www.instagram.com/branded_pe/) | Twitter: [@branded_peru](https://twitter.com/@branded_peru) | Facebook: [f](https://facebook.com/brandedperu) | YouTube: [brandedperu](https://youtube.com/brandedperu)

Encuesta Anual de Ejecutivos 2025: Expectativas favorables para las ventas, inversión y empleo

Encuesta de la Cámara de Comercio de Lima muestra que el sector empresarial presenta perspectivas positivas y que planean darle un impulso al uso de las últimas tendencias digitales como la inteligencia artificial.





Óscar Chávez

Jefe del Instituto de Economía
y Desarrollo Empresarial de la CCL

La Cámara de Comercio de Lima (CCL), junto con CCR-Cuore, llevó a cabo la Encuesta Anual de Ejecutivos 2025 (EAE-2025) con el objetivo de tomar el pulso a las expectativas empresariales de los principales ejecutivos de Lima Metropolitana y traducir sus percepciones en señales claves sobre confianza empresarial, plan de inversiones y nuevas tendencias.

Este año, la encuesta se realizó en un contexto internacional más desafiante, con shocks y volatilidad debido a una mayor incertidumbre en la política comercial, con aranceles más altos y reglas de juego menos previsibles. En el ámbito nacional, la situación se tornó más favorable gracias a la baja inflación y al impulso de la demanda interna. No obstante, la creciente ola de inseguridad fue el principal riesgo latente para la estabilidad empresarial.

La encuesta fue aplicada a un total de 500 empresas asociadas a la CCL de las cuales el 37 % son microempresas, 35 % corresponden a pequeñas, el 11 % a

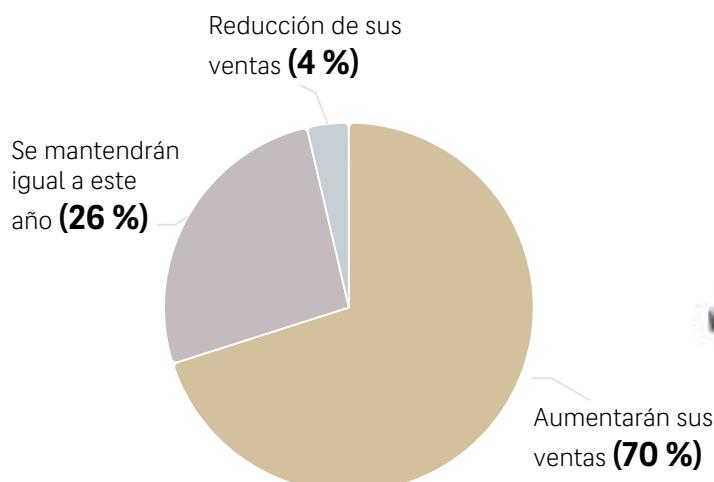
medianas y 18 % a grandes empresas. Un dato relevante es la trayectoria de los negocios medida por sus años en el mercado, con un 34 % de los altos ejecutivos encuestados gestionando empresas con más de 20 años de antigüedad, seguido por un 24 % con empresas de 11 y 20 años y 18 % entre 6 y 10 años en el mercado.

PERSPECTIVAS 2026

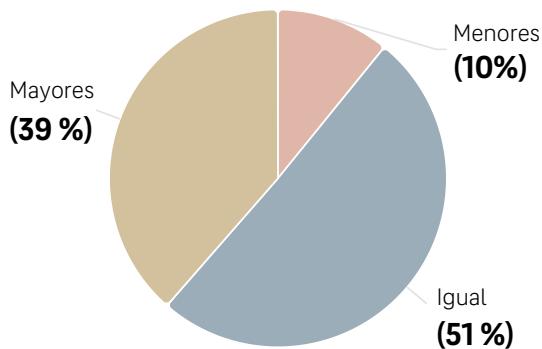
La Encuesta Anual de Ejecutivos 2025 ofrece un panorama interesante sobre las expectativas para este 2026 tanto en términos de ventas, inversión, contratación de personal y digitalización.

Es importante precisar cómo los buenos resultados alcanzados en 2025 están influyendo en la toma de decisiones empresariales del presente año. Por ejemplo, el sector Comercio acumularía al cierre de 2025, 58 meses de crecimiento ininterrumpido, situación que se repite para Transporte y Servicios prestados a empresas con 28 y 25 meses, respectivamente. Estos resultados demuestran un entorno económico favorable que genera confianza y estabilidad, lo que se traduce en mayores expectativas de inversión y una posible expansión de plantillas de personal.

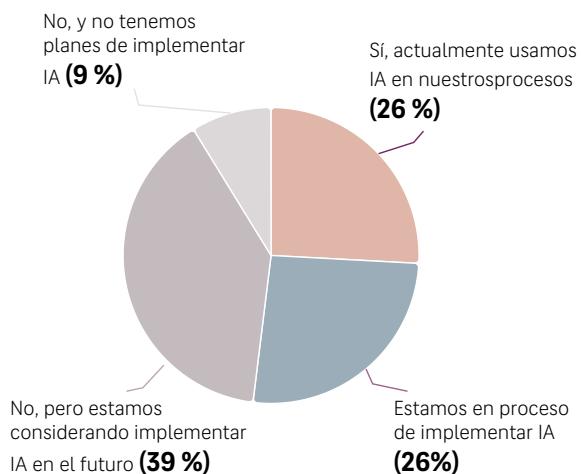
¿Cuáles son sus perspectivas de ventas para el 2026?



Sus planes de inversión para el 2026 serán en comparación al 2025



Ha implementado su empresa el uso de Inteligencia Artificial (IA) en alguno de sus procesos o áreas de negocios



70 % de los altos directivos proyectan un aumento en sus niveles de ventas, mientras que un 27 % espera que se mantengan estables.

VENTAS

Consultados sobre sus expectativas para el 2026, un 70 % de los altos directivos proyectan un aumento en sus niveles de ventas, mientras que un 27 % espera que se mantengan estables. Solo un 4 % anticipa una disminución. En conjunto, estos resultados anticipan optimismo de la expansión de la demanda interna y como ello se vería reflejado en sus ventas.

INVERSIÓN

El 51 % de los ejecutivos considera que sus planes de inversión para 2026 serán similares a los de 2025, lo que significa que muchos negocios se sienten cómodos con sus planes y prefieren actuar con cautela antes de comprometer mayores inversiones sobre todo en un año electoral.

Por otro lado, el 39 % de los encuestados tiene la intención de aumentar su inversión en 2026, apoyado por el crecimiento económico y la mayor confianza empresarial. No obstante, la incertidumbre política podría estar moderando las decisiones a corto plazo. Solo el 11 % prevé una reducción en sus planes de inversión.

CONTRATACIÓN DE PERSONAL

Los resultados de la encuesta indican que el 55 % de los ejecutivos estima que la plantilla de personal se mantendrá estable. Un 37 % prevé un incremento en su plantilla, lo que indica una expectativa de mayores ventas y expansión en ciertas áreas del negocio. En cambio, un 9 % de las empresas anticipa una reducción en su contratación, lo cual guarda concordancia con el 4 % de directivos que pronostican una caída en su nivel de ventas lo que les exigiría políticas de reducción de costos.

USO DE IA Y CIBERSEGURIDAD

La Inteligencia Artificial (IA) se ha convertido en uno de los pilares fundamentales para la transformación digital en empresas de todo el mundo. Para el Perú su incorporación viene siendo paulatina, pero promete tomar impulso.

Ante la pregunta sobre si su empresa ha implementado el uso de la IA en alguno de sus procesos o áreas de negocios, el 26 % de los ejecutivos encuestados conforman que ya utilizan la IA en sus procesos de negocio, destacando la creciente adopción de esta tecnología en diversos sectores.

¡EXPERTOS CAPACITANDO PROFESIONALES DE ÉXITO!

Diplomados, cursos, programas de especialización y más

PROGRAMACIÓN

MARZO

EDUCACIÓN EJECUTIVA

CONTABILIDAD Y FINANZAS

- 4 MAR** CURSO **Inversión en blockchain, criptomonedas y tokens**
24 MAR CERTIFICACIÓN – ESAN GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS **Niif elementales y su impacto tributario**

MARKETING Y VENTAS

- 11 MAR** DIPLOMADO EN **Gerencia de ventas**
31 MAR DIPLOMADO EN **Investigación de Mercado y neuromarketing**

TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

- 17 MAR** PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN **IA generativa para los negocios**
30 MAR CERTIFICACIÓN PROFESIONAL – PACÍFICO BUSINESS SCHOOL **Arquitectura de software**

COMERCIO EXTERIOR Y LOGÍSTICA

- 10 MAR** PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN **Comercio exterior y aduanas**
18 MAR DIPLOMADO **Logística**

LIDERAZGO Y GESTIÓN DEL TALENTO

- 13 MAR** CURSO **Inteligencia emocional para líderes efectivos**
20 MAR CURSO **Oratoria y presentaciones de alto impacto**

ADMINISTRACIÓN Y PRODUCTIVIDAD

- 26 MAR** CURSO **Excel Integral**

CAPACITACIÓN IN COMPANY A LA MEDIDA DE TU EMPRESA

Consulta por nuestros programas corporativos diseñados según tus objetivos, dictados por docentes practitioners y alineados a las tendencias del mercado.

Lima

 926 895 195

ccl@camaralima.org.pe

Provincias

 981 237 156

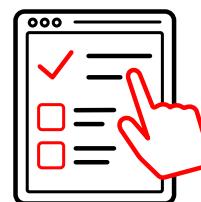
cclprovincias@camaralima.org.pe

Un 26 % adicional se encuentra en proceso de implementar IA, lo que refleja un alto interés por alinearse a la vanguardia de la digitalización. Otro importante segmento del 39 % están considerando implementar IA en el futuro. Por otro lado, el 9 % de los encuestados no planea implementarlo al menos en el corto plazo.

En resumen, muchas empresas siguen evaluando la rentabilidad y el impacto de la IA en sus operaciones, siendo los sectores más avanzados aquellos con mayores recursos y necesidades de optimización de procesos.

Respecto a la ciberseguridad, el 40 % de las empresas han implementado medidas básicas como antivirus y firewalls, que representan la primera línea

de defensa contra amenazas ciberneticas. Sin embargo, el 24 % de las empresas aún no han implementado medidas específicas de ciberseguridad, lo que deja una brecha significativa en la protección frente a ataques ciberneticos más sofisticados. Un 18 % de las empresas reportan contar con medidas avanzadas, como monitoreo continuo y pruebas de vulnerabilidades, mientras que un 18 % adicional menciona estar adoptando medidas intermedias, como cifrado de datos y autenticación, para reforzar su seguridad digital. •



Ficha técnica:

Estudio cuantitativo mediante encuestas online y telefónicas.

Universo: Ejecutivos asociados a la Cámara de Comercio de Lima en el período 2025.

Ámbito geográfico: Nivel nacional.

Muestra: Se está considerando 305 casos, con un margen de error de 5.61 % y un nivel de confianza del 95 %.

Delivery Express

Exclusivo para empresas en todo Lima y Callao



ENVÍA SIN RIESGO
RAPIDO, FÁCIL Y SEGURO



963 765 708



www.gruporeparto.com

CONOCE MÁS AQUÍ:
Escanea el QR ahora.



**Asociado,
conoce tus
beneficios.**



+137 años

Potencia tu empresa con la CCL

Asesoría legal,
laboral y tributaria
gratuita.

Encuentra
proveedores
confiables en
nuestro Directorio
Empresarial CCL
Negocios.

+10,000
empresas asociadas

Accede
al monitoreo
de comercio
exterior en
Camtrade Plus.

Participa de
eventos y
conferencias
exclusivas.

+180 reuniones
empresariales

Accede a cursos y
diplomados con
convenios
internacionales:
ESAN, UP, Recla,
Quantum y otros.

25% de descuento

Promociona
tus productos y
servicios en la
Vitrina Virtual.

**¡Activa tu beneficio con el apoyo de nuestro
staff de atención!**

219-1600

atencionasociado@camaralima.org.pe

(+51) 955 421 278 (solo mensajes)

¡Todo en un solo lugar!



Estar en la CCL es pertenecer al gremio privado **más influyente** del país.

ENCUESTA ANUAL DE EJECUTIVOS 2025

RANKING DE LAS MARCAS PREFERIDAS POR LOS EMPRESARIOS PERUANOS

LA CÁMARA DE
COMERCIO DE LIMA,
JUNTO CON CCR-
CUORE, PRESENTA LAS
PREFERENCIAS Y HÁBITOS
DE CONSUMO DEL
SECTOR EMPRESARIAL



CONOCE LAS FECHAS DE NUESTRAS **FERIAS 2026**



08 & 09 Mayo

Hora 11:00 a.m. a 08:00 p.m.

Lugar Centro de Convenciones CCL
Av. Giuseppe Garibaldi 396, Jesús María



14 & 15 Agosto

Hora 03:00 p.m. a 10:00 p.m.

Lugar Centro de Convenciones CCL
Av. San Felipe 640, Jesús María



18 al 20 Noviembre

Hora 10:00 a.m. a 08:00 p.m.

Lugar Centro de Exposiciones Jockey
Av. Javier Prado Este cruce con carretera Panamericana Sur S/N



11 & 13 Diciembre

Hora 12:00 p.m. a 09:00 p.m.

Lugar Centro de Convenciones CCL
Av. San Felipe 640, Jesús María

EDICIÓN XII

Feria líder en formación de posgrado, oportunidades académicas y servicios.

Datos 2025

+ 2000 visitantes profesionales

+10 países participantes

+ 100 reuniones de negocios por empresa

+80 instituciones nacionales e internacionales

www.expopostgrados.com

EDICIÓN XIII

Evento premium de vinos, licores y gastronomía.

Datos 2025

+300 marcas nacionales e importadas

+3,800 visitantes en tres días

+10 países (España, Italia, Francia, Argentina, Sudáfrica, México, etc.)

www.expodrinksdelifood.com

EDICIÓN XX

El punto de encuentro de las empresas líderes en equipamiento, tecnología y servicios para el sector salud.

Datos 2025

+1,000 marcas

+10,000 visitantes profesionales

+15 países

+750 reuniones de negocios

www.tecnosalud.com.pe

EDICIÓN II

Feria dirigida a emprendimientos, regalos y experiencias de temporada.

Datos 2025

+5,000 visitantes

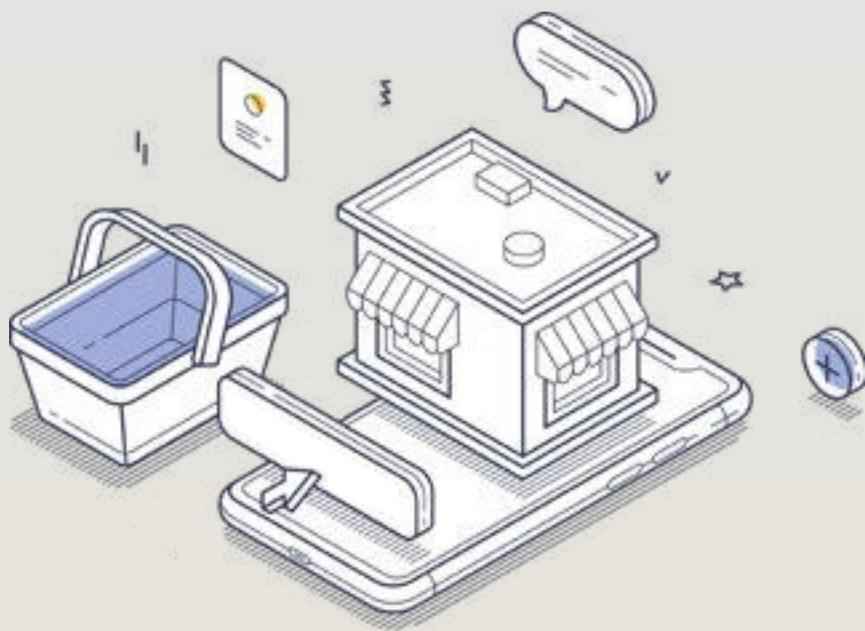
+100 marcas

Activaciones, shows y zona infantil

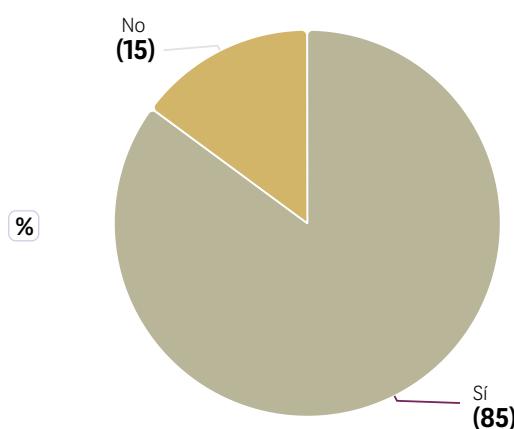
bazarnavidad.camaralima.org.pe

¡Estamos en preventa de stands!
Escríbenos y accede a descuentos especiales

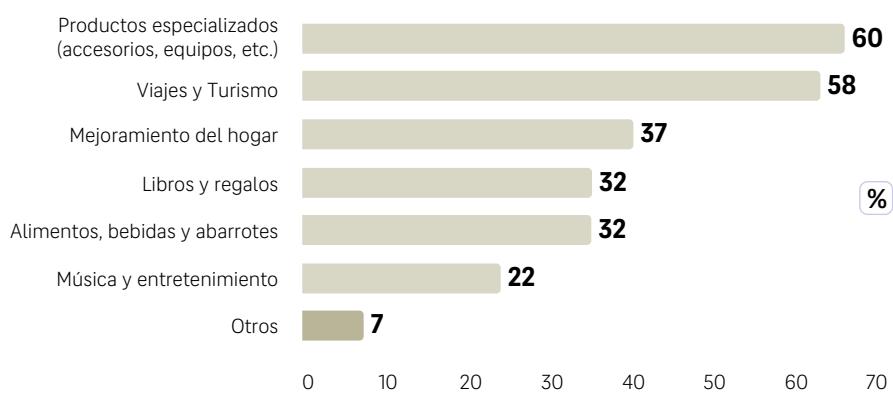




¿Ha realizado alguna compra vía Internet durante el año?

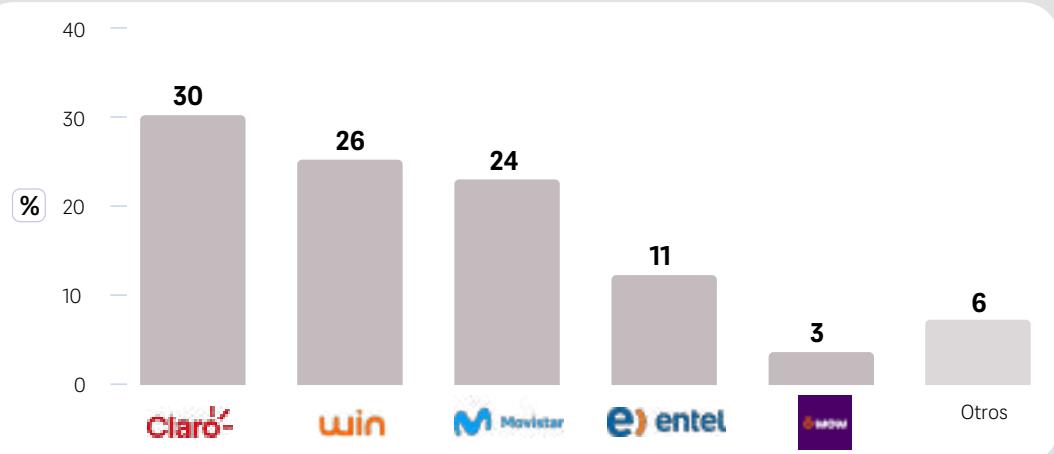


¿Qué tipos de productos/servicios compró vía internet?

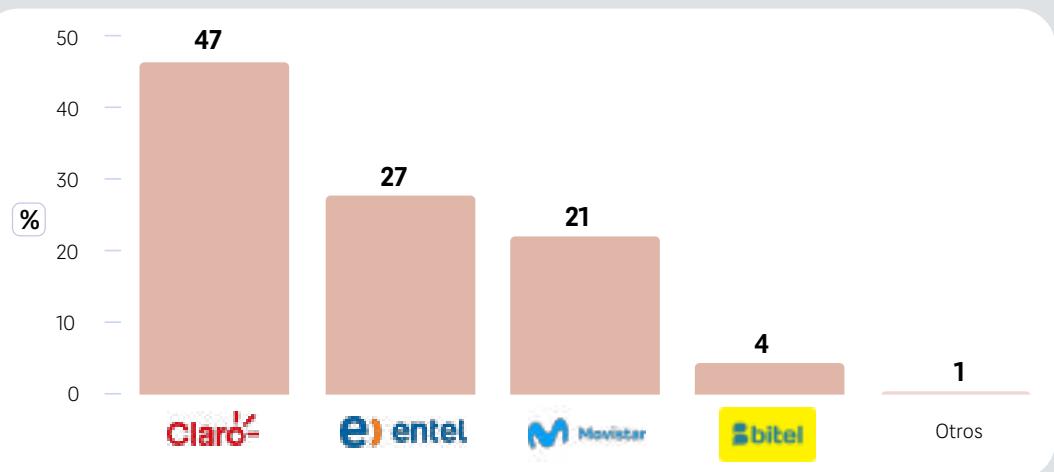




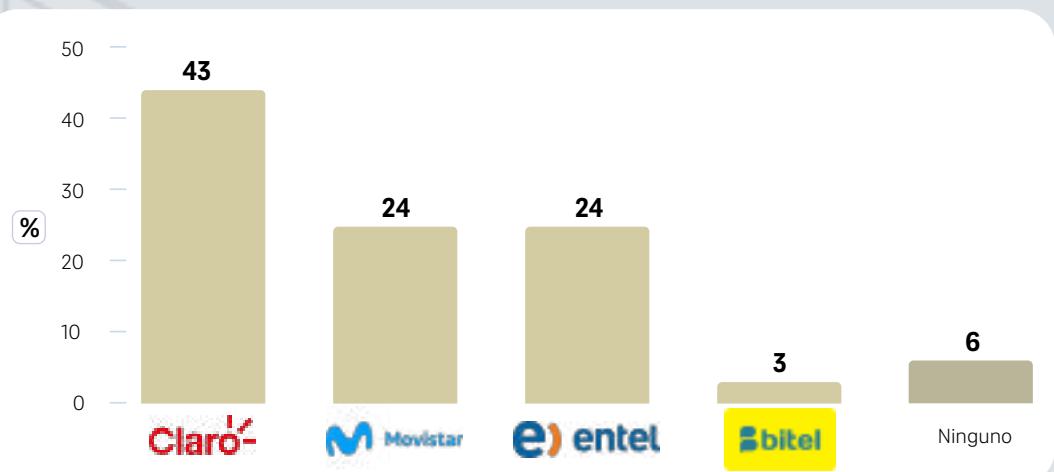
¿Qué empresa prefiere para el servicio de internet?



¿Con qué empresa de telefonía móvil tiene su servicio personal?

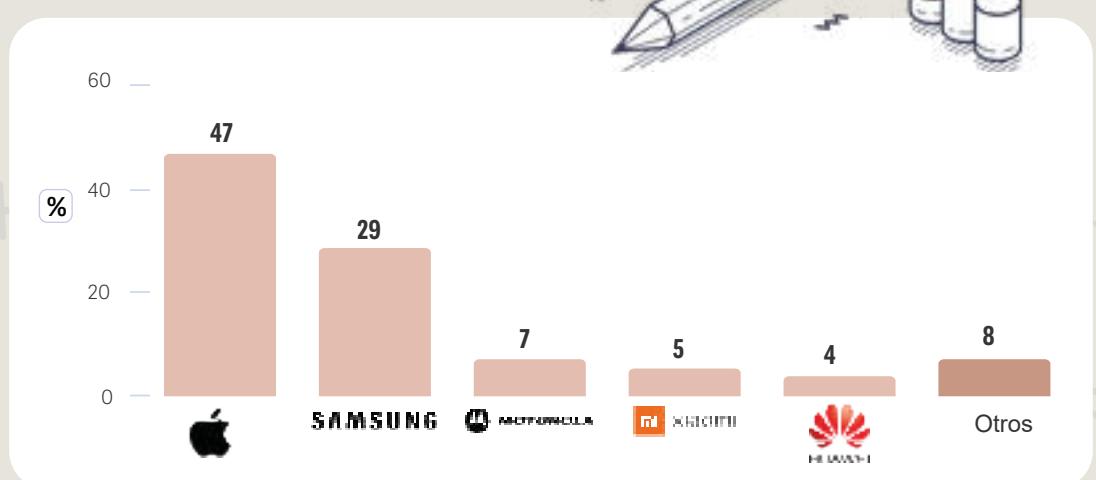


¿Qué empresa de telefonía móvil le brinda servicio a su empresa?

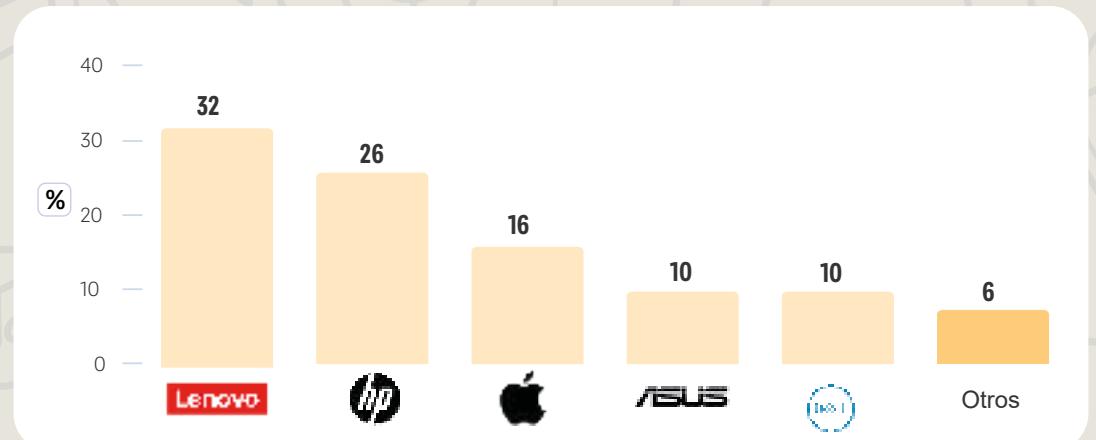




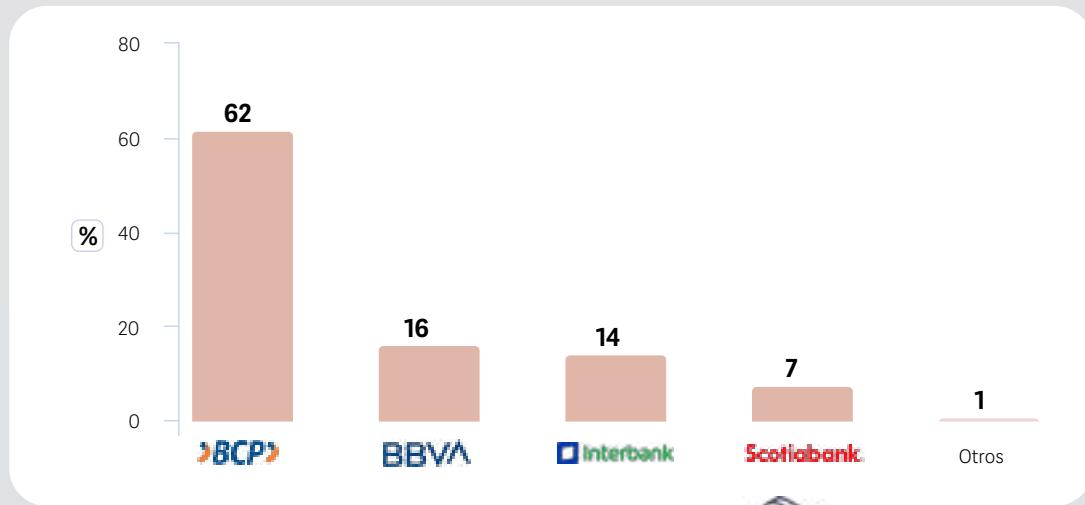
📱 ¿Qué marca de teléfono celular prefiere?



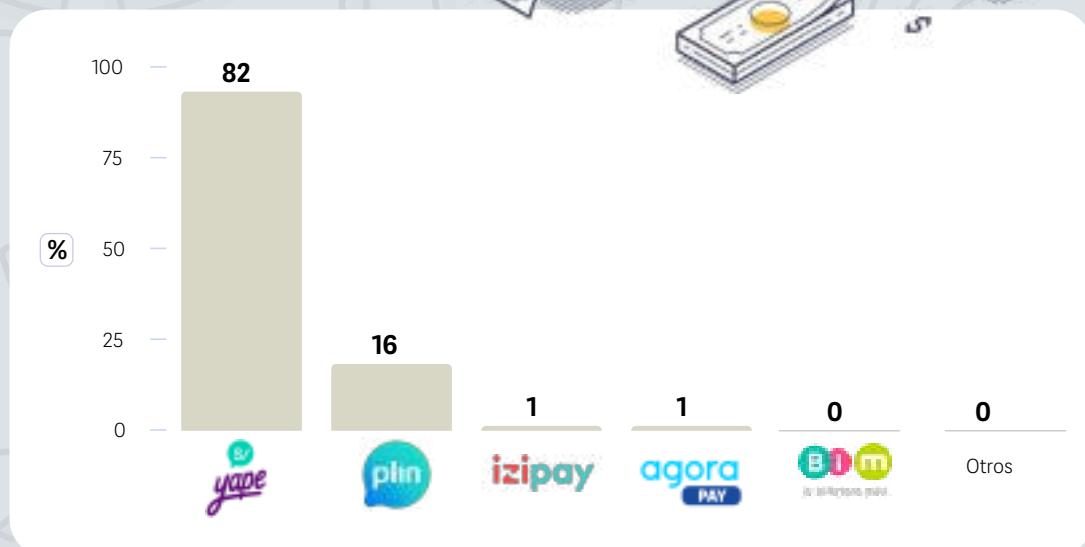
💻 ¿Qué marca de computadora prefiere?



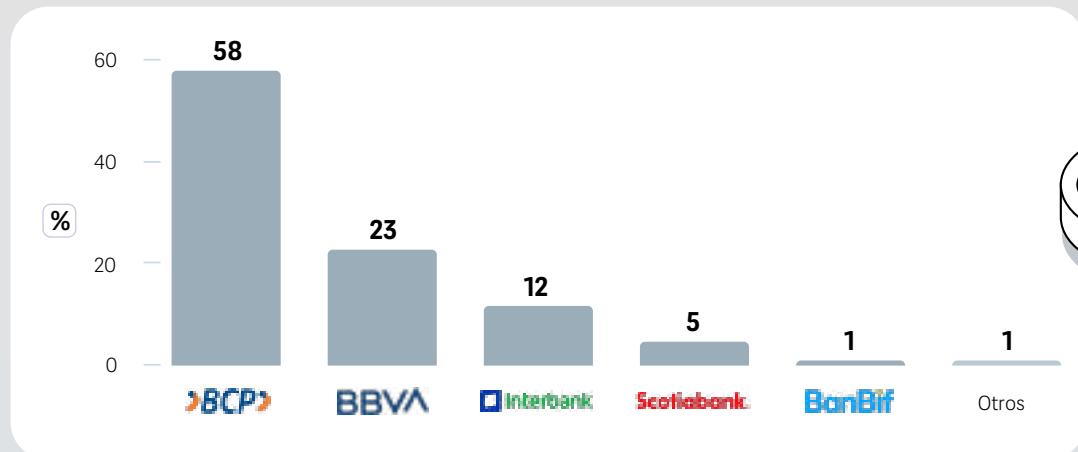
📱 ¿Qué aplicativo de entidad bancaria es el que más utiliza usted desde su smartphone?



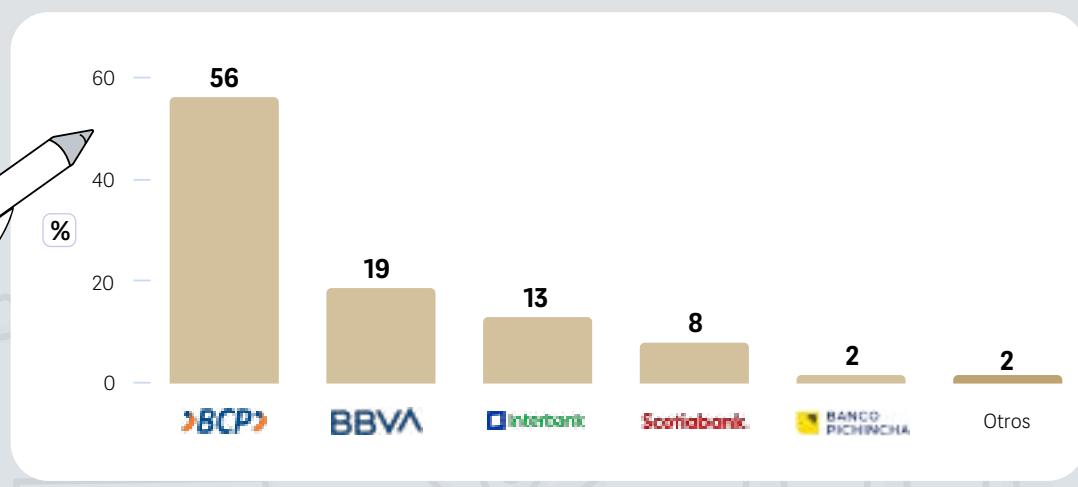
💵 ¿Qué billetera digital de pago es la que más utiliza usted para comprar o pagar?



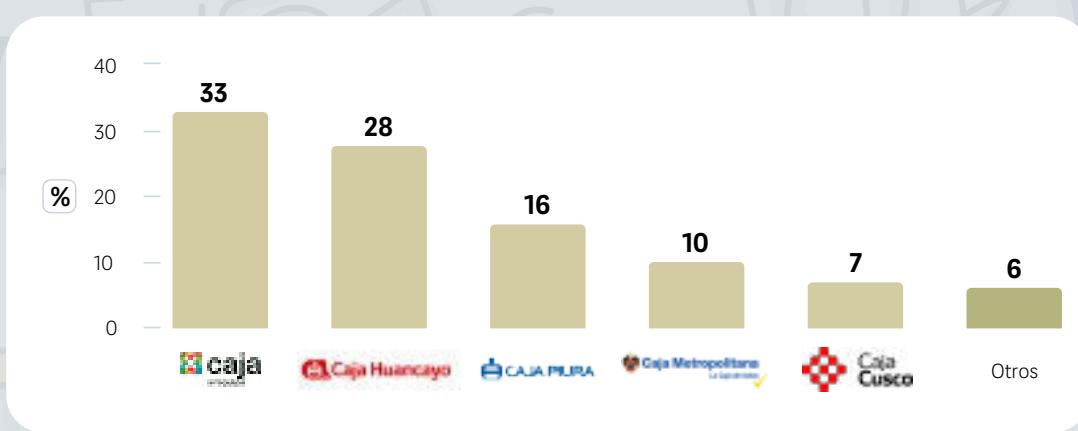
 ¿Cuál es el banco que prefiere para su empresa?



 ¿Cuál es el banco que prefiere para su banca personal?

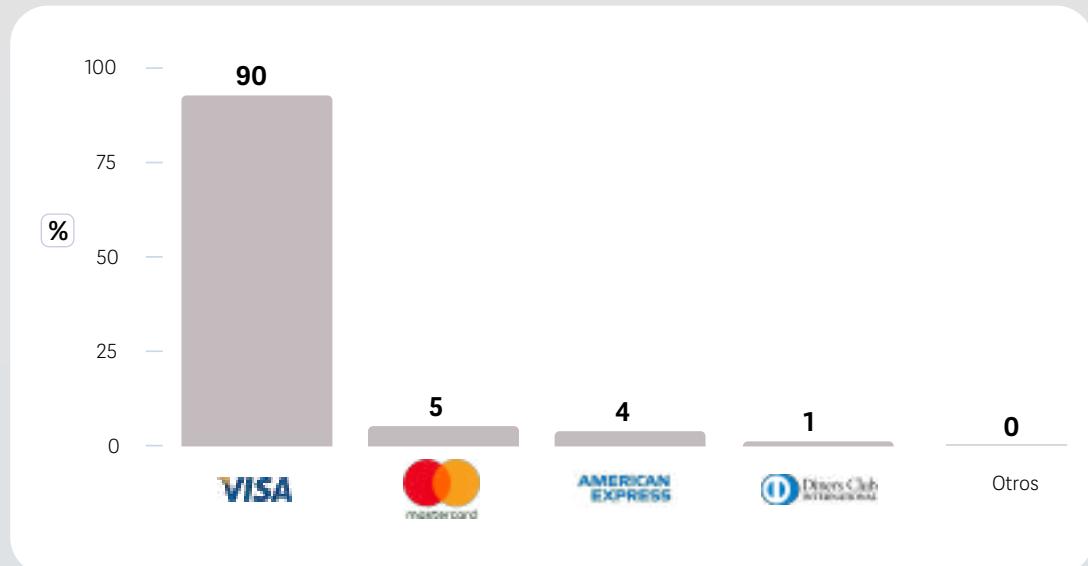


 ¿Cuál cree que es la caja de crédito municipal de mayor prestigio?

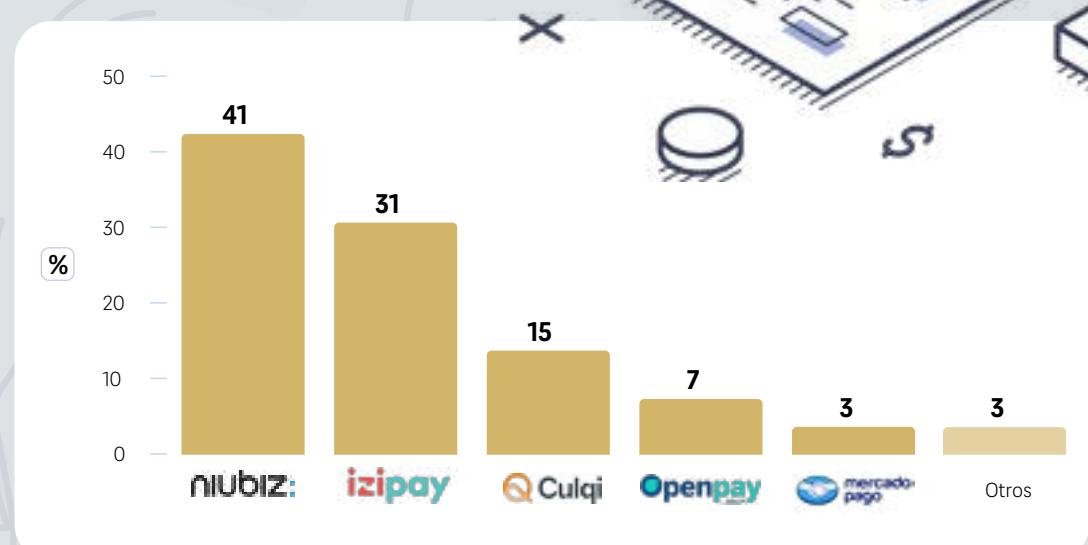




¿Qué tarjeta de crédito utiliza regularmente?

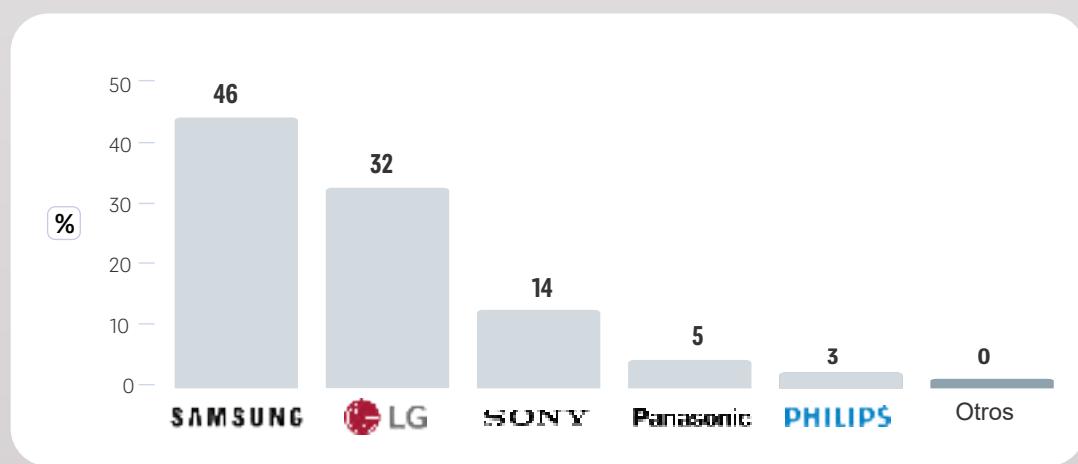


¿Qué pasarela de pago utiliza su empresa?

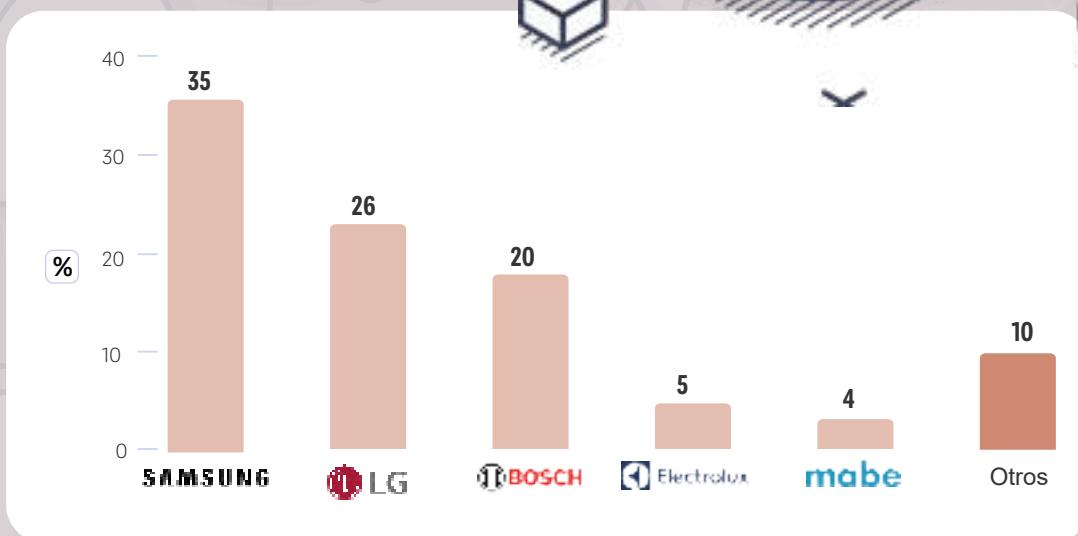




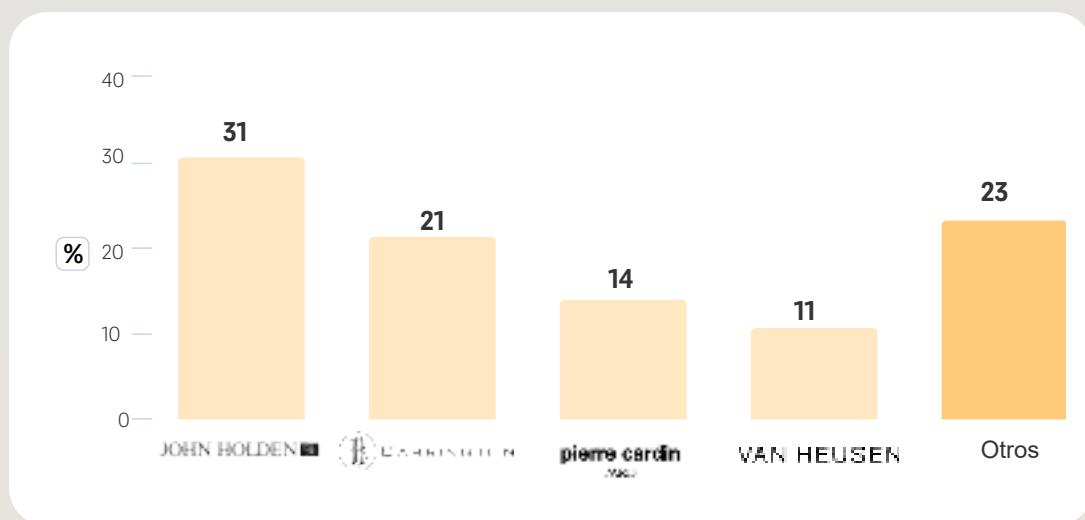
¿Cuál es la marca de su preferencia en TV / audio / reproductor de video?



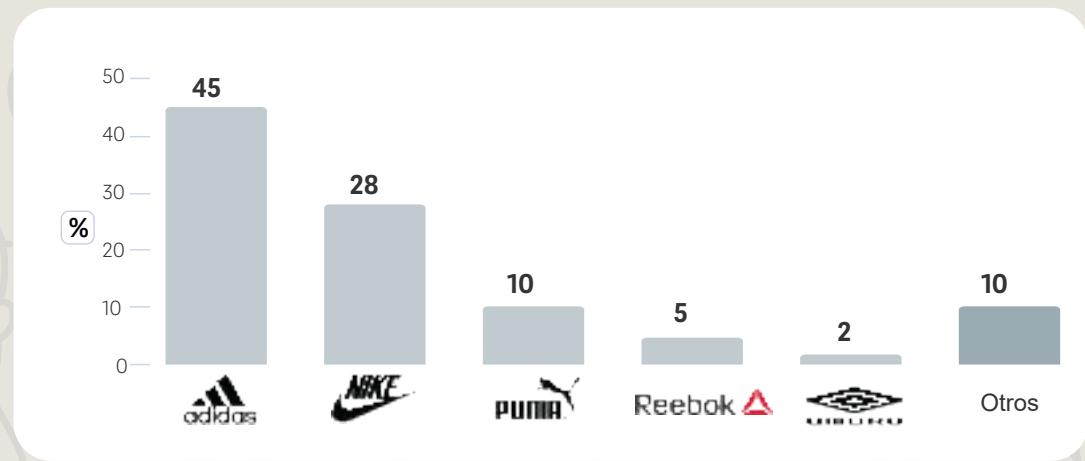
¿Cuál es la marca de su preferencia en línea blanca?



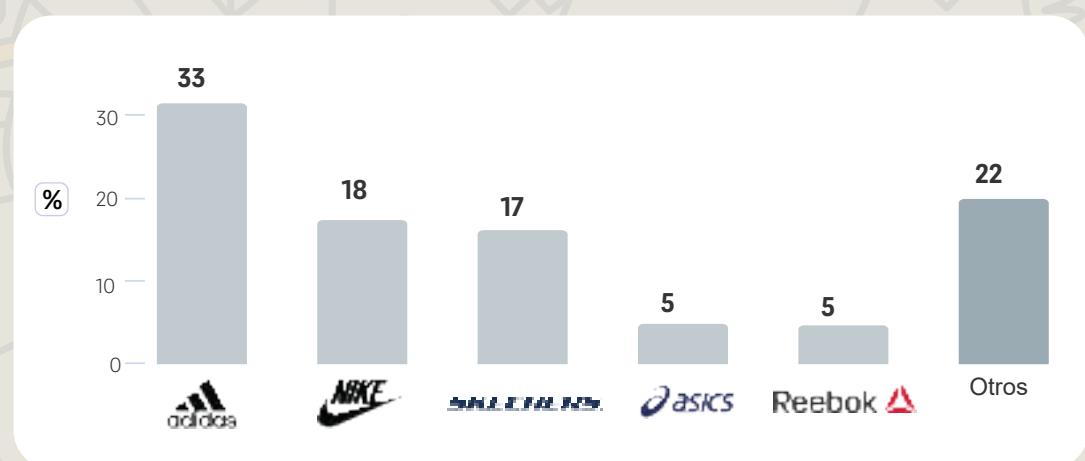
👤 ¿Cuál es su marca favorita de ropa formal (conjunto sastre, terno)?



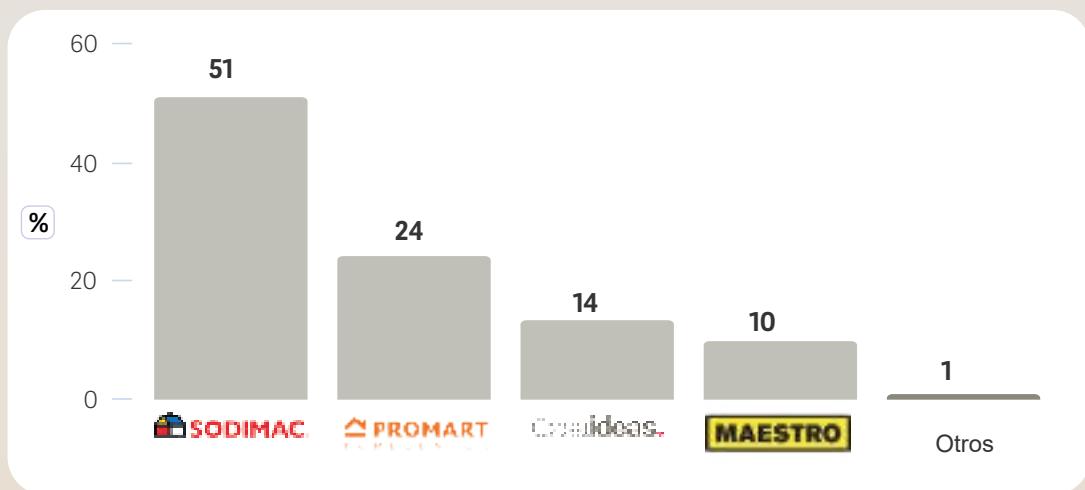
👕 ¿Cuál es su marca favorita de ropa deportiva?



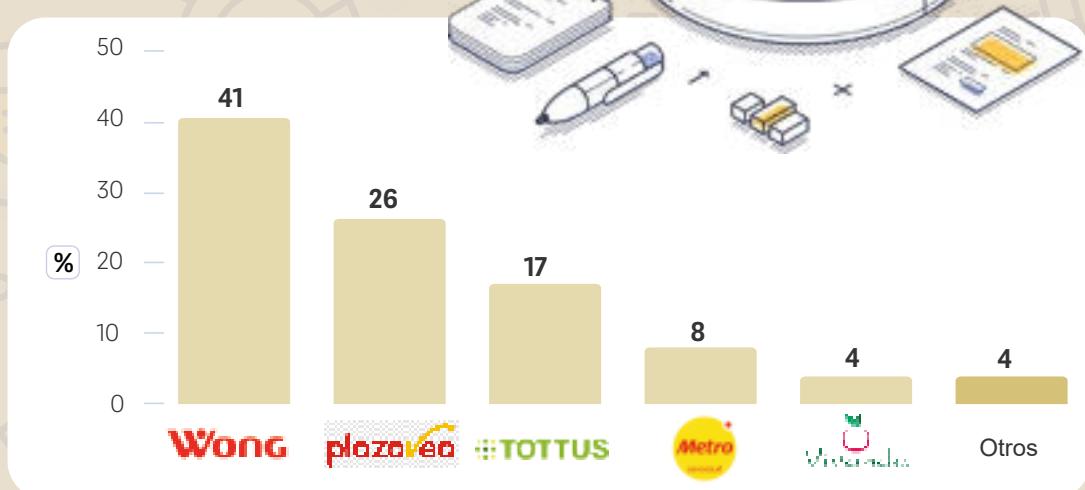
👟 ¿Cuál es su marca favorita de zapatillas?



¿En qué tienda para mejoramiento del hogar prefiere realizar sus compras?



¿Cuál es el supermercado de su preferencia?

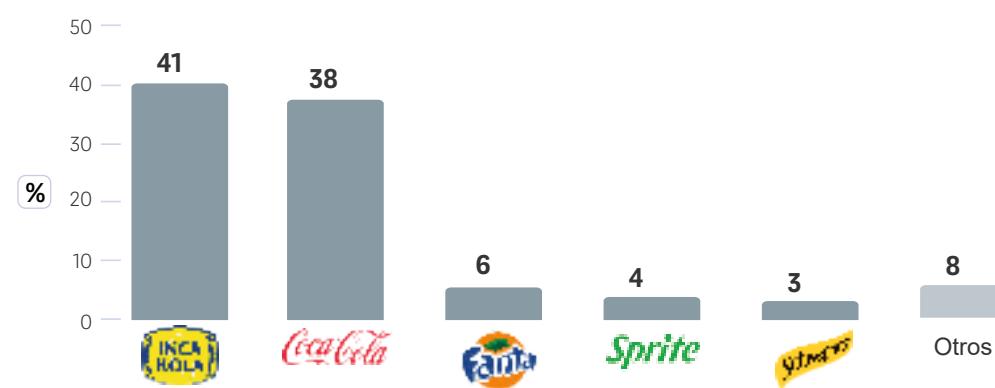




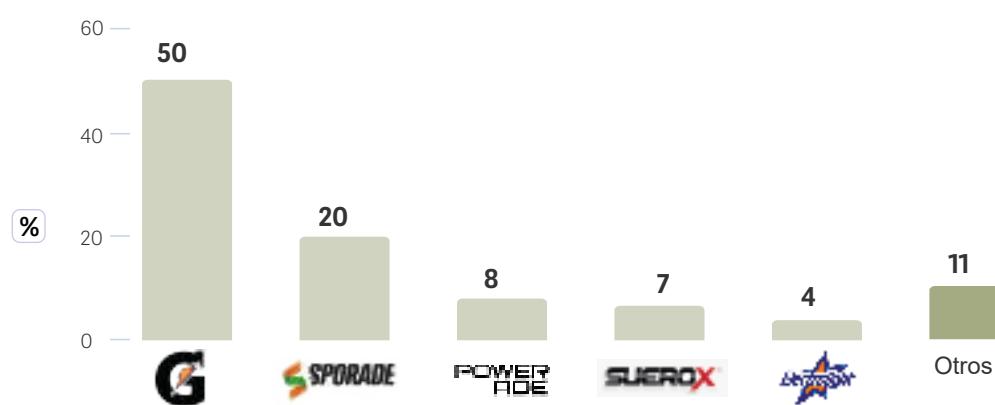
¿Cuál es su marca preferida de agua de mesa?



¿Cuál es su marca preferida de gaseosa?

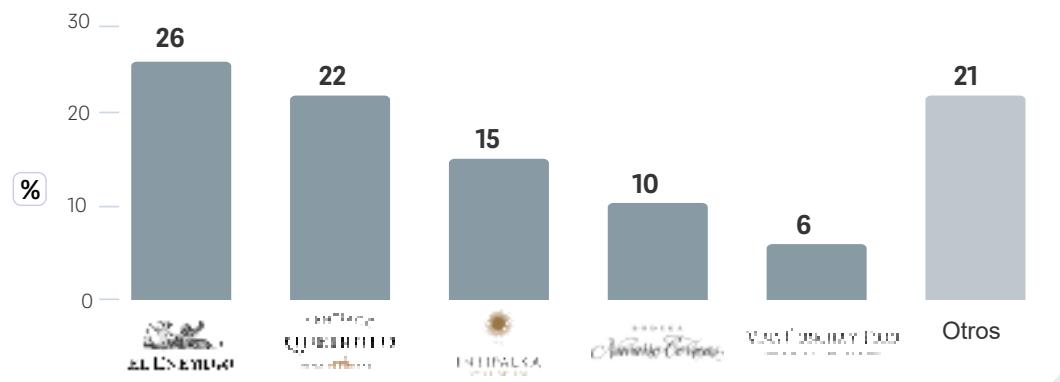


¿Cuál es su marca preferida de bebida hidratante?

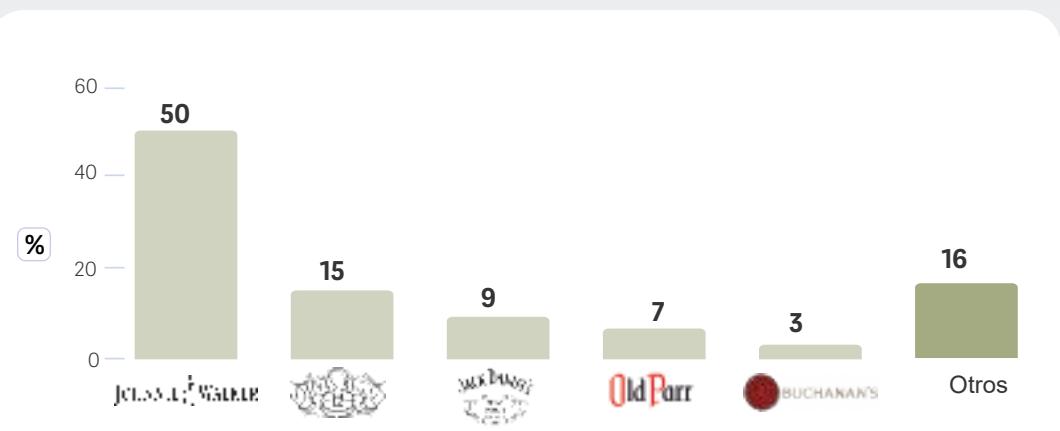




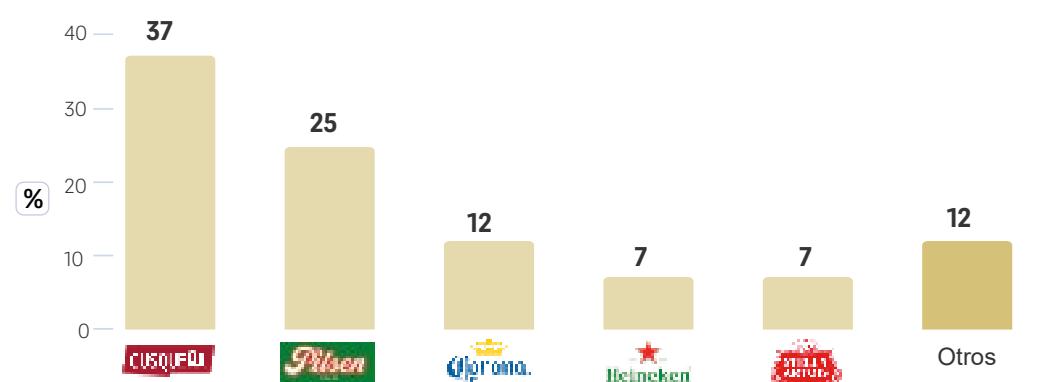
¿Cuál es su marca preferida de vino?



¿Cuál es su marca preferida de whisky?

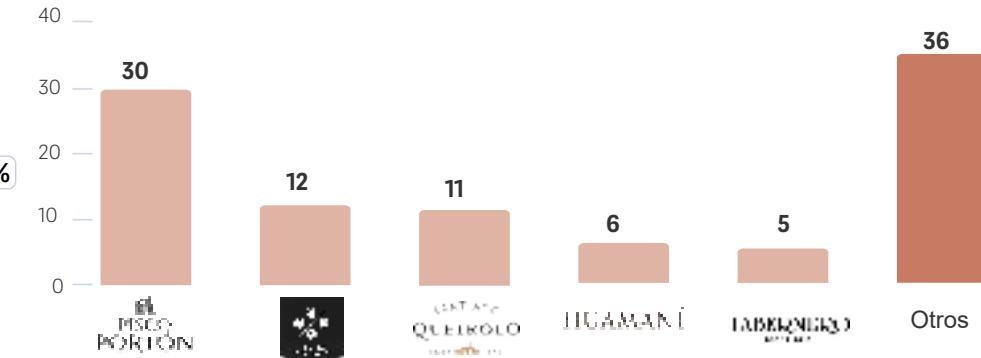


¿Cuál es su marca preferida de cerveza?





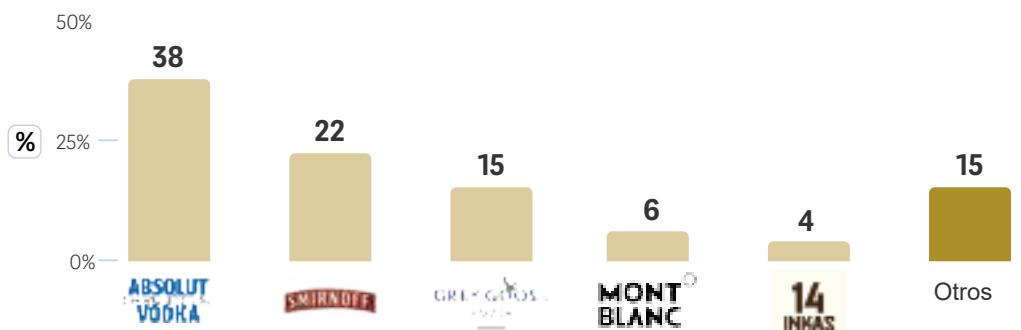
¿Cuál es su marca preferida de pisco?



¿Cuál es su marca preferida de ron?

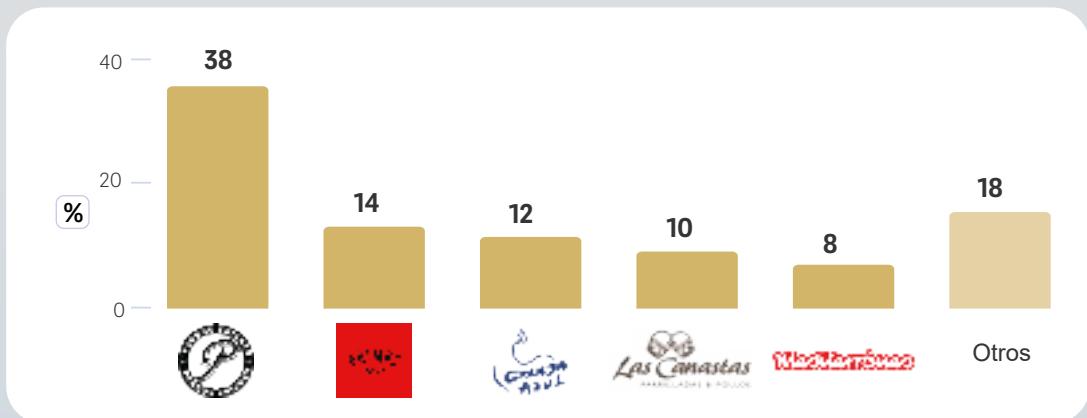


¿Cuál es su marca preferida de vodka?





¿Cuál es su pollería favorita?



¿Cuál es su cafetería preferida?

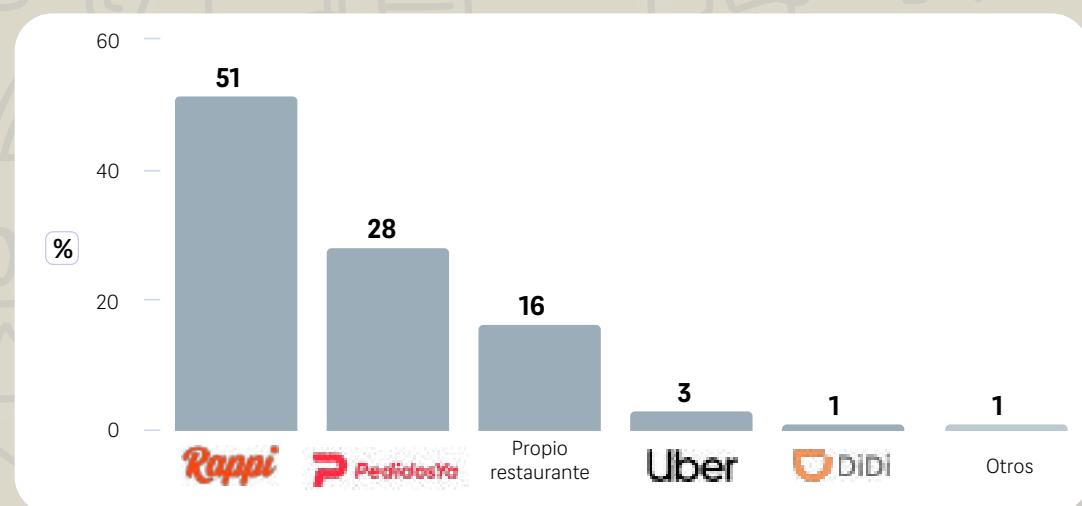




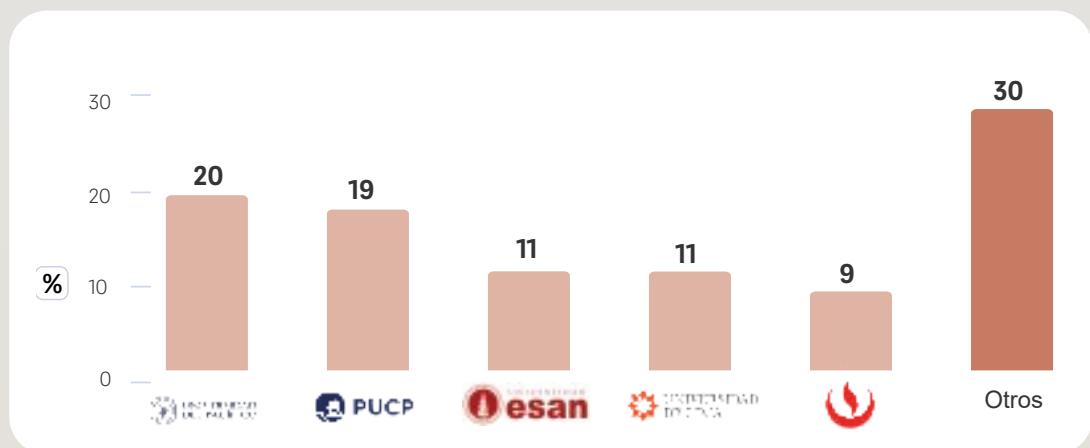
¿Cuál es su establecimiento de comida rápida preferido (Fast Food)?



¿Qué aplicativo es el que más usa para delivery de comida?



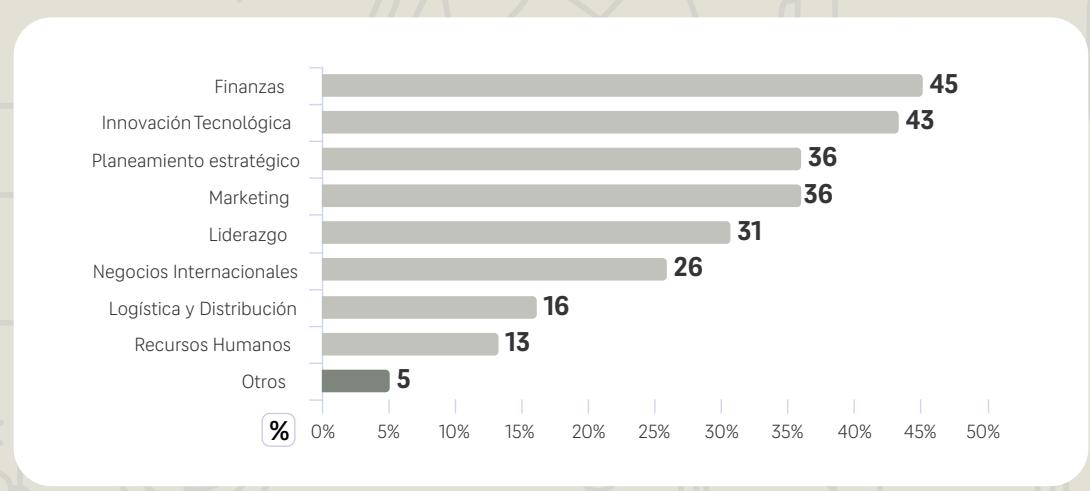
🏛️ ¿Cuál es la universidad peruana de su preferencia?

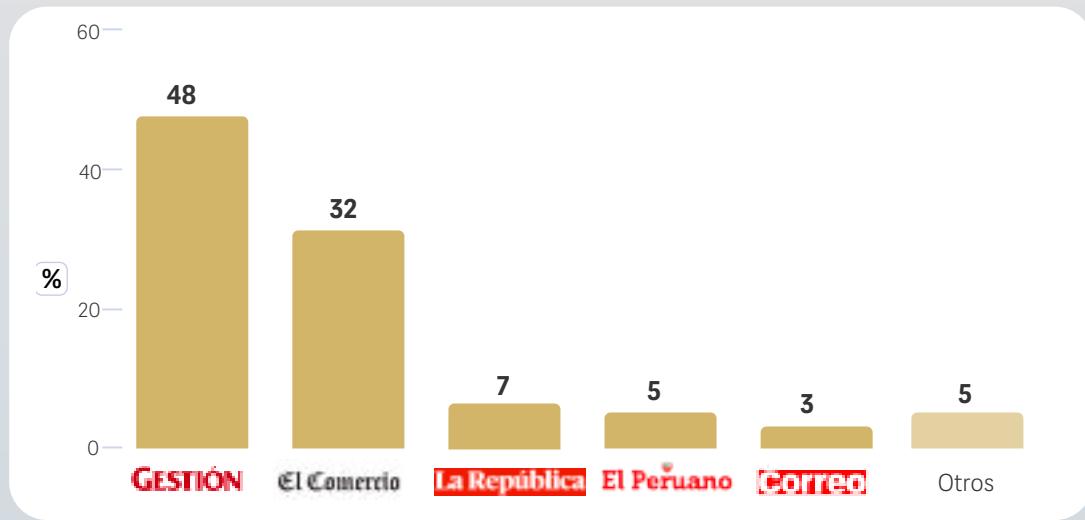
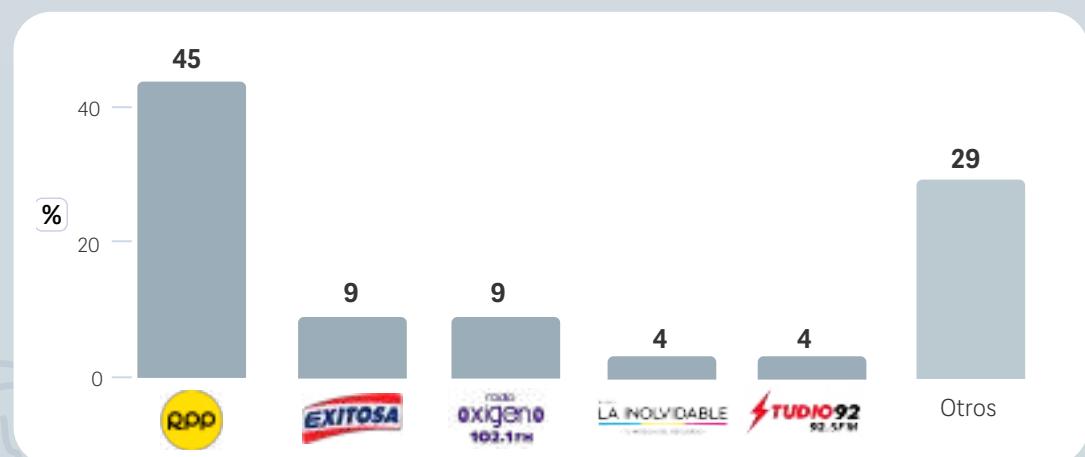
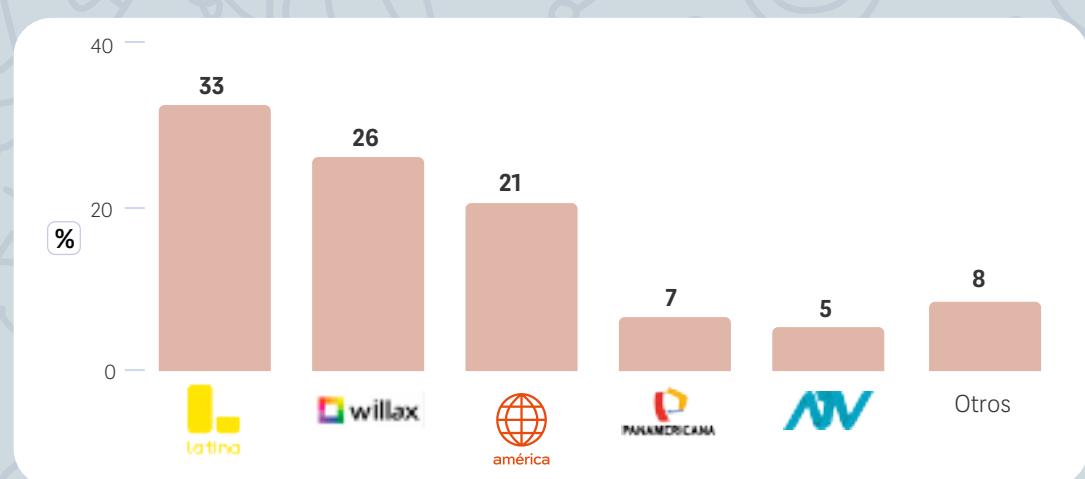


🎓 ¿Cuál es el centro de postgrado de su preferencia?



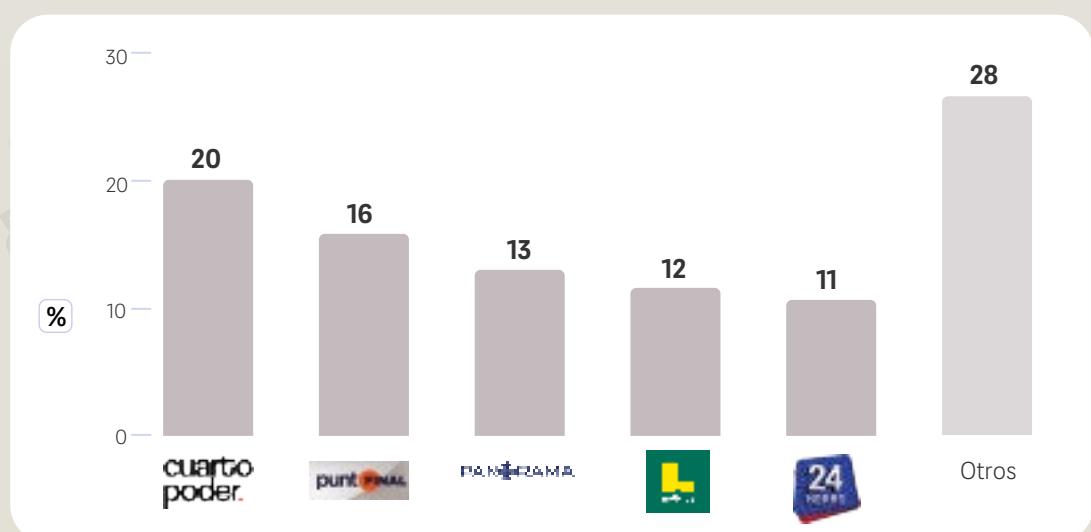
👤 ¿En qué temas le interesaría capacitarse?



 ¿Qué diario es su preferido? ¿Qué estación de radio es su preferida? ¿Qué canal de señal abierta prefiere?



¿Qué programas periodísticos prefiere?

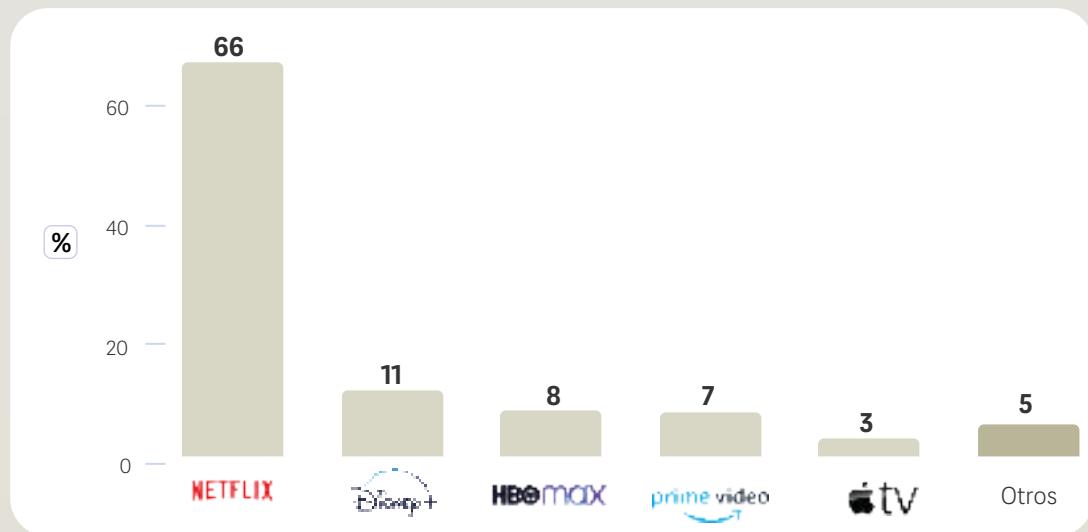


¿Qué portal periodístico prefiere?

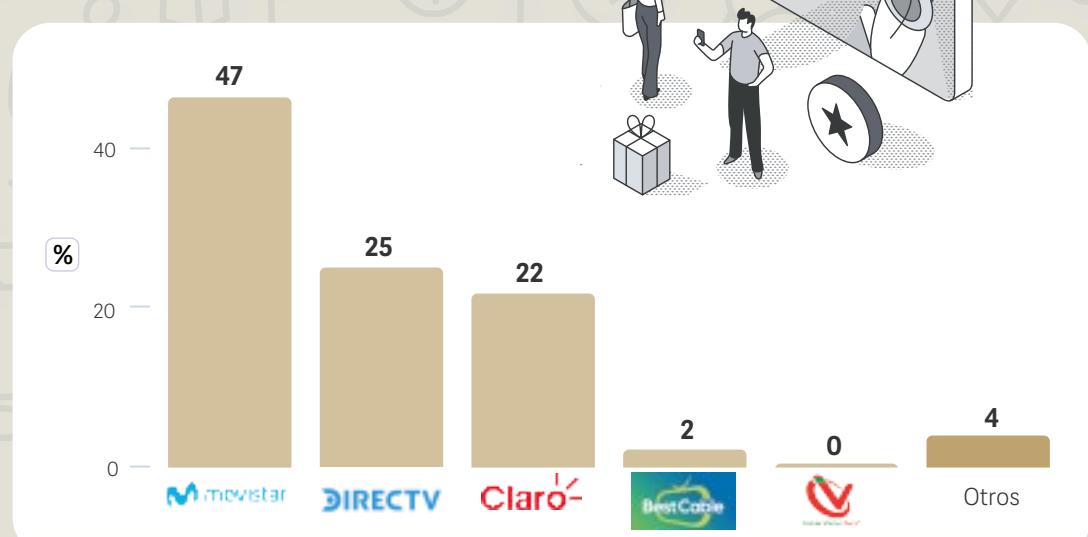


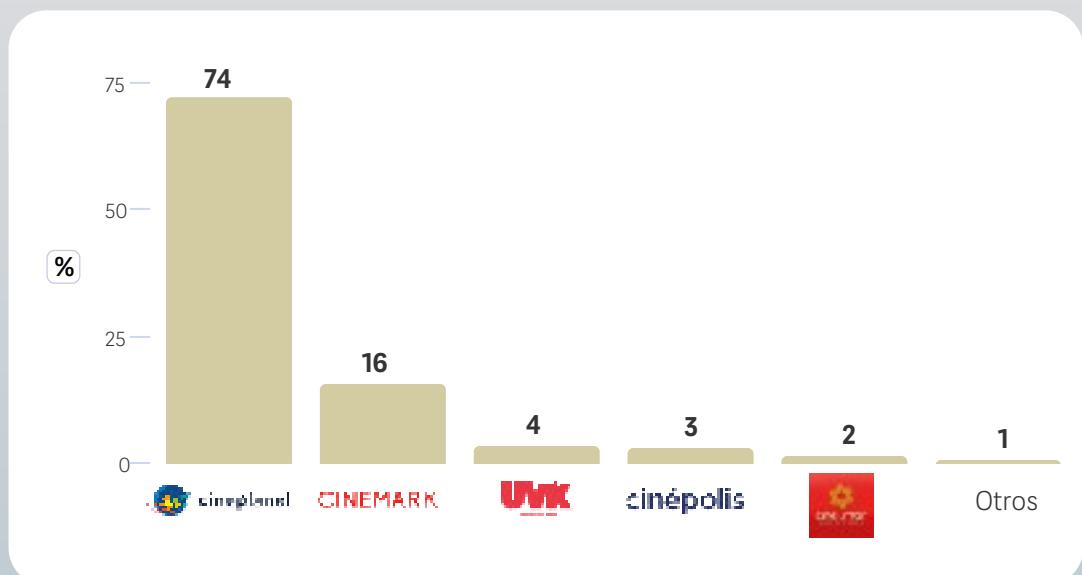
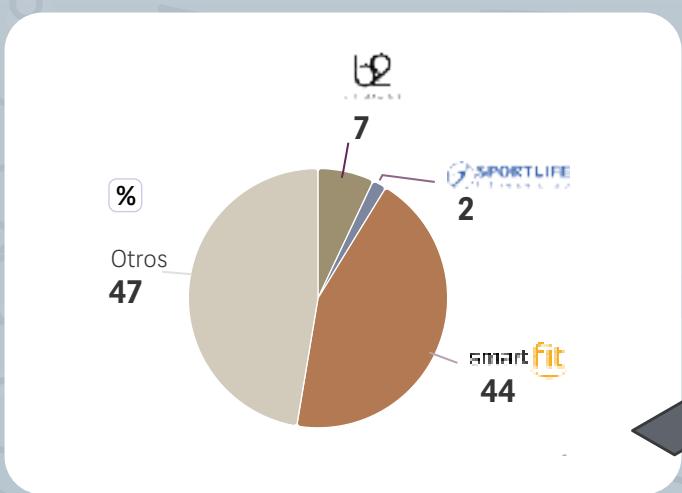


¿Qué plataforma de streaming prefiere usted?



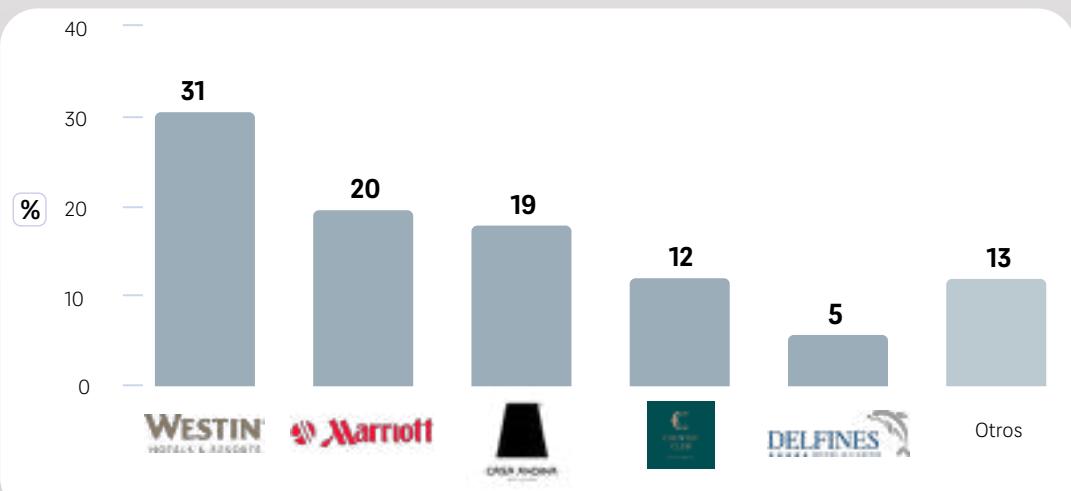
¿Cuál es la empresa de servicio de televisión por cable de su preferencia?



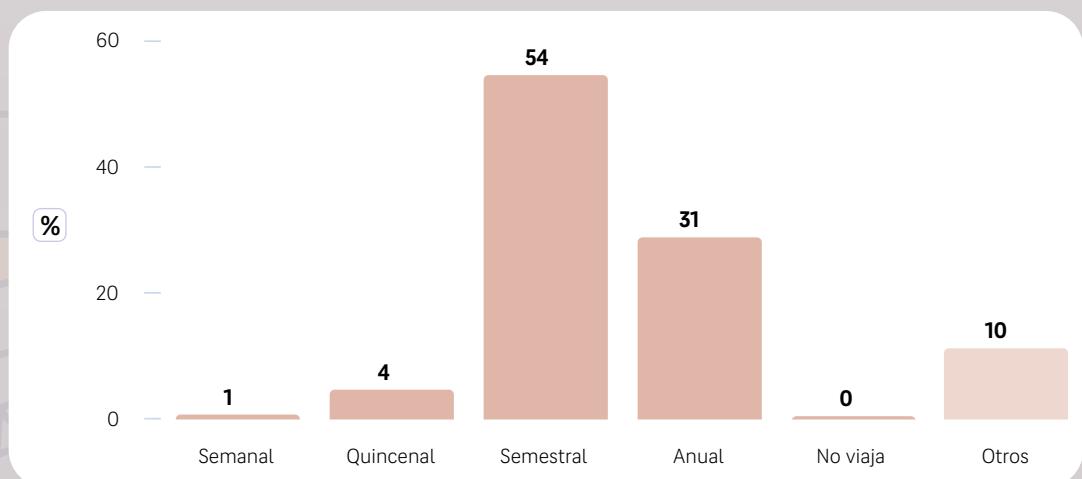
 ¿A qué cine prefiere ir? ¿A qué gimnasio acude?



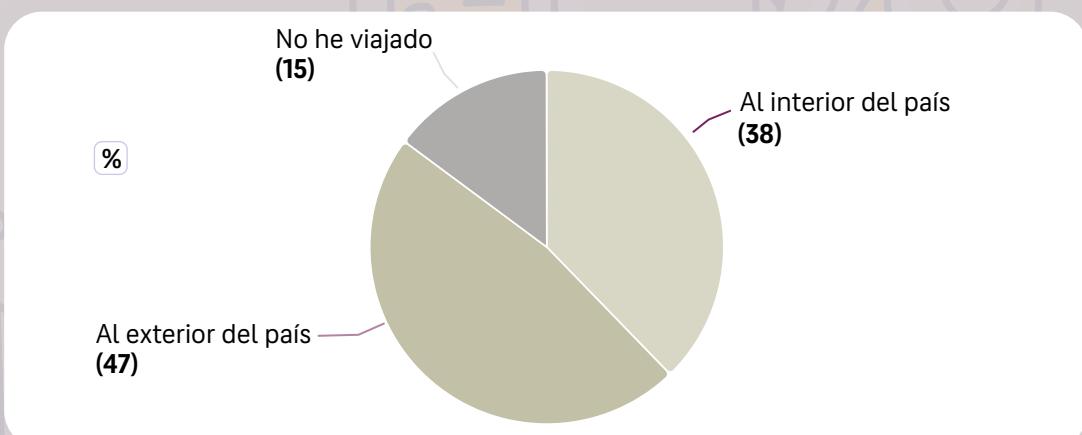
¿Cuál es el hotel de mayor prestigio?



¿Con qué frecuencia viaja?

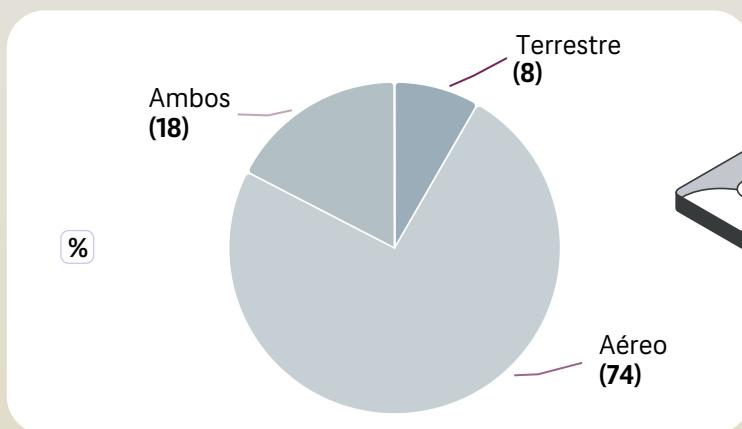


¿A dónde ha sido su último viaje, en los pasados 6 meses?

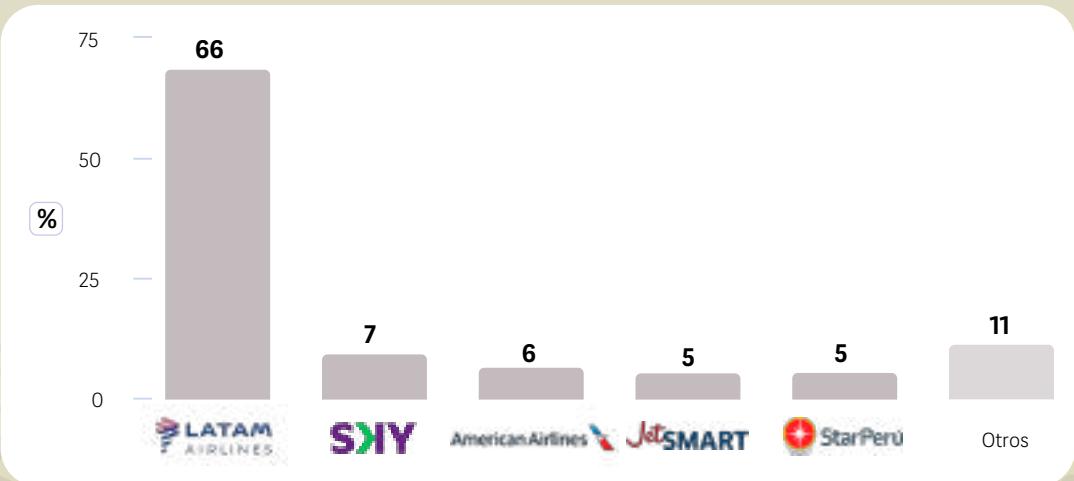




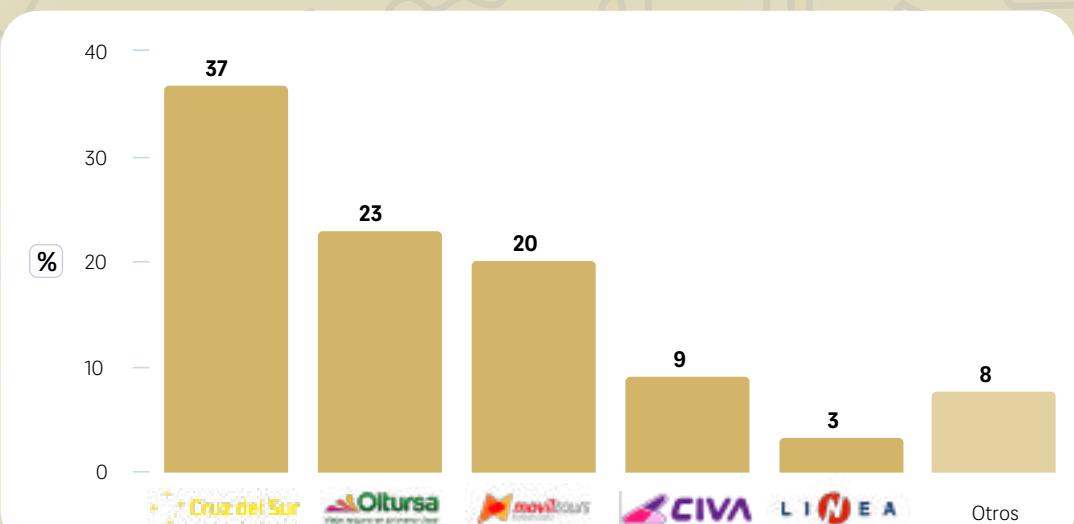
¿Por qué medio de transporte viaja?



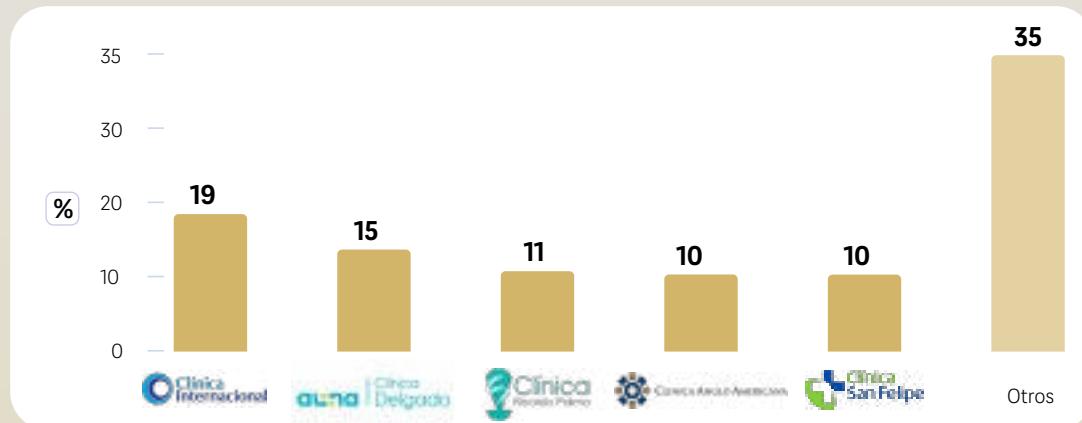
¿Cuál es la línea aérea de su preferencia?



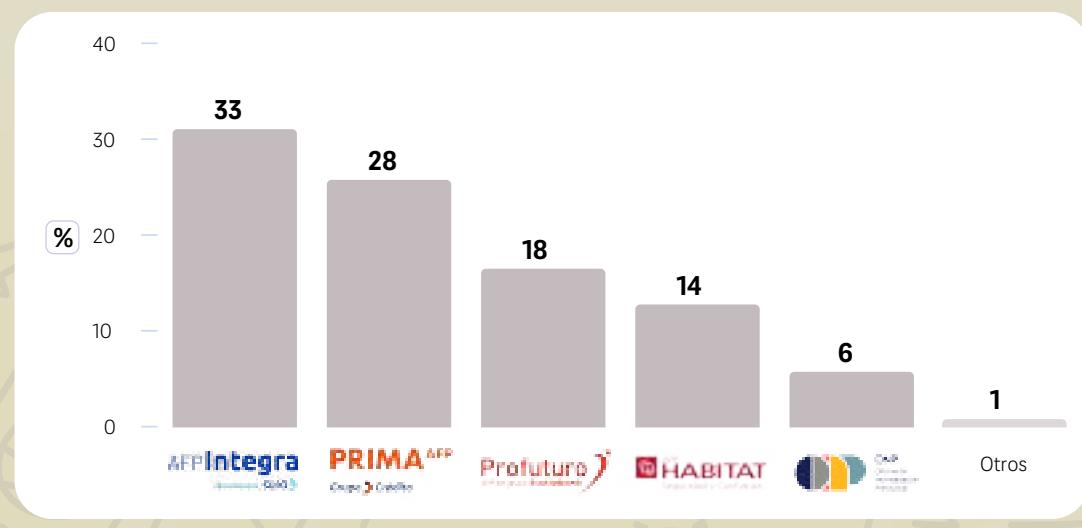
¿Cuál es la empresa de transporte terrestre de su preferencia?



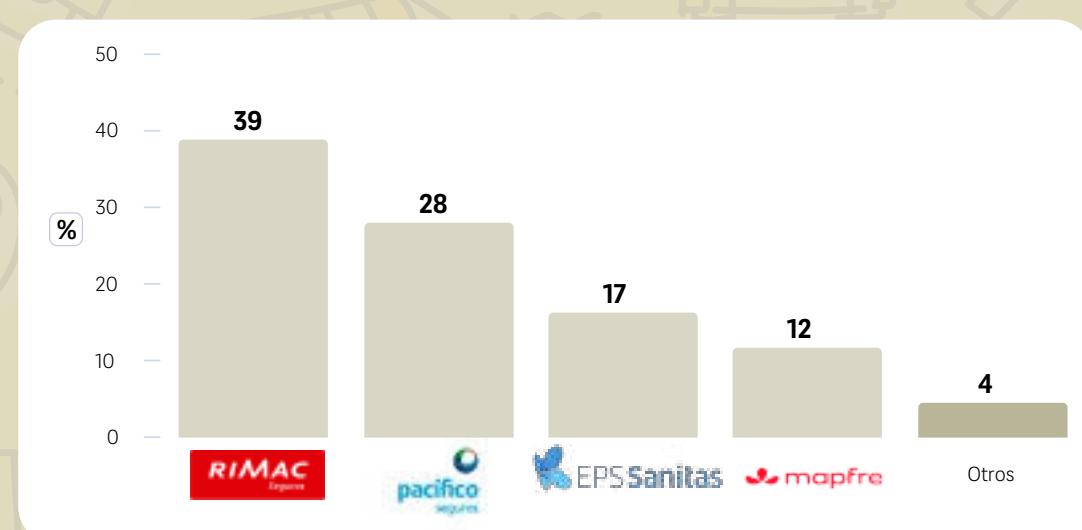
 ¿Cuál es la clínica de su preferencia?



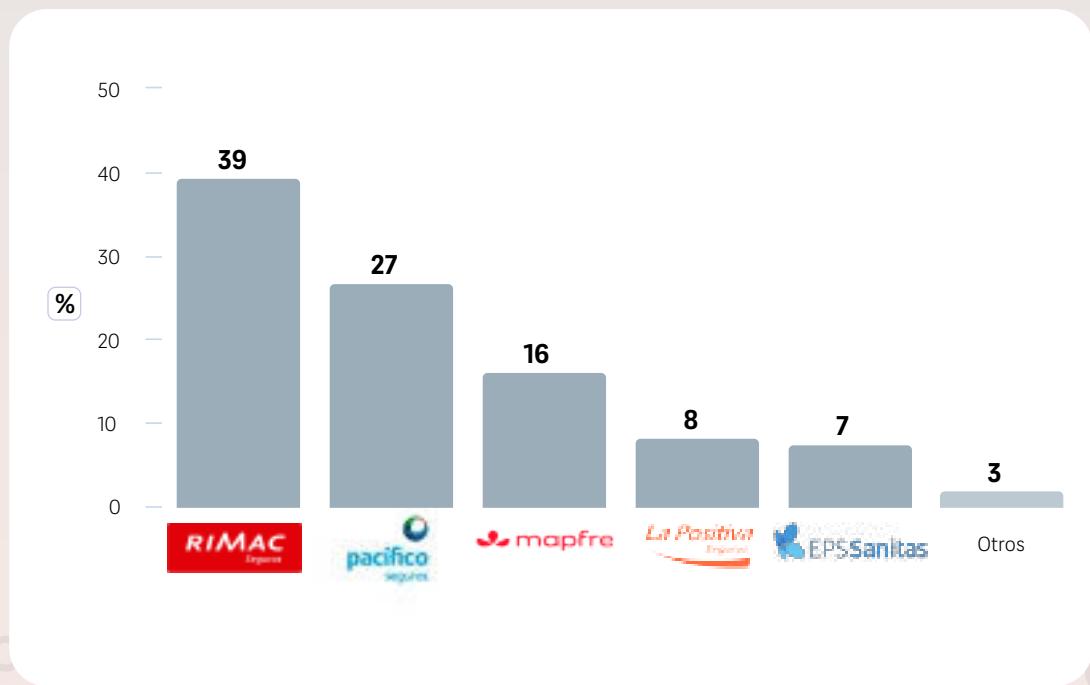
 ¿A qué Administradora de Fondos de Pensiones - AFP está afiliado?



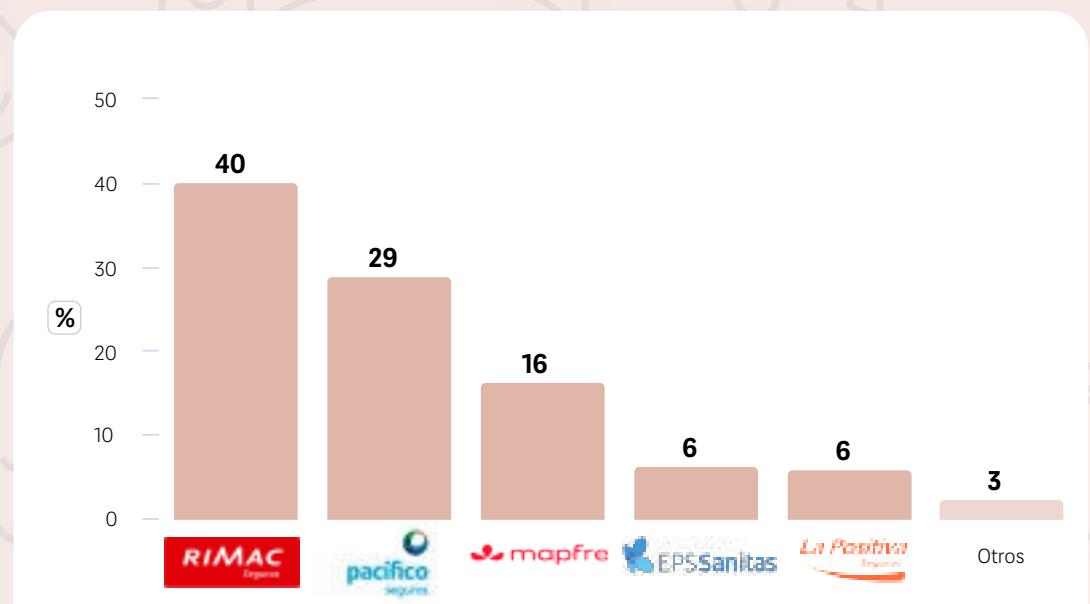
 ¿En qué EPS está suscrito?



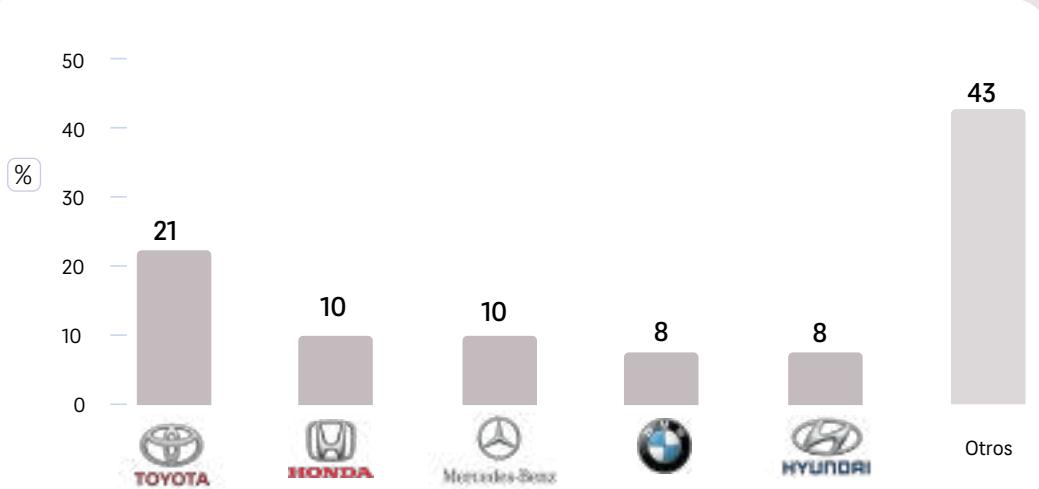
🛡️ ¿Cuál es la compañía de seguros con la que trabajan en su empresa?



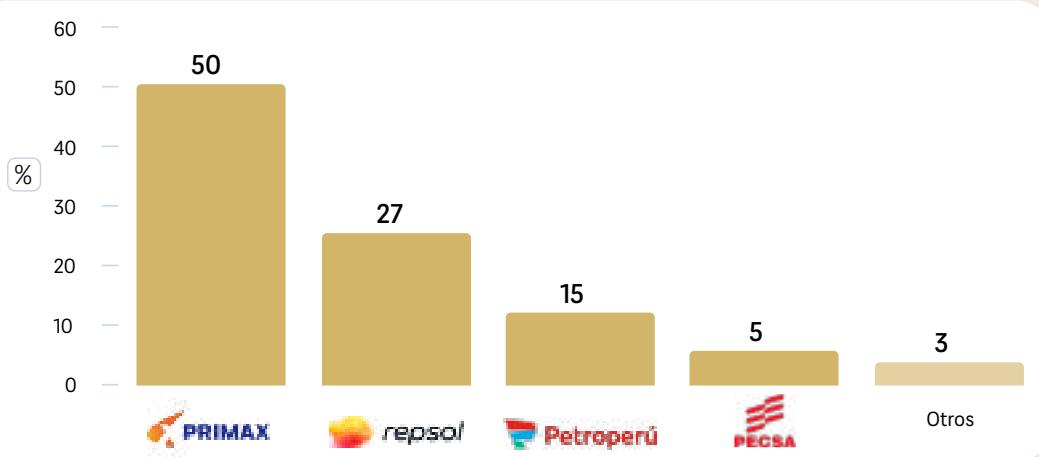
🛡️ ¿Cuál es la compañía de seguros con la que trabaja a nivel personal?



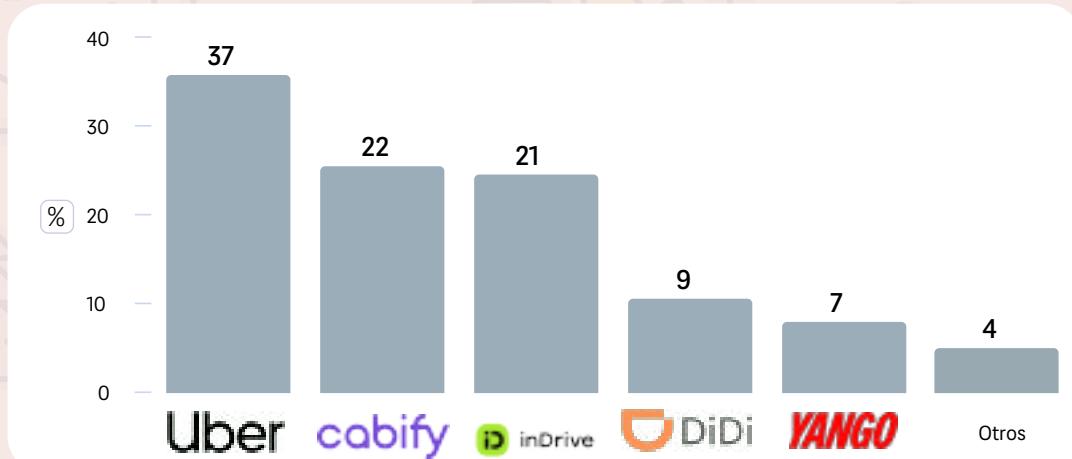
🚗 ¿Qué marca de automóvil prefiere?



⛽ ¿Cuál es la estación de combustible de su preferencia?



🚕 ¿Qué empresa de servicio de taxi por aplicativo es la que prefiere?



DEMANDA POR ALQUILER DE CASAS DE PLAYA NO DECAE, TAMPOCO SUS PRECIOS

Las playas de Lima sur y las del norte son las que concentran la mayor demanda en este verano. Predominan las estadías de una semana o quince días.

POR: MARIBEL HUAYHUAS
MHUAYHUAS@CAMARALIMA.ORG.PE

La demanda de alquiler de casas de playa en el Perú registra un fuerte crecimiento para la campaña de verano 2026, con un aumento estimado de hasta 40 % en comparación con la temporada anterior, según estimaciones del Sector de Bienes de Raíces del Gremio de Servicios de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

“Este comportamiento responde al mayor interés de familias grandes y turistas nacionales y extranjeros por vacacionar en zonas costeras, así como a una mayor planificación anticipada de estadías prolongadas”, sostuvo Lucy Miery Terán, presidenta del Sector Bienes Raíces de la CCL.

ZONAS CON MAYOR DEMANDA

Entre las zonas más demandadas para esta campaña, destaca Lima Sur, donde distritos como Punta Hermosa, San Bartolo, Asia, Santa María del Mar y Cerro Azul concentran la mayor preferencia.

A ello se suman las playas del norte del país, especialmente Mancora, Punta Sal, Vichayito y Zorritos, valoradas por su clima cálido, servicios turísticos y carácter exclusivo, lo que las convierte en una opción atractiva para visitantes, especialmente extranjeros.

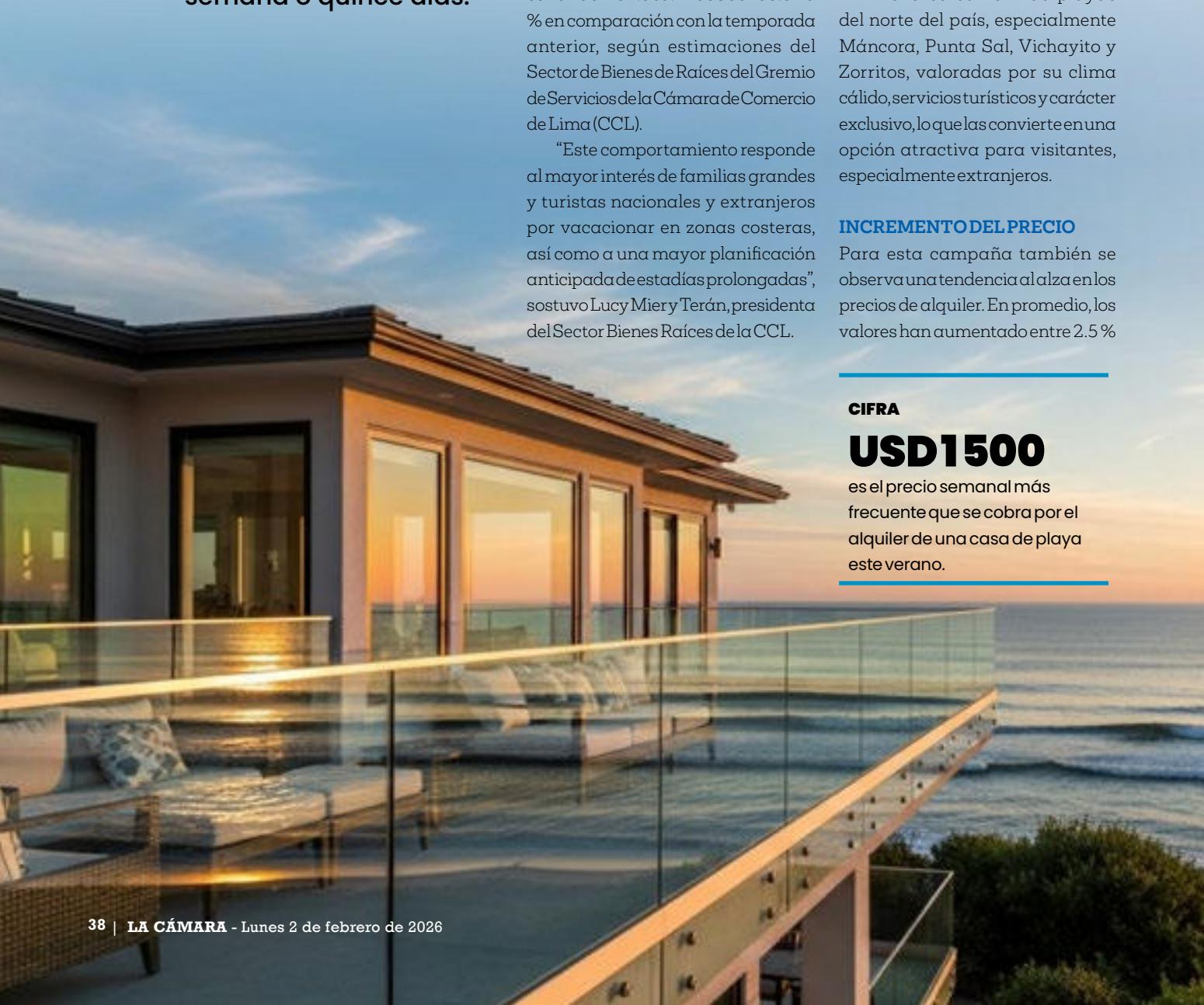
INCREMENTO DEL PRECIO

Para esta campaña también se observa una tendencia al alza en los precios de alquiler. En promedio, los valores han aumentado entre 2.5 %

CIFRA

USD1500

es el precio semanal más frecuente que se cobra por el alquiler de una casa de playa este verano.



y 5% respecto a 2025, dependiendo de la ubicación y del tipo de inmueble. Lucy Mier y Terán indica que las casas frente al mar, ubicadas en zonas exclusivas como Asia y Máncora, registran los mayores incrementos.

¿CUÁNTO CUESTA EL ALQUILER?

En cuanto a los costos, los precios varían según la duración del alquiler y los servicios incluidos. Según la representante de la CCL, para una temporada completa de verano (diciembre a marzo), los alquiladores en zonas premium pueden alcanzar valores de USD 7 500 o más.

Si la estadía es una semana, el alquiler de una vivienda frente al mar podría costar entre USD 3 000 y USD 5 000, mientras que el promedio general semanal se sitúa alrededor

de USD 1 500. Entanto, en el surchico, como San Bartolo y Pucusana, los precios oscilan entre USD 800 y USD 2 500 por semana.

"También hay casos de que algunos arrendatarios estarían dispuestos a aceptar hasta USD 1 500 mensuales por casas o departamentos cercanos a la playa en zonas de alta demanda", comentó.

¿QUE BUSCAN LOS ARRENDATARIOS?

El precio del alquiler se encuentra condicionado por diversos factores, entre ellos la ubicación, la disponibilidad de servicios adicionales como piscina, acceso directo al mar y estacionamiento, así como la infraestructura, seguridad y cercanía a centros comerciales y zonas de entretenimiento, siendo

Asia uno de los distritos con mayor valorización por su oferta de servicios premium.

Respecto al tiempo promedio de alquiler, durante la temporada alta predominan las estadías de una semana o quince días, aunque también se mantiene una demanda relevante por alquilares de toda la temporada de verano, especialmente por parte de familias que buscan viviendas amplias para reuniones prolongadas.

FAMILIAS VS JÓVENES

El perfil del arrendatario continúa siendo mayoritariamente familiar, sobre todo en alquileres de larga duración. No obstante, los grupos de jóvenes también participan activamente, principalmente en playas con vida nocturna como Asia y Punta Hermosa, aunque en menor proporción. ●

PROINNÓVATE SUMMIT 2026

De la innovación a la acción:
financiar, conectar y escalar

Temas a tratar:

1. Financiamiento y servicios para la innovación
2. Fondos de financiamiento para la innovación y desarrollo productivo
3. Aplicación de IA en empresas
4. Empresas de sectores estratégicos
5. Innovación Abierta: Vinculación Empresa
6. Feria: Soluciones tecnológicas financiadas por ProInnóvate

25

febrero

8:30 a. m. - 5:00 p. m.

Auditorio Samuel Gleiser
Centro de Convenciones de la
Cámara de Comercio de Lima

Coorganizado con:



PERÚ
Ministerio
de la Producción

PRO
innóvate

EL PERÚ A TODA
MÁQUINA!



Convierten en delito la adquisición, posesión y tráfico ilícito de datos informáticos

Medida servirá para combatir la comercialización y circulación de información obtenida sin autorización que puede usarse para fraudes, suplantaciones y extorsiones, entre otros delitos; pero supondrá un riesgo para las empresas que adquieren bases de datos con fines comerciales o de marketing.



Álvaro Gálvez Calderón
Gerente legal

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

El Decreto Legislativo n.º 1700, publicado el 24 de enero de 2026, introduce una modificación relevante a la Ley n.º 30096 - Ley de Delitos Informáticos al incorporar un nuevo tipo penal autónomo para sancionar la adquisición, posesión y tráfico ilícito de datos informáticos, incluyendo credenciales de acceso y bases de datos personales.

La medida responde a la creciente actividad ilegal de comercialización y circulación de información obtenida sin autorización, que incrementa el riesgo de fraudes, suplantaciones, extorsiones y afectaciones masivas a usuarios y organizaciones. En la exposición de motivos del decreto se enfatiza la necesidad de reforzar la seguridad y confianza digital y la tutela del derecho a la autodeterminación informativa.

1. EN QUE CONSISTE EL NUEVO DELITO

El nuevo artículo 12-A de la Ley de Delitos Informáticos sanciona a quien posee, compra, recibe, comercializa, vende, facilita, intercambia o trafica:

- a) Datos informáticos,
- b) Credenciales de acceso, o
- c) Bases de datos personales

La sanción se aplica cuando el agente conoce o debió presumir que esa información fue obtenida sin consentimiento del titular, o mediante vulneración de sistemas de seguridad o por la comisión de un delito informático.

La norma no se enfoca solo en "hackear" o "extraer" información, si no que persigue el mercado posterior (compra, venta, intercambio, posesión, etc.) y la tenencia de datos ilícitos en determinados supuestos.

Cabe recordar que ya existía en el Código Penal el Artículo 154-A sobre tráfico ilegal de datos personales, por el cual se sanciona a quien ilegítimamente comercializa o vende información no pública de la esfera personal, familiar, patrimonial, laboral, financiera u otra análoga de una persona natural, con pena de 2 a 5 años, y prevé un incremento si se comete como integrante de una organización criminal.

2. PENA APPLICABLE

La conducta descrita se sanciona con:

- Pena privativa de libertad no menor de 5 ni mayor de 8 años.
- 180 a 365 días-multa.



3. AGRAVANTES

- La pena se incrementa a no menos de 8 ni más de 10 años, e incorpora inhabilitación, cuando ocurra cualquiera de estas circunstancias:
 - a) El agente actúa como integrante de una organización criminal;
 - b) se cause perjuicio patrimonial grave o afectación a una pluralidad de personas; o
 - c) La base de datos sea procesada o custodiada por una entidad pública.

4. EXCEPCIONES: CUÁNDO NO HAY RESPONSABILIDAD PENAL

El artículo 12-A también establece supuestos en los que no hay responsabilidad penal, siempre que no exista finalidad de aprovechamiento ilícito ni de comercialización indebida:

- Cuando se cuente con autorización expresa del titular, conforme a la ley n.º 29733 (Protección de datos personales);
- Cuando se actúe en cumplimiento de mandato judicial o administrativo emitido conforme a ley; o
- Cuando se trate del ejercicio legítimo de derechos fundamentales o de funciones legalmente reconocidas.

Estas exclusiones son importantes para identificar actividades legítimas como auditorías autorizadas, ciertos tratamientos con base jurídica válida y actuaciones derivadas de requerimientos formales.

5. QUÉ IMPLICA PARA LAS EMPRESAS?

Aunque el tipo penal se dirige a conductas dolosas o al menos con un estándar en que “debieron presumir”, en la práctica eleva el riesgo para las empresas que de buena fe adquieren bases de datos y que no están en pleno conocimiento de la trazabilidad con la que se ha construido, así como de si cuentan con el respaldo de consentimiento de los titulares o de una fuente lícita. Asimismo, para aquellas que tercerizan marketing, call center, analítica o prospección con proveedores que no puedan acreditar la licitud del origen de datos; entre otros aspectos.

En esa línea, se recomienda debida diligencia de proveedores para que puedan documentar el origen lícito de los datos, base legal y medidas de seguridad adoptadas, prohibir el uso de bases no verificadas y documentar los consentimientos e incorporar en sus contratos las obligaciones de licitud y seguridad, dejando claras las responsabilidades que correspondan.



DANTE MENDOZA: “INVERSIÓN PRIVADA Y MEGAPROYECTOS SOSTENDRÁN EL CRECIMIENTO DEL SECTOR CONSTRUCCIÓN”



El presidente del Gremio de Construcción e Ingeniería de la CCL, Dante Mendoza, sostiene que la amplia cartera de proyectos públicos y privados perfila al sector construcción como un motor relevante de la economía este 2026. Sin embargo, el contexto electoral y los desafíos de gestión serán determinantes.

POR: MARIBEL HUAYHUAS
MHUAYHUAS@CAMARALIMA.ORG.PE

¿Cómo evalúa el desempeño del sector construcción en el 2025 y en los últimos años y qué factores han sido clave para su recuperación reciente?

El desempeño del sector construcción en 2025 ha sido claramente positivo. Según cifras oficiales, al cierre del tercer trimestre

el sector registró un crecimiento de 6.4 %, acumulando una expansión de 5.6 % entre enero y octubre de ese año. Para el cierre del 2025, las proyecciones han sido revisadas al alza hasta un crecimiento cercano al 5.7 %, reflejando una recuperación más sólida de lo inicialmente previsto.

Este resultado responde a una combinación de factores. Por el lado privado destaca el repunte de la inversión residencial, que logró revertir dos años consecutivos de caída. Esto gracias al dinamismo de la autoconstrucción, la reducción en los precios de materiales y una mayor disponibilidad de crédito hipotecario. En paralelo, la inversión pública, particularmente a nivel subnacional, mostró una mejora significativa en su ejecución, mientras que el avance de grandes proyectos de infraestructura aportó un impulso adicional.

En síntesis, estos elementos han permitido que el sector construcción vuelva a posicionarse como uno de los principales motores de la reactivación económica y del empleo formal en el país.

Con el respaldo de estos resultados, ¿cuánto será el crecimiento del sector para el presente año y cuáles serán los principales proyectos que impulsarán este crecimiento?



Para el 2026, las proyecciones oficiales anticipan un crecimiento moderado, pero sostenible del sector construcción, en un rango de 2.5 % a 3.1 %, sustentado en una cartera relevante de proyectos de inversión pública y privada.

En el ámbito de la inversión pública, el dinamismo estará impulsado por la continuidad de grandes obras de infraestructura de transporte, como la Línea 2 del Metro de Lima, así como el inicio de proyectos de Asociaciones Público-Privadas (APP), entre los que destaca el Anillo Vial Periférico, la modernización de los Muelles Norte y Sur del Callao y el avance del Aeropuerto Internacional de Chinchero. Si bien el proceso de consolidación fiscal podría moderar el ritmo del gasto, la inversión pública se mantendría en niveles históricamente altos, cercanos al 4.8 % del PBI.

Por el lado de la inversión privada, la minería continuará siendo uno de los principales pilares del crecimiento, con el desarrollo y construcción de proyectos como San Gabriel, Tía María, Reposición Antamina, Zafranal, Pampa de Pongo, así como iniciativas de optimización y ampliación como Cerro Verde y Huarón. Estos proyectos no solo impulsarán la inversión, sino que también generarán empleo y encadenamientos productivos en diversas regiones del país.

Asimismo, los proyectos de

irrigación, como Chinecas, Chancay-Lambayeque y la tercera etapa de Chavimochic, serán claves para ampliar la frontera agrícola y fortalecer el desarrollo regional. A ello se suman iniciativas de desarrollo industrial y urbano, como el Parque Industrial de Ancón, con una inversión estimada de US\$ 1 261 millones, que contribuirá a ordenar el crecimiento industrial y mejorar la competitividad de la economía nacional. En suma, estos factores permitirán sostener el crecimiento del sector construcción en 2026 y sentar las bases para una expansión más robusta en los años siguientes.

Si bien la inversión privada y los proyectos de APP vienen ganando relevancia, ¿qué tan determinantes serán para dinamizar el sector en el corto y mediano plazo?

La inversión privada y las APP serán absolutamente determinantes para el desempeño del sector construcción en el corto y mediano plazo. Las estimaciones indican que la inversión privada total podría superar los USD 58 000 millones en 2026, consolidándose como el principal motor del crecimiento económico.

En particular, el rol de las APP es estratégico. Entre 2025 y 2026, el país se ha trazado como objetivo la adjudicación de proyectos por cerca de USD 17 000 millones, principalmente en transporte, puertos y saneamiento.

La inversión privada y las APP serán absolutamente determinantes para el desempeño del sector construcción en el corto y mediano plazo. Se estima que la inversión privada total podría superar los USD 58 000 millones en 2026.

A ello se suma el impulso de 12 adendas priorizadas que permitirán viabilizar inversiones adicionales por más de USD 15 000 millones en infraestructura ya existente.

Esta combinación no solo garantiza una cartera sostenida de proyectos, sino que también permite acelerar la provisión de infraestructura de calidad, reducir brechas y generar empleo, siempre que se preserve la seguridad jurídica y la predictibilidad regulatoria.

¿Qué impacto tiene la estabilidad macroeconómica en el desarrollo de nuevos proyectos de construcción?

La estabilidad macroeconómica es el cimiento sobre el cual se desarrolla la industria de la construcción. Una inflación controlada dentro del rango meta de 1 % a 3 % ha permitido recuperar el poder adquisitivo de los hogares, impulsando tanto la inversión residencial como la autoconstrucción.

Asimismo, la flexibilización de las condiciones financieras, reflejada en la reducción de las tasas de interés corporativas e hipotecarias, ha disminuido el costo del capital y mejorado la viabilidad financiera de nuevos proyectos. A ello se suma la estabilidad del tipo de cambio que ha favorecido la importación de bienes de capital y materiales de construcción, los cuales han

registrado crecimientos de dos dígitos durante 2025.

En un sector intensivo en inversión y planificación de largo plazo, estos factores son decisivos para sostener la confianza de inversionistas nacionales y extranjeros.

¿Qué obstáculos estructurales aún enfrenta el sector que impiden un mayor crecimiento?

Pese a los avances, persisten desafíos estructurales que limitan el pleno potencial del sector construcción. Uno de los principales problemas es la debilidad en la gestión pública de proyectos: el 65.5 % de las obras presenta sobrecostos, principalmente debido a plazos de ejecución excesivos que promedian los 31.7 meses.

A ello se suma la existencia de 2 572 obras paralizadas, valorizadas en aproximadamente S/ 23 000 millones, muchas de ellas detenidas por discrepancias contractuales, arbitrajes y deficiencias en los expedientes técnicos. La tramitología, la sobreregulación y la escasez de capacidades técnicas especializadas siguen siendo barreras relevantes.

Desde el gremio, consideramos clave profundizar los esfuerzos de simplificación administrativa y fortalecer la gestión de proyectos mediante estándares modernos.

¿Qué regiones del país muestran mayor dinamismo y dónde existen oportunidades para proyectos de gran envergadura?

Arequipa destaca con una cartera priorizada de 20 proyectos estratégicos que superan los USD 14 000 millones. Cajamarca lidera la inversión minera con ocho proyectos valorizados en más de USD 16 000 millones. También muestran alto dinamismo regiones como Áncash, La Libertad y Piura, principalmente en infraestructura vial, irrigación y puertos, así como Cusco en transporte y salud.



Pese a los avances, persisten desafíos estructurales que limitan el pleno potencial del sector construcción. Uno de los principales problemas es la debilidad en la gestión pública de proyectos: el 65.5 % de las obras presenta sobrecostos.

Las mayores oportunidades para proyectos de gran envergadura se concentran en el hub portuario Chancay–Ancón, en Lima, y en la ambiciosa cartera ferroviaria nacional, valorizada en más de USD 41 000 millones.

En un contexto preelectoral, ¿qué señales deberían priorizar los candidatos para atraer mayor inversión al sector?

La señal más importante para los inversionistas es la continuidad de la estabilidad macroeconómica y el respeto irrestricto a los marcos jurídicos que rigen la inversión privada. La predictibilidad es clave para proyectos de largo plazo como los de construcción e infraestructura.

Asimismo, los candidatos deben priorizar reformas orientadas a reducir las ineficiencias en las compras públicas, lo que podría generar ahorros de hasta 2.5 % del PBI, y comprometerse con el destrabamiento efectivo de las obras paralizadas. El fortalecimiento de capacidades de gestión, mediante herramientas como BIM y Oficinas

de Gestión de Proyectos (PMO), también resulta fundamental.

Finalmente, un proceso electoral ordenado y responsable es, en sí mismo, una señal potente para no interrumpir las decisiones de inversión.

Para finalizar, ¿cómo contribuye el sector construcción al cierre de brechas y al desarrollo sostenible del Perú?

El sector construcción es uno de los principales motores de la infraestructura, la productividad y el empleo formal en el Perú. Con una inversión del gobierno general cercana al 5 % del PBI y una cartera de proyectos privados que supera los USD 80 000 millones, el país enfrenta una oportunidad histórica para cerrar brechas sociales y territoriales.

Desde el Gremio de Construcción e Ingeniería de la CCL reafirmamos nuestro compromiso con el diálogo público-privado y con la promoción de reformas que permitan transformar este dinamismo en desarrollo sostenible y bienestar para todos los peruanos.●

1 RENZO COSTA LANZA CAMPAÑA POR SAN VALENTÍN

Bajo el concepto "Mi Persona Favorita", Renzo Costa presentó una selección de productos diseñada para distintos tipos de regalo y presupuestos, con opciones disponibles desde S/ 70. El portafolio incluye accesorios de cuero como charms y monederos, así como nuevos ingresos, en porta lentes y porta pasaportes. Esta propuesta se complementa con billeteras, carteras y morrales en una variedad de diseños y formatos, orientados a diferentes estilos y necesidades.



"Todas las piezas mantienen los estándares de calidad, diseño y funcionalidad que caracterizan a la marca y responden a las necesidades de distintas generaciones", señaló Andrea Cabanillas, gerente comercial de Renzo Costa.

2 GRUPO T&C CELEBRA 23 AÑOS Y SE PROYECTA HACIA EL EXTERIOR

En febrero, la Inmobiliaria Grupo T&C cumple 23 años en el mercado peruano. Karin Ticona, directora comercial de la compañía, destacó que uno de los principales logros de la empresa ha sido contribuir a mejorar la calidad de vida de más familias a través de sus proyectos inmobiliarios.

Ticona señaló que la inmobiliaria proyecta su expansión hacia mercados internacionales a través de su proyecto Edge House, ubicado en Miami, Estados Unidos. Asimismo, como parte de las actividades conmemorativas, la empresa realizará el sorteo de un auto 0 kilómetros entre los clientes que adquieran un departamento u oficina hasta el 28 de febrero.



DESDE EL FRENTE EMPRESARIAL

POR: SANDI NARCISO
REDACTORA



4 MATHIAS PELUQUERÍA CLÁSICA CONMEMORA SU 24 ANIVERSARIO

Fundada por los hermanos Víctor y Rober Matías Márquez, junto a su primo Ismael Márquez Matías, la peluquería se ha consolidado, a lo largo de más de dos décadas, como un referente del corte clásico a tijera y de la atención personalizada al caballero moderno, en el centro financiero de San Isidro. "Desde nuestros inicios, Mathias nació con una visión clara: preservar la peluquería clásica en un contexto donde las modas cambian rápidamente, sin perder la elegancia ni el rigor técnico que distinguen al oficio", señaló su cofundador, Rober Matías Márquez.

3 LA CASA DEL ALFAJOR Y DEL AMOR

En el marco del Día del Amor, la cadena peruana presenta una edición especial de alfajores, que incluye empaques exclusivos diseñados para la campaña, alfajores familiares con presentaciones atractivas pensadas para regalar, así como una edición especial de alfajores en forma de corazón. Esta última contempla versiones con cobertura

bitter en corazones rosados y otras sin cobertura. La propuesta busca resaltar el valor del detalle, el diseño y la experiencia del producto durante la campaña de San Valentín.



Importaciones en alza impulsan a empresas peruanas a la Feria de Cantón

**Mayenne Malpartida**

Coordinadora de Promoción de Importaciones - CCEX

Al cierre del 2025, las importaciones peruanas crecieron 10.3 % respecto al año anterior, impulsadas principalmente por la mayor compra de bienes intermedios, seguidos por bienes de capital y de consumo, reflejando un mayor dinamismo de la actividad económica.

De acuerdo con información de la Sunat, obtenida a través de la plataforma Camtrade Plus, los bienes intermedios registraron un crecimiento de 4.8 %, destacando los insumos para la industria. En tanto, los bienes de capital y materiales de construcción mostraron el mayor dinamismo, al crecer 18.3 %, impulsado por el aumento en equipos de transporte y bienes de capital para la industria, mientras el rubro de bienes de consumo avanzó 12.4 %, lo que evidencia una recuperación del consumo interno.

En este contexto, China se consolidó como el principal proveedor del Perú, seguida por Estados Unidos y Brasil.

Este escenario confirma para el sector empresarial la importancia de una planificación estratégica de las importaciones que incorpore variables

determinantes como los costos logísticos, la diversificación de proveedores y la evolución de los mercados internacionales.

Además, en un entorno global cada vez más competitivo, el acceso directo a fabricantes y proveedores internacionales se vuelve un factor clave para fortalecer la eficiencia operativa y la competitividad de las empresas peruanas.

Bajo esta premisa, la Feria de Cantón 2026, que se realiza en los meses de abril y octubre, y es reconocida como la mayor plataforma comercial de China y una de las más importantes del mundo, se posiciona como un espacio estratégico para los importadores peruanos.

Consciente de esta oportunidad, la Cámara de Comercio de Lima, a través de su Centro de Comercio Exterior (CCEX), organizará para la edición de abril, una misión empresarial que reunirá a 45 empresas peruanas de diversos sectores. Ello, con el objetivo de identificar nuevas oportunidades de negocio, con mejores condiciones comerciales y fortalecer su posicionamiento en un mercado global cada vez más dinámico y exigente.●

bh tv

nuestro canal



LUNES Y VIERNES 7PM

LA SILLA ELÉCTRICA

Análisis de Alto Voltaje



JOSÉ ANTONIO
AGUILAR

✓ ENTRETENIMIENTO
Y CULTURA

✓ BUSCANOS EN TU SEÑAL
DE CABLE FAVORITA



INICIA TU CAMINO AL ÉXITO CON FRANQUICIAS TINBET

+700 LOCALES
EN TODO EL PERÚ



AUTORIZADO POR:



BENEFICIOS PARA FRANQUICIADOS



Alta
RENTABILIDAD



Asesoría Legal
Y COMERCIAL



Marketing
360°



Retorno de
INVERSIÓN



Soporte y
ATENCIÓN 24/7