

ENTREVISTA

Sector Entretenimiento pide mantener el modelo económico para generar confianza.

CRECIMIENTO

Invertir en educación y en innovación y desarrollo es clave para crecer en base a la productividad.

La Cámara

REVISTA DIGITAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

OBJETIVO: INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD

Para crecer de manera sostenible y generar mayor bienestar, el Perú requiere implementar estrategias que eleven la productividad de trabajadores y empresas.

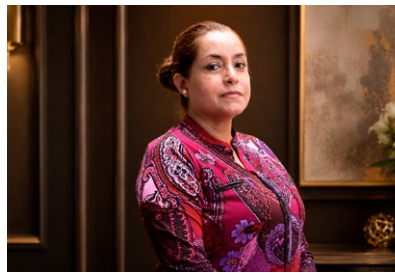


4



LA PRODUCTIVIDAD ES LA CLAVE

PAÍSES CON CRECIMIENTOS SOSTENIBLES Y QUE LOGRARON UN MILAGRO ECONÓMICO BASARON SU DESPEGUE EN AUMENTOS DE PRODUCTIVIDAD, SEGÚN INFORME DEL IEDEP



8 INVESTIGACIÓN

ESTUDIOS DEMUESTRAN LA IMPORTANCIA DE LA EDUCACIÓN E I+D

12 ENTREVISTA

DORIS ESPINOZA, GREMIO ARENA: MANTENER EL MODELO ECONÓMICO SERÁ CLAVE PARA IMPULSAR INVERSIONES

18 CONSULTORIO

EL PODER DE DIRECCIÓN DEL EMPLEADOR Y EL DEBIDO PROCESO

20 LEGAL

CAMBIOS EN LAS PERCEPCIONES PARA PRODUCTOS SENSIBLES AL FRAUDE

24 CONECTADOS

LAS NOVEDADES EMPRESARIALES QUE PRESENTAN NUESTROS ASOCIADOS

26 ELECCIONES 2026

LA CCL DIFUNDE MAPA MÁS DETALLADO DEL RESULTADO DE LA SEGUNDA VUELTA

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

AUDIOVISUALES
Alex Vidal Peralta
Nadia Montalva Pachas

REDES SOCIALES
Erick Alegre Sichis
Verónica Carbajal Fernández

ANÁLISIS ECONÓMICO
Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP)

ANÁLISIS DE COMERCIO EXTERIOR
Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior (Iindexcam)

ANÁLISIS LEGAL

Centro Legal de la CCL

JEFE DE PUBLICIDAD
Robert Sosa Herrera

EJECUTIVOS DE PUBLICIDAD

Ricardo Angellat Corzo
Julissa Donayre Sarango
Johanna Díaz
Giovanni Vergara
Francis López
Karina Núñez

Publicidad: publicidad@camaralima.org.pe

NUESTRAS SEDES

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

INDUSTRIA GRÁFICA CIMAGRAF S.A.C.

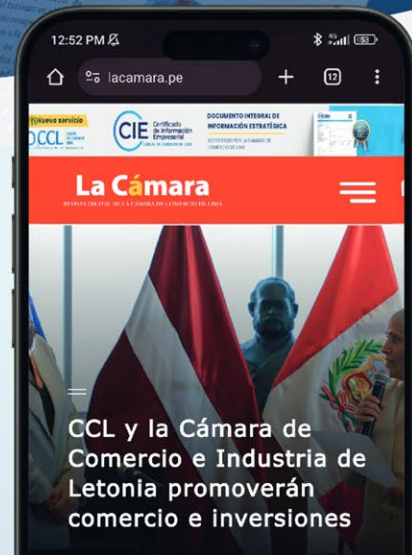
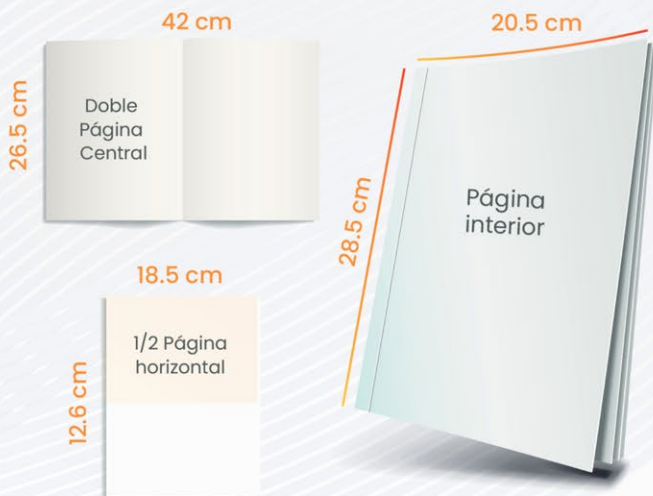
HECHO EL DEPÓSITO LEGAL
EN LA BIBLIOTECA NACIONAL
LEY N° 26905, REGISTRO N° 2001-3291

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.

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.

Lo que el Perú necesita es un milagro de productividad

El crecimiento basado en estabilidad macroeconómica, demanda interna y recursos naturales debe dar paso a otro generado por el capital humano, capital físico, tecnología e innovación.



Óscar Chávez

Jefe del Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial de la CCL

El Perú se encuentra en una posición económica ambivalente. Por un lado, ha logrado avances importantes en bienestar económico durante las últimas décadas: crecimiento sostenido, reducción de la pobreza, estabilidad macroeconómica, inflación controlada, bajo endeudamiento público y una economía abierta que ha sabido aprovechar ciclos favorables de precios internacionales.

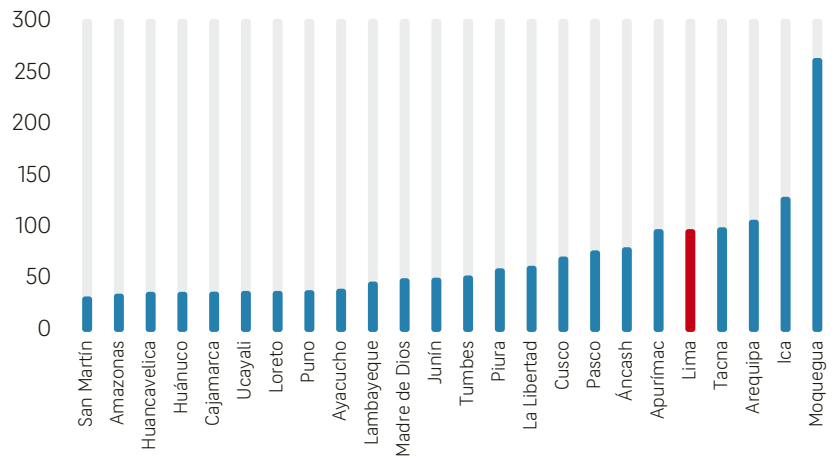
Sin embargo, estos logros no son suficientes para garantizar una mejora sostenida y generalizada del bienestar. La pobreza monetaria se ha reducido, pero todavía afecta a una parte importante de la población. De 16.1 millones en 2004 se redujo a 6.5 millones en 2019, aunque al 2025, los 8.8 millones de peruanos pobres, nos ubican por encima de los niveles de prepandemia.

Además, la economía rural, en donde se encuentran 6 millones de peruanos continúa mostrando brechas urbana-rural altísimas en infraestructura, conectividad, acceso a servicios públicos y oportunidades laborales. Esta fragilidad muestra que el crecimiento económico peruano ha sido positivo, pero no plenamente transformador.





PERÚ: PRODUCTIVIDAD LABORAL MEDIA (Lima = 100)



Fuente: INEI

Elaboración: IEDEP

DESEMPEÑO 2026

Entre enero y abril del presente año, la economía peruana creció 3.6%, impulsada principalmente por la demanda interna privada y sectores como Construcción, Alojamiento y restaurantes y Comercio.

Las proyecciones a nivel región muestran que seríamos la tercera economía con mayor crecimiento en 2026. Sin embargo, cuando se observa el PBI por habitante medido en dólares de paridad de poder de compra, el Perú se ubica séptimo en la región, superando solo a Venezuela, Bolivia y Ecuador.

El Perú tiene una economía que crece, pero todavía no genera suficiente valor por habitante. Esa es la diferencia entre crecimiento y bienestar. El crecimiento mide cuánto aumenta la producción; el bienestar depende de cuánto de ese crecimiento se traduce en mejores ingresos, mejores empleos, mayor productividad y menor vulnerabilidad.

PRODUCTIVIDAD ES EL PROBLEMA

El bajo bienestar relativo del Perú está estrechamente vinculado con la productividad. Se estima que el 56% de los trabajadores tienen una productividad menor a la de un trabajador de Lima. En diez departamentos del país, la productividad laboral es menos de la mitad respecto a un trabajador de la capital. Esto evidencia una fuerte brecha territorial en productividad laboral.

El problema no es solo que algunas regiones tengan menor ingreso, sino que producen menos valor por trabajador. Por ello, el país no puede conformarse con crecer por demanda interna o por sectores coyunturales. Necesita elevar la productividad en las regiones, empresas y trabajadores. Sin productividad, el crecimiento

no se transforma plenamente en bienestar.

Una economía emergente que crece alrededor de 3% anual puede considerarse estable, pero no dinámica. Para un país de ingreso medio como el Perú, esa tasa es insuficiente, ya que si se le descuenta el crecimiento poblacional (1.1%), el ingreso per cápita real crece aproximadamente 2%. A ese ritmo, duplicar el ingreso promedio tomaría 35 años.

CRECER A MAYORES TASAS

La pregunta relevante es si una economía puede sostener una expansión de 5% anual o más durante al menos cinco años consecutivos. La respuesta es afirmativa. Según la base de datos del FMI para el periodo 1980-2025, 89 países lograron registrar un crecimiento promedio igual o superior a dicho umbral por más de un quinquenio.

Algunos casos muestran rachas muy prolongadas. China creció a una tasa promedio de 9.6 % entre 1991 y 2019,



durante 29 años. Etiopía creció 9.4 % entre 2004 y 2025, durante 22 años. Vietnam creció 6.7 % entre 2000 y 2019, durante 20 años. También destacan Corea, Bangladesh, Laos, Mozambique, Malasia, Tailandia, Indonesia y otros países.

La evidencia demuestra que crecer no es imposible. Muchos países, bajo distintas rutas, han logrado sostener tasas altas de crecimiento, pero lo importante no es solo que se puede crecer más, sino que importa la calidad del crecimiento. No todos los casos vistos producen los mismos resultados sociales deseados.

TIPOS DE MILAGROS

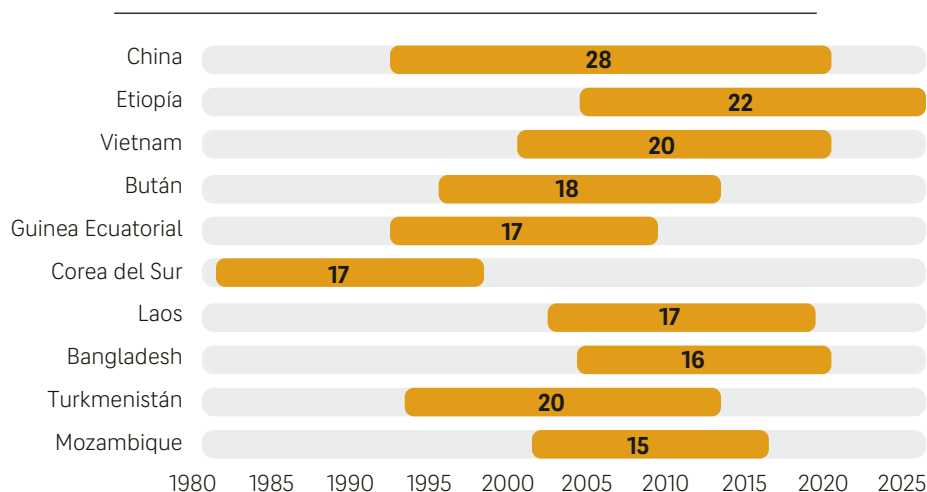
La experiencia internacional muestra que el crecimiento sostenido puede seguir distintas rutas. No existe un único tipo de "milagro económico", pero sí se observan patrones diferenciados según el motor que impulsa la expansión. En términos generales, se distinguen tres grupos: economías que elevaron su productividad mediante exportaciones, productividad e inserción global; países que aceleraron su crecimiento a partir del cierre de brechas básicas; y economías beneficiadas por boom de recursos naturales.

El primer grupo corresponde a países que crecieron apoyados en exportaciones, manufactura, servicios transables, inversión extranjera, cadenas globales de valor y mejoras sostenidas de productividad. En esta ruta se ubican experiencias como China, Vietnam, Corea, Bangladesh, Camboya y Singapur. Su principal fortaleza es que el crecimiento no depende solo de producir



DIEZ RACHAS MÁS LARGAS CON CRECIMIENTO SUPERIOR AL 5%

(En años)



Fuente: FMI

Elaboración: IEDEP

más, sino de producir mejor: con mayor capital humano, innovación, tecnología, aprendizaje empresarial e inserción en mercados internacionales.

En el segundo grupo, figuran Etiopía, Tanzania, Laos, Bután, Uganda y Mozambique. Estos países partieron de grandes déficits de infraestructura, conectividad y servicios básicos, por lo que la inversión permitió elevar rápidamente su capacidad productiva e integrar territorios antes rezagados. Sin embargo, la sostenibilidad de esta ruta depende de la calidad de la inversión, la capacidad institucional y el manejo prudente del financiamiento.

El tercer grupo es el crecimiento impulsado por recursos naturales, donde se consideran a Guinea Ecuatorial, Azerbaiyán, Turkmenistán y Nigeria. En estas experiencias, el aumento de precios internacionales, el descubrimiento o la explotación intensiva de commodities

puede elevar rápidamente el PBI, las exportaciones y los ingresos fiscales. No obstante, es la ruta más vulnerable si la renta generada no se transforma en infraestructura, diversificación productiva, capital humano e innovación.

¿QUÉ REQUIERE EL PERÚ?

El Perú necesita un milagro de productividad. Esto significa pasar de un crecimiento apoyado en estabilidad macroeconómica, demanda interna y recursos naturales hacia un crecimiento basado en productividad, capital humano, capital físico, tecnología, innovación, instituciones y calidad regulatoria.

No se trata de renunciar a sus recursos naturales ni a la inversión en infraestructura, pero tampoco puede depender únicamente de ellos. El núcleo del nuevo crecimiento debe ser la productividad. Por tanto, el milagro que necesi-

ta el Perú debe combinar tres elementos: productividad exportadora, cierre de brechas regionales y uso responsable de recursos naturales. Solo así, el crecimiento dejará de ser un resultado coyuntural y se convertirá en una verdadera fuente de bienestar económico para más peruanos.

El Perú necesita construir un nuevo milagro de productividad. Esto implica pasar de un crecimiento apoyado en es-

tabilidad macroeconómica, demanda interna y recursos naturales hacia un modelo basado en mayor productividad, capital humano, infraestructura, tecnología, innovación e instituciones sólidas.

No se trata de renunciar a la minería ni a la inversión en infraestructura, sino de convertirlas en motores de diversificación, empleo formal y desarrollo regional. La clave es que los recursos e inversiones eleven la

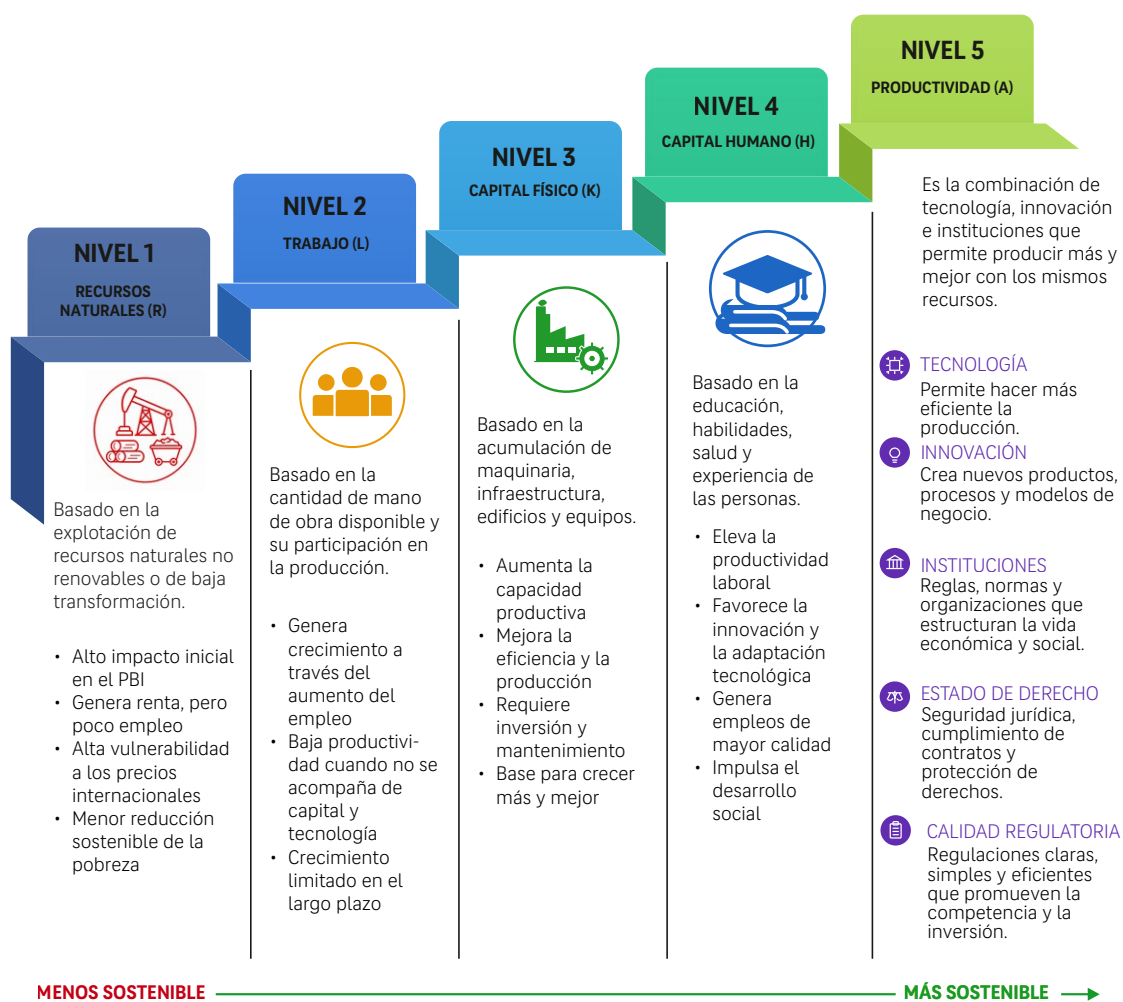
productividad y no solo impulsen el crecimiento de manera temporal.

Por ello, el país requiere combinar tres elementos: productividad exportadora, cierre de brechas regionales y una mejor articulación de sus recursos naturales con inversión, tecnología, proveedores locales y empleo formal. Solo así el crecimiento podrá convertirse en una fuente sostenible de bienestar para más peruanos. ●



JERARQUÍA DE LOS MOTORES DEL CRECIMIENTO DE LARGO PLAZO

Del crecimiento menos sostenible al más sostenible



Los países que alcanzan un crecimiento sostenido y sostenible en el tiempo son aquellos que avanzan en esta jerarquía: de depender de los recursos naturales a construir productividad a través del conocimiento, la innovación y la calidad institucional.

Fuente: INEI

Elaboración: IEDEP

Invertir en educación y en I+D es clave para aumentar productividad

Investigación desarrollada para América Latina muestra que los Estados deben apoyar la formación de capital humano.

Juan Vargas
SánchezPeriodista

A sí como el crecimiento económico es una demostración del progreso de los países, de su capacidad para generar empleos, mejorar los ingresos y elevar la calidad de vida de su población; por el contrario, no lograr crecer a tasas significativas es una muestra de las limitaciones que se padece el país.

Según reconocidos economistas como Robert Barro y Robert Lucas, para alcanzar un crecimiento sostenido se requiere incrementar el capital humano y el conocimiento, es decir, invertir en educación y en investigación y desarrollo.

Lo mismo han comprobado José Arévalo, Alberto Arévalo, Irvin Delgado, Víctor Arévalo, Lilia Rodas y Christian Gutiérrez, economistas de la Universidad Nacional Federico Villarreal, investigaron la correlación existente entre crecimiento, inversión en educación e inversión en I+D para doce países de América Latina durante el período 2006-2019. Los resultados econométricos pueden verse en: https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2960-24672025000100202&lang=en.

Los investigadores confirmaron la importancia del gasto público en educación, encontrando que los países que han sostenido políticas educativas continuas, acompañadas de reformas curriculares y expansión de la cobertura, muestran tasas de crecimiento superiores al promedio regional. Este efecto se explica por el aumento en la calificación de la fuerza laboral, la mayor capacidad de innovación y la mejora en la eficiencia del sector productivo.

Sin embargo, hallaron que el gasto en investigación y desarrollo (I+D) actúa de manera negativa sobre el crecimiento, lo que podría deberse a: En primer lugar, la baja proporción del gasto en I+D respecto al PBI en la mayoría de los países latinoamericanos

Asociado **CCL**, tus beneficios en un solo lugar



Descubre los servicios, eventos y capacitaciones incluidas en tu membresía.



Conecta con **+60,000 ejecutivos** y amplía tu cartera de clientes.



Asesoría legal **ilimitada** para tu negocio.



5 becas completas en diplomados ejecutivos gratuitos.



Acceso a ambientes **exclusivos**.






25% de dscto. en servicios CCL.

Visita beneficiosasociado.camara lima.org.pe

¡ACTIVA TUS BENEFICIOS HOY!

¡Staff de ejecutivos a tu servicio!

 (+51) 955 421 278
 atencionsociado@camara lima.org.pe
 (01)219-1600





Los países requieren transformar su gasto en I+D en una inversión estratégica que fomente la innovación tecnológica, la productividad empresarial y la competitividad global

limita su impacto real sobre la productividad; en segundo lugar, gran parte de los recursos destinados a investigación se concentran en universidades o instituciones públicas con escasos vínculos con el sector productivo, lo que reduce la transferencia tecnológica y la generación de innovación aplicada; finalmente, la debilidad institucional y la falta de continuidad en las políticas de ciencia y tecnología contribuyen a la ineficiencia de la inversión.

Así, la recomendación que plantean es que los países requieren transformar su gasto en I+D en una inversión estratégica que fomente



la innovación tecnológica, la productividad empresarial y la competitividad global.

Para ello, resulta fundamental la cooperación entre universidades, centros de investigación y empresas priva-

das. "Asimismo, es fundamental incentivar la inversión privada en I+D mediante instrumentos fiscales, subsidios selectivos y marcos institucionales que garanticen transparencia y continuidad", sostienen. ●

INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN MICROEMPRESAS DE HUANCAYO

¿Se cumplen las teorías que sostienen que aplicar innovación tecnológica y que la competitividad empresarial facilitan el crecimiento de las microempresas? En Huancayo, los economistas Jorge Pachas, Vladimir Pachas, Doris Huaytán y Alessie Pachas de la Universidad Los Andes, encuestaron a 70 microempresas y encontraron correlaciones positivas entre la innovación tecnológica y la competitividad empresarial, especialmente, entre la adopción tecnológica y las capacidades tecnológicas.

"En un mercado cada vez más digitalizado y globalizado, la incorporación de tecnología no es una opción, sino una necesidad

imperativa para la supervivencia y el crecimiento sostenido de estas empresas", señalan los autores del estudio "Innovación tecnológica y competitividad: claves para el crecimiento empresarial en microempresas Huancayo 2024" publicado en E-Revista Multidisciplinaria del Saber (<https://doi.org/10.61286/ermms.v3i.172>)

Y si bien, la mayoría de las microempresas de Huancayo están dispuestas a integrar herramientas digitales, la mera implementación de tecnología no es suficiente. "La eficacia radica en una integración profunda y un uso estratégico que exige un proceso de aprendizaje y ajuste en los procedimientos internos", indican.

Sin embargo, la percepción de que existe resistencia al cambio al interior de la empresa también tuvo una correlación positiva con la competitividad, interpretándose como que una mayor resistencia se asocia con una menor competitividad. Superar ello, requiere estrategias de comunicación efectiva, capacitación continua y el fomento de una cultura de adaptabilidad.

"Las políticas públicas y las iniciativas de apoyo empresarial en Huancayo deben priorizar no solo el acceso a la tecnología, sino también la formación y asistencia técnica que fortalezcan las capacidades internas de las empresas", se recomienda.

Save the date

**ALGO GRANDE ESTÁ POR TRANSFORMAR
EL FUTURO DE LAS PYMES.**

27° EXPOPYME

PYME 5.0

**El Nuevo Ecosistema Empresarial, Rumbo
al Perú que Queremos**

— Desarrollo Sostenible, Alianzas y Comunidades —



**24 & 25
DE JUNIO**



Ingreso libre

Aforo limitado - Previa inscripción



Cámara de Comercio de Lima

Av. Giuseppe Garibaldi 396, Jesús María

REGÍSTRATE AHORA Y AGENDA LA FECHA



ORGANIZADO POR:

“MANTENER EL MODELO ECONÓMICO SERÁ CLAVE PARA INVERSIONES Y EL SECTOR ENTRETENIMIENTO



Para estas Fiestas Patrias 2026, la presidenta del Sector de Espectáculos Artísticos, Culturales y Afines (ARENA) de la CCL, Doris Espinoza, proyecta una campaña favorable gracias a la amplia oferta de espectáculos, pero señala que la confianza de consumidores e inversionistas dependerá de las primeras medidas de la nueva administración.

MARIBEL HUAYHUAS
REDACTORA

¿Qué expectativas tiene el sector ARENA para la campaña de Fiestas Patrias 2026 en términos de ventas y asistencia de público?

A pesar de la incertidumbre política y el cambio de gobierno, nuestras expectativas son bastante positivas, pues para estas Fiestas Patrias se avecina una campaña importante en el sector musical y de espectáculos lo que generará un importante movimiento económico.

(Pasa a la pág. 14)

∞ JMT / INFINITE®

JMT 

∞ JMT / BOARDS®

SAMSUNG

Alucinante

Nuevos
Galaxy A57 | A37 5G

La AI es mejor con Samsung

Imagen simulada con Tera Intelligence. Cobertura y velocidad sujetas a disponibilidad.

HAZ QUE TU MARCA **DOMINE**
LA CIUDAD



Síguenos en:



Conoce más:





La expectativa de ARENA es que Fiestas Patrias 2026 supere los resultados del año anterior tanto en facturación como en asistencia.

Estas expectativas positivas se sustentan en la amplia oferta de espectáculos programados para la temporada, entre ellos circos tradicionales como La Tarumba, el Circo de Rusia, el Circo de la Chola Chabuca, el Circo de Ucrania y el Circo de Kiko. A ello se suman eventos musicales como el Festival Vibra Perú, Salsa Lima Festival y presentaciones de Los Caribeños, así como producciones teatrales como Corazón de Loba.

En ese sentido, el impacto inmediato de un nuevo gobierno para el sector sería limitado, ya que gran parte de los eventos cuenta con una programación y planificación anticipados. Donde sí podría observarse un efecto más relevante es en la confianza de consumidores e inversionistas durante el segundo semestre de 2026, dependiendo de las primeras medidas económicas y de seguridad que implemente la nueva ad-

7 %

podrían crecer las ventas para el sector entretenimiento

ministración. Si se mantiene un modelo de economía de libre mercado, las perspectivas para las inversiones y la realización de grandes eventos seguirían siendo favorables.

¿Y qué segmentos serán lo más dinámicos durante estas celebraciones?

En cuanto a los segmentos más dinámicos, destacan los vinculados al entretenimiento masivo y familiar. La temporada de circos atrae a públicos de distintos nive-



les socioeconómicos, mientras que parques temáticos temporales, festivales, discotecas y espectáculos familiares también registran una mayor demanda.

Este dinamismo se ve impulsado por las vacaciones escolares, el pago de gratificaciones, los feriados largos y la llegada de turistas, factores que fortalecen toda la cadena de entretenimiento durante las celebraciones patrias.

¿Cuánto podrían crecer las ventas del sector respecto a las Fiestas Patrias del año pasado?

Si bien el sector mantiene una perspectiva optimista para la campaña, sus representantes han señalado que la evolución final de las ventas dependerá también del clima económico y de la confianza de los consumidores tras el cambio de gobierno. En un escenario de estabilidad y continuidad de la actividad económica, el crecimiento podría ubicarse cerca del límite superior de la proyección (7%); si aumenta la incertidumbre el avance podría ser más moderado.

En términos generales, la expectativa de ARENA es que Fiestas Patrias 2026 supere los resultados del año anterior tanto en facturación como en asistencia de público consolidando la tendencia de crecimiento que viene registrando la industria del entretenimiento en el Perú.

¿Cuál sería el gasto promedio que destinarían los



El consumidor de Fiestas Patrias 2026 priorizará experiencias presenciales que generen valor.

peruanos a actividades de entretenimiento durante el feriado largo?

Dependerá de la actividad que elijan. Si hablamos específicamente del gasto en actividades de entretenimiento durante el feriado largo de Fiestas Patrias, no existe una cifra única oficial. Sin embargo, tomando como referencia estimaciones de estudios de consumo el desembolso total por persona durante el feriado se ubicaría entre S/450 y S/1500 de acuerdo al número de integrantes de la familia.

¿Qué perfil de consumidor predominará este año? ¿Se observan una mayor búsqueda de experiencias familiares, eventos masivos o

entretenimiento nocturno?

Es variado, el consumidor de Fiestas Patrias 2026 priorizará experiencias presenciales que generen valor. Se espera una mayor demanda por espectáculos familiares y eventos masivos como conciertos y festivales, mientras que el entretenimiento nocturno mantendrá un desempeño positivo recibiendo a un público juvenil, aunque con una participación más segmentada dentro del mercado. En conclusión, los consumidores buscan opciones que permitan compartir tiempo en grupo.

¿Y respecto a regiones?

Luego de observar la oferta en regiones, podemos deducir que después de Lima,

la región que se posiciona como el segundo más dinámico en este sector es Arequipa, seguido de Trujillo, Tacna, Cusco y Huancayo.

¿Cómo viene afectando al sector el incremento de costos operativos, como seguridad, alquiler de espacios, logística y contratación de artistas?

Trabajar en las diferentes regiones del país llevando espectáculos de gran calidad no es sencillo por el costo mayor de logística y la falta de infraestructura y condiciones técnicas, con el alza del combustible, esta problemática se ha incrementado, pero no por ello se dejan de producir los espectáculos. Pero lo que sí preocupa es la creciente inseguridad que ha obligado a los privados a reforzar medidas de seguridad.

Asimismo, se observa que los recintos para conciertos, festivales y espectáculos familiares registran mayores costos de alquiler, especialmente en fechas de alta demanda como Fiestas Patrias, sin obviar los gastos asociados a montaje, energía eléctrica, equipos de sonido, iluminación y acondicionamiento de espacios.

En definitiva, se advierte que la sostenibilidad del crecimiento dependerá de mantener condiciones favorables para la inversión, estabilidad regulatoria y una adecuada seguridad para el desarrollo de eventos masivos.

Pese a estas presiones, el sector Arena considera que la mayor demanda espera-



La inseguridad se ha convertido en un factor preocupante, pero no ha ocasionado caída de asistencia

da para Fiestas Patrias permitirá absorber parte del incremento de costos.

¿La inseguridad ciudadana está influyendo en la asistencia del público a conciertos, bares y eventos masivos?

La inseguridad ciudadana se ha convertido en un factor preocupante para nuestro sector, que pese a ello no ha generado una caída generalizada en la asistencia a conciertos, festivales o espectáculos masivos.

Hoy el público asistente evalúa con mayor detenimiento, especialmente en

eventos nocturnos, la ubicación del evento, las condiciones de acceso y salida, la disponibilidad de estacionamientos seguros, las opciones de transporte después del espectáculo, los horarios de finalización.

Por otra parte, los promotores han tenido que reforzar medidas de seguridad privada, controles de acceso, videovigilancia y coordinación con las autoridades para garantizar una experiencia segura al público.

Sin embargo, la inseguridad puede influir en la decisión de compra de entradas y en la frecuencia con la que algunas personas asisten a eventos. Desde el Sector Arena y otros actores de la industria se considera que la seguridad ciudadana es uno de los temas prioritarios para sostener el crecimiento del sector. ●

PORTADA GLAM

Portada Glam es una experiencia fotográfica de lujo inspirada en portadas de revista, diseñada para convertir cada evento en un momento inolvidable.

Personalizamos cada cabina con tu logo, colores corporativos, frases y todos los detalles que tu marca necesita.



Tus invitados ingresan, nuestro equipo captura su mejor ángulo con cámara profesional, y en segundos reciben su fotografía impresa en tamaño jumbo – un recuerdo físico con tu mensaje.

El resultado: invitados que comparten, recuerdan y hablan de tu evento.

La Mejor experiencia FOTOGRAFICA



ILUMINACIÓN



DISEÑO PERSONALIZADO



CAPTURA DE FOTOS CON CÁMARA PROFESIONAL

FOTOS INSTANTÁNEAS



CONTÁCTANOS

994873783

portadaglam@gmail.com

EVENTO CORPORATIVO | ANIVERSARIOS
CELEBRACIONES | BODAS | CUMPLEAÑOS
LANZAMIENTO DE PRODUCTOS | ACTIVACIONES



@PORTADA.GLAM

TU MOMENTO. TU PORTADA. TU HISTORIA

Poder de dirección del empleador y el debido proceso



Javier Molina

Asesor del Centro Legal - CCL

El empleador, en uso de su facultad directriz, puede normar reglamentariamente las labores, dictar las órdenes necesarias para la ejecución de las mismas y sancionar disciplinariamente, según el artículo 9 del Decreto Supremo N.º 003-97-TR, Ley de Productividad y Competitividad Laboral. En ese sentido, de acuerdo con el artículo 31 del Decreto Supremo N.º 003-97-TR, el empleador no podrá desvincular por causa relacionada con la conducta o con la capacidad del trabajador sin antes otorgarle por escrito un plazo no menor de seis días naturales para que pueda defenderse por escrito de los cargos que se formulare.

Por lo tanto, cuando la falta cometida por un colaborador califique como falta grave prevista en el artículo 25 del Decreto Supremo N.º 003-97-TR, el empleador debe cumplir con el debido proceso y permitir al colaborador presente sus descargos dentro del plazo de ley.

No obstante, la norma no prevé un

procedimiento para las faltas menores cometidas por un colaborador que no califiquen como una sanción de desvinculación laboral. Ante ello, el Tribunal de Fiscalización Laboral de la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (Sunafil) mediante la Resolución N.º 0311-2025-SUNAFIL/TFL-Primera Sala ha establecido que, aunque no haya un marco normativo sobre el procedimiento escrito para casos de sanciones disciplinarias distintas a la desvinculación laboral, ello no le permite al empleador a sancionar a un trabajador sin garantizar el derecho al debido proceso. En ese sentido, en la línea del Tribunal de Fiscalización Laboral de la Sunafil, cuando se sancione a un trabajador se le debe permitir presentar sus descargos por escrito.

Por último, según el artículo 31 del Decreto Supremo N.º 003-97-TR se establece que en situaciones donde se comete una falta flagrante no sería razonable iniciar un procedimiento de sanción si de la conducta del colaborador se observa una conducta sancionable.

decorplas+

INNOVANDO ESPACIOS

INNOVANDO ESPACIOS
28
AÑOS
ANIVERSARIO

**28 AÑOS INNOVANDO ESPACIOS QUE ELEVAN
LA EXPERIENCIA DE VIVIR Y TRABAJAR**

¡Suma textura, color y diseño de forma simple!

VISÍTANOS EN NUESTRAS SEDES:

CENTRO DE DISTRIBUCIÓN:
Av. José leal 140 lince, lima
(+511) 265-1615 / 265-8661
Distribucion@decorplas.com.pe

SHOWROOM:
Calle bernardo alcedo 163 lince
(+511) 265-1615 / 471-2048
Info@decorplas.com.pe

www.decorplas.pe



ESCANEA EL QR
Y CONOCE MÁS
DE NOSOTROS

NUEVO ESQUEMA DE PERCEPCIONES DEL IGV EN IMPORTACIONES DE MERCANCÍAS SENSIBLES AL FRAUDE

Se aprobaron nuevas disposiciones para determinar el monto de la percepción del IGV aplicable a la importación de bienes considerados mercancías sensibles al fraude. La norma entró en vigencia el 18 de junio de 2026.



Álvaro Gálvez Calderón
Gerente legal

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

El Decreto Supremo N.º 104-2026-EF, publicado el 16 de junio de 2026 en el diario oficial El Peruano, aprueba nuevas disposiciones relativas al método para determinar el monto de la percepción del Impuesto General a las Ventas (IGV) aplicable a la importación de bienes considerados mercancías sensibles al fraude. La norma entra en vigencia el 18 de junio de 2026.

El régimen de percepciones del IGV forma parte de los mecanismos de recaudación anticipada previstos por la Ley N.º 29173. En el caso de las importaciones, este régimen exige al importador efectuar un pago a cuenta del IGV al momento del despacho aduanero, cuando se trate de operaciones comprendidas dentro de los supuestos establecidos por la normativa vigente.



NATURALEZA Y ALCANCE DEL RÉGIMEN

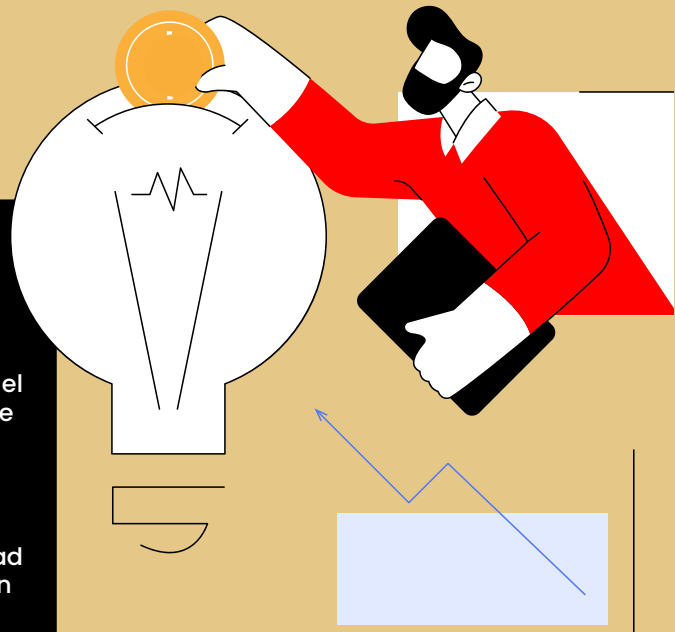
Las percepciones constituyen un adelanto del IGV y no un tributo adicional. Sin embargo, desde el punto de vista operativo, implican un desembolso previo para el importador, que luego podrá ser aplicado conforme a las reglas previstas para el crédito fiscal, compensación o devolución, según corresponda.

Este mecanismo tiene como finalidad reforzar el control tributario en operaciones de importación, especialmente respecto de bienes que presentan riesgos asociados a la declaración incorrecta o incompleta del valor aduanero.

MÉTODO DE DETERMINACIÓN DE LA PERCEPCIÓN

El Decreto Supremo N°104-2026-EF mantiene el criterio establecido en el artículo 19 de la Ley N°29173, según el cual el monto de la percepción se determina comparando dos resultados: el primero, obtenido al aplicar el porcentaje correspondiente sobre el importe de la operación; y el segundo, calculado al multiplicar un monto fijo en moneda nacional por el número de unidades del bien importado, de acuerdo con la unidad de medida consignada en la declaración aduanera.

La percepción aplicable será el mayor monto que resulte de dicha comparación. De esta manera, el cálculo no depende únicamente del valor declarado de la operación, sino también del monto fijo asignado a la subpartida nacional correspondiente.



VALOR FOB REFERENCIAL

La norma establece que el valor FOB referencial se determina a nivel de subpartida nacional. Para ello, se calcula la mediana de los valores FOB unitarios registrados durante el año calendario inmediato anterior a la fecha de evaluación.

Estos valores corresponden a los declarados en las declaraciones aduaneras, considerando las modificaciones que hubieran sido efectuadas. La información utilizada puede provenir de valores en aduana analizados por la SUNAT, procesos de fiscalización, estudios de precios o, en su defecto, análisis estadísticos disponibles.



MONTOS FIJOS POR UNIDAD

El decreto aprueba una relación de montos fijos aplicables a los bienes considerados mercancías sensibles al fraude. Estos montos se expresan en soles y varían según la unidad de medida de cada subpartida nacional, así como según la tasa de percepción aplicable: 3,5 %, 5 % o 10 %.

La aplicación de montos fijos permite establecer un piso mínimo de percepción. En la práctica, ello significa que, cuando el resultado del monto fijo por unidad sea mayor al obtenido mediante la aplicación de la tasa porcentual sobre el valor de la operación, será aquel el que determine el importe a pagar.



MERCANCÍAS SENSIBLES AL FRAUDE

El anexo del Decreto Supremo N.º 104-2026-EF aprueba una relación de 54 subpartidas nacionales correspondientes a bienes considerados mercancías sensibles al fraude. Estas subpartidas comprenden productos que, conforme al marco legal aplicable, presentan un alto riesgo de declaración incorrecta o incompleta del valor.

Entre los sectores comprendidos se encuentran textiles e insumos para confecciones, prendas de vestir, calzado, bienes de consumo masivo, productos metálicos, artículos del hogar, motores y otros bienes con antecedentes de riesgo en la determinación de sus valores de importación.



VIGENCIA Y PUBLICACIÓN DE MONTOS FIJOS

El Decreto Supremo N.º 104-2026-EF dispone que la relación de montos fijos será publicada por la SUNAT en su sede digital. Asimismo, en caso se modifique la nomenclatura arancelaria de las subpartidas nacionales detalladas en el anexo, se considerarán aquellas que correspondan conforme a la adecuación que realice dicha entidad.

La relación de subpartidas, la metodología para obtener el valor FOB referencial y la relación de montos fijos tienen una vigencia de hasta dos años.

¡EXPERTOS CAPACITANDO PROFESIONALES DE ÉXITO!

Diplomados, cursos, programas de especialización y más

PROGRAMACIÓN

JUNIO

EDUCACIÓN EJECUTIVA

MARKETING Y VENTAS

10 JUN

DIPLOMADO EN
Gerencia de Marketing

23 JUN

CURSO
Servicio estratégico de atención y experiencia del cliente (CX)

TALENTO HUMANO

3 JUN

DIPLOMADO EN
Gestión del talento humano

27 JUN

CURSO
Train the trainers

ADMINISTRACIÓN

5 JUN

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN
Gestión rentable de edificios y condominios

8 JUN

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN
Gestión estratégica de bares y restaurantes: operación, rentabilidad y experiencia del cliente

11 JUN

DIPLOMADO EN
Operaciones y mejora de procesos

15 JUN

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN
Gestión de salones de belleza, barberías y centros estéticos

17 JUN

DIPLOMADO EN
Habilidades directivas y liderazgo avanzado

25 JUN

CURSO
Asistente de planillas

TECNOLOGÍA

16 JUN

CURSO
Elaboración de reportes de dashboard con Excel y Power BI

FINANZAS Y CONTABILIDAD

18 JUN

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN
Análisis financiero con Excel y Power BI

LEGAL

30 JUN

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN
Cumplimiento laboral y procedimientos ante la SUNAFIL

CAPACITACIÓN IN COMPANY A LA MEDIDA DE TU EMPRESA

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

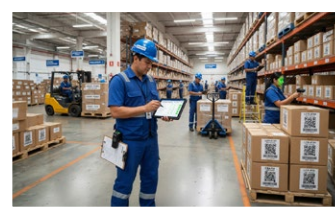
Contáctanos

926 895 195

ventascc@camaralima.org.pe

1 SHIPPING PARTNERS HOLDING DIGITALIZA SUS OPERACIONES LOGÍSTICAS

Shipping Partners Holding fortaleció su proceso de transformación digital con la incorporación de soluciones tecnológicas orientadas a optimizar la gestión logística, mejorar la trazabilidad de las operaciones y ofrecer mayor visibilidad a sus clientes. La estrategia responde a la creciente demanda de procesos más eficientes en el comercio exterior, donde el acceso a información en tiempo real es clave para la toma de decisiones. Asimismo, la empresa refuerza la automatización de procesos documentarios y operativos para reducir los tiempos de respuesta y mejorar la coordinación entre clientes, proveedores y operadores logísticos.



2 L.O. ELECTRONICS PRESENTA NUEVO SISTEMA DE SONIDO

Con miras a la temporada de conciertos y festivales por Fiestas Patrias, L.O. Electronics incorporó el sistema de sonido profesional L-MAX2400A, de la marca L&N-AUDIO. El equipo está orientado a eventos de gran afluencia y cuenta con una potencia de 2.000 W, además de un sistema de procesamiento digital (DSP) programable mediante conexión Ethernet para optimizar el rendimiento del audio. Destacan sus componentes de neodimio, que los hace más ligeros, así como su diseño de cobertura acústica de amplio alcance y con un desempeño estable en diferentes tipos de escenarios y condiciones climáticas.



DESDE EL FRENTE EMPRESAS

POR: SANDI NARCISO
REDACTORA

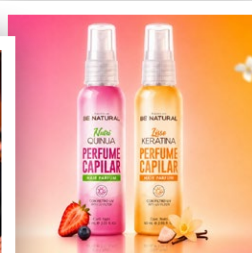
4 IMAGINA, SOLUCIONES DE STREAMING PARA AMPLIAR EL ALCANCE DE EVENTOS

Imagina cuenta con dos nuevos servicios orientados a fortalecer la difusión y el impacto de eventos corporativos, académicos e institucionales: Streaming Inteligente y Live Experience Streaming Profesional. La primera solución permite entregar fotografías y videos editados pocas horas después de cada actividad, listos para su publicación en redes sociales, sitios web y otros canales de comunicación. El segundo servicio incorpora herramientas interactivas, como encuestas, comentarios en tiempo real y preguntas a los expositores, para fomentar la participación de asistentes remotos en distintas ciudades o países.



3 BE NATURAL PRESENTA NUEVOS PERFUMES CAPILARES ELABORADOS EN PERÚ

Life Beauty Corporation, a través de su marca BE NATURAL, lanzó los perfumes capilares Nutri Quinua y Lisso Keratina desarrollados en Perú para brindar una fragancia de larga duración y neutralizar los olores que el cabello absorbe durante el día. Nutri Quinua incorpora extracto de quinua y un aroma floral y frutal, mientras que Lisso Keratina combina notas de bergamota, du-



razno blanco, peonía rosa, orquídea cattleya, vainilla y madera de coco. Mauro Leveau, jefe de marca, señala que existe una creciente demanda por productos que complementen las rutinas diarias de cuidado personal con propuestas prácticas y acordes de belleza y bienestar.

5 "GRAN DÍA" DE MCDONALD'S RECIBE EFFIE DE PLATA

McDonald's Perú, operado por Arcos Dorados, recibió un Effie de Plata en la categoría Marketing de Influencers por la campaña "Un gran día para ser más de lo que imaginas". La iniciativa promovió la compra de la Big Mac, cuyas ventas fueron destinadas íntegramente a la Casa Ronald McDonald y Aldeas Infantiles SOS Perú. La campaña alcanzó a más de 46.7 millones de personas mediante prensa, redes sociales e influencers, y superó en 9,5 % la meta de Big Mac solidarias. El reconocimiento destaca la efectividad de una estrategia orientada a impulsar la participación ciudadana en una causa social.



6 BARMOX IMPULSA EL DEBATE SOBRE RECAUDACIÓN OMNISCANAL

BARMOX S.A.C., firma especializada en soluciones tecnológicas para la gestión de puntos de venta y medios de pago mediante su plataforma SynerPOS, realizó la Mesa Ejecutiva "Recaudación Omniscanal para Servicios Críticos". El encuentro reunió a especialistas en transformación digital, tecnología e innovación para analizar los desafíos de la recaudación y la evolución de los pagos digitales. En la jornada se abordó el gobierno digital, experiencia del usuario y trazabilidad de transacciones, además de presentarse tendencias y casos sobre modelos omniscanal que integran plataformas web, aplicaciones móviles, terminales de autoservicio, POS inteligentes y canales presenciales para optimizar la gestión de cobros.



SARIAL

7 TAILOY PREVÉ ABRIR HASTA 10 NUEVAS TIENDAS EN PERÚ

Tras registrar una facturación superior a S/1000 millones en 2025, la cadena de librerías y jugueterías Tai Loy proyecta crecer 6 % este año. Como parte de su estrategia de expansión, prevé abrir entre ocho y diez nuevas tiendas en el Perú y poner en marcha un segundo centro de distribución en Bolivia, fortaleciendo así su operación en ese mercado. La empresa también avanza en la implementación de un nuevo sistema de gestión empresarial que incorporará herramientas de inteligencia artificial para optimizar los

pronósticos de demanda y la gestión de datos. Además, continuará potenciando su canal de comercio electrónico, que representa el 8 % de sus ventas, y consolidará la operación de su centro logístico en Villa El Salvador. En paralelo, evalúa su ingreso a otros mercados de Latinoamérica durante los próximos cinco años.



8 ICPNA EXHIBE VALIOSO ÁLBUM DEL ARTE COLONIAL PERUANO

El Museo de Grabado del ICPNA presenta la exposición "El Álbum Cueba". El repertorio visual de un pintor limeño del crepúsculo colonial", dedicada a un álbum de artista descubierto en Lima en 2023. El volumen reúne más de 150 grabados y dibujos antiguos distribuidos en 85 folios, considerados una fuente relevante para el estudio del arte colonial peruano y las

técnicas empleadas por los pintores limeños entre los siglos XVIII y XIX. La investigación permitió identificar como uno de sus propietarios al artista Fermín Cueba (1748-1811). La muestra también evidencia la influencia de corrientes artísticas europeas y documenta procedimientos de trabajo poco conocidos en la época virreinal. La exposición, curada por Almerindo Ojeda, permanecerá abierta hasta el 12 de septiembre, con ingreso libre, en el Museo de Grabado del ICPNA.



CCL difunde mapa detallado de los resultados de la segunda vuelta 2026

Representación gráfica basada en porcentajes reales de votación refleja adecuadamente la distribución del respaldo ciudadano en el territorio nacional.

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) expresó su preocupación por la difusión, en diversos medios de comunicación y plataformas digitales, de representaciones gráficas de los resultados de la segunda vuelta de las Elecciones Presidenciales 2026 que, si bien muestran qué candidatura obtuvo la mayoría relativa en cada región, generan la percepción equivocada de que amplias zonas del país respaldaron de manera exclusiva a una sola opción política.

En particular, algunos mapas electorales difundidos públicamente presentan cada región coloreada íntegramente con el color del candidato que obtuvo la mayor votación en dicha jurisdicción. Este tipo de representación visual puede inducir a interpretaciones erróneas, al transmitir la idea de que en esas regiones no existió respaldo significativo para la candidatura contraria, cuando la realidad electoral demuestra que millones de peruanos votaron por ambas opciones en prácticamente todo el territorio nacional.

La CCL considera que una adecuada comunicación de los resultados electorales debe contribuir a una comprensión objetiva de la voluntad popular y evitar narrativas que profundicen percepciones de división territorial o exclusión política que no se corresponden con los resultados reales de las urnas.

Por ello, la Cámara de Comercio de Lima pone en conocimiento de la ciudadanía una representación gráfica alternativa basada en los porcentajes efectivos de votación obtenidos por cada candidatura en cada región. Esta metodología permite visualizar con mayor precisión el nivel de respaldo ciudadano alcanzado por ambas opciones políticas y refleja de manera más fiel la composición real del voto nacional.

Los mapas difundidos en diversos medios de comunicación representan únicamente qué candidatura obtuvo la mayoría relativa en cada región, colo-

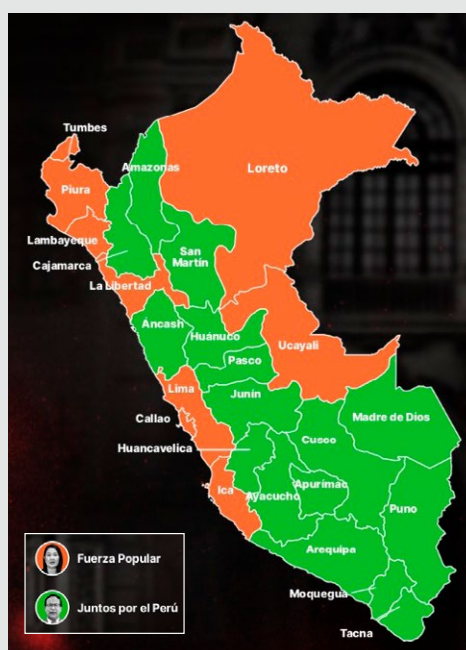
reando la totalidad del territorio regional con un solo color. Si bien puede ser útil para identificar al ganador regional, no refleja la magnitud real del respaldo obtenido por cada candidatura ni la presencia electoral de la opción que ocupó el segundo lugar.

PORCENTAJES REALES

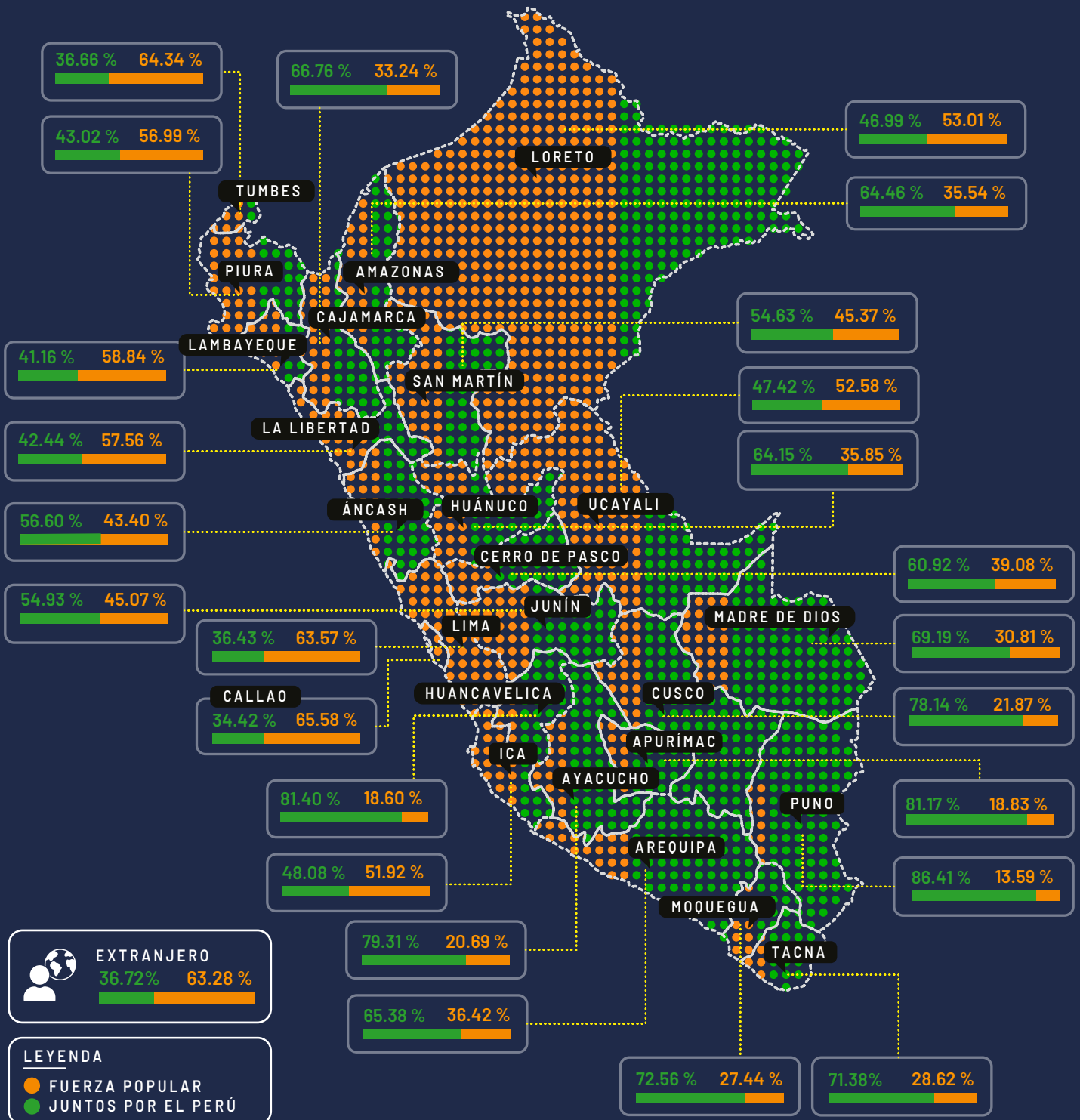
El mapa electoral que mostramos en la siguiente página, incorpora la proporción efectiva de votos obtenidos por cada candidatura dentro de cada región, permitiendo observar con mayor precisión la distribución del respaldo ciudadano y evidenciando que ambas fuerzas políticas contaron con presencia electoral significativa en la mayor parte del país.

Así, los resultados oficiales de la segunda vuelta presidencial evidencian que tanto Fuerza Popular como Juntos por el Perú recibieron millones de votos distribuidos en todas las regiones del país. En consecuencia, cualquier representación gráfica que transmita la idea de territorios políticamente homogéneos o de ausencia total de apoyo a una de las candidaturas no refleja adecuadamente la complejidad y pluralidad del voto ciudadano.

La Cámara de Comercio de Lima reafirma su compromiso con la transparencia, el acceso a información veraz y la promoción de un debate público basado en datos objetivos y correctamente contextualizados. En una democracia, la calidad de la información que reciben los ciudadanos es un elemento fundamental para fortalecer la confianza institucional y la adecuada comprensión de los procesos electorales. ●



PERÚ ELECCIONES PRESIDENCIALES 2026: RADIOGRAFÍA DEL CONTEO OFICIAL SEGUNDA VUELTA





CyberDays.pe

Donde compra el Perú

ORGANIZADO POR LA:

CCL CÁMARA
DE COMERCIO
LIMA

Los descuentos que esperabas,
MÁS CERCA QUE NUNCA



CONOCE MÁS



¡ÚNETE CON TU MARCA!

Escríbenos a: publicidad@camaralima.org.pe