

» **QUO VADIS PERÚ 2014**

El 23 de abril se realiza el VIII Foro Internacional de Economía en la CCL.

» **ALTA VOLATILIDAD**

Desde 2009, cerca de 8000 empresas exportaron solo un año.

La cámara

LA REVISTA DE LA CCL

Del 21 al 27 de abril de 2014 Año 2, Nº 622

@Camaradelima



Cámara Comercio Lima



**“EL PERÚ TIENE
LA URGENTE NECESIDAD
DE SEGUIR CRECIENDO”**

Jorge von Wedemeyer, presidente electo de la CCL, da a conocer los ejes que tendrá su gestión y opina sobre el panorama económico y político del país.



Convierte tus facturas en dinero rápidamente.

Aztec Money tiene la solución a tus necesidades de capital de trabajo. A través de nuestra plataforma online puedes vender las facturas pendientes de cobro. De forma rápida, segura y sin ningún tipo de ataduras. Si no hay venta, no hay comisión.

- Finánciate sin Factoring
- Finánciate sin Créditos Documentarios
- Finánciate sin Créditos Bancarios

SI DESEAS CONOCER MÁS SOBRE AZTEC MONEY, CONTACTA CON NUESTRO EQUIPO.

Comienza a vender tus facturas con Aztec Money

clientes@aztecmoney.com
+51 (1) 708 6976
www.aztecmoney.pe

TÚ CONTROLAS LA FINANCIACIÓN DE TUS VENTAS

Así es como funciona

Sigue cinco sencillos pasos y tendrás acceso a una nueva fuente de financiación

- 1 Regístrate online en Aztec Money**
Es gratis, rápido, sencillo y sin análisis de riesgos
- 2 Elige las condiciones de venta de tus facturas.**
Selecciona la tasa de descuento y cuánto dinero necesitas por anticipado.
- 3 Elige un método para hacemos llegar los documentos comerciales**
Puedes hacerlo electrónicamente (pdf), via fax o nosotros lo recogeremos (según la ubicación)
- 4 Haz el seguimiento de cada puja "en directo" y observa como compiten por comprar tu factura.**
- 5 Recibe tu dinero rápidamente**
Aztec Money te garantiza recibir el dinero rápidamente a través de Deutsche Bank Global Payment Services.

QUO VADIS 2014: SEMANA DE REFLEXIÓN

RIAL
DIAL
ED
E



Ing. Samuel Gleiser Katz
Presidente
Cámara de Comercio

Esta semana, en la Cámara de Comercio viviremos un momento muy importante para nuestro país y para nuestra región con la realización del VIII Foro Internacional de Economía Quo Vadis 2014, pues —como siempre— ha elegido un tema de crucial importancia para nuestro país: el potencial y los retos de la Alianza del Pacífico.

Digo esto porque durante la semana que pasó hemos comentado una percepción que no solo tiene la Cámara de Comercio y sus especialistas, sino también otras voces desde la academia y el empresariado, acerca de cierta inercia en materia de política económica que genera desconcierto y alguna desconfianza en los sectores productivos. Pero no se trata de generar alarma, sino de alentar la reflexión. Espero, en verdad que estos días feriados hayan servido para eso.

Además, si bien por una parte hemos señalado que a 2030, la economía peruana superará a la chilena en el ranking económico de América Latina gracias al aporte de las pymes como principales fuentes de inversión, eso no ocurrirá sin algunos desafíos de por medio, como los que plantea el CCEX de la Cámara en esta edición cuando menciona una alta volatilidad de las empresas microexportadoras debido a una serie de factores que es necesario atender.

¿Qué tienen que ver estos dos aspectos con el Quo Vadis 2014? Pues mucho, porque además de todas las virtudes que la han convertido en la “niña bonita y cotizada de la región”, como dijo el presidente colombiano Juan Manuel Santos, la Alianza del Pacífico actúa como un acicate para las políticas internas de los países que la conforman.

Por ejemplo, como señala el IEDEP en este número, en el tema de los encadenamientos productivos. O en el desafío de la armonización tributaria que tratamos la semana anterior. Así, frente a las presiones restrictivas que podrían entorpecer esos encadenamientos y las tentaciones sobrerreguladoras que traban las inversiones, los compromisos de la Alianza del Pacífico nos ayudan a mantener el norte.

Es imprescindible atender lo que ocurra en el Quo Vadis 2014, pues además de los expositores internacionales y nacionales que tendrán a su cargo las conferencias magistrales, estarán presentes los principales *stakeholders* del bloque de integración económica y comercial más importante de esta parte del mundo: ministros de economía de Colombia, México y Perú; presidentes de las bolsas de valores de los cuatro países; representantes de los capítulos de cada estado miembro del Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico; e incluso se espera la presencia del presidente de la República, Ollanta Humala.

Es decir, si en algún espacio será posible poner sobre el tapete el futuro conjunto de nuestras naciones, unidas precisamente por sus coincidencias en materia económica y comercial y por la estabilidad que han logrado en los últimos años, será en este Quo Vadis 2014. En tanto la Alianza del Pacífico desarrolle su potencial y supere sus retos, nuestros países podrán respirar más tranquilos.

Por eso, esperaremos con mucho interés sus conclusiones ▣

Lima, 21 de abril de 2014

CCL CÁMARA
DE COMERCIO
LIMA
La Fuerza de los Emprendedores

CONSEJO DIRECTIVO 2013-2014

PRESIDENTE

Ing. Samuel Gleiser Katz

PRIMER VICEPRESIDENTE

Sr. Mario Mongilardi Fuchs

SEGUNDO VICEPRESIDENTE

Sr. Juan Antonio Morales Bermúdez

TESORERO

Sr. Antonio Gnaegi Urriola

VOCALES

Sr. Jorge von Wedemeyer

Sr. Roberto De la Tore

Sr. Luis Bracamonte

Sra. Gabriela Fiorini

PAST PRESIDENT

Ing. Carlos Durand Chahud

DIRECTORES

Sr. Luis Alonso Bracamonte Loayza

Dr. Jorge Augusto Pérez Taiman

Sr. Jorge von Wedemeyer Knigge

Ing. Mario Roque Arrus Rokovich

Sr. Ramón Amadeo Carlos Véliz Alva

Sr. Juan Antonio Morales Bermúdez

Sr. Pedro Emilio Tomatis Chiappe

Sr. Antonio Gnaegi Urriola

Sr. Roberto Emilio De La Tore Aguayo

Dr. Gonzalo García Calderón Moreyra

Sr. Eduardo José Escardo De La Fuente

Dr. Raúl Santiago Lozano Merino

Sra. Nelly Marysol León Huayanca

Ing. Víctor Manuel Rivera Mispireta

Sr. Percy Miguel González Vigil Balbuena

Ing. Peter Ludwig Kaufmann Schwegel

Ing. Jorge Luis Utrilla Fernández

Sr. José Mario Mongilardi Fuchs

Sr. Enrique Arturo Ariasén Seminario

Ing. Samuel Gleiser Katz

Sr. Alberto Germán Ego-Aguirre Yáñez

Sra. María Gabriela Fiorini Travi

Sr. Miguel Ángel Moro Morey

Ing. Igor Milan Zlatar Castratt

Sr. Carlos Salvador López Cano

Codolosa

Sr. Carlos Mujica Barreda

Sra. Marina Aurora Bustamante Méjico

Sr. Volker Ploog Otting

Sr. Vicente Chang- Say Yon

Dr. Omar Cárdenas Martínez

GERENTE GENERAL

Ing. José Rosas Bernedo

DIRECTOR INSTITUCIONAL

Sr. Hernán Lanzara Lostaunau

LA REVISTA DE LA CCL



La Cámara de Comercio 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.

- PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE IMAGEN-CCL** Bernardo Furman Wolf
- DIRECTOR** Hernán Lanzara Lostaunau
- EDITORA** Nilda Zavaleta Montoya
- COORDINADOR** Manuel Cadenas Mujica
- EDITOR DIGITAL** Ronald Guevara Saavedra
- EDITORA APP** Melissa Rodríguez Enciso
- REDACCIÓN** Maribel Huayhuas Vargas
Evelyn Sánchez Figueroa
- FOTOGRAFÍA** Alberto Martínez Fuentes
- DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN** Luis Enrique Alquizar Flores
Luis Miguel Zumaeta Villavicencio
- ANÁLISIS ECONÓMICO** Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP)
- EJECUTIVOS DE PUBLICIDAD** Ricardo Angellat Corzo
Vanessa Cachay Zelada
René Mendiburu Nieto
Mery Ann Regalado Ballardo
Cecilia Seminario García
Raúl Vidal Anzardo
- IMPRESIÓN** Grambs Corporación Gráfica S.A.C.
- PARA CONTACTARNOS** Av. Giuseppe Garibaldi N° 396
(antes Gregorio Escobedo)
Lima 11, Perú
- Teléfonos:** 219-1817 / 219-1818
Fax: 219-1823
www.camaralima.org.pe
mcadenas@camaralima.org.pe
- Publicidad:** publicidad@camaralima.org.pe

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

ÍNDICE



6

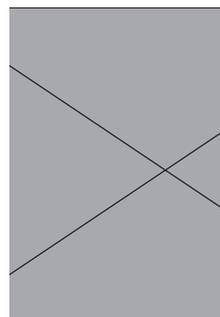
ENTREVISTA AL PRESIDENTE ELECTO DE LA CÁMARA, JORGE VON WEDEMEYER KNIGGE

“Nuestro país tiene urgente necesidad de seguir creciendo”, dice el líder gremial.

INFORME ESPECIAL: EL QUO VADIS PERÚ 2014 REUNIRÁ A MINISTROS DE ESTADO, PRESIDENTES DE BOLSAS DE VALORES Y EMPRESARIOS.



INFORME ECONÓMICO: HAY POTENCIAL PARA LOGRAR IMPORTANTES ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS EN LA ALIANZA DEL PACÍFICO.



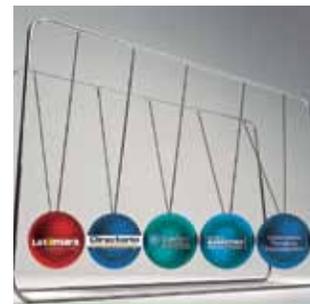
16

LA CÁMARA EN LA HISTORIA: EL PROYECTO PARA CREAR NUESTRO GREMIO HACE 126 AÑOS.



18

COMERCIO EXTERIOR: DESDE 2009, MÁS DE 8000 EMPRESAS EXPORTARON SOLO UN AÑO.



25

ESTIMADO ASOCIADO, IMPACTE CON LOS SERVICIOS PUBLICITARIOS QUE LE OFRECE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA.



Centro de Arbitraje Nacional e Internacional
Organización de Ruedas de Negocios
Centro de Certificaciones (Of. Jesús María y Callao)



Nos siguen en la red

Trending Topics



SEMANAeconómica

@SEMANAeconomica

@DatumPeru : 61% en #Lima pagaría más por un mejor servicio de #transporte
<http://goo.gl/SFT3aL>

#SoyCCL



Diario Gestión

@Gestionpe

Las pymes serán las principales fuentes de inversión en América Latina en el 2030, aseguró la CCL <http://gestion.pe/economia/pymes...> via @gestionpe

ESCANEA ESTE CÓDIGO QR PARA LA VERSIÓN DIGITAL DE NUESTRA REVISTA

PARA ANDROID

PARA IPAD



creativone



Un año más
poniendo al
Perú
en los ojos
del mundo.

**¡Felices
126 años
Cámara de
Comercio
de Lima!**

B/S/H/

BSH ELECTRODOMESTICOS S.A.C.

Valoramos y felicitamos

a la Cámara de Comercio de Lima por su aniversario y por su continuo compromiso con el desarrollo empresarial en el Perú.

¡Felices 126 años!

**BANCO DE
COMERCIO**

Por tu progreso y el de tu familia





VER FOTOS

flickr

JORGE VON WEDEMEYER KNIGGE, PRESIDENTE ELECTO DE LA CCL

“NUESTRO PAÍS TIENE URGENTE NECESIDAD DE SEGUIR CRECIENDO”

Muy próximo a asumir la Presidencia de la Cámara de Comercio de Lima, Jorge von Wedemeyer nos habla sobre los planes que tiene con respecto a nuestra institución y opina sobre el actual panorama económico y político.

El 24 de abril asumiré la Presidencia de la Cámara de Comercio de Lima. ¿Qué expectativas tiene respecto al rol que desempeñará este año?

Hay muchos puntos importantes en qué trabajar. Particularmente me gustaría centrarme en tres ejes para la Cámara: fortaleza, trascendencia y distribución. Esos serán los pilares de mi gestión. Tenemos presencia en el país, pero hay que reforzarla, pues de la cantidad de los asociados y de la capacidad económica que ellos generen dependerá la posibilidad de tener mayor capacidad de influir en mayor medida y prestar servicio al desarrollo del país. Otro punto muy importante, y que es un activo de la Cámara, es su continuidad. Pienso que es la receta del desarrollo y del progreso. Seguiremos en esa dirección y empezaremos a darle más fuerza a otras metas adicionales que iremos trazando.

Las pequeñas y medianas empresas son actualmente los socios principales de la CCL. ¿Reforzará esa política?

De hecho queremos que continúen creciendo y que sean empresas de renombre algún día.

Pero actualmente muchas pymes desaparecen o se quedan en la informalidad...

Cada nuevo emprendimiento es una aventura y no todas terminan siendo exitosas.

Eso sucede en todas partes del mundo, de manera que si un emprendedor decide hacer el intento, puede que tenga éxito y seguirá adelante, pero si no, tendrá que buscar otra idea. Eso es lo normal y ocurre en todos los países. Ahora bien, desde el lado de la informalidad, tenemos que trabajar mucho de la mano del Estado para lograr que se generen políticas sostenidas que faciliten el camino hacia la formalidad. Hay que eliminar las barreras burocráticas, que en realidad evitan —en muchísimos casos— pasar de la informalidad a la formalidad. Muchas ideas emprendedoras nacen informales. Pero no hay que castigarlas por ello, más bien hay que

darles facilidades para que el día en que su idea “prenda” obtengan sus primeros éxitos y sigan adelante sin impedimentos.

Tenemos muchísimas medidas gubernamentales de diferente índole que dificultan la vida de una pequeña empresa, que desde ya tiene problemas de supervivencia, y muchas veces el Estado mismo contribuye a desaparecerlas con excesivos controles y medidas. Eso es lo que hay que evitar, no solo para beneficio de los empresarios, sino también del propio Estado, que parece no darse cuenta de que si obstaculiza y reduce al empresariado en general, en realidad lo que está haciendo es recortar su propia fuente de ingresos tributarios.

“ MI GESTIÓN SE CENTRARÁ EN TRES EJES: FORTALEZA, TRASCENDENCIA Y DISTRIBUCIÓN. OTRO PUNTO IMPORTANTE, Y QUE ES UN ACTIVO DE LA CCL, ES LA CONTINUIDAD. ”

¿Qué le corresponde hacer a la Cámara en ese sentido?

Nos toca influir sobre las instancias gubernamentales para que comprendan un poco más cuál es el rol del emprendedor. Y no estoy hablando del gran empresario, que también debe soportar trabas, barreras y sobrecostos y que de alguna manera es más fuerte para afrontar esta situación, sino de las pymes, que terminarán desapareciendo.

Existen muchas trabas burocráticas que la CCL ha identificado y denunciado anteriormente. En su opinión, ¿cuál es la más urgente que debe resolver el Estado?

Existen muchas trabas y de diferente índole: municipales, ministeriales, fiscales, judiciales, etcétera. Casi todas las instancias gubernamentales tienen una burocracia atrasada que genera demoras. En lo que se refiere a la Cámara, ya hemos tomado medidas efectivas. Contamos con un Centro de Arbitraje que representa un paso importantísimo en la "privatización" de la justicia. En tal sentido, creemos que la Cámara de Comercio ha facilitado muchísimas inversiones que, sin la intervención y facilidades de un arbitraje, no se hubieran concretado, de modo que debemos privatizar más la justicia en todos los campos.

El Perú vive una situación económica singular: este año creceremos menos y todo parece confirmar que en el primer trimestre continuaremos con una balanza comercial negativa.

Estamos viniendo de lograr un crecimiento de 9%, pero año a año esta tasa se ha reducido. Eso significa que vamos a necesitar mucho más tiempo para lograr las metas de bienestar y desarrollo que necesita nuestro país. En otras palabras, tenemos la urgente necesidad de seguir creciendo. Vamos a tener que generar mayores esfuerzos para retomar las altas tasas de crecimiento; pienso que las medidas gubernamentales deben llevar al país hacia esa dirección. Hay que facilitar la actividad empresarial, eliminar las barreras burocráticas y facilitar caminos para el empresario, quien es, finalmente, el que genera puestos de trabajo y paga impuestos. Los empresarios somos una fuerza importantísima para el país, y si el Estado no los trata adecuadamente —y hasta les imputa habilidades negativas— es como recortarse y dañarse a sí mismo.

¿La coyuntura electoral entorpecerá las inversiones?

Aún no lo percibimos porque no han comenzado las campañas, pero a partir de que estas se inicien también empezarán las promesas. Desafortunadamente los candidatos sucumben a la tentación y dicen cosas que no están seguros de poder cumplir. En época electoral se tergiversan conceptos y tenemos que vivir con eso hasta que tengamos

“ EL EMPRESARIO ES UNA FUERZA IMPORTANTE PARA EL PAÍS Y SI EL ESTADO NO LO TRATA BIEN, ES COMO DAÑARSE A SÍ MISMO. ”

un proceso democrático más maduro y más institucionalizado.

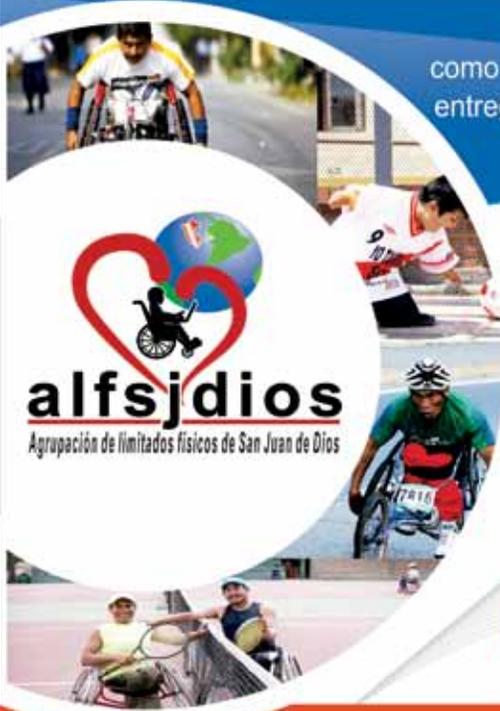
¿Cómo percibe la estabilidad económica que ofrece el país con respecto a las inversiones?

El atractivo de un país para la inversión depende de varios factores. Definitivamente, una democracia sólida, que garantice una continuidad política, es mucho más atractiva para una inversión de largo plazo. Pero lo es aún mucho más contar con instituciones que tengan un norte, en que las personas no sean aves de paso sino que tengan experiencia y reputación y sepan lo que están haciendo. El día que logremos que las instituciones tengan una proyección a largo plazo, vamos a tener una "A" en las calificaciones internacionales, y, en consecuencia, vamos a lograr una vida de mejor nivel. Esta situación aún no se da, pero trabajaremos para que eso suceda ▣



▶ Jorge von Wedemeyer sucederá en el cargo al Ing. Samuel Gleiser.

Señores Empresarios: solicitamos su apoyo para crear talleres de producción y mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad



Somos una institución sin fines de lucro, calificados por SUNAT como entidad perceptora de donaciones con resolución N° 0490050030703 entregamos Comprobante de Donación deducible del Impuesto a la Renta.

NUESTROS PRODUCTOS



BOLIGRAFOS



RESALTADORES



MALETINES / CHIMPUNERA

HAZ LA DIFERENCIA

Una oportunidad lo necesitamos todos

Banco de la Nación Cta. Cte. N°: 00-068-312825
 DDVA Continental Cta. A. N°: 0011-0486-82-0200174139

426-8247 / 428-5077
 alfsjdios@alfsjdios.pe / alfsjdios01@alfsjdios.pe



PIDE TU COMPROBANTE DE DONACIÓN

PUBLIRREPORTAJE

Cooperativa Abaco y FOMIN-BID suscribieron contrato de préstamo subordinado por US\$5 millones

En un hecho histórico, ABACO se ha convertido en la primera cooperativa de ahorro y crédito en recibir un crédito subordinado por parte del Fondo Multilateral de Inversión (FOMIN) entidad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

El pasado martes 11 de marzo ambas partes suscribieron el contrato que dará inicio al proyecto "Modelo Cooperativo de Innovación Financiera de Segundo Piso" que permitirá a

ABACO incrementar su capacidad para otorgar préstamos a sus socios estratégicos en el interior del país.



De izquierda a derecha: Sr. Masahiro Fukukawa, Embajador de Japón en el Perú, Sr. Fidel Jaramillo, Representante del BID FOMIN, Sr. Enrique Miyasato, Presidente de Consejo de Administración, Sr. José Claros, Gerente General de Cooperativa Abaco.

Como resultado, cerca de 13,000 microempresarios del sector agrícola se beneficiarán optimizando su capacidad de negociación y brindando una mejor calidad de vida a sus familias.

Nos enorgullece compartir este hito, pues respalda nuestro compromiso de contribuir con nuestros socios y con el país en mejorar sus vidas a través de la cooperación.



Cooperativa de Crédito y Ahorro ABACO es una institución financiera solidaria con 32 años de vida institucional. Conforme a la legislación vigente está regulada por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) y supervisada por la Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú (FENACREP), que se dedica a cubrir necesidades de financiamiento diverso a sus socios.



► En su edición anterior, el Quo Vadis sirvió de escenario para reafirmar las principales políticas económicas del país en busca de la continuidad del crecimiento.

VIII FORO INTERNACIONAL DE ECONOMÍA CONTARÁ CON CONFERENCIAS MAGISTRALES

QUO VADIS PERÚ 2014: ALIANZA DEL PACÍFICO, POTENCIAL Y RETOS

Ministros de Estado, presidentes de bolsas de valores y empresarios miembros del Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico (CEAP) de Colombia, Chile, México y Perú participarán este 23 de abril en el gran evento que cada año organiza la CCL.

Por la trascendencia de la Alianza del Pacífico, la Cámara de Comercio, a través del Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP), realizará el 23 de abril el VIII Foro internacional de Economía Quo Vadis Perú 2014, que tendrá como tema central "Alianza del Pacífico: potencial y retos".

El evento está dirigido a empresarios, profesionales y académicos, así como a funcionarios del sector público y políticos, en particular congresistas. No deja de ser de sumo interés para los involucrados en las finanzas y en el mercado de capitales, así como para los potenciales mercados del nuevo bloque económico.

Su principal propósito es dar a conocer las más saltantes potencialidades de la Alianza del Pacífico, debatir sobre cómo consolidar el Mercado Integrado Latinoamericano (MILA), a la par de establecer los retos y acciones del sector público y empresarial de los países que conforman el bloque comercial.

PONENCIAS Y MESAS DE ANÁLISIS

El foro contará con las conferencias magistrales a cargo de expertos internacionales y nacionales del más alto nivel profesional: Liliana Rojas, investigadora principal del Center For Global Development; Antoni Estevedeordal, gerente de Integración y Comercio del BID; y César Peñaranda, director ejecutivo del IEDEP.

También se han programado mesas de análisis en las que participarán destacadas personalidades. Una tratará sobre "Rol, reto y acciones de los empresarios" y estará integrada por los representantes de los consejos empresariales de la Alianza del Pacífico Isabel Cristina Londoño (Colombia), Peter T. Hill (Chile), Sergio Contreras (México) y Samuel Gleiser (Perú). Una segunda mesa analizará las perspectivas del MILA con la presencia de Javier Díaz (Colombia) y Christian Laub (Perú), representantes de las bolsas de valores de sus países, más dos destacados especialistas: Dieter Linnerberg (Chile) y Olmer Bernal, del BID.

Se contará también con la importante presencia de los ministros de economía Mauricio Cárdenas (Colombia), Luis

Videgaray (México) y Luis Miguel Castilla (Perú), quienes integrarán la mesa "Armonización de políticas económicas y comerciales".

La sesión de apertura estará a cargo de Samuel Gleiser, presidente de la Cámara de Comercio de Lima, y se espera contar con la presencia del presidente de la República, Ollanta Humala, para la inauguración, así como de la ministra de Comercio Exterior y Turismo, Magali Silva. La sesión de clausura estará a cargo de la vicepresidenta ejecutiva del BID, Julie Katzman, y del ministro Luis Miguel Castilla.

UN BLOQUE POTENTE

La Alianza del Pacífico es el bloque de integración económica y comercial más importante en América Latina, que agrupa a Colombia, Chile, México y Perú. Su concreción ha sido posible por la similitud de sus políticas económicas y comerciales, así como por su destacable desempeño macroeconómico mostrado en las dos últimas décadas, que ha posicionado a la Alianza como la sexta potencia económica en el mundo, con un ingreso por habitante de 10 231 dólares. La Alianza del Pacífico se vislumbra como la región que crecerá por encima de la economía mundial en el próximo quinquenio.

ESPACIO DE COOPERACIÓN

La integración de estos cuatro países permitirá un espacio de cooperación efectivo que impulsará iniciativas innovadoras en ámbitos como la libre movilidad de personas, la preservación y respeto del medio ambiente, la creación de una red de investigación científica sobre cambio climático, el intercambio académico y estudiantil y el fomento de una mayor promoción cultural y turística.

A ello se suma la integración de los mercados de valores, la apertura de oficinas comerciales conjuntas y la participación en ferias y exposiciones bajo un mismo espacio. Estas actividades mejorarán la competitividad e innovación de la micro, pequeña y mediana empresa de los países. La constitución de una plataforma de negocios, bienes, servicios y capitales con otras regiones permitirá un mejor acercamiento hacia los países asiáticos.

PONENCIAS MAGISTRALES

Antoni Estevedeordal

Gerente de Integración y Comercio del BID



Afirma que "la Alianza del Pacífico se está posicionando como una marca global". Es experto en política comercial, integración económica y cooperación regional en América Latina y el Caribe, Asia y Europa. Es responsable de la agenda de investigación y financiamiento del BID en temas de integración y comercio.

Liliana Rojas

Investigadora principal del Center For Global Development



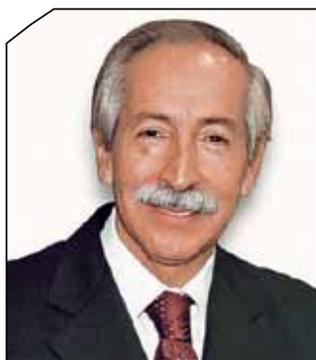
Para ella, "el capital humano es el mayor potencial del Perú —en la Alianza del Pacífico—, pero es el menos desarrollado". Ha sido directora gerente y economista en jefe para Latinoamérica en el Deutsche Bank. Fue asesora principal en el BID.

César Peñaranda

Director ejecutivo del IEDEP



"La adhesión de más países a la Alianza del Pacífico la podría debilitar", sostiene. MA y Ph.D. (ABD) en Economía de la Universidad de Cornell, ha sido responsable de la vocería técnica del sector privado en las negociaciones del TLC con EE. UU.



Dr. César Peñaranda Castañeda
Director ejecutivo
Instituto de Economía y Desarrollo
Empresarial
Cámara de Comercio
cpenaranda@camaralima.org.pe

ALIANZA DEL PACÍFICO TIENE OPORTUNIDAD DE CRECER EN PAÍSES ASIÁTICOS

HAY POTENCIAL PARA LOGRAR IMPORTANTES ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS EN LA AP

Los países de este bloque muestran distintas estrategias en la forma en que participan en la cadena de valor, determinadas en gran parte por las ventajas comparativas de cada uno.

La integración de la Alianza del Pacífico (AP) apunta a un mayor dinamismo en los flujos de comercio entre los países miembros. También se dirige a constituirse en una plataforma de articulación política, de integración comercial y económica y de proyección al mundo, con especial énfasis en Asia — Pacífico.

Bajo esta premisa, el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial

(IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima precisa que es importante identificar entre nuestras economías las semejanzas o complementariedades existentes.

Asimismo, menciona que también es relevante conocer cuáles son nuestras principales diferencias que imposibilitan una real integración. Se ha señalado que la dirección del comercio ha sido distinta entre nuestros países. México tiene un entendible sesgo de su comercio hacia

EE. UU., Colombia hacia EE. UU. y Europa, mientras que el de Chile y Perú está dirigido a Asia — Pacífico.

El IEDEP indica que es primordial conocer las características de nuestra producción y comercio exterior e identificar aquellas áreas en los que encontremos encadenamientos productivos no solo para aprovechar el comercio intrarregional, sino también para tener la capacidad de integrarnos como parte del comercio mundial.



(comercio y servicios), el aporte en el producto es menor en la AP (60,8%) respecto del promedio de LAC (63,8%). En términos relativos, dicho sector tiene una mayor participación en México (62%).

COMERCIO EXTERIOR EN EL BLOQUE AP

Si bien las exportaciones intrabloque han aumentado en los últimos años, no llegan a superar el 5% de las

importaciones significativas de maquinarias y productos manufacturados y cuenta con superávit comercial en combustibles. En el caso de México, su mayor superávit proviene de maquinarias y equipos y, en menor medida, en químicos. En el resto de rubros muestra un balance equilibrado. Perú registra los mayores déficits en lo correspondiente a maquinarias y químicos,

de los tipos de bienes que exportan e importan estos países y medir el grado de coincidencia entre las exportaciones de un país y las importaciones de su socio comercial. Esto permite calcular lo que se conoce como el Índice de Complementariedad (IC). Cuando dicho índice es cercano a cero, no hay coincidencia entre lo que un país exporta y el otro importa por lo que no existe mucha complementariedad entre ellos. En cambio un valor mayor a la unidad implica que existe una fuerte complementariedad entre la oferta exportable de un país y la demanda de importaciones del otro.

Los resultados obtenidos por el BID muestran que a pesar que el IC es relativamente bajo, la oferta exportadora de Chile tiene su mayor complementariedad con la demanda de importaciones de Colombia, seguida por la de México y luego la de Perú.

En el caso de Colombia, su oferta exportadora tiene una gran complementariedad con la demanda de importaciones de Chile y luego con la de Perú. También se observa que las exportaciones de México poseen una gran demanda en los tres

“ PERÚ REGISTRA MAYOR DÉFICIT EN LO QUE CORRESPONDE A MAQUINARIAS Y QUÍMICOS, MIENTRAS QUE EL MAYOR SUPERÁVIT ES EN DERIVADOS DE LA MINERÍA E INDUSTRIA ALIMENTARIA. ”

ESTRUCTURA ECONÓMICA EN LA AP

El PBI de la AP a 2013 se estima en 2,1 billones de dólares, equivalente al 36,8% del PBI de América Latina y el Caribe (LAC). De este total, el 59,3% es aportado por México, seguido por Colombia (18%), Chile (13%) y Perú (9,7%). Un análisis de la estructura productiva de la AP con cifras disponibles a 2012, muestra ligeras diferencias respecto a la composición de LAC. La participación promedio del sector primario (agricultura, pesca y minería) en el PBI del bloque económico llega al 14%, superior al aporte de dicho sector en el promedio registrado por la región, 10,8%, sobre todo por Colombia, Chile y Perú, donde los recursos naturales tienen un mayor aporte en el producto total.

En el caso del sector secundario (manufactura, construcción, electricidad, gas y agua), su relevancia es bastante similar tanto en la AP como en LAC (25,3%). En lo pertinente al sector terciario

exportaciones totales del conjunto de países. Con base en cifras de 2012, México es la economía con mayor intercambio comercial (exportaciones más importaciones) intrarregional de la AP, ascendente a 12 118 millones de dólares. Perú registra las menores cifras en este indicador, 7850 millones de dólares. Si se analiza el saldo comercial intrarregional para el mismo año, se observa que México es superavitario con respecto a Colombia, Chile y Perú. En el otro extremo, Chile es deficitario con todo el resto de países de la AP; Perú alcanzó superávit solo con Chile.

De acuerdo con información del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), existen grandes diferencias en los patrones de comercio bilateral. Chile tiene un significativo déficit comercial en combustibles, maquinarias y equipos, mientras que es superavitario en alimentos y en manufacturas.

Colombia realiza

mientras que el mayor superávit es en derivados de la minería e industria alimentaria.

El análisis del comercio exterior es una ruta apropiada para aproximarse a cuantificar la complementariedad productiva entre los países miembros de la AP a través de la determinación



países de la AP. En el caso de Perú existen altos niveles de complementariedad con las importaciones de Chile, pero niveles muchos más bajos con Colombia y México.

ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS

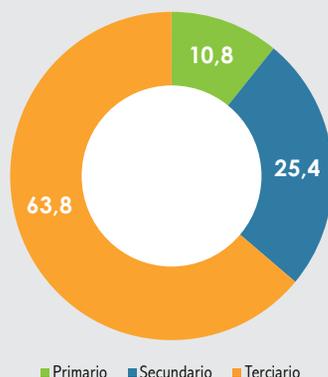
Si bien los IC son una referencia de complementariedad en la producción, en la mayoría de los casos los bienes identificados son para consumo final y no son parte de una cadena productiva. Los resultados hallados no nos permiten visualizar oportunidades en las cadenas internacionales de valor.

Añade el BID que, en la actualidad, los países de la AP muestran distintas estrategias en la forma en que participan en la cadena de valor, determinadas en gran parte por las ventajas comparativas de cada país. En el caso de Colombia, Chile y Perú, economías con abundancia de recursos naturales, tienden a insertarse en las primeras etapas de las cadenas de producción. En el caso de México es un importador de insumos que luego agrega valor para su exportación, en cuyo caso se ubica en las partes finales de las cadenas de producción.

Según estudio del BID, se ha identificado una gran diversidad de encadenamientos productivos. Por citar unos casos, Colombia abastece de insumos a Chile en la industria de productos químicos, de plástico y caucho, los que son exportados a EE. UU. y al resto de países de la región. Igualmente, México es proveedor de láminas de hierro y acero para la producción de barras y tubos de hierro destinadas a Ecuador y Perú. En el caso de Perú, importa azúcar de caña y remolacha de Colombia para la exportación de jugos de frutas a Japón, Holanda, EE. UU., Ecuador y Venezuela.

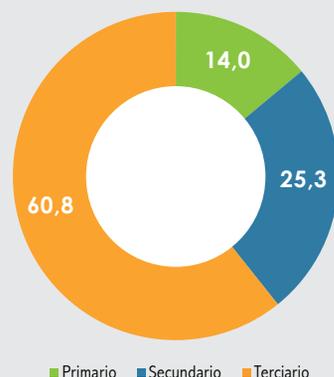
Para el IEDEP, ser miembro de la AP representa una oportunidad para alcanzar encadenamientos productivos más ambiciosos al interior del bloque y con terceros. Así, conforme se detalló en el artículo del IEDEP en el número 613 de la revista *La Cámara*, en un estudio realizado por el BID se han identificado ocho productos con potencial encadenamiento productivo y que permitirían profundizar el comercio del bloque. Por otro lado, la participación de los países de la Alianza en la cadena de valor de las exportaciones del bloque asiático, de países como China, Hong Kong, Japón y Corea del Sur, es mínima y hay un espacio importante para crecer. Las oportunidades están, de la AP depende aprovecharlas ■

PBI POR SECTORES PRODUCTIVOS EN LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE – LAC (ESTRUCTURA %)



■ Primario ■ Secundario ■ Terciario

PBI POR SECTORES PRODUCTIVOS EN AP (ESTRUCTURA %)



■ Primario ■ Secundario ■ Terciario

Fuente: Cepal

Elaboración: IEDEP

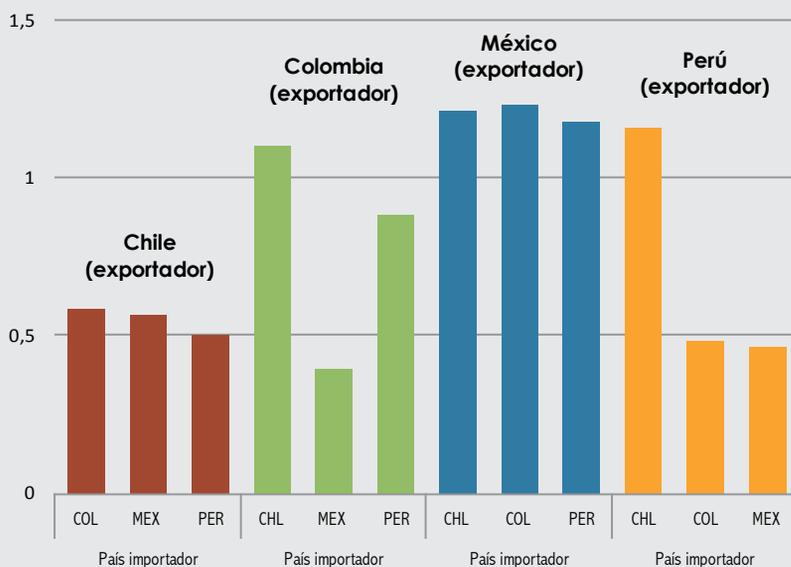
COMERCIO INTRARREGIONAL - ALIANZA DEL PACÍFICO 2012 (EN MILLONES DE DÓLARES)

		Importaciones			
		Chile	Colombia	México	Perú
Exportaciones	Chile	..	914	1346	1244
	Colombia	2189	..	835	1563
	México	2252	5593	..	1675
	Perú	2030	921	417	..

Fuente: UNCTAD, Mincetur

Elaboración: IEDEP

ÍNDICES DE COMPLEMENTARIEDAD



Fuente: BID

Elaboración: IEDEP

CCL

EVENTOS LEGALES

SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN: RÉGIMEN LABORAL PRIVADO

Derechos, obligaciones y procedimientos

FECHA
del 05 al 08 de Mayo 2014
9:00 am a 1:00 pm

✓ **Objetivo:**

El seminario tiene como objetivo brindar la información suficiente para conocer las obligaciones y derechos derivados de una relación laboral, así como capacitar y actualizar a los asistentes en todo lo referido a los beneficios laborales existentes, las nuevas obligaciones contenidas en las normas sociolaborales, señalando los aspectos generales y especiales para su adecuada aplicación en las empresas a fin de evitar sanciones.

✓ **Dirigido a:**

Socios y titulares de empresas; jefes, coordinadores, ejecutivos o responsables de áreas vinculadas con la Administración, Recursos Humanos, Contabilidad o Gestión de la Calidad de la empresa; toda persona interesada en identificar y conocer el sistema laboral peruano, sus derechos, obligaciones y las sanciones existentes.

✓ **Temas a desarrollar:**

Tipos de contrato de trabajo, periodo de prueba, personal de dirección y confianza, control de asistencia, modalidades formativas, contratación de extranjeros, intermediación y tercerización laboral, remuneración y beneficios sociales, jornada y horario de trabajo, licencias y vacaciones, renuncia, faltas graves y despido, indemnizaciones y sistema de inspecciones laborales.

Inversión:

Incluido IGV

PRECIO

Asociados

S/. 500.00

No Asociados

S/. 600.00

EXPOSITORES

JAIME CUZQUÉN CARNERO

Abogado por la Pontificia
Universidad Católica del Perú
Asociado del Estudio Echecopar
desde el año 2006.



LUIS MIGUEL ALMENDARIZ RODRÍGUEZ

Abogado por la Pontificia
Universidad Católica del Perú
Asociado del Estudio Echecopar
desde el año 2007



Informes e inscripciones:

Av. Giuseppe Garibaldi N° 396, Jesús María.

Tel.: 2191671, 2191672, 2191673

Email: callcenter1@camaralima.org.pe / eventos@camaralima.org.pe

Organiza:

CCL CÁMARA
DE COMERCIO
LIMA
La Fuerza de los Emprendedores



UNA MIRADA AL PASADO, PRESENTE Y FUTURO

¿Y LA MERITOCRACIA MAGISTERIAL?

Es importante el anuncio del ministro Saavedra de la realización de nuevos concursos docentes, pero Minedu debe reformular su cronograma de evaluaciones porque sus recursos materiales y humanos son insuficientes para realizarlas en simultáneo.

Idel Vexler
Presidente
Comisión de Educación de la CCL

La Ley de la Carrera Pública Magisterial (CPM) surgió debido a que la antigua Ley del Profesorado era un instrumento que no permitía el desarrollo

de un magisterio con altas competencias y, por ende, no coadyuvaba a mejorar la calidad de la educación peruana. Tuvo su génesis, en marco de continuidad, en los gobiernos de Paniagua, Toledo y García. Así se aprobó en 2007, lo cual permitió que se abrieran las puertas para que los educadores

tuvieran un horizonte social, profesional y económico. Es en este marco se planificó y ejecutó el programa de capacitación que logró actualizar, perfeccionar y especializar alrededor de 160 000 maestros, a cargo de las mejores universidades, con los resultados de la evaluación que se aplicó previamente a cerca de 200 000

docentes como línea de base.

A partir de 2008, a pesar de las dificultades propias de un proceso nuevo y de varios errores técnicos, del bloqueo permanente de las dirigencias gremiales y de la falta de colaboración de varios directores regionales y de UGEL, se logró nombrar e incorporar



no ayudaría al fortalecimiento efectivo de la meritocracia. Todo indicaría que será por tres años, inclusive después de año y medio de aprobada la Ley de Reforma Magisterial (LRM).

Por eso, es muy importante que el ministro de Educación Jaime Saavedra haya comunicado, desde que comenzó sus funciones, la realización de concursos docentes para los próximos meses. Se tiene previsto desarrollar un concurso para quince mil plazas de directores y subdirectores (dos veces suspendido) y dos concursos para los que están actualmente en la I, II y III escalas magisteriales, para que puedan pasar, de aprobar, a la III, IV, V y VI. Reiteramos, una vez más, que sería conveniente convocar, además, en el último trimestre de este año, a un concurso de nombramiento a la primera escala magisterial para que ingresen 45 000 maestros nuevos.

a aproximadamente 55 000 profesores en todos los niveles de la CPM, con aumentos inmediatos, efectivos y diferenciados de haberes. Esto correspondía al 70% de la meta prevista a 2011, que fue de 80 000 maestros.

El Ministerio de Educación, en agosto de 2011, la paralizó, y en agosto de 2012 anunció su derogatoria, con la complacencia de la dirigencia del gremio. Propuso una nueva ley docente bajo el argumento, por ejemplo, de que no todos los 250 000 maestros se habían incorporado al nuevo escalafón, sin reparar en que era progresiva para hacerla viable en su gestión administrativa, pedagógica y sobre todo financiera. En esa ocasión, varias veces expresamos que la implementación de una nueva ley paralizaría no menos de dos años las evaluaciones y que

“**TODO INDICARÍA QUE LA MERITOCRACIA ESTARÁ PARALIZADA POR TRES AÑOS, INCLUSIVE DESPUÉS DE AÑO Y MEDIO DE APROBADA LA NUEVA LEY DE REFORMA MAGISTERIAL.**”

La logística, recursos técnicos y talento humano del Minedu son insuficientes para gestionar simultáneamente varios concursos con evaluaciones integrales, más aún cuando los profesionales

con la experiencia acumulada de la desactivada CPM ya no están en ese ministerio. Por ello, sería conveniente que el Minedu considere la reformulación de su cronograma de concursos entre mayo de 2014 y agosto de 2015 (ver tabla).

La evaluaciones deben tener un enfoque viable, pero sin circunscribirlo a pruebas nacionales y calificación del expediente. Habría que desarrollar pruebas diferenciadas por escalas que incluyan, por ejemplo, clases modelos, dominio de TIC, manejo básico del inglés o una lengua originaria, y, por supuesto, una verificación sencilla y confiable de algunos criterios del desempeño docente (tantas veces reclamada por varios funcionarios actuales del Minedu). En el caso de los directores y subdirectores hay que agregar exámenes referidos a la gestión institucional y administrativa.

PROPUESTA DE CRONOGRAMA PARA CONCURSOS DE PROFESORES

Concursos docentes	Cronograma (fechas aproximadas)
Concurso de directores y subdirectores (suspendido).	Mayo de 2014 a agosto de 2014
Primer concurso de incorporación o reubicación de profesores de la III a la VI escala magisterial.	Junio de 2014 a octubre de 2014
Concurso de nombramiento para profesores a la primera escala magisterial	Setiembre de 2014 a febrero de 2015
Segundo concurso de incorporación o reubicación de profesores de la III a la VI escala magisterial.	Abril de 2015 a agosto de 2015

DURANTE LA RECONSTRUCCIÓN NACIONAL

EL PROYECTO PARA CREAR LA CÁMARA DE COMERCIO HACE 126 AÑOS

Frescas aún las heridas de la guerra perdida contra Chile, se agudizó la fractura económica y social de la nación mientras los fervores patrióticos trataban de abrirse paso entre los escombros.

Alberto Aquino Collantes

alace@speedy.com.pe
Periodista

Luego de firmado el 20 de octubre de 1883 el Tratado de Ancón, que puso fin al conflicto con Chile, se produjo una fratricida guerra interna azuzada por caudillos políticos y militares, unos a favor y otros en contra de ese tratado.

En todos los niveles se percibían fuertemente los efluvios amargos del desastre nacional. La guerra y su secuela habían cortado gran parte del comercio interno, rescatable sin duda a mediano plazo, pero también muchos de los contactos con el exterior, de más lenta recuperación.

La correspondencia con los Estados Unidos y Europa era transportada por los vapores que caleteaban la costa del Pacífico y por los que enrumbaban al sur vía la costa chilena, para pasar al Atlántico por el Estrecho de Magallanes y llegar en casi un mes y tres meses, respectivamente, a su destino. Con esa lentitud es como llegaban las noticias al Perú de lo que ocurría tanto en los Estados Unidos de Norteamérica como en el Viejo Continente.

LA RECONSTRUCCIÓN NACIONAL

En medio de este panorama, los primeros en reaccionar para organizar la reconstrucción nacional fueron los empresarios. Era necesario empezar por poner orden en el comercio y la

producción y desde allí proyectar al resto del país el ánimo reconstructor. Había que levantar de nuevo el país.

Por esos días, un escritor recorría las empresas y bibliotecas privadas pidiendo y recibiendo libros en obsequio: don Ricardo Palma, nombrado director de la Biblioteca Nacional al mes siguiente de finalizado el conflicto con Chile; pasaba los 50 años de edad y había escrito ya buena parte de sus *Tradiciones Peruanas*.

Palma hacía, asimismo, todos los esfuerzos para reconstruir la sede de la biblioteca que había sido incendiada durante la guerra. Personalmente tocó muchas puertas y se ganó con orgullo el cariñoso apelativo de "Bibliotecario Mendigo". Fueron principalmente los comerciantes, que recibían muchos libros del extranjero y disponían de bien provistas bibliotecas, quienes colaboraron entusiastamente con la causa de Ricardo Palma, donando muchos libros.

La reacción y los esfuerzos de los empresarios para la reconstrucción del país empezaron apenas acallaron los cañones. Muchos de ellos no solo habían entregado su aporte para equipar la defensa de la Patria y visto destruidas o expatriadas sus fortunas por la guerra, sino también habían perdido a sus



propios hijos en ella. Muchos también habían visto la destrucción de sus residencias y bienes en Chorrillos, Miraflores y en Lima misma.

Así, bajo la bandera de la reconstrucción que necesitaba el Perú y aliados con empresarios extranjeros que se desenvolvían en nuestro territorio aportando su talento y experiencia, los empresarios peruanos comenzaron a dar forma a la idea de crear una institución gremial que represente a los hombres ligados al comercio y la producción.

EL PROYECTO PARA CREAR LA CCL

Esta corriente de opinión se había hecho tan fuerte tras la guerra que llegó a conocimiento de las autoridades del gobierno (ocupadas como estaban en consolidar su propia estabilidad) la necesidad de aglutinar a los empresarios para organizar un gremio que les permita canalizar sus aportes a la reconstrucción nacional y reactivar la economía del país.

Las gestiones continuaron y el 10 de noviembre de 1883 el gobierno emitió un decreto encomendando a una comisión especial el estudio de un proyecto para



► Imagen de la Bajada a los Baños en Barranco después del saqueo de los chilenos.



crear un gremio empresarial. La integraban los empresarios Luis Dubois, Eduardo Eyre, Enrique Isaacson, Enrique Ayulo, Eduardo Dugenne, Adolfo Polís y Esteban Strömsdorfer. La comisión se abocó de inmediato a trabajar y el 28 de enero de 1884 presentó al gobierno, el proyecto para la creación de la Cámara de Comercio de Lima.

Paralelamente a la gestación del nuevo organismo iba llegando a su fin el largo ciclo del Tribunal del Consulado de Lima, cuyos miembros fueron convocados por el gobierno para recabar su opinión sobre el proyecto. Aun considerando que sus funciones quedarían limitadas, los miembros del tribunal opinaron

1883

El gobierno encomienda a una comisión especial el proyecto para la creación de la Cámara de Comercio de Lima.

que era necesaria la creación de un gremio empresarial para el impulso de la actividad productiva y comercial.

En coincidencia con las gestiones de

los empresarios a favor de la creación de la Cámara de Comercio de Lima, el Congreso de la República aprobó el 21 de octubre de 1885 el proyecto de ley que suprimía el Tribunal del Consulado y sus diputaciones de comercio en provincias. El Congreso ratificó esta decisión el 31 de agosto de 1887 y suprimió definitivamente el Tribunal del Consulado de Lima, cuyas funciones, incluyendo las de arbitraje, las asumió después la Cámara de Comercio de Lima.

Las condiciones para la creación de la Cámara estaban dadas y eran las más propicias, pues estaban allanados todos los obstáculos. Sin embargo, como suele suceder muchas veces con iniciativas legislativas urgentes, su creación se dilató.

Tuvieron que pasar, desde la presentación del proyecto, más de cuatro años para que al fin el gobierno apruebe, el 3 de marzo de 1888, los estatutos del gremio empresarial mediante decreto supremo suscrito por el ministro de Hacienda Elías Mujica y por el presidente Andrés Avelino Cáceres, y para que luego se funde la Cámara de Comercio de Lima, el 20 de abril de ese año ■

(Nota: En la próxima edición, los hombres que fundaron la Cámara de Comercio de Lima).

Fuente: *La Historia de la Cámara de Comercio de Lima*, de Jorge Basadre.

IMPORTADOR Y DISTRIBUIDOR MAYORISTA DE TELAS DE ALTA CALIDAD



- ◆ DRILL
- ◆ DENIM
- ◆ RIP STOP
- ◆ BRAMANTE
- ◆ FELPA
- ◆ LEGANT



- ◆ LONA
- ◆ TAFETA
- ◆ FRANELA
- ◆ BOMBASI
- ◆ GASA
- ◆ OXFORD



CONTACTO:
Telf. (511) 482 0290 / Nextel: 51*828*4694
Oficina: Jr. Chiclayo 487 - Lima 25
E-mail: contacto@jorpesa.com

"Experiencia que brinda confianza, desde 1985"

Síguenos: 

Web: www.jorpesa.com



Carlos García Jerí

Gerente

Centro de Comercio Exterior
Cámara de Comercio
cgarciaj@camaralima.org.pe

EL RETO: REDUCIR VOLATILIDAD DE MICROEXPORTADORES

DESDE 2009 CERCA DE 8000 EMPRESAS SOLO EXPORTARON UN AÑO

Las que han exportado sostenidamente durante ese periodo representan el 84% de las exportaciones del año 2013.

El Centro de Comercio Exterior (CCEX) de la Cámara de Comercio de Lima evaluó el desempeño de las empresas exportadoras peruanas entre 2009 y 2013 y encontró evidencias de la fragilidad que presentan, pues si bien sabemos que se ha producido un incremento en el número de empresas, eso no significa que a las actuales se sumen nuevas exportadoras, sino que podemos ver una alta volatilidad en aquellas que participan en las operaciones nacionales de exportación.

Tras analizar la evolución se puede decir que entre los años evaluados el incremento del número de empresas ha sido constante, solo afectado por la etapa de la crisis internacional de 2008, pues luego de ese año se observó una desaceleración hasta llegar al decrecimiento de empresas exportadoras (-1%) observado al cierre de 2013.

En 2013, el número de empresas exportadoras fue de 8060, de las cuales el 52% fueron micro, 29% pequeña, 14% mediana y 4% gran exportadora.

SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS

El análisis realizado por el CCEX también da cuenta de la cantidad de empresas que han registrado alguna exportación entre 2009 y 2013, y el resultado es sorprendente, pues la Sunat ha registrado 17 209 empresas que han exportado en uno o más de esos años. Sin embargo, 7977 han exportado durante uno solo de esos años y la cifra se va reduciendo hasta llegar a 2640 empresas que han mostrado exportaciones ininterrumpidas en el periodo.



VOLATILIDAD EMPRESARIAL

Al revisar estos resultados nos preguntamos cuál fue la evolución de las empresas microexportadoras que registraron operaciones hace cinco años, en 2009. Podemos decir que los resultados llamaron la atención. Las empresas que registraron operaciones de exportación llegaron a 7344 en el año 2009 y en 2013 llegaron a 8060, es decir, 10% más. En 2009, el 60% eran microexportadoras y sobre ellas hicimos un seguimiento para ubicar cuántas se mantuvieron vigentes en exportaciones luego de cinco años. Así, en el año 2013, el 67% (2953 empresas) no registraron operación alguna, es decir, interrumpieron su proceso de internacionalización.

Si se revisa el desempeño de las 1450 empresas que mantuvieron su presencia en las exportaciones peruanas, vemos un grupo minoritario de 379 que creció en sus exportaciones (9%), pasando a ser pequeñas (331) y medianas (44) exportadoras. Sin embargo, el grueso del grupo está formado por las empresas con exportaciones por debajo de los 100 000 dólares anuales (el 24% del total) que se mantuvieron como microexportadoras.

TEMAS POR TRABAJAR

Luego de pensar en estas cifras y en sus implicancias podemos decir que la sostenibilidad es uno de los puntos a tomar en cuenta al momento de planificar las acciones que apliquen las instituciones de promoción del comercio en el país.

Vemos que muchas empresas apuestan por iniciarse en el comercio exterior y muchas caen por factores diversos

la infraestructura nacional y la informalidad.

Tenemos que desarrollar ventajas competitivas y ampliar la base exportadora de una forma sólida para que las empresas estén en capacidad de resistir el cambiante entorno internacional y su inherente volatilidad, y eso se logra agregando cada vez mayor valor a nuestras exportaciones.

El reto es conseguir que aquellas empresas que se suman al comercio internacional sean sostenibles y se reduzca

“ SE DEBE DESARROLLAR VENTAJAS COMPETITIVAS Y AMPLIAR LA BASE EXPORTADORA DE UNA FORMA SÓLIDA. ”

como la falta de capacitación en promoción comercial, en conocimientos de la gestión de exportación, en los requisitos de ingreso al mercado destino, en desarrollo de envases y embalajes, en adecuación del producto a cada mercado, entre otros. También cuentan los factores como el acceso al capital de trabajo, desarrollo de competencias gerenciales, sobrecostos por limitaciones de

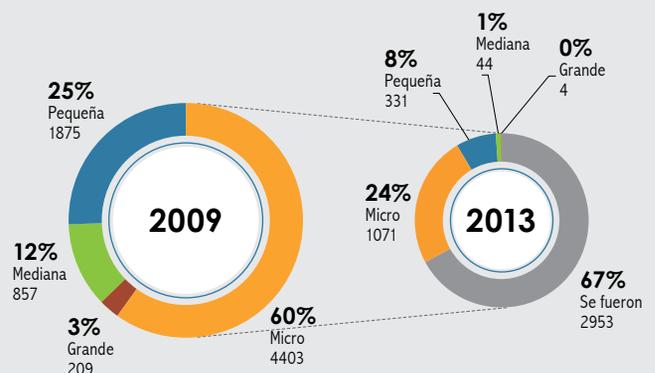
su volatilidad a través del fortalecimiento de capacidades, con el consiguiente incremento de su competitividad, ya que si como país queremos continuar con un real proceso de apertura de mercados vía los acuerdos comerciales, debemos preocuparnos por tener detrás un grupo de empresas exportadoras solidas que estén en capacidad de acompañar este proceso ▣

Es muy importante notar que las empresas que mantuvieron sus exportaciones representaron el 84% del total exportado en 2013; es decir, las empresas con exportaciones sostenidas se convirtieron en el pilar del comercio internacional del país. Cabe resaltar que este grupo consolidó exportaciones por 35 144 millones de dólares.

AÑOS DE PERMANENCIA DE EMPRESAS EXPORTADORAS 2009-2013



EVOLUCIÓN DE LAS MICROEMPRESAS EXPORTADORAS - 2009-2013





“EL ESTUDIO DE MERCADO NO TERMINA NUNCA”

Los hermanos Guillermo y Héctor Romero son dos profesionales que vieron en la importación una herramienta para cubrir muchas necesidades insatisfechas en el mercado de ferretería eléctrica e industrial. Hoy importan productos de unas diez empresas internacionales que cuentan con la debida certificación de calidad. Desde sus inicios los ha caracterizado el cumplimiento minucioso y exacto respecto de lo que ofrecen.

¿De qué manera comenzó el negocio?

En 1991 comenzamos importando productos deportivos, pero luego identificamos una gran oportunidad para atender un nicho del mercado que no encontraba ofertas de productos de ferretería eléctrica e industrial de calidad a precios competitivos y que además cumplieran con todos los estándares de calidad y certificaciones.

¿Cuántas marcas tienen en su portafolio de productos actualmente?

Trabajamos con 31 marcas. El cliente puede encontrar flejes de acero inoxidable, cintillos de nylon, productos terminales y herramientas eléctricas, luminaria en general y especializada, linternas y cables industriales, entre muchos productos más. Esto nos permite ofrecer soluciones integrales a nuestros clientes, pues no solo satisfacemos una específica necesidad, sino también otras en relación a la misma.



¿Cómo vencieron las dificultades?

Más que dificultades, superamos los retos que nos planteamos en un inicio. Fueron dos: observar nuestro mercado

e identificar las necesidades de las empresas y cómo nuestros productos podían optimizar sus procesos. El estudio de mercado no termina nunca, siempre estamos descubriendo



“PRODUCTOS INTERNACIONALES CON CERTIFICACIONES DE CALIDAD.”

Visión: Ser reconocidos como líderes a nivel nacional entre los proveedores industriales, aportando permanentemente profesionalismo y competitividad, brindando los más altos estándares de calidad con precios razonables.

Consejo: Ser perseverantes, cumplir con exactitud lo que se ofrece, ser responsables, disciplinados y otorgar un buen trato al personal.

nuevas necesidades, por lo que ampliar la variedad de nuestros productos es una consigna que tenemos en Grupo Agra. Dentro de la expansión mencionada, recientemente se ha obtenido la distribución de las marcas Osram en luminarias y Dewalt en herramientas eléctricas, además de la comercialización de Levinton, de Estados Unidos, en tomas y conexiones eléctricas.

¿Qué los distingue en el mercado?

Nos enfocamos en brindar soluciones de calidad para las industrias, asesorando a nuestros clientes en sus proyectos de forma personalizada. Asimismo, buscamos alianzas estratégicas con los mejores fabricantes del mundo que cuentan con certificaciones internacionales. Esto nos ha motivado a crear marcas propias como Starker (terminales y conectores) y Agra Tools (herramientas manuales para cables y terminales), que facilitan el proceso de instalación eléctrica. Estas marcas han logrado una participación importante en el mercado peruano.

¿Cuál es el “secreto” de su éxito?

Ofrecer a nuestros clientes calidad y variedad de productos, aplicar nuevas estrategias que nos permitan tener mayor cobertura y fidelización. Además es trascendental la credibilidad, que permite fomentar la confianza en nuestros clientes, y la honestidad, que es un valor que practicamos día a día ■

CYBER Mami

CÁMARA DE COMERCIO - LIMA

Porque ella se merece lo mejor
¡Aprovecha las mejores ofertas!

29 y 30
de ABRIL



Síguenos en:



¡Feliz Cyber Mami!

● www.cybermami.pe ●

Organiza:

CCL CÁMARA DE COMERCIO LIMA
La Fuerza de los Emprendedores



www.linio.com.pe



estilomio



Vivian André by all



MINT: Los nuevos países emergentes



Ricardo Espejo
Coordinador de
Inteligencia de
Mercados
CCEX

El economista británico Jim O'Neill, quien acuñó a principios de la década pasada el término BRIC para denominar al principal grupo de países emergentes (Brasil, Rusia, India y China), acaba de detectar a los nuevos países que resurgirán en la economía mundial en los próximos años. Se trata de México, Indonesia, Nigeria y Turquía (MINT).

O'Neill menciona que estos cuatro países serán los nuevos líderes en potencia de la economía emergente en el mundo. Según el análisis desarrollado por el economista, la variable principal es la ubicación estratégica de estos países. México es el nexo entre Estados Unidos y América Latina, mientras que Indonesia está en el centro del sudeste asiático y tiene también fuertes conexiones con China.

Turquía opera como enlace entre Oriente y Occidente. Solo Nigeria no cumpliría este requisito, aunque podría cumplirlo en un mediano plazo si los países del África dejan sus conflictos internos y comienzan a desarrollar su comercio entre ellos. Otro indicador: tres de estos países (México, Indonesia y Nigeria) son productores de materias primas. En ese contexto, nuestro país sería beneficiado con este nuevo grupo económico si se tiene en consideración que tenemos un TLC vigente con México y estamos en negociaciones con Turquía. Asimismo, se está implementando las OCEX en México DF (México), Yakarta (Indonesia) y Estambul (Turquía). Por el momento no tenemos oficina en Nigeria, pero sí tendremos en Acra (Ghana), que se encuentra a una hora de viaje en avión.



¿Qué impuestos se deben pagar para el ingreso de alimentos peruanos a los Emiratos Árabes Unidos?

Carla Rojas Ventanilla



La mayoría de alimentos procesados y congelados pagan un arancel aduanero unificado del 5%. Por otro lado, los alimentos frescos se encuentran libres de aranceles. Ambos tipos de productos no tienen ningún impuesto a la renta o impuesto al valor agregado.



¿Cuál es la diferencia entre barreras arancelarias, no arancelarias y para— arancelarias?

Raúl Hernández Callao



Las barreras arancelarias son los impuestos que impone el gobierno por la importación de mercancías determinadas. En el Perú, las tasas arancelarias o *ad valorem* son de 11%, 6% y 0%. Cada país maneja sus respectivos aranceles o *ad valorem* de importación. Las barreras no arancelarias son disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso de mercancías a un país determinado al imponer como requisito para dejarlas ingresar que cumplan determinadas reglas o reúnan determinadas características. Finalmente, las medidas para— arancelarias son disposiciones que, sin fijar un arancel que limite el ingreso de determinado producto extranjero, tiene efectos semejantes al anterior, pues restringe su ingreso al exigir el cumplimiento previo de ciertas especificaciones técnicas o administrativas. Su objetivo es proteger algún sector productivo nacional frente a la competencia comercial extranjera.



¿En qué consiste la admisión temporal para perfeccionamiento activo?

Alonso Paredes San Juan de Lurigancho



Este régimen aduanero consiste en permitir el ingreso de ciertas mercancías extranjeras al territorio aduanero con suspensión del pago de los derechos arancelarios y demás impuestos que graven su importación, para ser exportadas dentro de un plazo que no exceda los veinticuatro meses computados a partir de la fecha del levante, luego de haber sufrido una transformación o elaboración, debiendo dichas mercancías estar materialmente incorporadas en el producto exportado.



¿Qué es la VUCE?

Oscar Vásquez Lince



La Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) es un mecanismo de facilitación que permite a las partes involucradas en el comercio y el transporte alojar información estandarizada y documentos en un solo punto de entrada para cumplir con todos los trámites de importación, exportación y tránsito. Al ser electrónica, la información debe ser remitida una sola vez y solo se necesita tener número de RUC, usuario y clave Sol. www.vuce.gob.pe



Seminario Taller: "LIDERAZGO PARA SUCESES"

Evento exclusivo para empresas familiares

EXPOSITOR: Enrique Redondo Quintana

Martes 29 de abril de 2014
9:00 am a 5:00 pm



CENTRO DE DESARROLLO
DE EMPRESAS FAMILIARES
Cámara de Comercio de Lima



Fecha límite para
inscripciones
Viernes, 25 de abril

➔ OBJETIVO:

Dar a conocer herramientas y técnicas de liderazgo que ayuden a evitar, resolver o mejorar las situaciones problemáticas que aparecen en los procesos de sucesión.

Experimentarán la manera de cómo cambiar o mejorar sus comportamientos y visiones en beneficio del proyecto familiar-empresarial.

➔ DIRIGIDO A:

Fundadores, sucesores y potenciales sucesores. Miembros de las familias interesadas en el proceso de transición de liderazgo.

➔ INVERSIÓN:

Asociados: S/. 250.00 (Inc. IGV)
No Asociado: S/. 350.00 (Inc. IGV)

Incluye:
Materiales, Coffee Break y Almuerzo

Av. Giuseppe Garibaldi 396 - Jesús María
Teléfono: 219 -1672 / 219 - 1673
E-mail: eventos@camaralima.org.pe
www.camaralima.org.pe/empresasfamiliares/

CCL CÁMARA
DE COMERCIO
LIMA
La Fuerza de los Emprendedores

CCL

SERVICIO
ESPECIALIZADO

¡ EVITA MULTAS Y SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO
DE LA LEY DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO !



La Cámara de Comercio de Lima le brinda el Servicio de Diagnóstico Situacional de su empresa frente a la nueva ley de seguridad y salud en el trabajo. ¡ Sepa como está y que le falta !

El Peruano
DIARIO OFICIAL

**NUEVA LEY DE SEGURIDAD
Y SALUD EN EL TRABAJO**

Alcance de la ley Esta Ley es aplicable a todos los sectores económicos y de servicios; comprende a todos los empleadores y los trabajadores bajo el régimen laboral de la actividad privada dentro del territorio nacional, así como trabajadores y funcionarios del sector estatal o público, incluyendo trabajadores de las Fuerzas Armadas y de la Policía Nacional del Perú, y trabajadores por cuenta propia, freelance.

INFORMES:
Av. Giuseppe Garibaldi 396 - Jesús María
T. 463-3434 / E-mail: festrada@camaralima.org.pe
Anexo: 796 / 530 / 526 / 528

CCL CÁMARA
DE COMERCIO
LIMA
La Fuerza de los Emprendedores

El 62% de usuarios ingresa diariamente a esta red

Ventajas de contar con una fan page de Facebook

Al usar ese recurso de la famosa red social con más de 1200 millones de usuarios, las empresas consiguen una presencia importante en un gran mercado comercial.

Hace algún tiempo, hacer que un negocio sea ampliamente conocido era una labor difícil, ya que además de crear una estrategia se tenía que invertir mucho dinero en publicidad. Esto hacía que muchas pymes se limitasen a atender el mercado local. Pero con la aparición de las redes sociales, conseguir que un producto o servicio sea conocido está a solo un *click* de distancia.

Aunque existen muchas redes sociales y todas son populares, una ha destacado del resto por saber adaptarse al requerimiento de las empresas: Facebook, que con la página de fans o *fan page* ha creado un mercado que aún se expande y deja un sinnúmero de oportunidades.

Para entender mejor cuáles son los beneficios de una *fan page* de Facebook es necesario aclarar qué significa. De acuerdo con la descripción de la propia red social, la diferencia entre un perfil de Facebook y una página de fans es que la primera representa a una persona, mientras que la segunda permite a una organización, empresa o famoso mantener una presencia profesional en esta red. En resumen, una *fan page* es el rostro de una empresa en Facebook.

Pero ¿cuáles son las ventajas de tener una *fan page*? En principio, da a las empresas una presencia importante en un mercado que cada vez suma más adeptos. Por ejemplo, en 2010, más de 3 millones y medio de peruanos tenían una cuenta en Facebook, una cifra que coloca al Perú como el sexto país sudamericano con más presencia en esta red. Asimismo Facebook permite medir el crecimiento de la página, ya que se puede leer un reporte detallado del alcance que de los *posteos*

y a partir de ello establecer estrategias de comunicación que refuercen lo positivo y cambien lo negativo.

Otro punto altamente positivo de estar en Facebook es, sin duda, la interacción, el *feedback* automático que puede lograrse. Hace un tiempo, para saber qué pensaban los clientes con respecto a una marca o producto se tenía que contratar un empresa especializada en marketing; ahora solo se debe estar atento a las opiniones de los seguidores y se tendrá una idea de hacia dónde dirigir los mensajes.

Facebook es una red que está en constante cambio, y aunque para muchos esto parezca incómodo, lo real es que gracias a esa constante evolución es que se ha mantenido como la red preferida por los usuarios de internet: hasta febrero de este año ha acumulado más de 1200 millones de usuarios.

Facebook cuenta, además, con una plataforma "amable" que no exige al usuario contar con conocimientos avanzados de informática; por el contrario, con un poco de práctica cualquiera puede manejar la plataforma eficientemente.

Asimismo el 62% de los usuarios de Facebook utilizan esta red social todos los días, lo que la convierte en uno de los medios más importantes cuando se quiere que una marca tenga visibilidad.

Es necesario recalcar, además, que hoy existen muchos comercios que utilizan exclusivamente esta red social para vender sus productos, es decir, que no cuentan con ningún local físico. Por estas razones, la *fan page* de Facebook se ha convertido en una herramienta indispensable para los emprendedores □



Gadgets & software



■ Virtuix Omni llega en julio

Virtuix Omni es un sistema complementario de la realidad virtual que hace posible que el usuario se desplace físicamente dentro del espacio. Ingresará al mercado en julio próximo.



■ PayPal ofrece acceso con huella dactilar

Esta aplicación móvil estará disponible en veinticinco mercados y los clientes que accedan a ella obtendrán cincuenta dólares o más en ofertas que aceptan este medio de pago. En principio se usará con teléfonos Galaxy S5.



■ Samsung Galaxy S5 en venta en Perú

Este nuevo *smartphone* cuenta con cámara de 16 megapíxeles, además de la certificación IP67 que lo hace resistente al agua y al polvo. Puede sumergirse hasta un metro por un lapso de 30 minutos.



EN BENEFICIO DE LAS EMPRESAS MÁS PEQUEÑAS

IMPACTA CON NUESTROS SERVICIOS PUBLICITARIOS

La Cámara de Comercio de Lima, a través de su área de Publicidad, ofrece a las empresas un *mix* de productos que las enlazan con los ejecutivos del país.

El área de Publicidad & Publicaciones de la Cámara de Comercio de Lima ofrece a sus empresas asociadas diferentes servicios publicitarios que buscan conectar y dar a conocer a nuestras empresas asociadas.

Entre los diferentes servicios que ofrece se encuentran: publicidad en la revista *La Cámara*, el *Directorio Empresarial*, la *Guía Especial de Marketing*, la *Guía de Proveedores del Sector Salud* y los suplementos temáticos; *banners* publicitarios en el boletín *Cámara al Día*; encartes publicitarios con la revista *La Cámara*; sistemas de alianzas estratégicas y auspicios; y participación en los eventos organizados por la institución.

BENEFICIOS DEL EMPRESARIO

Las publicaciones serán vistas por las más de 12 000 empresas asociadas, lo que permitirá a los anunciantes ser más conocidos y establecer contactos entre los agremiados. De esta manera, la Cámara de Comercio fomenta el crecimiento de las empresas más pequeñas. Además, el servicio publicitario es totalmente accesible a todas las empresas, y con mayor razón si se es socio del gremio.

Es por ello que muchos asociados ya trabajan como auspiciadores en los eventos de la CCL y obtienen como beneficio una exposición directa con los asistentes.

“ LAS PUBLICATIONES SERÁN VISTAS POR NUESTRAS MÁS DE 12 000 EMPRESAS ASOCIADAS. ”

EXPERIENCIA GARANTIZADA

El área cuenta con seis ejecutivos de publicidad de hasta diez años de experiencia en el rubro. Así la Cámara de Comercio pone a su disposición al equipo indicado para lograr una máxima eficiencia. ■

► Para mayor información se puede llamar a los teléfonos 219-1663 y 219-1664 o escribir a publicidad@camarallima.org.pe.



EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DE LA MACRORREGIÓN SUR CRECIERON 19,1% EN 2013

Los envíos totales de productos tradicionales y no tradicionales de esta zona del país alcanzaron los US\$ 8022,66 millones. Arequipa es la región con mayor peso de oferta exportada.

Las exportaciones de productos no tradicionales de la Macrorregión Sur ascendieron a US\$ 814,92 millones al cierre de 2013, con lo cual se registró un crecimiento de 19,1% respecto del año anterior.

Este resultado se vio impulsado por los sectores sidero—metalúrgico y joyería, que sumaron US\$ 203,02 millones, lo que representó un incremento de 144,9% según un informe del Centro de Investigación Empresarial (CIE) de Perucámaras.

Le siguen el sector agropecuario, que registró US\$ 188,80 millones, con un aumento de 12,5%; textil, cuyas exportaciones sumaron US\$ 161,77, con un incremento de 6,1%, y maderas y papeles, con envíos por US\$ 16,57 millones, lo que implicó una variación de 75,1%.

En cuanto a las exportaciones totales (tradicionales y no tradicionales) de la Macrorregión Sur, alcanzaron los US\$ 8022,66 millones, cifra superior en US\$ 230,55 millones a la registrada en 2012; es decir, un crecimiento de 3%.

OFERTA EXPORTABLE

De las seis regiones que conforman la Macrorregión Sur, Arequipa es la que tiene mayor participación en las exportaciones totales con el 45,7% (US\$ 3748,55 millones), informó el CIE de Perucámaras.

Los principales productos exportados fueron: minerales de cobre y sus concentrados; oro en demás formas en bruto (incluido el oro platinado), excepto para uso monetario; así como minerales de molibdeno y sus concentrados. Dichas partidas en conjunto conformaron el 79,3% del valor exportado por esta región al cierre de 2013. Le siguen Moquegua (28,7%), Cusco (13,6%), Puno (5,8%) y Tacna (4,3%).

Madre de Dios es la región con menor participación (1,9%) en los envíos al exterior de la Macrorregión Sur.

Moquegua exportó US\$ 2302,75 millones entre productos tradicionales y no tradicionales. Sus tres principales partidas, que en conjunto concentraron el 90% del

MACRORREGIÓN SUR: EXPORTACIONES FOB SEGÚN SECTOR ECONÓMICO (2012-2013)

(Valor FOB en millones de dólares)

Sector	2012	2013	Par. % 2013	Var. % 2013/2012
Productos tradicionales				
Agrícolas	34,19	25,73	0,3%	-24,7%
Mineros	6954,37	7094,21	88,4%	2,0%
Pesqueros	115,63	81,86	1,0%	-29,2%
Petróleo y derivados	3,49	5,95	0,1%	70,6%
Total tradicionales	7107,67	7207,74	89,8%	1,4%
Productos no tradicionales				
Agropecuario	167,75	188,80	2,4%	12,5%
Maderas y papeles	9,46	16,57	0,2%	75,1%
Metal—mecánico	40,12	35,37	0,4%	-11,8%
Minería no metálica	30,40	29,72	0,4%	-2,2%
Pesquero	44,55	44,65	0,6%	0,2%
Químico	146,75	126,13	1,6%	-14,1%
Textil	152,47	161,77	2,0%	6,1%
Sidero—metalúrgico y joyería	82,88	203,02	2,5%	144,9%
Resto de otros no tradicionales	10,04	8,89	0,1%	-11,5%
Total no tradicionales	684,44	814,92	10,2%	19,1%
Total	7792,11	8022,66	100,0%	3,0%

Fuente: Sunat

Elaboración: CIE-Perucámaras

“SECTORES SIDERO—METALÚRGICO, JOYERÍA Y AGROPECUARIO IMPULSARON LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES.”

valor exportado, fueron: cátodos y secciones de cátodos de cobre refinado; oro en demás formas en bruto (incluido el oro platinado), excepto para uso monetario; así como minerales de molibdeno y sus concentrados.

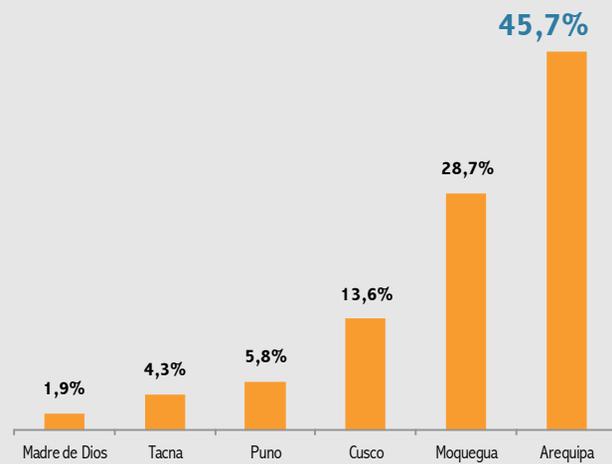
Los envíos al exterior procedentes de Cusco totalizaron US\$ 1088,39 millones, y su principal partida de exportación fue la de minerales de cobre y sus concentrados, que significó el 83,5% del valor exportado.

Puno registró exportaciones por un valor de US\$ 467,64 millones y sus tres principales productos de exportación, que en conjunto concentraron el 94,9% del valor exportado de la región, fueron: oro en demás formas en bruto (incluido el oro platinado), excepto para uso monetario; minerales de oro y sus concentrados; y las demás, quinua.

La región Tacna alcanzó los US\$ 342,01 millones en envíos al exterior. Sus tres principales partidas en conjunto conformaron el 57,6% del valor exportado por esta región el año pasado. Estas fueron: oro en demás formas en bruto (incluido el oro platinado), excepto para uso monetario; minerales de molibdeno y sus concentrados; así como cátodos y secciones de cátodos de cobre refinado.

Las exportaciones de Madre de Dios sumaron US\$ 153,53 millones, lo que representa una subida de 126,7% en comparación

MACRORREGIÓN SUR: PARTICIPACIÓN PORCENTUAL EN LAS EXPORTACIONES SEGÚN REGIÓN – 2013 (PORCENTAJE)



Fuente: Sunat

Elaboración: CIE-Perucámaras

con el valor exportado en 2012. Los tres principales productos que concentraron el 97,6% de los envíos de esta región fueron: oro en demás formas en bruto (incluido el oro platinado), excepto para uso monetario; nueces del Brasil sin cáscara,

al sector tradicional y que representaron el 87,6% del valor exportado el año pasado.

Dichas partidas son: minerales de cobre y sus concentrados, con una participación de 31%; oro en demás formas en bruto (incluido el oro platinado), con el 26,9%;

“ LOS PRINCIPALES MERCADOS PARA LAS EXPORTACIONES FUERON CHINA, CANADÁ, JAPÓN Y EE. UU. ”

frescos o secos; así como demás tableros ensamblados para revestimiento de suelo.

Del total de la oferta exportable de la Macrorregión Sur, son cinco las partidas que destacan, las cuales corresponden

cátodos y secciones de cátodos de cobre refinado, 25%; minerales de molibdeno y sus concentrados, 3,3%; y plata aleada, 1,4%.

MERCADOS

Los principales mercados de

destino para las exportaciones de la Macrorregión Sur durante 2013 fueron: China, que representó el 25,5% del total exportado, seguido por Canadá con 15,3%, Japón con 9,1% y, Estados Unidos con 8,7%. A estos países de destino se suman Brasil (7%), Italia (7%), Suiza (6,9%), España (3,6%), Chile (2,9%) y Corea del Sur (2,6%).

Las exportaciones a China alcanzaron los US\$ 2043,70 millones, lo que significó un crecimiento de 10,4% si se compara con 2012, mientras que al mercado de Canadá se vendió US\$ 1229,67 millones, monto que representó un aumento de 75,9%.

Por otro lado, los envíos a Japón sumaron US\$ 731,09 millones, con lo cual se registró una caída de 21,9% respecto del cierre de 2012, en tanto hacia el mercado de Estados Unidos se exportó US\$ 695,88 millones, que representaron un incremento de 91,3%.

Las exportaciones hacia Brasil ascendieron a US\$ 562,66 millones, mientras que hacia Italia alcanzaron los US\$ 557,75 millones, a Suiza los US\$ 555,54 millones, a España los US\$ 291,18 millones, a Chile los US\$ 234,33 millones y a Corea del Sur los US\$ 206,57 millones.

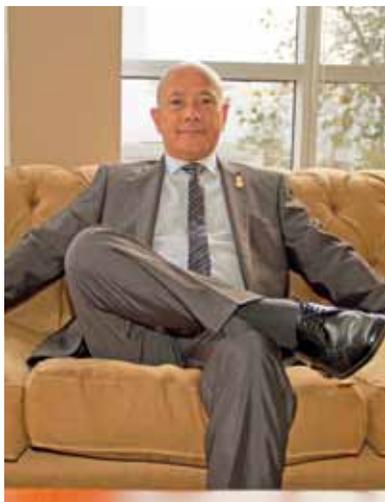
El CIE de Perucámaras destacó que estos diez destinos, de un total de 85 países, concentraron el 88,6% del valor exportado al cierre de 2013. ■

Indumed
Industria médica dental

Visítenos en:
www.indumed.com

Somos fabricantes e importadores de equipamiento para la industria médica dental.

Jr. Cailloma 458 int. 195 Lima-Cercado | Telf: 4265585 | Movil: 99650-4194 | Rpm: #528494 | Correo: indumedventas@gmail.com



Mario Mongilardi presidirá Aldimed durante el período 2014 — 2015.

Mario Mongilardi es elegido presidente de Aldimed

El pasado 13 de marzo, el titular del Gremio de Salud de la CCL, Mario Mongilardi, fue elegido presidente de la Asociación Latinoamericana de Gremios de Dispositivos e Insumos Médicos (Aldimed) para el período 2014 — 2015, durante una asamblea organizada por la institución en la ciudad de Bogotá, Colombia. En la cita se abordaron temas como el nuevo papel de las economías emergentes en la economía mundial, así como aspectos institucionales y de operatividad de Aldimed.

Cámara de Comercio y Ongei en reunión estratégica

El pasado 21 de marzo, la Cámara de Comercio de Lima recibió la visita del director general de la Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática, Carlos Cabrera. La visita sirvió para comprometer el apoyo de Ongei en el desarrollo del programa Conecta 2020, a fin de contar con la participación de las principales autoridades del gobierno y del sector privado como actores importantes para la creación de la Plataforma Tecnológica Peruana. Asimismo, Cabrera ofreció su apoyo para realizar junto a la CCL el foro titulado "Desarrollo de la política de gobierno electrónico en el Estado", que se llevará a cabo el próximo 20 de junio en el marco de la feria Expo TIC 2014.



Alfredo Taboada, coordinador nacional de Conecta 2020, y Carlos Cabrera, director general de la Ongei.

Gremio de Cosmética e Higiene de la CCL participó en la Feria Cosmoprof Worldwide — Bologna

El Gremio de Cosmética e Higiene de la Cámara de Comercio de Lima participó del 4 al 7 de abril en la Feria Cosmoprof Worldwide, en Bologna, Italia. Así, al celebrarse el Día Mundial de la Cosmética, el Perú destacó por su presentación titulada "How to do business in the cosmetic sector in Peru", presentada por Ángel Acevedo, presidente del gremio, acompañada de una visión de país presentada por la agregada comercial de Perú en Italia, Amora Carbajal. El stand peruano realizó, además, un cóctel que contó con la presencia del presidente de la industria cosmética italiana, Fabio Rosello, y el director general de Cosmoprof, Enrico Zannini. La feria es considerada el mayor evento B2B a nivel mundial, con presencia de 2500 exhibidores de veinticinco países.



Perú participó con un pabellón propio conformado por empresas como Starbrands, Yobel Supply Management, Fibella — Copecoh — CCL y Montalvo.



Perú • Colombia • Estados Unidos

El entorno cambiante en el que se mueven hoy las organizaciones, exige a los directivos fortalecer su gestión para ser más estratégicos.

En ROI, somos más de 100 expertos internacionales, realizando investigaciones, diseños, direccionamientos, implementaciones y evaluaciones, para empresas de todos los rubros, en temas de:

- ▶ Direccionamiento Estratégico
- ▶ Transformación Cultural y Desarrollo del Talento Humano
- ▶ Productividad Comercial y de Servicio al Cliente
- ▶ Comunicación Estratégica

www.roi-pm.com

Directo: (+51) 1 6528521, Móvil: (+51) 940 752563
Av. Dos de Mayo 534, Of. 405, Miraflores, Lima - Perú



¡SOMOS SU SOCIO ESTRATÉGICO PARA EL ALTO DESEMPEÑO, CUENTE CON NOSOTROS!

H. OLANO Y ASOC.



H. Olano y Asociados (CCL:008822.1) anunció su incursión en la actividad de *outsourcing* contable y en operaciones afines a través de su filial Sexem S.A.C. Asimismo la empresa, que el pasado 26 de febrero celebró 21 años en el mercado, afirmó que seguirán trabajando en la auditoría contable, tributaria y otros exámenes solicitados por otras empresas del país.

TERRA



Terra Perú actualizó su página web. La empresa afirma que ofrecerá contenido personalizado de acuerdo a las preferencias de cada público y que el nuevo diseño de Terra apuesta por la valorización de la información relevante para cada usuario, de manera segmentada y personalizada. El lanzamiento del nuevo Terra contó con la presencia de su CEO Global, Paulo Castro, así como de Luciane Aquino (CMO Global Terra).

BANCO FINANCIERO



La calificadora **Pacific Credit Rating (PCR)** elevó de "A-" a "A" la fortaleza empresarial del **Banco Financiero**. La calificadora afirma que dicho progreso se debe al "continuo crecimiento de las colocaciones de dicha empresa, que han influenciado positivamente en los resultados financieros y en la mejora de los niveles de eficiencia y morosidad, de acuerdo al apetito de riesgo del banco".

XENTIC



Xentic S.A.C. (CCL: 028834.2) empresa especializada en soluciones de seguridad informática y comunicaciones, fue reconocida con el nivel de Partner Asociado de Watchguard (empresa de equipos de seguridad). La directora de Negocios de Xentic, Elena Sánchez, manifestó: "Nuestro objetivo para el año 2014 es ser reconocida dentro de las empresas líderes en el desarrollo e implementación de las mejores soluciones de seguridad de TI".



ASOCIADOS QUE ESTÁN DE ANIVERSARIO

La Cámara de Comercio expresa su felicitación a las empresas asociadas que cumplen un año más, deseándoles muchos éxitos en su desempeño para alcanzar los objetivos que se han propuesto en bien de la organización, de sus trabajadores y del país.

JUEVES 1 DE MAYO

Representaciones Chriscar S.R.L.
Representaciones Investigaciones y Marketing S.R.L.
Ricardo Calderón Ingenieros S.A.C.
Segurindustria S.A.
Servicios Logísticos J.M.A. S.A.C.
Strategic Service Partners S.A.C.
Talleres Victoria S.A.C.
Telemóvil S.A.C.
Tempus Business S.A.C.
Tesacom Perú S.A.C.
Texmen S.A.C.
Top—Hit's S.A.C.
Trajes Fontenla S.A.C.
Unión de Concreteras S.A.
Y.T. & Associates S.A.C.
YDE Watanabe S.A.C.

VIERNES 2

AFP Habitat S.A.
AFV Servicios S.A.C.
Agencia Marítima Internacional S.A.
Agronegocios Venturosa S.A.
Alianza Corporativa S.A.C.
Atrápalo Perú S.A.C.
Automotores Gildemeister — Perú S.A.
Barlobar S.R.L.
Bartori S.A.C.
Compañía Withmory S.R.L.
Conceptos del Perú S.A.C.
Consultores Legales Asociados S.A.
Corporación Paita E.I.R.L.
Corporation Intherpharma S.A.C.
Cotton Tech S.A.C.
Cras Distribuidora S.A.C.
Damaz Perú S.A.C.
Desarrollo Empresarial Consulting S.A.C.
Epis S.A.C.
Escuela Angloamericana de Administración y Negocios — EAAN
Far Aduanas S.A.C.
Flordea S.A.C.
Fortaleza Security Group S.A.C.
Fundación Bongdad Ajena Fusiontech S.A.C.
González Vigil Balbuena Percy Grupo Inmolegal S.A.C.
Grupo Novatech Perú S.A.
Idempres S.A.C.
J.K. You World Importación y Exportación E.I.R.L.
Knowledge Center E.I.R.L.
Komonik2 S.A.C.
Laboratorios Marethfarm S.A.
Lima Caucho S.A.
Marchena del Valle Rocío del Carmen Negociación Futura S.A.C.

Negocios e Inversiones Medio Mundo S.A.C.
Orthoplace S.A.C.
Paredes Duglio Luis Víctor Praeveni Consultora S.A.C.
Publimedios S.A.
Quimex S.A.
Recuperaciones y Representaciones Negoci S.A.C.- R & R Negoci S.A.C.
Representaciones Asesoría Constructora Empresarial S.A.C.
Representaciones Center S.A.
Representaciones Mineras y de Cemento S.R.L.
Roggerocorp S.A.C.
Rossi Falcón Milan Fernando Sékula Delgado Ljubica Nada Serv. Comerc. y Turísticos Dos de Mayo S.A.C.
Tizianni Perú S.A.
Transatlantic Ajustadores de Seguros S.R.L.
Wilton's S.A.C.
World Courier del Perú S.A.

SÁBADO 3

Amazon Travel and Tours S.A.C.
Ángulos Ranurados Metalcom S.A.C.
Atenas S.A.C. Agencia de Aduana Bit Bit S.A.C.
Caissa S.A.C.
Comercializadora Canan S.A.C.
Comercio e Industrial Dental Tarrillo Barba S.A.C.
Compañía Par S.R.L.
Corporación Perudata Center S.A.C.
Gramsa Distribuidora S.A.C.
Incimmet S.A.
Ingenieros Civiles y Contratistas Generales S.A.
J y M Electromecánicos S.A.C.
Lavanderías Cristales S.A.C.
LKM Perú S.A.
Nakada Inmobiliaria S.A.C.
Pharbal S.A.C.
Representaciones King S.A.C.
Saeg Controls S.A.C.
Safety Line S.A.C.
Transformer Protector South America S.A.C.
VC Ingeniería Eléctrica Industrial Comercial E.I.R.L.
Vivamass S.A.C.
Yataco Arias José Domingo

DOMINGO 4

Agro Gestión S.A.C.
Andccruz S.A.C.
Automotive Company S.A.C.
Camposano Cabezas Alfredo Arvit Coloración y Afines S.A.C.

Comercial Industrial Selva S.A.
Company Limited Sur America S.R.L.
Full Automatic S.A.C.
Gloria S.A.
I.E.R.I. S.A.
I.S.T. Cessag - Asoc. Per.
Serv. Edu. Mul.- Apsem Isamodas Perú E.I.R.L.
L.C. Busre S.A.C.
Macro Post S.A.C.
Papeles Especiales S.A.C.
Plásticos, Metales Roscados S.A.C — Plamer S.A.C.
Productos Tissue del Perú S.A. o Protisa—Perú S.A.
Promotora Miraflores S.A.C.
Rehobot PC E.I.R.L.
Servicios y Mantenimiento Rentera E.I.R.L.
Sun Chemical Perú S.A.
Universidad Peruana Los Andes Ventos del Perú E.I.R.L.
Yaku Innovative Solutions S.A.C.

LUNES 5

ABCG Ediciones y Servicios S.R.L.
Agrovet Market S.A.
Aragón Cuadros Gladis Cristina Ark-Deko Inside S.A.C.
Centro Médico Caminos del Inca S.A.C.
Compañía Minera Poderosa S.A.
Corporación Odín S.A.C.
Corporación Textil MT S.A.C.
Dimensiones Reales S.A.C.
Discovery Book S.A.C.
EBB Perú S.A.C.
Fibrapol Perú S.A.C.
Global Transvel Señor de la Justicia S.A.C.
Hyundai IT Perú S.A.C.
Instituto Cuanto Management of Quality Assurance and Services Laboratories MQL S.A.C. - MQL
Manufacturas Periquita S.A.C.
Nieto Lem & Asociados S.C.
Restaurant Las Canastas S.R.L.
Salón Dorati Fushion E.I.R.L.
Sixthelement Comunicación Integral E.I.R.L.
Urbano Express Perú S.A.
Veterlab Pet E.I.R.L.
Wallong Perú S.A.C.

MARTES 6

Adistec Perú S.A.C.
Asociación Peruana de Organizaciones de Investigación Clínica por Contrato Borhua Sociedad Anónima Cerrada — Borhua S.A.C.
Corporación Betty & Courier S.A.C.

Divser S.A.C.
El Triángulo Representaciones S.R.L.
G & S Gestión y Sistemas S.A.C.
Maderas América S.A.C.
Malvex del Perú S.A.
Ragalperú S.A.C.
Rocm Sistem E.I.R.L.
Suministros Ciara S.R.L.
Turismo Los Algarrobos S.A.
Vena Perú S.A.

MIÉRCOLES 7

Andina Multitransporte S.A.C.
Ayllu Arte de mi Pueblo S.A.C. — Ayarpu S.A.C.
Catwalk S.A.C.
Centro Médico Especializado Santa Ena S.A.
Ciclotrón Perú S.A.
Compañía Peruana de Vidrio S.A.C.
Confecciones Ángela E.I.R.L.
Distribuidora Las Poncias S.A.
Empresa de Transportes de Carga Terrestre Maried S.A.C.
Iasacorp International S.A.
IATA Sucursal del Perú
In House & Outsourcing E.I.R.L.
Intelsat S.A.C.
International Data Corporation de Perú S.A.C.
Logistic Freight Cargo S.A.C.
Marquina Ramos Edinson Walter Miranda & Pérez Abogados y Consultores Asociados Group E.I.R.L.
Pac Max Importadores S.A.C.
Pérez Yance José Zacarías Pet CT Perú S.A.
Señor de Los Milagros II Servicios Múltiples S.A.C.
UMS United Medical Systems Perú S.A.C.

JUEVES 8

A.B. Importaciones Industriales S.A.C.
Agurto Cussi Mayra Lizbeth Alardi Contratistas Generales S.A.C.
Alberca Lojas Elsia Maritza Arias Vela Ernesto Asociación Civil del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Coca—Cola Servicios de Perú S.A.
Empresa de Alcoholes Destilados S.A.C.
Empresa Turística Villa Sol E.I.R.L.
Gonzales Manay Linda Magdalena Molinos Asociados Sociedad Anónima Cerrada Potencia Industrial S.A.C.
Rodríguez Ninaquispe Luis

Rapidez Seguridad y Garantía

en sus envíos

- Distribución de correspondencia en general
- Personal altamente especializado a su entero servicio
- Cobertura integral en Servicio Local
- Cobertura a nivel nacional a través de 38 destinos de atención distribuidos en todo el país.
- Servicio de recojo de correspondencia los 365 días del año
- Modalidad de servicio acorde a sus necesidades (3 hrs, 8hrs, 24 hrs, 48 hrs y 96 hrs)
- Confirmación de entrega vía e-mail
- Tarifas especiales por envíos masivos
- Apoyo postal gratuito (compaginado, ensobrado, embolsado y etiquetado)
- Actualización y verificación de base de datos
- Asesoría en correo directo y volanteo masivo

5%
Dscto.
para los socios
de la CCL

master world courier



Servicio Courier Local y Nacional - Rapidez - Seguridad - Garantía

Entrevista a Mónica Watson, gerente general de Perucámaras

“BUSCAMOS EL FORTALECIMIENTO DEL PAÍS A TRAVÉS DE LA INTEGRACIÓN DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO”

El desarrollo de un país progresará en la medida que sus participantes económicos enfrenten los desafíos en unidad e integración. Este principio es central para Perucámaras cuyo cometido principal es contribuir en el fortalecimiento de las cámaras de comercio a nivel nacional para que logren un óptimo nivel competitivo y, a través de estas, contribuir al desarrollo empresarial que conllevará a una efectiva integración y descentralización.

¿QUÉ ES PERUCÁMARAS Y CUÁLES SON SUS PRINCIPALES OBJETIVOS?

Perucámaras es el gremio que congrega a las cámaras de comercio de todas las regiones del país, cuyas empresas asociadas, que por cierto son en su gran mayoría pymes, pertenecen a todas los sectores de la actividad económica. En cuanto a los objetivos de la institución, el principal es contribuir al fortalecimiento de las cámaras de comercio afiliadas, para que tengan la capacidad de brindar cada vez más y mejores servicios, orientados a impulsar la competitividad de todas las empresas del país. De este modo pretendemos alcanzar una efectiva descentralización e integración nacional en un entorno globalizado. Estamos comprometidos con el desarrollo del país.

¿QUÉ SERVICIOS BRINDA PERUCÁMARAS?

Brindamos una extensa gama de servicios que comprende: asesoría legal, tributaria y laboral, capacitación empresarial, información de inteligencia comercial y oportunidades de negocio, asistencia técnica para la creación de centros de arbitraje descentralizados, asistencia para la creación de nuevas cámaras de comercio, articulación con entidades del Estado para llevar a cabo actividades conjuntas y también transmitirles la problemática y propuestas de

solución relacionadas con los diferentes sectores económicos, regiones e instituciones.

Asimismo, facilitamos reportes con el análisis de la evolución de diversos aspectos de la actividad económica en las regiones, elaborados por su centro de investigación empresarial; una plataforma tecnológica que enlaza al empresariado peruano y le permite compartir y utilizar información on-line sobre negocios y mercados, elaboración de publicaciones y difusión de información de interés y la co-ejecución de

“AYUDAMOS A OTRAS CÁMARAS DE COMERCIO A FORTALECERSE CON EL FIN DE QUE SU DESCENTRALIZACIÓN SEA EFECTIVA A NIVEL NACIONAL.”



► Mónica Watson, gerente general de Perucámaras.

programas de cooperación a favor del empresariado, que se llevan a cabo con el apoyo de las Cámaras asociadas en las regiones.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA DESCENTRALIZACIÓN Y LA INTEGRACIÓN DE LAS EMPRESAS A NIVEL NACIONAL?

No existe país que se



haya desarrollado y hecho grande sin un empresariado nacional vigoroso, con visión de conjunto y de modernidad. Así lo entendieron los directivos de la Cámara de Comercio de Lima años atrás, cuando promovieron la creación de un gremio nacional que es hoy Perucámaras. Por otro lado, tampoco es posible aspirar a ser un país desarrollado si concentramos

la actividad económica en unas pocas ciudades. Eso solo trae descontento y, por ende, convulsión social que deriva en el estancamiento del país y la violencia.

De allí que, pese a que el proceso de descentralización iniciado en el Perú atraviesa por un sin número de problemas, Perucámaras y sus cámaras de comercio asociadas

apuestan por el éxito de una descentralización productiva que conlleve al desarrollo de nuestro país con paz, justicia, equidad, y oportunidades para todos los peruanos. Creo que ese es el anhelo que compartimos los que queremos a nuestra patria.

¿CUÁNTAS CÁMARAS DE COMERCIO TIENEN COMO ASOCIADAS?

Contamos con 63 cámaras de comercio a nivel nacional que nos permite estar presentes en todas las regiones del país, y cuyos asociados representan a todos los sectores de la actividad económica. Sin embargo, el sector que más predomina es el comercio, seguido de los servicios, la industria y el turismo. Más atrás le siguen la agroindustria y transportes. Esta variedad de sectores está respaldada por nuestra asociación con la CCL.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA ASOCIACIÓN ENTRE PERUCÁMARAS Y LA CCL?

El Perú ha pasado por etapas muy difíciles en su historia republicana que, sin duda, debilitaron o no permitieron que las instituciones públicas y privadas se fueran fortaleciendo con el pasar de los años. Así, por ejemplo, tenemos cámaras de comercio regionales que pese a tener más de 50 ó 60 años de creación, todavía son débiles y algunas –felizmente cada vez menos – dependen de cuán proactivo pueda ser su presidente para atender los requerimientos que necesitan hoy sus asociados y tener la representatividad del sector empresarial en sus zonas de influencia.

La Cámara de Comercio de Lima ha crecido exponencialmente a través de los años, y, en especial, diría que lo ha hecho al ritmo del crecimiento que el país ha

demostrado en los últimos 12 ó 14 años, a tal punto que hoy es una de las cuatro cámaras más importantes del mundo. Y lejos de conformarse con ello, sigue haciendo esfuerzos para brindar mejores servicios a sus asociados y ser un legítimo representante del sector privado ante el Estado.

Por ello, es importante que las cámaras de comercio de las regiones tengan acceso a la transferencia del *know how* de la CCL, para así ir implementando nuevos servicios, mejorar los que ya brindan y lograr el fortalecimiento institucional al que aspiran. En esta tarea, PERUCÁMARAS juega un rol articulador. Un ejemplo de los frutos de esta alianza, es que a la fecha ya se cuenta con 18 centros de arbitraje descentralizados en las cámaras de comercio regionales, que se han creado con el invaluable apoyo del Centro de Arbitraje de la CCL.

¿CUÁL HA SIDO EL LOGRO MÁS RECIENTE DE PERUCÁMARAS?

Si medimos por actividades realizadas recientemente, un logro importante ha sido el resultado del Programa AL Invest IV que ejecutamos en regiones, en un trabajo conjunto con las cámaras de comercio y, en algunos casos, en alianza con instituciones del propio Estado con las que generamos sinergias, mediante el que hemos logrado tener más de 3,700 beneficiarios directos, incluso de lugares muy alejados, en donde no llega el Estado.

Aportar al crecimiento de ese gran tejido empresarial que es la pyme, es una gran satisfacción, y el esfuerzo que hagamos en esa dirección (sea grande o pequeño), no solo de Perucámaras, sino en general de todas las instituciones públicas y privadas, contribuirá sin duda al desarrollo del país que todos anhelamos ■

UPC Y EL IFB FIRMAN IMPORTANTE CONVENIO ACADÉMICO

► Rector de la UPC, Edward Roekaert Embrechts, junto a Inés María Althaus, Gerente General del IFB.



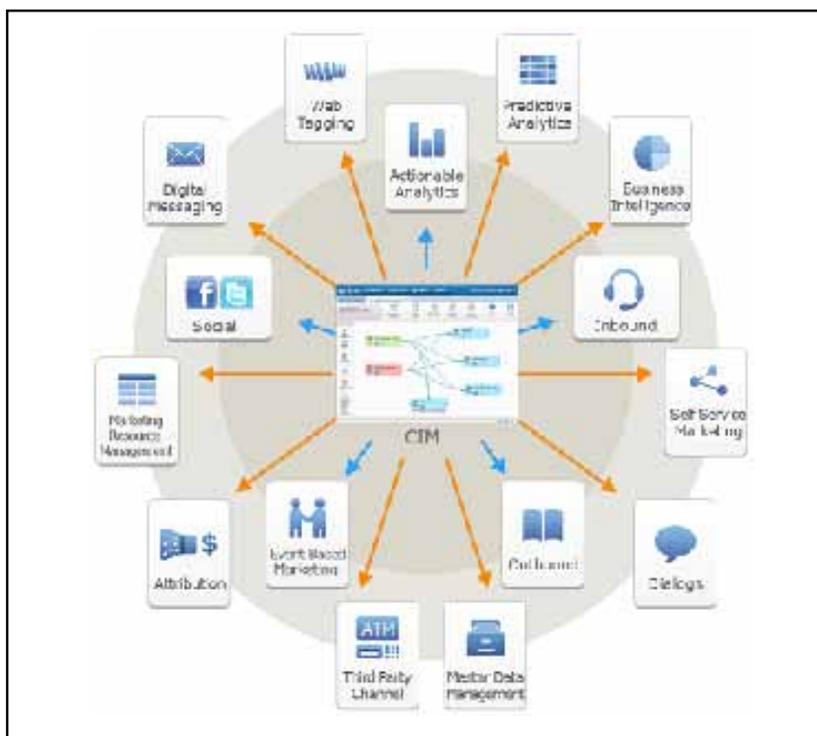
La Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), a través de sus Estudios Profesionales para Ejecutivos (EPE), y el Instituto de Formación Bancaria (IFB), firmaron un convenio de cooperación académica para brindar oportunidades de profesionalización a los egresados de esta institución.

Desde ahora, los egresados y titulados del IFB convalidarán cursos e ingresarán al tercer ciclo de las carreras de Negocios de EPE-UPC.

Además, los egresados de las carreras de Administración Bancaria, Contabilidad y Negocios Internacionales del IFB, podrán convalidar cursos adicionales, si optan por continuar sus estudios en las carreras de Administración de Banca y Finanzas, Contabilidad; y Negocios Internacionales de EPE de la UPC.

El convenio brinda a los egresados del IFB la posibilidad de culminar su carrera universitaria en 2 años y 8 meses como mínimo. Asimismo, tendrán acceso directo a la escala más baja de pensiones.

TERADATA PRESENTA SOLUCIÓN DE GESTIÓN DE CAMPAÑAS BASADA EN LA NUBE



Teradata empresa especializada en soluciones de análisis de datos, anunció que ya se encuentra disponible a nivel global la nueva versión de su solución líder de gestión de campañas para marketing basado en datos: Teradata Customer Interaction Manager.

La herramienta permite a los vendedores combinar múltiples fuentes de datos de clientes y mantener una conversación con estos últimos, a través de cualquier canal de contacto. Customer Interaction Manager es utilizada por los departamentos de marketing de las principales marcas del mundo, posibilitando analizar datos de los consumidores, segmentos específicos de audiencias y eventos relevantes. En este sentido, contar con el conocimiento y previsión de los intereses y las necesidades de los clientes, viabiliza la toma de mejores decisiones y el crecimiento de los ingresos.

A partir de la puesta en marcha de Customer Interaction Manager, los clientes de Teradata reportaron incremento de un 50% en la rentabilidad, como así también, la mejora de los resultados de campaña, en un 35%.

BANCO  FINANCIERO



BANCA EMPRESARIAL

COMERCIO EXTERIOR

**SUS NEGOCIOS INTERNACIONALES
EN LAS MEJORES MANOS**

En nuestra área de Comercio Exterior Usted recibirá un servicio ágil y personalizado, brindado por profesionales con experiencia en el manejo de instrumentos financieros para la gestión de sus Negocios Internacionales. Contamos con todos los productos necesarios para poder brindarle los mejores servicios y financiamientos para sus negocios de comercio exterior.

VISÍTENOS

Av. Jorge Basadre N° 310, Piso 3, San Isidro

CONTÁCTENOS

(51 1) 612 2000 / comex@financiero.com.pe

WWW.FINANCIERO.COM.PE