

CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA



Cámara | 20 Informa | 20 Edición Julio



CONSEJO DIRECTIVO

PRESIDENTE:

Sr. Juan Carlos Fisher Tudela

VICEPRESIDENTE:

Sr. Enrique Schütze Macchiavello

SECRETARIO:

Sr. Juan Enrique Rivera de la Barra

TESORERO:

Sr. Sebastián Herraiz Gibson

VOCAL:

Sr. Ignacio Rojas Guerrero

GERENTE GENERAL :

Sra. Mariela González Castro

EDITORIAL

Después de haber estado casi tres meses en confinamiento obligatorio, nuestra nueva normalidad va tomando forma y la mayoría de las industrias comienzan a reestablecerse de manera operativa, ya sea en casa ó desde sus oficinas conforme los resguardos exigidos por la autoridad. Hoy más que nunca la Cámara se esfuerza por extender a sus socios y amigos plataformas que promuevan y fortalezcan la gestión comercial de sus negocios, además del posicionamiento de sus marcas y consolidación de sus soluciones en los diversos mercados.

Este mes de julio, el mes que se celebra la independencia del Perú, no hemos bajado la guardia, hay que celebrarlo con toda la energía que merece la fortaleza y espíritu de su gente, un Perú en constante crecimiento, con una resiliencia destacada en la región y diversas oportunidades de mejora, de las cuales el desarrollo económico va aparejado, es por esta razón que nos mantenemos unidos, entorno a los nuevos desafíos, proyectos, visiones de los principales líderes de Perú y Chile.

Abrimos el mes con la videoconferencia denominada “En el Ruedo de la Reactivación Económica” a cargo del señor Jorge González Izquierdo, reconocido economista y profesor principal de la Universidad del Pacífico, quien nos transmitió de manera muy didáctica y objetiva la situación de nuestro país.

Por otro lado, con el objetivo de incentivar el acercamiento entre industrias, realizamos la primera Rueda de Negocios Online – Sector Hidrocarburos, evento que tuvo como invitado especial a la empresa PETROPERÚ. En la misma línea, este mes desarrollamos de manera exitosa la III rueda de Negocios Online - Sector Minería, instancia online que convocó a nueve empresas peruanas y chilenas para reunirse con la Compañía Minera Nexa Resource.

En co-organización con la empresa chilena Assetplan desarrollamos el webcast “Multifamily Investing: la tendencia mundial llega ya al Perú”, la firma arribada en marzo de este año a Perú, junto a un nutrido panel de expertos, convocó a más de 100 asistentes, interesados en conocer el negocio de la renta orgánica.

Fuimos parte también del lanzamiento del informe internacional MINE 2020: Resilient and Resourceful, emitido por nuestro socio PWC. Esta edición tuvo foco en cuatro puntos: análisis financiero de la industria minera, fusiones, ciberseguridad, situación ambiental y social del mercado.

Porque nuestros socios son prioridad en nuestro trabajo, por tercer mes consecutivo se desarrolló III Networking entre socios Online, plataforma que reúne a miembros de nuestra organización, y tiene como objetivo ser un espacio de reunión que impulse potenciales relaciones comerciales entre los asistentes.

Cada socio dentro de su industria posee cierta expertiz que hemos venido compartiendo con nuestro círculo empresarial, es así como Martinot Abogados nos introdujo en “La Nueva Normalidad en el Entorno Laboral”, un espacio que permitió conocer las cinco medidas laborales para la reactivación económica. Por su parte nuestro nuevo socio, MDP Soluciones, resolvió las interrogantes asociadas a seguridad y salud del trabajo, aspecto muy relevante para reiniciar la operación en las diversas industrias. Asimismo, la empresa asociada Candela Jara & Abogados, también hizo uso de esta plataforma para dar a conocer la nueva modalidad de construcción “Gobierno a Gobierno” y presentar varios proyectos que se encuentran en cartera.

La economía se encuentra retomando su curso, es así como el sector construcción busca nuevas metodologías para avanzar y retornar a su dinamismo, las obras por Impuestos y asociaciones público privadas son una oportunidad y mecanismo potencial para ello, es así como don Carlos Oliva, director de la COFIDE y ex Ministro de Economía, compartió su perspectiva y análisis, por su parte la señora Rossana Gussukuma, Jefe del Área Legal de OXI de Torres y Torres Lara – Abogados, ahondó en el Marco Legal del Régimen de Inversión Pública, alcance y funcionamiento de las obras por impuesto.

Finalizamos nuestro calendario de julio con el workshop, “Tecnologías Emergentes para un Modelo de Negocio Disruptivo”, coorganizado con la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, la presentación estuvo a cargo de Jerko Juretic, quien expuso sobre la cuarta revolución industrial, tecnologías emergentes, modelos de negocios disruptivos y la transformación digital acelerada producto de la contingencia.

Nuestra institución agradece el compromiso y preferencia de nuestros asistentes y asociados, nos motiva que sigan participando de nuestros eventos virtuales, y nos impulsa a seguir mejorando para brindarles un servicio de calidad. Desde este canal, les hacemos llegar un extensivo saludo fraternal al Perú en estas fiestas patrias 2020, nos mantenemos comprometidos con el impulso de nuestras economías y creemos el intercambio comercial entre Chile y Perú, será un elemento clave para levantarnos de la crisis.



ÍNDICE

06

COVID-19: la confianza es clave para la recuperación de los retailers



10

Resguardos legales para los exportadores ante los efectos de la pandemia



13

La oportunidad que no podemos dejar pasar



15

Clientes de Scotiabank podrán incrementar sus ventas por Internet a través de ClubMarket 24/7



16

Consumidores en la pospandemia





CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA

MASTER CLASS MARKETING DIGITAL

con **Pedro Saldías**

Director creativo y especialista en Marketing Digital. Head of branded content Agencia Raya Chile. Speaker y docente de innovación en contenidos para plataformas digitales.

Ex Director de Marketing Espacio Nacional de Diseño.

12 y 13 de agosto
6 p.m. PE 7 p.m. CL



Contacto:

947 275 388

985 301 280



COVID-19: la confianza es clave para la recuperación de los retailers



Los *retailers* aplican la misma fórmula para alcanzar el éxito desde hace tiempo: ganar el viaje, hacer crecer la canasta y profundizar la lealtad. Sin embargo, en el entorno pandémico actual, ganar el viaje ha adquirido un nuevo significado y depende de optimizar la experiencia del cliente de distintas maneras y, al hacerlo, volver a ganar la confianza de las personas.

A medida que las personas lidian con los efectos del COVID-19, tenderán a confiar en una empresa si los mantiene seguros, se comunican claramente y mantienen su parte del trato. Es decir: tener los artículos que necesitan en stock, estableciendo precios razonables (resistir la tentación de aumentar sus márgenes en productos a pedido); y proporcionar un nivel constante de servicio, especialmente tiempos de entrega convenientes y ventanas razonables de recojo de pedidos. No obstante, la confianza también implica una relación y no puede tener una relación con los clientes si no los conoce. Por lo tanto, es importante comprender cómo la pandemia está cambiando el comportamiento de las personas y la demanda de sus productos y servicios.

Recientemente, un grupo considerable de consumidores se ha hecho más accesible, dado que la lealtad a sus marcas y ubicaciones habituales se ha visto interrumpida por cierres, nuevos patrones de viaje y artículos agotados. Para ganarse a estos nuevos clientes potenciales, será fundamental que las empresas obtengan las compensaciones correctas entre precio, stock, conveniencia y otras formas de experiencia; pero también que se reevalúen de manera constante, a medida que superan las distintas etapas de la crisis.

Fortaleza su detección de demanda

Los líderes empresariales enfrentan un imperativo estratégico para acelerar algunas iniciativas ya existentes y desarrollar nuevas capacidades a través de esta crisis. Cuando se trata de experiencia, esto significa agudizar el sistema nervioso de su organización para detectar el nivel y la combinación de la demanda en este entorno cambiante y poder reaccionar ante él. En consecuencia, se debe impulsar una mayor agilidad empresarial. Hacerlo requerirá un enfoque fluido, durante un período prolongado, a medida que los consumidores reaccionen a la recesión inducida por la pandemia y establezcan un nuevo equilibrio para los hábitos de compra y las preferencias de marca.

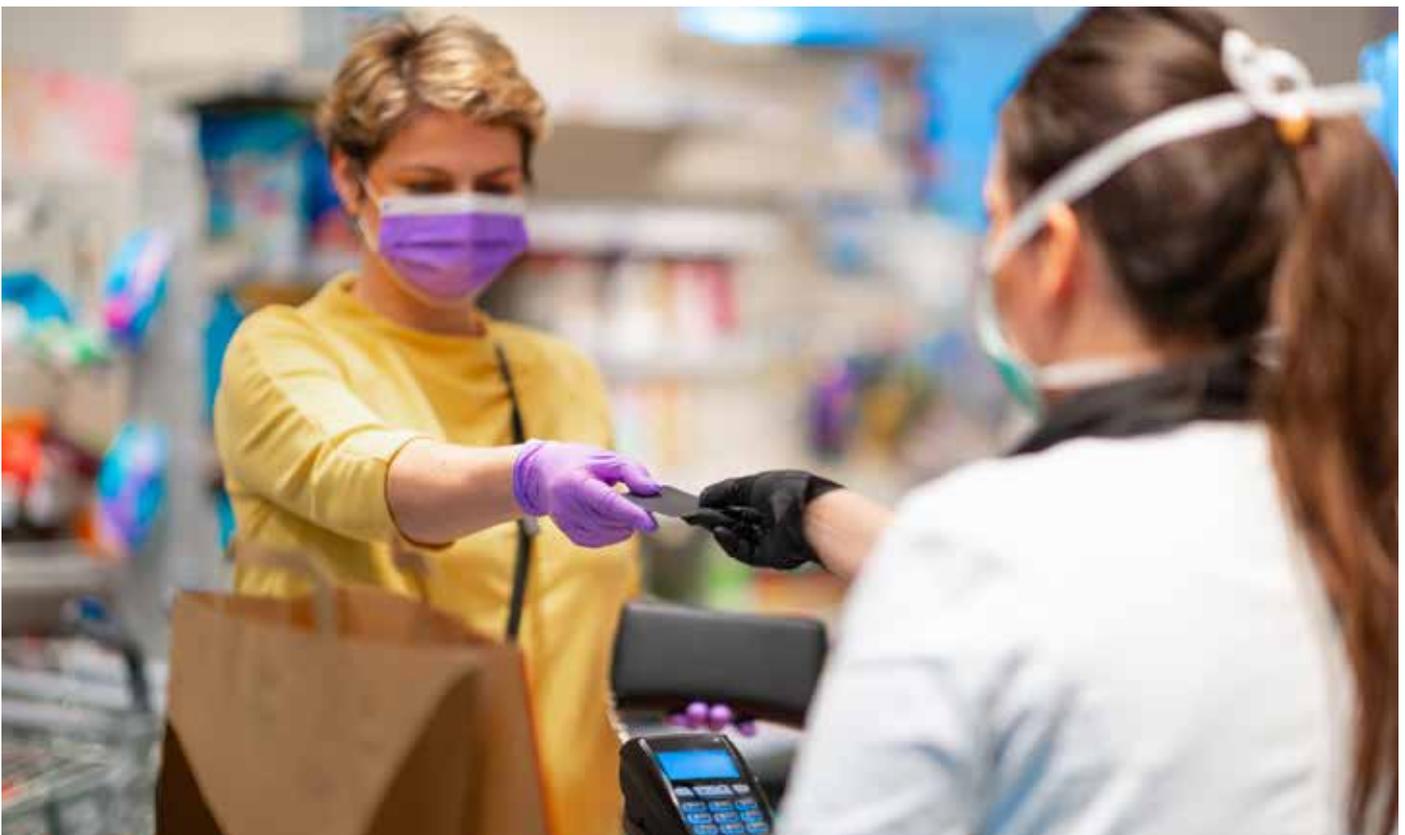
Una capacidad de detección de demanda altamente ajustada ayudará a generar ideas clave. Esta capacidad implica combinar la planificación de escenarios con ajustes a los modelos de detección de demanda que incorporan datos de la empresa y de terceros. Luego, se puede aplicar ideas para determinar cómo realinear y acelerar las iniciativas estratégicas, equilibrando las prioridades a corto y largo plazo. Ciertos planes pueden optimizarse este año, pero otros necesitarán plazos de entrega más largos para reimaginar su propuesta de valor de formas innovadoras.

Crea un ciclo de retroalimentación más rápido

Optimizar las experiencias para reforzar la confianza y ganar el viaje será más fácil si puede actuar prontamente una vez que detecta la demanda, lo que significa crear un ciclo de retroalimentación más rápido. Las señales de demanda más inmediatas y viables permitirán a los retailers ver cómo se comportan segmentos específicos de clientes a nivel local y cómo evolucionan sus actitudes y comportamientos.

Los retailers pueden acelerar el ciclo de retroalimentación escuchando a sus empleados, pues su experiencia en primera línea influye mucho en la experiencia del cliente y la reputación de la marca.

Al combinar datos de experiencia de clientes y empleados con datos operativos, se obtiene una imagen más completa del retorno de la experiencia (ROX) o el resultado medible de las inversiones que ha realizado para reforzar la confianza a través de mejores experiencias.



MISIÓN COMERCIAL



CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA



Misión Comercial Virtual a Perú

Del 07 al 10 de Septiembre 2020

Información :



monica.inga@camaraperuchile.org

+51 947275388

SISTEMAS DE GESTIÓN

UN MEJOR ENTORNO PARA TU NEGOCIO



IMPLEMENTACIÓN



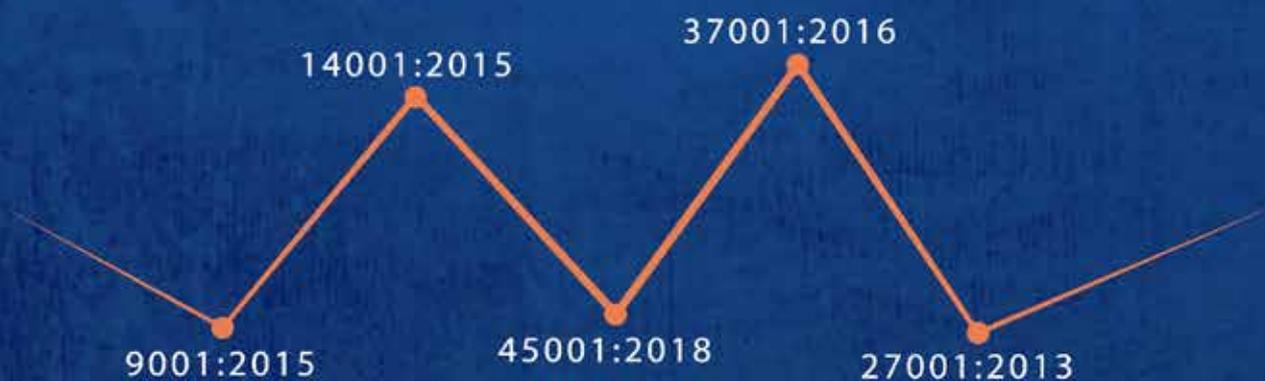
AUDITORÍA



CAPACITACIÓN



PLAN COVID-19



Centro Empresarial Nuevo Trigal, Torre B
Teléfono: (+51) 945 195 953 / 998 049 950
comercial@mdpsoluciones.com
Sedes: Perú y Ecuador

MDP
soluciones

Resguardos legales para los exportadores ante los efectos de la pandemia

Desde el punto de vista de los exportadores de frutas, la COVID-19 ha traído varios problemas logísticos internos: campos trabajando a media marcha, disminución de la mano de obra, implementación de complicados protocolos sanitarios, retrasos en la cadena de suministros, necesidad de incurrir en mayores gastos para la implementación de cambios en las operaciones, entre otros.

A pesar de lo anterior, el lado positivo de la historia es que, en razón a que las personas consideran a la fruta fresca como un alimento saludable frente a la COVID-19, la demanda se ha mantenido estable en los mercados de destino y, como consecuencia, los volúmenes de exportación se encuentran actualmente dentro de los rangos esperados.

Ahora bien, sobre la base de lo arriba expuesto, lo último que el exportador peruano necesitaría es que a todo el conjunto de inconvenientes locales que tiene hoy, también se le sumen problemas internacionales a la hora de comercializar su producto. A continuación, exponemos dos consejos que los exportadores deben tomar en cuenta para evitar contratiempos cuando su producto salga de las fronteras de Perú.

Consejo I: Principales Resguardos Legales desde un Punto de Vista General – Relación con el Transportista y el Recibidor.

Para los exportadores que ya tienen su fruta en tránsito al mercado de destino o que la tendrán en el futuro próximo, es esencial tomar medidas preventivas que puedan protegerlos de posibles riesgos que nazcan en el proceso de transporte o comercialización de su mercadería. Dichas medidas pueden ser:



Sebastián Osman, Country Manager de Araya & Cía. Abogados Perú

1. Contratar seguros de crédito que protejan de las políticas implementadas por los países de destino, a lo que se le llama Riesgo Político.
2. Contratar seguros de transporte y realizar surveys sobre la fruta en caso de retrasos de más de tres días por parte del transportista.
3. Realizar Quality Controls de toda la mercadería en puerto de destino.
4. Presentar claims a las navieras en caso de retrasos.



5. Mantener comunicación escrita con el receptor en relación al proceso de recepción de la mercadería y precios del mercado.

6. Firmar contratos con los importadores donde se establezcan las condiciones comerciales de manera clara.

Consejo II: El Caso Específico del retraso en el transporte internacional de la mercadería.

El potencial retraso de los transportistas internacionales, y en especial el de las navieras, es una situación que está generando muchas preocupaciones a los exportadores frutícolas, hoy en día. Esta inquietud no es de ninguna manera infundada, basta recordar las largas filas de barcos intentando entrar a China durante los primeros meses del año y, como si esto no fuera suficiente, la posterior interminable estadía de los containers en puerto, una vez que los mismos eran descargados de los barcos.

Frente a la anterior situación, la estrategia para paliar las consecuencias de un potencial retraso en el transporte internacional dependerá de si el exportador contrató o no un seguro de transporte. En caso de que no lo haya hecho, el exportador solo puede presentar un claim al transportista; mientras que haber contratado un seguro, le permitirá presentar el claim al transportista y, además, acudir al seguro para que se le indemnice por los daños generados.

Los claims tienen como objetivo crear un precedente con el cual será más fácil demostrar la responsabilidad del transportista si la merca-

dería presenta daños a su llegada a puerto de destino. Lo anterior no solo sirve para exigirle al transportista una indemnización por los daños generados, sino también para facilitar la ejecución de la póliza del seguro en caso de que se haya contratado uno.

Hay algunos elementos que debemos tener presentes: (i) Usualmente los transportistas o aseguradoras no responden por retrasos menores a tres días; (ii) Siempre se debe realizar un quality control de la mercadería a su arribo a puerto de destino pues este procedimiento ayuda a dejar constancia de su calidad y condición a la llegada; y, (iii) Usualmente los seguros requieren que se haga un survey –el cual es como un quality control- más especializado para que se comprueben los daños y determinar si procede o no la indemnización.

Sin duda el COVID-19 está trayendo un conjunto innumerable de consecuencias, algunas previsibles y otras no tanto, a los exportadores peruanos. Como firma de abogados, nuestra recomendación es que tomen ya las medidas preventivas, sin esperar a que surjan los problemas, cuando, posiblemente, sea muy tarde para buscar soluciones.

A título de conclusión, me gustaría decirle directamente al exportador que, si toma en consideración los dos consejos nombrados, podrá dormir tranquilo sabiendo que su mercadería –su inversión- se encuentran mucho más protegida frente a inconvenientes en el intrincado campo del comercio internacional.

WEBCAST

TIVIT | Su futuro,
nuestro desafío.

CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA



WEBCAST

REALIDAD AUMENTADA, PARA UNA NUEVA NORMALIDAD

 **Miércoles 19 de agosto**

 17:00 hrs.  18:00 hrs.

GIANCARLO FALCONI

GERENTE DE SOLUCIONES DIGITALES
TIVIT PERÚ



Contactos:

 socios@camaraperuchile.org

 +51 985 301 280 - +51 963 968 012



La oportunidad que no podemos dejar pasar

Por Martin Reaño, Presidente Ejecutivo de Reaño Asesores Financieros



Esta crisis ha cogido a todos los empresarios por sorpresa. Nadie imaginaba hace tres meses que la crisis sanitaria por la que atraviesa el mundo iba a tener repercusiones tan profundas en las empresas. Los cambios en las economías de los países, en la estructura de los mercados y en los modelos de negocio serán dramáticos y veloces.

Lo anterior significa que habrá dolor, incomodidad y carencias. Pero también significa que se implementarán cambios y mejoras en las empresas que, en otras circunstancias, hubieran tomado 10 a 15 años en ser ensayados. Y, sin duda, eso es bueno para las economías, los mercados y para los negocios.

Hoy todo se está volviendo a

negociar. Ninguna condición pre-crisis se mantiene. La realidad es otra y todos los agentes del mercado se están acomodando. El proveedor acepta que le paguen en más días; el trabajador está dispuesto a aceptar una reducción temporal en su sueldo; el dueño del local, ha bajado los alquileres que cobra y los bancos reestructuran las deudas de las empresas para que los préstamos se paguen después y más lento.

Esta es la gran oportunidad que necesitaban muchos empresarios peruanos. Este es el momento de realizar todos los cambios y mejoras que estaban en el tintero esperando el momento apropiado para su ejecución. De estos cambios, uno de los fundamentales es negociar nuevos términos con

los acreedores. Hay que ir a los bancos y proveedores y presentarles el nuevo modelo de negocio. Mostrar todas las mejoras que se harán en la empresa y sustentar cómo es que ésta se adecuará a la nueva economía Post-Covid.

En general, hay que reestructurar los pasivos con todos los proveedores. Una oportunidad como ésta no se va a presentar en muchas décadas. Desde la gran crisis de 1930 no se presentaba una situación de una envergadura similar.

Veamos la mitad llena del vaso. Aprovechemos la oportunidad. Volvamos a negociar todos los pasivos de la empresa: Bancos, proveedores, Sunat, AFPs, alquileres....Reestructuración empresarial que le llaman.



CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA



MUESTRA TU MARCA

¡SÉ PARTE DE NUESTROS EVENTOS ONLINE!

BENEFICIOS



Presencia de marca en las invitaciones virtuales



Visibilidad de marca en nuestras redes sociales



Proyección de video institucional previo inicio al evento



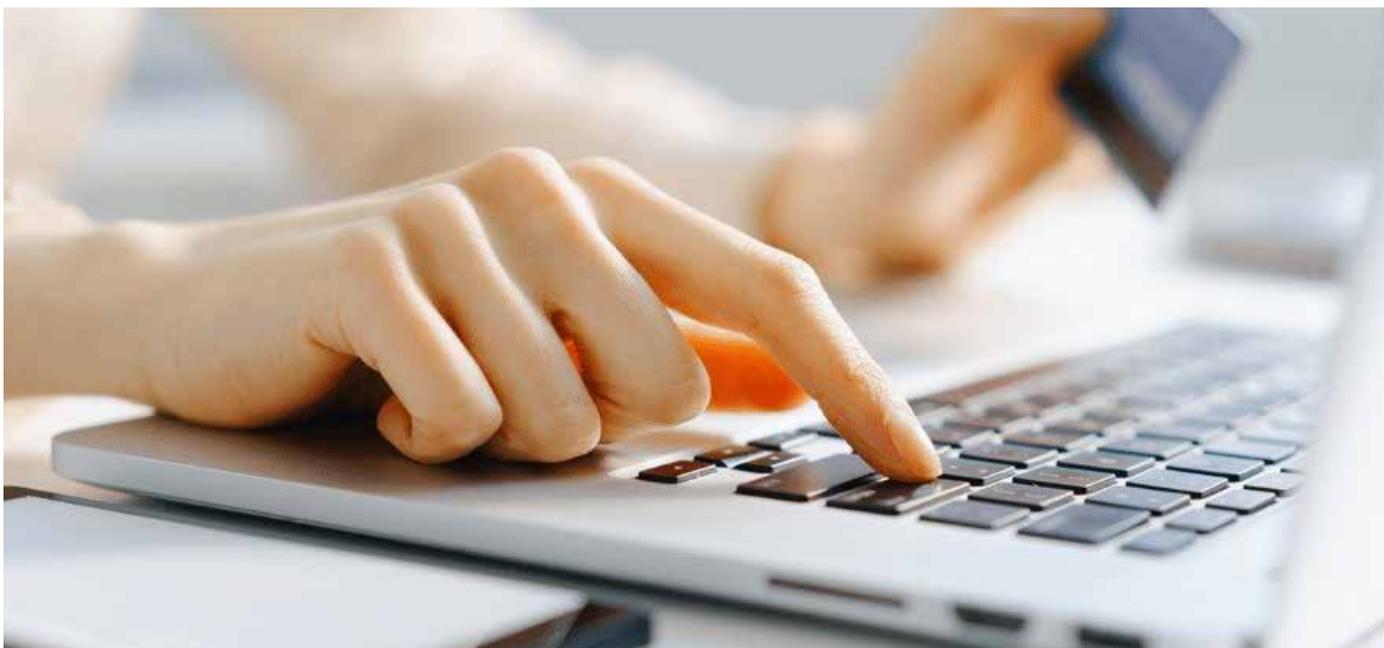
Publicación de Nota de Prensa en nuestros canales de difusión.

Contacto:

operaciones@camaraperuchile.org | 947 275 388



Cientes de Scotiabank podrán incrementar sus ventas por Internet a través de ClubMarket 24/7



- Alianza entre Scotiabank y Unimarket Perú permitirá la venta de productos y servicios de clientes de la Banca Pyme y Banca de Negocios del banco por medio de las plataformas online de Luxury y PrimeClub.

Lima, 7 de julio de 2020.- Con el objetivo de contribuir con la reactivación económica de miles de negocios en el país, **Scotiabank** y **Unimarket Perú** establecieron una importante alianza y presentan ClubMarket 24/7, iniciativa dirigida a clientes de Banca Pyme y de Banca Negocios de Scotiabank que les permitirá vender sus productos y servicios en las plataformas online de Luxury y PrimeClub.

De esta manera, miles de negocios podrán incrementar sus ventas al contar con un canal que funciona las 24 horas del día y los siete días de la semana. Además, accederán a una amplia gama de beneficios que les permitirá llegar a más de medio millón de clientes, fortalecer su posicionamiento y exposición de marca, recibir asesoramiento personalizado, así como obtener el servicio de distribución por parte de Unimarket Perú.

Para acceder a este beneficio, los clientes, ya sean personas naturales con negocios o personas jurídicas, deberán tener una cuenta de ahorros o cuenta corriente activa en el banco y enviar sus datos a través de la web www.scotiabank.com.pe/campanas/2020/clubmarket-scotiabank o enviar sus consultas a través de Clubmarket24/7@unimarket.com.pe.

Con esta iniciativa, Scotiabank continúa trabajando para apoyar a sus clientes a reactivar sus negocios, brindándoles soluciones para impulsar sus ventas y, así, construir un mejor futuro para el país.

CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA



LHH |  **DBM**

es ahora

LHH

Videoconferencia:
Upskilling y Reskilling
de nuestros perfiles y
nuestros equipos

INSCRIPCIÓN:

analista1@camaraperuchile.org

+51 947 275 388

PLATAFORMA ZOOM

11 agosto
martes

17 hrs.



18 hrs.



Consumidores en la pospandemia



En una clase virtual dictada hace unos días sobre la posible evolución de los modelos de negocios, a raíz justamente de la pandemia, un profesor docente de Estrategia del International MBA de Columbia University, hizo algunos interesantes planteamientos sobre los efectos del COVID-19 sobre el consumidor. En la mencionada conferencia, el ponente se refirió a los siguientes tres elementos:

a) “Teniendo en cuenta los efectos de la pandemia, no solo sobre la salud, sino también sobre el empleo y los ingresos, el consumidor va a tener en adelante un comportamiento más cauteloso.” Esto es evidente pero sus implicancias en los negocios son varias.

b) “Aun después del levantamiento de las medidas de confinamiento, los temores a eventuales riesgos de contagio por el virus, seguirán presentes en las personas, y esto tendrá un fuerte efecto sobre sus hábitos de consumo y de movilidad.” Esto replantea los hábitos y comportamientos, y acá se abren varias posibilidades.

3. “Forzados por la necesidad derivada del aislamiento impuesto, individuos y familias por un lado, y empresas e instituciones por el otro, han encontrado en el entorno digital, un espacio de compra y venta, de interacción, de comunicación y de entretenimiento, con una dimensión y una capacidad insospechadas hasta hace apenas unas semanas.” Esto es cierto pero estoy convencido que la interacción humana no va a disminuirse significativamente; van a coexistir los entornos físico y digital.

La situación arriba descrita, tiene indiscutibles consecuencias para las empresas, lo que implica que éstas deben examinar con detenimiento el comportamiento futuro del consumo en las diferentes esferas. Veamos una por una.

En primer lugar, la parálisis generada en gran parte de los sectores económicos como resultado del aislamiento decretado está causando la pérdida de empleos. A pesar de los esfuerzos guber-

namentales por proteger las nóminas, infortunadamente se están produciendo estragos en las mipymes, en los trabajadores independientes y en negocios como hoteles, restaurantes, bares, cines, aerolíneas, empresas de transporte terrestre y empresas de construcción, para mencionar las más golpeadas. Según la Organización Internacional del Trabajo (1), 25 millones de personas podrían quedar desempleadas, con una pérdida de ingresos del orden de los \$3,4 trillones (millones de millones de dólares). La consecuencia es que muchos hogares en general, van a ver disminuidas sus entradas monetarias y, por consiguiente, las empresas habrán de ser muy ingeniosas para atraer esos escasos ingresos. Las promociones, los descuentos y las rebajas, aparejadas a campañas de mercadeo que generen cercanía con el cliente, probablemente serán la norma de comportamiento empresarial. Sin duda, el consumidor va a exigir una óptima propuesta de valor que incorpore un precio atractivo.

En segundo término, aun cuando se autorice mayor movilidad y apertura de ciertas actividades, el riesgo de contagio seguirá presente. Las autoridades han advertido que la convivencia con el COVID-19 no cesará si no hasta que aparezca la vacuna salvadora. El horizonte plausible es de entre 6 y 12 meses, según las distintas fuentes. Un análisis reciente de la firma Morgan Stanley, sobre lo que podrá suceder después del pico de la pandemia en Estados Unidos, sugiere que habrá una segunda ola de contagios en ese país, entre finales de diciembre de 2020 e inicios de enero de 2021, con un decrecimiento gradual

hasta marzo del mismo año (2). El horizonte se despejaría suponiendo que para entonces se logre amplia disponibilidad de la vacuna. Derivado de lo anterior, el consumidor saldrá poco de compras, evitará sitios concurridos como centros comerciales o grandes establecimientos, y buscará sitios cercanos como almacenes o tiendas de barrio, más accesibles y con menores aglomeraciones. La invitación que esto le sugiere a las empresas, es a tratar de ubicar sus productos más cerca del cliente. En este escenario, las entregas a domicilio de todo tipo de producto, van a jugar un papel fundamental, como ya lo están haciendo, sin embargo, el servicio debe mejorar. No es posible que para recibir un mercado haya que esperar varios días, o que para hacer el pedido se tenga solo una línea telefónica que siempre suena ocupada. Hay que recordar que en el nuevo contexto, habrán pocos dólares frente a una oferta amplia de bienes y servicios, y que el cliente hará valer su poder de compra.

El tercer y quizás más importante componente de esta nueva situación, es la renovada importancia que ha cobrado el entorno digital para los diferentes actores de la economía y de la sociedad. Tanto personas como organizaciones, han descubierto la inmensa variedad de oportunidades que las herramientas digitales les ofrecen para realizar sus actividades. Las compras y las ventas se han trasladado en buena medida a la red, tal como lo han hecho la educación, las comunicaciones grupales, la cultura y el entretenimiento, e inclusive la asesoría empresarial (mi caso en particular). Incluso, la religión ha encontrado una manera efectiva de llegar a su audien-



cia regular, así lo demostró el Papa Francisco durante la reciente Semana Santa. El COVID-19 logró de facto, de manera forzada y en unas pocas semanas, lo que las escuelas de negocios venían proponiendo a las empresas desde hace ya tiempo: la transformación digital. Contrario a lo que algunos sociólogos expresan, en el sentido de que el ser humano no aprende de sus experiencias y siempre regresa a su comodidad, es claro que la forma de hacer negocios cambió y no volverá a ser igual ... al menos no por ahora. El consumidor ha encontrado un nuevo canal de expresión económica, los medios digitales, y las empresas deben prestarle toda su atención. Llegó la hora de consolidar esa transformación en las empresas, que muchas ya la habían iniciado, o de dedicar recursos y esfuerzos para desarrollarla, en el caso de los más atrasados. Para la revista Forbes, las empresas deben incorporar ahora una “resiliencia operativa” para sobrevivir a la nueva realidad (3), lo que está directamente relacionado con las tecnologías de la información y la transformación digital. Pero insisto: la digitalización no reemplazará completamente al contacto físico humano; ambos canales van a coexistir. Las empresas que sepan implementar bien esto les irá mejor.

El actual coronavirus se ha convertido en un hito histórico por su enorme impacto (ojo, no necesariamente negativo) sobre la sociedad. Y sus efectos en los consumidores, ya sean estas personas o empresas, nos están empezando a dejar valiosas lecciones a todos. Bien aprendidas, dichas lecciones tienen un inmenso potencial para transformar el gran desafío en nuevas oportunidades.



Fuentes:

1. ILO, COVID-19: Pandemic in the World of Work, 2020
2. Morgan Stanley, After the Coronavirus Peak, What's Next?, Abril 2020
3. Forbes. Covid-19: A Call for Digital Transformation, Abril 2020

VIDEOCONFERENCIA

CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA



VIDEOCONFERENCIA

Plan Nacional de Competitividad y Productividad: Hacia el Perú 2030

PLATAFORMA: ZOOM

 17:00 HRS.



FERNANDO ZAVALA

Presidente del Consejo Privado de
Competitividad, ex primer Ministro.



CARLOS ENRIQUE GALLARDO

Director Ejecutivo del Consejo Nacional de
Competitividad y Formalización



Contactos:

socios@camaraperuchile.org

+51 947 275 388

JUEVES
6
AGOSTO

Grupo Scotiabank recibe reconocimiento “Huella de Carbono Perú” del MINAM

- *Empresas del Grupo*

Scotiabank midieron su huella de carbono 2019, la registraron en la plataforma “Huella de Carbono Perú” y ya empezaron a gestionarla, sumándose así a la campaña del Ministerio del Ambiente (MINAM) para lograr un Perú bajo en carbono.

Lima, 23 de julio de 2020.- Scotiabank, CrediScotia y Profuturo recibieron el reconocimiento “**Huella de Carbono Perú**” otorgado por el Ministerio del Ambiente (MINAM), por haber registrado los resultados de su medición de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en dicha plataforma,



sumándose a la campaña de educación y sensibilización que el MINAM está impulsando para lograr la meta de reducción del 30% de las emisiones de GEI al 2030. Así, Scotiabank se convierte en el segundo banco en sumarse, mientras que Profuturo y CrediScotia se convierten en la primera AFP y financiera, respectivamente.

“En el Grupo Scotiabank buscamos contribuir con el cuidado del planeta reduciendo nuestro impacto en el ambiente. Por esa razón, medimos nuestra huella de carbono 2019 con el objetivo de implementar un plan de acción que nos permita gestionar nuestros impactos y, así, sumar esfuerzos para la contribución a la meta nacional al 2030. Agradecemos el reconocimiento Huella de Carbono Perú del MINAM y animamos a que más empresas reporten sus emisiones de GEI mediante la herramienta Huella de Carbono Perú, por el futuro de nuestro planeta y del país”, señaló Manuel Silva, director de sostenibilidad y relaciones institucionales de Scotiabank.

Huella de Carbono Perú

Es la plataforma digital, gratuita y simple creada por el Estado para reconocer el esfuerzo de las organizaciones públicas y privadas en la gestión de sus emisiones de GEI. Con esta herramienta el MINAM busca mejorar la calidad de los datos de emisiones nacionales y sistematizar la información para el establecimiento de un mercado doméstico de carbono en el Perú.

Para sumarte a esta iniciativa y contribuir a la construcción de un país bajo en carbono, ingresa aquí: <https://huellacarbonoperu.minam.gob.pe/huellaperu/> **#QueLasEmpresasSeSumen**

NOTA DE PRENSA

FOOD EXPO LATAM

Feria Digital Sector AGRO en Latinoamérica



El mundo de los negocios ha cambiado rápidamente durante estos meses de pandemia mundial. Hoy en día, las empresas necesitan canales eficientes y eficaces para estar vigentes en el mercado, es por ello que, varias de estas industrias se han visto en la necesidad de adaptarse a esta nueva contingencia, buscando espacios que les permita mantener su venta y promoción.

Es así, que la feria FOOD EXPO LATAM – FEL, la cual ofrece la participación anual para las empresas del sector AGRO de América Latina ha decidido acoplarse a esta nueva situación y reinventarse en el mundo digital para establecerse como una FERIA VIRTUAL, está se desarrolla desde el 31 de mayo del presente año hasta el 2021, tiene como actividades ruedas de negocios especializadas para sus suscritores, las cuales pretenden promover la idea de ventas sostenibles, diversificación de los mercados, y crecimiento orgánico de exportaciones e importaciones en LATAM.

FOOD EXPO LATAM está en línea y trabajando para apoyar el sector de alimentos del Perú y América Latina, con el objetivo de promover la reactivación del mercado y crear la nueva tendencia de crecimiento positiva. Para mayor información, escriba a ferias@camaraperuchile.org

Organizan:

OLÉB2B.com



Auspician:



¡Participa ahora

Somos tu nuevo canal de ventas!

www.foodexpolatam.com



FOOD
EXPO
LATAM

31 Mayo 2020 | **31** Mayo 2021

FERIA VIRTUAL

¡Participa ahora!

Invitamos



Expositores:

¡Crea tu cuenta y
sube tu oferta al
instante!



Compradores:

Revisa la oferta de la expo
y agenda reuniones con
expositores.

FOOD
EXPO
LATAM

31 Mayo 2020 | **31** Mayo 2021

Regístrate y participa en Ruedas
de negocios Especializadas

¡Únete ahora!

¡Registro Gratuito!

Organizan:

OLÉB2B.COM



ADAPTARSE PARA CAMBIAR EL FUTURO

Queremos ayudarte con nuestras **soluciones de TI, Cloud y Data Center** para que protejas a tus clientes, colaboradores y empresa.

Somos **Gtd Perú**, tu aliado de conectividad y TI en Perú. Conectamos a nuestros clientes corporativos con Fibra Óptica en Lima y provincias, contamos con un Data Center Tier III, una infraestructura sólida, eficiente con altos estándares de calidad.

SOLUCIONES DE CIBERSEGURIDAD, CLOUD Y DATA CENTER

Para un teletrabajo seguro e información protegida.



Seguridad
perimetral



Escritorios
virtuales



Respaldo
Corporativo



Plataformas de
telepresencia



Antivirus EndPoint
Seguro EDR



IaaS
Cloud Privada



Ciberseguridad
Cloud



PaaS
Tu entorno
de desarrollo



BaaS
Continuidad
de tu negocio



Antispam



SaaS:
software como
servicio



Tu información estará
segura en nuestro

**DATA CENTER
TIER III**



✓ Cercanos, ✓ Confiables, ✓ Ágiles

Webinar: Qué, Cómo y Por qué comunicar en tiempos de pandemia



La comunicación debe ser una parte vital en la estrategia de las empresas para conectar con sus clientes y colaboradores, y cobra mayor relevancia durante épocas de crisis. Hoy en medio de una pandemia, lo que comúnmente hacen las empresas es reaccionar o implementar acciones aisladas porque el tiempo apremia; sin embargo, la clave está en desarrollar una sólida estrategia de comunicación y de marca, antes de actuar, para que el mensaje tenga sentido y refuerce el propósito de tu compañía.

Tranquilo, tener un plan de crisis previamente construido es importante; pero quizás no hubiera solucionado todo porque nadie estaba preparado para esta coyuntura, y la comunicación, así como tu estrategia de marketing han tenido y tendrá que tomar riesgos.

El 22 de Julio, continuando con nuestro ciclo de webinars, Karla Cantuarias y Beatriz Astorga, socias de la Agencia Siglo Nuevo, nos hablaron sobre cómo las empresas deberían generar y enfocar sus estrategias de comunicación en tiempos de pandemia y teletrabajo.

A través de una presentación didáctica nos comentaron 3 pasos para llevar el mensaje que nuestra empresa quiere transmitir hasta sus consumidores:

1. **Desarrollar una estrategia de marketing concreta**, debes tomar en cuenta los siguientes puntos:
 - a. Nicho al que te diriges.
 - b. Mensaje que transmitirás.
 - c. Medios que utilizarás.
 - d. Capturar clientes potenciales
 - e. Convertir clientes potenciales en clientes.
 - f. Crear una experiencia para el cliente.
 - g. Aumentar el valor para satisfacer aún más a tu cliente.
 - h. Establecer un sistema dirigido para conseguir referencias.

2. **Identifica tendencias y realinea tu negocio**, todas las marcas tuvieron que cambiar su mensaje y discurso de acuerdo a la coyuntura, ser más humana, contingente, sin darle la espalda a la realidad es una buena estrategia para mantenerse relevante. Quienes decidieron simplemente congelar sus campañas de comunicación no han logrado conectar con su audiencia de la manera más efectiva. Es importante considerar el contexto en que nos encontramos, para poder seguir ofreciendo algo de valor a los clientes.

3. **No te dejes llevar por tus sesgos**, debes recordar que lo que funcionaba antes de la pandemia, probablemente ya no se encuentre alineado con el mensaje que quieres transmitir y tampoco con el contexto individual que vive cada país. Confiar en “las mejores prácticas” o en una “fórmula perfecta” quizás no sea la mejor alternativa, si es que no se hace un análisis real sobre el momento particular en el entorno de cada empresa.

Los invitamos a revivir el webinar organizado por Manager Software de la mano de Siglo Nuevo en nuestro canal de [Youtube](#).



RUEDA DE NEGOCIOS

Chile 

CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA



E-Rueda de Negocios Sector Minería



Agosto 2020

Información:
comercioexterno@camaraperuchile.org
+51 947275388 | +51 963968012



Del calor de nuestra cocina, a tu mesa.



sinfonia

almacén

CHICHARRÓN
familiar
o para 2

SANCOCHADO
para 4
o para 2

PAVO HORNEADO
familiar
o para 2

CONGELADOS

PANADERÍA
DULCE Y SALADA

BEBIDAS

Delivery gratuito en Miraflores. / Consultar recargos en otros distritos.
Recojo de pedidos en Hotel Crowne Plaza Lima

Ingresa a nuestra web para ver nuestra carta.

sinfonia.pe



913 028 575

  @sinfonia.almacen



PLATAFORMAS COMERCIALES

WEBCAST

En el Ruedo de la Reactivación Económica



El jueves 2 de julio, nuestra institución llevó a cabo la videoconferencia denominada “En el Ruedo de la Reactivación Económica”, la cuál tuvo como ponente a don Jorge González Izquierdo, experto economista peruano.

El evento online inició a las 17:00 horas (Perú) con la cordial bienvenida de don Juan Carlos Fisher, presidente de nuestra organización y la señora Mariela González, Gerente General de la Cámara.

La ponencia de don Jorge González Izquierdo, economista y profesor principal de la Universidad del Pacífico, inició brindando un panorama sobre

antecedentes de crisis económicas ocurridas en Perú, con el objetivo de explicar las diferencias de la actual situación tras la pandemia del COVID-19. En el mismo sentido, brindó un análisis extenso y detallado sobre el panorama actual que se viene desarrollando en nuestra sociedad a base cuatro ideas fuerzas.

Continuando con la interesante plataforma, el distinguido expositor brindó ciertas perspectivas sobre el futuro económico de nuestro país, en cuál señalaba que para poder regresar a los niveles normales se tiene que recuperar el nivel de empleo y producción. Además, afirmó que se necesita realizar un es-

tímulo al consumo privado y a la inversión pública para afrontar la crisis económica.

Al finalizar la ponencia, dio lugar a las preguntas de los más de 70 asistentes, lo que generó un dinámico conversatorio e intercambio de ideas y perspectivas, junto a don Juan Carlos Fisher.

Agradecemos a don Jorge González Izquierdo por su excelente y detallada exposición, que aportó una clara y honesta mirada a la contingencia económica del Perú, la excelente acogida, permanencia y gran número de preguntas entre los asistentes, así lo demostró.

Rueda de Negocios Online Sector Hidrocarburo



El martes 7 de julio, la Cámara de Comercio Peruano Chilena realizó la rueda de negocios online de Sector Hidrocarburo. La instancia inició a las 10:00 a.m. con las palabras de bienvenida de la señora Mariela González, Gerente General de nuestra organización. En esta oportunidad nos acompañaron representante Petro Perú, Señor Carlos Llerena, Jefe de Refinación en Refinería Talara, empresa los estándares más altos de tecnología y competitividad de la región

La actividad congrego a ocho destacadas empresas: PAKMATIC, COMERCIAL PAUL, ARVAL RELSA, CADETECH, MANDOMEDIO, EMENSA, EMIN GEOESTRUCTURAS, quienes presentaron sus servicios, oferta comercial y cartera de clientes.

Nuestra institución continúa implementando plataformas que ayuden a nuestros socios y empresas amigas a potenciar la gestión comercial en el mercado peruano y chileno. Nos comprometemos en seguir desarrollando que permitan alcanzar sus objetivos empresariales. Para enterarse de nuestras próximas actividades, los invitamos a seguirnos en nuestras redes sociales: Facebook, LinkedIn, twitter e instagram.

Nuestra institución continúa implementando plataformas que ayuden a nuestros socios y empresas amigas a potenciar la gestión comercial en el mercado peruano y chileno. Nos comprometemos en seguir desarrollando que permitan alcanzar sus objetivos empresariales

VIDEOCONFERENCIA

Multifamily Investing, la tendencia mundial ya llega al Perú



El martes 7 de julio, la Cámara de Comercio Peruano Chilena en coorganización con nuestro socio estratégico Assetplan, empresa líder en Renta Orgánica, desarrolló el webcast, titulado “Multifamily Investing, la tendencia mundial ya llega al Perú”.

El evento inició a las 17:00 p.m. congregando alrededor de 100 asistentes. El presidente de la Cámara, Señor Juan Carlos Fisher dio las palabras de bienvenida, junto a la señora Mariela González, Gerente General de nuestra institución. La actividad contó con destacados ponentes del rubro, quienes permitieron a los asistentes conocer la renta

orgánica como un método de inversión, sus oportunidades y beneficios, así como también el avance en diversos países del mundo, tales como Estados Unidos, Chile y Perú.

La exposición inició con el señor Ignacio Torretti, Socio de Assetplan, quien dio una mirada al desarrollo que ha tenido la renta orgánica en Chile, aseverando que ésta ha experimentado un crecimiento acelerado desde sus inicios en el año 2010, en un promedio anual de 58% (C.A.C), también mencionó las ventajas respecto a otra renta inmobiliaria, entre la que destaca, la oferta diversificada, que permite llegar a distintos segmentos de arrendatario.

Por su parte Juan Francisco Errázuriz, Gerente Administración y Finanzas de Assetplan, brindó un detallado análisis del mercado de arriendo en Perú, Chile y EE.UU., donde en la última década el Perú ha crecido 2,52% (CAGR) en promedio cada año. Señaló que el desarrollo del mercado de renta residencial en el Perú podría contribuir al crecimiento de la industria inmobiliaria en el Perú.

Continuando con el tema, el señor Alfredo Alcaíno, Socio de Assetplan, detalló el comportamiento de la renta orgánica frente a la crisis. Si bien el mercado inmobiliario ha mostrado una reducción drástica de la liquidez en el sistema financiero,

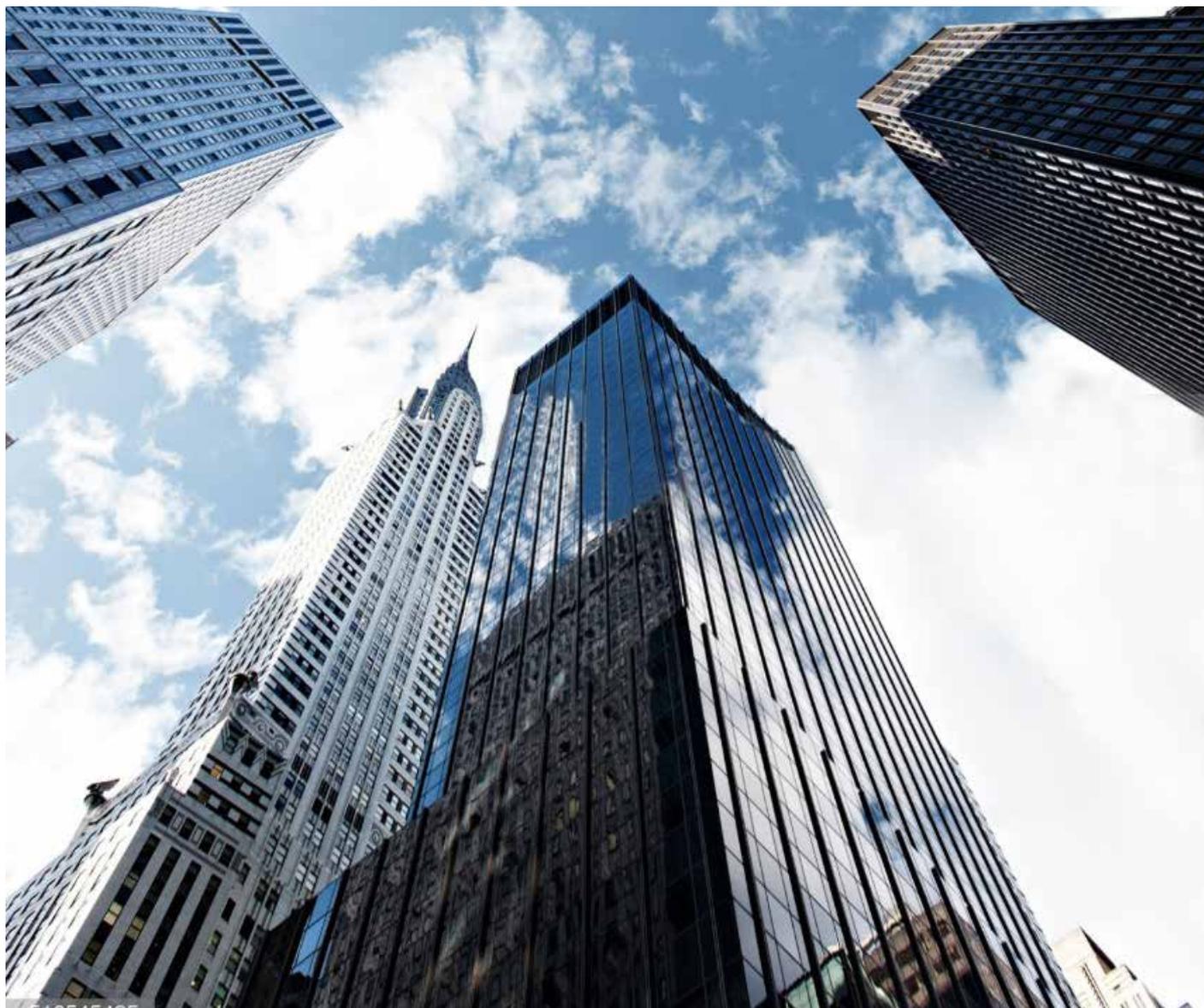
éste muestra un comportamiento de recuperación más rápido en referencia a otros sectores.

Seguidamente el señor Rodolfo Bragagnini, Past President de ASEI se centró en las oportunidades del arriendo en el Perú, explicando cómo ventajas, las zonas con buena densidad en el país, las normas de desalojo eficientes y los bonos de subsidio a la renta. Para finalizar el Sr. Gustavo Ehni, Gerente General de Inmobiliaria Actual Perú, entregó su visión y comentario de cierre, señalando al multifamily como un modelo de negocio que funcionaría, dado el aumento de la demanda en el arriendo de inmueble, y está acompañada con una correcta implementación traería beneficios en el país.

La exposición dio pie a una serie de comentarios y preguntas, que extendieron el encuentro por más de media hora, a través del cual los expositores y panelistas pudieron aclarar los puntos que generaron dudas entre los participantes, así como también aterrizar los planteamientos en la realidad del mercado peruano.

Agradecemos a Assetplan y sus magníficos expositores, del mismo modo a los asistentes que complementaron esta presentación con sus comentarios y consultas. Lo invitamos a conocer más sobre renta orgánica y Assetplan visitando el sitio, <https://www.site.assetplan.cl/>

La Cámara de Comercio Peruano Chilena agradece su atención. Síguenos en nuestras redes sociales para más contenido e información: Facebook, LinkedIn, twitter e instagram. y entérate de nuestras próximas novedades.



I Foro Internacional de Reactivación Turística



El miércoles 8 de julio, la Cámara de Comercio Peruano Chilena con la intervención de don Juan Carlos Fisher, presidente de nuestra institución, participó en el I Foro Internacional de Reactivación Turística organizado por la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ica, instancia que tuvo como objetivo la búsqueda de iniciativas para el resurgimiento del sector turístico.

El evento virtual inició con las cordiales palabras de bienvenida de Eduardo Ojeda, presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ica. La actividad contó con la participación de cuatro ponentes, representantes de países latinoamericanos entre ellos Argentina, Chile, Colombia y México.

La primera exposición estuvo a cargo de Gabriel Fidel, director del Centro de Desarrollo Sostenible y Turismo Uncuyo, quien realizó un análisis sobre el impacto del coronavirus en el PBI de América Latina y los principales cambios que enfrentará el sector para aprender a “convivir con el COVID 19”, también, señaló que es importante generar estrategias a futuro centradas

en la demanda y explico brevemente los protocolos establecidos por el Ministerio de Turismo y Deporte de Argentina.

A continuación, don Juan Carlos Fisher inició su ponencia brindando un panorama sobre la industria turística de Chile previo al Covid- 19, posteriormente de manera detallada, comenta sobre el cambio e impacto que se ha tenido en el sector a raíz de la pandemia. Asimismo, menciona las medidas de reactivación, en el cuál hace hincapié en los tres ejes del Plan Nacional de Turismo, protocolos sanitarios, subsidios y fondos de promoción. Antes de finalizar hace un llamado a “no caer en una epidemia pesimista”.

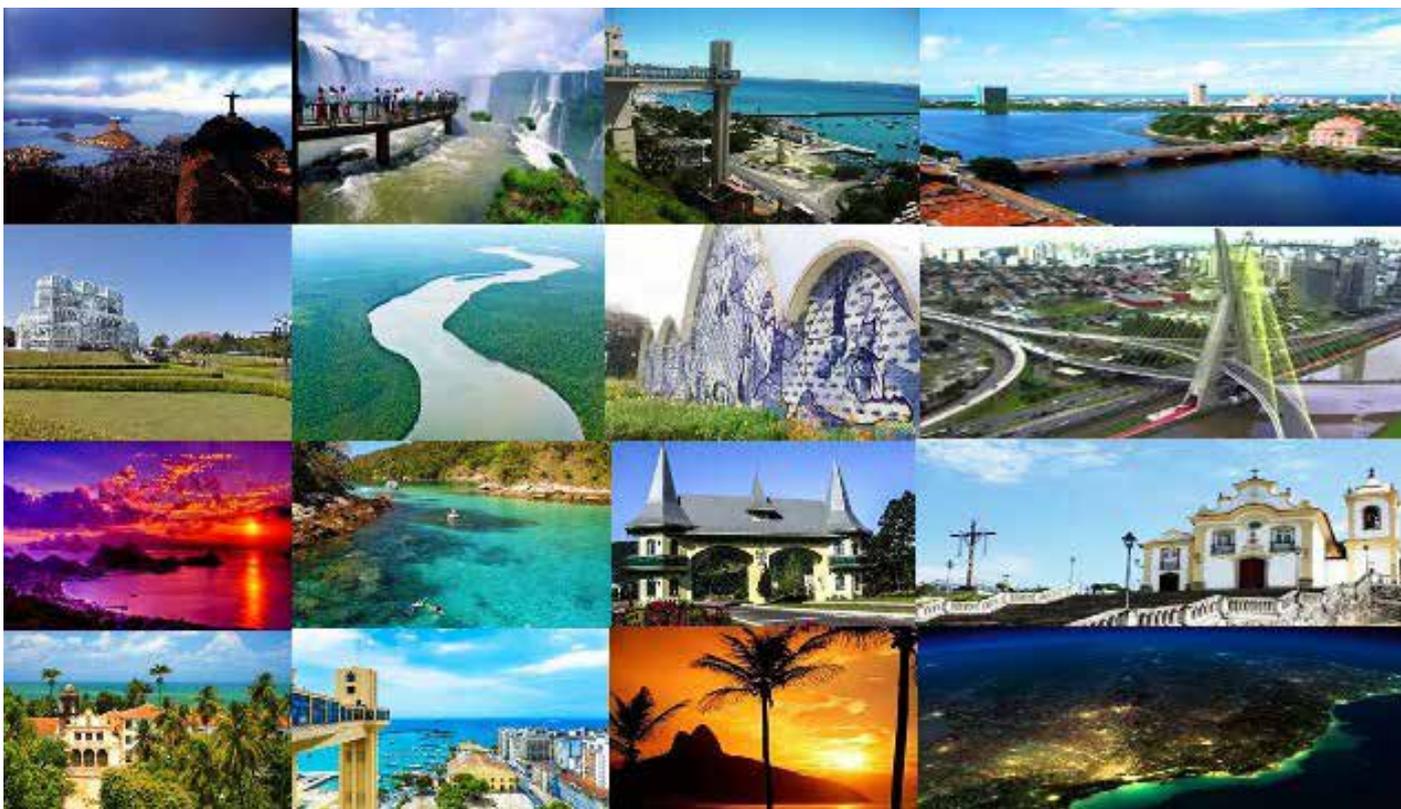
Seguidamente, Daniela Soto Echeverry, presidenta ejecutiva Cámara de Comercio Magdalena y Nordeste Antioqueño, se enfoca en presentar estrategias de reactivación turística, la cual se basa en la reaparición, adecuación e implementación, Promoción y Asesorías y Acompañamiento. Además de hacer énfasis en las principales actividades que se requieren en este proceso tales como espacios de reconocimien-

to, espacios de negociación, activación de destino y misiones comerciales.

Para culminar, Celeste Gutiérrez, Consultora certificada en los distintivos y sellos de calidad Turística en México, señala lo importante que son los lineamientos técnicos de seguridad sanitaria en la industria del Turismo. Asimismo, menciona cuales serían los principales riesgos en este periodo para el sector y que es necesario apoyarse en la economía naranja “ideas creativas” para poder conseguir una verdadera reactivación, se necesita de transformar el turismo y adaptarlo a nuestra nueva realidad.

El foro terminó con las preguntas y comentarios por parte de lo panelitas peruanos, quienes hicieron llegar sus interrogantes a cada ponente, las mismas que fueron absueltas de manera clara y objetiva.

Agradecemos a la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ica por hacernos extensiva la invitación a este evento de gran importancia para la industria turística, nuestra institución se encuentra proactiva a participar de eventos que promueva la reactivación económica en intercambio.



WEBCAST

La Nueva Normalidad en el Entorno Laboral

El miércoles 8 de julio, la Cámara de Comercio Peruano Chilena en coorganización con nuestro socio Martinot Abogados, estudio legal especializado en transacciones corporativas y en asesoramiento a compañías, realizó el webcast, bajo el nombre “La Nueva Normalidad en el Entorno Laboral”, evento que congregó a más de 60 asistentes.

La actividad online inició a las 10:00 horas. con las cordiales palabras de bienvenida del señor Juan Carlos Fisher, presidente de nuestra institución y Mariela González, Gerente General de la Cámara. La ponencia estuvo a cargo de dos destacados representantes del rubro, el sr. Luis Delgado Sigueñas, Jefe del Área Laboral y srta. Melina Céspedes Alegre, Abogada Asociada del Área Laboral de Martinot Abogados.

La señorita Melina Céspedes, abogada especializada en Derecho Laboral Empresarial, inició con una explicación detallada sobre el Marco Normativo Laboral, así como el listado de bienes y servicios esenciales durante el Estado de Emergencia Nacional y Sanitaria. Posteriormente, comentó de manera clara y objetiva sobre medidas que se tomaron a lo largo del confinamiento, tales como el home office, licencia con goce de haber y suspensión perfecta.

Continuando con el webcast, el señor Luis Delgado, abogado Magister en Derecho Social y Gestión de Recursos Humanos, expuso sobre las medidas laborales claves para la reactivación, asimismo, compartió con los asistentes información relevante sobre que acciones a tomar en caso de sospecha ante posibles casos de COVID-19 dentro de la organización o la prorrogación del estado de emergencia sanitaria.



Agradecemos a Martinot Abogados y sus expertos ponentes, quienes de forma prolija atendieron las inquietudes de los asistentes, los cuales se mostraron muy proactivos en conocer más a detalle las medidas expuestas. Lo invitamos a conocer más sobre nuestro coorganizados visitando su web, <http://www.martinotabogados.pe/>

La Cámara de Comercio Peruano Chilena, agradece su participación. Para saber más de nosotros síguenos en nuestras diferentes redes sociales: Facebook, LinkedIn, twitter e instagram.

¡Seguimos trabajando para usted!

Mine 2020: Resilient and Resourceful

El viernes 10 de julio, la Cámara de Comercio Peruano Chilena en conjunto con la empresa socia PWC Perú realizaron el webinar “MINE 2020: Resilient and Resourceful”, revisión anual que emite la empresa previamente mencionada acerca de las tendencias mundiales en la industria minera.

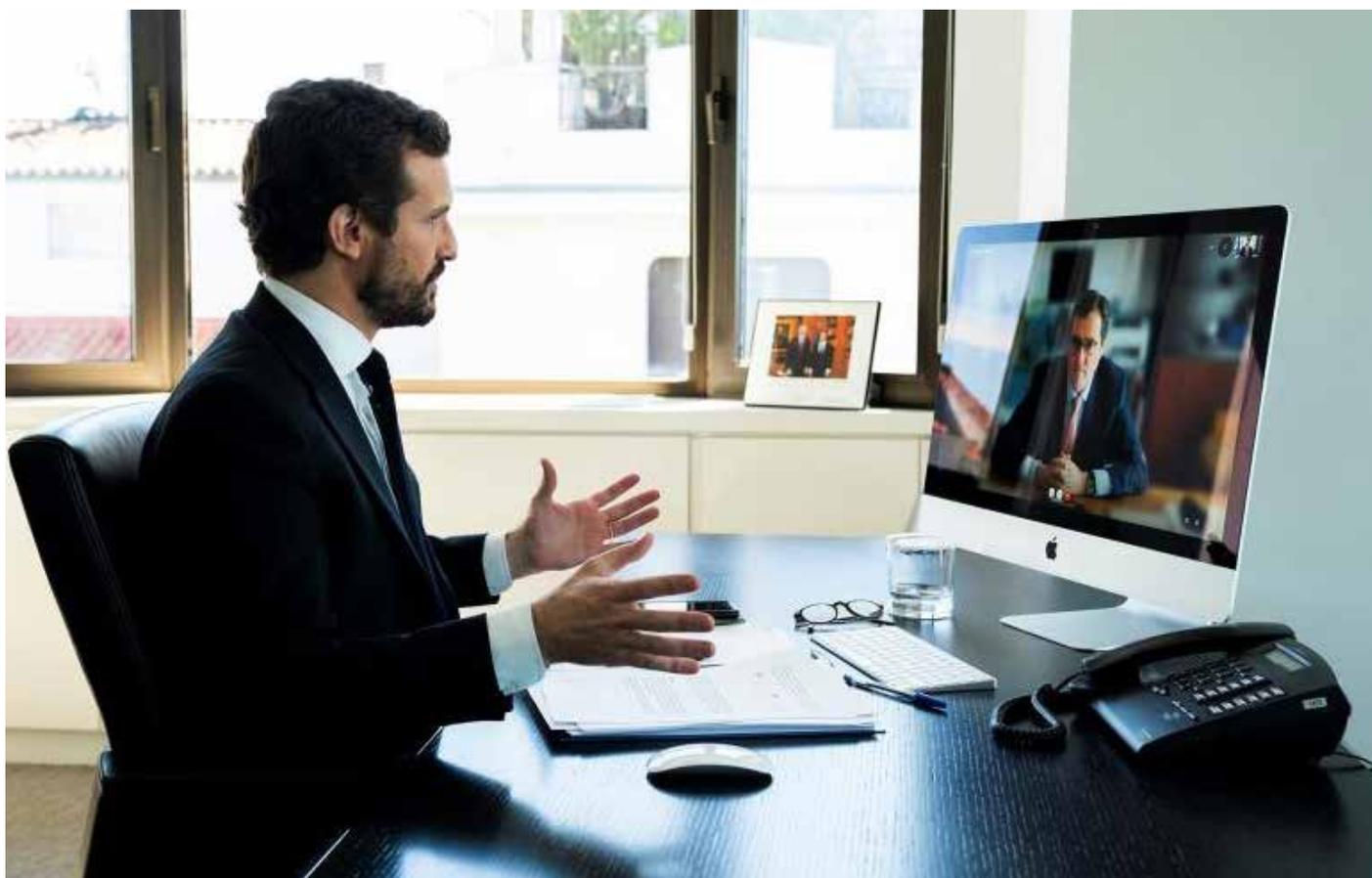
El interesante evento partió a las 10:00 a.m. con la cordial bienvenida de Don Juan Carlos Fisher, presidente nuestra organización. La ponencia estuvo a cargo de Pablo Saravia, socio de auditoría y líder de minería y Alexander García, socio de consultoría de negocios de PWC Perú.

El 17º informe anual inició indicando la lista de las 40 compañías mineras más grandes alrededor del mundo y cómo se encuentran afrontando la crisis tras el COVID-19 en su mayoría casi ilesas. Además, se centró en analizar cuatro puntos importantes del rubro minero de la situación de nuestro país: análisis financiero, fusiones en minería, ciberseguridad y ambiental y social, los cuales fueron clara y ampliamente explicados por nuestros expositores.

La entretenida instancia culminó con las preguntas emitidas por los asistentes y un breve conversatorio a raíz de ellas. Agradecemos a la empresa PWC Perú por habernos escogido como organización estratégica para difundir evento de tan importante magnitud.



III Networking entre socios Online



El viernes 17 de julio, la Cámara de Comercio Peruano Chilena desarrolló de manera exitosa el III Networking entre socios Online, evento exclusivo para miembros de nuestra institución, que tiene el objetivo crear lazos comerciales a mediano o largo plazo.

La instancia inició puntualmente a las 10:00 a.m. a través de ZOOM con las cálidas palabras de bienvenida de don Juan Carlos Fisher, presidente de nuestra organización y de señora Mariela González, gerente general de la Cámara, quien, a su vez, fue la moderadora del evento y encargada de presentar a cada empresa.

La actividad se llevó a cabo de manera dinámica y ordenada, cada participante presentó a su empresa, los servicios que realizan y su cartera de clientes. Agradecemos a las 9 empresas peruanas y chilenas por acompañarnos, ARVAL RELSA, UPSIDE DOWN, EUROMUNDO, HAUG, LIMA GAS, MDP SOLUCIONES, REAÑO ASESORES, BINSWANGER Y MONTT & ASSOCIATES.

Nuestra institución continuará realizando plataformas que faciliten y promuevan el intercambio comercial en el mercado peruano y chileno. Incentivando lazos de amistad y cooperación mutua entre los sectores empresariales de ambos países.

¡Muchas gracias a todos nuestros asociados por seguir confiando en nosotros!

WEBINAR

Seguridad y Salud del Trabajo para la Reactivación Empresarial



El martes 21 de julio, la Cámara de Comercio Peruano Chilena en coorganización con nuestro socio MDP Soluciones, empresa de consultoría, especialistas de implementación, capacitación y auditoría; realizó el webinar titulado “Seguridad y Salud del Trabajo para la Reactivación Empresarial”

La actividad online que inició con más de 60 participantes, empezó a las 10:00 de la mañana con la cordial bienvenida del señor Juan Carlos Fisher, Presidente de la Cámara y contó con la ponencia del señor Manuel De la Colina, Managing Partner y Adolfo Artari COO & Partner de MDP Soluciones, respectivamente.

El señor Manuel, brindó detalles sobre el Marco Legal de la Ley 29783 de “Seguridad y Salud en el Trabajo” vigente desde el año 2011, dirigido a la contingencia del país. Explicó que garantizar la seguridad de los trabajadores, aunque estén

realizando trabajo remoto a raíz del Estado de Emergencia, es responsabilidad de la empresa.

Continuando con la interesante exposición, el Sr. Adolfo Artari hondó sobre el Plan para la vigilancia, prevención y control (Plan Covid – 19) R.M. N° 448-2020-MINSA. Señaló las pautas que debe incorporar la compañía para que pueda laborar presencialmente, destacando: los 7 lineamientos de la estructura base, formar parte del SGSST, el control de temperatura aleatoria, como trabajo remoto a mujeres gestantes y lactantes, entre otros.

Agradecemos a de MDP Soluciones y a sus representantes, quienes de forma detalla y didáctica atendieron las inquietudes de los asistentes, los cuales se mostraron muy interesados en enterarse sobre el tema. Lo invitamos a conocer más de nuestro socio coorganizador visitando su web, <https://mdpsoluciones.com/>

VIDEOCONFERENCIA

Reactivación Económica: Obras por Impuestos y APP



El jueves 23 de junio la Cámara de Comercio Peruano Chilena realizó la Videoconferencia titulada: Reactivación Económica: Obras por Impuestos y APP, plataforma que congregó a 100 inscritos.

El evento inició con las palabras de bienvenida de don Juan Carlos Fisher, Presidente de la Cámara, y Señora Mariela Gonzales, Gerente General de nuestra institución, quien estuvo como moderadora de la actividad.

La videoconferencia empezó con la experta ponencia del señor Carlos Oliva, Director de COFIDE y Ex Ministro de Economía y Finanzas, quien de una manera prolija brindó una radiografía de la economía peruana y habló sobre el Plan Nacional de Infraestructura que cuenta con 52 proyectos priorizados para su ejecución.

Por su parte la señora Rossana Gusukuma, Jefe de Área de OXI en Torres y Torres Lara Abogados. Explicó el marco legal del Régimen de Inversión Pública con participación del Sector Privado: "Obras por impuesto".

Extendemos un agradecimiento especial a los ponentes por acompañarnos en la instancia y compartir su interesante visión sobre el tema. Asimismo, a cada uno de ustedes por su comprometida participación.

WORKSHOP

Tecnologías Emergentes para Modelo de Negocios Disruptivo

El jueves 30 de julio, la Cámara de Comercio Peruano Chilena en coorganización con la Universidad de Chile, Institución educativa superior más antigua del país vecino y una de las de mayor prestigio y tradición de América Latina; realizó el Workshop titulado “Tecnologías Emergentes para Modelo de Negocios Disruptivo”

La actividad on line que congrego alrededor de 60 participantes, empezó a las 5 p.m con la cordial bienvenida del señor Juan Carlos Fisher, Presidente de la Cámara y el señor Claudio Müller Director de UEjecutivo de la Facultad de Economía y Negocios (FEN) de la Universidad de Chile.

Seguidamente el Señor Jerko Juretic, MBA, y Director Académico del Diplomado en Transformación Digital del Negocio en la Universidad de Chile, expuso sobre la Cuarta Revolución Industrial, Tecnologías Emergentes, Modelos de Negocios Disruptivos y la Transformación Digital Acelerada dada la contingencia.

Al finalizar el evento, los participantes realizaron preguntas respecto al tema, las cuales fueron resueltas de forma detalla y didáctica por el ponente. Los invitamos a enterarse de los próximos Diplomados a cargo de la Universidad de Chile de modalidad 100% online, con accesibilidad en términos de horario, lugar, ritmo de estudio y conexión a través del dispositivo que más les acomode.



KITCHEN
CENTER



AV. BENAVIDES 1981, MIRAFLORES
AV. MARISCAL LA MAR 425, MIRAFLORES
BARRIO JOCKEY PLAZA, 2DO NIVEL TIENDA N° 319

VIDEOCONFERENCIA



CANDELA JARA
ABOGADOS

CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA



WEBCAST

E-COMMERCE: PRINCIPALES CONSIDERACIONES LEGALES

Plataforma: ZOOM |  10:00 hrs.



NICOLE ALLEMANT

Asociada de Candela Jara & Abogados
Abogada por la UPC con experiencia en
Derecho de la Competencia, Propiedad
Intelectual, E-Commerce y Contratos



Contactos:

✉ socios@camaraperuchile.org
☎ 963 968 012 - 947 275 388

Viernes
7
de agosto

NUEVOS SOCIOS

La Cámara de Comercio Peruano Chilena le da la más cordial bienvenida a nuestros nuevos socios, que se incorporaron en el mes de julio y agradece su preferencia.



Addiuva

Empresa: Addiuva

Actividad Económica: comercialización e implementación de programas de asistencia

Teléfono: (01) 215 1100

Página web: www.addiuva.com



Empresa: MTM Soluciones Mineras

Actividad Económica: asesoría técnica y comercialización de repuestos y componentes para la Industria Minera

Teléfono: 994 763 688

Página web: www.mtmmineria.com

CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA

