

CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA



Cámara | 20 Informa 20

Edición Octubre



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

El reto para recuperar la economía del país ha crecido y la Cámara de Comercio Peruano Chilena se mantiene en su rol, como mejor aliado estratégico en el mundo empresarial. Nuestra institución es consciente de que la reactivación será paulatina, razón por la que nos hemos comprometido a desarrollar actividades que permitan facilitar oportunidades de negocio en el mercado peruano y chileno.

Siguiendo con nuestro propósito, en octubre, la agenda de actividades inició con la V edición de nuestro Networking entre socios Online, plataforma exclusiva para los asociados, que buscan fomentar lazos comerciales a mediano plazo y expandir su red de contactos.

El sector minero es una de las actividades claves para la reactivación económica, es por ello, que se realizó el primer Webcast Minero, con la intención de informar a nuestra audiencia sobre el “Proyecto San Gabriel”, evento contó con la ponencia del Ingeniero Renzo Macher, Gerente de Proyectos de la Compañía Minera de Buenaventura.

Asimismo, en coorganización con nuestro socio Martinot Abogados realizamos el webcast “Eficiencia en los Costos Laborales”, instancia que brindó un análisis de los elementos esenciales para asignar adecuadamente los recursos económicos de una empresa, evitando incurrir en mayores costos laborales.

Con respecto a nuestra Unidad de Actualización Ejecutiva, se desarrolló el Master Class Gestión Estratégica en Redes Sociales, bajo la instrucción de Pedro Saldías, Director Creativo de Diversas marcas importantes en el mercado nacional e internacional, la jornada tuvo cita dos días, donde los asistentes aprendieron a administrar acertadamente las redes sociales de una organización.

Nuestra institución interesada en brindar actividades de esparcimiento, estrenó la plataforma “Encuentro Empresarial – Noche del Vino” con el apoyo de Viña de Martino. La experiencia estuvo compuesta de una cata online con Don Cristián Castro, Export Manager de la Viña y señora Soledad Marroquí, Comunicadora Gastronómica.

Actualmente, el ámbito laboral se desenvuelve de manera rotativa; sin embargo, el contexto presenta diferentes oportunidades, es así, que en coorganización con nuestro socio Head Hunters, desarrollamos el Workshop “Talent Renting” actividad que permitió conocer sobre los beneficios de contratar ejecutivos temporales.

Como ante sala de nuestro próximo Master Class “Desarrolla tu Relato Comercial”, nuestra institución organizó el Teatro del Pitch, a cargo de Don Héctor Sepúlveda, Creador del Pitch Method, la actividad brindó a los asistentes diferentes tips para potenciar su presentación ante un potencial cliente.

Nos encontramos próximos a cerrar este 2020, la Cámara felicita a cada uno de nuestros asociados y aliados por su desenvolvimiento frente a los nuevos retos en el mercado. Asimismo, hacemos un llamado a la motivación para seguir encaminados en las nuevas oportunidades que se nos presentan. Los invitamos a visitarnos en www.camaraperuchile.org y redes sociales Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn para conocer nuestros próximos eventos.

Consejo Directivo

ÍNDICE

05

“Estamos muy satisfechos con el desempeño que hemos tenido en la ejecución de proyectos”



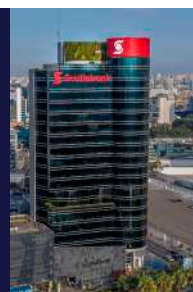
09

Retail: ¿Cómo transformar al sector?



13

Scotiabank: Consejos para adquirir una vivienda



17

Reformulando la estrategia: Las oportunidades que aparecen en la incertidumbre



22

Promet celebra 10 años de trayectoria desarrollando los proyectos más grandes de construcción modular



“Estamos muy satisfechos con el desempeño que hemos tenido en la ejecución de proyectos”

Ingeniería y Construcción Sigdo Koppers (ICSK), líderes en la industria de construcción y montaje de gran escala. Han participado en los principales proyectos de inversión relevantes para el progreso de Chile, ejecutando además obras en Perú, Brasil, Colombia y Argentina. Marco Guerrero, Gerente General de ICSK nos cuenta cómo nace esta organización, su crecimiento y expectativas de expansión.



¿Cuáles son los orígenes de la compañía?

Ingeniería y Construcción Sigdo Koppers forma parte de Sigdo Koppers S.A., destacado grupo empresarial chileno con presencia a nivel global que provee servicios y productos a la minería y la industria, a través de compañías líderes como SK Rental, Magotteaux, Enaex y Dessau entre otras compañías con posiciones de liderazgo en sus respectivos sectores. Nuestra matriz Inge-

niería y Construcción Sigdo Koppers S. A. (ICSK Chile) es una empresa líder en la industria de construcción y montaje de gran escala. Desde su fundación, en 1960, ha participado en los principales proyectos de inversión relevantes para el progreso de Chile, concretando además operaciones, aparte de Perú, en Brasil y Colombia.

¿Desde qué año están en Perú?

En Perú estamos desde 1998, conocidos como SSK, en 2018 cambiamos de razón social a ICSK Perú, cumpliendo 20 años de experiencia en diversas líneas de negocios como Minería, Energía e Industria. El cambio se enmarca en una reorganización societaria del Grupo ICSK en el Perú, que busca capturar al máximo las oportunidades de negocios que se presenten en el mercado peruano de construcción y montaje industrial, así como optimizar sinergias de costos con otras empresas del Grupo SK presentes en el país, buscando una mejor complementariedad y traspaso de experiencia y personal con nuestra casa Matriz en Chile.

¿Cuál es la cartera que manejan en la actualidad, en el país?

Actualmente somos una empresa EPCista para proyectos de Minería, Energía, Infraestructura e Industria en la región. Ofrecemos a nuestros clientes un involucramiento de manera temprana

del proyecto con Ingeniería y Constructibilidad. Asimismo, obras civiles, montaje electromecánico, piping y pipelines, LLTT y SSEE entre otros. También estamos manejando modalidades como C, BOT, CyM, y BOOT.

¿Cuáles han sido los resultados de la empresa este año y cómo ve el estado actual de la industria?

Este año hemos tenido resultados mixtos, pero el balance en ICSK es positivo. Estamos muy satisfechos con el desempeño que hemos tenido en la ejecución de proyectos relevantes para el desarrollo del país.

En cuanto al estado actual de la industria, nuestro análisis indica que las áreas de negocio donde actuamos tendrán un nivel de inversiones y de proyectos menores durante 2021 respecto a los años anteriores, pero vemos una recuperación a partir de inicios del 2022.

¿Cómo visualiza la empresa en unos 10 años más?

Nuestro objetivo estratégico es convertirnos en un actor relevante a nivel regional en el desarrollo de proyectos industriales, incorporando servicios de ingeniería, procura y participando además de negocios de inversión. Adicionalmente, estamos presentes en Brasil desde hace cuatro años y ese es un mercado que queremos desarrollar más fuertemente en los próximos años.

Un mensaje para nuestros socios y empresas amigas de la Cámara.

El mensaje principal es que aprovechemos las instancias de colaboración que nos brinda la Cámara. Soy un convencido que esta es la manera de alcanzar los objetivos de desarrollo que se han definido en nuestros países. Desde el ámbito empresarial tenemos que asumir esta responsabilidad y trabajar de manera integrada, colaborativa y siempre respetando la ética en los negocios.




WEBINAR



CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA



 WEBINAR

NUEVA PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR

Martes 10 de Noviembre

 05:00 p.m.  07:00 p.m.



MARCO ORBEZO

Líder
EY Parthenon Perú



CHRISTIAN FERNÁNDEZ

Associate Partner
EY Parthenon Perú

✓ Esta crisis nos presenta el gran reto de estar muy cerca de nuestros clientes. Debemos escucharlos activamente y estar atentos a su dinámica de comportamiento. Conoce la perspectiva de los expertos.

Contactos:

✉ socios@camaraperuchile.org ☎ +51 947 275 388



Retail: ¿Cómo transformar al sector?

Hace no mucho, la mayoría de las personas trabajaba en oficinas, no desde sus dormitorios; la educación en casa era una rareza; y las compras online de alimentos eran algo que relativamente pocas personas se sentían cómodos haciendo. Tan solo unos meses después, la gente está mucho más abierta al cambio de lo que esperaban las empresas.

Las compras en línea aumentan cada vez más y los clientes están experimentando para encontrar lo que les funcione mejor. “Durante la pandemia, hemos visto una aceleración sin precedentes de las tendencias que surgieron en los últimos cinco años”, afirma Matthew

Shay, presidente y director ejecutivo de la Federación Nacional de Retail de los EEUU.

Muchos de estos cambios no desaparecerán post pandemia. Cerca del 90% de consumidores de abastos online continuarán comprando por ese medio cuando las medidas de distancia social sean eliminadas, según el último Global Consumer Insights Survey de PwC.

Los retailers deben adaptarse al cambio con la misma velocidad que lo han hecho sus clientes. Es hora de repensar y reconfigurar radicalmente el modelo de negocio para un futuro incierto o arriesgarse a quedar obsoleto.

5 maneras de reconfigurar el negocio

Para una rápida transformación se debe identificar e implementar los cambios que brindarán una mejor oportunidad de crecimiento a largo plazo. Un cambio sistémico ayudará a desarrollar la capacidad de recuperación necesaria para hacer frente a los desafíos del futuro y tener una gestión que promueva agilidad e innovación. Estos cinco consejos pueden ayudar a los retailers a comenzar:

- **Suavizar la oscilación de precios tanto como sea posible:** La pandemia ha causado estragos en las cadenas de suministro y ha disparado los pre-





cios. La encuesta de PwC encuentra que el 18% de los consumidores en el mundo ha experimentado una pérdida de ingresos y facturas domésticas más altas. El desafío es utilizar las muchas herramientas a disposición para minimizar los aumentos de precios. Los compradores reconocerán el esfuerzo y confiarán en las empresas que demuestren hacer lo posible para mantener los precios bajos de manera constante.

- **Ayudar a que los clientes se sientan seguros:** Los clientes seleccionarán experiencias que refuercen la seguridad. Por ejemplo, los potenciales huéspedes de hoteles exigirán conocer los protocolos de limpieza; y muchos hoteles publicarán el tiempo que sus habitaciones estarán vacías entre huéspedes, para garantizar su seguridad. Los supermercados exigen que sus empleados y clientes usen máscaras en la tienda. De manera similar, muchos restaurantes han agregado un sello en cada paquete para asegurar al cliente que su pedido no haya sido manipulado y la entrega es sin contacto.

- **Reforzar la adopción digital de los clientes:** Está claro que los consumidores seguirán experimentando con nuevos canales de venta, mediante el celular y en las plataformas de los supermercados. La encuesta de PwC muestra un acelerado y repentino movimiento hacia las compras electrónicas. Antes de la pandemia,

solo el 9% de consumidores compraban frutas y verduras online. Ahora, es el 35% que lo hace en línea o por teléfono.

Ahora es el momento de acelerar los lanzamientos de tecnología 5G tan esperados. Una mejor banda ancha podrá ser capaz de manejar la proliferación de videollamadas y los clientes están claramente preparados para obtener más ancho de banda.

- **Más esfuerzos para combinar la experiencia presencial con la digital:** Los consumidores aún encuentran valor en las tiendas físicas por las experiencias sensoriales y sociales que ofrecen. En el Global Consumer Insights, 49% de los compradores dijo que sus compras en la tienda habían aumentado o permanecido igual desde la aparición del COVID-19, y están dispuestos a pagar primas más altas por conexiones emocionales. Si bien los canales digitales ofrecen facilidades en tiempos de distanciamiento social, la interacción humana sigue siendo muy importante, sobre todo para explicar productos o servicios y encontrar las soluciones adecuadas.

Sin embargo, las tiendas físicas enfrentan desafíos. Antes del COVID-19, visitar una tienda era la forma principal de comprar de los habitantes de la ciudad. La encuesta de PwC mostró que el 47% de los encuestados compraban en la tienda

al menos una vez por semana antes de la pandemia. Ahora, las compras en línea están aumentando y el tráfico peatonal está disminuyendo. En los EE.UU., las ventas por e-commerce en el segundo trimestre de 2020 aumentaron en más del 44% interanual; y la evidencia de la caída del tránsito peatonal es notoria.

• **Priorizar los intereses del consumidor:** Las compañías deben enfocarse en los intangibles que interesan profundamente a los consumidores. El máximo deseo de los clientes, según la encuesta, es la transparencia, sostenibilidad, limpieza, vida comunitaria y conciencia social de la organización. La expectativa es que cada vez más las empresas tomen decisiones éticas y sostenibles, como una mayor responsabilidad en el impacto ambiental, ya sea la contaminación del aire o el uso del agua en sus procesos de producción.

En un año, el panorama B2C se verá drásticamente diferente. Las grandes plataformas comerciales tendrán más participación al aprovechar fortalezas y reducir los costos. La IA y otras tecnologías emergentes agregarán cada vez más valor, y quienes puedan pagarán más por experiencias increíbles. Esas tendencias solo se acelerarán, y a partir de ahora se debe planificar otras cosas, como la entrega con drones, personalización masiva, pagos sin efectivo y un compromiso renovado con la sostenibilidad.

Muchos retailers están teniendo problemas para adaptarse a los cambios repentinos en el comportamiento de los consumidores a causa de la pandemia. Sin embargo, hay otros que están demostrando agilidad para responder a lo que están viendo. Muchas empresas siguen hablando del tema en vez de actuar, pero mientras más rápido sea el cambio, los stakeholders darán mayor valor a estos esfuerzos.



SEMINARIO

SEPULVEDA
PARTNERS


CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA

MASTER CLASS

DESARROLLA TU **RELATO** **COMERCIAL**

“Crea metodológicamente
las **narrativas** comerciales
que tu **empresa necesita.**”

23 noviembre

17:00 hrs 

y

25 19:00 hrs 

operaciones@camaraperuchile.org

947 275 388 | 963 968 012



Héctor Sepúlveda
Head Coach
Power Pitch Method.

Scotiabank: Consejos para adquirir una vivienda

- El sector inmobiliario se reactiva tras unos meses en pausa con oportunidades y beneficios para los interesados en comprar un inmueble.



Lima, 07 de octubre de 2020-. Tras una tendencia positiva en los meses previos a la cuarentena, el sector inmobiliario se encontró con un escenario que lo obligó a reinventarse: ventas online, nuevas modalidades de financiamiento, entre otros. Con atractivas ofertas, el sector hoy se está reactivando ante un consumidor que se muestra optimista e inicia la búsqueda de su primera vivienda.

“Para tomar una decisión como esta, no solo es importante establecer un presupuesto desde el inicio, además se deben de tomar en cuenta otros factores” señaló Giovanni Scarsi, Vicepresidente de Segmento Afluente, Hipotecario y Convenios de Scotiabank, que comparte cinco consejos importantes que todo interesado en concretar el sueño de la vivienda propia debe de tener en cuenta:

1. Tener un ahorro que permita cubrir la cuota inicial de una vivienda. Esta suele variar entre el 10% y 20% del monto total de la vivienda. Y si optas por un Crédito MiVivienda, puede llegar hasta el 7.5%. Incluso ahora las Inmobiliarias pueden aportar hasta el 5% correspondiente a tu cuota inicial, como parte de los beneficios y descuentos que trasladan a sus clientes

2. Identificar zonas de interés. Es importante tener claro dónde te gustaría vivir, con el fin de buscar con mayor facilidad proyectos. Ingresando a portales especializados o a páginas web de instituciones financieras, podrás encontrar próximos proyectos.

3. Verificar el respaldo financiero. Es importante verificar qué soporte financiero tiene el proyecto de tu interés a fin de evitar malos ratos a lo largo del proceso hasta su entrega.

4. Revisar la minuta y vivienda con expertos. Al encontrar un potencial inmueble es importante revisar la minuta de compra venta con un abogado y a su vez verificar la vivienda con un ingeniero civil o arquitecto.

5. Cotizar la mejor cuota con los bancos. Para conseguir un buen préstamo bancario es importante revisar las distintas ofertas de los bancos a fin de encontrar uno que establezca cuotas que se adecúen a tus necesidades.

“Contamos con productos acorde a las necesidades del cliente y con importantes beneficios como la exoneración de gastos de tasación y notariales para proyectos financiados por Scotiabank, y según el proyecto y tipo de oferta, muchas inmobiliarias también pueden ofrecer beneficios adicionales como descuentos sobre precio de venta o incluso en temas vinculados al amoblado” finalizó Scarsi.

Finalmente, es importante evaluar el plazo del crédito que puede ir de entre 5 a 30 años para un hipotecario tradicional y hasta 20 años para Crédito Mivivienda, sin embargo, Scotiabank ya se encuentra ofreciendo plazos de hasta 25 años para el Crédito Mivivienda. Para más información, puedes visitar la web de Scotiabank: <https://www.scotiabank.com.pe/Personas/Prestamos/Creditos/Mivivienda>



¿TU NEGOCIO ESTÁ PREPARADO PARA EL FUTURO DIGITAL?

Agregando valor y reduciendo el riesgo empresarial a través de la Tecnología y Gestión de la Información.

CON NOSOTROS TENDRÁN

- Facturación electrónica.
- App de rendiciones de gastos.
- Presupuesto y Estado de Resultados en línea.
- Reuniones de seguimiento.
- Gestión centralizada CHILE - PERÚ.

Simplificar

La administración de la empresa.

Eficientar

La carga de trabajo administrativa.



Nos encargamos de hacer la contabilidad.



Nos encargamos de hacer las declaraciones de impuestos.



Nos encargamos de procesar las remuneraciones contratos y finiquitos.



Nos encargamos de entregarle visibilidad a tu negocio.



Estamos en constante comunicación con la empresa.



Envíanos tus inquietudes.

Pide una reunión y te presentamos nuestra promoción 2021.
marcela.delrio@matika.cl

SOMOS UNA **SOLUCIÓN INTEGRAL** DE GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PARA **EMPRESAS DE SERVICIOS** QUE QUIEREN SISTEMATIZAR SUS PROCEDIMIENTOS PARA **POTENCIAR SU CRECIMIENTO.**

WEBCAST MINERO



WEBCAST
MINERO

CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA



PROYECTO QUELLAVECO

Miércoles 11 de Noviembre

 17:00 hrs.  19:00 hrs.

Expositor:
Diego Ortega
Anglo American Quellaveco



✉ operaciones@camaraperuchile.org

PLATAFORMA: ZOOM



www.camaraperuchile.org

Auspiciado por



Media Partners





Reformulando la estrategia

Las oportunidades que aparecen en la incertidumbre

Por: Ari Blumenfeld



La pandemia llegó y lo movió todo.-

Seis meses después de uno de los años más desafiantes en la historia empresarial, la claridad mental se ha convertido en el recurso máspreciado. Todos sabemos que el Covid-19 está teniendo un impacto profundo, pero cómo se desarrollarán las cosas en los próximos 6 a 12 meses sigue siendo muy incierto.

La información diaria que recibimos sobre todo lo que ha cambiado y lo que cambiará inunda y aturde a los líderes mundiales. El enfoque en proteger a su gente y volver al trabajo en medio de una profunda incertidumbre, está dejando poco tiempo a las cabezas para dar un paso atrás y pensar en equipo qué nuevo mundo está surgiendo y qué significa eso para su empresa. Lo que sí sabemos es que la estrategia que se tenía en enero ya no es relevante. Nadie planificó los picos y valles de demanda y los shocks

de oferta que se han producido en el 2020. Los cambios que estamos viendo a nivel de clientes, competidores y mercados inevitablemente alterarán los supuestos centrales de la estrategia inicialmente trazada. ¿Tenía tres años para construir su canal digital? Olvídense; ya no es sostenible. ¿Se sentía cómodo con su dependencia de los mercados globales, tanto para sus ingresos como para las cadenas de suministro? Tenga cuidado; ahora esa es una apuesta arriesgada. ¿Piensa seguir postergando el proyecto interno de eficiencia organizacional? Dele una segunda pensada.

Por otro lado, adoptar el enfoque de “esperar y ver” es una opción tentadora. Sin embargo, también sabemos que el momento de actuar es ahora, tanto para adecuarnos a los cambios ya producidos como para acelerar la recuperación. La historia es inequívoca al mostrar que ganadores y perdedores se forjan en medio de la turbu-

lencia. Después de la crisis financiera mundial del 2008, por ejemplo, las empresas que tenían un plan claro para buscar oportunidades en la vorágine se separaron largamente del resto durante la década siguiente. El destino no fue amable con los rezagados. Después de la crisis, un 40% de las empresas del S&P 500 salieron del índice debido a que su desempeño cayó. Dado el nivel actual de perturbación económica, no nos sorprendería que la tasa de abandono fuera superior al 50% esta vez.

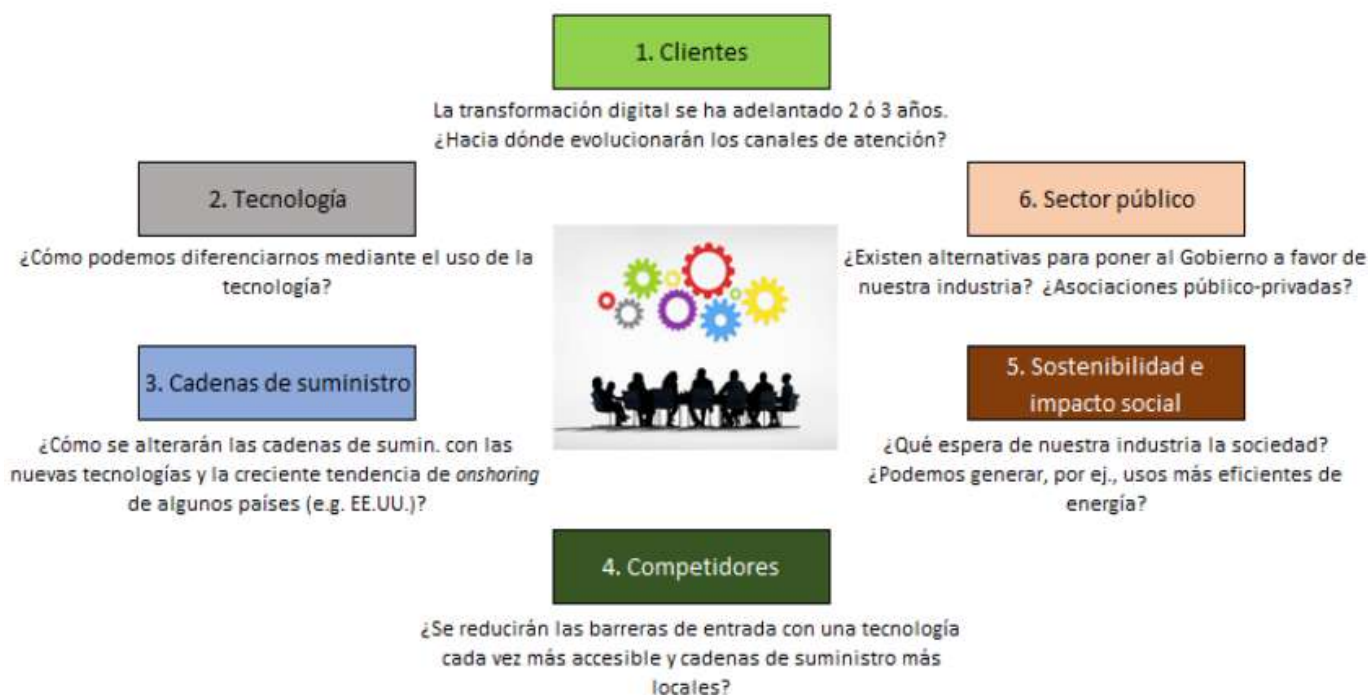
Repensando la agenda.-

La mayoría de las empresas necesitarán modificar su estrategia para prepararse para un futuro definido por la incertidumbre. Y requerirán de tres destrezas clave: Predicción, Adaptación y Resiliencia. En los ejercicios clásicos de planeación estratégica la mayoría de las empresas enfatizan la predicción a expensas de la adaptación y la resiliencia. Pero la crisis actual nos recuerda que el equilibrio es esencial: una mejor predicción nunca será suficiente por sí sola. Las organizaciones deben ser significativamente más resistentes frente a un conjunto más amplio de impactos y mucho más adaptables a circunstancias que cambian rápidamente.

a. La capacidad de predecir escenarios.-

Es fácil asumir que el efecto neto de la pandemia se resumirá en que se aceleraron las tendencias existentes, como la mayor penetración de comercio electrónico o el creciente uso de videoconferencias. Esa aceleración es real y tendrá un gran impacto, pero sería una trampa creer que los cambios terminarán allí. Las empresas que cuentan con un buen mecanismo de predicción nunca asumen que lo que están haciendo hoy funcionará en el futuro, y saben que los cambios incrementales solo las llevarán hasta cierto punto. Entonces adoptan el planteamiento de escenarios como una parte fundamental de su estrategia; definen y rastrean las señales (o frentes) que podrían señalar mejor el cambio y desarrollan un plan de acciones que pueda ser ejecutado a medida que el futuro comienza a revelarse.

A continuación, seis frentes en los que se pueden plantear escenarios predictivos:





c2. El balance y la estructura de costos: un balance sólido y flexible y una gestión eficiente del capital de trabajo son fundamentales para la resiliencia. Y aunque hemos visto el peligro de intercambiar eficiencia por riesgo, mantener una posición como el competidor de menor costo brinda flexibilidad para absorber los shocks de demanda, especialmente en ciclos bajistas.

c3. El entorno gubernamental y normativo: tanto los gobiernos como los consumidores se centran intensamente en cuestiones como la salud pública, las externalidades medioambientales perjudiciales, la privacidad y el impacto social. La resiliencia requiere estar en el lado correcto de los cambios en estas áreas, anticipar su impacto y tenerlos en cuenta al desarrollar la estrategia.

c4. El talento humano y la organización: obviamente, es muy útil contar con un equipo gerencial potente en caso de crisis, pero también es importante reconocer que una organización rígida y aislada, con un bajo compromiso de todos los empleados, es vulnerable. Desarrollar agilidad, adaptabilidad y una fuerte creencia en la misión de la empresa requiere desarrollar un nuevo acuerdo para el talento. Estas necesidades a menudo quedan en el camino a medida que las empresas escalan y se vuelven más complejas. Se necesita un liderazgo fuerte para nutrirlos y no dejarlos de lado.

En resumen.-

Los gerentes generales y las juntas directivas deben tomarse un tiempo para evaluar cómo está cambiando el mundo y preparar a sus empresas para actuar. Dada toda la información que les llega a diario, existe un riesgo real de que cada miembro del equipo de liderazgo piense de manera diferente sobre cómo responder a un futuro altamente incierto. Superar esa discrepancia es fundamental para avanzar de manera cohesionada. Los líderes deben tomarse un tiempo para evaluar qué tendencias se han acelerado, qué nuevos comportamientos están surgiendo y cómo han cambiado los supuestos estructurales.

Pero luego la conversación debe concluir con una nueva agenda de acción. No se obsesione con lograr consenso: necesita alineación en las preguntas, no en las respuestas. Algunas cosas serán muy claras; otras necesitarán más exploración. El trabajo consiste en identificar y priorizar las preguntas más importantes y comprometerse a buscar respuestas de manera agresiva. Lo que está claro es el nuevo imperativo estratégico: en un momento turbulento y desorientador es esencial desarrollar la fuerza encontrando el equilibrio adecuado entre predicción, adaptabilidad y resiliencia.

Fuentes:

(1) Retooling strategy for a post-pandemic world, Bain & Co, Jul 2020

(2) Amid unprecedented uncertainty, planning won't be enough, Mc Kinsey & Co, Jul 2020

(3) Stretch or safe? The art of setting goals for your teams, strategy + business, Sep 2020



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



Promet celebra 10 años de trayectoria desarrollando los proyectos más grandes de construcción modular.



Inicio sus operaciones en Lima el 02 de noviembre del 2010 con solo 3 personas en la planilla a cargo de Javier Chumpitasi y ofreciendo una reducida línea de servicios. Al día de hoy, tras 10 años de actividades, la empresa cuenta con más de 150 trabajadores en su staff y se asienta como líder en el rubro.

El éxito de Promet se basa en sus principios éticos, compromiso y responsabilidad con sus trabajadores y clientes. Su sólida experiencia y calidad de producto es el sustento por el cual hoy en día la empresa goza de las buenas pros en mega proyectos modulares, como lo fue, la construcción del campamento “Salveani” y “Quellaveco” de AngloAmerican y “MinaJusta” de Marcobre.

De la misma manera, las líneas de negocio como RENTAL y SERVICIOS se han fortalecido con el ingreso de personal joven a cargo, ofreciendo

soluciones modulares innovadoras y de utilidad para todos los sectores. Una de sus fortalezas es la experiencia de su personal quienes hoy en día están dejando el legado a los futuros especialistas del sector.

Como parte de su crecimiento y experiencia saben que su trabajo no termina con la entrega de un proyecto. Por ello han tomado medidas en la atención al cliente y post venta para brindar una experiencia satisfactoria. Con la nueva normalidad han adoptado nuevas formas de comunicación para que sigan siendo aliados estratégicos.

Promet agradece estos años de actividad a su personal quienes son los responsables de que todos sus objetivos se cumplan y a sus clientes por confiar en ellos.

¡Feliz 10 años Promet Perú!

Soluciones digitales que crean comunicación sostenible



La sostenibilidad pasó de ser un tema de moda a una visión potente para generar un impacto positivo como organización, traduciéndose en diferentes acciones sostenibles en las que también están envueltas la optimización de los soportes de la comunicación, permitiendo que las soluciones digitales creen comunicación sostenible.

Hacer realidad la sostenibilidad

La transformación digital abrió millones de oportunidades para darle rienda suelta a la imaginación y también optimizar nuestros recursos. Según datos de DocuSign, alrededor de 20 billones de hojas de papel pueden almacenarse de forma digital en nubes, permitiendo preservar cerca de 2.5 millones de árboles, lo que les da amplia ventaja a las soluciones digitales que crean comunicación sostenible.

La pandemia trae oportunidades

Y es que además, en plena pandemia, tuvimos que reinventar los canales de comunicación físicos a alta velocidad -o por el trabajo remoto o las limitaciones del contacto-, por algo dinámico, de alto alcance, instantáneo, en línea y más amigable con nuestro entorno como son los soportes digitales tales como murales digitales, tótems y aplicaciones para smartphone.

Los costos v/s las ganancias

Estos soportes a simple vista pueden significar grandes costos en otros aspectos, no obstante son mucho más accesibles y con menor costo de manutención que la propia producción de papel:

sabías que 3% de los ingresos de una compañía se gastan en papel, utilizando alrededor de 16 millones de pesos anuales solo en producción.

Un ejemplo de este ahorro es canalizar la comunicación en los murales, que entre sus características se encuentran:

- Tecnología LED y constantes mejoras en el consumo energético.
- Durabilidad de los componentes.
- Manutención y actualización de la información a través de la web, de forma inmediata y sin residuos
- Control apagado y encendido.

Sabemos que son tiempos de grandes desafíos para las organizaciones en múltiples aspectos, lo que significa una constante transformación cultural en la forma de comunicarse, su innovación y la capacidad de idear nuevas formas de producir, en directa relación con un uso eficiente de los recursos naturales, de la protección a la salud y los derechos humanos. Estos elementos serán fundamentales para tener presente en los tiempos que vienen porque marcarán la pauta en la competitividad en el mercado de ciertas empresas que se sumen a este actuar sostenible.

¿Quieres sumar a tu organización a esta transformación e impactar positivamente en tu entorno? En Vixonic contamos con diversas soluciones amigables con el medio ambiente que pueden acomodarse a las necesidades de tu empresa. ¡Escríbenos a contacto@vixonic.com!



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.



31 Mayo 2020 | 31 Mayo 2021

Regístrate y participa en Ruedas
de negocios Especializadas

¡Únete ahora!

¡Registro Gratuito!

Organizan:

OLÉB2B.COM



Rafael Boisset es designado nuevo socio Director de la oficina de Perú de Philippi Prietocarrizosa Ferrero Du & Uría

- **Nombramiento se realizó el martes 27 de octubre**
- **La firma también cambió su modelo de Gobierno Corporativo**

Octubre. - En Asamblea General de Socios, el estudio Philippi Prietocarrizosa Ferrero DU & Uría, anunció que Rafael Boisset fue elegido nuevo Socio Director de la oficina de Perú. A partir de enero 2021, y por un periodo de cuatro años, Boisset liderará la firma y actuará en coordinación con el Managing Partner y el Consejo de Administración.

“En estos seis años de formación de nuestro Estudio, hemos logrado una fusión exitosa en Colombia, Chile y Perú de la mano de nuestro socio estratégico Uría Menéndez, nos hemos adaptado al trabajo remoto durante la pandemia gracias un equipo 100% comprometido, y hemos seguido innovando en nuestros procesos. Asumir la responsabilidad de dirigir la oficina de Perú, en una coyuntura cambiante representa un gran reto y lo asumo con mucho entusiasmo y compromiso”.

Dentro de su amplia trayectoria, Rafael cuenta con una maestría en derecho por Columbia University School of Law. Además ha trabajado en importantes firmas de abogados en Bra-

sil, México y Nueva York. Es socio del Estudio desde el año 2012. Actualmente co-lidera el área de Corporativo y Fusiones y Adquisiciones de la oficina de Lima.

Por su parte, Walker Villanueva, socio del área de Impuestos y Comercio Internacional, fue nombrado como Consejero, cargo que tendrá 2 años de duración.

Tras una exitosa gestión, el actual Socio Director de Perú, Guillermo Ferrero, continuará en el cargo hasta el 31 de diciembre de 2020 y posteriormente seguirá liderando el área de Corporativo y Fusiones y Adquisiciones.

Es importante mencionar que la firma votó por un nuevo Modelo de Gobierno Corporativo el cual será liderado por un único Managing Partner. Martín Acero, quien desde la creación de PPU en 2015 asumió como Co-Chair de la firma, fue elegido Managing Partner y será quien concentrará tanto las funciones ejecutivas como las de Senior Partner y, a su vez, presidirá el Consejo de Admi-



nistración. Adicionalmente, se eligió a Andrés Sanfuentes y a Juan Carlos Rocha como Socios Directores de la oficina de Chile y Colombia respectivamente.

El esquema de gobierno corporativo permite que más socios se involucren en la administración de la firma, de tal forma que se logre un balance entre las funciones de administración y las profesionales.



INSTITUTO
DE INGENIEROS
DE MINAS
DEL PERÚ



pro**EXPLO**2021
Año del Bicentenario

XII CONGRESO INTERNACIONAL
DE PROSPECTORES Y EXPLORADORES

RECURSOS MINERALES PARA UN FUTURO SOSTENIBLE

DEL 22 AL 26 DE MARZO DE 2021

 MODALIDAD VIRTUAL



proexplo.com.pe

INFORMES :

Teléfono: (01) 313 4160 Anexo 257

Celular: +51 982 097 019

E-mail: proexplo@iimp.org.pe

Síguenos en:  |  |  | 

CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA



Implementa murales digitales en tu empresa

Programa de beneficios

✓ PUESTA EN MARCHA + CAPACITACIÓN*

50% de descuento para proyectos implementados durante el 2020.

✓ PROYECTO PILOTO POR 30 DÍAS

Prueba nuestro servicio sin compromiso de compra.

contacto@vixonic.net

*Válido hasta diciembre 2020

VIXONIC



¿Por qué gestionar las ventas de tu negocio de manera digital a través de un ERP?

Todos los negocios están destinados a crecer, siempre que sus líderes logren identificar el rumbo adecuado, así como tomar decisiones a tiempo. Inicialmente las empresas podrían usar sistemas sencillos o hasta un cuadro de Excel para registrar el proceso clave de su negocio: las ventas. Sin embargo, en la medida en que nuestra operación crezca, este registro apenas será el primer eslabón de la cadena.

Sin duda necesitas conocer cuántos productos o servicios has vendido, cuántos fueron los ingresos totales, cuántos clientes nuevos has sumado. Indicadores que en un reporte de fin de mes podría decirte “cómo va tu negocio” de manera superficial, pero te limitas a actuar en función de un número, cuando podrías gestionar tu negocio de manera automatizada, pensando en mejorar el trabajo de los vendedores, controlar el flujo de ventas en tiempo real, entregarle a tus clientes una mejor experiencia de la compra o servicio, o tan relevante como cumplir con la normativa tributaria a través de la entrega de comprobantes electrónicos. Todos estos procesos que pueden habilitarse en el módulo de ventas en un sistema de gestión o software ERP y que te permitirían tomar las decisiones que tu empresa necesita para ser imparable.

Sin duda no podemos hablar de un ERP de manera aislada, porque precisamente uno de sus beneficios es la integración entre cada uno de sus módulos, pero queremos resaltar cuáles serían las ventajas para su empresa si gestiona su venta de manera digital.

1) Registro dinámico de productos y precios. Implementa códigos y series de productos individuales, por partes o en paquete, conectado a tu inventario para conocer las existencias. Con-



trolarás fechas de vencimientos de estos productos para minimizar pérdidas y también manejar distintas listas de precios dependiendo de los segmentos de clientes que se pretende dirigir nuestro producto.

2) Control de ventas en tiempo real. Desde una tienda hasta una cadena de locales, es posible ver en tiempo real el ciclo de ventas de cada punto, conocer si se ha llegado a la meta y tener acceso al histórico de ventas.

3) Automatización de pedidos y presupuesto. De acuerdo al core de tu negocio, podrías configurar pedidos automáticos de tus clientes, envío de presupuesto, gestión de pagos a cuentas y comprobantes.



4) Digitalización de los comprobantes. Emite tus comprobantes electrónicos de manera individual o masiva, cumpliendo la normativa tributaria y para llevar un control adecuado de tu contabilidad.

5) Potencia tu estrategia de venta y fideliza clientes. Carga códigos de promociones y descuentos máximos; por tipo de cliente, por forma de pago o por volumen de compra.

Son solo algunas de las funcionalidades que te puede otorgar el módulo de ventas de un sistema de gestión como Flexline ERP, además de tenerlo conectado de manera integral a otros módulos para administrar la información en tiempo real. Probablemente la implementación de un ERP sea el paso previo a la migración de un negocio al comercio electrónico, porque ¿Te imaginas la gestión del ciclo de venta online sin estos beneficios?

En Manager Software creemos que, pese a la coyuntura, las empresas tienen una gran oportunidad de migrar al mundo digital a través de un ERP, porque será el aliado para su crecimiento.



Vuela directo a Santiago de Chile con flexibilidad y todas nuestras medidas de bioseguridad.



VUELA LIMA - SANTIAGO DESDE

\$65 USD

Regreso Santiago - Lima \$70 USD
PRECIOS INCLUYEN TASAS E IMPUESTOS

Fecha de inicio de vuelos:
5 de Octubre



VUELA AREQUIPA - SANTIAGO DESDE

\$64 USD

Regreso Santiago - Arequipa \$80 USD
PRECIOS INCLUYEN TASAS E IMPUESTOS

Fecha de inicio de vuelos:
19 de octubre



VUELA TRUJILLO - SANTIAGO DESDE

\$64 USD

Regreso Santiago - Trujillo \$80 USD
PRECIOS INCLUYEN TASAS E IMPUESTOS

Fecha de inicio de vuelos:
10 de octubre

MÁS INFO AQUÍ



ELIGE LA AEROLÍNEA QUE CUIDARÁ DE TUS PASAJEROS CON MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD ANTES, DURANTE Y DESPUÉS DE CADA VUELO



Uso obligatorio de mascarilla



Toma de temperatura



Sanitización diaria



Filtros HEPA:
Eliminan el 99,9% los virus del aire.

Somos parte de **Indigo Partners**, fondo privado de inversión que tiene más de 18 años de experiencia desarrollando exitosamente aerolíneas ultra low cost a nivel mundial.



Vuela seguro, vuela SMART en [JetSMART.com](https://www.JetSMART.com)



PLATAFORMAS COMERCIALES

Networking entre socios Online



El miércoles 14 de octubre, la Cámara de Comercio Peruano Chilena comprometida en la reactivación económica realizó la V edición del Networking entre socios Online, plataforma exclusiva para socios, que reunió a 7 empresas peruanas y chilenas.

El evento virtual se realizó a través de la plataforma ZOOM de manera amena y dinámica, cada empresa contó con un rango de 8 minutos para llevar a cabo la presentación de su empresa, oferta comercial y casos de éxito. Agradecemos a AUTOLAND, DATASUR, DEYSACARE, FUNDICIÓN FERROSA, MDP SOLUCIONES, MHO Y UPSIDEDOWN. La actividad estuvo dirigida y moderada por Doña Mariela González, gerente general de nuestra institución, quien felicitó a cada asociado por la proactiva y entusiasta participación.

La Cámara de Comercio Peruano Chilena los invita a visitar nuestra página web www.camara-peruchile.org, para que pueda conocer los eventos en cartera, los cuales están orientados a las oportunidades de negocio y actualización ejecutiva. Síguenos también en nuestras diferentes redes sociales.

WEBCAST MINERO

Proyecto San Gabriel

El año 2021, prospecta un crecimiento del sector minería en el Perú, ante ello la Cámara realizó el 15 de octubre el primer Webcast Minero online del año, que tuvo como tema central el Proyecto San Gabriel.

La actividad en línea, convocó a diferentes representantes del rubro y tuvo como coorganizadores a Sigdo Koppers, Promet, LimaGas, TecknoFast y MTM Soluciones, nuestros socios estratégicos, quienes nos acompañaron activamente durante el evento.

En esta ocasión contamos con la experta presentación del Ingeniero Renzo Macher, Gerente de Proyectos de Minera Buenaventura, quien, en aproximadamente una hora y media, brindó a la audiencia detalles del tan esperado proyecto, el cual inició el 2003 con la exploración del yacimiento; ubicado en el distrito de Ichuña, provincia de Sánchez Cerro, región Moquegua.

La presentación contempló el layout y diagrama de procesos de la Mina, los principales equipos

y obras que se implementaran en el transcurso, las vías de acceso y líneas de transmisión, la gestión del agua y la gestión socio ambiental como la intervención social. Destacando el acuerdo de prestaciones recíprocas con la comunidad, que tiene como respaldo el Estudio de Impacto Ambiental (EIA) aprobado desde marzo de 2017, el cual busca salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales de la zona.

Para finalizar el señor Macher, mostró el cronograma, donde se prevé iniciar los trabajos de campo a mediados del 2021, estimando que San Gabriel estaría en su máximo potencial a finales del mismo año.

Por nuestra parte solo queda agradecer a todos los participantes y auspiciadores, Sigdo Koppers, Promet, LimaGas, TecknoFast y MTM Soluciones, que convirtieron esta actividad en un éxito y los invitamos a que nos acompañen el 11 de noviembre al segundo evento minero del año, donde se expondrá sobre el Proyecto Quellaveco.



WEBCAST

Reducción de Costos Laborales, a través de herramientas legales

En la tarde del martes 20 de octubre se realizó el webcast “Eficiencia en los Costos Laborales”. La actividad contó con la exposición de los señores: Luis Delgado Sigüeñas, Jefe del Área Laboral y Edú Silva Rivera, Abogado Asociado de Martinot Abogados, respectivamente.

Después de las palabras de bienvenida del Presidente de la Cámara de Comercio Peruano Chilena, Señor Juan Carlos Fisher, se inició las presentaciones. Las 60 personas en la sala on line, se enteraron de los elementos esenciales para asignar adecuadamente los recursos económicos de una empresa, evitando incurrir en mayores costos laborales.

El señor Juan Delgado, analizó diferentes herramientas legales disponibles para identificar que conceptos son considerados remunerativos, los cuales se presentaron en dos grupos; beneficios laborales: donde especifica la compensación por tiempo de servicios, gratificaciones legales, remuneraciones vacacionales, participación en las utilidades e indemnización por despido arbitrario; y la parte de tributos y aportes, donde se encuentra: los aporte



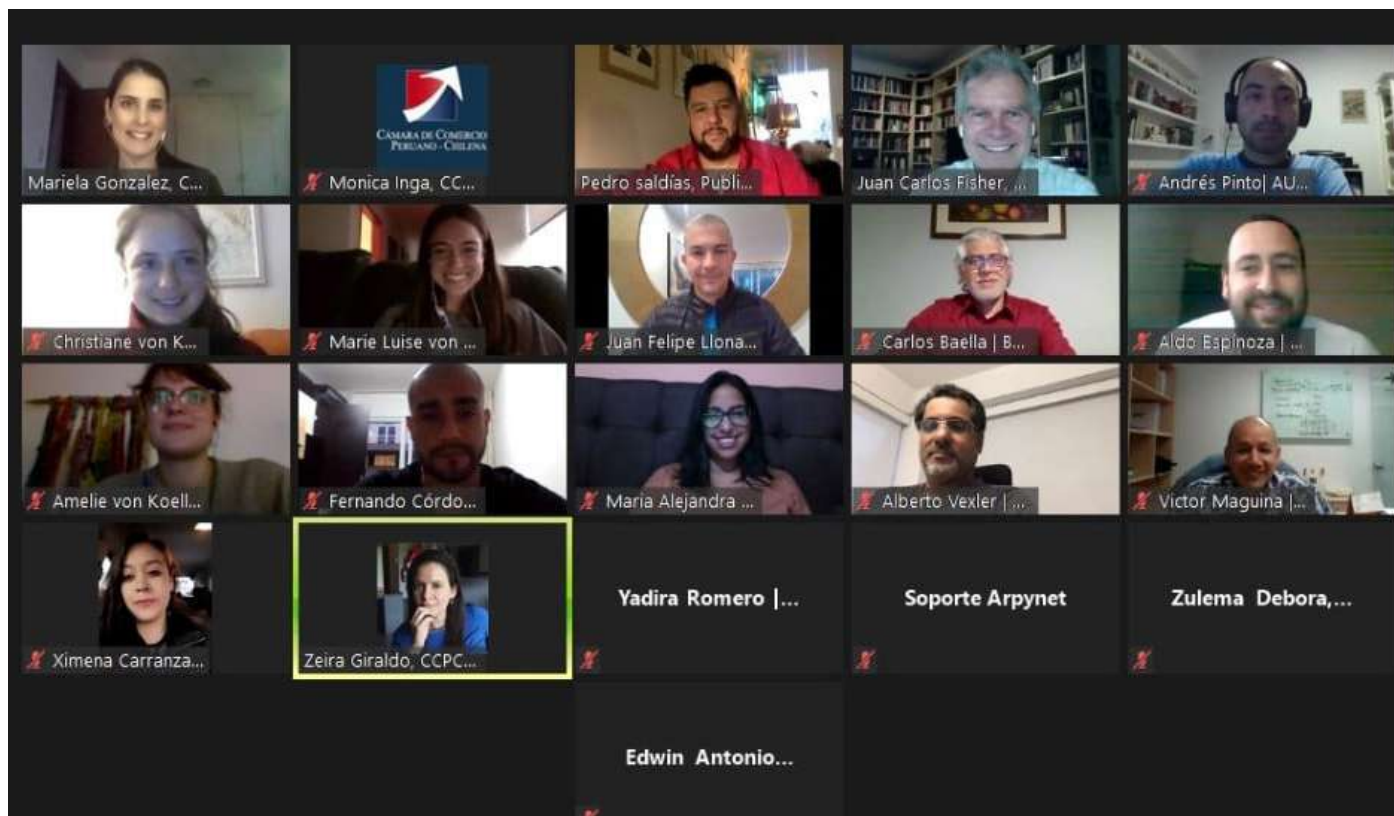
al seguro social, ONP, AFP, seguro complementario de trabajo de riesgo, seguro de vida ley, entre otras.

Siguiendo el tema el señor Edú Silva, continuó con los conceptos no remunerativos, según el artículo 19 de la Ley por Compensación de Tiempo de Servicio; que refiere a las asignaciones abonadas con motivo de determinadas festividades, como consecuencia de una negociación colectiva. Entre ellas tenemos: el día del trabajador, aniversario de la empresa, o cualquier otra que sea acorda-

do entre la organización sindical y la empresa.

Al finalizar los participantes efectuaron diferentes consultas que tuvieron respuesta clara y precisa por los expertos ponentes. Gracias a Martinot Abogados, el coorganizador del evento, quienes siempre están atentos a brindar información relevante y de interés a nuestros asociados. Lo invitamos a conocer más sobre ellos en su web, <http://www.martinotabogados.pe/> y seguirlos en sus diferentes redes sociales.

Master Class: Gestión Estratégica de Redes Sociales



El mes de octubre la Cámara desarrolló diferentes actividades donde se brindó información importante para sus asociados. Uno de ellas el Master Class de Gestión Estratégica en Redes Sociales, impartido por el reconocido Publicista, y Director Creativo Digital, Señor Pedro Saldías.

La actividad tuvo cita online los días 21 y 22 de octubre a las 6 p.m y contó con la asistencia de 15 representantes de distintas empresas y sectores, quienes aprendieron de manera didáctica como administrar acertadamente las redes sociales de una organización.

La primera sesión inició con la grata bienvenida del señor Juan Carlos Fischer, Presidente de nuestra institución, quien compartió su entusiasmo a los asistentes y los instó a resolver sus interrogantes sobre el tema. Por más de dos horas consecutivas el expositor mantuvo la atención de la concurrencia y expuso con diferentes ejemplos como desarrollar una nueva mirada del Marketing Digital para las marcas y el desafío que estas deben enfrentar dada la alta demanda.

En el segundo día, el programa fue más técnico y se habló sobre la utilidad de las redes sociales según el rubro y las herramientas que ofrecen cada una de ellas para medir el engagement en sus seguidores. También se mencionó los errores que se deben evitar en el manejo y se recalcó la importancia de ser creativo al momento de comunicar.

Con la frase “The future belongs to the curious” (el futuro pertenece a los curiosos), el señor Pedro Saldías finalizó este sobresaliente master class que ayudó a esclarecer dudas y aportó de una manera positiva a los participantes.



DE MARTINO
EST. 1934

Encuentro Empresarial La Noche del Vino

Nuestra institución organizó con la viña De Martino, el primer Encuentro Empresarial en línea “La noche del vino”, instancia que estuvo a cargo del señor Cristian Castro, Export Manager de la Viña y Soledad Marroquín, Comunicadora Gastronómica.

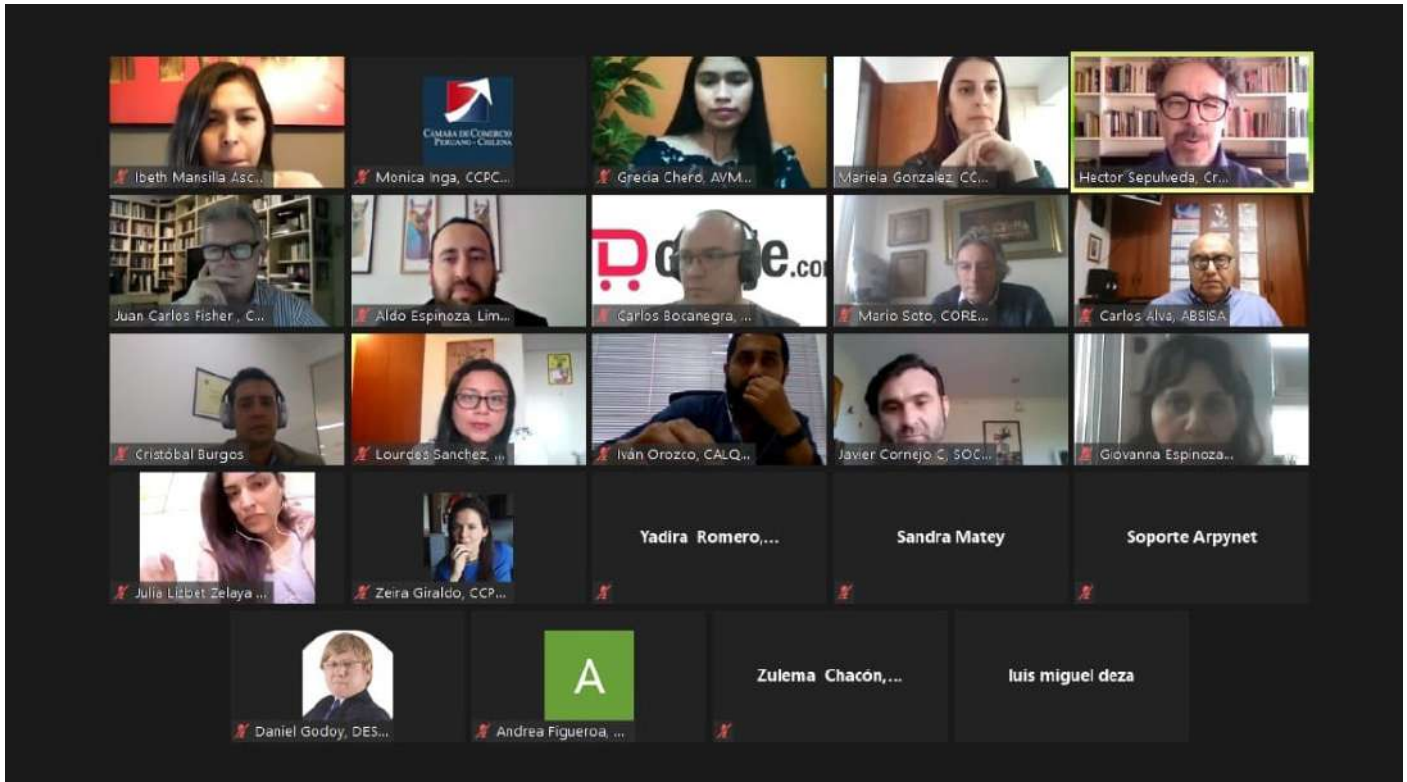
El 23 de octubre alrededor de 19 asistentes, tuvieron la oportunidad de disfrutar de esta extraordinaria experiencia y participar de una cata online que tuvo como protagonistas las sepas Carmenere y Pinot Noir de Legado Viña De Martino.

En el transcurso de la actividad los participantes compartieron momentos agradables y realizaron diferentes comentarios respecto al vino, también resolvieron dudas en relación a su propiedad y la mejor manera de disfrutarlo.

Al finalizar, los expertos mencionaron que, para iniciarse en el mundo del vino, solo es necesario sumergirse en la aventura de descubrir las diferentes opciones que brinda y prepararse para entrelazar los cinco sentidos.



Teatro del Pitch



El pitch comercial es una herramienta importante para concretar metas personales y empresariales. Por ello debe transmitirse de forma atractiva para captar la atención de su oyente.

Ante ello, la Cámara organizó el 28 de octubre, el evento online, Teatro de Pitch, a cargo del señor Héctor Sepúlveda, escritor y asesor de empresas, creador y Head Coach del POWER PITCH METHOD, un sistema para crear Relatos Comerciales dirigido a distintos tipos de productos, servicios o proyectos.

La instancia que tomó elementos del ensayo teatral, permitió a los representantes de 4 empresas asociadas, exponer su oferta comercial y mejorarla mediante un entrenamiento que contempló correcciones en vivo a los entusiastas participantes, que al finalizar evidenciaron notables mejoras en sus discursos. Sin lugar a dudas cada pitch posee un mayor potencial, que aplicando las herramientas del “Power Pitch Method” seguramente podrá alcanzar.

Otro grupo de asistentes tuvo la oportunidad de participar como “público”, quienes observaron el proceso de coaching e identificaron errores salvados a los empresarios “expositores” aplicables a su propia realidad, del mismo modo, pudieron interactuar realizando comentarios y sugerencias durante el desarrollo de la dinámica.

Un espacio innovador y enfocado en la mejora continua del discurso comercial, aplicado a las nuevas necesidades del mercado, que a través de las vías digitales nos exige mayores esfuerzos para comunicar y mantener la atención de nuestro interlocutor.

Te invitamos, este 23 y 25 de noviembre al Máster Class: “Desarrolla tu Relato Comercial”, con Héctor Sepúlveda, donde podrás conocer en detalle las técnicas que te permitirán crear narrativas dinámicas y efectivas para tu negocio.

Para mayor información escríbenos a operaciones@camaraperuchile.org

WEBCAST



CANDELA JARA
ABOGADOS

CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA



WEBCAST

SECTOR INMOBILIARIO - MARCO VIGENTE Y PROYECCIÓN 2021

 10:00 hrs.  12:00 hrs.



EXPOSITOR: PEDRO ELÍAS ZANELLI

Dírector

Área de Inmobiliaria y Procesal

CANDELA JARA & ABOGADOS



Contactos:

✉ socios@camaraperuchile.org

☎ +51 947 275 388 - +51 963 968 012

Jueves
12
NOV


CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA



Av. Juan de Arona 748 - Piso 3. San Isidro - Lima
Página web: www.camaraperuchile.org
Teléfonos: 421 - 5915 | 421- 5565