



BOLETÍN

Febrero 2019

CÁMARA INFORMA

CÁMARA DE COMERCIO
PERUANO - CHILENA



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

VOCALES:

Sr. Ignacio Rojas Guerrero

GERENTE GENERAL :

Sra. Mariela González Castro

Tendemos puentes
vinculamos mercados
acercamos personas



EDITORIAL

Este 2019 la Cámara de Comercio Peruano – Chilena vuelve a reafirmar con sus asociados, el compromiso de seguir siendo el promotor activo de las relaciones comerciales y de inversión entre ambos países. Manteniendo la representatividad de los intereses económicos y de comercio de los diversos sectores empresariales de Perú y Chile.

Durante el mes de febrero, la Cámara realizó diversas plataformas comerciales, llevándose a cabo el primer desayuno ejecutivo del año: “Proyección económica e Inversión Pública 2019” con nuestro asociado Candela Jara y Abogados, la rueda de negocios en el sector de hidrocarburos con la empresa Calidda, la misión comercial en el sector pesca en la ciudad de Chimbote y el taller ejecutivo con nuestro asociado TPC Group.

El boletín es una plataforma que nos acerca a nuestros socios, buscando mantenerlos informados sobre temas de interés y actualidad. Asimismo, tenemos como meta dar a conocer todas las actividades que realiza nuestra institución e invitarlos a participar en los próximos eventos.

*Consejo
Directivo*

ÍNDICE

“Hablar de comunicación con el cliente implica interpretar toda la información que tenemos sobre ellos”

Alan Kato, socio de PwC, explica cómo se está llevando a cabo el proceso de la digitalización en el sector financiero... (Pág. 7)



Contratos con el Estado Peruano: Oportunidades de desarrollo de negocios con impacto en el desarrollo de infraestructura y prestación de servicios públicos

El Estado Peruano es uno de los mayores consumidores de bienes, servicios y obras del mercado ... (Pág. 9)



Exportaciones Perú 2018

El pasado 19 de febrero, MINCETUR y PromPerú condecoraron la continuidad del crecimiento de las exportaciones... (Pág. 10)



Desayuno Ejecutivo “Proyección Económica e Inversión Pública 2019”

El 7 de Febrero del 2019, en Lima, tuvo lugar a el primer desayuno ejecutivo “Proyección económica e inversión política ... (Pág. 14)



Nuevos Asociados

La Cámara de Comercio Peruano Chilena le da la más cordial bienvenida a nuestros nuevos socios, que se incorporaron ... (Pág. 19)



DESAYUNO MINERO



VICTOR GOBITZ
CEO y Gerente General
Mina Buenaventura



**RETOS Y OPORTUNIDADES
EN LA MINERIA**
RUMBO AL BICENTENARIO

"Hablar de comunicación con el cliente implica interpretar toda la información que tenemos sobre ellos"



La transformación digital ha impactado todas las industrias y sectores. Términos como big data, blockchain, inteligencia artificial o análisis de datos, son tema de conversación entre los líderes empresariales de todo el mundo. Alan Kato, socio de PwC, explica cómo se está llevando a cabo el proceso en el sector financiero.

¿Cómo ha cambiado el consumidor en los últimos años?

Actualmente estamos atravesando la Cuarta Revolución Industrial. El rápido avance de la tecnología ha empujado a la sociedad hacia un rumbo distinto, donde el acceso a la información es mucho más veloz y las distancias se acortan. El nuevo consumidor no tiene el mismo nivel de fidelidad que tenía años atrás. Ahora puede cambiar una marca por otra por una cuestión de practicidad, por una experiencia distinta, porque lo recomienda un influencer o porque la siente más cercana a sus convicciones. Las generaciones a las que nos dirigimos ahora, millennials y centennials, están inmersos en el mundo digital pues han nacido en él. Se relacionan desde chicos con internet y están acostumbrados, des-

de temprana edad, a tener todo a la mano gracias a sus smartphones y al rápido desarrollo de las computadoras que utilizan en el hogar.

En ese contexto, las grandes empresas como Apple, Uber, Airbnb, Netflix, Waze, Google, Amazon o Facebook, entre otras, han crecido rápidamente porque conocen al nuevo consumidor, entienden sus necesidades y pueden adelantarse a ellas. Ofrecen una nueva experiencia y rompen paradigmas.

En el caso de los bancos, por ejemplo, los consumidores hoy esperan:

- 1) Que los conozcan rápidamente al ser sus clientes y establecer una relación.
- 2) Que sus necesidades inmediatas sean comprendidas.
- 3) Que anticipen sus necesidades futuras.
- 4) Que resuelvan sus problemas de forma sencilla, dándoles control sobre sus finanzas.
- 5) Que los aconsejen sobre la mejor

forma de lograr sus objetivos.

6) Conocer dónde se ubican respecto a otros del mismo segmento; y, lo más importante;

7) Que su experiencia al utilizar los servicios sea perfecta siempre, a cualquier hora, en cualquier lugar y a través de cualquier canal o dispositivo.

¿Qué significa esto para el sector financiero?

El sector financiero también está enfrentando ese proceso de cambio para adaptarse a las nuevas necesidades de los clientes, buscando brindar respuestas cada vez más rápidas para así generar valor a través de la tecnología. Desde PwC hemos ofrecido algunos lineamientos de cuáles son los posibles pasos a seguir para llevar a cabo el proceso de manera exitosa. Además de una correcta evaluación de cada segmento y la "personalización" de los productos y servicios, debemos evaluar las competencias de las personas que se encargarán del proyecto, para poder definir un proceso eficaz y ágil para desarrollar el nuevo producto o solución. Independientemente si este proceso será hecho internamente o a través

de alianzas o adquisiciones de fintechs, cualquier transformación digital debe tener como objetivo la construcción de una relación centrada en el cliente. Esto implica que se debe tener una comunicación clara con los clientes, que permita evaluar si estamos respondiendo de forma adecuada a sus necesidades; y al hablar de comunicación no necesariamente nos referimos a algo oral o escrito, sino a una interpretación de toda la información disponible sobre nuestros clientes o segmentos. Es decir, el análisis de datos pasa a convertirse en nuestra principal herramienta.

¿Y cómo ha ido evolucionando este proceso?

En un primer momento, los aplicativos y todas las soluciones digitales se centraron en la eficiencia operativa. Hemos pasado de la estructura que teníamos hace 20 o 25 años atrás, centrada básicamente en agencias, a una banca virtual. El objetivo inicial era reducir costos operativos y hacer más rentable el desembolso de un crédito o cualquier transacción bancaria realizada por un cliente.

Sin embargo, ahora los proyectos digitales van más allá. Buscan la atracción de clientes, incluso la bancarización de nuevos clientes, la anticipación de sus necesidades y el acompañamiento constante.

¿Qué tanto han avanzado las instituciones financieras peruanas en ese aspecto?

Perú, así como otros países de América Latina, aún está en vías de desarrollo y eso representa una gran diferencia respecto a otras economías. En primer lugar, desde el punto de vista académico, aún hay algunas brechas. Además, el nivel de capital, inversiones y bancarización es distinto. No es casualidad que los grandes proyectos de innovación o avances

tecnológicos se den en Estados Unidos, Europa y/o países asiáticos desarrollados, como Singapur, Corea o Japón. Este tipo de países tienen el conocimiento y financiamiento para proyectos de esta magnitud. No obstante, la nueva revolución industrial y la propia globalización hacen que los clientes peruanos busquen las mismas experiencias que los consumidores de países desarrollados.

Por este motivo, entiendo que las instituciones financieras peruanas están enfocándose en soluciones digitales y en brindarle cada vez mejores servicios y productos a sus clientes, a través del uso de canales y soluciones digitales.

Por otro lado, si hacemos una comparación con economías más desarrolladas, tenemos tecnologías como blockchain, que no son tan usadas en el país.

En Perú, los grandes bancos tienen el capital necesario para invertir a largo plazo en temas digitales, además del apoyo financiero y del desarrollo tecnológico de sus matrices, en caso se trate de una entidad extranjera. Por lo tanto, este tipo de innovación llega y seguirá llegando a Perú rápidamente en los próximos años.

¿Cómo pueden relacionarse las fintech y los bancos tradicionales?

La principal diferencia entre ambos es la cultura. Las fintech son empresas innovadoras, jóvenes, con gran capacidad de brindar soluciones rápidas y con el conocimiento técnico para lograrlo. Por otro lado, los bancos tradicionales tienen procesos distintos y una estructura un poco más rígida al momento de evaluar riesgos; aunque esto no significa que no innoven, solo que se lleva a cabo de una manera distinta. Todos los bancos innovan y están en constan-

te búsqueda de personas capacitadas para hacerlo.

Ahí es donde pueden entrar las fintech. Es interesante buscar las sinergias entre ambos. Si bien es cierto, habrá un primer choque cultural por su naturaleza distinta, ambos pueden beneficiarse de trabajar de la mano. Por ejemplo, las fintech pueden tener soluciones interesantes, pero tener dificultad para llegar a gran escala en el mercado. Los bancos, en cambio, tienen ya una cartera de clientes mucho más amplia.

¿Qué retos enfrenta el sector financiero en el futuro?

El tema que cobra más relevancia en los próximos años es la inteligencia artificial. Cada vez más la toma de decisiones se vinculará a este tipo de tecnología y eso implica que las organizaciones fortalezcan diversas áreas y funciones, como la de ciberseguridad, por ejemplo. Por otro lado, otras entidades financieras como las cajas, cooperativas o bancos con menor participación en el mercado, deberán encontrar la forma adecuada de abordar el tema de innovación. Deben decidir el mejor momento y la mejor manera de invertir para el desarrollo de este tipo de soluciones.

Finalmente, lo que no debemos perder de vista es que la fidelización del cliente pasa por atender sus necesidades lo antes posible, a mayor capacidad de respuesta, más fidelizados estarán. Ahora, las personas cambian, sus necesidades también; así que lo más lógico es que las empresas encuentren la manea de irse adelantando a este cambio para adaptar sus procesos. Como mencionó Philip Kotler: "Ya no basta con satisfacer a los clientes; ahora hay que dejarlos encantados". Es decir, encantados con cada experiencia y/o solución que pueden obtener con cada interacción con su banco.



Si quieres conocer más sobre este tema, te invitamos a revisar la publicación completa en nuestro blog



Contratos con el Estado Peruano: Oportunidades de desarrollo de negocios con impacto en el desarrollo de infraestructura y prestación de servicios públicos.

Milagros Mendoza Alegre

El Estado Peruano es uno de los mayores consumidores de bienes, servicios y obras del mercado, toda vez que las entidades públicas siempre necesitan contratar insumos y servicios para su propio funcionamiento (e.g. mobiliario, instrumentaria, servicio de limpieza, etc.) o para el cumplimiento de sus fines u obligaciones (e.g. la contratación de obras para la reparación de pistas por parte

de PROVIAS Nacional; etc.)

En tal sentido, las empresas privadas tienen una buena oportunidad de negocio al contratar con el Estado, aplicando principalmente los siguientes mecanismos: (i) Ley de Contrataciones del Estado, N° 30225; y, (ii) Contratos de asociación público privada.

La presente nota tiene por fi-

nalidad explicar los aspectos generales e introductorios de cada mecanismo, así como informar sus principales novedades en lo que va del año 2019 (en el primer caso, se reseñará los cambios que trajo consigo el nuevo Reglamento de la Ley Contrataciones del Estado; y, en el segundo caso, se dará a conocer las oportunidades de presentación de iniciativas privadas cofinanciadas).

1. Contratos con el Estado bajo Régimen de la Ley de Contrataciones del Estado y su Reglamento

Es la modalidad más común de contratos públicos, tiene por finalidad regular la contratación de bienes y servicios necesarios para el funcionamiento de las entidades públicas. Asimismo, para el caso de las obras, se contratan por este mecanismo – principalmente - cuando la infraestructura resultante va a ser operada directamente por el sector público.

Para que una empresa privada pueda contratar con el Estado bajo el régimen general de

contrataciones, debe inscribirse en el Registro Nacional de Proveedores, ya sea como proveedor de bienes, proveedor de servicios, consultor de obras o ejecutor de obras. Una vez inscrito, puede participar en los diversos procesos de selección que convoquen las entidades públicas, los cuales se publican en el portal web del Sistema Electrónico de Contrataciones del Estado.

¿Qué envergadura de negocios implica este régimen? Si

bien no hay montos mínimos o máximos para contratar con el Estado bajo este mecanismo, el monto referencial de cada contrato a adjudicar definirá el tipo de proceso de selección que cada entidad convocará (a mayor es el monto de contratación, se aplica un proceso de selección con mayor número de etapas o plazos). A continuación, una reseña de los montos referenciales que definen los procesos de selección para el año 2019:

Tipo de procesos de selección	Bienes (En soles)	Servicios y Consultoría de obras (En soles)	Obras (En soles)
Licitación pública	> = 400,000		> = 400,000
Concurso público		> = 400,000	
Adjudicación simplificada	< 400,000 > 33,600	< 400,000 > 33,600	< 1'800,000 > 33,600
Selección de consultores Individuales		< = 400,000 > 33,600	
Comparación de precios	< = 63,000 > 33,600	< = 63,000 > 33,600	
Subasta inversa electrónica	> 33,600	> 33,600	
Contratación directa (sin proceso de selección)	> 33,600	> 33,600	> 33,600

Es importante destacar que a partir del 30 de enero de 2019, ha entrado en vigencia el Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, aprobado por el Decreto Supremo N° 344-2018-EF (en adelante, el "Reglamento") y conlleva, entre otras, las siguientes novedades:

- Se incluye el Concurso de Proyectos Arquitectónicos como una nueva modalidad de contratación de consultorías de obra para la elaboración de expediente técnico de obras urbanas, edificaciones y afines.
- Se señala que los Ministerios y sus organismos pú-

blicos, así como las empresas bajo el ámbito de FONAFE pueden contratar obras que incluyan el diseño y construcción a través de las modalidades llave en mano o concurso oferta, siempre que el presupuesto estimado del proyecto o valor referencial corresponda a una Licitación Pública y que utilice el sistema de suma alzada.

- En los procedimientos sancionadores del Tribunal de Contrataciones del Estado no se aplican los supuestos de caducidad previstos en la Ley del Procedimiento Administrativo General.
- Se incluye la posibilidad de presentar ofertas y subsa-

nar a través del SEACE, precisando que la implementación de licitaciones públicas y concursos públicos electrónicos se efectuará de forma progresiva.

- Se indica que para la designación residual del presidente del Tribunal Arbitral o del árbitro único en un arbitraje institucional, el árbitro a designarse debe estar inscrito en el Registro Nacional de Árbitros, administrado por el Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado - OSCE.
- Se precisa que el laudo debe ser notificado a las partes a través del SEACE.

2. Contratos de asociación público privada

Son contratos en los que el sector público y privado unen esfuerzos para crear, desarrollar, mejorar, operar o mantener: (i) Proyectos de infraestructura pública; (ii) servicios públicos; (iii) servicios vinculados a infraestructura pública y a servicios públicos; y, (iv) proyectos de investigación aplicada y/o innovación tecnológica.

En este tipo de contratos la participación del privado es a largo plazo, ya que no sólo se limita a la provisión de una obra, sino que se encarga de su operación y gestión asegurando una adecuada prestación de diversos servicios a los ciudadanos.

Las asociaciones público privadas (en adelante, "APP") pueden ser autofinanciadas o cofinanciadas. En el primer caso, serán autofinanciadas cuando cuentan con capacidad propia de generación de ingresos y no requieran el aporte de recursos públicos. Por el contrario, serán cofinanciadas cuando necesariamente deban contar con presupuesto del Estado.

Asimismo, las APPs pueden originarse por iniciativa estatal o iniciativa privada. Será iniciativa estatal cuando los aspectos más importantes del pro-

yecto sean diseñados por una entidad pública, la cual será responsable por su priorización, estructuración y posterior convocatoria al sector privado. Por otro lado, se originarán por iniciativa privada cuando una empresa privada, sea extranjera o nacional, de manera individual o en consorcio, presenta un proyecto y se encarga - conjuntamente con la entidad pública competente - de la obtención de su viabilidad y estructuración.

Considerando las diferencias señaladas en los párrafos precedentes, el sector privado puede participar en una APP de las siguientes maneras:

(i) Como postor en un concurso convocado por el Estado para desarrollar una APP Cofinanciada (e.g. concurso para la adjudicación del proyecto "Ferrocarril Huancayo Huancavelica").

(ii) Como postor en un concurso convocado por el Estado para desarrollar APP Autofinanciada (e.g. concurso para la adjudicación del proyecto "Obras de Cabecera").

(iii) Como proponente de una iniciativa privada autofi-

nanciada (e.g. como fue el caso del proponente de las iniciativas privadas de los proyectos Terminal Portuario Salaverry; Sistema de Bicicleta Pública de San Isidro y Sistema de Bicicleta Pública de Miraflores, proyectos que hoy se encuentran en ejecución).

(iv) Como proponente de una iniciativa privada cofinanciada

A febrero de 2019, ninguna iniciativa privada cofinanciada se ha materializado en un contrato de concesión, todas se encuentran en trámite o concurso.

Asimismo, es preciso tener en cuenta que para presentar iniciativas privadas cofinanciadas para proyectos de competencia del Gobierno Central (como es el caso de trenes, aeropuertos, etc.), los ministerios competentes deberán emitir un decreto supremo que reseñe las materias y proyectos que pueden ser objeto de iniciativa privada cofinanciada, en base a sus necesidades de intervención y capacidad presupuestal máxima. Hoy en día, está abierta la posibilidad de presentar iniciativas privadas cofinanciadas sobre los siguientes proyectos:

IPC	Cofinanciamiento máximo	Fecha máxima de presentación
Tren Lima-Ica (ante el Ministerio de Transportes y Comunicaciones).	S/. 10'520,000	15 de mayo de 2019
Tercer Grupo de Aeropuertos (ante el Ministerio de Transportes y Comunicaciones).	S/. 10'520,000	15 de mayo de 2019

3. Conclusiones

- El funcionamiento de las entidades públicas es constante y, por ende, siempre existirá demanda de bienes y servicios por parte de éstas. Por ello, si una empresa se registra como proveedor del Estado Peruano puede incrementar su mercado y sus ventas, siendo una alternativa interesante de negocio por explorar.

- El Perú tiene una brecha de infraestructura y servicios públicos importante, que no nos permite contar, por ejemplo, con transporte público eficiente, con servicios de salud y educación pública de calidad, entre otros. En consecuencia, en nuestro país es ineludible

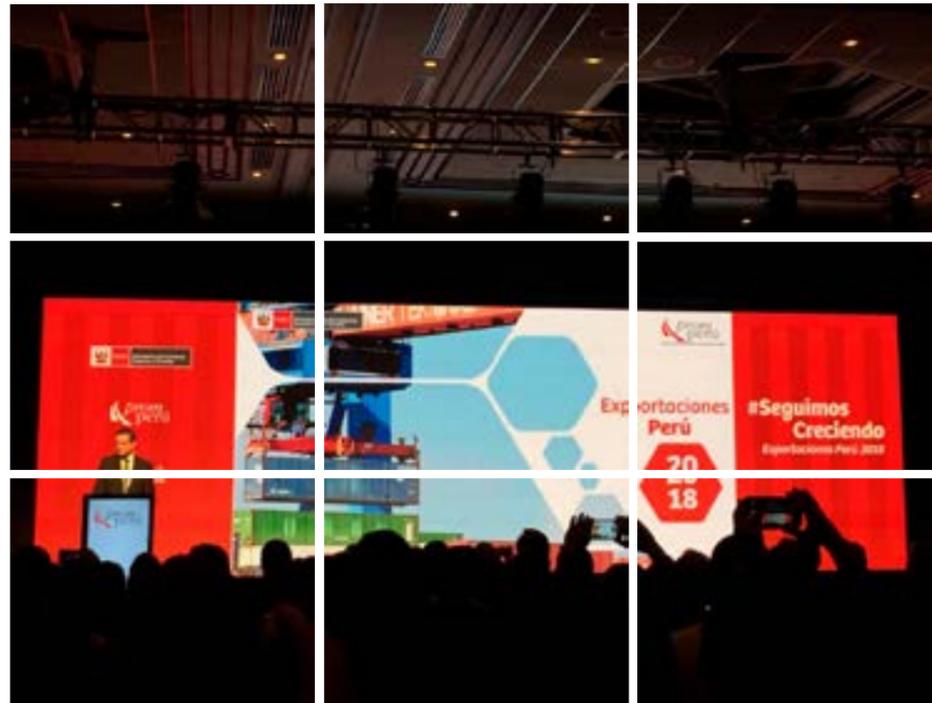
el desarrollo de APPs para la ejecución de obras de infraestructura y prestación de servicios públicos, constituyendo así una opción de negocio interesante para las empresas con experiencia en estas materias. A nivel estatal, esta necesidad es ampliamente conocida y en los últimos meses se han emitido normativas y lineamientos que faciliten el desarrollo y la gestión de APPs, por lo que se proyecta que éstas se repositionarán en los siguientes años.

- Finalmente, es importante mencionar que las empresas privadas que pueden encontrar oportunidades de

negocio en contratar con el Estado - bajo el régimen general de contratación o a través de APPs - son: Constructoras, operadores de infraestructura pública, empresas prestadoras de servicios públicos, proveedores de sistemas electromecánicos, material rodante, vehículos y demás equipos necesarios para la prestación de un servicio público o servicios vinculados a este, proveedores de bienes y servicios necesarios para el funcionamiento de entidades públicas, entre otros. Sería conveniente que las empresas que tengan estos giros de negocio evalúen estos mecanismos y su viabilidad de incluirlos en su cartera.



EXPORTACIONES PERU 2018



El pasado 19 de febrero, MINCETUR y PromPerú condecoraron la continuidad del crecimiento de las exportaciones peruanas y premiaron a las empresas que destacaron durante el 2018.

El Ministro de Comercio Exterior, Edgar Vásquez resaltó el trabajo de las empresas exportadoras e hizo un llamado a seguir trabajando por las exportaciones peruanas, debido a que “las cifras obtenidas nos tienen que llenar de orgullo”.

Según MINCETUR, las exportaciones no tradicionales destacaron, debido a que por primera vez obtuvieron un crecimiento mayor a 47%, logrando así un record histórico. Los principales mercados de este tipo de exportación son Estados Unidos, Países bajos, Chile, Ecuador, España, entre otros.

Otro de los sectores más potentes en el mercado fueron las ofertas pesqueras y agroindustriales con un crecimiento de 26% y 16% respectivamente.

A comparación del 2017, las exportaciones crecieron en un 7%. Para el 2019, se espera recaudar la suma de \$52,000 millones y seguir consolidándose en el mercado extranjero.

La Cámara de Comercio Peruano Chilena les brinda las más sinceras felicitaciones a Cerro Verde, Granos Agrícolas del Perú, Resemin S.A., Art Atlas, Visual Soft, Puertos Pacíficos Ocean Sea Food, Sociedad Nacional de la Alpaca y Campo Sol por el logro obtenido.



PLATAFORMAS
COMERCIALES

Rueda de Negocios Hidrocarburos



La Cámara de Comercio Peruano Chilena organizó la plataforma denominada “Rueda de Negocios” para empresas proveedoras de servicios en el sector hidrocarburos; la misma que tuvo por lugar las instalaciones de la empresa Calidda, agradecemos su cordial recibimiento.

Los asistentes a esta plataforma comercial aprovecharon la instancia para brindar información detallada de sus productos y servicios, entre ellos: PROSECONTRA

DEPERU, ABSISA, TECNOSTART S.A.C., EMENSA Y TIVIT. Cuyo objetivo es afianzar las relaciones comerciales entre empresas socias y amigas de la institución.

Dentro de lo expuesto, la Cámara brinda un cordial agradecimiento a cada uno de las empresas participantes, por permitirnos cumplir con nuestro quehacer como organización abocada a facilitar y fomentar el intercambio comercial.

Misión Comercial Sector Pesca



La Cámara de Comercio Peruano Chilena organizó la plataforma denominada “Misión Comercial” para empresas proveedoras de servicios en el sector pesca; la misma que tuvo por lugar la ciudad de Chimbote, agradecemos su cordial recibimiento.

Los asistentes a esta plataforma comercial aprovecharon la instancia para brindar información detallada de sus productos y servicios, entre ellos: TUPEMESA, SOLGAS, MANELSA, MAQUI PERU, AIRTEC, WELLCO, TRUPAL, REYMOSA Y SOLPACK. Cuyo objetivo es afianzar las relaciones

comerciales entre empresas socias y amigas de la institución.

Los empresarios participaron en diferentes reuniones comerciales con empresas peruanas, asistieron a desayunos de trabajo, evento de networking con potenciales clientes y reuniones comerciales con empresas de gran prestigio y trayectoria.

Una vez más la Cámara ha sido el facilitador de las relaciones comerciales entre empresas peruanas y chilenas, en este sentido, nos seguiremos esmerando por entregar plataformas efectivas que incentiven el intercambio entre ambos países.

Desayuno Ejecutivo “Proyección Económica e Inversión Pública 2019”



La Cámara de Comercio Peruano Chilena organizó el primer Desayuno Ejecutivo del año titulado: “Proyección Económica e Inversión Pública 2019”; la misma que tuvo como ponentes a la Vicepresidenta de la República, Mercedes Araóz y al doctor César Candela Jara socio de la firma Candela Jara y Abogados.

Agradecemos a todos nuestros socios y amigos por participar en el evento. Una vez más la Cámara ha sido participe de la confraternidad entre miembros de las empresas peruanas y chilenas, en este sentido, nos seguiremos esmerando por entregar plataformas efectivas que incentiven el intercambio entre ambos países.

Taller Ejecutivo “Precios de Transfrecuencias y Commodities”



La Cámara de Comercio Peruano Chilena organizó la plataforma denominada “Taller Ejecutivo” para diversas empresas proveedoras de servicios en el sector contable y financiero; la misma que tuvo como socio aliado a TPC Group, agradecemos su cordial recibimiento.

Los asistentes a esta plataforma comercial aprovecharon la instancia para adquirir información detallada de sobre el tema, entre ellos: BESCO, FUNDICIÓN FERROSA, MANDOMEDIO, MCG AUDITORES, REFAX Y TRAVEX Cuyo objetivo es contribuir con su crecimiento profesional.



MARZO
20
19

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

06 Misión Comercial
Lugar: Cuzco
Empresa: Hudbay



Networking

Lugar: San Isidro
Empresa: Mandomedio

14



20 Misión Comercial
Lugar: Piura
Empresa: Pacasmayo



After Office

Tema: "Competitividad
y clima de inversión en
el Perú 2019"

26



SOCIALES

DESAYUNO EJECUTIVO



César Candela Jara, Mercedes Aráoz, Juan Carlos Fisher



Miembros del Directorio y la Embajada Chilena



Asociados de la Cámara Peruano Chilena



Vicepresidenta Mercedes Aráoz Fernández



Doctor César Candela Jara

TALLER EJECUTIVO "Precios de transferencias y commodities"



TPC Group, Fundación Ferrosa, Besco



Besco, Fundación Ferrosa, Mandomedio, MCG Auditores, REFAX, TPC Group

MISIÓN COMERCIAL - Chimbote



Asociados de la Cámara



Asociados de la Cámara

VISITA TÉCNICO COMERCIAL - Trupal



Trupal, Manesa, Lunisolar, Lipigas, Tivit

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 enero y agradece su preferencia:



Empresa: Manufacturas Electricas S.A.
Actividad Económica: Fabricación y distribución de equipamiento de mediana y baja tensión.
Teléfono: (01) 619 6200
Página Web: www.manelsa.com.pe



Empresa: Skebergé Perú S.A.C.
Actividad Económica: Asesoría Empresarial
Teléfono: (01) 60 7200



Empresa: Georesearch
Actividad Económica: Servicio de información
Teléfono: (56) 23237100
Página Web: www.georesearch.com

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 febrero y agradece su preferencia:



Empresa: Grupo Publicitario Latandino
Actividad Económica: Servicios Publicitarios
Teléfono: (01) 617 6500
Página Web: pe.fcbmayo.com



Empresa: Dynamo Welwiet Logistik S.A.
Actividad Económica: Agente de Carga
Teléfono: (01) 719 550
Página web: www.godwl.com



Empresa: Pacífico Compañía de Seguros y Reaseguros
Actividad Económica: Seguros
Teléfono: (01) 518 4500
Página web: www.pacificoseguros.com

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