



**BOLETÍN**

**JUNIO 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.

El mes de junio tuvo como protagonistas a la agroindustria, minería y retail, desarrollándose el “2° Seminario – Nuevas Especies y Variedades para la Fruticultura del Perú”, instancia organizada junto a la asociación “Viveros Chile”, extendiéndose una plataforma de encuentro, actualización y discusión en torno a las nuevas semillas y los potenciales que estas poseen en el territorio peruano. Por su parte, empresarios chilenos del rubro minero, tuvieron la oportunidad de participar del “Meeting Mining Perú”, 3 días de arduo trabajo y reuniones con las principales mineras del territorio, además de una visita a la mina de socavón Condestable, ubicada en la ciudad de Mala.

Junio finalizó con el “Encuentro Empresarial- Sector Retail”, llevado a cabo en las instalaciones de nuestro socio Costa del Sol, donde se reunieron potenciales proveedores del sector retail para dar cuenta de su oferta comercial. El encuentro permitió reunir a los compradores de dicha industria con una cartera de empresas de basta e innovadora experiencia.

*Consejo  
Directivo*

# ÍNDICE

## ¿Cómo automatizar tareas de manera exitosa?

Diariamente, miles de trabajadores invierten horas de su jornada laboral en actividades operativas. Acciones que, si bien.... (Pág. 6)



## Ventas del sector retail movieron más de s./ 19 mil soles

Las ventas del Sector Retail han crecido a un 5.3% a comparación del mismo período del año pasado. Las actividades... (Pág. 10)



## Vigencia de la ley de Registro Voluntario Contratos Agrícolas

Desde hoy los productores y exportadores pueden registrar los contratos de compraventa de productos agrícolas, ya que el... (Pág.14)



## 2° SEMINARIO

El 7 de junio se llevó a cabo el 2° seminario "Nuevas especies y oportunidades de recambio varietal para la fruticultura del Perú"... (Pág. 22)



## Nuevos Socios

La Cámara de Comercio Peruano Chilena le da la más cordial bienvenida a ... (Pág. 27)



# DESAYUNO EJECUTIVO



CÁMARA DE COMERCIO PERUANO - CHILENA

## DESAYUNO MINERO TRANSFORMACIÓN DIGITAL

EN LA INDUSTRIA MINERA

Salón Imperial  
Country Club Lima Hotel

09:00 a.m.

23  
JULIO

CONTACTO  
comercioexterior@camaraperuchile.org  
(01) 421 - 5915 | 421 - 5565

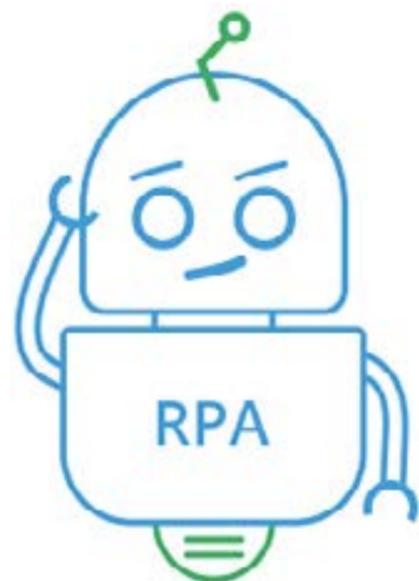


## ¿Cómo automatizar tareas de manera exitosa?

Diariamente, miles de trabajadores invierten horas de su jornada laboral en actividades operativas. Acciones que, si bien son necesarias, no permiten que las personas exploten todo su talento para generar valor para la empresa. Martín Grimaldo, gerente de Consultoría de Negocios de PwC, explica cómo la robotización de procesos (RPA) puede servir no solo para reducir tiempo y costos sino también como una manera de liberar talento y retenerlo.

### ¿Qué es RPA y cómo puede beneficiar a las empresas?

La RPA, o robotización de procesos, replica las actividades de una persona, automatizando una serie de procesos en una computadora. Mucha de la actividad manual que se realiza diariamente en las compañías puede ser ejecutada por una computadora o robot y automatizarla genera distintos beneficios. El más simple se relaciona con la reducción de horas que los trabajadores invierten



en labores operativas. Esto no solo permite reducir costos, sino también impacta positivamente en el talento, ya que los trabajadores pueden dedicar su tiempo a actividades que generen mayor valor para la empresa, como el análisis o la mejora continua de procesos.

Por otro lado, un robot es mucho más rápido que una persona, indiscutiblemente, y puede trabajar hasta 24 horas al día. Por ejemplo, si una empresa se demora actualmente tres días en facturar, con el robot puede hacerlo en solo un día. Esto impactaría directamente el flujo



de caja. Adicionalmente, una computadora reduce el margen de error. Una persona podría equivocarse al digitar información y generar un impacto bastante fuerte, incluso una multa. Al automatizar el proceso, uno se asegura que se realicen validaciones y se siga determinado estándar. Como beneficio adicional, un robot genera indicadores, KPIs, por lo que durante la ejecución se podría tener alertas que faciliten actuar en el momento oportuno.

Finalmente, hay un tema de escalabilidad. Si el nivel de operaciones de una compañía crece, al tener algunos procesos robotizados, este crecimiento no se traduciría en un aumento del headcount. Es decir, se puede manejar la fluctuación del volumen de operaciones sin la necesidad de contratar y/o reducir personal.

### ¿Cuál es el nivel de implementación de RPA en las compañías peruanas?

Hay una mayor acogida en el sector de servicios financieros, específicamente banca y seguros, por ser industrias con gran volumen de transacciones y operaciones. En otro tipo de compañías, el nivel de implementación es más o menos equitativo y se enfoca principalmente en procesos de back office.

### ¿Cuál es el principal desafío?

El mayor desafío es la cultura de la organización. Muchas veces la gente es reacia a aceptar esta tecnología, tal vez porque siente que puede representar un peligro para su puesto de trabajo. Por eso es muy importante cómo se comunica un programa de RPA a los trabajadores. Nosotros hacemos énfasis en que este representa una ayuda más que una competencia. Quizá podríamos hacer una comparación con la computadora. Cuando las empresas empezaron a usarlas también se pensaba que iban a reemplazar a las personas, y

hoy vemos que es todo lo contrario, son principalmente una herramienta.

### Pero, ¿cómo hacer con las personas cuyas funciones son estandarizables y operativas?

Es básico que haya un cambio en el perfil y la forma de pensar. Vemos en el día a día que hay personas que han estudiado una maestría en finanzas y están registrando facturas. Se está desperdiciando talento y tal vez no porque la empresa no lo haya detectado, sino porque las necesidades del día a día consumen las horas de las personas. Al tener mayor control del tiempo, se podrá desarrollar el talento, utilizarlo para otras actividades y retener a los trabajadores, ya que muchos cambian de trabajo al no sentir autorrealización en su labor diaria.

El analista financiero del futuro, por ejemplo, no va a ser una persona que dedica gran parte

del día a digitar información, sino alguien dedicado al análisis. Es importante adoptar este cambio o gestionarlo de forma sistemática, a través de programas de capacitación, entrenamiento continuo del personal y cambio en los criterios de selección de talento. Además, como parte de un programa de implementación de RPA, se tiene que redefinir los roles de trabajo. Definitivamente habrá un impacto en la estructura organizacional, y es importante incluir estos nuevos aspectos en los roles y responsabilidades de la empresa.

### La RPA es un primer paso dentro del proceso de digitalización, ¿qué otros aspectos deberían priorizarse?

Definitivamente es un primer paso continuo en el camino de la digitalización. Sin embargo, antes de comenzar con RPA, como con cualquier tecnología, es importante tener un norte que esté alineado a la estrategia y objetivos del negocio. Es decir, la RPA no puede ser solo una iniciativa individual. Debe ser parte de la estrategia de transformación digital. Esta visión permitirá impactar diversos aspectos, como la cultura, la eficiencia de procesos y la mejora de habilidades de los trabajadores. De esta manera se podrá obtener mayores beneficios para los stakeholders de la empresa.

¿Cómo la combinación de RPA y machine learning puede facilitar el camino de la empresa en la implementación de otro tipo de tecnologías como la inteligencia artificial (IA)?

RPA es el primer paso en el camino de automatización, el cual pasa por machine learning antes de terminar en IA. Luego de ese primer paso, uno puede adaptar nuevas tecnologías. Se puede tener robots más inteligentes a través del machine learning o deep learning. Esto significa que la lógica no estaría basada en reglas declarativas, sino que el robot sería capaz de aprender en base a la experiencia y patrones. Este proceso de enseñanza permite que el funcionamiento del robot sea más sofisticado. Si a esto le agregamos la programación neuro-lingüística, el resultado se acercaría más a lo que es la IA.

### En cuanto a la evolución de esta tecnología, ¿cuál es la diferencia entre RPA y automatización cognitiva?

Un RPA es más limitado porque tiene funcionalidades cognitivas muy básicas. Sin embargo, está en un proceso constante de evolución y va adquiriendo habilidades para poder entender en base a modelos de aprendizaje, lo que es escuchar a una persona y poder dar una respuesta. Es



decir, se trata de un tema de evolución y ahora vemos cómo cada vez se van incorporando nuevas funcionalidades cognitivas.

### En conclusión, si una empresa está interesada en invertir en este tipo de tecnologías debería empezar con RPA.

Implementar una tecnología muy sofisticada como IA, a menos que sea una actividad muy específica como un chatbot, es complejo. En ese sentido, lo recomendable es que empiecen a automatizar sus procesos con la tecnología RPA, y que a partir de ahí vayan incluyendo otras funcionalidades de tecnologías más complejas que se acerquen a la IA. Por ejemplo, pensemos en un proceso financiero contable, como la con-



ciliación de cobranzas. Uno puede aplicar una serie de reglas para que un robot pueda entender contra qué abonos se compensan determinadas facturas. Esto se puede hacer de una forma lógica y después, en un siguiente nivel, se puede aplicar machine learning para que el robot aprenda en base a experiencias pasadas. Luego, en una tercera fase, se puede incluir una funcionalidad de voz para que el robot llame al cliente, que este haga un análisis y el robot pueda entender la respuesta. Esta última etapa es realmente compleja, razón por la que se recomienda el periodo de transición.

### ¿El costo de implementación limita a las empresas?

El costo es manejable y dependerá de lo que se desee automatizar y de la industria. Se debe apuntar a procesos o actividades cuya automatización tenga sentido económico, por el volumen. Es decir, es cuestión de analizar qué beneficios trae y cuáles son los objetivos. Por ejemplo, si se trata de un B2C y es clave tener un cara a cara con el cliente, como podría ser un banco, probablemente



puedas invertir en un software de IA para aprobación de créditos o fraude, mientras en otra industria este tipo de inversión no sea tan crítica.

### Finalmente, ¿qué deberían tomar en cuenta quienes quieran implementar esta tecnología de forma exitosa?

Para que un programa de RPA funcione, debe estar alineado con la cultura de la empresa y el planeamiento estratégico. Si tecnología, procesos y cultura no están alineados, es probable que la iniciativa fracase. Si la gente no está lista para adoptar este tipo de tecnología, la automatización se hará mucho más difícil.

### DESAFIOS

Incubando ideas desde PwC Perú

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



## Ventas del sector retail movieron más de S/ 19 mil millones en el primer semestre

Las ventas del Sector Retail han crecido a un 5.3% a comparación del mismo período del año pasado. Las actividades que realizan estos centros de establecimientos ayudaron a promover este resultado.



Según el Ministerio de Producción (Produce), durante el primer semestre del año, las ventas del sector retail minorista han reunido un total de S/ 19,576 millones, lo que evidenció un crecimiento de 5.3% a diferencia del mismo período del 2018. El crecimiento de las ventas se debe al desempeño positivo de las actividades de supermercados y tiendas por departamento, ferreterías así como boticas y farmacias

permercados y tiendas por departamento señaló que las ventas aumentaron en 4% entre enero y junio de este año, siendo las líneas de alimentos, prendas de vestir, bebidas, tabaco y cuidado personal, pese a la apertura de tiendas de conveniencia en diferentes puntos de la ciudad.

En el caso de ferreterías, señaló que estas aumentaron en 4.4% a causa de la reactivación de proyectos para la apertura de nuevos centros comerciales en provincias y continuación de obras públicas, lo cual generó el aumento de demanda de artículos de ferretería.

En cuanto a las ventas de las boticas y farmacias aumentaron en un 13.6% debido a que a la alta demanda de productos farmacéuticos y de cuidado personal.

“Los resultados antes mostrados evidencian una dinámica favorable del comercio interno, alentado entre otros factores, por un mayor consumo de la población, mayor oferta de centros comerciales a nivel nacional y estrategias de precio atractivas”, aseguró el Produce.

*Fuente: Diario Gestión*

Con respecto a los su-

**AFTER OFFICE**  
ENTRE SOCIOS

**11** JUEVES  
JULIO  
07:00 P.M.

AV. MANUEL  
OLGUÍN 501  
SURCO

CONTACTO: [SOCIOS@CAMARAPERUCHILE.ORG](mailto:SOCIOS@CAMARAPERUCHILE.ORG) O (01) 421 5915

ORGANIZADO POR:



CON EL APOYO DE:



AUSPICIADO POR:



## Entra en vigencia el Registro de Contratos Agrícolas ¿Qué cambios traerá para la agricultura chilena?

Desde hoy los productores y exportadores pueden registrar los contratos de compraventa de productos agrícolas, ya que el Ministerio de Economía realizó el levantamiento de la plataforma web <http://www.registrodecontratosagricolas.cl/>. Es por ello que Matías Araya, Socio fundador de Araya & Cía

realizó una magistral presentación sobre la Ley de Registro Voluntarios de Contratos Agrícolas (Ley 20.797), que busca regular el registro de contratos de primera venta de productos agrícolas, con entrega a plazo. Indicando “la ley traerá con el tiempo múltiples beneficios al sector agrícola y corrige una serie

de situaciones irregulares que se presentan actualmente”.

A juicio de Araya, una de las principales características de la ley, es la responsabilidad solidaria, ya que provoca efectos respecto a los terceros. “Es por ello que se debe completar el formulario electrónico, para generar el registro, el cual debe ser firmado de forma electrónica avanzada o ante un Notario Público”. La Ley 20.797 otorga mayores garantías facilitando el Financiamiento a productores y mayor acceso a financiamiento a intermediarios y Agroindustriales. Junto con ello, también facilita la Transferencia tecnológica del productor junto con disminuir la especulación en el mercado.

Matías Araya especificó que la nueva ley fomenta la relación a largo plazo entre productor e intermediario, evita el incumplimiento de los acuerdos y obliga a todos incorporar los procesos de



revisión en el registro de contratos agrícolas antes de trabajar con un productor.

### Efectos prácticos de la aplicación de la ley

Sebastián Norris, socio de Araya & Cía fue el encargado de analizar la ley desde el punto de vista práctico. Indicando “el formulario inscrito en el Registro es oponible a terceros. La solidaridad legal es lo más relevante, para aquel que adquiere fruta u otro elemento de origen animal o vegetal, es objeto de registro”.

Añadió que cuando una persona distinta de quien hubiere comparecido como comprador en el contrato agrícola registrado, adquiera los productos objetos de dicho contrato; será para todos los efectos legales solidariamente responsable con quien hubiera comparecido como vendedor por los perjuicios causados al comprador. Norris explicó que para los efectos prácticos de la aplicación de la ley, fuerza el formalismo de la industria más allá de lo que deja entre ver la letra de la Ley. “Porque ahora todo agroindustria deberá revisar los registros antes de adquirir productos agrícolas. Esto es una formalidad en un mercado altamente informal, pero el aspecto negativo es que un extremo formalismo puede llevar a situaciones de incumplimiento o de situaciones inviable”.



ventascalquipa@calidra.com.mx  
iorozco@calidra.com.mx



Av. Andrés Reyes 360  
San Isidro - Lima - Perú  
Av. Italia, interior 5B 6B 105 Z.I. G  
Zamacola Cerro Colorado Arequipa



+51 01 4080214  
+51 950 300 372



PLATAFORMAS  
COMERCIALES

# 2° Seminario: “Nuevas Especies y Oportunidades de Recambio Varietal para la Fruticultura Del Perú”



El 7 de junio se llevó a cabo el 2° seminario “Nuevas especies y oportunidades de recambio varietal para la fruticultura del Perú”, en el Hotel Belmond Miraflores Park, ubicado en Miraflores.

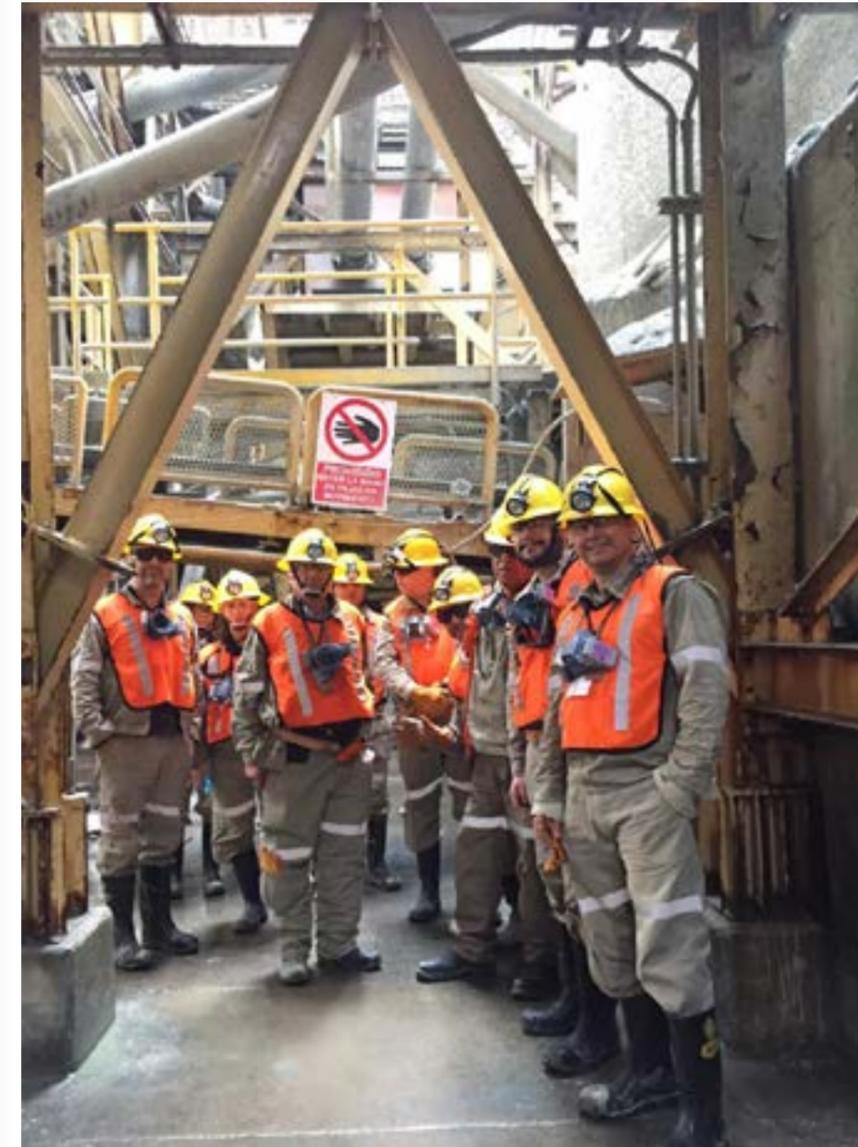
El evento que fue organizado por la Asociación gremial Viveiros de Chile junto a la Cámara de Comercio Peruano Chilena, con el apoyo de ADEX y ProChile, el cuál dio a conocer las diferentes alternativas para ampliar la canasta exportadora referente al crecimiento frutícola del Perú.

El Seminario contó con expositores de Perú y Chile, tuvo la participación de viveristas y destacados personajes empresariales del sector, entre los que destacan : Jorge Nanjarí, Presidente Viveiros de Chile AGV, Juan Carlos Fisher, Presidente de la Cámara Peruano – Chilena; Helmut Eichhorn, Director de ProChile Perú; José Néstor Ezeta, Presidente de Sierra Exportadora; Carlos Zamorano, Gerente General de ProVid, Luis Alfaro Garfias, Gerente de Agroexportaciones de ADEX, entre otros.

El programa del evento presentó charlas sobre tendencias del mercado de exportación para la fruta y especies no tradicionales en el Perú, además de nuevas variedades para vides con potencial de desarrollo en el país.

La actividad fue una buena oportunidad de actualización para los fruticultores sobre las nuevas variedades pensadas en los mercados internacionales y en las condiciones agro-nómicas de los valles frutícolas del Perú

# Meeting Mining Perú



Entre el 25 y 27 de junio, la Cámara de Comercio Peruano Chilena realizó el evento denominado Meeting Mining Perú, dirigido a empresas proveedoras chilenas referentes a la industria minera.

La jornada técnico comercial contó con una visita a la mina de socavón Condestable, que extrae como producto principal cobre, los asistentes tuvieron la oportunidad de recorrer la zona de extracción y procesamiento de la faena, la que finalizó con una rueda de negocios.

En consideración que las empresas participantes son extranjeras, esta misión incluyó una reunión de prospección, implantación y asesoramiento jurídico llevada a cabo por el estudio de abogados León & Guevara.

Además de la visita a mina y la reunión de prospección se realizaron juntas comerciales con las principales mineras del Perú tales como: VOLCAN,

PODEROSA, CONDESTABLE, BUENAVENTURA, YANACocha y SIMSA. A las cuales agradecemos su cordial recibimiento, donde la delegación presentó a los ejecutivos su cartera de productos y servicios, encontrando una instancia de acercamiento y oportunidades de negocios.

Una vez más la Cámara, cumpliendo su misión como institución, ha sido el facilitador de relaciones comerciales bilaterales y continuará con su compromiso de entregar plataformas efectivas que incentiven el intercambio entre ambos países.

# Encuentro Empresarial Sector Retail



El 27 de junio, la Cámara de Comercio Peruano Chilena realizó el Encuentro Empresarial – Sector Retail, el cual tuvo lugar en las instalaciones del Hotel Costa del Sol ubicado en Magdalena del Mar.

El evento que se desarrolló en formato Rueda de Negocios, contó con la participación del Sr. Felix García, Gerente de Proyectos de PROMART; Manuel Miranda, Gerente de Abarrotes de Supermercados Peruanos y Hayde Silva Vidal, Sub Gerente del Área de Adquisiciones en Supermercados Peruanos. La actividad permitió a las 10 empresas participantes desarrollar sinergias y contactos comerciales a corto, mediano y largo plazo.

Dentro de lo expuesto, agradecemos a todos nuestros socios y asistentes por su entusiasta participación a esta plataforma que permite cumplir nuestra misión como Cámara de Comercio.



INNSiDE by Meliá  
Lima Miraflores

Inspírate,  
explora con  
libertad,  
**vive Lima**

Un hotel que se adapta al estilo dinámico y moderno de los viajeros que buscan nuevas experiencias, en un entorno urbano y vibrante, sin dejar de sentirse como en casa.

- 140 habitaciones
- Restaurante 352 Gastrobar
- Overground rooftop experience bar
- Piscina climatizada
- Fitness center
- 4 salas de eventos y reuniones
- Exclusivo motor lobby
- Estacionamiento
- Alquiler de bicicletas eléctricas
- WiFi gratuito



inside.com | Teléfono 511 5718100  
ventas.inside.lima@melia.com  
Calle Diez Canseco 344, Miraflores

MELIÁ  
REWARDS

# CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Desayuno - Conferencia:

## RETOS Y TENDENCIAS EN LA ERA DIGITAL DE LA COMUNICACIÓN INTERNA.

Conocer el alcance de la transformación digital en los canales de comunicación interna es el primer paso para liderar proyectos creativos y de alto impacto para tus colaboradores.

SPEAKERS:



### Marco Estacio

Jefe de Comunicaciones Internas en Arca Continental Lindley

MBA de Centrum Católica, Máster en Liderazgo de EADA Barcelona, Licenciado en Comunicaciones de la PUCP con más de 14 años de experiencia en comunicación corporativa, cultura organizacional, change management, employer branding y relaciones públicas.



### Jackeline Hospinal

Jefa de Producto Vixonic Perú



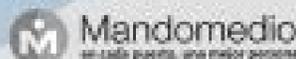
### Sergio Díaz

Jefe de Productos y Marketing Vixonic Chile

MARTES 16 DE JULIO / 8:30 A 10:30 HRS

Calle Amador Merino Reyna 465, San Isidro (Salón SUM)  
Inscripciones en [socios@camaraperuchile.org](mailto:socios@camaraperuchile.org) / Vacantes limitadas

Organizado por



VIXONIC

Con el apoyo de



## 02 Workshop

Lugar: Av. Jorge Basadre 595  
Empresa: kontrux



## After Office entre socios

Lugar: Av. Manuel Olgúin 501  
Empresa: TPC Group

# 11



## Desayuno Conferencia

Empresa: Mandomedio  
Lugar: Calle Amador Merino  
Reyna 465

# 16



## Desayuno Minero

Lugar: Country Club Hotel

# 23





Helmut Echhorn, Jorge Nanjarí, Juan Carlos Fisher Juan Enrique Rivera de la Torre

Viveros Chile, Prochile, Adex, la Asociación de exportadores del Perú y la Cámara de Comercio Peruano Chilena realizaron el 2° Seminario sobre las nuevas especies y oportunidades de Fruticultura del Perú



Daniela Saavedre, Maritrini Lapuente, Paulina Torres y Mariela Gonzalez



Juan Carlos Fisher Tudela



Johanna Trombert y Luis Alfaro Garfias



Rodrigo Paiva, Sandra Arrieta, Critian Cabrera, Miguel Salas, Miguel Zorrilla, Mariela gonzalez, Ivan Varela, Ignacio Muñoz, Antonio Basaure, Nixon LLoja, Juan Ignacio Calderon, Regina Inga y Christopher Calderon

La **Cámara de Comercio Peruano Chilena** organizó el Primer Meeting Mining Perú, plataforma que reunió a diez prestigiosas empresas del rubro



Delegación Meeting Mining Perú



Delegación Meeting Mining Perú



Delegación Meeting Mining Perú

## 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 junio y agradece su preferencia:



**p<sup>e</sup>ruvian  
experience**

Empresa: Peruvian Experience  
Actividad económica: Servicios de Turismo y  
Gastronomía  
Teléfono: (01) 682-2375  
Página Web: [www.peruvianexperience.com](http://www.peruvianexperience.com)



**SYNERGOS**

Empresa: Synergos  
Actividad económica: Consultoría Empresarial  
Teléfono: (01) 237-2812  
Página Web: [www.synergos.biz](http://www.synergos.biz)

CÁMARA DE COMERCIO  
PERUANO - CHILENA



Av. Juan de Arona 748 - Piso 3. San Isidro - Lima  
Página web: [www.camaraperuchile.org](http://www.camaraperuchile.org)  
Teléfonos: 421 - 5915 | 421- 5565