

# Cámara Informa

Boletín Informativo



# 2022

- EDICIÓN SEPTIEMBRE -

La Cámara de Comercio Peruano Chilena comprometida este mes realizando plataformas y eventos de networking, contacto e intercambio.

En el mes de Septiembre tuvimos eventos importantes por el marco de Perumin, la feria minera más importante de latinoamérica, donde la delegación chilena asistente pudo participar de diversos eventos de sumo provecho en nuestra Misión Comercial Arequipa 2022.

Iniciamos gestión con un Encuentro de negocios que reunió las principales mineras del Perú y empresarios chilenos.

Seguidamente, tuvimos un Cocktail de Networking Minero en las instalaciones del Hotel Casa Andina Select.

Posterior a ello, realizamos una visita Minera a Southern Coopers Corporation, se realizó un networking entre la delegación chilena y los representantes principales de dicha manera, además se recorrió cada área del establecimiento.

Como último evento, se realizó una Ronda de Networking Proveedores & Contratistas mineros, donde tuvimos como invitado especial al Sr. Guillermo Reyes, Gerente de Responsabilidad Social y Comunicaciones en Marcobre.

Agradecemos a todos nuestros socios y aliados estratégicos por acompañarnos en este potente desafío de unir mercados peruanos y chilenos.



## CONSEJO DIRECTIVO

**PRESIDENTE:**

Señor Juan Carlos Fisher Tudela

**VICEPRESIDENTE:**

Señor Enrique Schütze Macchiavello

**SECRETARIO:**

Señor Juan Enrique Rivera de la Barra

**TESORERO:**

Señor Sebastián Herraiz Gibson

**VOCAL:**

Señor Cristián Vial Besa  
Señor Juan Miguel Grau Calle

**VOCAL SUPLENTE:**

Señor Raúl Baltar Estévez

**ASESOR:**

Señor Ignacio Rojas Guerrero

**GERENTE GENERAL:**

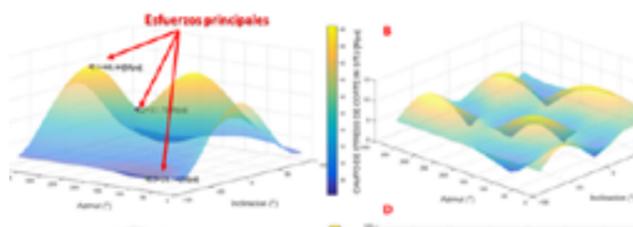
Marcela Pineda Truyol

## Consejo Directivo

# ÍNDICE

08

**Mediciones de esfuerzos con emisiones Acústicas**



**Inspección y medición automatizada de proyectos**

10

13

**Mundo startup: por qué y cómo detectar una crisis a tiempo**



**José Antonio Vidal, nuevo Country Manager de Sovos para Perú, Ecuador y Colombia**

14



16

**Huella Hídrica: ¿Qué es y para qué sirve este indicador de sostenibilidad?**



**La gestión de riesgos en un mundo cambiante y disruptivo**

20



## PROGRAMA RUMBO MINERO TV

**Toda la actualidad del sector económico más importante para el Perú**



**Sábados a las 9 a.m. y domingos en horario estelar a las 6 p.m. antes de los programas políticos.**

Por:



**Canal 21 de señal abierta**

Con la conducción de:

**Jorge León Benavides y César Campos**

**Véanos en todo el Perú:**



Canal 21 en señal abierta



776 HD



1196 HD

Claro-tv 10

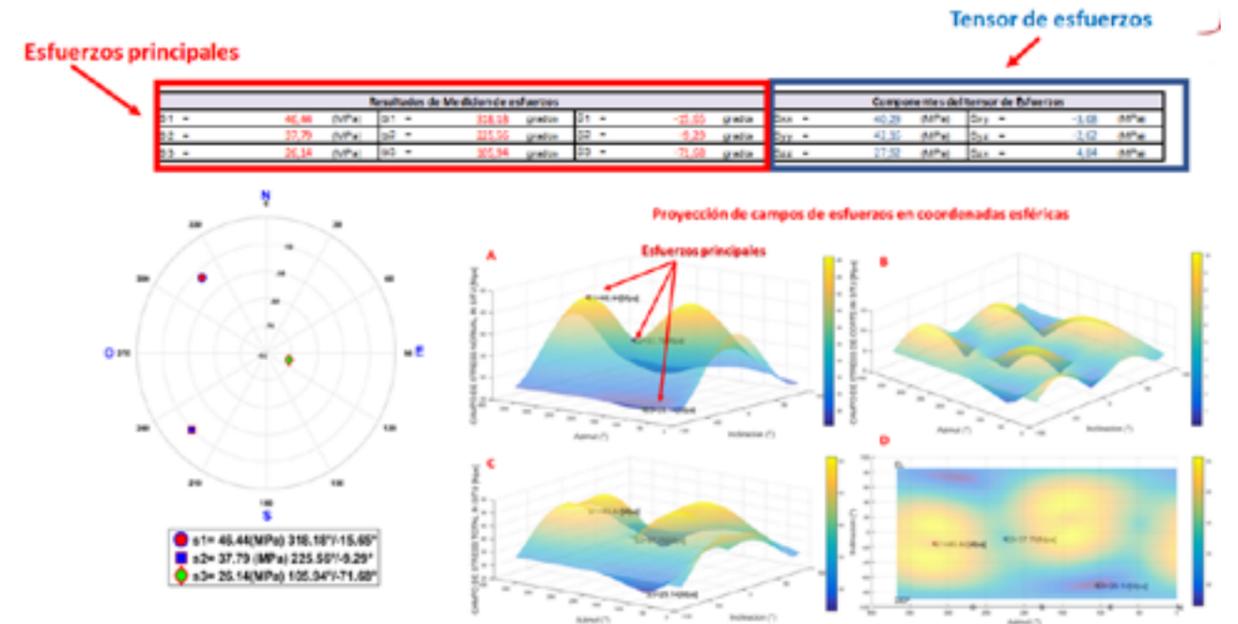
**24 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL SECTOR MODULAR**

- ECONOMÍA ✓
- ADAPTABILIDAD ✓
- RAPIDEZ ✓



- OFICINAS
- CARPAS
- ALMACENES
- BAÑOS
- HOTELES MINEROS

## Mediciones de esfuerzos con emisiones Acústicas



Avenida Gálvez 2208 Isla de Maipo fono : +56 9 78871522; Santiago-Chile [Matgeo.spa@gmail.com](mailto:Matgeo.spa@gmail.com)

En **Matgeo.spa**, desarrollamos mediciones de esfuerzos con emisiones acústicas desde hace 10 años, contando con alrededor de 200 mediciones realizadas en minas subterráneas tanto en Chile como en Perú.

Es una técnica que entrega el tensor de esfuerzos completo y los esfuerzos principales de manera directa, y posee alta precisión en las mediciones.

Este tipo de mediciones se hacen sobre testigos de roca orientados, lo que evita interferencia operacionales y límite de profundidad.

La representación de los campos de esfuerzos en 3D y su proyección estereográfica se muestra en las figuras inferiores.



# gtd

## Tecnología que funciona

### Soluciones para empresas



Internet



Conectividad



Data Center y Cloud



Ciberseguridad

### Data center TIER III GOLD Gtd Perú

- 1,161 m2 de infraestructura
- 220 m2 de sala blanca
- Estructura sismorresistente



**Operaciones**  
en Chile, Perú,  
Colombia, Ecuador  
Italia y España



**De 60.000 kms**  
de rutas de fibra  
óptica propia



**De 18.000 m2**  
en infraestructura  
en nuestros  
9 Data Centers

**6 Data Centers**  
**Tier III**  
en diseño y  
construcción

**4 Data Centers**  
**Tier III Gold**  
de sostenibilidad  
operacional



**De 30.000**  
clientes en  
el segmento  
empresas



**De 3.300**  
colaboradores



Más información



## ARTÍCULO



**SIGDO KOPPERS**  
INGENIERÍA Y CONSTRUCCIÓN

## INSPECCIÓN Y MEDICIÓN AUTOMATIZADA DE PROYECTOS

La ejecución de cualquier proyecto implica tomar decisiones relevantes, que a menudo pueden determinar su éxito o fracaso, durante su desarrollo. Sigdo Koppers Ingeniería y Construcción (SKIC) apunta a minimizar las malas decisiones, buscando a través de la innovación herramientas que permitan a ambas partes llegar al objetivo trazado de la forma más eficiente.

En el ámbito de la ingeniería y construcción hay objetivos, presupuestos y plazos en una planificación original que son monitoreados para la toma de acciones preventivas o correctivas, en caso de identificar desviaciones. SKIC, empresa con más de 60 años de trayectoria en el rubro, ha logrado conseguir ventaja en esta materia con la adquisición del primer robot Spot de Latinoamérica, EVA (Engineering Virtual Assistant).

SKIC busca optimizar la gestión de sus procesos constructivos y realizar con precisión y oportunamente la medición de avance físico de sus proyectos en ejecución. La tecnología de EVA en su conjunto permite disminuir la presencia humana en lugares riesgosos o inaccesibles, así como también presenta una oportunidad de mejora en la precisión de los datos al disminuir el error humano en la etapa de procesamiento de la información capturada y de esta forma, brindar un mejor servicio a sus clientes y proyectos.

Ante los enormes desafíos en la industria de la ingeniería y construcción, potenciados por su precaria situación en comparación con los otros sectores, Sigdo Koppers Ingeniería y Construcción busca romper con esa situación y posicionarse en el rubro con procesos innovadores, a través del uso de la robótica, tecnologías

Ubicación: Correa transportadora.



## Mundo startup: por qué y cómo detectar una crisis a tiempo

En un tiempo donde la comunicación vuela por todo el mundo de manera inmediata, un post, comentario interno de alguien sobre la empresa o algo tan sencillo como un correo, puede destruir la imagen y reputación del startup, lo que podría llegar a impactar de manera negativa el relacionamiento con inversionistas, clientes o stakeholders.

En nuestro país el crecimiento startup ha sido exponencial. Datos cifran que en 2 años ha incrementado en un 70%, pero que tan solo el 19% de ellos sobreviven. Múltiples son los factores de aquello, la falta de financiamiento, pocas ventas o incluso, hasta una de las más letales, una eventual crisis.

**“Una crisis puede llegar a ser no solo fatal para un startup, sino que también para los fundadores de aquella empresa, dado que el registro comunicacional queda en todas partes y eso puede ser muy complicado a la hora de querer emprender de nuevo”** menciona Hans Goecke CEO de PRenseable, incubadora comunicacional.

Ante dicha problemática, es muy importante contar siempre con un plan de acción para poder cuidar y respaldar nuestra imagen.

Así lo afirma el reconocido empresario estadounidense Warren Buffet, que dice “se necesitan 20 años para construir una marca y tan solo 5 minutos para arruinarla”.

Desde este punto, el CEO de PRenseable hace hincapié en que esta guía comunicacional se trabaje desde un comienzo. “Un plan

de crisis viene siendo nuestro chaleco antibalas o sistema de seguridad comunicacional, que viene a salvarnos de todos los eventuales problemas que podemos enfrentar, por lo mismo, es muy importante trabajarlo desde un inicio, porque si no sería lo mismo que vivir en una casa totalmente abierta y sin ningún tipo de protección”.

**Por lo mismo, Goecke nos entrega una pauta de las cosas que debemos hacer a la hora de enfrentar una situación como la ya mencionada.**

**1.- Tener un plan anticrisis elaborado y detallado:** En él, deben estar recogidos absolutamente todos los pasos a dar ante cualquier problema que pueda surgir con la marca o cualquiera de sus agentes. Además, es fundamental que no sea muy genérico, sino que trabaje profundamente los detalles. ¿Cómo lograrlo? Previendo todos los escenarios posibles y estructurando un plan de actuación específico para cada uno.

**2.- Contar con un equipo anticrisis:** Es fundamental contar con un equipo integrado de distintas personas o departamentos. En ocasiones, una crisis puede tener varias ramificaciones, por lo que el punto de vista de diferentes personas puede resultar muy útil para capear el temporal.

**3.- La comunicación interna en la empresa:** La reputación de una marca también es un reflejo de los empleados

de esta. Por ello, para prevenir una crisis de comunicación es fundamental que haya un buen flujo de comunicación interna hacia todos los niveles y direcciones.

**4.- La transparencia en la comunicación:** Intentar hacer las cosas bien desde el principio es la mejor prevención. Por ello, es importante que las marcas construyan una relación sincera y transparente con los clientes. Nada suele perjudicar más a una empresa que no cumplir las promesas que hace a los consumidores.

**5.- Seguir, medir y analizar:** Muchas empresas pueden caer en el error de no monitorizar periódicamente la reputación online de su marca, o no hacer un exhaustivo seguimiento de medios para mantener cierto control sobre la información que circula de la marca en Internet.

Además del seguimiento de medios, otra forma eficaz de conocer si una crisis se está fraguando es siempre formar parte de la conversación sobre tu marca. La voz de los usuarios es la fuente más fiable de información sobre el verdadero sentimiento de los consumidores frente a una marca.



## José Antonio Vidal, nuevo Country Manager de Sovos para Perú, Ecuador y Colombia



**“Tenemos el respaldo global y el conocimiento local para ayudar a nuestros clientes a hacer más eficientes sus negocios”**

El ejecutivo toma el timón para superar desafíos y abrir nuevas oportunidades en la región, usando como brújula la experiencia de la compañía en facturación electrónica y digitalización de procesos empresariales.

José Antonio Vidal tiene más de 30 años de experiencia en ventas y marketing en empresas de renombre mundial. Durante tres años fue responsable de la operación de Perú y de la apertura de la oficina de Colombia de Paperless, empresa de origen chileno especializada en facturación electrónica, donde impulsó su posicionamiento como líder en el segmento de grandes empresas, hasta la adquisición

de la compañía por parte de Sovos en 2017. Vidal es además uno de los socios fundadores de la reconocida empresa The Sales Group School en el Perú, una escuela especializada en consultoría y capacitación en ventas donde, a la fecha, más de 5 mil alumnos -principalmente gerentes y ejecutivos de ventas- han enriquecido sus habilidades para desarrollar oportunidades de negocios.

Hoy, José Antonio Vidal vuelve a Sovos, donde emprende un nuevo desafío como Country Manager para Perú, Colombia y Ecuador, posición desde la cual será responsable de identificar e implementar oportunidades de mejora en la base instalada, fortalecer la presencia de marca y abrir nuevos acuerdos comerciales para las dos líneas de negocios centrales de la compañía en la región: facturación electrónica y soluciones para la

digitalización de los procesos empresariales.

**¿Cuáles son tus principales objetivos en el mediano plazo?**

A partir de un análisis de la situación de cada cliente, elaborar estrategias que nos permitan superar nuestros puntos débiles y potenciar nuestras fortalezas para ofrecer un mejor servicio a quienes han confiado en nosotros, y generar oportunidades de negocio cross selling para introducir las nuevas soluciones de nuestro portafolio, que Sovos incorporó tras la adquisición de compañías como Acepta y TOC Biometrics, que aportan valor al facilitar a las compañías la transición hacia la digitalización de sus procesos empresariales. Adicionalmente, por supuesto, captar de manera importante nuevos clientes en la región.

**¿Qué desafíos y oportunidades ves en los mercados bajo tu responsabilidad?**

Diría que un desafío importante es posicionar nuestra marca donde aún no somos tan conocidos, mostrando quién es Sovos, el peso y respaldo que tiene como empresa multinacional con más de 40 años de existencia, la posición de liderazgo que tiene en otras regiones como Norteamérica y Europa y el valor que agrega nuestra amplia gama de soluciones a las más diversas industrias. Tenemos por delante una oportunidad inmensa y atractiva en términos de desarrollo de negocios en los tres países bajo mi liderazgo. Pienso que el mayor reto hoy es Colombia, porque Sovos está recién desarrollando una estrategia más agresiva de penetración. En Ecuador, donde el año pasado adquirimos Stupendo, empresa muy valorada por sus clientes por la calidad de servicio y soluciones robustas, debemos trabajar para continuar en el primer lugar y ampliar la oferta de servicios. En Perú fuimos pioneros en facturación electrónica y el primer y mayor operador OSE certificado, pero la competencia es muy fuerte y esto nos obliga a redoblar esfuerzos para mantener nuestro liderazgo

y calidad. En todos los países tenemos el reto, además, de demostrar que, si bien somos una empresa global, tenemos y profundizaremos la experiencia y la calidad de servicio local para ayudar a nuestros clientes.

En síntesis, hay un mercado potencial muy grande para seguir creciendo en factura electrónica y también en el área de procesos digitales, en especial con nuestras soluciones de verificación de identidad biométrica y gestión y firma de documentos digitales.

**¿Cómo observas el mercado en cuanto a las exigencias tributarias?**

Latinoamérica es muy demandante debido a la rapidez con la que surgen nuevos mandatos para regular el cumplimiento fiscal y es un desafío para empresas como la nuestra. Una de las fortalezas de Sovos es su equipo mundial de expertos regulatorios, que monitorean constantemente los nuevos requerimientos de las entidades tributarias y los traspasan a nuestras áreas de Desarrollo y Producto para anticiparnos y facilitar a los clientes el estar al día con estas demandas.

**¿Cuál es a tu juicio la fortaleza más destacable de Sovos?**

La fortaleza más clara es que tenemos la experiencia y conocimiento global en un tema tan complejo y crítico como la gestión de impuestos y podemos proveer soluciones a nivel local en más de 70 países en el mundo, apalancándonos, justamente, en todo lo aprendido. Creo que esta es una ventaja que nos permite ofrecer a nuestros clientes multinacionales soluciones con el respaldo de calidad global y la certeza de que les ayudaremos a crecer, ser más eficientes y estar siempre en cumplimiento de los requerimientos tributarios en donde operen.

## Huella Hídrica: ¿Qué es y para qué sirve este indicador de sostenibilidad?



Se habla de ella, pero no todos tienen claro a qué se refiere este factor que es clave para tener un uso racional del agua en los procesos productivos, y contribuir a la conservación de este vital recurso natural que corre el riesgo de extinguirse en varios países.

La escasez del agua ya es una preocupación en muchos países y, sin duda, es parte de un debate que cada vez se tornará muy relevante hacia el futuro, respecto de la herencia que le dejaremos a las futuras generaciones, y de cómo hacer uso racional de este vital elemento, sobre todo a nivel de los procesos productivos.

En ese marco es que surge el concepto de Huella Hídrica, indicador medioambiental

que define el volumen total de agua dulce utilizado para producir los bienes y servicios que habitualmente consumimos. Es una variable necesaria porque nos refleja la cantidad de agua que nos cuesta fabricar un producto.

Según explica Cristian Bustos, CEO de Beeok, solución tecnológica que ayuda a las empresas a transitar hacia la sostenibilidad, las evaluaciones de los usos de este recurso natural se realizaban midiendo o estimando las captaciones de las fuentes superficiales o subterráneas.

No obstante, añade, “el análisis ignora la producción de bienes y servicios finales, sin tener en cuenta que estos productos se elaboran en largas cadenas de producción

con consumos específicos dentro de cada una de las etapas y con impactos específicos según cada zona”.

De allí que, remarca el experto en medioambiente y sostenibilidad, la Huella Hídrica trata de suplir esta deficiencia, “buscando el nivel de apropiación e impacto sobre los recursos hídricos que requiere la producción de un bien o la prestación de un servicio, a lo largo de toda su cadena de producción, incluyendo, en el cálculo, las materias primas.

### ¿Cómo se calcula la Huella Hídrica?

Cabe señalar que el profesor Arjen Hoekstra (Universidad de Twente, Países Bajos) fue quien puso las primeras bases conceptuales y dio el nombre a este indicador de sostenibilidad y los pasos para medirla.

El cálculo de la Huella Hídrica se establece de forma modular, es decir, sumando las necesidades de uso y consumo de agua de cada etapa de producción desde el origen hasta el consumidor final.

Para ello, este indicador se mide en unidades de volumen (litros o metros cúbicos) por unidad de producto fabricado o servicio consumido, y consta de tres sumandos que se han denominado según los colores asignados usualmente al agua:

**Huella Hídrica Verde:** Contiene la fracción de huella que procede directamente del agua de lluvia o nieve y que se almacena en el suelo en capas superficiales al alcance de las plantas.

**Huella Hídrica Azul:** Se refiere al agua que procede o se capta de fuentes naturales o artificiales mediante infraestructuras o instalaciones operadas por el hombre.

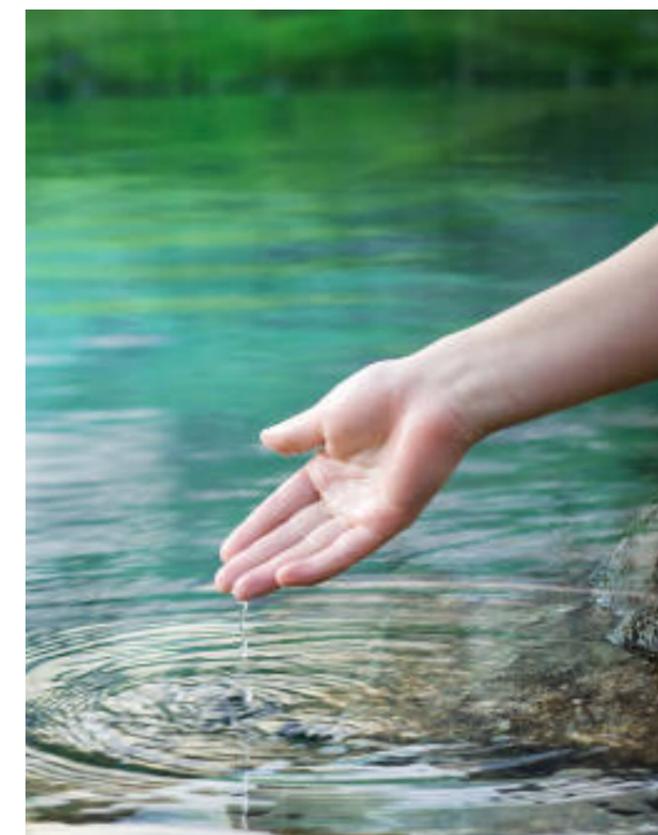
**Huella Hídrica Gris:** Es el volumen de agua contaminada en los procesos y que, posteriormente, es necesario diluir para cumplir con los parámetros exigidos por la

normativa sectorial del cauce u organismo receptor de los vertidos finales de proceso.

### ¿Para qué sirve conocer y medir la Huella Hídrica?

El CEO de Beeok subraya que la Huella Hídrica es un factor que “busca la toma de conciencia sobre el consumo de agua que necesitamos en todas nuestras actividades; nos sirve para tener un valor de referencia en nuestro uso del agua y, sobre todo, valorar donde podemos mejorar como Organización. Nos sirve de base de partida para establecer un manejo eficiente del agua y el establecimiento de objetivos”.

Asimismo, indica que las empresas que aspiran a ser sostenibles, debieran realizar este cálculo y gestionarlo para contribuir así a que las futuras generaciones puedan vivir y utilizar el agua con racionalidad de modo de encontrar el equilibrio entre el desarrollo económico, social y medioambiental.



# La gestión de riesgos en un mundo cambiante y disruptivo



Por Carlos Delgado, gerente senior de Consultoría de Riesgos de PwC Perú

El mundo hoy es diferente al de hace dos años, así como también lo es el entorno en el que operan las empresas y los riesgos a los que están expuestas. Los cambios son rápidos y disruptivos. Un buen ejemplo ha sido la pandemia, que ha impactado en el mercado laboral, en la búsqueda y atracción por el talento y en las cadenas de suministro, entre otros aspectos. Según nuestra 25ª Encuesta Mundial a CEOs, la ciberseguridad se ha convertido en una de las principales amenazas para las empresas y los ataques de ransomware son cada vez más frecuentes y sofisticados. La volatilidad del actual entorno geopolítico está alimentando todavía más los riesgos, como por ejemplo el aumento de los combustibles, materias primas, problemas de abastecimiento.

Todos estos riesgos pueden tener consecuencias relevantes en las organizaciones;

y al estar interconectados pueden poner en juego en cualquier momento la marca, reputación y continuidad operativa de las empresas, motivo por el que los directivos se están viendo obligados a revisar sus estrategias y modelos operativos.

Entre las acciones clave para potenciar las capacidades de gestión de riesgos de las empresas que destaca nuestra Encuesta Global de Riesgos del 2022, se encuentran las siguientes:

1. Gestionar riesgos desde el minuto uno y mantener informados a los órganos de decisión, integrando la gestión de riesgos con el planeamiento estratégico, la toma de decisiones y las iniciativas de transformación.
2. Contar con una visión integral de todos los riesgos, sacando provecho del uso de indicadores de riesgos, con datos internos y externos, estableciendo procedimientos para monitorearlos, escalarlos y responder con rapidez.

3. Determinar el perfil de riesgos de la empresa y utilizarlo como parámetro para el proceso de toma de decisiones.

4. Soporte a la toma de decisiones con procesos y sistemas para conseguir un enfoque estandarizado y consistente de la gestión de riesgos.

5. Duplicar los esfuerzos en gestionar los riesgos más relevantes.

En línea con ello, nuestra encuesta revela que aquellas empresas que desarrollan una capacidad de gestión de riesgos de nivel estratégico, cuentan con resultados mejores y la confianza de la alta dirección en la función de riesgos se incrementa considerablemente. También, tienen cinco veces más probabilidades de generar confianza en los grupos de interés y de mejorar la resiliencia.

De la misma forma como se usan indicadores clave de performance para medir resultados con respecto a logro de objetivos, lo mismo debería hacerse para analizar y monitorear los riesgos, cuando se vinculan estos indicadores con los de performance, se puede proporcionar a los directivos señales de alerta temprana que permitan responder a los riesgos de manera oportuna.

## Diferencias y similitudes entre indicadores de performance e indicadores de riesgos

Indicadores de performance	Indicadores de riesgos
<ul style="list-style-type: none"> <li>Permiten monitorear el desempeño de la organización y sus principales operaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proporcionan una alerta temprana y oportuna de una exposición al riesgo creciente en diversas áreas de la empresa.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Son indicadores que se definen con base en el desempeño histórico de la organización, sus unidades y operaciones clave.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Son indicadores que se definen tomando en cuenta el conocimiento de los riesgos potenciales y emergentes.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ofrecen información sobre aquellos aspectos del negocio que merecen mayores recursos y energía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ofrecen información de aquellas medidas que se deben aplicar para revertir el efecto de la materialización del riesgo.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Respaldan un enfoque reactivo para la gestión del desempeño.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Respaldan un enfoque proactivo para la gestión del riesgo.</li> </ul>
<b>Similitudes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pueden ser indicadores cuantitativos y cualitativos.</li> <li>Deben encontrarse alineados con la estrategia y el apetito de riesgos, considerando factores internos y externos.</li> </ul>	

Los principales pasos para construir un KRI son los siguientes:



La capacidad de analizar y utilizar los datos es clave para detectar cambios en el entorno de riesgos de una empresa. Según nuestra encuesta, las compañías lo saben, por lo que el 75% de los directivos tiene previsto aumentar el gasto en el análisis de datos, la automatización de procesos y en tecnologías para apoyar la detección y el seguimiento de los riesgos. Compartir la inversión e integrar aún más la tecnología y los datos sobre riesgos puede ayudar a impulsar eficazmente una visión integral en toda la empresa.

# PIONEROS Y LÍDERES

## EN ALQUILER DE ALMACENES

MÁS DE  
**400** CLIENTES

MÁS DE  
**620,000** M<sup>2</sup>  
DE ÁREA ARRENDABLE A LA FECHA

Para el 2023 contaremos con más de 650,000 m<sup>2</sup> desarrollados de nuevos almacenes, como parte de nuestra expansión sobre nuestro tercer Centro Logístico "Portada de Lurín Sur".

MÁS DE  
**2.6** MILLO  
NES  
DE M<sup>2</sup> PARA EXPANSIÓN

EXPERIENCIA REGIONAL DE  
**38 AÑOS**

13 EN PERÚ

A lo largo de todos estos años, hemos desarrollado las condiciones de seguridad, la infraestructura y los servicios complementarios, que hacen posible la instalación de negocios de toda escala y de múltiples y diversos sectores.

### FORTALEZAS



### BSF TECNOLOGÍA A SU SERVICIO

Estamos enfocados en la mejora constante, a través del uso de la tecnología. Por medio de la implementación de un potente ERP (SAP) y un enfoque en innovación, lanzamos nuestra aplicación "BSF Clientes", mediante la cual hemos puesto en servicio una plataforma de autoservicio en la cual en tiempo real los clientes accederán a información y documentación relevante.

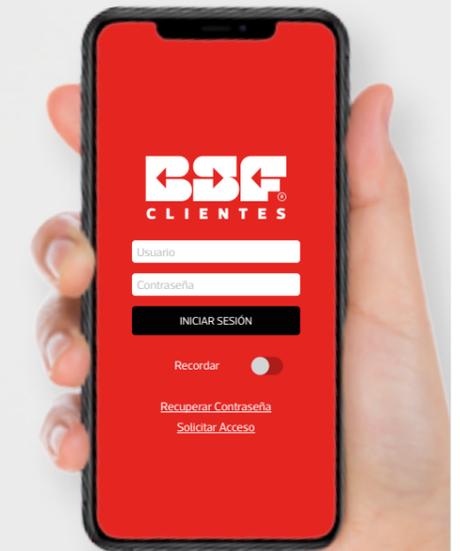


BSF CLIENTES  
Para descargar el app solo necesitas ingresar a:



Ingresar a:

[WWW.BSF.PE](http://WWW.BSF.PE)



**0** INCIDENTES  
DE ROBO

Mantenemos un nivel de monitoreo y control constante de la actividad en nuestras 3 sedes las 24 horas con sistemas de videovigilancia, patrullaje, accesos controlados y una central de alarmas interconectada con equipo policial.

**16** SERVICIOS  
COMPLEMENTARIOS

Nuestra amplia y creciente oferta de servicios complementarios se enfoca en facilitar y reducir costos a todos nuestros clientes, con el fin de hacer cada operación.

### CENTRO DE DISTRIBUCIÓN

#### MINI ALMACÉN

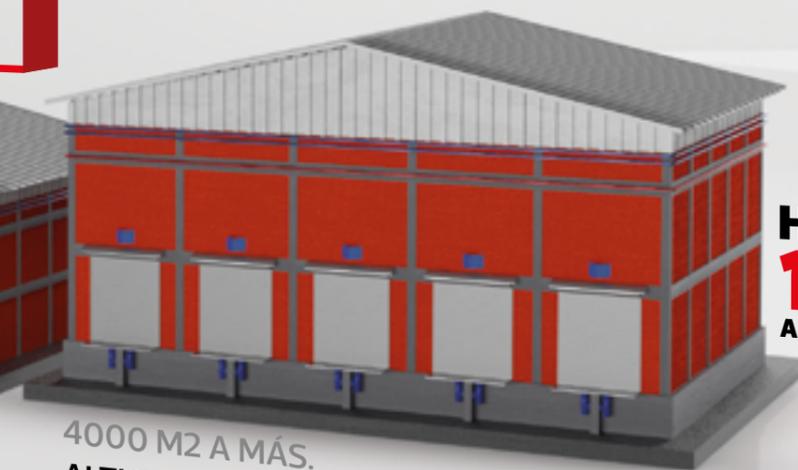


25 A 200 M<sup>2</sup>.  
ALTURA 3.5 M.

#### ALMACÉN ESTÁNDAR



250 A 4000 M<sup>2</sup> A MÁS.  
ALTURA 6.5 M.



4000 M<sup>2</sup> A MÁS.  
ALTURA 8 M. / NUEVA ALTURA DE 10 Y 12 M

HASTA  
**12M**  
A DEMANDA

#### CENTRO LOGÍSTICO VILLA EL SALVADOR

Av. Los Forestales - Mz F / Villa el Salvador  
CAPACIDAD: **80,000 M<sup>2</sup>**

#### CENTRO LOGÍSTICO PORTADA LURÍN

Panamericana Sur Km 38 / Punta Hermosa  
CAPACIDAD: **420,000 M<sup>2</sup>**

#### CENTRO LOGÍSTICO PORTADA LURÍN SUR

Panamericana Sur Km 40 / Punta Hermosa  
CAPACIDAD: **120,000 M<sup>2</sup>**

AUTOPISTA PANAMERICANA SUR



## IMPORTAR DESDE CHINA AHORA ES FÁCIL

Evita las estafas, trámites engorrosos, certificaciones y todos los posibles contratiempos que pueden afectar tu contenedor



Somos el Ecommerce B2B que soluciona tus problemas.

Desarrolla, fabrica e importa en  
[www.emonkonline.com](http://www.emonkonline.com) - [contacto@emonkonline.com.pe](mailto:contacto@emonkonline.com.pe)

# PLATAFORMAS COMERCIALES

EVENTOS DEL MES  
EXCLUSIVOS DE LA CÁMARA  
DE COMERCIO PERUANO CHILENA

## ENCUENTRO DE NEGOCIOS Perú - Chile



**27 de Septiembre por la mañana.** La Cámara de Comercio Peruano Chilena en el marco de Perumin 35 La convención minera más importante de latinoamérica, realizó diversas actividades como parte de la Misión Comercial 2022.

Contamos con la participación de una delegación chilena, compuesta por 13 empresas, entre ellas: Sociedad Great Process, Pignus, Beek Perú, Pares & Alvarez, Cadetech S.A., Ingimex SpA, Isprotec, World Service, Geobruigg, Innovaxxion.com, Tec-tramin, Inexlink.

Para el primer evento, Encuentro de Negocios Perú - Chile, la reunión inició con un taller “Doing business en Perú” a cargo

de Norma Pinchi de Montt Group, inmediatamente después la delegación tuvo un tiempo para compartir su propuesta comercial con cada una de las empresas mineras invitadas como: Minera Zafranal, Minera Cerro Verde, Minera Nexa Resources, MMG Las Bambas, AngloAmerican Quellaveco, Minera Buenaventura, Minera Chinalco, Southern Peaks Mining, Gold Field, Minera Bateas, Volcán Cia. Minera, Minera Newmont y Cosapi Minería.

Entérate sobre las actividades que la Cámara de Comercio Peruano Chilena organiza al instante siguiéndonos en nuestras redes sociales.

27 de Septiembre



# Cocktail de Networking Minero Perú - Chile



El 27 de Septiembre por la noche tuvimos el tan esperado Cocktail de Networking, donde se realizó una ceremonia en las instalaciones del Hotel Casa Andina de Arequipa, con invitados reconocidos y altos mandos.

Agradecemos a nuestros auspiciadores oro: Pentatech, Hexagon Mining, Entel Empresas

y Movitécnica; auspiciadores cobre: Candela Jara, Limagas, Ecopreneur y Sigdo Koppers Ingeniería & Construcción; auspiciadores bronce: Construplan y Chocolates Ibérica.

Entérate de todos los eventos que la Cámara de Comercio Peruano Chilena tiene para ti y tu empresa.

27 de Septiembre



# DELEGACIÓN CHILENA VISITANDO STANDS



**28 de Septiembre**, Nos encontramos en la feria Perumin, donde pudimos recorrer los pasillos visitando algunos de los stands de socios de la Cámara de Comercio Peruano Chilena.

Dentro de nuestro recorrido visitamos a Encoparts Perú, Grupo Flesan Perú, Montt Group, LimaGas S.A., Continental Travel,

PENTATECH Ingeniería y Construcción, Wisetrack Perú y Antamina.

Además de llevar a cabo agendas comerciales entre asociados.

Visita nuestra página web: [www.camaraperuchile.org](http://www.camaraperuchile.org)

# 28 de Septiembre



# VISITA MINERA SOUTHERN COOPER CORPORATION



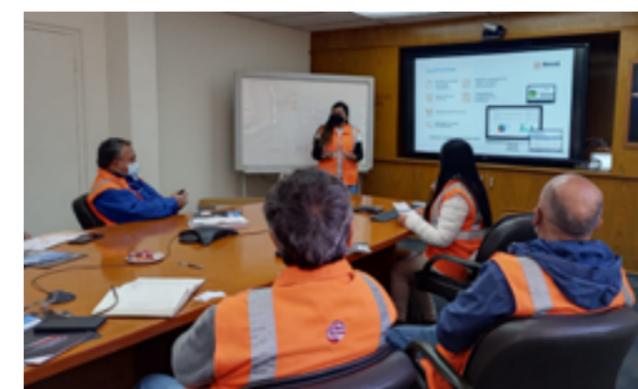
**29 de Septiembre** la Cámara de Comercio Peruano Chilena realizó una Visita Minera a las instalaciones de Southern Cooper Corporation en Toquepala - Tacna.

El evento inicia con la presentación por los representantes de la Minera Southern Cooper y a continuación un networking entre la delegación chilena asistente.

Cada empresa tuvo la oportunidad de exponer y compartir su propuesta comercial y servicios.

Posteriormente, tuvimos la oportunidad de realizar un recorrido por el establecimiento minero.

Si deseas recibir mayor información sobre éste tipo de eventos escríbenos a socios@camaraperu.org



## Ronda de Networking Proveedores y Contratistas Mineros



**30 de Septiembre,** En el último día de la misión comercial en el marco de Perumin 2022, la delegación de empresas peruanas y chilenas realizaron una Ronda de Networking Proveedores y Contratistas Mineros,

Al inicio tuvimos una charla sobre “Aspectos legales para la promoción de Inversión Privada” a cargo de César Candela, Gerente General de Candela Jara Abogados.

Posteriormente, recibimos como invitado especial a Guillermo Reyes, Gerente de Responsabilidad Social y Comunicaciones en Marcobre.

A continuación, cada representante tuvo la oportunidad de pasar al frente y compartir su propuesta comercial, entre los asistentes tuvimos empresas como: Great Process Group, Pares & Alvarez, Pignus, Beeok, Geobruigg, Banff, Limagas, Inexlink, Cadetech, Ingimex, Grúas y Maniobras, IsProtec, Tecsup, Tecsur, Tectramin, Tectramin y World Service.

Esperamos que la Misión Comercial 2022 haya sido fructífera para todas las empresas asistentes.



# NUEVOS ASOCIADOS

La Cámara de Comercio Peruano-Chilena le da la más cordial bienvenida a nuestros nuevos socios que se incorporaron en el mes de Septiembre; agradecemos su preferencia.



**Empresa:** Canal Cero Digital SpA  
**Actividad económica:** Marketing y Publicidad  
**Teléfono:** +56 999296261  
**Contacto:** m.dinamarca@canalcero.com  
**Página web:** <https://canalcero.com/>



**Empresa:** REACTOR  
**Actividad económica:** Actividades de Consultoría de Gestión  
**Teléfono:** +56 997790438  
**Contacto:** sebastian@reactor.cl  
**Página web:** <http://www.reactor.cl/>



**Empresa:** Azerta Comunicación Estratégica Perú SAC  
**Actividad económica:** Servicios de Consultoría y asesoría.  
**Teléfono:** 56 222354083  
**Contacto:** liasanchezpalacios@azerta.pe  
**Página web:** <https://www.azerta.pe/>

# NUEVOS ASOCIADOS



**Empresa:** Matgeo Spa  
**Actividad económica:** Minería, Ingeniería y obras diversas  
**Teléfono:** 56978871522  
**Contacto:** matgeo.spa@gmail.com  
**Página web:** <https://matgeospa.com/>



**Empresa:** ARM by Legal Advice  
**Actividad económica:** Actividades Jurídicas  
**Teléfono:** 51 987206287  
**Contacto:** mfacevedo@ariskm.com  
**Página web:** <https://ariskm.com/>



**Empresa:** SUBCARGO  
**Actividad económica:** Tecnología, Transporte, Logística  
**Teléfono:** 56 999994548  
**Contacto:** aahumada@subcargo.cl  
**Página web:** <https://subcargo.com/>



WhatsApp:+51 964 695 216