



Concluye la gestión 2018-2022 con importantes logros institucionales

Súmate a las actividades de la Semana de la Industria 2022

PREMIO A LA INNOVACIÓN 2022

07 JUNIO | 04:00PM

PERÚ COMPETITIVIDAD Y VALOR COMPARTIDO

Expositor: **JOSÉ MEDINA**
Presidente de COPARMEX, MÉXICO

08 JUNIO | 09:00AM

INSCRÍBETE AQUÍ ►

REGIONES productivas ¡Ya!

Agenda productiva para el
desarrollo y empleo regional

09 JUNIO | 04:00PM

LIVE @snindustrias

Presentación de **'Perú Regiones al 2031'** resultado del trabajo de las mesas regionales, que será debatido por los principales partidos políticos de las **Elecciones Regionales y Municipales 2022.**

Nuestros Auspiciadores:



¡ESTAMOS BUSCANDO LOCAL COMERCIAL!

EN LOS SIGUIENTES DISTRITOS:

LA VICTORIA

CALLAO



Esríbenos a: buscolocalcomercial@hmceramico.com.pe

HIPERMERCADO CERÁMICO

CELIMA TREBOL



961 003 517

Área requerida:
mínimo **800 m²** - máximo **1,500 m²**

HIPERMERCADO CERÁMICO

LOS CAPOS
EN PRODUCTOS



CELIMA

TREBOL



En esta EDICIÓN



10 Gestión saliente

Repasamos cuatro años de gestión.

18 Semana de la Industria

Valor compartido y regiones serán los ejes.



20 Perspectivas financieras

Economista evalúa posible alza del costo del crédito.



22 Enfriamiento compartido

Enfriamiento minero afectará a la metalmecánica.



25 Compra satisfactoria

Importancia del Perú para Arca Continental.

INDUSTRIA PERUANA es editada por la Sociedad Nacional de Industrias. Email: industriaperuana@sni.org.pe

Edición y Publicidad: Los Laureles 365, San Isidro. Central Telefónica: 616-4444 -Anexo: 307.

Comisión de Comunicaciones: Ricardo Márquez Flores, José Naranjo Correa, Roberto Nesta Brero, Alejandro Daly Arbulú, Fernando Mariátegui Cáceres, Luis Cieza de León Tuesta.

Directora: Vanessa Álvarez López.

Editor General: Hugo Gallegos Castillo.

Analista: Wendy Segura López

Corrector: José Ortecho.

Diseño: SNI / Karamba Digital E.I.R.L.

Diagramación: Karamba Digital E.I.R.L.

La Sociedad Nacional de Industrias no se solidariza necesariamente con el contenido de los avisos publicitarios, ni de los artículos firmados por colaboradores. Se autoriza a reproducir el material periodístico de esta edición, siempre que se cite como fuente la revista INDUSTRIA PERUANA. Hecho el depósito legal N° 95-0184.

24 **Opinión: Cinco recomendaciones para lidiar con un cliente difícil.**

Sergio Cuervo, profesor del área de Marketing de ESAN Graduate School of Business.



EDITORIAL

Seguiremos impulsando el desarrollo de todo el país

Al asumir la presidencia de la Sociedad Nacional de Industrias en junio del 2018, nada hacía presagiar que me tocaría liderar nuestra institución en situaciones tan excepcionales, los que sin duda han cambiado la situación de la economía peruana, de la industria y hasta nuestra visión de vida nacional.

A ello, se ha sumado que la situación política siga generando un clima de inestabilidad, aún en circunstancias que demandan la unión de todos para sacar adelante al país.

Las líneas paralelas entre política y economía ya no existen y lo que pasa en la primera está afectando a la segunda, pues la continua crisis política no solo afecta nuestra toma de decisiones, sino que influye en la desaceleración de la economía. Un ejemplo lo vemos en la retracción de la inversión privada en la minería en los últimos meses, haciéndonos perder un ciclo de precios de los metales al alza.

A ello debemos sumar un irresponsable populismo impulsado por el Ejecutivo, el cual está dificultando el clima de negocios, generando mayor rigidez laboral, destruyendo el sistema de pensiones y aumentando la regulación en una economía ya muy regularizada.

Desde la SNI, hemos alzado nuestra voz en diferentes ocasiones para pedir respeto a la Constitución, al Estado de Derecho, al modelo económico y a la inversión privada, a la vez que hemos alcanzado varios paquetes de medidas para reactivar la economía y manifestado técnicamente nuestra oposición a

varias normas que dañarían la competitividad de la economía.

La pandemia también marcó un reto enorme para el sector industrial por su impacto en la vida de los colaboradores, como en la contracción de la producción ante la falta de respuesta del Estado frente al avance inicial del COVID-19. Ante ese escenario excepcional, la SNI procuró la pronta reactivación de la industria, pero sobretodo, propuso medidas para impulsar la industria en todas las regiones y recuperar los empleos perdidos por el impacto económico de la pandemia.

En medio de estos problemas, quiero rescatar la solidaridad de los empresarios, manifestada en el apoyo a Respira Perú, así como el avance logrado en la inclusión femenina en nuestra institución, el avance de la Economía Circular y la Industria 4.0 entre nuestros asociados, entre otros temas que fueron claves para mi gestión. A lo cual debo sumar la alta calidad de las propuestas técnicas que alcanzamos al Ejecutivo y Congreso en distintas ocasiones, queriendo destacar especialmente a “Perú Agenda al 2031” y “Perú Regiones al 2031”, que está en curso.

Finalmente, deseo agradecer a todo el equipo de la SNI, pues colaboraron de manera enérgica y comprometida. Estoy seguro que la gestión entrante continuará con la misión de trabajar por un Perú con más empleo digno, con mayor crecimiento y, con desarrollo social y económico que beneficie a todos los peruanos.

Ricardo Márquez Flores

Presidente de la Sociedad Nacional de Industrias

 /RMarquezIndustria

 /ricardomarquezf/

COMITÉ EJECUTIVO DE LA SNI 2021-2022

RICARDO MÁRQUEZ FLORES
Presidente

JESÚS SALAZAR NISHI
Primer Vicepresidente

JAVIER BARRIOS TEIXIDOR
Segundo Vicepresidente

SANTIAGO ROMÁN MIU WONG
Secretario

JORGE PESCHIERA CASSINELLI
Pro- Secretario

GISELLA ROJO DELGADO
Tesorero

ALEXANDER GLEISER SCHREIBER
Pro-Tesorero

MARTÍN MAJLUF BRAHIM
Vocal

LUIS SALAZAR STEIGER
Vocal

MIRELLA DENEGRI AGUIRRE
Vocal

ANDREAS VON WEDEMEYER KNIGGE
Past Presidente

DIRECTORES EMÉRITOS

MIGUEL VEGA ALVEAR

LUIS GUILLERMO VEGA MONTEFERRI

ROBERTO NESTA BRERO

EDUARDO FARAH HAYN

MANUEL YZAGA SALAZAR

GEORGE SCHOFIELD BONELLO

PEDRO OLAECHEA ÁLVAREZ CALDERÓN

LUIS SALAZAR STEIGER

ANDREAS VON WEDEMEYER

DIRECTORES ELEGIDOS POR ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA

FELIPE JAMES CALLAO
Almeriz S.A.

SANTIAGO ROMÁN MIU
Farrington S.A.C.

AQUILINO FLORES CONISLLA
Topy Top S.A.

AUGUSTO MARTINELLI ADRIANZÉN
ABB S.A.

JAVIER BARRIOS TEIXIDOR
Aris Industrial S.A.

EDUARDO DEL CAMPO ARNAIZ
Tecnipack S.A.C.

DAVID LEMOR BEZDIN
Body Fashion S.A.C.

GISELLA ROJO DELGADO
Nestlé Perú S.A.

DAVID EPSTEIN WAISMAN
Quantum Seafood S.A

ORIT POLLAK FARKAS
Recipientes, Envases y Estampados-
Metálicos S.A.

JESÚS SALAZAR NISHI
Koplast Industrial S.A.

JOSÉ LUIS NARANJO CORREA
Molitalia S.A.

JOSÉ IGNACIO LLOSA BENAVIDES
Creditex S.A.A.

JOSÉ LUIS SILVA MARTINOT
Hersil S.A.

JOSÉ RICARDO ALLEMANT
Farmindustria S.A.

LEANDRO MARIÁTEGUI
Textil Sourcing Company S. A.C.

MAGALI SIMON KASSIS
Texpima S.A.

POLA GUANILO ALVARADO
R&G Seguridad e Higiene Industrial S.A.C.

BERNARDO LAMA GARCÍA
Cristalería Arte La Rochelli S.R.L.

KAREN MONTJOY HUAMÁN
Biosafe Industries S.A.C.

GUILLERMO VIDALON DEL PINO
Southern Perú Copper Corporation Sucursal del Perú

MARTÍN MAJLUF BRAHIM
Tecnofil S.A.

PEDRO CACHAY VARGAS
Ajeper S.A.

CLAUDIA REY PERALTA
Baliq Joyas S.A.C.

GABRIELA LÓPEZ CUTIPA
RK Perú S.A.C.

RODRIGO MEJÍA MIRANDA
Corporación Peruana de Productos
Químicos S.A. - Qroma

SANTIAGO BRUNO ALECCHI CIAMARRA
Productos Químicos Industriales S.A

ROSARIO TORPOCO VILADEGUT
Cerámicos Peruanos S.A.

DALILA GAMARRA GAMARRA
Rinconcito de las Tradiciones Peruanas
E.I.R.L.

WILSON FARFÁN ROZAS
Fibrotecnia S.A.C.

GERENTE GENERAL

CARLOS GARCÍA JERÍ

SEDES REGIONALES

AREQUIPA

JUNÍN

LA LIBERTAD

LAMBAYEQUE

JULIO CÁCERES ARCE
Presidente

MANUEL TORRES PEINADO
Presidente

JORGE BRANDON PORTAL
Presidente

JUAN JOSÉ PALOMINO
Presidente



Alcance detallado en nuestro certificado ISO 9001:2015



/ SNIndustria



@SNIndustrias



ComunicacionesSNI



sociedad-nacional-de-industrias



sni_peru

DIRECTORES Y PRESIDENTES REPRESENTANTES DE COMITÉS GREMIALES

Comité de Fabricantes de Aceites y Derivados

Alejandro Daly Arbulú,
presidente
Stefan Stern Uralde,
director

Comité de Fabricantes de Cemento

Pedro Lerner Rizo Patrón,
presidente / director

Comité de Fabricantes de Embutidos

Dragui Nestorovic Camacho,
presidente
Sandra Rey de Castro,
director

Comité de Fabricantes de Esencias y Aditivos para la Industria Alimentaria y Cosmética

Mirella Denegri Aguirre,
presidente / director

Comité de Fabricantes de Galletas

Fernando Mariátegui Cáceres,
presidente / director

Comité de Fertilizantes

Timoteo Requejo Mego,
presidente / director

Comité de Golosinas

Corina Segundo Castro,
presidente / director

Comité de Molinos de Trigo

Alejandro Daly Arbulú,
presidente / director

Comité de Pesca y Acuicultura

David Epstein Waisman,
presidente

Alfonso Miranda Eyzaguirre,
director

Comité de la Industria Vitivinícola

Santiago Queirolo Targarona,
presidente / director

Comité de Fabricantes de Productos Farmacéuticos

Juan Arriola Colmenares,
presidente / director

Comité de Confecciones

Marina Mejía Quiñones,
presidente
Fredy Urteaga Goldstein,
director

Comité de Papeles y Cartones

Walter Flores Espinoza,
presidente
José Venegas Padilla,
director

Comité de Plásticos

Eduardo del Campo Arnaiz,
presidente
Ricardo Echeagaray Llerena,
director

Comité de la Pequeña Industria

José Antonio Valcárcel Quijano,
presidente
Santiago Román Miu Wong,
director

Comité de Conductores Eléctricos y de Comunicaciones

Alex García Ramírez,
presidente
Luis Ernesto Silva Monterrey,
director

Comité de Construcción de Maquinaria

Oliver Joerk,
presidente / director

Comité de Construcción de Material de Transporte

Armando Ríos Morales,
presidente / director

Comité de Fabricantes de Productos Metálicos

Patrick Spittler Mathez,
presidente / director

Comité de Fabricantes de Bienes de Capital

Tomás Nesta Bonicelli
presidente / director

Comité de Fabricantes de Carrocerías

Héctor García Bejar,
presidente, director

Comité de Industrias Metálicas Básicas

Manuel Alfaro Salmón,
presidente / director

Comité de Línea Blanca

Raúl Coronel Marega,
presidente / director

Comité de Maquinaria, Aparatos, Accesorios y Artículos Eléctricos

Augusto Martinelli Adrianzén,
presidente
Mario Miguel Ricci Ludowieg,
director

Comité Textil

Felipe James Callao,
presidente
Raúl Ortiz de Zevallos Ferrand,
director

Comité de Fabricantes de Fibras Sintéticas y Artificiales

Raúl Saba De Rivero,
presidente / director

Comité de Fabricantes de Hilados Acrílicos

Marco Antonio Sabal Farah,
presidente / director

Comité de Fabricantes de Tejidos de Punto, Medias y Calcetines

Leandro Mariátegui Cáceres,
presidente
Maurice Abusada Sumar,
director

Comité de la Industria de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones - TICs

Alonso Pérez Luna,
presidente
Juan Antonio Ramírez Gastón Wicht,
director

Comité de Fabricantes de Cerveza

Pablo Hernán Querol, presidente / director

Comité de la Industria de Bebidas Alcohólicas y Destilados

Luis Benavides Gonzales Del Riego,
presidente / director

Comité de la Industria del Vidrio, Cerámica, Refractarios y Afines a la Construcción

Rodrigo Ibañez Londoño,
presidente / director

Comité Fabricantes de Explosivos

José Antonio del Castillo Acosta,
presidente / director

Comité de Lácteos

Paola Medina Chávez,
presidente
Luis Ferrand Aspíllaga,
director

Comité de la Industria Química

Carlos Alberto Carrera Lung,
presidente / director
Comité de Calzado
Jorge Peschiera Cassinelli,
presidente / director

Comité de Fabricantes de Equipos de Informática y Conexos

Carlos Durand Chahud,
presidente / director

Comité de la Industria de la Madera y Derivados

José Alfredo Biasevich Barreto,
presidente / director

Comité de la Industria de Publicidad Exterior

Alberto De Azambuja Pasara,
presidente
Humberto J. De Azambuja Pasara,
director

Comité de Seguridad Contra Incendios

Pedro Alejandro Díaz Correa,
presidente
Saúl Montenegro Tello,
director

Comité de Biocombustibles

Carlos Alberto Pinto Rocha,
presidente / director

Comité de Fabricantes de Cierres de Cremallera y Avios Textiles

Alexander Gleiser Schreiber,
presidente / director

Comité de la Industria Agroquímica

Javier Barrios Teixidor,
presidente / director

Comité de la Industria de Caucho

Diego Benites Galbiati,
presidente / director

Comité de Fabricantes de Equipos y Material Didáctico

José Ricardo García Rosell Acosta,
presidente
Luis Guillermo García Rosell Acosta,
director

Comité de Industriales Gráficos

Luis Gilberto Cieza de León Tuesta,
presidente / director

Comité de Fabricantes de Lejías

Francisco Martinotti Sormani,
presidente / director

Comité de Fabricantes de Levaduras y Mejoradores de Masa para Panificación

Ivo Schegia Hulaud,
presidente / director

Comité de Fabricantes de Artículos de Plata

Augusto Acosta Rodríguez La Rosa,
presidente / director

Comité de Fabricantes de Sacos y Telas de Polipropileno

Raúl Saldías Haettenschweiler,
presidente / director

Comité de Alimentos de Regímenes Especiales y Suplementos Alimenticios

José Ricardo Allemant Sayan,
presidente
Jeanine Mellet Bisetti,
director

Comité del Azúcar y Derivados

Rocío Aquize Díaz,
presidenta / directora

Comité de Empaque de Papel y Cartón

Paola Medina,
presidente / directora

SNI en acción



Problemas de envases

Eduardo Del Campo, presidente del Comité de Plásticos de la SNI, dijo que tras el cierre del mercado del tecnopor, este producto ha sido sustituido con productos hecho de poliestireno de almidón de papa o caña de azúcar, denominados como biodegradables que están siendo principalmente importados, afectando a la industria plástica nacional. Dijo que entre los rubros que utilizan más envases están el delivery, restaurantes y agroexportación. Explicó que los precios por el costo de los fletes se han multiplicado por cuatro veces, lo que ocasiona un contrabando inverso por el norte y sur del Perú. En el segundo caso, desde Bolivia, país al que exportamos envases de tecnopor.

Aumentan precios de alimentos

Antonio Castillo, gerente del Instituto de Estudios Económicos y Sociales de la SNI, refirió que, tras haber crecido 11.4% respecto al 2019, actualmente el sector de alimentos se ve perjudicado por el aumento de precios del maíz, trigo y aceite de soya. Añadió que cerca de cinco millones de peruanos se encuentran en situación de hambre extrema; por lo que dijo que la SNI ha propuesto organizar un padrón de beneficiarios de un bono alimentario e incorporar al maíz, trigo y aceite de soya al fondo de estabilización, con el fin de reducir los precios de la canasta básica. Una medida adicional es retirar el costo de flete de la base imponible en la importación de insumos y de maquinaria para la industria y la agricultura.



Debate técnico profundo

José Naranjo, presidente de la Comisión Laboral de la SNI, dijo que en la sesión del Consejo Nacional del Trabajo (CNT) del pasado 11 de mayo, se acordó que, tras recibir las observaciones al proyecto de Código del Trabajo, se definirán las fechas de debate, proponiendo que este tenga una duración de cinco meses, debido a que la comisión interna del MTPE tuvo el mismo tiempo para elaborar el anteproyecto. Asimismo, se alertó de que este proyecto podría dañar la libertad de contratación y derecho al trabajo, lo que conllevará a la informalidad. Agregó que, tras el alza del salario mínimo, se establecerá una fórmula para futuros aumentos, puesto que el último incremento no fue debatido en el CNT, ni se respetaron las pautas establecidas.



Mala decisión

Ricardo Márquez, presidente de la SNI, se mostró en desacuerdo respecto a la decisión tomada por el Gobierno de no aplicar salvaguardas a la importación de confecciones, lo cual incrementaría la informalidad dentro del sector. Asimismo, cuestionó al ministro de Comercio Exterior y Turismo por reconsiderar la Asamblea Constituyente en su agenda, a pesar de que ya había sido archivada en el Congreso. Por otro lado, pidió no comparar el incremento de la economía de este año con el año anterior, sino que con el del 2019, el cual tiene una diferencia de 13 puntos en contra.



Informalidad al alza

El Instituto de Estudios Económicos y Sociales de la SNI aseguró que la informalidad laboral podría incrementarse y llegar a su máximo punto debido a la falta de incentivos para las micro y pequeñas empresas. Señaló que la informalidad creció 4.1 puntos porcentuales entre el 2019 y 2021, por lo que son necesarias políticas técnicas y consensuadas para incentivar a las empresas a que declaren a sus trabajadores. Pese a la recuperación del empleo debido a la reactivación económica en el 2021, persiste la falta de empleo. Para ello, se necesita continuar creando nuevas empresas formales, lo que llevará a la contratación formal de personal, puesto que, de no suceder esto, la cifra de subempleo crecerá.

Medida inefectiva

El gerente del Instituto de Estudios Económicos y Sociales de la SNI, Antonio Castillo, refirió que debido a que no se consideró a toda la cadena productiva para la exoneración del IGV, la medida no ha tenido los resultados previstos como habían anticipado. Agregó que, dado que la mayoría de los mercados de distribución son informales y están dentro del RUS (Régimen Único y Simplificado), por lo que no pueden acceder al crédito fiscal. Agregó que se necesita aplicar medidas urgentes, para contrarrestar el crecimiento de precios de materias primas e insumos. Asimismo, mencionó que se han propuesto bonos directos bajo la modalidad de reparto de alimentos.



¡Tarea cumplida!

El período presidido por Ricardo Márquez (2018-2022) estuvo marcado por conflictos políticos, una pandemia que paralizó las industrias y la necesidad de reactivar la economía y la industria en general. Conozca las principales acciones desarrolladas.



Cuando el ingeniero Ricardo Márquez Flores volvió a la presidencia de la SNI luego de 24 años de su primera gestión, se propuso impulsar la generación de empleo formal, la diversificación productiva con una industria integrada y con productos con mayor valor agregado, a la vez que planteaba medidas para promover las exportaciones no tradicionales, el mercado interno, entre otras. Además, propuso que el gremio lidere aún más la voz empresarial con diversas propuestas técnicas y viables para el desarrollo del sector industrial.

La gestión saliente fue testigo de dos cambios de gobierno y de una crisis política que no cesa. A ello se sumó la pandemia del COVID-19 que cambió la agenda del gremio hacia la atención de la emergencia, tanto para la población como para el sector industrial en general. En ese contexto, la SNI efectivamente cumplió un rol activo en la

generación de propuestas de política económica e industrial que permitan, por un lado, la reactivación económica ante los efectos adversos generados por las medidas para enfrentar la pandemia, así como para avanzar la ansiada diversificación productiva.

En el primer caso, la SNI planteó cinco paquetes de medidas de reactivación a las autoridades económicas y de los sectores vinculados a la producción, las cuales estaban orientadas a generar empleo formal, ante la creciente pérdida de este, así como a promover la reactivación de las mipymes.

En el segundo caso, la SNI, consecuente con su nueva política de promover políticas sectoriales, impulsó la propuesta “Perú Agenda al 2031” y “Perú Regiones al 2031”, hoy en curso de elaboración. Ambas plantean mecanismos para mejorar la competitividad de nueve sectores productivos, por su alto potencial de crecimiento,

su fuerte capacidad exportadora y por ser intensivos en creación de empleo.

De otro lado, la pandemia del COVID-19 hizo que la SNI vuelva a ponerse a disposición de la población para paliar la situación, tal como antes se hizo con los desastres naturales. El hito de esta participación lo constituyó “Respira Perú”, iniciativa de la cual el gremio industrial fue parte junto con Conferencia Episcopal Peruana y la Universidad San Ignacio de Loyola. Esta permitió dotar de 23 plantas de oxígeno, cientos de dispositivos de alto flujo, elementos de protección personal, entre otros sistemas a una serie de hospitales a nivel nacional, así como también a la población.

Sin duda, con una agenda nutrida y dinámica, la gestión saliente supo hacer frente a las cambiantes circunstancias de la economía y de la política nacional, logrando ser una entidad referente y con un alto impacto en la opinión pública.

Revisando la agenda 2018-2022

- Defensa del marco constitucional y del estado de derecho, con especial énfasis en la defensa del modelo económico de libre mercado.
- Generación de paquetes de medidas para reactivar la economía, con foco en la promoción de las mipymes y del empleo formal.
- Impulso a políticas sectoriales, sobre todo a través de “Perú Agenda al 2031”, la cual que propone promover nueve sectores productivos con encadenamiento al sector industrial.
- Defensa comercial, sobre todo en lo que respecta a las negociaciones de un TLC con la India.



- Impulso al fortalecimiento gremial mediante la Plataforma Nacional de Gremios Mipymes, y el liderazgo ejercido con la Unión de Gremios del Perú y “Empresarios Unidos por el Perú”.
- Pedido constante para fortalecer lucha contra el dumping, el contrabando y la subvaluación por el daño que causan a la industria nacional.
- Pedidos de aplicación de salvaguardias para defender a la industria textil y confecciones ante la competencia desleal de productos asiáticos, sobre todo en el contexto de la pandemia.

- Impulso a la creación de la mesa ejecutiva para proveedores mineros con la participación de los sectores público y privado.
- Pedido de cambios normativos de modo que las compras públicas efectivamente beneficien a las mipymes nacionales que producen bienes en el país.
- Impulso a la compra de productos industriales nacionales mediante la campaña “Compra peruano, Cómprale al Perú”.
- Pedido de mejoras en las condiciones, tarifas y calidad que brindan los operadores de comercio exterior.



- Pedido de medidas para reducir la informalidad laboral y crítica a las medidas de política laboral y fallos judiciales que atentaban contra la flexibilidad laboral.
- Pedido de una gestión responsable al Ejecutivo y al Congreso por los constantes enfrentamientos entre ambos poderes del Estado.
- Realización de campañas para reducir el consumo de bebidas alcohólicas ilegales por su impacto en la salud de la población.



- Promoción de medidas e iniciativas para reducir la anemia infantil, como el caso del fortalecimiento del arroz.
- Impulso de nuevos temas para el desarrollo industrial, tales como Economía Circular, Industria 4.0, valorización del rol de la mujer industrial, la industria del conocimiento, entre otros.
- Impulso al desarrollo de parques industriales, zonas francas y, en especial, zonas económicas especiales.
- Impulso del factoring como vehículo financiero a favor de las mipymes.
- Impulso a la digitalización de las empresas mediante el uso de herramientas como la factura electrónica y la firma digital.





Fortaleza intergremial

La SNI fortaleció lazos con otras organizaciones empresariales para ampliar la defensa gremial y proponer acciones de política.

El fortalecimiento de lazos con otros gremios empresariales fue uno de los lineamientos de la gestión saliente. Además de diversos comunicados conjuntos para temas de trascendencia nacional, la SNI buscó fortalecer la defensa de la iniciativa privada, aliándose con otras asociaciones para presentar posiciones unificadas y proponer acciones de política pública, al Ejecutivo y Legislativo.

Una primera instancia fue la Plataforma Nacional de Gremios Mipymes, instancia que agrupa a más de 80 gremios pymes de todo el país, con el objetivo de reactivar la producción de las micro y pequeñas empresas industriales y así evitar su quiebre. Con esta plataforma, la SNI impulsó medidas de reactivación sectorial, como el aumento de las compras públicas o el financiamiento vía factoring, entre otras iniciativas.

Una segunda instancia fue la “Unión de Gremios del Perú”, integrada, además de la SNI, por Canatur, Perucámaras, la Plataforma Nacional de Gremios Mipymes, la Confederación de Transportistas Terrestres del Perú,

entre otros gremios a nivel nacional. Entre sus acciones estuvo exhortar al Gobierno a priorizar la atención de temas urgentes como la generación de empleo digno, la reactivación económica y la aceleración del programa de vacunación, en línea con el documento “Consensos por el Perú”, desarrollado por el Acuerdo Nacional.

Posteriormente, la “Unión de Gremios del Perú” se pronunció en contra de la norma que regula la tercerización (Decreto Supremo N° 001-2022-TR), por considerarla antitécnica y considerar que solo aumentará la informalidad y el desempleo.

Hacia el final del período se dio el pronunciamiento “Empresarios Unidos por el Perú” que reunió a 200 organizaciones empresariales de todo el país para pedir un mejor manejo económico y que se abandone la iniciativa gubernamental de pedir una Asamblea Constituyente que modifique la Constitución Política del país.

Nuevas comisiones

Comisiones como la de Economía Circular, de Transporte, de la Mujer Industrial o de Innovación vieron la luz en el período 2018-2022



De cara a afrontar los nuevos retos y tendencias en torno a la industria, la SNI creó nuevos comités y comisiones en el período 2018-2022. Una de las primeras fue la Comisión de Economía Circular, la cual fue conformada como una apuesta por implementar una estrategia de Economía Circular en las empresas industriales, de manera que estas ofrezcan productos y servicios sostenibles, pero con una estrategia de implementación que abarque al Ejecutivo y a los gobiernos locales para abordar el problema del reciclaje en el país.

La participación de esta comisión fue muy importante en la preparación y posterior lanzamiento de la Hoja de Ruta hacia una Economía Circular en el Sector Industrial, que lanzaron los ministerios de la Producción y del Ambiente en febrero del 2020, al participar en talleres, reuniones y alcanzando estudios realizados por las empresas asociadas.

Igualmente, esta comisión es parte del Grupo de Trabajo de Economía Circular en la Alianza del Pacífico, instancia en la que se maneja una estrategia de implementación de este modelo de gestión entre las empresas de este bloque comercial.

De otro lado, la Comisión de Transporte fue muy importante en la discusión de la problemática del transporte de carga en el país. Su participación fue crucial en la discusión del modelo de pico y placa aplicado por la Municipalidad de Lima, pero, sobre todo, tuvo un rol destacado para evitar la realización de algunos paros de transportistas en los últimos años.

Por su parte, la Comisión de Innovación nació con el objetivo de enfrentar los retos que atraviesan los emprendedores y empresarios en el país y potenciar el desarrollo tecnológico y productivo nacional,

la misma que está integrada por universidades, hubs de innovación y compañías expertas en el tema.

Por último, se conformó la Comisión de la Mujer Industrial como instancia de diálogo social y de concertación de políticas en materia de igualdad de oportunidades y promoción de la mujer. Al respecto, en el marco del seminario "Mujeres que Inspiran: El rol de la mujer peruana en el desarrollo de la industria y el empleo", esta comisión reveló que la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, y el trato justo en el campo laboral son los retos pendientes en el país, según una encuesta de Datum Perú, que recoge la opinión de mujeres y hombres industriales, que es la primera en su tipo. En ese mismo evento, la comisión entregó por primera vez el reconocimiento a la "Mujer Industrial del Año".

Liderazgo en campaña

De cara a reactivar el sector industrial, la SNI lanzó sendas campañas en el marco de la pandemia del COVID-19.



Cuando el Gobierno del entonces Presidente Martín Vizcarra anunció el aislamiento social obligatorio para evitar el contagio del COVID-19 a mediados de marzo del 2020, la gran mayoría de sectores industriales tuvo que detener sus actividades productivas, salvo aquellos rubros ligados a alimentos, limpieza y farmacia, principalmente, a los cuales luego se les unieron sus principales proveedores, a instancia de la SNI.

En ese contexto y de cara a mostrar la importancia del sector industrial en el marco de la pandemia, el gre-

mio industrial realizó una campaña en redes con el hashtag #AlPerúNadieLoPara. Esta constó de cuatro videos institucionales en colaboración con empresas socias, los cuales tuvieron como fin revalorizar el rol de las industrias, lo cual facilitó después la priorización de la manufactura en las dos primeras fases del programa de reactivación de actividades productivas que se ejecutó desde inicios de mayo del mismo año.

Varios meses después y para promover la reactivación del sector indus-

trial, la SNI lanzó la campaña “Compra peruano, Cómprale al Perú”, junto con el Ministerio de la Producción (Produce) en octubre del 2020. Esta tiene la finalidad de revalorar la compra de productos nacionales, orientada a empresas de todo tamaño.

Esta campaña fue relanzada en noviembre del 2021 con la nueva gestión gubernamental. Para ese momento, más de 1,060 empresas se habían adherido a la misma y formaban parte del directorio de la página www.compralealperu.com.pe.



Un actor importante

La SNI impulsó la asociatividad entre los gremios de la pequeña y micro empresa para aumentar su representatividad ante el Estado, a la vez que impulsó políticas para su promoción.



El crecimiento de las pequeñas y microempresas fue un tema importante en la agenda de la gestión saliente. En ese sentido, se solicitó el cambio en la normatividad de compras públicas de manera que se exija que el 40% de estas se destinen a las mipymes que producen en el país, dado que esta norma está favoreciendo a las importadoras.

Además, fue constante el pedido para un mayor presupuesto para el programa Compras a MYPErú, dado que los fondos asignados no permitían que un número significativo de mipymes sean beneficiadas. Igualmente, se planteó y se logró incorporarle nuevos productos como los de madera o plásticos, por citar unos ejemplos.

De otro lado, durante el primer año de la gestión saliente, la SNI impulsó su vinculación institucional con más de 80 agremiaciones de la pequeña y microempresa en todo el territorio nacional con la finalidad de promover medidas para impulsar su competitividad. En ese sentido, se propusieron reformas para generar empleos formales y promover el crecimiento de la micro, pequeña, mediana y gran industria como socios de las cadenas de valor.

Además, como parte de esta iniciativa, se conformaron cuatro mesas de trabajo en los temas de acceso a mercados, financiamiento, laboral y tributario/regulatorio; con el fin de llevar propuestas técnicas específicas y sustentadas para impulsar su competitividad, las mismas que luego fueron presentadas a diversas instituciones del Estado.

Otro tema importante que gestionó la SNI a favor de las mipymes fue la aprobación del reglamento del factoring, pues la ausencia de este impedía que las pequeñas y microempresas pudieran usar este instrumento financiero para financiarse en momentos en que el impacto económico del COVID-19 hacía urgente su uso. A instancias de la SNI, el reglamento fue aprobado en setiembre del 2021, con un retraso de 20 meses por parte del Ejecutivo.

Ya en tiempos de pandemia, las propuestas de reactivación sectorial que presentaba la SNI contenían medidas para reactivar el sector de las mipymes, tanto en los planes de corto plazo como en los de largo plazo, concretamente en "Perú Agenda al 2031".

Acciones en medio de la pandemia

La SNI tuvo una respuesta oportuna frente a los problemas de la población y de la industria en medio de la pandemia del COVID-19.

La irrupción del COVID-19 en marzo del 2020 en el Perú cambió las perspectivas económicas e industriales. Ante esta realidad, la SNI apoyó a sus asociados ante las gestiones ante el Estado para obtener los pases vehiculares, laborales, así como los permisos de operación en las diferentes etapas hasta la reactivación de las actividades productivas en la industria.

Por otro lado, la SNI realizó la Encuesta "COVID 19: Situación de las empresas industriales en el Perú" en abril de dicho año, encontrándose que el 59% de los empresarios que participaron de la encuesta, se encontraban con la compañía cerrada totalmente.



Ante el inicio del plan de reinicio de actividades productivas en mayo del 2020, la SNI propuso al Ministerio de Salud la creación de protocolos sanitarios sectoriales, lo cual fue aceptado. Estos fueron muy importantes para la reactivación de las actividades productivas. A ello se sumaron cuatro paquetes de medidas de reactivación y de generación de empleo que fueron canalizados al gobierno de turno.



De otro lado, el 1 de julio del 2020, la SNI, la Universidad San Ignacio de Loyola y la Conferencia Episcopal Peruana (CEP) lanzaron la iniciativa Respira Perú, la cual tuvo como finalidad proveer de oxígeno medicinal a los pacientes de COVID-19 a nivel nacional. Para poder cumplir esta labor, se realizaron dos telemaratonés que recaudaron más de S/ 11 millones. Estos recursos, administrados por la

CEP, permitieron la compra de más de 25 plantas de oxígeno destinadas a nivel nacional, así como de aceleradores de flujo de oxígeno CPAP o wayrachis, balones de oxígeno, respiradores temporales Vortran y cajas de aerosolización, los cuales fueron entregados a más de 250 hospitales de Essalud y Minsa a nivel nacional. Igualmente se realizó la donación de mascarillas faciales en varias provincias del país. Adicionalmente, se implementaron cinco centros de atención temporal de oxigenación (CAT-02).

Como parte de esta iniciativa, además la empresa Motores Andinos (Modasa) inició la producción de plantas de oxígeno que fueron canalizadas por Respira Perú.



Crecimiento para todos

La generación de valor compartido y el crecimiento económico en las regiones serán los grandes ejes de la Semana de la Industria 2022.



Apuertas de la Semana de la Industria, evento que realizará la SNI como parte de la celebración de sus 126 años de vida institucional, Jesús Salazar Nishi, Primer Vicepresidente de la SNI y Presidente de su Comité Organizador, indicó que el eje fundamental en esta edición será cómo elevar la competitividad en las regiones. Explicó que esto está enfocado en cómo mejorar el índice de producción manufacturera al interior del país, debido a la brecha identificada entre Lima y los departamentos que conforman las macrorregiones del Centro, Norte, Oriente y Sur del país.

Repasando el programa

La Semana de la Industria iniciará el 7 de junio próximo con la entrega del Premio Nacional a la Innovación, una premiación que por primera vez realizará la Comisión

de Innovación de la SNI. Este galardón busca brindar un reconocimiento al desarrollo de productos, servicios e ideas innovadoras, que generen un impacto positivo en la competitividad, productividad, creación de valor y sostenibilidad de las empresas del sector industrial.

Al día siguiente, se tendrá como tema principal “Competitividad y Valor Compartido”, el cual tendrá como expositor principal a José Medina Mora Icaza, Presidente de la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), una reconocida autoridad en la materia.

Al respecto, Salazar Nishi afirmó que el empresario, hoy en día, tiene que definir bien su rol en la sociedad y en el desarrollo de la misma. En ese sentido, dijo que los industriales peruanos están comprometidos con la sostenibilidad, entendiendo que, además de la rentabilidad que todas las compañías buscan, deben también incorporar el concepto de valor compartido al que se refiere el reconocido economista estadounidense Michael Porter. Esto es, entender que las firmas no pueden estar separadas de la realidad del entorno donde desarrollan sus actividades, por lo que también deben generar riqueza social, que se entiende como valor compartido.

Sobre el expositor, el presidente de la Comisión Organizadora dijo que cuando México eligió un presidente de tendencia de izquierda, su sector empresarial asumió el concepto de valor compartido. Agregó que, debido a la buena labor realizada en este campo, el Estado y el sector empresarial trabajan de la mano, no habiendo problema ni conflicto entre ambos sectores. “Considerando que aquí en Perú sucede algo similar y con la intención de conocer las experiencias adquiridas de convivir con un gobierno

de izquierda, decidimos invitar a este experto mexicano para, de esta manera, empezar a entender estos nuevos conceptos”, detalló.

Adelantó que el concepto de valor compartido ya está tomando fuerza a nivel de los asociados de la SNI, señalando, en ese sentido, que el gremio industrial no puede mantenerse al margen de la política del país y se debe empezar a asumir roles.

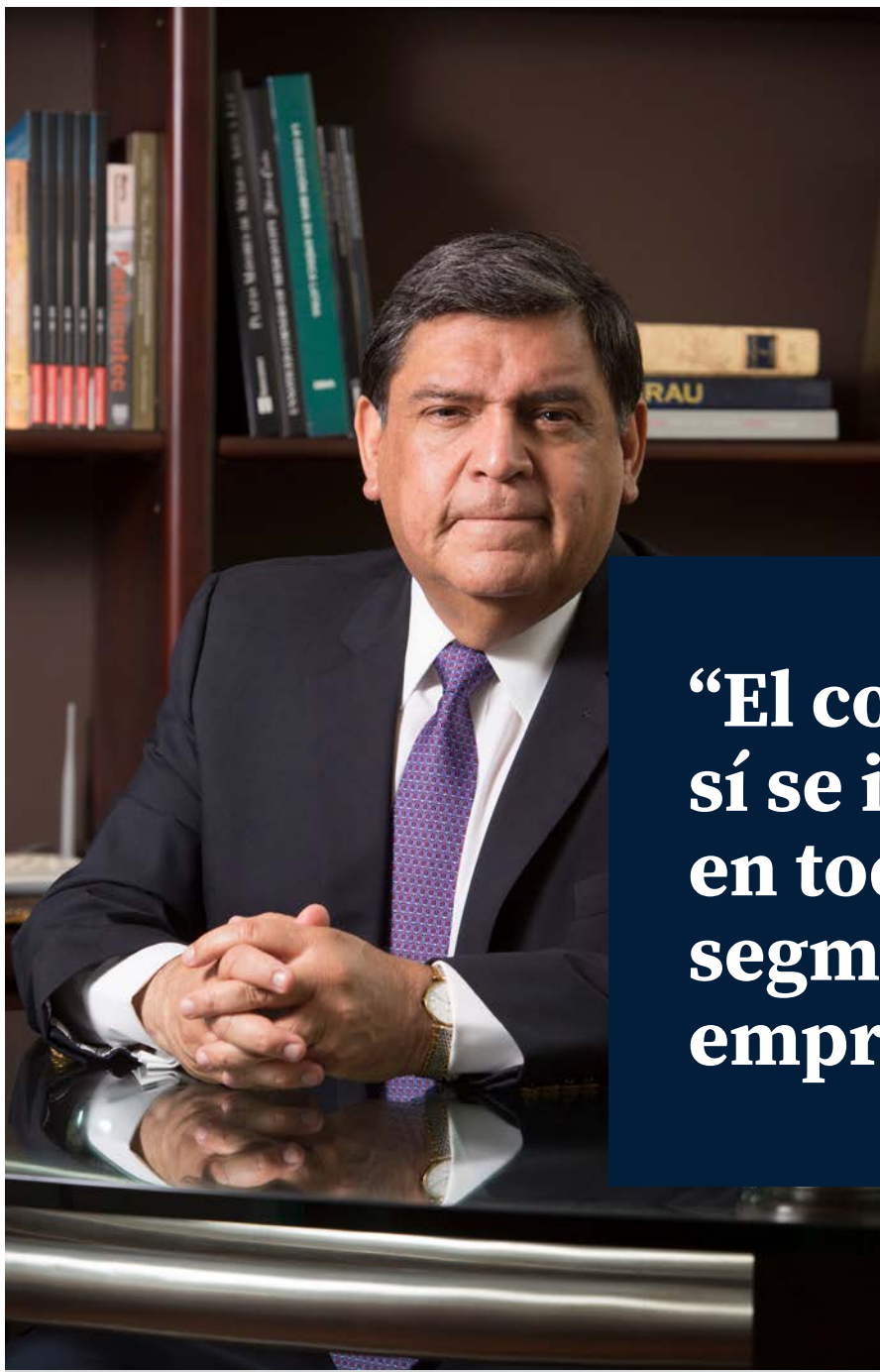
Visión regional

Por último, el Primer Vicepresidente de la SNI presentará un resumen ejecutivo de las cuatro agendas macrorregionales el próximo 9 de junio, trabajadas en el marco de “Perú Regiones al 2031”; difundiendo las propuestas más importantes en cada caso.

Salazar Nishi adelantó que estas propuestas serán presentadas a un panel compuesto por congresistas de Acción Popular, Alianza para el Progreso, Fuerza Popular y Avanza País. El objetivo es que estas agendas macrorregionales formen parte de las propuestas de los candidatos que participarán en las elecciones regionales y municipales, para lo cual, posteriormente, se realizarán cuatro foros macrorregionales.

Finalmente, como es de costumbre, la Semana de la Industria concluirá con el Día de la Industria, fecha en la que se celebrarán los 126 años de la SNI, que este año coincidirá con un cambio en la Presidencia de la institución, por lo que se podrá conocer cuál será la dirección que tomará el gremio industrial frente a la crisis actual del país. Para esa fecha además de personalidades de la industria nacional, se espera contar con la presencia de altas autoridades gubernamentales.





Juan José Marthans

Director del Área Académica
de Economía PAD
Escuela de Dirección de la
Universidad de Piura

**“El costo de crédito
sí se incrementará
en todos sus
segmentos
empresariales”**

La creciente inflación nacional e internacional está configurando un escenario que elevará el costo financiero a las empresas de todos los tamaños en el país.

El BCR ha estado subiendo su tasa de interés de referencia en 50 puntos básicos cada mes en los últimos cinco meses, ¿cómo evalúas estas decisiones?

Todos los bancos centrales del mundo lo están haciendo en mayor o menor medida. El impacto primario apunta a las expectativas inflacionarias y luego, sin duda, impacta sobre el costo del crédito. En un mercado con clara presencia de informalidad en el frente tributario, laboral, productivo y financiero; estas medidas no tienen la efectividad que sí tienen en economías desarrolladas, pero resultaba inevitable tomarla en nuestro país.

Lamentablemente, el costo de crédito sí se incrementará en todos sus segmentos, desde el corporativo, hasta el de microempresas. Es más, la misma inflación llevaría a esa realidad así no haya ajuste de tasas de referencia del BCR, dado que el banco nunca va a descapitalizarse por ello. Esto es, lamentablemente, insalvable.

¿Qué esperar de la tasa de interés de referencia en los siguientes meses?

El problema es que las tasas de referencias de los bancos centrales en el mundo están ajustándose al alza para intentar contener parte de la inflación. Hoy, en Estados Unidos, la tasa de referencia aún está lejana a su casi 9% de inflación y todavía está por debajo de sus expectativas inflacionarias. Considerando la robustez del mercado laboral norteamericano, se esperan alzas adicionales los próximos meses. Esto deberán hacerlo con cuidado porque podría generar escenarios estanflacionarios: se puede acelerar una recesión acompañada de inflación al menos por un tiempo.

¿Qué impacto ha tenido estas alzas del BCR en el costo del crédito empresarial?

En el Perú se hace sentir, en primera instancia, en el frente corporativo,

pero luego se traslada al resto, incluyendo a los de consumo y microempresas. Si en algún momento esta alza del costo del crédito retroalimenta morosidad, los bancos iniciarían inclusive recortes marginales al rendimiento de los depósitos. Siempre ha sido así.

¿Qué otras medidas podría implementar el BCR?

El origen de esta inflación es sumamente complicado y fundamentalmente externo. Mientras que no tienda a desaparecer la crisis en la cadena de suministro, el alza de los combustibles y los problemas de abastecimiento de granos; el problema podría continuar por más tiempo. La progresiva desaparición del COVID-19 y el término del conflicto Ucrania-Rusia son claves. Cuando ellas lleguen, los precios empezaran a normalizarse y la inflación a amainar a lo largo del mundo. Nuestro BCR tiene poco que hacer en este frente. Lo que se debe hacer es mitigar su impacto

“Hay que mitigar el impacto en los sectores sociales vulnerables y eso le corresponde al Ministerio de Economía”

en los sectores sociales vulnerables y eso le corresponde al MEF.

¿Los problemas políticos influyen en el alza del costo del crédito?

Muchísimo. El desgobierno actual incide en la desaceleración del crecimiento del PBI, la licuación de la inversión privada, la incapacidad para mitigar los impactos de esta inflación y en la creciente incertidumbre que experimentamos

los peruanos. Este gobierno es un desastre. El problema es delicado porque estamos acompañando las alzas del costo del crédito con un proceso de contracción en las ventas en las empresas de todo tamaño. Eso es lo grave. Al subir la presión financiera de las empresas, la posibilidad de enfrentar un deterioro en la calidad de los créditos se acentúa. Felizmente la solvencia y liquidez de nuestra banca aún es holgada, pero esto es una ventaja que puede agotarse.

¿Qué rol está jugando el dólar?

La robustez que ha heredado este gobierno en materia de cuentas externas y fiscales nos permite evitar, por ahora, un desastre mayor. Sin embargo, tanto el ruido político como la decisión de la FED de elevar su tasa de referencia, le imprimirán cierta volatilidad al tipo de cambio. Pero, al mismo tiempo, creo que el BCR es consciente que es imprescindible evitar retroalimentar la inflación por el lado cambiario, por lo que estimo que la holgura de recursos y posición de cambio que dispone, permitirán tomar medidas que mitigarán potenciales saltos cambiarios.

¿Qué consejos financieros podría darle a las empresas?

La diversificación es la palabra clave para el 2022. En materia financiera esta debe darse inclusive por tipo de monedas en que tomamos un crédito. Si la desaceleración económica continúa, el impacto negativo de un alza inevitable de las tasas de interés se reflejará en la calidad de cartera de la banca. Ese escenario sería muy delicado. Debemos ser pragmáticos. El BCR debe evaluar permanentemente la posibilidad de actuar ampliando los alcances, de manera focalizada, del programa Reactiva Perú o similares. Lo peor que se puede esperar es que no se haga nada o se haga extemporáneamente.

Problemas en cadena

El sector de metalmecánica se está viendo afectado por la postergación de la cartera de proyectos mineros en el país.



Siendo el Perú un país minero se ha desarrollado una pujante industria metalmecánica en torno a esta actividad extractiva. “La minería le demanda a la metalmecánica rubros como maquinaria, equipos, piezas, componentes, que van desde equipos de construcción, de distribución de energía, de estructuras metálicas, campamentos, máquinas y equipos eléctricos para todos los procesos; hasta la construcción de la mina. Después, durante la vida útil de esta, se proveen diferentes insumos para todos los procesos mineros, incluyendo el transporte”, detalló Luis Tenorio, Gerente de los Comités Metal Mecánicos de la SNI.

De acuerdo a “Perú Agenda al 2031”, con datos de los Comités Metal Mecánicos, se estima que el 35% de

los bienes fabricados por la metalmecánica peruana se destinan actualmente a la minería, en los ítems antes mencionados. Según el mismo documento, si se toman en cuenta las compras totales realizadas por las mineras, el 18.3% de las mismas se orientan a este sector.

Ambas cifras revelan que hay una relación muy fluida entre la minería y la metalmecánica, la cual además tiene un enorme potencial. Incluso, como indicó Tenorio, ya hay muchos productos de la metalmecánica peruana que se están exportando a otros mercados. Sin embargo, aún no se logran tener los niveles que tienen sus contrapartes de Chile, Canadá o Australia que tienen programas de desarrollo de proveedores mineros.

Enfriamiento minero

El Gerente de los Comités Metal Mecánicos dijo que hay preocupación en la minería y la metalmecánica por el retraso que vienen sufriendo los proyectos mineros. Al respecto, dijo que es necesario promover una mayor inversión en esta actividad extractiva. Sin embargo, lamentó que se esté generando un mal ambiente para las inversiones mineras, ya que el Gobierno no está asumiendo ese rol ni está solucionando los problemas sociales, tal como se está viendo en el caso de las minas Cuajone y Las Bambas. “Esto está generando una gran turbulencia y está afectando a los integrantes de la cadena productiva del sector minero”, refirió.

Tomando en cuenta cifras oficiales a enero de este año, Tenorio indicó que existen 43 proyectos de construcción de minas por U\$ 53,168 millones; a los que se suman 60 proyectos de exploración minera por US\$ 506,000 millones, de los cuales depende el futuro de la minería en el país.

Dichas inversiones se encuentran actualmente retrasadas, lo que mantiene un ambiente de incertidumbre para el sector y está haciendo que el Perú esté perdiendo un ciclo favorable de los precios de los metales, así como también las oportunidades que da el cobre a través de la revolución tecnológica de la parte automotriz, eléctrica y nuevos dispositivos. Tenorio dijo que no aprovechar ambas oportunidades termina perjudicando a las comunidades, trabajadores y a toda la cadena productiva, cerrando las expectativas.

Tenorio recordó que el Ministerio de Economía instaló una mesa ejecutiva para el desarrollo de los proveedo-

“Las inversiones mineras se encuentra retrasadas y eso genera incertidumbre en el sector metalmecánico”

res mineros, instancia a la que han llevado su preocupación por el retraso de las inversiones mineras.

Dijo que es indispensable tener una visión que permita que el Perú sea un país líder mundial en minería y con un desarrollado sector de proveedores de bienes y servicios para la misma. El gerente de los Comités Metal Mecánicos dijo que ello pasa por destrabar y acelerar las inversiones mineras para poner a andar el gran potencial minero y metálico que existe en el país. “Para ello es esencial incentivar inversiones en exploración para renovar los yacimientos mineros, dado que esto es de vital importancia para el país”, aseveró.

Finalmente, el Gerente reconoció que, si bien la metalmecánica es tan versátil que puede ingresar a otros sectores; sin embargo, precisó que ninguno de estos es tan grande como para sustituir a la minería. “Este sector atiende distintos sectores como construcción, pesquero, obras de infraestructura, obras de saneamiento y una variedad de actividades en las cuales participa. A pesar de ello no es sencillo reemplazar el potencial de la inversión minera en este sector”, sentenció.



Cinco recomendaciones para lidiar con un cliente difícil



Sergio Cuervo

Profesor del área de Marketing de ESAN Graduate School of Business

Según el Ministerio de la Producción (Produce) y el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), al cierre del 2021, en el Perú existen más de dos millones de microempresas formales que generan más de ocho millones de empleos. Para mantener la actividad de estos negocios, es importante sostener una relación positiva con el cliente y, es necesario saber cómo actuar ante situaciones complicadas. No obstante, esta no es una labor sencilla. Por ello quiero compartir cinco consejos prácticos para lidiar con un cliente difícil.

1. El cliente debe sentirse escuchado y atendido.

Acompañar la incomodidad del cliente con una actitud de escucha, predispone la situación para una mejor búsqueda de soluciones. No esperemos llegar a una situación desfavorable. Es fundamental generar salidas eficaces y rápidas. Es por eso que se debe gestionar un modelo de negocio de manera coordinada y centrada en el cliente.

2. Ten un protocolo de respuesta ante contingencias.

Todas las empresas deben contar con un protocolo de respuesta al cliente, considerando diferentes situaciones. Además, se deben de reconocer los escenarios que puedan presentarse durante todo el proceso de atención, para finalmente desarrollar un plan de acción enfocado en el perfil de cada usuario.

3. Ten un fondo monetario por si es necesario.

Cabe la posibilidad de que en ocasiones tu producto o servicio, sin intención alguna, pueda causar daño o perjuicio a un cliente. Dada esa situación, y en caso solo sea necesario, es recomendable tener un capital extra para solucionar de forma inmediata algún caso en particular.

4. El cliente no siempre tiene la razón.

Además de identificar el tipo de cliente con el que se está interactuando, es necesario hacer un análisis detenido del inconveniente y determinar si efectivamente la contraparte tiene la razón. Siempre hay que considerar que, si no tenemos clientes satisfechos que puedan recomprar y generen recomendaciones, es muy probable que el negocio no sobreviva.

5. Conoce la perspectiva de tu cliente.

Es importante identificar el “dolor” para el consumidor y es fundamental conocer cómo el cliente ve el proceso de compra y el nivel servicio de tu negocio. El propósito es mejorar en cada uno de estos puntos para brindar una experiencia adecuada a la expectativa del cliente. De esta manera, se podría garantizar el aumento de ventas y recomendaciones.

-topitop

TAN
GENIAL
COMO
PAPÁ



¡REGALA UN AUTO PARA PAPÁ!

Participa por compras superiores a S/150



*Imagen referencial



-tpt
HOMBRE

2x1

CHOMPAS



-tpt
HOMBRE

2x

S/89.90

CAMISAS



Compra las 24 hrs:

topitop.pe




Términos y condiciones sorteo auto Kia Soluto 0 Kms: Promoción válida en tiendas Topitop a nivel nacional (Trading Fashion Line S.A. y Fashion Color Center S.A.) y por topitop.pe. Promoción válida del 1 al 26 de junio del 2022. Por cada S/150 soles de compra podrás ganar una opción para participar en el sorteo de un auto. Para participar del sorteo debes registrarte en caja y seguirnos en nuestras redes sociales Facebook (topitop) e Instagram (topitop_pe). Toda imagen colocada del auto es referencial. El auto es Marca: KIA Modelo: SOLUTO Año: 2023 Color: Sujeto a stock. El sorteo se realizará el 5 de julio del 2022 en las oficinas administrativas de Topitop en presencia de un Notario Público. Ticket de compra no acumulables. Válido para compras en un mismo ticket, no incluye pago de servicios. Solo participan mayores de edad con DNI o carnet de extranjería vigente. Válido solo para consumo familiar; promoción no válida para minoristas. No podrán participar en la promoción colaboradores, ni familiares directos de Trading Fashion Line S.A. y Fashion Color Center S.A. La entrega del automóvil será realizada en la ciudad de Lima. (1) La comunicación será mediante carta notarial, correo electrónico, mensaje de texto, WhatsApp o llamada telefónica. Participan todas las Tiendas Topitop a nivel nacional a excepción de: Tienda Minka, Puente Piedra, Barranca, Huaraz, Tarma, Chimbote, Chosica, Huaycán, Huacho, Huaral, Royal Plaza, Jesús María. El procedimiento del sorteo, designación del ganador y entrega del vehículo se encuentra en los términos y condiciones en www.topitop.pe.

Términos y condiciones: Tan genial como papá, aprovecha chompa 2x1. Vigencia del 1 al 20 de junio del 2022 y/o hasta agotar stock. Descuento aplica sobre precio de etiqueta. Válido en códigos seleccionados. Stock mínimo 03 unidades. Solo para consumo familiar. No participa la marca concesionaria KINNO. No acumulable con otras promociones ni descuentos dentro de tienda. Participan todas las Tiendas Topitop a nivel nacional a excepción de: Tienda Minka, Puente Piedra, Barranca, Huaraz, Tarma, Chimbote, Chosica, Huaycán, Huacho, Huaral, Royal Plaza, Jesús María. Más información consultar en caja.

Términos y condiciones: Tan genial como papá, aprovecha camisa 2x89.90. Vigencia del 1 al 20 de junio del 2022 y/o hasta agotar stock. Descuento aplica sobre precio de etiqueta. Válido en códigos seleccionados. Stock mínimo 03 unidades. Solo para consumo familiar. No participa la marca concesionaria KINNO. No acumulable con otras promociones ni descuentos dentro de tienda. Participan todas las Tiendas Topitop a nivel nacional a excepción de: Tienda Minka, Puente Piedra, Barranca, Huaraz, Tarma, Chimbote, Chosica, Huaycán, Huacho, Huaral, Royal Plaza, Jesús María. Más información consultar en caja.

Jesús García Chapa

Gerente General
de Arca Continental
Lindley

A portrait of Jesús García Chapa, a middle-aged man with dark, wavy hair, wearing a grey suit jacket, a light blue shirt, and a green patterned tie. He is standing outdoors with a blurred cityscape in the background.

**“Con más de
340,000 puntos
de venta, el Perú
sigue siendo
nuestra operación
más grande en
Sudamérica”**

El Perú está respondiendo a las expectativas que tenía el grupo mexicano Arca Continental al ingresar al país, habiendo ya recuperado la situación prepandemia.

¿Cuáles son los hitos más importantes desde su llegada al país?

Un primer hito fue la inauguración de la planta de Pucusana que es la más moderna que tiene el sistema Coca-Cola en la región y la más grande de Arca Continental a nivel global. Esta planta, junto con la de Trujillo, tiene certificación nivel Oro LEED, pues está diseñada para optimizar el uso de energía y está enfocada en el cuidado del medioambiente, cosas que son muy importantes para nosotros.

El segundo hito tiene ver con el medioambiente y la sostenibilidad. Coca-Cola y su sistema de embotelladoras tienen el objetivo un "Mundo Sin Residuos". En el Perú, nosotros, junto con la compañía Coca-Cola, cumplimos un Acuerdo de Producción Limpia en el 2020. Este se basa en tres pilares. El primero es tener por lo menos un 25% de PET reciclado en todo el manejo y nosotros, en el caso de San Luis, tenemos una botella que está hecha 100% de material reciclado, en tanto que el resto de las botellas que manejamos tienen por lo menos 25% de PET reciclado. El segundo tiene que ver con la retornabilidad y tenemos un nivel de 30%, tanto en vidrio como en PET, cuando el compromiso es del 20%. El tercer pilar tiene que ver con las alianzas que tenemos con las municipalidades sobre todo para el acopio. Lo hemos hecho con seis municipalidades en Lima, Trujillo, Arequipa e Iquitos.

¿El mercado peruano ha satisfecho sus expectativas?

El Perú es uno de los países donde atendemos a todo el territorio nacional con más de 340,000 puntos de venta, siendo la operación más grande en Sudamérica. Ciertamente la expectativa es importante porque, a diferencia de otros países, tenemos las dos marcas líderes en el mercado, como son Coca-Cola e Inca Kola. A diferencia

de Estados Unidos, en los mercados mexicanos y sudamericanos, el 80% lo explica el canal tradicional, como las bodegas. Nosotros somos capaces de atender ese mercado, no solamente en términos de tomar el pedido y entregarlo, sino en desarrollarlo para que aprendan a vender de manera digital, a recibir pagos con tarjeta y a administrar su negocio. Una de nuestras expectativas era contribuir a la comunidad a través de las escuelas de liderazgo y de negocio que tenemos y hoy casi 100,000 de esos 340,000 puntos de venta han tomado ese curso.

De otro lado, en temas de diversidad de género, teníamos la expectativa de que la mujer se convierta en parte importante de nuestra fuerza laboral. Anteriormente lo era, pero en ciertos puestos. Hoy puedo decir que 100 mujeres han ingresado al nivel de operario, en el último año, manejando máquinas y en los centros de distribución; lo cual nos llena de orgullo. Por supuesto, si a esto le sumamos los buenos resultados que hemos estado obteniendo, el Perú actualmente sí está cumpliendo con las expectativas que tiene nuestro corporativo.

“El desempeño de los lanzamientos del 2021 han superado las metas”

¿La pandemia generó cambios en el patrón de comportamiento tanto familiar como en el canal Horeca?

El Perú fue uno de los países más afectados por ser el que tenía más restricciones. El canal Horeca para nosotros es muy relevante, pues se nos fue a cero. Hemos notado tres cambios. El primero está

relacionado al delivery. Tuvimos un programa llamado “El recetario del éxito de Inca Kola” que los ayudó a acelerar la adopción digital de las herramientas por parte del canal. El segundo fue el aumento de la retornabilidad por el incremento del consumo familiar en el hogar. Ahora estamos viendo que la gente está retornando a los restaurantes y vemos que el canal Horeca está creciendo y eso a nosotros nos presenta una oportunidad de ir desarrollando también el empaque retornable.

¿Cuáles fueron los resultados de Inca Kola Power?

El desempeño de los lanzamientos del 2021 ha superado las metas que teníamos en volumen, en cuanto a Inca Kola Power, Frugos Chicha Morada, Agua San Luis Piña y Kion, así como con las botellas de Inca Kola conmemorativas por el Bicentenario, la fiesta de San Juan, la Virgen de la Candelaria y por el Nuevo Año Chino. La realidad es que el mercado nos está respondiendo bien y estamos muy contentos con todos los lanzamientos que hemos tenido.

¿Podemos ver a Arca Continental trayendo parte de su portafolio global en otros rubros que no son gaseosas?

Arca Continental tiene dos unidades de negocio, la unidad de bebidas y la unidad de snacks por llamarlo así. En el caso de Ecuador hemos desarrollado otros negocios de manera importante. Hoy en el Perú tenemos la distribución de bebidas gaseosas y somos el líder del mercado, pero eso no quiere decir que no estemos abiertos a la posibilidad de tener conversaciones con otro tipo de empresas, pero hasta hoy no hay nada concreto. Siempre abiertos a la posibilidad de aumentar nuestra huella en el Perú, ya sea en la categoría de bebidas o en alguna otra que sea adyacente a nuestro negocio.

Nuestros asociados

Preocupación por los escolares

La campaña “El Futuro dice ¡Presente!” se encuentra en vigencia, la cual tiene como finalidad apoyar a los centros educativos con productos de limpieza y desinfección para ser usados en las aulas, beneficiando a los alumnos y profesores de la institución. **Clorox Perú** se ha propuesto donar cerca de 80,000 unidades de Toallitas Desinfectantes Clorox Expert para limpiar las superficies eficazmente. La empresa trabajará de la mano con la Cruz Roja Peruana, entidad que será los encargados de la distribución del producto en los colegios de Lima. El público puede sumarse a esta campaña con la compra de cualquier producto de la marca en cualquiera de las cadenas de supermercados.



Acero 100% reciclable

En el Día Mundial del Reciclaje, **Aceros Arequipa** destacó su apoyo en pro del medioambiente. La empresa explicó que en el mundo existen dos tipos de siderurgias: la integrada y la de horno eléctrico. Esta última permite producir acero de calidad, colaborando con la Economía Circular. Siendo partícipe activo de la cadena de valor del reciclaje de chatarra ferrosa, la firma ha consumido más de 7.6 millones de toneladas de esta, en los últimos años, la cual se convierte en acero líquido, gracias a un horno eléctrico con gran capacidad. En el 2021, Aceros Arequipa adquirió un horno de alta gama que produce alrededor de 1.2 millones de acero líquido.

Remodelando para crecer

Renzo Costa reinauguró su punto de venta en el centro comercial Jockey Plaza, siendo una de las tiendas más grandes de la cadena. Esta remodelación tiene como finalidad mejorar el espacio, brindar comodidad y diversificar sus productos. De igual manera, se ha implementado colecciones de carteras, perfumes, entre otros. Asimismo, tienen planeada la remodelación de otras tiendas como la del óvalo de Miraflores, Real Plaza Chiclayo, entre otras. También se tiene como meta crecer un 25% en comparación al 2019. Para continuar con el crecimiento de la marca, la firma abrirá una tienda en La Molina en setiembre y otra en Iquitos en el 2023.



En celebración

Kimberly-Clark anunció que su matriz está celebrando su 150° aniversario a nivel global. Esta firma llegó al Perú hace 27 años y está dedicada a la producción de pañales, pañuelos faciales y papel higiénico en rollo; manejando marcas como Kotex, Plenitud, Suave y Kleenex. La firma reafirmó su compromiso con el país con una visita a la planta Santa Clara, a la asistieron Ricardo Márquez, presidente de la SNI, Edde Cuellar, Alcalde Municipal de Ate y Aldo Defilippi, director ejecutivo de Amcham Perú. Desde la pandemia, la empresa promovió dos vacunatones en sus dos plantas de producción, brindó su apoyo a comunidades locales durante la cuarentena y desarrolló programas sociales como “Baños Cambian Vidas” y “Un abrazo para cada bebé”.

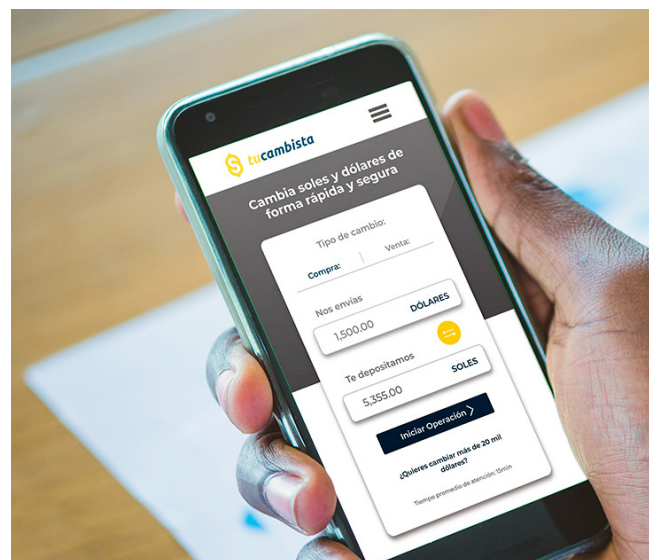


Metas y novedades solares

Siderperú instaló un sistema de termas solares mixtas en cinco áreas productivas de su planta en Chimbote, las cuales tienen colectores solares para captar la energía necesaria. Durante los 15 años de vida útil de estas termas se generará un ahorro de US\$ 30,000 y 70,000 kWh. De esta manera la empresa afianza su estrategia de sostenibilidad, sumado al programa de Huella Hídrica, contribuyendo con la reducción de huella de carbono y cuidado del medio ambiente. También fue reconocida con la tercera estrella del Ministerio del Ambiente por su gestión en huella de carbono y desarrollo de producción limpia. Asimismo, el primer trimestre del año, la marca alcanzó su mayor cotización en los últimos diez (S/ 1.87).

Ventajas fintech

Tucambista, empresa fintech líder en el mercado de cambio de divisas, destacó que la tecnología ha cumplido un rol importante durante la pandemia. Así, debido a la demanda de los consumidores, las mypes se han digitalizado, siendo esto parte importante para la reactivación económica y generación de empleo. Rosa Félix, Rosa Félix, Cofundadora de Tucambista, afirmó que, a través de las herramientas tecnológicas se han desarrollado productos financieros, potenciando los comercios con tecnología en banca móvil y tecnología de remesas. Sus nuevas técnicas administrativas permiten ahorrar tiempo y recursos, lo que ha tenido como resultado que el ecosistema de fintech se triplique desde el 2017.



Eventos

01 Jun



Gerencia Legal

Contrataciones con el Estado y nuevas alternativas de contratación pública

Organiza:
Gerencia Legal

Hora: 6:30 p.m.

Link de inscripción:
<https://bit.ly/3wJAqPK>

02 Jun

CFE - Centro de Formación Empresarial

Aprende cómo manejar las finanzas de tu empresa ante una coyuntura complicada

Organiza:
CFE - Centro de Formación Empresarial

Hora: 5:30 p.m.

Link de inscripción:
<https://bit.ly/3IFXUWI>

01 Jun



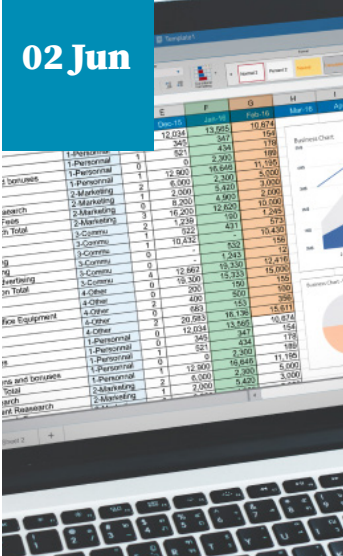
Atención al Asociado Covid 19 – Como deberá responder la industria a la próxima ola – Experiencia internacional

Organiza:
Atención al Asociado

Hora: 04 p.m.

Link de inscripción:
<https://bit.ly/3NAAgGM>

02 Jun



Comité de la Pequeña Industria - COPEI

Master Excel Básico

Organiza:
Comité de la Pequeña Industria – COPEI

Hora: 7 Pm

Link de inscripción:
<https://bit.ly/3LDVbY4>

03 Jun



Servicios Legales - SNI

**Webinar:
Preparación
ante los cambios
laborales código de
trabajo y principales
proyectos de ley**

Organiza:
Servicios Legales - SNI

Hora: 5:00 p.m.

Link de inscripción:
<https://bit.ly/3amY16T>

22 Jun



**Comité de Plásticos:
IV Congreso
Internacional de la
Industria Plástica**

Organiza:
Comité de Plásticos

Hora: 08:00 a.m.

Link de inscripción:
<https://bit.ly/3wTf5do>

Servicios Legales - SNI

**Taller:
Régimen de
Retenciones,
Percepciones y
Deducciones del
IGV**

Organiza:
Servicios Legales - SNI

Hora: 3:00 p.m.

Link de inscripción:
<https://bit.ly/3wITh3Y>

**15-16
Jun**



| Sigamos trabajando juntos



ESPACIOS & Eventos

Retomamos nuestras actividades presenciales para volver a organizar tus eventos, reuniones de trabajo y encuentros empresariales en nuestros funcionales ambientes, **cumpliendo todos los protocolos de bioseguridad.**



Diseñamos y planificamos juntos tus próximos eventos



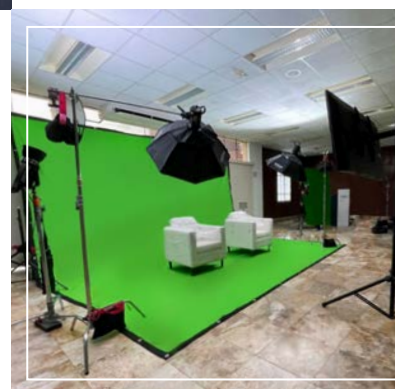
Contamos con un espacioso jardín y amplio estacionamiento



Tenemos los espacios ideales, en la mejor ubicación de *San Isidro*



Disfruta además de nuestro nuevo servicio de eventos virtuales de **ALTO IMPACTO**



Contáctanos: 989 583 330 yaccinelli@sni.org.pe

CERTIFICADOS DE ORIGEN



SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS



CONOCE NUESTROS BENEFICIOS

- ✓ Atención y asesoría personalizada en los beneficios arancelarios de acuerdo a cada TLC.
- ✓ Asistencia y asesoría permanente para el llenado de declaraciones juradas y certificados de origen en la VUCE (Ventanilla única de Comercio Exterior).
- ✓ Formatos sin costo para los diferentes acuerdos comerciales.
- ✓ Beneficios especiales para operadores logísticos
- ✓ Servicios especializados y otras certificaciones; certificaciones de origen no preferenciales, constancias de origen y legalizaciones.
- ✓ Servicio Delivery a sus oficinas*

(* Sujeto a evaluación

 **JUNTOS EN TU PROCESO DE EXPORTACIÓN**



Alcance detallado en nuestro certificado ISO 9001:2015

Contáctanos:

Sede Central y Callao

✉ iminope@sni.org.pe

☎ 986 646 376

Sede Arequipa

✉ origenarequipa@sni.org.pe

☎ 958 956 038



www.sni.org.pe