

PERUMIN 2025

LA GRAN VITRINA MINERA Y TECNOLÓGICA DE AMÉRICA LATINA REGRESA A AREQUIPA.

EXCLUSIVA

ENTREVISTA CON ALEJANDRO INDACOCHA.

MEF

US\$9.960 MILLONES EN MEGAPROYECTOS: TRANSPORTE, SALUD, TURISMO Y MÁS HASTA 2026



ESCUDO FINANCIERO

Del Banco Central a la geopolítica: las claves que permiten a las empresas proteger sus operaciones frente a un escenario internacional que enfrenta desde aranceles súbitos hasta crisis sociales en mercados estratégicos. (Pg 5)

Confía en *tecnología* Confía en **ADLIM**



Sistema de Estabilización Craneal



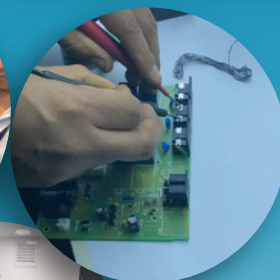
Mesas de operaciones



Sistema de Radiofrecuencia Fraccionada Microablatoivo

Capacitaciones & Mantenimiento

Más de **15 años** siendo tus socios estratégicos en **tecnología a la vanguardia** y **servicios integrales**.



www.adlim.pe

[adlim.peru](https://www.instagram.com/adlim.peru)

[ADLIM PERU](https://www.facebook.com/ADLIMPERU)

[988-888-941](tel:988-888-941)



Linde Perú saluda a la Clínica Ricardo Palma por su 50° Aniversario

Celebramos una historia de
compromiso con la salud de las
personas



En Linde estamos comprometidos con hacer nuestro mundo más productivo, a través de soluciones y servicios que ayuden a nuestros clientes a ser más exitosos y eficientes.



Editorial

En un mundo en constante transformación, Revista Economía reafirma su compromiso de ofrecer a nuestros lectores una mirada integral sobre los temas que marcan la agenda nacional e internacional. En esta edición, abrimos con una columna de un reconocido internacionalista que nos invita a reflexionar sobre el papel del sol en América Latina y cómo este elemento, más allá de lo simbólico, dialoga con los retos de la integración regional y la actualidad global.

En el ámbito nacional, destacamos el avance del Aeropuerto Internacional de Chinchero en Cusco, una obra emblemática que ya supera el 33% de ejecución y que promete convertirse en un motor para el turismo

y el desarrollo descentralizado del país. Asimismo, analizamos el proyecto de la península artificial del Callao, infraestructura estratégica que proyecta estar lista en 2029 y que cambiará la dinámica logística y portuaria del Perú.

Nuestro propósito es brindar información rigurosa, con una narrativa clara y propositiva, que permita comprender los procesos económicos y sociales en su real magnitud. Invitamos a nuestros lectores a sumergirse en cada página y a seguir siendo parte activa de este diálogo que construimos desde la economía hacia el futuro del país.

Índice

- 5** OPINIÓN:
EL SOL EN LATINOAMÉRICA Y ACTUALIDAD INTERNACIONAL
- 8** EXCLUSIVA
Entrevista con Alejandro Indacochea.
- 10** INFRAESTRUCTURA
El Aeropuerto Internacional de Chinchero en Cusco supera el 33% de avance.
- 14** MEF
US\$9.960 millones en megaproyectos: transporte, salud, turismo y más hasta 2026
- 20** FINANZAS
Efectivo, Tarjetas y Yape: el latido diferente de los pagos en Perú y Europa.
- 30** SECTOR INMOBILIARIO
Venta de viviendas en Lima creció 25% en el primer semestre y proyecta expandirse 16% al cierre del 2025
- 32** ALIANZAS ESTRATÉGICAS
Perú proyecta más de US\$ 1,100 millones en oportunidades comerciales con Japón
- 35** INFRAESTRUCTURA
MEF impulsa desarrollo regional con inversiones en Amazonas y megaproyecto vial en Cusco.
- 42** EXPORTACIONES
Exportaciones de café peruano superan los US\$ 300 millones en primer semestre del 2025
- 43** PERUMIN 2025
La gran vitrina minera y tecnológica de América Latina regresa a Arequipa.

AÑO XXVI N° 112 – 2025

Director:

Elio Huamaní

Ger. de Gestión de Negocios:

Nelly Barturén

Área de prensa:

Juan Carlos Peralta

Relaciones Públicas:

Lucero Aucapeure

Marketing:

Pamela Vega

Community Manager:

Anali Barturen Alvarez

Diseño gráfico publicitario:

Marco Ramírez A. / W.: 968872878

Dpto. Legal:

Dr. Hernán Rondón C.

Es una publicación de:

Editora Grupo Conceptos Perú S.A.C.

Calle Gonzáles Prada 342 of 203 Miraflores Lima 18 Perú

Tel.:(511) 651 2626 Telefax: (511) 651 2631

Dirección en EE.UU: 3022 Warder ST. NW. Washington DC

Prensa: prensa@revistaeconomia.com

Publicidad: marketing@revistaeconomia.com

Los artículos firmados son de responsabilidad de sus autores. Se autoriza la reproducción total o parcial de la información de esta edición, siempre y cuando se cite la fuente.

Hecho el Depósito Legal N° 2008 - 09483



La fortaleza del sol peruana y gestión de riesgos geopolíticos

Por: Jorge Moreno – Internacionalista y docente de la Universidad de Lima

En los últimos 25 años, el Sol peruano convertido en la moneda más estable en América Latina, siendo empleada para transacciones en otros países de la región. Detrás de la fortaleza del Sol peruano se encuentran la autonomía y manejo ortodoxo del Banco Central de Reserva del Perú, performance macroeconómica de la economía peruana y la confianza de los agentes económicos.

La fortaleza del Sol peruano brinda a las empresas diversos beneficios, entre ellos operar en una economía estable que se traduce en un menor riesgo país, mejores condiciones de financiamiento, predictibilidad en los negocios, atraer inversión extranjera que busca economías sólidas, mayor estabilidad al mantener controlado el precio de las importaciones, protege el poder adquisitivo de los consumidores y permite atesorar riqueza, siendo el ahorro fundamental para el desarrollo de las personas y generar disponibilidad de fondos para préstamos a empresas.

La fortaleza del Sol peruano se presenta en un contexto estratégico internacional de transición hacia un mundo multipolar, caracterizado por tensiones geopolíticas por el ascenso de China, pujas de poder entre las grandes potencias, conflictos armados, ralentización de la globalización, medidas proteccionistas en el comercio internacional (alza de aranceles, normas, requisitos técnicos, cuotas, licencias entre otros), relocalización de empresas, rol dominante del petróleo

en la matriz energética, movimientos migratorios, tecnología disruptiva entre ellas fábricas robóticas e inteligencia artificial, así como la crisis del multilateralismo y una preocupante ruptura del sistema basado en reglas, en particular del derecho internacional público.

Vivimos en un mundo interdependiente y globalizado, el ambiente de negocios es muy competitivo, las empresas peruanas deben competir con empresas de China, India, México, Chile, Brasil y otros países. Podemos tener el mejor producto, bajos costos de producción, alta calidad, financiamiento y la logística apropiada, pero si no gestionamos el riesgo geopolítico, las utilidades proyectadas podrían caer dramáticamente e incluso convertirse en pérdidas. Debemos preguntarnos, qué les habría sucedido a nuestros negocios, si nuestro contenedor hubiera estado ingresando a Chile en la época de las protestas sociales. O si hubiéramos estado abasteciendo a zonas donde irrumpieron conflictos armados como Ucrania, Franja de Gaza o Irán. O, más complicado aún, cómo se verán afectados los precios relativos de nuestros productos en el mercado americano, signado por aranceles diferenciados establecidos por la administración Trump e incluso en otros mercados, por los aranceles recíprocos que la Unión Europea, China, Brasil, México, Reino Unido, Canadá y otros países están imponiendo, haciendo que la guerra comercial se vuelva global.

Frente a este escenario internacional cambiante, las empresas peruanas deben adaptarse, tomar decisiones y operar en un ambiente de alta incertidumbre, siendo fundamental gestionar los riesgos geopolíticos. En el mundo actual, los eventos de política y economía internacional surgen casi de improviso dejando a las empresas muy poco tiempo de reacción. Lo que antes pasaba en un año, ahora sucede en semanas.

Toda actividad empresarial afronta diversos riesgos, entre ellos riesgos de mercado, financieros, logísticos, operativos y siniestros. La gestión de riesgos identifica, evalúa y mitiga el impacto del riesgo, entendido el riesgo como la probabilidad de ocurrencia de un evento desfavorable y la magnitud de daños que dicho evento podría causar en el negocio. Al final del proceso, la gestión de riesgos nos muestra que riesgos podremos aceptar, mientras que otros riesgos tendrán que ser transferidos, evitados, minimizados e incluso compartidos.

Las corporaciones y empresas de primer orden han incorporado la gestión del riesgo geopolítico en sus negocios. Cada vez más, se considera clave la gestión de riesgos geopolíticos como parte del proceso de toma de decisiones. De forma permanente e integral se evalúa y analiza el ambiente internacional, incluyendo factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos y de seguridad. Fundamentalmente, se establecen posibles escenarios, frente a los cuales se toman previsiones que permitan a las empresas estar preparadas y poder responder debidamente frente a eventos geopolíticos de alto riesgo. Para tal efecto, algunas empresas han implementado el puesto de analista geopolítico (geopolitical officer), mientras que otras han optado por la contratación de servicios de consultoría especializada en gestión de riesgos geopolíticos.

En un contexto internacional VUCA (volátil, incierto complejo y ambiguo), las empresas no pueden quedar desprotegidas ante shocks internacionales, la fortaleza del Sol peruano resulta de mucha utilidad, pero no es suficiente, la gestión de riesgos geopolíticos se ha convertido en una tarea ineludible para lograr negocios exitosos, permitiendo reducir las amenazas y aprovechar las oportunidades del entorno internacional cambiante.



Exportaciones sostienen más de 1.4 millones de empleos en Perú: agroindustria y minería lideran la generación de puestos



Empleos directos asociados a exportaciones crecieron en 1%. EE.UU., la Unión Europea y China concentran más de la mitad de la demanda, mientras algunas ramas como metalmecánica y confecciones muestran retrocesos.

El sector exportador peruano continúa consolidándose como uno de los motores clave de generación de empleo formal. De acuerdo con el más reciente informe del Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales de la Asociación de Exportadores (CIEN-ADEX), en mayo de 2025 se contabilizaron 1 millón 442 mil empleos directos anualizados vinculados a los envíos al exterior, cifra que representa un crecimiento de 1% respecto a abril (1 millón 427 mil puestos).

El análisis, contenido en el reporte Empleo asociado a las exportaciones – mayo 2025, revela que los puestos de trabajo generados por exportaciones tradicionales sumaron 573 mil 601, con un aumento de 0.9%, mientras que los relacionados a los productos no tradicionales llegaron a 867 mil 977, avanzando 1.1% en el mes.

Según datos del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), el país registró en el mismo mes 4 millones 349 mil empleos privados formales, un retroceso de 6.5% respecto a abril. Esto significa que un tercio de esos puestos (33.1%) están directamente ligados a la actividad exportadora, lo que refleja la alta dependencia del mercado laboral peruano respecto al comercio exterior.

Agroindustria y minería, protagonistas

El estudio de ADEX indica que los sectores minero-energético y agroindustrial concentraron el 83.8% del total de empleo generado por las exportaciones. En el caso de la minería, los despachos de cobre, oro, cinc, hierro y molibdeno siguieron siendo los pilares, mientras que la agroindustria se benefició de la creciente demanda internacional de superfoods como arándanos, paltas, uvas, espárragos y mangos, además de café y azúcar.

En términos absolutos, la agroindustria lideró con 638 mil empleos, seguida por la minería tradicional (382 mil) y el agro primario (167 mil). Las tres categorías mostraron incrementos mensuales de 1%, 0.5% y 2%, respectivamente.

Aunque con un peso menor en el total, el sector pesca y acuicultura destacó por su mayor tasa de crecimiento mensual: 9.5%. Sin embargo, no todas las ramas tuvieron un desempeño positivo. Ocho de los 15 rubros analizados registraron caídas, encabezadas por la metalmecánica (-3.8%), maderas (-3.6%), minería no metálica (-1.7%) y pesca tradicional (-1.1%). También retrocedieron las categorías varios (-1.1%), joyería (-0.6%), siderometalurgia (-0.3%) y confecciones (-0.3%).

Destinos que más empleo generan

En el plano internacional, Estados Unidos se consolidó como el principal socio comercial en términos de generación de empleo, con 385 mil puestos asociados (26.7% del total). Le siguieron la Unión Europea, con 294 mil empleos, y China, con 238 mil. Otros destinos relevantes fueron Canadá (58 mil) y Chile (44 mil).

Aunque con menores volúmenes, algunos mercados mostraron crecimientos

sobresalientes en mayo. Australia aumentó 83% sus empleos asociados a importaciones peruanas, sumando 6 mil 311 plazas. Costa de Marfil creció 68.9% (2 mil 639 empleos) y Emiratos Árabes Unidos 63.5% (21 mil 425 empleos). Estos incrementos reflejan la diversificación geográfica de los envíos peruanos y el potencial de mercados no tradicionales.

Distribución regional del empleo exportador

La costa peruana, incluyendo Lima y Callao, concentró el 78.7% de los empleos directos vinculados a las exportaciones, con siete de sus 11 regiones mostrando resultados positivos en mayo. Destacaron Tacna, con un crecimiento de 6.4%, Lambayeque (3.9%) y Piura (3%), seguidas por Callao (1%), Ica (0.6%), La Libertad (0.5%) y Lima (0.1%).

La zona andina representó el 18% del empleo exportador, mientras que la amazónica apenas el 3.3%, a pesar de cubrir cerca del 60% del territorio nacional. Por volumen, las regiones con mayor stock de empleos fueron Lima (325 mil), Ica (188 mil), La Libertad (160 mil), Piura (129 mil), Cajamarca (86 mil) y Arequipa (72 mil).

América del Norte fue el principal generador de empleo para el Perú con 476 mil puestos, seguido de Asia (412 mil), Europa (354 mil) y América Latina (184 mil), mientras que Oceanía y África aportaron 8 mil cada uno. El CIEN-ADEX advierte que la concentración en pocos sectores y mercados plantea retos de diversificación y competitividad, especialmente en rubros con caídas. La agroindustria se consolida como sector estratégico por su adaptación a tendencias globales, y la minería mantiene su peso pese a la volatilidad de precios y exigencias ambientales.

Perú 2025: economía en recuperación, pero amenazada por la crisis política, la informalidad y la inseguridad

En entrevista exclusiva con Revista Economía, el economista y docente del Departamento de Posgrado en Negocios de la PUCP, Santiago Dávila, analiza los factores que frenan el crecimiento del país y proyecta el rumbo económico para el segundo semestre del año.

¿Cómo evalúa el panorama económico en estos primeros seis meses de 2025?

Fue positivo. El crecimiento del PBI estaría entre 3% y 4%. El BCR proyecta un cierre de 3.1%, mientras que el MEF estimaba 4%, aunque fue antes de los recientes conflictos internacionales. Como Perú depende mucho del entorno externo, esos factores afectarán las proyecciones.

¿Ese comportamiento era el previsto a comienzos de año?

No. Lo que cambio es el agravamiento de la incertidumbre global: la guerra comercial de EE.UU., la situación en Medio Oriente. Además, internamente, el sector minero se ha reducido por mantenimientos. También empieza a sentirse el efecto electoral, que suele frenar la inversión.

¿Cómo evoluciona la inversión privada?

Viene creciendo desde 2024, tras la caída de 2023. En 2025 se ha mantenido al alza. En 2026 podría desacelerarse por el clima electoral. No se espera una contracción, pero sí menor dinamismo.

¿Qué impacto tiene la inseguridad en la economía?

Es el principal problema percibido por la población. Afecta sobre todo a los pequeños negocios, pero puede escalar. Algunos empresarios prefieren pagar extorsiones antes que denunciar. No hay cifras exactas, pero sin duda impacta negativamente.

¿Qué implica la tendencia a la baja del dólar?

En Perú, el tipo de cambio ha sido más estable que en otros países. Subió a 4.10 durante el gobierno de Castillo; ahora está cerca de 3.60. Se debe a un debilitamiento global del dólar. El BCR interviene para reducir la volatilidad. Es buena noticia para quienes ganan en soles y deben en dólares, o para importadores. Menos favorable para exportadores.

¿Cómo analiza la informalidad en el país?

Tiene múltiples formas: informalidad laboral, microemprendimientos totalmente informales, y grandes empresas que eligen no formalizarse del todo. Para muchos fue una respuesta ante un Estado débil, pero hoy es un problema estructural. Perú crece, pero no genera empleo de calidad. Hay que transformar ese crecimiento en trabajo formal y digno.

¿Por qué persiste el subempleo?

Ser formal cuesta, y muchos no tienen la productividad necesaria. Sunafil fiscaliza más, pero el fondo del problema es la baja productividad. Hay que reducir los costos de formalización y aumentar la eficiencia. Sin productividad, no habrá empleo formal suficiente.

¿Qué cifras de empleo manejamos en 2025?

Hay 4.6 millones de peruanos en planillas formales, un crecimiento del 5.4%



frente al mismo periodo de 2024. Sin embargo, el 60% de la población ocupada está subempleada: trabaja menos horas de las deseadas o gana por debajo del sueldo mínimo.

¿Y qué pasa con quienes no figuran en los registros?

De los más de 32 millones de peruanos, cerca de 18 millones están en edad de trabajar. El desempleo está entre 6% y 7%, personas que buscan empleo sin éxito. Eso no debe confundirse con subempleo, donde sí se trabaja, pero en condiciones deficientes.

¿Por qué es más difícil emplearse después de los 40?

Es un fenómeno global. Cambian los requerimientos, las herramientas de trabajo. Es clave seguir capacitándose y actualizarse. La formación continua es esencial para mantenerse vigente en el mercado.

¿Cómo está la inversión en grandes proyectos?

La inversión privada es el motor de la economía. En 2023 cayó 7%, pero se recuperó en 2024 y crece en 2025. Proyectos como el aeropuerto Jorge Chávez o el puerto de Chancay se ejecutan progresivamente. Promover inversión debe ser una prioridad política y un indicador de gestión.

¿Qué se espera para el segundo semestre del año?

El MEF proyectaba 4%, el BCR bajó la proyección a 3%, y es probable que se ajuste más. Los conflictos externos y la inestabilidad política interna seguirán golpeando. Es posible que aumenten las tensiones entre Ejecutivo y Congreso, lo que afectará aún más la economía.



Alejandro Indacochea: "El Perú es un país privilegiado, pero la corrupción y la inseguridad frenan su desarrollo"



En entrevista con Revista Economía, el analista político y económico Alejandro Indacochea advierte que la falta de voluntad política y la desarticulación del sistema de seguridad están debilitando al país en pleno auge minero y agroexportador. Además, proyecta un escenario político fragmentado hacia las elecciones del 2026 y llama a los ciudadanos a un voto racional frente a la crisis actual.

¿Qué le ha parecido la perspectiva de su viaje con una serie de ministros, llevando convenios y contratos de 17,300 millones de dólares en dos años, por sus visitas a Indonesia, Corea y Japón?

La presidenta vive en un mundo paralelo, más enfocado en viajes y frivolidades. Si era un viaje protocolar, pudo hacerlo con una comitiva pequeña. En cambio, llevó ministros que tienen tareas urgentes en el país. Dicho esto, el vínculo con Asia es estratégico: el siglo XXI es el siglo del Pacífico y, con Chancay, Perú está llamado a ser un eje de integración entre Sudamérica y Asia.

Dentro de estos parámetros, ¿qué beneficio le trae a Perú este viaje a Japón?

En un contexto global donde muchas economías se cierran, Perú cuenta con 23 TLC y una red de integración amplia. Visitar Japón y otros países de Asia es positivo, pues refuerza la imagen del país como hub de integración latinoamericano.

Recientemente, Donald Trump mencionó Lima como una de las ciudades más violentas. ¿Qué considera sobre esta apreciación?

Lamentablemente, no se equivoca. Este año podríamos llegar a 5,000 homicidios, lo que golpea la inversión y la mo-

ral ciudadana. Se necesita una estrategia distinta: inteligencia, sistemas modernos y una Policía equipada y actualizada.

¿Qué cambios requiere el sistema de seguridad para ser efectivo?

Modernizarlo. La Policía carece de chalecos adecuados, mientras se compran camionetas de lujo para generales. Muchas comisarías tienen equipos obsoletos. Además, la justicia es ineficaz y favorece la corrupción. Sin coordinación ni voluntad política, la inseguridad avanza.

¿Por qué no hay una voluntad de los ministros para articular un plan contra la delincuencia organizada?

Porque no entienden que el crimen cambió. Ya no son bandas locales, sino redes internacionales. Pero seguimos con patrullajes tradicionales, sin inteligencia ni herramientas modernas para enfrentarlas.

Esta situación de inseguridad está ahuyentando a los empresarios. ¿Qué nos espera para 2025 de cara a las elecciones de 2026?

El gobierno no tiene agenda prioritaria. La presidenta se centra en viajes y los ministerios se reparten como botín político. Eso desmoraliza y deja al país sin rumbo, mientras el Congreso y sus aliados mantienen el control.

¿Cómo considera la inflación hasta mitad de año y el panorama económico hacia las elecciones?

Perú es un país privilegiado. Con Chancay, la bonanza minera y el crecimiento agroexportador, podríamos alcanzar los 15,000 millones en exportaciones. Con un gobierno eficiente, en diez años sería posible superar la pobreza.

¿Qué tan difícil es cerrar las brechas de inequidad en Perú?

El problema no es falta de recursos, sino corrupción e ineficiencia. Hay 14 presidentes regionales sentenciados, y un Congreso que aumenta su presupuesto sin control. La salida es justicia social, equidad y servicios básicos de calidad.

De cara a las elecciones de 2026, ¿cómo visualiza la política peruana y la participación ciudadana?

La oferta electoral será confusa, con agrupaciones improvisadas y sin ideología. Los ciudadanos deben ser conscientes y reconocer a los responsables de la actual crisis: Perú Libre, la vicepresidenta Boluarte y el Congreso que la respalda.

En relación con la inseguridad, ¿qué papel deberían desempeñar las municipalidades y la Policía Nacional?

Las municipalidades necesitan una reforma. En Lima hay una atomización de municipios pequeños, sin recursos ni capacidad para integrarse al sistema de seguridad. Con la caja fiscal comprometida por los próximos cinco años, quien entre a la municipalidad de Lima no tiene ingresos para ejecutar proyectos. El problema no es falta de recursos, sino capacidad de gestión.

¿Cuál es su mensaje final para los ciudadanos en este periodo electoral?

Estamos en un periodo electoral; el ciudadano debe ser racional, no dejarse manipular por dogmas ni populismo. Debemos identificar a los responsables de la crisis de seguridad y corrupción y votar para un país diferente. Perú es un país privilegiado con un futuro que debemos construir.



CCL prevé un crecimiento de 3% para la economía peruana en 2025

Ositrán reconoce mejoras en infraestructura, pero advierte sobre señalética deficiente, congestión vial y falta de accesos peatonales. LAP asegura estar afinando detalles para garantizar una operación eficiente desde junio.

La proyección se respalda en la estabilidad macroeconómica y en el dinamismo de sectores clave como servicios, comercio y construcción.

El Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de la Lima (CCL) estimó que el Producto Bruto Interno (PBI) nacional registraría un crecimiento de 3 % en 2025, cifra superior a lo proyectado a inicios de año (2.8%).

Óscar Chávez, jefe del IEDEP de la CCL, sostuvo que la proyección responde al entorno de estabilidad macroeconómica, así como las perspectivas de crecimiento de sectores estratégicos como Servicios, Comercio y Construcción, cuyos desempeños superarían el 3 %.

Además, se prevé que, para este año, todos los sectores productivos registrarán un desempeño positivo.

La proyección se sustenta también por los resultados sólidos del PBI durante el primer trimestre (3.9%). A ello se suman los resultados favorables de los términos de intercambio cuyos niveles históricos se mantienen altos, así como la inflación que continúa dentro del rango meta (entre 1% y 3%).

La actividad minera registraría un avance de 2.6 % este año, al considerar que, entre enero y abril, fue uno de los sectores que más dinamizó la economía peruana. Para el sector agrario se prevé una expansión de 3.1 %, pues en los últimos meses ha mostrado un crecimiento sólido por la expansión de cultivos de alto valor, como arándanos, mangos y uvas.

No obstante, advirtió que ciertos riesgos internos podrían afectar la expansión del PBI. “Un incremento de las paralizaciones en el país, sumado a la incertidumbre política en el contexto de las elecciones de 2026, y el avance de la inseguridad ciudadana, podrían debilitar el dinamismo de la actividad económica y alterar las proyecciones de crecimiento”, señaló el jefe del IEDEP de la CCL. No obstante este posible escenario, el economista espera que estos riesgos, específicamente las paralizaciones, sean eventuales.

Consumo privado

En materia de consumo privado, la CCL estimó una tasa de crecimiento de 3.1 %, por lo que será uno de los componentes de la demanda que más crecerá este año.

Explicó que las perspectivas favorables responden a la recuperación cíclica de la economía, la generación de empleo formal privado que, a abril de este año, creció un promedio mensual de 7.1%. Esto, sumado a la baja inflación (1.7% anual) y el poder adquisitivo de los hogares que se ha robustecido.

Inversión privada y pública

Respecto a la inversión privada, se espera una recuperación por la mejora en la confianza empresarial, la reducción de la tasa de interés y una mayor inversión residencial. En ese sentido, la CCL estimó un crecimiento para este componente en 4.9%.

La inversión pública que, evidenció un crecimiento de 11.2% en el primer trimestre, alcanzará una expansión de 6.8%. Ello por el buen avance de megaproyectos contenidos y priorizados en el Plan Nacional Sostenible para la Competitividad (PNISC) 2022 - 2025, que comprende una inversión de 146,622 millones de soles para 72 proyectos en diversos sectores como transportes, comunicaciones, agua y saneamiento, entre otros.

Déficit fiscal

Respecto al déficit fiscal, la CCL estimó un cierre en 2.7% del PBI. Si bien representa una mejora frente al 3.5% registrado en 2024, dicha cifra está por encima de la meta fiscal de 2.5% del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF).

Entre los factores determinantes para este resultado figura la recuperación gradual de los ingresos tributarios y la moderación del gasto público. No obstante, persiste una presión fiscal asociada a la poca eficiencia del gasto, especialmente en gobiernos subnacionales, y a la necesidad de controlar exoneraciones, subsidios y presiones adicionales en un contexto preelectoral.

Efectivamente, Perú registró un aumento significativo en sus ingresos tributarios -de 13.9% en el periodo enero-abril y de 11.5% en mayo- debido a la evolución de la actividad económica. No obstante, el crecimiento proyectado de 3% este año, podría limitar una mayor recaudación.



Aeropuerto de Chinchero avanza un tercio, pero persisten dudas sobre plazos y transparencia

10

Con un 33% de avance físico, el megaproyecto en Cusco sigue su camino para convertirse en el segundo aeropuerto más grande del país. Autoridades locales y congresistas piden mayor claridad en el cronograma, medidas de seguridad y soluciones a los accesos, mientras el MTC proyecta su puesta en marcha hacia 2027.

El proyecto del Aeropuerto Internacional de Chinchero en Cusco continúa su desarrollo, alcanzando un 33% de avance físico en sus obras principales. La cifra la confirmó el titular del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) de Perú, César Sandoval, durante una reciente inspección a los trabajos que se ejecutan en la provincia de Urubamba.

Desde la zona de construcción, el ministro César Sandoval explicó que el progreso actual comprende la ejecución de componentes fundamentales de la nueva infraestructura. Entre ellos se encuentran los trabajos en el terminal de pasajeros, el cerco perimétrico de seguridad, la conformación de la franja de pista de aterrizaje y la cimentación de la futura torre de control.

Los trabajos, a cargo del Consorcio Nacionalidad de Chinchero y con la asistencia técnica de la Oficina de Gestión de Proyectos (PMO) de Corea en el marco de un acuerdo gobierno a gobierno, avanzan para materializar el que será el segundo aeropuerto más grande del país.

Una vez operativo, el AICC reemplazará al actual Aeropuerto Internacional Alejandro Velasco Astete (CUZ), cuyas operaciones están limitadas por su ubicación dentro de la ciudad de Cusco y una infraestructura que ya alcanzó su máxima capacidad.

Comisión de Fiscalización analizó actual avance de obras

La Comisión de Fiscalización y Contraloría, presidida por el congresista Juan Burgos Oliveros (PP), llevó a cabo su vigésima sexta sesión extraordinaria en el departamento de Cusco con el objetivo de evaluar el avance físico, presupuestal y técnico del Proyecto Especial Aeropuerto Internacional de Chinchero, una de las obras de infraestructura más importantes para el desarrollo del sur del país.

Durante la jornada, se abordaron aspectos claves como la ejecución del cerco perimétrico, el terminal de pasajeros, la pista de aterrizaje, así como la situación de las vías de acceso y la proyección de entrega de las distintas fases del megaproyecto.

Pese a haber sido invitado, el ministro de Transportes y Comunicaciones, César Sandoval Pozo, no asistió a la sesión aduciendo una agenda recargada.

En su lugar, participó Paola Marín Ugarte, jefa de la Dirección de Regulación, Promoción y Desarrollo Aeronáutico del MTC, quien informó que el avance general del proyecto se sitúa actualmente en 32% y que se espera culminar el aeropuerto hacia fines del 2026, iniciando pruebas operativas el 2027.

Marín Ugarte precisó que el expediente técnico de la torre de control tiene un avance del 91% y la pista de aterrizaje alcanza el 72%. Aclaró que ya ha recibido anticipos por 30 millones de dólares, debidamente garantizados con cartas fianza.



Exigen mayor claridad y transparencia

El congresista Guido Bellido (PP) resaltó que el cerco perimétrico cumple con estándares internacionales, aunque pidió mayor esfuerzo para cumplir los plazos. Ruth Luque (BDP) cuestionó la falta de transparencia y denunció restricciones a la prensa. Héctor Acuña (NoA) dudó que se cumpla el cronograma 2026 debido a diseños técnicos inconclusos.

El congresista Burgos solicitó al MTC detalles sobre el aumento presupuestal, medidas de mitigación, procesos judiciales y uso de anticipos, advirtiendo que la obra debe ser un símbolo de desarrollo y no de opacidad.

Demandan seguridad y planificación

El alcalde provincial de Cusco, Luis Panjo Calvo, expresó su preocupación por la ausencia de unidades especializadas de la Policía Nacional y solicitó la instalación de una base permanente de la Fuerza Aérea del Perú en el aeropuerto, ante la alta vulnerabilidad frente a desastres naturales y amenazas de seguridad.

A su turno, el consejero regional Macedo Rueda Quintana instó a establecer una visión de largo plazo que garantice sostenibilidad, integración territorial y responsabilidad ambiental.

Por su parte, el alcalde distrital de Chinchero, Alcides Cusihamán, exigió el inicio inmediato de las etapas aún pendientes como la pista de aterrizaje, estación eléctrica y planta de tratamiento de aguas. Además, alertó sobre la falta de solución a los accesos viales, aspecto crítico para la conectividad de la infraestructura.





Asfaltado de vía Sencca–Quispihuara–Piuray–Chincheru recibe más de S/ 119 millones

Con casi 15 km de doble vía, ejecutados por administración directa, esta carretera conectará comunidades rurales con centros urbanos y turísticos, mejorará el acceso al aeropuerto de Chincheru y dinamizará el desarrollo del Valle Sagrado del Cusco.

La región del Cusco da un paso clave hacia la integración territorial y el impulso al turismo. El 17 de junio de 2025, el Gobierno Regional del Cusco, a través de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones, anunció el inicio del asfaltado de la carretera Sencca–Quispihuara–Piuray–Chincheru, un proyecto estratégico con una inversión superior a los 119 millones de soles que beneficiará a 158 705 habitantes.

La nueva vía, de aproximadamente 14.7 kilómetros y de doble sentido, unirá de forma directa las provincias de Cusco, Anta y Urubamba, y se realizará mediante administración directa, lo que permitirá un control más eficiente del proceso constructivo. Durante la ceremonia de inicio, autoridades regionales y comunitarias celebraron el avance y resalta-

ron el impacto social y económico de la obra. Aunque no se citó directamente al gobernador Werner Salcedo, el tono oficial remarcó que la carretera no solo facilitará el transporte, sino también fortalecerá la integración entre comunidades, servicios y centros turísticos.

Medios como PeruConstruye enfatizaron que esta vía mejorará el acceso al futuro Aeropuerto Internacional de Chincheru, dinamizando al mismo tiempo el turismo, el comercio y servicios básicos en el Valle Sagrado. De modo similar, RNL A Radio subrayó que el proyecto representa una inversión de más de 120 millones de soles, ejecutada con maquinaria y plantas de asfalto propias, generando además oportunidades laborales en la zona.

La ejecución por administración directa también implica que se utilicen recursos y capacidades locales, con personal y equipos de la misma administración cusqueña, lo que aumenta el compromiso institucional y la eficiencia en obra.

Impacto en conectividad y turismo

La carretera Sencca–Quispihuara–Piuray–Chincheru será más que un camino. Al tratarse de una ruta moderna y segura, constituirá un eje para reducir tiempos de desplazamiento entre comunidades del Valle Sagrado y el nuevo aeropuerto, mejorando la experiencia de

turistas y facilitando el flujo de personas y mercancías. PeruConstruye puntualiza que esta conexión constituye una vía clave para dinamizar el comercio, la producción local y el turismo.

Además, medios locales como RNL A Radio destacan que este tramo está diseñado para interconectar Cusco, Poroy, Cachimayo (Anta) y Chincheru, articulando así un corredor crucial para la región.

Ventajas sociales y productivas

Este segmento vial facilitará no solo el traslado vehicular, sino también el peatonal, elevando los estándares de seguridad. Las comunidades rurales, que hasta ahora enfrentaban desplazamientos lentos y en vías no pavimentadas, verán mejorado su acceso a educación, salud, mercados y servicios en centros urbanos.

La obra tiene el potencial de fortalecer el comercio local, llevando productos agrícolas y artesanales a mercados turísticos y urbanos, mientras reduce costos logísticos y mejora la competitividad de los productores de la zona.

Puesta en valor del Valle Sagrado

El turismo es un motor central de la economía cusqueña. Al ofrecer una vía más eficiente, el proyecto incrementa la accesibilidad a atractivos culturales en el Valle Sagrado, posicionándolo aún más como destino privilegiado para visitantes internacionales. Además, el acceso fluido al aeropuerto de Chincheru consolidará a la región como un corredor estratégico dentro del circuito turístico nacional e internacional.

En contexto de infraestructura nacional

Este esfuerzo vial en el Valle Sagrado se suma a otros proyectos de integración vial en Cusco. Recientemente, el MTC ha avanzado en la adquisición de terrenos para un corredor más amplio —una futura autopista de cuatro carriles entre Cusco, Chincheru y Urubamba—, que demandará una inversión estimada de S/ 445 millones y podría beneficiar a más de 400 mil personas.





SANNA Clínica San Borja: medio siglo de innovación y compromiso institucional

Este año, SANNA Clínica San Borja celebra su 50.^o aniversario, consolidándose como una referencia nacional en medicina privada, alta complejidad, tecnología médica y gestión institucional.

De sus orígenes a la consolidación institucional

Fundada con una visión de ofrecer atención médica integral con altos estándares, SANNA Clínica San Borja inició su trayectoria en 1975 enfocándose en servicios clínicos avanzados. Desde entonces, ha impulsado hitos que marcaron un antes y un después en la medicina privada peruana:

- En 1991, el equipo de cardiología y cirugía cardiovascular de la clínica realizó los dos primeros trasplantes de corazón llevados a cabo en una institución privada del país
- En 1998, fue pionera en el país al hacer el primer implante coclear, dispositivo que estimula el nervio auditivo

para tratar la sordera neurosensorial

- Fue además la primera clínica privada con centro de hemodiálisis ambulatoria, lo que consolidó su liderazgo en atención renal
- En 2012, inauguró su área de trasplante de médula ósea y se convirtió en la primera clínica privada del país acreditada por el Ministerio de Salud para realizar transfusiones de progenitores hematopoyéticos, alcanzando más de 60 intervenciones exitosas en una década
- Ese mismo año adquirió el microscopio Pentero, instalado en cirugía neurológica, tecnología considerada la más moderna en Perú en ese momento.
- Desde 2013, forma parte de la Red SANNA, respaldada por grupos de salud y financieros como Credicorp, Banmédica y UnitedHealth, fortaleciendo su estructura institucional y capacidad operativa.

Infraestructura, tecnología y modernización

A lo largo de cinco décadas, la clínica ha evolucionado no solo en servicios médicos, sino también en equipamiento y gestión institucional:

- En 2012, inició un proceso de remodelación integral y renovación tecnológica, incluyendo la adquisición del mencionado microscopio, sistemas de resonancia, ecografía 6D y software AWSERVER para procesado de imágenes, mejorando diagnósticos y tiempos de atención en hasta un 60 %.
- En julio de 2025, inauguró una nueva sede de consultorios ambulatorios en Av. Javier Prado Este 1407 1417, con 20 consultorios adicionales para atención pediátrica y de adultos. Cuenta con sistemas de pago digital (dos tótems) y transporte interno entre sedes operativas desde 2020. Esta iniciativa amplía la capacidad de atención y mejora la experiencia del paciente.
- En 2025, SANNA San Borja incorporó un paquete tecnológico de última generación: resonador magnético GE OPTIMA MR450x 2 T con IA asistida, tomógrafo GE Revolution Apex, sistema da Vinci Xi de cirugía robótica, nuevo microscopio Pentero 900, FibroScan compacto y un PET/CT digital de alta resolución.

Estas inversiones reflejan una estrategia institucional orientada a la excelencia clínica, la eficiencia operativa y la mejora continua de su infraestructura y calidad del servicio.

Equipo humano y estructura institucional

SANNA Clínica San Borja cuenta hoy con un staff médico de aproximadamente 400 profesionales altamente especializados en medicina interna, cardiología, neurología, oncología, cirugía, pediatría, ginecología, entre otras subespecialidades. Este personal aporta no solo experiencia clínica sino también sensibilidad humana, un valor institucional que la clínica ha mantenido como sello distintivo desde sus inicios.

La adhesión a la Red SANNA en 2013 permitió potenciar su capacidad institucional, integrando buenas prácticas operativas, protocolos clínicos estandarizados y respaldo financiero para proyectos de innovación, especialmente tras la alianza con grupos financieros como Credicorp y Banmédica.



Responsabilidad social y alianzas estratégicas

En su faceta de institución con enfoque social y educativo, SANNA ha establecido convenios con entidades académicas y de formación técnica. Por ejemplo, mantiene un convenio de tres años con el Instituto Daniel Alcides Carrión, brindando oportunidades laborales y beneficios para estudiantes y colaboradores de SANNA.

Adicionalmente, la clínica ha fortalecido sus mecanismos institucionales de atención al cliente: en 2024 presentó mejoras a su Plan de Salud Complementario, incluyendo una plataforma digital de gestión de reclamos con alertas de estado, seguimiento desde el registro hasta el cierre del caso y reportes periódicos al Comité de Calidad. Este hito institucional refleja un compromiso con la transparencia y la protección de derechos de los pacientes supervisado por SUSALUD (Superintendencia Nacional de Salud).

Sector salud privado en Perú: contexto y desafíos

En el contexto del aniversario, es relevante observar el entorno institucional del sector salud privado en el país:

- El mercado privado peruano está altamente concentrado en alrededor de 15 grupos empresariales, liderados por cadenas como Clínica Internacional Grupo Breca, Auna, Grupo San Pablo, Credicorp SANNA, entre otros. Para los años 2023-2024 se estima una consolidación de sedes y proyectos de expansión, y al menos tres nuevos grupos planean ingresar al sector en 2025.
- Las inversiones se centran en tres áreas clave: infraestructura, tecnología de última generación y descentralización de servicios, con la finalidad de ampliar la cobertura en Lima y provincias.
- Pese a la expansión, la capacidad del sector privado aún es modesta: se estima que el sistema cuenta con solo 1 500 camas privadas en todo el país, un número bajo en comparación a la región, lo que limita su impacto en la atención institucional de interacción.

En este contexto, SANNA Clínica San Borja ha mantenido coherencia institucional tanto en el desarrollo de infraestructura como en la mejora del acceso y calidad de atención, en línea con las tendencias del sector

Salud privada en Perú: inversión, transformación digital y competencia

En paralelo al crecimiento de clínicas como SANNA San Borja, el sector salud privado en Perú atraviesa una etapa de profunda transformación, marcada por la inversión en infraestructura, la adopción de tecnologías médicas avanzadas y una competencia creciente entre grandes grupos económicos que apuestan por la medicina de alta complejidad como diferencial de marca.

El mercado se reconfigura

Según datos del Ministerio de Salud (Minsa) y analistas privados, el mercado de servicios de salud privados representa actualmente cerca del 30 % del gasto total en salud en Perú. La mayor parte de este se concentra en clínicas, policlínicos, laboratorios, aseguradoras de salud y redes integradas, que ofrecen atención directa o convenios con EPS.

A lo largo de los últimos 10 años, grupos como Auna, Grupo San Pablo, Clínica Internacional (Grupo Breca), SANNA (Credicorp), Limatambo Salud, entre otros, han desplegado una intensa estrategia de expansión, especialmente en Lima Metropolitana y algunas ciudades del sur y norte del país.

De acuerdo con un estudio de la consultora EY Perú (2024), las inversiones acumuladas en el sector privado de sa-

lud superan los US\$ 1 200 millones en la última década, con un enfoque centrado en:

- Ampliación de infraestructura hospitalaria y ambulatoria.
- Incorporación de equipamiento de diagnóstico y cirugía de alta gama.
- Desarrollo de plataformas digitales y telemedicina.
- Descentralización de servicios hacia regiones.

Tecnología médica como ventaja competitiva

El acceso a tecnología médica avanzada es uno de los principales diferenciales que las clínicas privadas promueven frente a las limitaciones del sistema público.

Equipos como tomógrafos de alta resolución, resonancias magnéticas con inteligencia artificial, cirugía robótica (como el sistema Da Vinci) y sistemas integrados de gestión de pacientes (HIS) han dejado de ser una rareza y se convierten en estándar entre las instituciones de primer nivel.

Clínicas como SANNA, Auna o Clínica Delgado han invertido en soluciones digitales para historia clínica electrónica, inteligencia de datos para decisiones médicas, seguimiento de pacientes crónicos y atención personalizada.

En 2024, por ejemplo, SANNA Clínica San Borja incorporó un nuevo PET/CT digital, resonador magnético GE 3T y sistemas de ultrasonido 6D, mientras que Auna anunció la renovación de su centro de radioterapia oncológica con tecnología Elekta Synergy.





El MEF lanza portafolio de US\$9.960 millones en megaproyectos: transporte, salud, turismo y más hasta 2026

La estrategia incluye 40 adjudicaciones y busca dinamizar la economía a través de obras emblemáticas como la Carretera Central, la Longitudinal de la Sierra y el tren Lima-Ica.

El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) del Perú ha trazado una ambiciosa hoja de ruta en infraestructura: adjudicar 40 megaproyectos por un valor total de US\$9.960 millones entre 2025 y julio de 2026, en un esfuerzo por reactivar la economía, cerrar brechas sociales y potenciar la competitividad regional. Esta apuesta, canalizada principalmente a través de ProInversión, también integra mecanismos como Asociaciones Público-Privadas (APP), Gobierno a Gobierno y Obras por Impuestos (Oxi).

De los 40 proyectos, 34 serán adjudicados en 2025 con un valor agregado de US\$8.600 millones. Los sectores involucrados incluyen transporte, salud, educación, electricidad, saneamiento, infraestructura industrial y turismo, y tendrán impacto directo en 21 departa-

mentos del país, beneficiando a más de 15 millones de peruanos.

Proyectos insignia: conectividad y desarrollo

Uno de los pilares del plan es la nueva Carretera Central, un megaproyecto que se ejecutará bajo convenio de Gobierno a Gobierno con Francia, y que contempla 185 kilómetros de vía entre Lima y La Oroya. Con una inversión que supera los S/24.000 millones, busca transformar la conectividad del centro del país, reducir drásticamente los tiempos de viaje y mejorar la seguridad vial para más de 10 millones de ciudadanos.

Otro proyecto emblemático es la Longitudinal de la Sierra – Tramo 4, cuya adjudicación está prevista para julio de 2025. Con una extensión de 965 kilómetros en regiones como Junín, Huancavelica, Ica, Ayacucho y Apurímac, y una inversión de US\$1.582 millones, se estima que beneficiará a 1,6 millones de personas, dinamizando el transporte y el comercio regional.

El componente ferroviario también tiene un rol estratégico: el tren Lima-Ica será adjudicado bajo modalidad de Gobierno a Gobierno, mientras que ProInversión liderará en agosto la adjudicación de la APP para el tren Andahuaylas-San Juan de Marcona, consolidando la apuesta

por sistemas de transporte sostenibles y de largo alcance.

Inversión en servicios básicos y sectores clave

En saneamiento, destaca la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) Chincha, con una inversión de US\$97 millones y un alcance de 345.000 beneficiarios. Además, se incluyen nueve iniciativas similares en ciudades como Cajamarca, San Martín, Puerto Maldonado, Trujillo, Cusco e Ilo, reforzando la infraestructura de servicios básicos.

El portafolio también incluye componentes turísticos, como el teleférico a Choquequirao, cuya adjudicación se prevé para fines de 2025. Este proyecto busca facilitar el acceso a uno de los destinos arqueológicos más importantes del país, dinamizando las economías de Cusco y Apurímac.

En salud, se contempla la adjudicación de la operación y mantenimiento del Hospital de Emergencias Villa El Salvador por US\$290 millones, en beneficio de más de un millón de limeños. En educación, se ejecutará el Centro de Alto Rendimiento de Lima Metropolitana, pensado para promover el desarrollo de talento juvenil.

El modelo Oxi como complemento

En paralelo, el MEF proyecta asignar más de S/4.000 millones durante 2025 mediante el mecanismo de Obras por Impuestos (Oxi). Desde su implementación en 2009, este modelo ha permitido financiar 710 proyectos por un total de S/12.839 millones, impactando positivamente a más de 22 millones de peruanos.

Finalmente, entre enero y julio de 2026, se completará el paquete con seis proyectos adicionales por US\$1.091 millones, consolidando así un esfuerzo estructural por modernizar la infraestructura nacional.

Este portafolio de inversiones se presenta como una oportunidad crítica no solo para acelerar el crecimiento económico, sino también para sentar las bases de un desarrollo más equitativo, descentralizado y sostenible.





Cacao, palta y arándano peruanos conquistan el mundo: lideran agroexportaciones en primer semestre de 2025

En el primer semestre del año, el cacao, la palta y el arándano se consolidaron como los productos estrella del sector, impulsando la expansión de un rubro que hoy genera empleo formal para cerca de 800 mil personas y coloca al país en el top 10 global de exportadores de frutas frescas.

El éxito de estas agroexportaciones no es producto del azar. Desde la década de los noventa, el Estado peruano apostó por abrir la economía mediante leyes de promoción y tratados comerciales, obligando a las empresas a competir en el mercado internacional. El resultado: un sector agroexportador moderno, competitivo y en constante innovación, que ha transformado la canasta exportadora de productos tradicionales a superalimentos con alta demanda global.

Machu Picchu Foods lidera con cacao de calidad y enfoque sostenible

Durante el primer semestre, Machu Picchu Foods S.A.C. encabezó el ranking de

empresas agroexportadoras con envíos por US\$ 238 millones, gracias a su fuerte presencia en derivados del cacao como manteca (37%) y polvo (16%). Con operaciones que abarcan siete regiones del país y alianzas con más de 15 mil fincas familiares, su enfoque sostenible y descentralizado ha sido clave para garantizar la calidad del producto y su expansión en mercados como Estados Unidos, Chile y Argentina.

Camposol pisa fuerte con arándano como producto estrella

En segundo lugar se ubica Camposol S.A., con una proyección clara a cerrar el 2025 como la mayor agroexportadora del país. Su portafolio diversificado incluye arándano, palta, pitahaya, espárrago y mandarina. El arándano representa ya el 70% de sus ingresos, con exportaciones por US\$ 85 millones. Camposol también es pionera en nuevas líneas de negocio como la pitahaya y se prepara para aprovechar el nuevo puerto de Chancay como trampolín hacia Asia.

Danper completa el podio con modelo flexible y enfoque gourmet

Con US\$ 107 millones exportados, Danper Trujillo ocupa el tercer lugar gracias a su flexibilidad operativa y su apuesta por la diversificación. Su palta ha sido el producto más exportado en

el semestre, mientras que se espera que el arándano lidere al cierre del año. La empresa apuesta también por productos de alto valor como los pimientos, espárragos y su línea gourmet Casa Verde, orientada a mercados premium.

Segundo semestre: gigantes como Beta y Virú alistan el repunte

El panorama para la segunda mitad del año anticipa el ingreso al escenario de otros grandes jugadores como Virú S.A. y Complejo Agroindustrial Beta, cuyas principales campañas (arándano, uva, palta) alcanzan su pico entre agosto y diciembre. Ambas empresas se caracterizan por integrar toda la cadena de producción y enfocarse en productos con alto valor agregado y sostenibilidad.

Una revolución silenciosa que transforma el Perú rural

Hoy, más de 2,590 empresas exportan productos agrícolas desde el Perú, y cada año se suman nuevas compañías. Este crecimiento ha generado un efecto multiplicador que impacta en toda la cadena productiva, desde la investigación genética hasta el empleo rural formal. La agroexportación ya alcanza a uno de cada seis trabajadores del sector agrícola, y se proyecta que en dos décadas podría llegar a representar a la mitad de ellos.

Con mercados abiertos en Estados Unidos, Europa, China y Asia, y con empresas cada vez más tecnificadas y sostenibles, el Perú ha pasado de ser un exportador marginal a una potencia reconocida a nivel global. En 2024, el país ocupó el puesto 8 del mundo en exportación de frutas frescas, un salto gigantesco desde el puesto 50 que ocupaba en 2001.

Rumbo al top 5 mundial

El desafío ahora es mantener este crecimiento frente a la competencia internacional, el cambio climático y la transformación de la logística global. Las empresas peruanas han demostrado que están a la altura. El país ya no solo exporta frutas: exporta innovación, sostenibilidad y resiliencia.





Cadena de distribución: Una oportunidad para la sostenibilidad en el negocio

Por: Richard Fernández, Director Técnico y Cadena de Suministro en Arca Continental en Perú

Hoy más que nunca, las grandes compañías enfrentan un doble desafío en el aspecto logístico: mantener operaciones cada vez más eficientes y, al mismo tiempo, desarrollar una cadena de valor sostenible. Este equilibrio se logra únicamente con decisiones estratégicas que incorporen tecnología, innovación y compromiso social y ambiental.

Desde Arca Continental en Perú creemos que una cadena de suministro moderna

debe mover de forma inteligente productos del punto de producción al punto de comercialización de manera rápida, mientras se optimizan recursos, a la par que se reducen emisiones y se genera valor en cada eslabón.

Esto es particularmente importante en un país como el Perú, donde el pequeño comercio, los bodegueros, mayoristas, distribuidores locales, cumple un rol esencial en la economía y son un aliado

estratégico muy importante en nuestro negocio

Nuestra cadena de distribución atiende a miles de comercios a nivel nacional. Cuando planificamos y asignamos mejor las rutas, cuando proveemos herramientas digitales a nuestros clientes para que puedan realizar sus pedidos, tener acceso a promociones y que puedan hacer sus pedidos cuando lo requieran, estamos generando valor para el bodeguero o el pequeño comerciante. Esto con el objetivo de que no se desabastezca, que no pierda ventas y que pueda gestionar mejor su inventario.

Además, una distribución más eficiente también significa menos recorridos innecesarios, menor consumo de combustible y, por tanto, una reducción real en nuestras emisiones.

Contamos con una flota moderna compuesta por vehículos con certificación Euro 5, vehículos eléctricos y unidades que operan a gas natural vehicular (GNV), lo que nos permite reducir significativamente nuestras emisiones contaminantes y mejorar el rendimiento energético de cada viaje.

Esta transición hacia una movilidad más limpia va de la mano con sistemas de planificación que optimizan las cargas, maximizan el uso de cada unidad y reducen los tiempos de entrega. Así, logramos operaciones más eficientes, seguras para nuestros equipos, y con un menor impacto ambiental.

Todo este esfuerzo tiene un hilo conductor: poner la tecnología al servicio de las personas que favorezcan la eficiencia de toda nuestra cadena de Distribución.

La digitalización y el uso de tecnología no deben ser una moda, sino estar orientados a optimizar oportunidades reales y específicas en cada organización. Uno de nuestros objetivos fundamentales es entregar a cada cliente productos que incluyan una propuesta de valor añadido. Atender a nuestros clientes en todo el territorio nacional es parte de nuestro compromiso.





Península artificial del Callao estaría lista en 2029: megaproyecto redefinirá el borde costero peruano

El litoral chalaco podría experimentar una transformación sin precedentes a partir de 2029 con la ejecución de “Puerta del Pacífico”, el primer megaproyecto de península artificial en el Perú.

Diseñado para ocupar 200 hectáreas sobre el mar, el plan impulsado por ProInversión apunta a crear un nuevo polo urbano que combine zonas residenciales, comerciales y turísticas, con un impacto económico sostenido tanto en la región como a nivel nacional.

El proyecto plantea una visión inédita en el país: extender el suelo urbano hacia el mar mediante la construcción de una península artificial, replicando experiencias de Dubái o Singapur. Esta ampliación no solo cambiaría la silueta del puerto principal del Perú, sino que también generaría espacios de recreación para la población, con nuevas playas públicas, parques acuáticos, áreas verdes y zonas comerciales.

La modalidad de Proyectos en Activos

A diferencia de las obras públicas tradicionales, los Proyectos en Activos trasladan la totalidad de los riesgos y costos al inversionista privado, mientras que el Estado interviene como facilitador. En la práctica, no se emplearán fondos públicos ni se comprometerán recursos fiscales, lo que convierte al esquema en un modelo atractivo para obras de gran escala.

Hernández explicó que, una vez culminada la etapa de formulación técnica —prevista para fines de 2025—, el proyecto será declarado de interés público. Desde entonces, otros consorcios podrán presentar propuestas. Si existe más de un postor, se abrirá un concurso internacional; de lo contrario, la adjudicación será directa.

Plazos y ejecución

La construcción demandará entre tres y cuatro años tras la adjudicación. Bajo este cronograma, la entrega se proyecta para 2029, plazo respaldado por experiencias similares en el mundo. El proyecto estará a cargo de un consorcio internacional especializado en megaproyectos marítimos.

Asimismo, contempla estudios rigurosos de impacto ambiental y social, así como la integración de energías limpias y siste-

mas de gestión de residuos para garantizar sostenibilidad.

Impacto económico y social

La inversión estimada es de 800 millones de dólares, que dinamizarán la economía a través de la generación de empleo directo e indirecto. En la fase de construcción se prevé la participación de miles de trabajadores, mientras que en operación se crearán puestos en comercio, hotelería y servicios.

Más allá de la inversión, “Puerta del Pacífico” se perfila como un nuevo referente urbano, capaz de dinamizar el turismo y posicionar al Callao como un punto estratégico del litoral sudamericano. Los espacios recreativos —como playas y parques— buscan democratizar el acceso al ocio, beneficiando a la población local.

El componente inmobiliario permitirá diversificar la oferta habitacional y de oficinas, al tiempo que atraerá nuevas cadenas hoteleras y centros comerciales, estimulando inversión en sectores complementarios como transporte y gastronomía.

El rol de ProInversión

ProInversión lidera la estructuración de la propuesta como organismo especializado en atraer capital privado hacia sectores estratégicos. En este caso, coordina con instituciones públicas y privadas para garantizar un proceso competitivo y transparente, reforzando la confianza del mercado.

“Con la Puerta del Pacífico queremos marcar un antes y un después en la forma de planificar las ciudades peruanas”, enfatizó Hernández. “No se trata únicamente de un proyecto inmobiliario o turístico, sino de un polo de desarrollo que mejorará la calidad de vida de miles de personas”.

Una nueva silueta para el Callao

De cumplirse los plazos, 2029 marcará un hito en la historia urbana del Perú. La península artificial no solo ampliará la frontera urbana de la capital, sino que la dotará de un espacio contemporáneo y sostenible, con estándares internacionales.



INKABOR: 40 Años transformando el boro en valor

18

Este año marca el cuadragésimo aniversario de Inkabor S.A.C., la empresa peruana líder en la producción y exportación de fertilizantes y derivados del boro, con presencia en más de 35 mercados en todo el mundo.

Fundada en 1985, fruto de la fusión de siete productores independientes adquiridos por el grupo italiano Colorobbia, Inkabor se constituyó como actor clave del sector químico y minero peruano desde su origen.

Trayectoria

Inkabor nació cuando Colorobbia —un conglomerado con más de seis décadas en el sector cerámico y del vidrio— decidió integrar operaciones de producción de boro en Sudamérica para abastecer a sus plantas y mercados globales. Esa estrategia transformó a una agrupación de productores locales en una operación consolidada con mina propia, planta de procesamiento y capacidad de exportación.

Desde sus primeras exportaciones en 1997, Inkabor registró envíos superiores a 1.3 millones de dólares y cerca de 4 millones de kg de boratos, cifra que aumentó significativamente en 1998, con exportaciones por más de 10 millones USD y casi 29 millones kg de carga. Hasta 2023, continuó operando como importador exportador del mineral, sumando más de 1.4 millones USD en importaciones ese año.

Capacidades de producción y certificaciones

Inkabor opera una mina a cielo abierto a unos 78 km al noreste de Arequipa,

en el paraje conocido como Laguna de Salinas, cerca del volcán Misti y Ubinas. Posee certificaciones internacionales ISO 9001 (calidad), ISO 14001 (gestión ambiental) e ISO 45001 (seguridad). Produce fertilizantes de boro como Fertibagra, un producto de alta pureza con control de slow release y certificación para agricultura orgánica, además de ácido bórico, ulexita y borato de zinc.

Con una capacidad acumulada de producción superior a 100 000 toneladas métricas de boratos y más de 300 empleados, Inkabor se posiciona como el principal productor sudamericano de este mineral estratégico.

Impacto económico y alcance global

Las exportaciones han llevado los productos de Inkabor a más de 35 países, atendiendo más de 30 segmentos industriales, incluyendo agricultura, cerámica, vidrio, madera, acero y mucho más. En Estados Unidos, puertos como Savannah (Georgia), Houston y Oakland registran los mayores volúmenes de importación de productos Inkabor, con actividad competitiva en 2023–2024.

La combinación de mina propia, procesos de secado y formulación avanzada permite a Inkabor ofrecer fertilizantes con alto contenido de boro (hasta 50 % más que competidores), con mezclas compatibles con técnicas de fertirriego y agricultura tecnificada, reduciendo pérdidas por lixiviación y evitando toxicidad en suelos sensibles. Además, su política de monitoreo ambiental y desarrollo social en comunidades arequipeñas refleja un compromiso corporativo con la sostenibilidad.

Conflictos territoriales

A pesar de su trayectoria, Inkabor ha enfrentado conflictos sociales. En noviembre de 2021, comuneros de Moquegua y Arequipa protestaron, tomaron instalaciones y retuvieron personal por recla-



mos de uso de terrenos y distribución de tributos entre regiones. El conflicto surgió por la extracción en zonas que pertenecen —según comunidades— a Salinas Moche (Moquegua), pero que Inkabor opera desde Arequipa. Esto evidencia tensiones persistentes en torno a licencias sociales y distribución equitativa de beneficios.

Cuatro décadas: De la extractiva a la industrial

Primera década (1985–1995): Consolidación minera y exportadora

Inkabor se forma como entidad unificada bajo Colorobbia en 1985. Aunque las exportaciones empiezan en 1997, los primeros años se dedicaron a reorganizar minas, infraestructura y establecer planta de procesamiento, así como obtener certificaciones internacionales. La sólida base técnica y financiera permitió escalar operaciones rápidamente.

Segunda década (1996–2005): Crecimiento exportador y diversificación de mercados

El salto en exportaciones entre 1997 y 1998 revela una fase de expansión rápida: Inkabor pasa de exportar menos de 2 millones USD en 1997 a más de 10 en 1998. Durante estos años también empezó a importar ciertas materias primas para complementar su oferta, diversificando tipos de boratos y formas de presentación.



Tercera década (2006–2015): Innovación de producto y posicionamiento global

La adhesión a estándares ISO y la formalización como agente de retención IGV (2012) consolidó su legitimidad y competitividad. Se introducen productos como Fertibagra y aumentó el enfoque hacia agricultura, lo que diversificó sus segmentos atendidos en más de 30 industrias.

Cuarta década (2016–2025): Presencia global, retos sociales y sostenibilidad

Inkabor amplió presencia en América, Europa, Asia y África (más de 35 países). Sin embargo, en 2021 enfrentó un conflicto territorial con comunidades de Moquegua y Arequipa, obligándola a reactivar diálogo social con apoyo de la Defensoría del Pueblo. A pesar de ello, mantiene certificaciones ambientales y de calidad, e implementa programas de desarrollo comunitario en Arequipa.

El sector del boro y fertilizantes en Perú y Sudamérica

Importancia estratégica del boro

El boro es un micronutriente esencial en agricultura, utilizado para mejorar la calidad de cultivos, aumentar rendimientos y controlar fisiopatías como la caída de frutos. En sectores como cerámica, vidrio y acero, también funciona como aditivo técnico.

Participación peruana en el mercado de boratos

Inkabor, como principal productor sudamericano, cubre una cuota significativa del suministro regional. Su materia prima proviene de yacimientos locales en Arequipa y Moquegua, lo que reduce dependencia de importaciones en la región.

Competencia y mercados internacionales

A nivel global, Chile también produce boratos (suelos salinos del Salar de Atacama), y potenció la competencia regional. Sin embargo, la estrategia de Inkabor de procesar localmente, contar con planta certificada y adaptarse a nichos industriales le asegura mayor valor agregado.

Retos del sector en Perú

- Infraestructura y logística: mover mineral desde zonas altoandinas hacia puertos como Callao y luego embarcarlo internacionalmente sigue siendo complejo y costoso.
- Regulación social y conflicto minero: como vieron sus conflictos territoriales en 2021, la minería genera tensiones si no se negocian adecuadamente beneficios con comunidades locales.
- Sostenibilidad ambiental: asegurar prácticas responsables en zonas sensibles a la escasez hídrica, erosión y contaminación.
- Acceso a financiamiento e inversión tecnológica: aunque respaldada por Colorobbia, muchas empresas nacionales tienen

dificultades para escalar producto hacia mercados sofisticados.

40 años después: impacto, desafíos y proyección

Aportes al desarrollo económico

Inkabor ha generado empleo directo para más de 300 personas, más indirectos en comunidades cercanas a la mina y planta. Ha diversificado segmentos industriales y contribuido gasto fiscal regional (Arequipa), aunque reclamos de tributación persisten en Moquegua.

Internacionalmente, su presencia en al menos 35 países demuestra que Perú no solo exporta materias primas, sino productos terminados con valor agregado e innovación.

Innovación tecnológica y sostenibilidad

Con fertilizantes de alta pureza como Fertibagra, Inkabor ha mejorado la eficiencia agronómica en cultivos sensibles al déficit de boro. Su certificación ISO 14001 muestra compromiso ambiental, y su método de secado lento evita lixiviación y contaminación en suelos sensibles.



PALACIOS & ASOCIADOS
CONSORCIO LOGISTICO

Más de 50 años de trayectoria y un sólido equipo de profesionales, complementado por una plataforma tecnológica robusta y flexible.

- ▶ Agenciamiento de Aduanas
- ▶ Agenciamiento de carga
- ▶ Transporte local y nacional
- ▶ Almacenaje y Distribución
- ▶ Seguro de carga internacional
- ▶ Gestión de carga de proyectos
- ▶ Logística integral.



FELIZ 40° ANIVERSARIO INKABOR

Es un privilegio para nosotros acompañarlos en el camino, apoyando sus operaciones con soluciones logísticas diseñadas para estar a la altura de su visión y de la calidad que los distingue. Valoramos profundamente la confianza que han depositado en nosotros y celebramos con entusiasmo sus logros y crecimiento.



www.pasoc.pe
Palacios & Asociados
 Consorcio Logístico
 ventas@pasoc.pe



Efectivo, Tarjetas y Yape: el latido diferente de los pagos en Perú y Europa

Por José Luis Veiga, especialista en plataformas de pago

En el mundo globalizado, asumimos que las transacciones financieras son universales. Pero basta pisar las calles de Lima y luego las de Madrid, Berlín o Estocolmo para sentir un pulso distinto. La cultura del pago, ese gesto cotidiano, revela profundas diferencias históricas, económicas y sociales entre Perú y Europa. No es sólo tecnología; es mentalidad, confianza y adaptación.

Perú: la agilidad del salto digital sobre la informalidad

El Perú es un caso fascinante de transformación acelerada. Durante décadas, el efectivo fue rey indiscutible, reflejo de una economía informal significativa y una desconfianza histórica hacia el sistema bancario tradicional. Llevar billetes no era solo costumbre, era una necesidad práctica para mercados, transporte y pequeños comercios donde el plástico brillaba por su ausencia.

Sin embargo, en un salto casi sin aviso, Perú ha abrazado con pasión las billeteras electrónicas, especialmente Yape y Plin. Este fenómeno no es casualidad:

1. Respuesta a una necesidad urgente: ofrecieron soluciones instantáneas, sin necesidad de cuentas bancarias complejas ni historial crediticio, democratizando las transacciones digitales.
2. Conveniencia en la informalidad: permiten pagar en la bodega de la esquina, al vendedor ambulante o dividir la cuenta en una cevichería con la misma facilidad que el efectivo, pero sin su riesgo físico.
3. Cultura joven y adaptable: una población joven, ávida de tecnología, adoptó estas herramientas masivamente, impulsada por su simplicidad e inmediatez ("yapeame" o "plineame" es verbo).

4. La sombra del efectivo: aunque retrocede, sigue siendo vital. La desconfianza residual y la necesidad de anonimato en ciertos sectores lo mantienen vigente. Las tarjetas de crédito, mientras tanto, avanzan, pero su penetración aún está muy lejos de los niveles europeos y sigue asociada a un segmento socioeconómico más alto o a compras específicas.

Europa: la diversidad bajo la búsqueda de eficiencia

Hablar de Europa es hablar de un mosaico. Las diferencias entre el norte tecnificado y el sur más aferrado al efectivo (como Alemania y Austria frente a Italia y España) son abismales. Sin embargo, hay patrones:

1. Dominio de las tarjetas (especialmente débito): son el estándar establecido desde hace décadas. El sistema bancario es robusto, la bancarización es casi universal y el uso de tarjetas (contactless especialmente) es fluido, rápido y percibido como seguro en la mayoría de comercios formales. El "tap & go" es la norma.
2. Efectivo: resistencia cultural y privacidad. En países como Alemania, el efectivo es una cuestión cultural profunda vinculada a la privacidad y al control del gasto. En otros, como España o Italia, sigue siendo crucial para pequeños comercios y mercados. El Banco Central Español insiste en mantenerlo como opción accesible.
3. Billeteras digitales: adopción heterogénea. Soluciones como Bizum (España) o Swish (Suecia) tienen éxito local, pero son menos universales que Yape o Plin en Perú. Las grandes (Apple Pay, Google Pay) ganan terreno, pero conviven con las tarjetas físicas. Falta el fenómeno disruptivo "nativo digital" peruano. La infraestructura bancaria existente es tan sólida que dificulta la irrupción de alternativas radicalmente nuevas.



4. Regulación y armonización: la UE impulsa fuertemente la integración de pagos, buscando eficiencia y costes bajos en transacciones transfronterizas. La seguridad y la protección al consumidor son pilares fuertes.

El contraste que enseña

- Origen: Europa evolucionó de efectivo a tarjetas a digital. Perú saltó masivamente de efectivo a móvil, casi omitiendo la etapa dominante de las tarjetas.
- Driver principal: en Europa prima la "eficiencia y seguridad" dentro de un sistema consolidado. En Perú, fue la inclusión y la adaptación a la realidad informal lo que impulsó la revolución digital.
- Protagonistas: Europa confía en su sistema bancario tradicional. Perú encontró héroes en soluciones ágiles creadas por los propios bancos (Yape del BCP, Plin para el resto de bancos) pero con lógica de startup.
- Ritmo: Perú muestra una velocidad de adopción asombrosa, impulsada por la necesidad. Europa avanza, pero con el lastre de infraestructuras heredadas y hábitos muy arraigados.

No hay un modelo superior, sino dos respuestas a contextos distintos. Perú enseñó al mundo que la inclusión financiera masiva puede lograrse con soluciones simples, móviles y centradas en el usuario real, saltándose etapas. Europa muestra la solidez, seguridad y eficiencia de un sistema bien regulado, aunque a veces menos ágil para innovaciones disruptivas.



No se murió el marketing digital. Solo perdió el alma.

Por Franco Rubio – Director General de INSIDE

Hace poco escuché a un gerente decir que el marketing digital ya no le servía. Que gastaba y no vendía. Que antes funcionaba mejor. Entonces le pregunté qué estaba haciendo. Me mostró algunos posts, campañas con 10% de descuento, un par de reels con música de tendencia. Todo limpio. Todo correcto. Todo muerto.

Y ahí me quedó claro: el marketing digital no ha perdido su poder. Lo que perdió fue el sentido. Porque lo que está fallando no es la tecnología, ni el canal, ni la gente. Es que muchas marcas están haciendo contenido por inercia, no por intención. Están tan ocupadas en cumplir con el calendario de publicaciones, que se olvidaron de que el verdadero reto no es aparecer: es conectar.

Durante años, nos obsesionamos con estar en digital y en aparecer en todas las plataformas sociales posibles. Aprendimos a segmentar, a pautar, a publicar. Pero se nos olvidó algo más básico: entender a quién le hablamos, por qué le debería importar y qué gana si se queda escuchando. Hoy muchas marcas parecen tener el mismo brief, la misma voz, el mismo tono neutro con estética Canva. Se ven bien, pero no dicen nada. Se sienten como una sala de espera: ordenada, silenciosa... e inolvidable por aburrida.

Y no es por falta de presupuesto. Es por falta de propósito. Por miedo a arriesgar, por no hacer el trabajo incómodo de entender los miedos, deseos, palabras y emociones de sus clientes reales. Se segmenta por edad y género, pero no por frustraciones. Se pauta según horario, pero no según narrativa. Se publica por cumplir, no por provocar. Y cuando el contenido no parte de una verdad, se nota. No molesta, pero tampoco emociona. No incomoda, pero tampoco se queda.

Entonces, ¿qué sí funciona hoy? Funciona lo que es real. Lo que parte de un insight, no de un KPI. Funciona lo que entiende y reproduce el lenguaje de la

calle, no solo el de la marca. Funciona lo que parece más un TikTok grabado orgánicamente en casa que una pieza de 15 mil dólares en estudio. Porque el consumidor de hoy ya no solo mira: escanea, ignora, se burla, comparte... y a veces ama. Pero para amar, primero tiene que sentir que eso fue hecho por alguien como él.

En INSIDE lo hemos comprobado. El año pasado, por el Día del Gamer, Tambo nos pidió una campaña para conectar con ese público. No queríamos hacer una promo más con mandos y luces LED. Nos hicimos una pregunta más incómoda: ¿qué le duele al gamer peruano? Y descubrimos algo hermoso. Muchos extrañaban jugar con la libertad que tenían antes y revivir espacios como las cabinas de internet. Ese lugar físico donde jugaban, competían, se picaban, se conocían, se sentían parte de algo.

Así nacieron las Tambo Cabinas: tiendas convertidas en cabinas noventeras, torneos reales, contenido nativo en TikTok, y una pelea fake que se viralizó sin gastar un sol en pauta. Más de 30 millones de views, ventas duplicadas, un engagement brutal y, lo más importante, una comunidad pidiendo que volviera. Porque no fue una campaña. Fue una conversación. Y en digital, cuando logras eso, lo demás es consecuencia.

¿Se necesita una fortuna para lograrlo? No. Lo caro no es una idea potente. Lo caro es insistir en una débil. Como mencioné líneas arriba, debemos dejar atrás el miedo a arriesgar, aún más cuando tienes como principal insumo las pasiones y frustraciones de tu público, cuando entiendes cómo conectar y provocar una reacción genuina en este. He visto marcas lograr impacto real con bajo presupuesto; cuando saben qué quieren decir, con qué propósito lo hacen y a quién le están hablando. Lo importante no es el presupuesto, sino el enfoque. No se trata de llenar redes. Se trata de darles un contenido que no parezca publicidad, pero que igual te deje claro quién está detrás.



21

Y sí, la inteligencia artificial ha sido clave para nosotros. En INSIDE la usamos como parte de una segunda transformación digital. Nos ayuda a investigar más rápido, a escribir mejor, a ser más ágiles sin perder cabeza. Pero el uso estratégico de la IA también nos obligó a volver a lo esencial y darnos cuenta de que algo estaba mal: la perfección. Porque hoy, en un mundo lleno de contenido perfecto, la gente confía más en lo imperfecto. Lo humano es el nuevo lujo. Un error en cámara, una reacción genuina, un video mal grabado... vale más que una producción de 10 tomas. Porque lo real toca. Y lo perfecto, muchas veces, solo desliza.

Es ahí donde nace el nuevo reto: aprender a generar contenido imperfecto con una IA que te ofrece respuestas perfectas, cuestionarla constantemente y usarla solo como una herramienta. Porque si dejamos que todo lo resuelva la IA, olvidamos lo más importante: salir a la calle, escuchar a las personas y entender sus verdaderos insights.

Viene una era donde las marcas sin cara van a desaparecer. Donde publicar por cumplir será igual a no existir. Donde mostrar el proceso será más valioso que mostrar el resultado. Donde entretener, emocionar y mojarse un poco será más efectivo que tratar de gustar a todos. Y donde las marcas que no se atrevan a hablar con voz propia, van a sonar como un eco más en la multitud.

El marketing digital no está muerto. Lo que a veces se muere es el alma con la que lo hacemos. Y cuando eso pasa, ni el mejor algoritmo puede salvarte.



Embajador de Canadá: «Queremos que más empresas saquen ventaja usando el TLC de Canadá y Perú y puedan ver los beneficios del comercio internacional»

En entrevista exclusiva con *Revista Economía*, Louis Marcotte, embajador de Canadá en Perú y Bolivia, detalla cómo la relación bilateral avanza en inversión minera responsable, comercio agrícola, educación, cultura y tecnología limpia.

¿Cómo describiría el momento actual de las relaciones diplomáticas y económicas entre Canadá y Perú?

Veo la relación con optimismo y en constante fortalecimiento. Canadá y Perú comparten la condición de países del Pacífico y de las Américas, lo que nos lleva a coincidir en foros regionales y multilaterales como la OMC, el Acuerdo Global sobre Comercio y Género (GTAGA) y APEC. Esto nos permite crear más oportunidades de prosperidad para nuestras poblaciones. Canadá también está apoyando el proceso de adhesión de Perú a la OCDE, lo que facilitará una mayor complementariedad entre nuestras economías. Además, ambos países se encuentran a la vanguardia de la transición energética y el desarrollo de minerales críticos, con una colaboración que abarca inversión, producción y cadenas de suministro, lo que sin duda elevará nuestra relación bilateral a un nuevo nivel.

¿Qué productos y servicios son más representativos del intercambio comercial?

La relación comercial es amplia y diversa: incluye agricultura, minería, tecnolo-

gía limpia, educación, defensa, infraestructura y servicios financieros. Si bien la minería es el sector más reconocido, por cerca de 40 años Canadá ha sido socio clave del Perú en todo el ciclo minero. Actualmente, operan alrededor de 60 empresas mineras canadienses —algunas responsables de descubrimientos como Constancia y Marcobre—, además de unos 80 proveedores especializados, incluyendo firmas de ingeniería y consultoría ambiental. Otro pilar es el trigo: Canadá es el principal exportador hacia Perú, con el 77% del mercado local en 2023, lo que nos enorgullece por el papel que desempeñamos en la gastronomía peruana. A su vez, importamos productos agrícolas peruanos como espárragos, café, uvas, mandarinas, mangos y paltas.

¿Qué nuevas oportunidades de inversión destacan en el mercado peruano?

La minería sigue generando interés, especialmente por el potencial de Perú en minerales críticos y estratégicos, con 8 de los 17 identificados globalmente presentes en el país. A esto se suman inversiones en otros sectores. En 2024, la canadiense Cooke Seafood adquirió Copeinca, la mayor empresa pesquera de Perú y uno de los principales productores de harina y aceite de pescado de anchoveta del mundo. También hay capitales en agricultura —como el Public Sector Pension Investment Board en HFE Berries— y en el sector financiero, con Scotiabank consolidado como uno de los bancos más grandes del país desde su llegada en 2006.

A 15 años del TLC, ¿qué aspectos son prioritarios de fortalecer?

Desde su entrada en vigor, el comercio bilateral se ha más que duplicado, al-



canzando CAD 7,800 millones en 2024. Perú es hoy el segundo socio de Canadá en Sudamérica, y Canadá es el cuarto mercado de exportación para Perú a nivel mundial. El TLC también impulsó la inversión directa canadiense, que se multiplicó por siete en sectores como minería, infraestructura, banca, petróleo y acuicultura. El reto ahora es que más empresas —incluidas las lideradas por mujeres e indígenas— conozcan cómo funciona el acuerdo y aprovechen sus beneficios.

¿Cómo promueve Canadá la minería responsable?

La actividad minera implica una responsabilidad social, ambiental y de gobernanza. Canadá promueve estándares como “Impulsando la Exploración Responsable” (PDAC) para la etapa de exploración, y “Hacia una Minería Sostenible” (MAC) para la operación. Estos programas ofrecen guías prácticas para pasar de principios a resultados medibles. También hemos desarrollado el Kit de Herramientas de Minería, adaptado al contexto peruano, que incluye un anexo sobre consulta previa y pautas para mejorar el diálogo comunitario. Asimismo, participamos en los Principios Voluntarios para seguridad en operaciones extractivas respetando los derechos humanos.

¿Qué iniciativas fomentan el turismo bilateral?

El turismo fortalece los lazos entre personas y economías. Por eso celebramos que Air Transat opere vuelos directos a Perú desde diciembre de 2023, y que Air Canada reanude sus rutas en diciembre de 2025, ampliando la conectividad y las oportunidades para viajeros de ambos países.



IDAMA fortalece su rol en inspección de radioayudas y amplía servicios regionales

Aldo Pejovés, gerente general de la firma declara a Revista Economía que la empresa peruana especializada en servicios aeronáuticos trabaja desde el 2016 con CORPAC en calibración de sistemas clave, asumiendo responsabilidades en el Jorge Chávez.

Desde su fundación en 1999, IDAMA —una empresa peruana dedicada a servicios aeronáuticos— ha consolidado su participación en el ámbito técnico de la navegación aérea. Su labor ha estado centrada en la inspección y calibración de radioayudas —instrumentos esenciales para el mantenimiento de trayectoria y altitud en condiciones de baja visibilidad o vuelos nocturnos— cuya verificación debe realizarse de manera semestral o anual.

Según Pejovés, desde 2016 coordinan estrechamente con la Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial (CORPAC), dado que esta no dispone de aeronaves ni tecnología propia para este tipo de inspección. La compañía opera en virtud de contratos licitados, cubriendo tareas de inspección en vuelo y mantenimiento de estos sistemas críticos.

Con la reciente ampliación del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, IDAMA ha asumido la inspección del nuevo sistema Instrument Landing System (ILS) y las luces PAPI (Precision Approach Path Indicator) de la segunda pista. El sistema ILS facilita la aproximación precisa de las aeronaves, mientras que el sistema PAPI (luces de aproximación de precisión en pista de aterrizaje) brinda una referencia visual al piloto sobre el ángulo de descenso correcto durante la aproximación final.

La empresa también mantiene el control del sistema de comunicaciones aeronáuticas, lo que añade una dimensión clave para la operatividad de la infraestructura aérea. Estas tareas reflejan un compromiso técnico sostenido en el fortalecimiento de la navegación aérea en el país.

Expansión al sector privado y a mercados extranjeros

En el sector privado, IDAMA presta servicios al proyecto Camisea, de Pluspetrol, donde realiza mantenimiento de helipuertos, inspecciones en vuelo, mantenimiento de radioayudas y control aviarío —una actividad destinada a mitigar incidentes relacionados con el tráfico de aves en zonas operativas.

Además, Pejovés indica que la empresa ha comenzado a atender requerimientos de equipos especializados provenientes de países como Paraguay, Chile, Argentina y algunas naciones de Centroamérica. Esta expansión apunta a una estrategia de crecimiento regional, ampliando su alcance más allá del mercado peruano.

Contexto

La labor de IDAMA se realiza en un entorno que demanda precisión técnica y seguridad operativa. Los sistemas que inspecciona —ILS, PAPI y comunicaciones aeronáuticas— son indispensables para garantizar aterrizajes seguros en una red aeroportuaria que opera bajo normas estrictas internacionales.

La tercerización del servicio por parte de CORPAC refleja un modelo operativo basado en la subcontratación especializada. Este esquema posibilita acceso a tecnología y capacitación técnica sin requerir la posesión directa por parte del organismo estatal, al tiempo que define una relación contractual clara y vigente desde 2016.

La intervención en el Jorge Chávez, especialmente en las nuevas instalaciones relacionadas con la segunda pista, posiciona a IDAMA en un escenario donde



las exigencias técnicas se elevan. Sin embargo, no se ha señalado públicamente si existen plazos específicos ni desafíos particulares en la ejecución de estas tareas. La compañía sigue en operación bajo los parámetros previstos en los contratos adjudicados.

Retos y consideraciones

Para afianzar su posicionamiento internacional, IDAMA deberá enfrentar diversos retos, entre ellos:

- Adecuar sus operaciones a normativas internacionales tanto técnicas como administrativas.
- Establecer redes de soporte y logística en los países donde participa.
- Competir con empresas regionales o globales especializadas.
- Mantener certificaciones y estándares que respalden su confiabilidad técnica.

IDAMA representa un actor técnico relevante en el segmento de inspección y mantenimiento de radioayudas en el Perú. Su consolidación como proveedor de CORPAC desde 2016 lo ha instalado como referente nacional en este rubro. La reciente inclusión del nuevo ILS y luces PAPI (luces de aproximación de precisión en pista de aterrizaje) del Jorge Chávez, junto con el control de comunicaciones aeronáuticas, amplía el alcance de su responsabilidad técnica.

En paralelo, su incursión en el sector privado, como en el proyecto Camisea, y su expansión hacia mercados internacionales subrayan una búsqueda de diversificación y crecimiento sostenido. Frente a un entorno aeroportuario exigente y dinámico, la empresa apuesta por su experiencia técnica y potencial de adaptabilidad para reforzar su rol en el ámbito regional.





Inca Kola: 90 años de identidad nacional

Desde su creación en 1935 por la familia Lindley, Inca Kola ha acompañado a los peruanos durante nueve décadas como un ícono cultural. Su sabor único, su color amarillo brillante y su denominación, inspirada en el legado del imperio inca, forjaron una conexión emocional con el consumidor peruano que ninguna otra marca doméstica ha logrado.

Historia y evolución: de creación local a presencia global

Inca Kola fue concebida por Joseph R. Lindley con la intención de crear una bebida “con sabor del Perú”. Inicialmente posicionada con fuerza en Lima y luego en todo el país, su protagonismo creció especialmente en las mesas familiares y celebraciones populares, incluso al expandirse en mercados chinos-peruanos (chifas), donde se considera el acompañamiento perfecto para platillos típicos.

Un punto de inflexión llegó en 1999, cuando The Coca-Cola Company compró el 50 % de la marca por aproximadamente 200 millones de dólares, reconociendo así su valor como líder del

mercado local. Este acuerdo permitió una expansión nacional más eficiente y acceso a tecnología avanzada sin diluir la identidad local de Inca Kola.

Hoy, la bebida está presente en más de 11 países, llegando especialmente a comunidades de peruanos en el extranjero y sirviendo como embajadora del sabor local.

90 años de legado: iniciativas que celebran la marca y su identidad

Durante el año 2025, Inca Kola celebra su 90° aniversario con un programa amplio de activaciones, campañas 360° y homenaje simbólicos. La Sociedad Nacional de Industrias (SNI) la reconoció formalmente con un galardón otorgado a ejecutivos representando la marca, destacando también a Johnny Lindley, miembro de la familia fundadora.

La campaña de conmemoración incluye:

- Vallas publicitarias emblemáticas y el panel del sur limeño.
- Un spot audiovisual conmemorativo, incluyendo una versión en el Metro de Lima con brandeado de una unidad de la Línea 1.
- Ediciones especiales de botellas que dan acceso a experiencias digitales con premios exclusivos.
- Alianzas promocionales con marcas como Rappi, Yape, Cineplanet, KFC, Bambos.
- Activaciones regionales en Lima, Piura, Cajamarca, Huancayo y Arequipa,

enfocados en medios tradicionales, digitales y bodegas.

Además, se han promovido murales urbanos con apoyo del Ministerio de Cultura y la UNESCO, recuperando espacios públicos y reforzando el sentido de identidad cultural. La marca también ha impulsado iniciativas culinarias como la Noche de la Comida Peruana y ha respaldado a chefs y food trucks en su desarrollo internacional.

2025 y más allá: tradición e innovación unidas

Con motivo de su 90° aniversario, la marca no solo celebra su historia, sino también su compromiso con el futuro:

- A través de la campaña “El poder de lo colectivo”, busca promover desarrollo social, identidad cultural y cuidado ambiental.
- Impulsa programas de economía circular, reducción de plásticos y reciclaje en toda su cadena.
- Potencia su presencia digital mediante alianzas con influencers e iniciativas que involucren a la juventud desde distintas regiones del país.

La compañía sigue siendo “el sabor del Perú” que “da gusto con todo”: un vínculo emocional que combina gastronomía, cultura, emprendimiento e innovación para mantenerse vigente, relevante y orgullosamente peruana.

Inca Kola celebra en 2025 su 90° aniversario como un símbolo cultural que ha trascendido generaciones. Desde sus orígenes en 1935 hasta su asociación con Coca-Cola en 1999, la marca ha consolidado un rol central en la identidad nacional, la economía y el desarrollo social. En un sector que generó más de S/ 2 000 millones al PBI en 2024 y catalizó más de 83 000 empleos, Inca Kola sobresale por su aporte a la gastronomía peruana, su apoyo a emprendedores, su innovación y su constante adaptación. Aunque enfrenta retos en salud y sabor debido a la reducción de azúcar, su apuesta por la sostenibilidad y la conexión con nuevas audiencias garantiza que los próximos años serán tan prometedores como su historia misma.



Inca Kola: el caso de marca nacional que desafió a Coca-Cola y se convirtió en ícono cultural del Perú

Más que una gaseosa: símbolo de identidad nacional

Mientras muchas marcas buscan conectar con sus consumidores a través de campañas publicitarias globales, Inca Kola ha logrado lo que muy pocas marcas nacionales en el mundo han conseguido: convertirse en un símbolo de identidad cultural y gastronómica que trasciende generaciones.

Con su característico color dorado y sabor único —mezcla de hierba luisa, vainilla y otros ingredientes secretos—, Inca Kola no solo ha sido la preferida de millones de peruanos. También ha protagonizado uno de los casos más estudiados en escuelas de negocios: el único mercado en el mundo donde Coca-Cola fue superado por una marca local durante décadas.

Un mercado atípico: cuando David venció a Goliat

Durante los años 80 y 90, el consumo per cápita de Inca Kola en Perú superaba al de Coca-Cola. De hecho, para 1995 Inca Kola tenía más del 30% del mercado, mientras Coca-Cola apenas llegaba al 20%, según datos de la Asociación de Bodegueros del Perú y estudios de mercado de la época.

Esta anomalía de mercado no solo sorprendió a los analistas globales: obligó a The Coca-Cola Company a cambiar de estrategia y finalmente asociarse con la Corporación Lindley en 1999, adquiriendo el 50% de las acciones de Inca Kola Perú. Desde entonces, Coca-Cola embotella y distribuye Inca Kola, pero mantiene su posicionamiento como marca nacional.

Caso de estudio internacional

Harvard Business School, la Universidad del Pacífico y la Universidad ESAN han incluido el caso Inca Kola en sus clases de estrategia, marca y marketing. Lo que hace única a esta marca no es solo su sabor o su color, sino su capacidad de representar lo que significa ser peruano.

“Mientras otras marcas vendían status, Inca Kola vendía peruanidad”, señaló en una conferencia en Lima el reconocido profesor de marketing Theodore Levitt, autor del célebre concepto de “globalización de los mercados”.

La bebida de los chifas y la peruanidad

Uno de los pilares del éxito de Inca Kola fue su vínculo con la comida peruana, especialmente con la cocina chifa. La frase “Inca Kola va con todo” no fue solo una campaña publicitaria: se convirtió en una verdad popular.

En los años 70 y 80, el maridaje de comida chifa con Inca Kola se consolidó, y desde entonces la marca ha sido inseparable del almuerzo familiar, el menú criollo o la celebración popular.

Este arraigo cultural es tal que, para muchos peruanos en el extranjero, tomar una Inca Kola significa volver simbólicamente a casa. Su presencia en bodegas latinas en EE.UU., España, Chile o Japón ha sido posible gracias al trabajo de la comunidad migrante que ha mantenido viva la tradición.

¿Cómo logró Inca Kola sostener su reinado?

En el mundo de las bebidas, competir con un gigante como Coca-Cola suele ser sinónimo de derrota asegurada. Pero Inca Kola hizo lo contrario:

1. Construyó una marca emocional, no aspiracional.
2. Se alineó con los valores culturales del consumidor.
3. Tuvo un sabor radicalmente distinto, que la hacía inimitable.
4. Mantuvo su estrategia local, mientras Coca-Cola intentaba replicar modelos globales.



Minivanes
Camionetas
Minibuses
Buses

**TRANSPORTES
KOOCHOY S.A.**

Tu socio clave en el transporte de personal

¡FELIZ 90° ANIVERSARIO!



Gracias por confiar en Transportes Koochoy.
Es un honor acompañarlos.
¡Que el camino por recorrer esté lleno de logros y satisfacciones!

SGS

Achilles

GRI

koochoy.com.pe



Marcos Pueyrredon: "Perú puede convertirse en motor digital de la región si acelera su profesionalización"

En entrevista exclusiva con *Revista Economía*, Marcos Pueyrredon, presidente del eCommerce Institute y Co-Founder & Global Executive VP de VTEX, detalla los retos, oportunidades y tendencias que marcarán el futuro del comercio electrónico peruano, tras el eCommerce Day Perú 2025.

¿Cuál es el objetivo principal del eDay Perú 2025 y qué lugar ocupa dentro del tour latinoamericano del eCommerce Institute?

El eCommerce Day Perú 2025 forma parte del eCommerce Day Tour, que este año celebra 20 años impulsando la profesionalización del ecosistema digital en Iberoamérica. Su meta es generar un impacto real en el desarrollo del comercio digital peruano, conectando actores locales con tendencias globales, herramientas prácticas y oportunidades de networking de alto valor.

Perú ocupa un lugar estratégico en este circuito, dado su rápido avance, su apertura a la innovación y un consumidor que demanda experiencias simples, seguras y personalizadas. Según Pueyrredon, no es solo una parada más, sino un nodo clave de "aceleración localizada", donde aprendizajes globales se adaptan al contexto nacional.

Este año el evento volvió a tener una jornada presencial. ¿Qué motivó esa decisión y qué opinan sobre la participación del ecosistema peruano?

La vuelta a lo presencial responde a la necesidad de reencontrarse, generar confianza y reforzar vínculos comercia-

les. Más de 2.000 asistentes y una agenda llena de sesiones prácticas confirman que existe hambre de transformación y apertura a la colaboración.

Perú mostró energía singular: equipos motivados, líderes comprometidos y disposición a construir un ecosistema competitivo y colaborativo a nivel regional.

¿Cuáles son los temas más urgentes que debe abordar el comercio electrónico en Perú y cómo los trató eDay Perú?

Los tres desafíos centrales son: profesionalización de equipos, eficiencia en logística y última milla, e integración de datos para decisiones basadas en conocimiento real del cliente. El evento abordó estos temas con workshops, casos locales e internacionales y debates entre líderes.

El mensaje fue claro: la profesionalización es condición para competir; la logística no es un costo, sino una ventaja; y los datos son el combustible del crecimiento.

¿Qué lugar ocupa la inteligencia artificial en la evolución del eCommerce en América Latina?

La IA ya impulsa la personalización, optimiza cadenas de suministro, detecta fraudes y ajusta precios en tiempo real. En el evento se mostró cómo incluso las Pymes pueden acceder a soluciones escalables y accesibles.

Para Pueyrredon, la clave es la "IA Human Augmented": decisiones humanas potenciadas con inteligencia generativa y predictiva, aplicables a empresas de cualquier tamaño.

¿Qué oportunidades existen hoy para que una Pyme peruana crezca vía comercio electrónico?

Más que nunca, una Pyme puede vender en marketplaces, usar live commerce,



marketing conversacional, automatizar logística y hacerlo con costos accesibles. El diferencial está en elegir bien aliados, capacitarse y entender al consumidor con datos.

Durante el eDay se presentaron más de 50 soluciones tecnológicas y espacios de matchmaking para conectar Pymes con proveedores y plataformas.

¿Qué rol juegan los nuevos hábitos de consumo postpandemia en la transformación digital?

El consumidor es ahora más exigente, digital y consciente. En Perú, esto se traduce en comercio móvil consolidado, auge de billeteras digitales y crecimiento de la compra híbrida.

La experiencia digital ya no es diferencial, sino expectativa básica. Quien no ofrezca journeys fluidos y personalizados quedará fuera del radar.

¿Qué tecnologías están marcando diferencia en retailers y marcas de LATAM?

Destacan la IA para personalización, retail media, fulfillment con microhubs, dark stores y analítica predictiva. Grandes empresas y startups adoptan soluciones no-code o low-code para automatizar con bajo presupuesto.

El comercio unificado, que integra físico y digital, se consolida como modelo dominante en la región.

¿Dónde falla hoy el comercio electrónico en la región?

Persisten brechas de profesionalización, falta de infraestructura logística en zonas alejadas y baja adopción de cultura data-driven.



Brazil Grupo Inmobiliario apuesta por edificios de hasta 30 pisos y nuevos polos de desarrollo en Lima

En entrevista con Revista Economía, Jorge Joels, gerente legal corporativo de Brazil Grupo Inmobiliario, explica cómo la empresa ha logrado posicionarse como uno de los actores más sólidos del sector construcción, con entregas puntuales, acabados de alta calidad y una visión clara de desarrollo sostenible en distritos estratégicos de Lima. Además, anticipa cómo evolucionará el mercado en los próximos años y qué busca hoy el nuevo consumidor inmobiliario.

¿Cómo percibe Brazil Grupo Inmobiliario el actual boom de construcciones en Lima?

Brazil Grupo Inmobiliario, con 12 años en el mercado y 16 si se suma la experiencia previa de sus fundadores, ve este auge como un motor clave de la economía nacional. El déficit habitacional en Perú, que supera el millón de familias sin vivienda digna, garantiza que la demanda se mantenga por muchos años. Mientras haya acceso a créditos a 20 o 25 años, especialmente para jóvenes, pequeños empresarios y matrimonios, las constructoras seguirán teniendo un mercado activo.

¿Qué papel juega el Estado con programas como el bono MiVivienda o bono verde?

El Estado es un actor importante, ya que estos programas no solo facilitan el acceso a vivienda, sino que incentivan la

construcción sostenible bajo normas internacionales. Para las constructoras, cumplir con estos estándares medioambientales implica beneficios y certificaciones que mejoran la oferta y el atractivo de los proyectos.

¿Qué proyectos desarrollan actualmente?

Su obra más ambiciosa es un edificio de 30 pisos, 327 departamentos, seis ascensores, siete sótanos y amplias áreas sociales. La empresa se distingue por cumplir plazos y promesas, con un servicio de postventa sólido y cero denuncias por incumplimientos, algo esencial al vender bienes futuros.

¿Qué zonas emergen como polos estratégicos en Lima?

Santa Beatriz, en Cercado de Lima, destaca como un nuevo polo inmobiliario. También Breña y Santa Catalina (La Victoria) se suman, mientras distritos como Jesús María, Lince o Magdalena tienen cada vez menos espacio disponible.

¿Cuál fue su fortaleza inicial?

Lima Moderna (Jesús María, Lince, Magdalena, Pueblo Libre, San Miguel) fue el eje inicial del grupo. Ante la escasez de terrenos, proyectan que en cinco años veremos edificios de 40 o 45 pisos.

¿Cómo garantizan seguridad estructural en zonas sísmicas?

Usan tecnología sismorresistente de vanguardia, un requisito indispensable para compradores de edificios altos.

¿Qué avances tienen en sostenibilidad?

Apuestan por innovación y tecnología para eficiencia y rapidez. En el proyecto Santorini, por ejemplo, construyen dos pisos por semana en un área de 1,250 m², gracias a técnicas modernas que reducen costos y mejoran plazos.



¿Qué obstáculos enfrenta hoy el sector?

La inestabilidad normativa municipal desalienta la inversión. Cambios de reglas entre gestiones, como ha ocurrido en Miraflores, generan incertidumbre. El sector necesita alcaldes con visión de largo plazo y políticas estables para atraer proyectos.

¿Cómo es el nuevo perfil del consumidor?

Es un comprador informado, que investiga proyectos, revisa antecedentes en Indecopi, compara créditos y define metraje según su capacidad de pago. Esto obliga a las constructoras a pensar más en vender futuros hogares que simples productos.

¿Cómo es la competencia y cuáles son sus fortalezas?

Ven la competencia como positiva porque dinamiza zonas. No atacan debilidades ajenas, sino que destacan sus fortalezas: acabados superiores, cumplimiento de plazos, independencia rápida, servicio de postventa de calidad y entrega fiel a lo ofrecido.

¿Cómo se proyectan a cinco años?

Visualizan un crecimiento sólido, explorando nuevos mercados y adaptándose a la demanda, que hoy incluye departamentos de 35-40 m², antes impensables.

¿Cómo complementan los departamentos pequeños?

Con áreas comunes que reemplazan espacios privados: salas de trabajo, gimnasios, piscinas, cines, jardines, salones de eventos, salas de juegos, lavanderías y hasta pet spas. Así, el edificio funciona como un club con servicios integrados.





El desafío del crecimiento sostenible

La reciente publicación “Economía y Crecimiento: La Minería en Números”, del especialista Jaime Polar Paredes, arroja luz sobre esta realidad, analizando desde la contribución macroeconómica del sector hasta el desempeño de empresas específicas como Summa Gold, que personifican la apuesta por la sostenibilidad y la excelencia operativa.

En el vibrante panorama económico de Perú, la minería se erige como un pilar insustituible, impulsando el desarrollo y la competitividad a nivel global. Lejos de ser una mera actividad extractiva, este sector se ha consolidado como un motor fundamental del crecimiento, generando riqueza, empleo y una base sólida para la economía nacional.

El estudio destaca el rol dominante de la minería en las exportaciones peruanas. En 2024, el sector minero representó el 64.2% del total de las exportaciones del país, un incremento significativo con respecto al 53.6% de 2014. Esta preponderancia se sustenta en la riqueza de las reservas minerales de Perú, que lo posicionan como un jugador de primer nivel en el escenario mundial. Con

120 millones de toneladas, Perú ostenta el segundo lugar en reservas de cobre a nivel global, solo por detrás de Chile. Además, el país es un importante productor de oro y plata, consolidando su reputación como un gigante minero.

El sector también juega un papel crucial en la generación de divisas, contribuyendo a la robustez de las reservas internacionales. El estudio muestra un aumento exponencial en las reservas internacionales de Perú, que en 2025 se proyectan casi diez veces mayores que en el año 2000. Este superávit comercial, impulsado en gran parte por las exportaciones mineras, se espera que sea casi cuatro veces mayor en 2025 en comparación con 2010. Estos datos subrayan que la minería no solo extrae recursos, sino que también construye estabilidad financiera y fortalece la capacidad de inversión del país.

Summa Gold destacan por su enfoque en la excelencia operacional y la sostenibilidad. Su visión es ser líder en la minería, reconocida por sus buenas prácticas empresariales a nivel mundial, y su misión es generar desarrollo sostenible a través de la extracción responsable de recursos. Ubicada en el distrito de Huamachuco, provincia de Sánchez Carrión, en el departamento de La Libertad, la compañía opera la Unidad Isabelita a una altitud de 3.400 metros sobre el nivel del mar. Su yacimiento de oro, de tipo epitermal de alta sulfuración, cuenta con un total de 1.035 millones de onzas de recursos, con reservas validadas por un reporte NI 43-101 de Ausenco Canadá en 2020.

En términos de producción, Summa Gold ocupa una posición destacada, situándose en el puesto 15 a nivel nacional en 2024 con 80 mil onzas de oro producidas. Su compromiso se extiende más allá de la producción, abarcando pilares de desarrollo futuro y disciplina financiera. La empresa se alinea con una filosofía de valores corporativos centrados en la seguridad, integridad, responsabilidad, creatividad y mejora continua. Este enfoque es crucial para un sector que enfrenta constantes desafíos regulatorios, sociales y ambientales.

No obstante, el estudio también pone de manifiesto una sombra persistente sobre la industria: la minería ilegal. Un gráfico comparativo entre la minería formal y la ilegal ilustra las profundas diferencias en términos de legalidad, impacto ambiental, condiciones laborales y contribución al estado. Mientras que la minería formal opera con permisos, paga impuestos y aplica medidas para mitigar el impacto ambiental, la ilegalidad trabaja sin supervisión, contamina ríos y bosques, y no contribuye formalmente a la economía. El informe revela una cifra alarmante: en el primer trimestre de 2025, la minería ilegal alcanzó el 35% de la producción nacional de oro, un fenómeno que no considera el mineral que se escapa por la frontera con Bolivia. Esta actividad ilícita no solo evade el pago de impuestos, sino que también fomenta la delincuencia y la corrupción, representando una grave amenaza para el desarrollo sostenible del país.

En ese sentido, la minería en Perú se presenta como una dualidad de progreso y desafío. El éxito de empresas formales como Summa Gold, con su enfoque en la excelencia y la sostenibilidad, ilustra el potencial transformador de un sector responsable. Al mismo tiempo, el persistente problema de la minería ilegal subraya la necesidad de un enfoque más riguroso para la formalización y el cumplimiento de la ley. La información proporcionada en el documento “La Minería en Números” es un recordatorio de que el crecimiento económico de Perú está intrínsecamente ligado a la minería y que, para asegurar un futuro próspero, es imperativo promover la legalidad, la responsabilidad y la sostenibilidad en cada eslabón de esta industria vital.



Perú: regiones recibieron más de S/ 8,340 millones por minería en el primer semestre

La reciente publicación “Economía y Crecimiento: La Minería en Números”, del especialista Jaime Polar Paredes, arroja luz sobre esta realidad, analizando desde la contribución macroeconómica del sector hasta el desempeño de empresas específicas como Summa Gold, que personifican la apuesta por la sostenibilidad y la excelencia operativa.

Se alcanzó la recaudación más alta de los últimos tres años en el sector minero, según el Minem

El Ministerio de Energía y Minas (Minem) informó que, al cierre del primer semestre del 2025, las transferencias generadas por la actividad minera superaron los S/ 8,340 millones, la cifra más alta de los últimos tres años, en beneficio de gobiernos regionales y locales. El dato, publicado en la última edición del Boletín Estadístico Minero (BEM), ratifica la relevancia del sector como motor económico y fuente clave de recursos fiscales para las regiones.

El monto representa un incremento de 3.3 % frente a 2024 (S/ 8,070 millones), pese a un escenario internacional marcado por la volatilidad de precios de los metales. Según especialistas, este resultado responde tanto a la recuperación de la producción de cobre y oro en unidades de gran escala, como a un mayor nivel de formalización tributaria en empresas medianas.

Canon minero: segundo mayor monto histórico

Dentro de las transferencias, el Canon Minero alcanzó los S/ 6,982 millones, lo que lo convierte en el segundo mayor monto histórico registrado en el país. Este recurso proviene de la recaudación del impuesto a la renta de las empresas mineras, el cual se distribuye entre gobiernos regionales, provinciales y distritales en función de la ubicación de los yacimientos.

La distribución se realizó en dos etapas:

- En enero se transfirieron S/ 1,910 millones,
- En junio otros S/ 5,071 millones, asociados a la regularización del impuesto a la renta del ejercicio fiscal previo.

De acuerdo con el Minem, este flujo permitirá sostener la ejecución de proyectos regionales y locales en un año en que muchas autoridades enfrentan retrasos en el gasto público.

Regalías y otros ingresos complementarios

Además del canon, las Regalías Mineras sumaron S/ 1,323 millones en el primer semestre. De este total, S/ 1,104 millones correspondieron a Regalías Legales y S/ 218 millones a Regalías Contractuales, vinculadas a convenios específicos con empresas.

Por su parte, los ingresos por Derecho de Vigencia y Penalidad ascendieron a más de S/ 35 millones a mayo de 2025. Estos recursos garantizan la continuidad de las concesiones mineras y constituyen un incentivo para mantener en actividad los proyectos en cartera.

Uso e impacto en las regiones

El Minem destacó que las transferencias fortalecen la capacidad de inversión de



los gobiernos subnacionales en infraestructura, educación y servicios básicos, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la población. En la práctica, los fondos suelen destinarse a carreteras, obras de saneamiento, construcción de colegios, hospitales y sistemas de riego.

No obstante, persiste el desafío de la eficiencia en la ejecución presupuestal. Según la Contraloría, menos del 70 % de los recursos transferidos en años anteriores se llegaron a gastar en proyectos concluidos, lo que refleja limitaciones técnicas en las regiones para formular y ejecutar obras de gran escala.

Áncash lidera las transferencias

En el análisis por departamentos, Áncash lideró la recepción de recursos con más de S/ 1,570 millones (18.8 % del total nacional), principalmente por la operación de la mina Antamina.

Le siguieron:

- Arequipa con más de S/ 1,146 millones (13.7 %), apoyada por la producción de Cerro Verde.
- Tacna, con S/ 836 millones (10 %), vinculados a la explotación de Toquepala.
- Moquegua, con S/ 820 millones (9.8 %), gracias a la operación de Quellaveco.

En conjunto, estas cuatro regiones concentraron más del 52 % de las transferencias, lo que refleja la fuerte dependencia fiscal de territorios con presencia de grandes proyectos mineros.



Venta de viviendas en Lima creció 25% en el primer semestre y proyecta expandirse 16% al cierre del 2025

La recuperación del sector inmobiliario en Lima se consolida como uno de los motores de la economía peruana. Durante el primer semestre del 2025, la venta de nuevas viviendas en la capital registró un crecimiento de 25%, y las proyecciones apuntan a una expansión adicional de 16% al cierre del año, según estimaciones del banco de capitales canadienses Scotiabank.

Este dinamismo está estrechamente vinculado con el desempeño del mercado crediticio. Entre enero y junio, la colocación de nuevos créditos hipotecarios (NCH) se incrementó en cerca de 31%, tendencia que se mantendría durante los próximos meses. El analista de sectores no primarios del banco, Carlos Asmat de la Cruz, explicó que al finalizar el 2025, este segmento triplicaría el crecimiento proyectado para la construcción en su conjunto, que se expandiría alrededor de 4.5% en el año.

"Este resultado esperado se basa en la fuerte recuperación de las colocaciones de créditos hipotecarios, tanto para viviendas nuevas como sociales", detalló.

Factores que explican el repunte

Varios elementos confluyen para sostener la buena performance del sector. El primero es la reducción gradual de la tasa de interés de los créditos hipotecarios, lo que permite menores cuotas mensuales para los compradores. Este descenso responde, a su vez, a la trayectoria del Banco Central de Reserva (BCR) en la reducción de su tasa de referencia y a la evolución del bono soberano a 10 años en soles, considerado una referencia clave para los financiamientos de largo plazo.

"Asimismo, la estabilidad de los precios de los materiales de construcción respecto de los años previos ha permitido a las

inmobiliarias retomar proyectos que se encontraban en pausa o impulsar nuevas inversiones", comentó Asmat.

Otro factor relevante es el comportamiento del tipo de cambio. Con un dólar en niveles más bajos en los últimos meses, el valor de las viviendas en soles se ha reducido, haciendo más accesible la compra para los hogares que perciben ingresos en moneda local.

A ello se suma la mejora del empleo formal en el sector privado y la recuperación de los ingresos reales, impulsada por una inflación más moderada en comparación con los últimos años. "Estas condiciones han reforzado la confianza de las familias para tomar decisiones de inversión de largo plazo, como la adquisición de una vivienda", agregó el especialista de Scotiabank.

Proyecciones de créditos y ventas

De acuerdo con las proyecciones del banco, hacia diciembre de este año la colocación de NCH crecería alrededor de 13%, por encima del 12% registrado en el 2024. En términos absolutos, ello representaría más de 38,000 créditos hipotecarios, aunque todavía por debajo del récord histórico alcanzado en el 2021, cuando se colocaron 43,882 préstamos.

En paralelo, la venta de nuevas viviendas en Lima cerraría el año con un aumento cercano al 16%, con poco más de 24,000 unidades comercializadas, en base a cifras de la Confederación de Desarrolladores Inmobiliarios del Perú (CODIP).

Este impulso no solo provendría del segmento medio y alto, sino también de la recuperación de la vivienda social, donde el programa Nuevo Crédito Mivivienda (NCMV) jugará un papel clave.

En el 2024, las colocaciones de NCMV cayeron 20%, alcanzando su



nivel más bajo desde la pandemia del 2020. Sin embargo, este año se espera un repunte moderado, superando ligeramente lo registrado en el ejercicio previo. "La reactivación de este segmento es esencial, pues atiende a una parte importante de la demanda insatisfecha de vivienda en el país", subrayó Asmat.

Perspectivas para el mercado inmobiliario

El escenario para el 2025 plantea un mercado en expansión, pero también con retos. La disponibilidad de terrenos en zonas urbanas consolidadas, la evolución del tipo de cambio y la sostenibilidad de la recuperación del empleo formal serán determinantes para mantener el ritmo.

El analista de Scotiabank advierte que la consolidación de la tendencia dependerá también de la confianza del consumidor y de que los desarrolladores inmobiliarios logren adaptar su oferta a las nuevas exigencias de los compradores, quienes cada vez priorizan factores como ubicación estratégica, sostenibilidad ambiental y espacios flexibles que respondan a los cambios en los estilos de vida.

Por otro lado, el entorno político y económico seguirá siendo un factor de riesgo latente. La estabilidad en las políticas macroeconómicas y en los incentivos a la vivienda social serán clave para no interrumpir la tendencia de recuperación observada en los primeros seis meses del año.





Casi 8 de cada 10 empresas peruanas ya han iniciado su proceso de transformación digital

La digitalización gana mayor importancia en el crecimiento de las pymes peruanas

Para muchas pequeñas y medianas empresas (pymes) del Perú, sacar adelante un negocio implica asumir múltiples tareas al mismo tiempo: atender clientes, vender, llevar cuentas, controlar el stock, cumplir con trámites administrativos y, además, pensar en cómo crecer. En medio de este ritmo acelerado, la digitalización ha empezado a jugar un rol crucial.

Ya no se trata únicamente de “estar en internet” o tener una página en redes sociales, sino de contar con herramientas que permitan trabajar de forma más ordenada, rápida y con menos margen de error. La tecnología se convierte así en una aliada estratégica para que las empresas sean más competitivas, generen mayor valor y se adapten a los cambios del mercado.

Un avance significativo en digitalización

Según el Think Digital Report 2024, elaborado por Inesdi Business Techschool en colaboración con OBS Business School, el 76 % de las pymes peruanas —es decir, casi 8 de cada 10— ya han iniciado su proceso de transformación digital. Esta cifra refleja un cambio cultural importante en el ecosistema empresarial del país, donde por años predominó la gestión manual y el uso limitado de herramientas tecnológicas.

El estudio señala que este avance no solo facilita los procesos internos, sino que también abre oportunidades de crecimiento. Las empresas digitalizadas logran llegar a más clientes, adaptarse mejor a las demandas del mercado y ofrecer un servicio más eficiente. En un entorno cada vez más competitivo, no digitalizarse implica perder terreno frente a quienes sí lo hacen.

Tecnología aplicada a negocios cotidianos

“Digitalizar no significa volverse experto en tecnología. Se trata de encontrar formas simples de manejar el negocio. Hoy, emprendimientos como una zapatería en Arequipa, una bodega en Surco o una tienda de repuestos en La Victoria ya usan sistemas digitales para vender, emitir boletas electrónicas y llevar el control de su inventario. Son comercios pequeños que están incorporando tecnología de forma práctica y accesible para mejorar su gestión diaria”, explica Carla Follegatti, Country Manager de Bsale en Perú.

Estos ejemplos muestran que la digitalización no está reservada para grandes compañías con presupuestos robustos. Cada vez más herramientas digitales están disponibles en versiones accesibles y escalables, lo que permite a negocios de barrio mejorar su eficiencia sin necesidad de grandes inversiones.

Beneficios tangibles para los emprendedores

La tecnología se ha convertido en una aliada real para quienes emprenden. Permite tener mayor control del negocio, ahorrar tiempo en tareas repetitivas y usar de manera más eficiente los recursos disponibles. Además, abre la posibilidad de analizar datos en tiempo real, algo impensado para una pyme hace apenas algunos años.

Entre los beneficios más destacados de la digitalización para las pymes se encuentran:

- Automatización de procesos administrativos: emisión de facturas electrónicas, gestión de inventario, control de pagos y cobros.
- Mayor visibilidad y alcance comercial: a través de redes sociales, marketplaces y tiendas virtuales.
- Mejora en la relación con los clientes: seguimiento de pedidos, programas de fidelización y atención personalizada mediante canales digitales.
- Ahorro de costos y eficiencia operativa: reducción de errores manuales y optimización de tiempos.

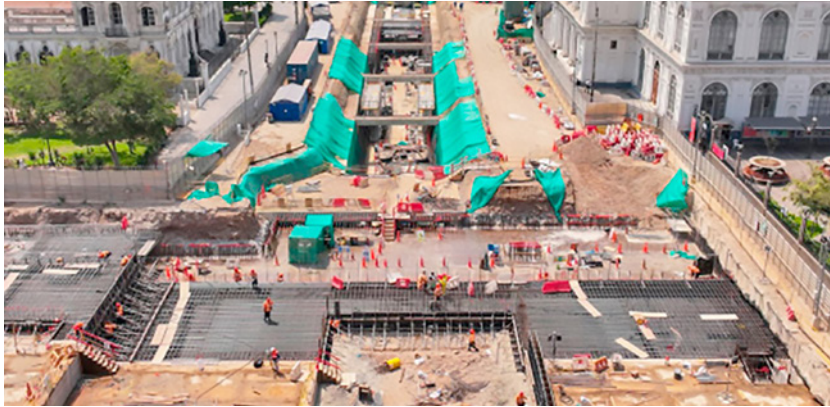
En un país donde los emprendedores suelen asumir múltiples roles, tener a la mano herramientas simples y efectivas marca una diferencia significativa para crecer de forma más sostenible.

Obstáculos en el camino

Pese al avance, todavía existen retos importantes. Muchos negocios enfrentan barreras vinculadas a la falta de capacitación digital, la resistencia cultural al cambio o la limitada conectividad en zonas rurales. Otro factor crítico es la inversión inicial: aunque existen soluciones de bajo costo, algunos emprendedores aún perciben la digitalización como un gasto y no como una inversión a futuro.

Asimismo, la brecha generacional juega un papel relevante. Mientras los jóvenes emprendedores suelen incorporar con rapidez herramientas digitales, los dueños de negocios con más años en el mercado pueden mostrar mayor resistencia, lo que retrasa el proceso de adopción tecnológica.





Perú proyecta más de US\$ 1,100 millones en oportunidades comerciales con Japón: una alianza que entra en nueva etapa

El mercado de cosméticos e higiene personal en el Perú continúa dando señales de recuperación y dinamismo.

La visita oficial de la presidenta Dina Boluarte a Japón ha marcado un hito en las relaciones bilaterales entre ambos países.

En el marco de la XVI Reunión del Consejo Empresarial Peruano-Japonés (Cepeja), la ministra de Comercio Exterior y Turismo, Desilú León, presentó una cartera de oportunidades comerciales e industriales que supera los 1,100 millones de dólares, cifra que refleja el creciente interés de las empresas niponas en diversificar su participación en la economía peruana.

La exposición de León, titulada “Perú y Japón: socios estratégicos para el desarrollo sostenible en comercio e inversiones”, fue recibida con atención por empresarios de primer nivel y líderes de corporaciones japonesas como Mitsubishi, Honda, Mitsui, Itochu y Ajinomoto, junto a representantes del empresariado peruano. En su intervención, la ministra destacó los avances del Perú en estabi-

lidad macroeconómica, competitividad logística y oferta exportadora.

“El Perú es hoy una plataforma regional segura y estratégica para la inversión extranjera directa. Contamos con una de las economías con mayor proyección de crecimiento en América Latina para 2025, la inflación más baja de la región y el segundo menor riesgo país”, subrayó León, acompañada por la mandataria y por los presidentes del Cepeja, Tatsuo Yasunaga (Japón) y Martín Pérez Monteverde (Perú).

Comercio bilateral en cifras históricas

El vínculo económico entre Perú y Japón ha alcanzado un nivel sin precedentes. Solo en 2024, el comercio bilateral registró más de 4,300 millones de dólares, con exportaciones peruanas que llegaron a 3,377 millones, impulsadas por productos agrícolas, pesqueros y minerales. La demanda japonesa ha mostrado un especial dinamismo en café, uvas, paltas, bananas, langostinos, harina de pescado, trucha y frutas congeladas.

El marco jurídico que sustenta esta relación se afianzó con el Acuerdo de Aso-

ciación Económica (AAE), suscrito en 2011 y vigente desde 2012. Gracias a este tratado, Perú se posiciona como socio estratégico en el Asia-Pacífico, reforzado además por su pertenencia al Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (CPTPP).

La infraestructura logística también juega a favor: el puerto de Chancay, considerado un hub clave para el Pacífico Sur, permitirá reducir hasta en 50% los tiempos de envío hacia Asia, lo que coloca al Perú en una posición inmejorable para el comercio internacional.

Inversión japonesa en Perú: un balance positivo

El interés nipón en la economía peruana tiene décadas de historia. Según cifras oficiales, en los últimos 20 años Perú ha recibido más de US\$ 111,000 millones en inversión extranjera directa (IED), con Japón como un socio activo. La distribución de estas inversiones refleja prioridades claras: 67% se dirigió a manufactura —incluyendo componentes electrónicos y vidrio—, 8% a servicios intensivos en conocimiento, otro 8% a metales, y 5.1% a energías renovables.

Uno de los proyectos más emblemáticos es la participación de Japón en el desarrollo de la irrigación Majes-Siguas II, un contrato bajo modalidad de Gobierno a Gobierno que ampliará la frontera agrícola de Arequipa. Para Martín Pérez, presidente del Cepeja en la parte peruana, esta obra puede marcar el inicio de una nueva etapa de inversión nipona en el país.

“Esperamos que este sea el inicio de un nuevo impulso de la participación de las empresas japonesas en Perú. La infraestructura, la logística, la minería y la energía son áreas donde Japón puede aportar capital y tecnología”, afirmó Pérez.

Zonas Económicas Especiales y turismo sostenible

Durante la reunión en Tokio, la ministra León presentó el próximo modelo de Zonas Económicas Especiales Privadas (ZEEP), que será aprobado en breve. Estas áreas industriales estarán gestionadas por el sector privado y ofrecerán



incentivos tributarios, regímenes aduaneros especializados y estándares internacionales de primer nivel. El objetivo es consolidar al Perú como un polo competitivo de inversión global.

En paralelo, se destacó la aprobación de la nueva Ley de Turismo del Perú, que impulsa las Zonas Especiales de Desarrollo Turístico (ZEDT), orientadas a captar inversión privada en destinos sostenibles. Japón, con su experiencia en turismo responsable y sostenible, es un socio estratégico para este proceso.

Ambos gobiernos también firmaron un memorándum de cooperación para promover inversiones en turismo sostenible, lo que abrirá un nuevo campo de colaboración en la promoción de circuitos de alta calidad, experiencias culturales y destinos naturales.

Interés japonés en minería, infraestructura y agroexportación

El atractivo de Perú se basa en tres pilares: su riqueza mineral, sus valles fértiles y su posición geográfica estratégica. Japón, necesitado de minerales críticos para la transición energética —como el cobre— y metales preciosos como el oro, ve en el Perú un proveedor confiable para las próximas décadas.

Además, la agroexportación peruana ofrece un potencial enorme. Según Martín Pérez, una vez superados los protocolos fitosanitarios, productos como el arándano peruano podrían cautivar el paladar japonés, del mismo modo que lo han hecho ya la palta y la uva.

“Perú puede convertirse en la despensa del mundo. Tenemos que avanzar en protocolos fitosanitarios y aprovechar la demanda japonesa por productos saludables y de alta calidad”, sostuvo Pérez.

Brechas de infraestructura y oportunidades de inversión

El reto más grande del Perú sigue siendo cerrar la brecha de infraestructura. De acuerdo con ProInversión, en 2024 se adjudicaron 15 proyectos en Asociación Público Privada (APP) y Proyectos en Activos (PA) por un valor de US\$ 8,956 millones, el monto más alto en una década

y cuatro veces superior al 2023. Japón puede jugar un papel determinante en este proceso.

En la gira oficial, la presidenta Boluarte presentó una cartera de más de US\$ 17,000 millones en 60 proyectos para el periodo 2025-2026, que abarcan sectores como transporte, energía, salud, educación, turismo y saneamiento urbano. El ministro de Economía y Finanzas, Raúl Pérez-Reyes, aseguró que Perú ofrece estabilidad fiscal y reglas de juego claras para los inversionistas.

A nivel minero, el país mantiene una cartera de proyectos privados por US\$ 64,000 millones, lo que convierte a este sector en el más atractivo para la inversión extranjera. La combinación de riqueza geológica y estabilidad macroeconómica refuerza la confianza de los inversionistas japoneses.

Comercio con Japón: avances y desafíos

Japón es el tercer socio comercial de Perú en Asia y el séptimo a nivel mundial. En 2024, las exportaciones peruanas al país asiático sumaron US\$ 3,334 millones, un 44% más que en 2023. Sin embargo, el 94.5% de esos envíos corresponden a productos tradicionales, principalmente minerales.

El desafío ahora es diversificar hacia exportaciones no tradicionales. Café, cacao, arándanos, mangos y quinua tienen potencial en el mercado japonés, siempre que se agilicen los protocolos sanitarios y se fortalezcan los mecanismos de promoción comercial.

En este punto, instituciones como Senasa, Mincetur y PromPerú cumplen un rol decisivo. De hecho, durante la gira a Japón, se generaron expectativas comerciales por más de US\$ 11 millones en ruedas de negocios, organizadas en el marco de la Exposición Universal Osaka-Kansai 2025, donde el Pabellón Perú exhibirá lo mejor de la biodiversidad, cultura y oferta exportadora nacional.

Japón y Perú: 150 años de relación diplomática

El vínculo entre ambos países no se limita al comercio. La relación se remonta a 1873, cuando Perú se convirtió en el primer país latinoamericano en establecer relaciones diplomáticas con Japón y también el primero en recibir migración japonesa. Hoy, esa comunidad nikkei es un puente cultural y económico que facilita la confianza entre ambos países.

Tatsuo Yasunaga, presidente del Cepeja Japón, destacó en Tokio que la reunión empresarial fue “una excelente oportunidad para debatir cómo acelerar iniciativas conjuntas en alimentación, agricultura, infraestructura, minería y logística”. Según dijo, la hoja de ruta acordada debe convertirse en proyectos concretos que beneficien a ambas naciones.

Una alianza estratégica hacia el futuro

La visita oficial a Japón, acompañada por empresarios y ministros peruanos, no solo buscó atraer inversiones, sino proyectar al Perú como un socio confiable en el nuevo escenario global. La estabilidad macroeconómica, la riqueza en recursos estratégicos y el potencial agroexportador son los principales activos que el país ofrece.

Japón, por su parte, aporta tecnología, innovación y capital de largo plazo. La combinación de ambas fortalezas puede consolidar una alianza que no solo impulse el comercio y la inversión, sino que también promueva el desarrollo sostenible y la competitividad regional.

Con un horizonte de proyectos por encima de los US\$ 80,000 millones en inversiones privadas y público-privadas y una agenda compartida que incluye minería, agroexportación, turismo sostenible, logística e infraestructura, la relación entre Perú y Japón ingresa a una etapa de madurez y expansión.

Como afirmó la ministra Desilú León en Tokio: “Invitamos al empresario japonés a seguir apostando por el Perú. Somos un socio confiable, competitivo y con visión de largo plazo. Esta visita marca un nuevo capítulo en nuestra relación bilateral”.





Perú regresa al Top 10 mundial del turismo según The Telegraph

El Perú vuelve a estar en el radar de los viajeros internacionales. El país alcanzó el séptimo lugar en el ranking de los Telegraph Travel Awards 2025, elaborado por el prestigioso diario británico The Telegraph, que reúne a los destinos turísticos más atractivos del planeta.

Se trata de un regreso esperado: nuestro país no figuraba entre los diez primeros desde el 2014.

La lista, construida a partir de la votación de lectores del medio británico, evaluó más de 100 destinos y refleja las preferencias actuales de los viajeros internacionales. Perú escaló 18 posiciones en solo dos años: del puesto 25 en 2023 al séptimo en 2025. En Sudamérica, solo Argentina aparece entre los 15 primeros (puesto 11), lo que ubica a Perú como líder regional en la lista.

Un destino integral: de Machu Picchu a la Amazonía

El informe destaca que la recuperación de Perú en el ranking responde al “renovado deseo por explorar” y a su carácter

ineludible en las listas de viaje. Como era de esperarse, Machu Picchu encabeza los atractivos, consolidándose como la joya del turismo nacional y una de las siete maravillas del mundo moderno. Sin embargo, el reconocimiento también alcanza a otros destinos del circuito andino como el Cusco, el Valle Sagrado y los caminos incas.

La capital, Lima, se posiciona como un punto estratégico por su creciente oferta gastronómica y su vitalidad urbana, factores que han impulsado la llegada de visitantes en los últimos años. Ciudades como Arequipa, Trujillo e Iquitos se suman a la lista de destinos valorados por su arquitectura, historia, naturaleza y diversidad cultural.

El análisis también resalta la riqueza ecológica del país: desde los desiertos de la costa hasta la selva amazónica. Lugares como la Reserva Nacional Tambopata, el Lago Titicaca o el Cañón del Colca refuerzan la imagen de Perú como un territorio de experiencias variadas y contrastes geográficos únicos.

El repunte tras la pandemia

El regreso al Top 10 no se entiende sin el contexto de la recuperación del turismo internacional después de la pandemia. Según cifras del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), en 2023 arribaron más de 2.4 millones de turistas extranjeros y la proyección para 2025 es superar los 3 millones de visitantes.

A ello han contribuido medidas como la reactivación plena del acceso a Machu Picchu, la modernización de aeropuertos regionales y la mejora de la infraestructura turística en zonas estratégicas. Estos avances han permitido recuperar la confianza de los viajeros y reposicionar al país como un destino competitivo a nivel global.

Competencia internacional

El ranking 2025 de The Telegraph estuvo encabezado por Nueva Zelanda, país que recuperó el primer puesto tras un breve retroceso en 2023. En segundo lugar se ubicó Japón, seguido de India, que escaló desde el octavo puesto del año pasado.

Sudáfrica, que lideró el listado en 2023, descendió al cuarto lugar, pero se mantiene entre los favoritos gracias a su biodiversidad y parques nacionales como el Kruger. En el quinto lugar sorprendió Grecia, que volvió al Top 10 después de más de una década, impulsada por sus islas y su historia milenaria.

El sexto puesto fue para Australia, mientras que detrás de Perú (séptimo) se situaron las Maldivas (octavo), Costa Rica (noveno) y Botsuana (décimo). Este último reafirma el atractivo global del turismo de aventura y de contacto con la fauna silvestre.

Un logro con impacto económico

El ingreso de Perú al séptimo lugar de los Telegraph Travel Awards tras once años tiene un significado más allá de lo simbólico. El reconocimiento internacional suele ser considerado por inversionistas y operadores turísticos al momento de definir nuevos proyectos o expandir su presencia en determinados destinos.

En lo inmediato, la visibilidad que otorgan rankings de alcance global dinamiza sectores asociados al turismo: hotelería, gastronomía, transporte, comercio y entretenimiento. Según expertos, cada millón de turistas adicionales genera miles de empleos y aporta divisas que fortalezcan la balanza de servicios del país.





MEF impulsa desarrollo regional con inversiones en Amazonas y megaproyecto vial en Cusco

El MEF destinó cerca de S/ 20 millones al Gobierno Regional de Amazonas para cuatro proyectos turísticos y culturales, y lanzó el proceso de promoción de la Vía Evitamiento Cusco, obra valorizada en US\$ 866 millones que modernizará la movilidad en la ciudad.

Inversión en patrimonio y turismo en Amazonas

Mediante el Decreto Supremo N° 178-2025-EF, el MEF autorizó la transferencia de S/ 19'982,420 al Gobierno Regional de Amazonas. Los recursos, provenientes de la fuente de financiamiento Recursos por Operaciones Oficiales de Crédito, se destinarán a la ejecución de cuatro proyectos de inversión vinculados al Programa "Establecimiento de las Bases para el Desarrollo Rural a través del Turismo en el Corredor Turístico del Valle del Utcubamba".

Los proyectos priorizados buscan fortalecer la oferta cultural y turística en una región reconocida por su riqueza histórica, arqueológica y natural:

1. Ruta Qhapac Ñam Molino – Tambo Inca: instalación de servicios turísticos

de observación, descanso y acceso en los distritos de Chachapoyas y Levanto.

2. Centro Cultural de Chachapoyas: construcción y equipamiento de un moderno espacio cultural para promover el arte y las expresiones locales.
3. Ruta Kuelap – sitios arqueológicos Silic y El Imperio: instalación de servicios turísticos en el distrito de Tingo, provincia de Luya.
4. Recuperación de la iglesia de Levanto y su entorno histórico: restauración del templo, preservación de piezas religiosas y construcción de un centro cultural para la comunidad.

Estas iniciativas buscan no solo preservar el patrimonio material e inmaterial de la región, sino también dinamizar la economía local mediante el turismo sostenible. Según el MEF, el financiamiento está alineado con la operación de endeudamiento externo aprobada en 2012 y no compromete recursos fiscales adicionales, ya que se canaliza a través del presupuesto institucional del Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (Serfor).

La inversión permitirá mejorar la infraestructura de acceso y servicios en destinos turísticos de alto valor histórico, con miras a incrementar el flujo de visitantes nacionales y extranjeros. Además, los proyectos ofrecen una oportunidad para que comunidades locales se beneficien directamente mediante la generación de

empleo, la promoción de productos regionales y el fortalecimiento de la identidad cultural.

Cusco: megaproyecto vial de US\$ 866 millones

En paralelo, el MEF, a través de ProInversión, presentó en Cusco la fase de promoción de la Vía Evitamiento Cusco, uno de los proyectos de infraestructura urbana más ambiciosos del país. La obra demandará una inversión de US\$ 866 millones y será concesionada bajo la modalidad de Asociación Público-Privada (APP) cofinanciada, con un plazo de concesión de 35 años.

La vía tendrá una extensión de 14.1 kilómetros e incluirá un túnel mellizo de 4.1 km, 7.6 km de viaductos aéreos, cuatro puentes, una carretera de 1.9 km y dos intercambios viales estratégicos. El objetivo es descongestionar el tránsito urbano, reducir los tiempos de desplazamiento y mejorar la competitividad regional en el corredor económico del sur.

El ministro de Economía y Finanzas, Raúl Pérez Reyes, destacó que esta infraestructura es esencial para una ciudad que no solo alberga a más de 600 mil habitantes, sino que recibe millones de turistas cada año. "La Vía Evitamiento garantizará un transporte moderno y sostenible, con operación y mantenimiento adecuados durante las próximas dos décadas", subrayó.

El funcionario añadió que la obra incorpora cláusulas anticorrupción en los contratos APP, garantizando altos estándares de integridad y transparencia. "Se trata de una inversión estratégica que refleja el compromiso del gobierno con el Cusco, principal destino turístico de América Latina", afirmó.

Impacto descentralizado

Tanto en Amazonas como en Cusco, las iniciativas anunciadas por el MEF evidencian la apuesta del Estado por impulsar un desarrollo equilibrado y descentralizado, que combine la conservación del patrimonio cultural con la modernización de la infraestructura.



Medifarma: 50 años forjando la producción nacional y acceso sanitario



en sus procesos internos. La crisis disparó demandas de reforma en la industria farmacéutica peruana:

- Mayor autonomía operativa para Digemid.
- Nuevas reglas de mercado que promuevan la competencia leal y sistemas de trazabilidad renovados.
- Incentivos para que otros laboratorios desarrollen capacidades de producción confiable.

Para el sistema de salud peruano, este nuevo capítulo exige un enfoque reformador: construir resiliencia institucional y garantizar que la producción local se guíe por la seguridad, la calidad y la diversificación.

Medifarma cumple cinco décadas con una historia de crecimiento industrial y presencia nacional, pero también con la convicción de que la salud exige vigilancia, calidad y responsabilidad en todos los niveles. El camino hacia la confianza renovada —como actor económico y proveedor sanitario— se forjará reconstruyendo las bases regulatorias, promoviendo transparencia y diversificando la oferta. Solo así se honrará el legado de una empresa que marcó la historia de la producción farmacéutica peruana.

En un entorno económico donde la industrialización farmacéutica era una apuesta lejana, Medifarma surgió hace medio siglo como una empresa pionera. En 1975, con una visión de producción nacional y acceso a la salud, esta firma comenzó un camino que hoy la posiciona como una de las más importantes del sector.

Desde su planta en Ate, Lima, Medifarma ha desarrollado un ecosistema de producción local que la convirtió en proveedora clave del Estado, hospitales privados y boticas a nivel nacional. Sus aportes van más allá de cifras económicas: representa una historia empresarial de confianza, diversificación, empleo técnico y visión a largo plazo.

Este 2025, Medifarma celebra sus primeros 50 años en el mercado peruano. Desde su fundación en 1975 hasta su posición actual como una de las principales industrias farmacéuticas nacionales, el trayecto de Medifarma ha sido la historia de una empresa que apostó por la producción local y por convertirse en un pilar de abastecimiento médico para el país.

Los orígenes

Medifarma nació en 1975 con una planta ubicada en Ate, Lima, bajo el nombre de Laboratorio Medifarma S.A. En sus primeros años, se centró en fórmulas esenciales como suero fisiológico, soluciones estériles y electrolitos. Con el tiempo, invirtió en tecnologías de producción local y amplió su alcance: para 2024 ya reportaba ventas cercanas a 620 millones de soles y dominaba el 70 % del mercado nacional de suero fisiológico.

Su infraestructura productiva evolucionó bajo estándares crecientes de calidad, y consolidó su influencia sobre los hospitales públicos, el sistema EsSalud y las clínicas privadas, cimentando un modelo que combinó producción nacional con accesibilidad sanitaria.

Expansión industrial y liderazgo sanitario

Con los años, Medifarma diversificó su portafolio: mantuvo sueros de gran volumen, pero también adoptó la producción

de antibióticos, soluciones oftálmicas, vitaminas y otros insumos clínicos esenciales. Al 2024, su producción abastecía con regularidad los hospitales estatales y privados, mientras que el Estado adquirió unos 22 millones de unidades de suero de este laboratorio.

Su proceso industrial, de una planta modesta a una plataforma de gran escala, incluyó rigurosos sistemas de control: no obstante, algunas prácticas de supervisión han quedado bajo escrutinio tras la crisis del suero en 2025.

Medio siglo de historia: legado y lecciones

A 50 años de su fundación, Medifarma dejó una huella clara:

- Competencia estratégica interna: promovió la producción local frente a importaciones que dominaban el país hace décadas.
- Capacidad de abastecimiento nacional: fue el proveedor más confiable del Estado, con una participación mayoritaria.
- Ambición industrial: elevó los estándares de producción peruana y se integró a grandes licitaciones estatales.

No obstante, la experiencia resaltó dos enseñanzas urgentes:

1. La necesidad de fortalecer rápidamente la regulación y la supervisión independiente de calidad.
2. La importancia de diversificar el abastecimiento de insumos críticos, para evitar dependencia de un solo proveedor.

Panorama actual y retos para el futuro

Hoy, Medifarma enfrenta investigaciones judiciales y administrativas, redefinición de su reputación y una reestructuración

De laboratorio modesto a gigante industrial

Medifarma nació en una etapa donde la industria farmacéutica en el Perú estaba dominada por filiales extranjeras e importadores. Su propuesta fue clara desde el inicio: producir medicamentos esenciales y soluciones parenterales a nivel local, con altos estándares técnicos y costos accesibles.

Durante sus primeros años, la empresa enfocó su capacidad en productos como el suero fisiológico al 0.9 %, soluciones glucosadas, antibióticos inyectables, vitaminas y otros productos críticos para la atención hospitalaria. Con el paso del tiempo, fue ampliando sus líneas productivas, sumando categorías terapéuticas y nuevas tecnologías.

Para los años 90, Medifarma ya operaba con tecnología de esterilización avanzada, había introducido sistemas

de control de calidad internos rigurosos y lograba abastecer a buena parte del sistema sanitario público. Su presencia en licitaciones estatales la convirtió en uno de los proveedores estratégicos del Ministerio de Salud, EsSalud, hospitales regionales y centros de salud descentralizados.

Una estructura sólida y capital 100% peruano

A diferencia de otros actores que operan como franquicias o filiales de multinacionales, Medifarma ha mantenido una estructura de capital 100 % nacional, con una gerencia corporativa liderada desde Lima y decisiones operativas centralizadas en el Perú.

Actualmente, su planta de producción en Lima cuenta con más de 30 000 m², laboratorios de control de calidad, áreas de almacenamiento, envasado, esterilización y distribución. La firma emplea a

más de 2 100 trabajadores, entre técnicos farmacéuticos, químicos, ingenieros, operarios especializados y personal administrativo.

Su portafolio incluye productos propios como:

- Electrolight (soluciones para hidratación oral)
- Mejoralito (analgésico pediátrico de amplio consumo)
- Mentholatum y Dr. Zaidman, marcas adquiridas que refuerzan su presencia en el canal OTC (medicamentos de venta libre).

Estas marcas han ingresado en cadenas como Inkafarma, Mifarma, Boticas Perú y supermercados, fortaleciendo la línea de retail farmacéutico con productos nacionales de amplio reconocimiento.

Garantizamos seguridad, cumplimiento normativo y eficiencia en cada operación de comercio exterior.

- ✈ Agenciamiento Aduanero
- ✈ Clasificación Arancelaria
- ✈ Asesoría Legal
- ✈ Otras Prestaciones

FELIZ 50° ANIVERSARIO MEDIFARMA

Reciban nuestras más sinceras felicitaciones. Nos unimos a la celebración de un nuevo año marcado por su compromiso, excelencia y dedicación en el sector farmacéutico.

Es un verdadero honor haber acompañado su trayectoria durante más de 20 años como proveedor y aliado estratégico.

Valoramos profundamente la confianza depositada en nosotros y renovamos nuestro compromiso de seguir fortaleciendo esta relación basada en la colaboración, el respeto mutuo y el crecimiento conjunto.



Jr. Miller 450 oficina 1103-1104 (Callao) / +511 614-7200
administracion@asiaduanas.com.pe / asiaduanas.com.pe





Parque Industrial de Ancón: megaproyecto de US\$ 1,214 millones impulsará el desarrollo de Lima Norte

El distrito de Ancón será escenario de una de las inversiones más ambiciosas de los últimos años. El Parque Industrial de Ancón (PIA), que demandará una inversión estimada de US\$ 1,214 millones, promete convertirse en el complejo industrial más grande y moderno del país, atrayendo empresas nacionales e internacionales, generando miles de empleos y posicionando a Lima Norte como un polo estratégico de competitividad.

El director ejecutivo de ProInversión, Luis Del Carpio, junto al ministro de la Producción, Sergio González, y el alcalde distrital de Ancón, Samuel Daza, recorrieron el terreno de 1,338 hectáreas donde se levantará esta “ciudad industrial”, destacando su ubicación estratégica con acceso directo a los puertos

de Chancay y Callao, además del Nuevo Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.

Una apuesta ambiciosa por la reactivación productiva

El ministro de la Producción señaló que este proyecto será determinante para impulsar el crecimiento económico del país y descentralizar la industria en Lima.

“El Parque Industrial de Ancón es una de las apuestas más ambiciosas para el desarrollo económico y social del Perú, ya que atraerá inversiones nacionales y extranjeras, generará miles de empleos de calidad y dará impulso a las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes)”, afirmó González.

El PIA busca convertirse en un espacio ordenado y moderno donde más de 200 empresas operarán de manera articulada, con acceso a servicios básicos de calidad y vías de transporte que faciliten la logística y la exportación. Se trata, en palabras del ministro, de una “gran ciudad de fábricas y talleres” capaz de dinamizar el tejido productivo y mejorar las condiciones de vida de miles de familias.

Servicios básicos y sostenibilidad

Uno de los mayores retos para la ejecución de este megaproyecto es garantizar el acceso a servicios básicos. Por ello, ProInversión viene coordinando de manera permanente con el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, el Ministerio de Economía y Finanzas, la Municipalidad de Ancón y otros sectores clave.

En ese sentido, Luis Del Carpio anunció que el proyecto está a punto de dar un paso crucial:

“En los próximos días llegará la Opinión de Relevancia de la primera Planta Desaladora de Lima Norte. Con esto destrabaremos la construcción del PIA y, en simultáneo, se beneficiarán más de 570 mil vecinos de Lima Norte que hoy sufren por la falta de agua”, sostuvo.

La planta desaladora será un componente esencial, no solo para garantizar el suministro de agua a las empresas que se instalen en el parque, sino también para atender a miles de familias de la zona. De esta manera, el PIA no se proyecta

únicamente como un enclave industrial, sino como un factor de desarrollo urbano y social.

Trabajo articulado y visión de futuro

Durante la visita al terreno, las autoridades recibieron las especificaciones técnicas de parte del equipo de ProInversión, integrado por Mario Hernández (Dirección Especial de Proyectos), Emerson Castro (Dirección de Portafolio de Proyectos) y Edgar Patiño (consultor en transporte multimodal).

La Municipalidad de Ancón destacó que el megaproyecto está concebido bajo criterios de sostenibilidad, planificación urbana y provisión de servicios básicos, lo que permitirá un crecimiento ordenado que beneficie no solo a las empresas, sino también a los ciudadanos.

El alcalde Samuel Daza subrayó que este parque industrial “no puede entenderse únicamente como un espacio productivo, sino como parte de una estrategia de desarrollo integral para el distrito y toda Lima Norte”.

Impacto económico y social

El PIA está diseñado para convertirse en un motor de desarrollo con impacto en varios niveles:

- Generación de empleo: se estima que el parque industrial creará decenas de miles de puestos de trabajo directos e indirectos, tanto en la fase de construcción como en la operación.
- Atracción de inversión: con un esquema moderno y competitivo, se espera captar la atención de inversionistas nacionales y extranjeros interesados en instalar sus plantas de producción.

- Impulso a mipymes: el parque ofrecerá espacios y condiciones para que micro, pequeñas y medianas empresas se integren a cadenas de valor más grandes, mejorando su productividad.
- Desarrollo urbano: la provisión de servicios básicos y la mejora de la infraestructura beneficiará también a los habitantes de la zona.

Una visión de Lima Norte competitiva

El gobierno ha resaltado que tanto el Parque Industrial de Ancón como la futura Planta Desaladora son proyectos que forman parte de una misma visión: construir un Lima Norte competitivo, resiliente y sostenible.

En un contexto en el que el puerto de Chancay se convertirá en un eje clave del comercio internacional y en la “puerta de entrada a Asia”, el PIA se presenta como una infraestructura complementaria que potenciará la logística, la manufactura y la exportación.

“Estamos construyendo las condiciones para que el país tenga una industria más moderna, conectada y sostenible. Ancón se convertirá en un referente de cómo la inversión pública y privada puede articularse para generar prosperidad”, afirmó Del Carpio.

El Parque Industrial de Ancón no es un proyecto más: es una apuesta estratégica por el futuro económico del Perú. Con una inversión de más de US\$ 1,200 millones, acceso privilegiado a puertos y aeropuertos, y una planificación orientada a la sostenibilidad, el PIA promete transformar Lima Norte en un hub industrial de alcance internacional.

Si logra concretarse en los plazos previstos, Ancón no solo albergará la ciudad de fábricas más grande del país, sino que también será símbolo de un nuevo modelo de desarrollo urbano e industrial, con empleo digno, servicios básicos garantizados y oportunidades para todos.

Proyección regional y competitividad internacional

El Parque Industrial de Ancón no solo tendrá un impacto local, sino también regional e internacional. Su cercanía al futuro Puerto de Chancay, considerando la nueva puerta de ingreso y salida del comercio entre Sudamérica y Asia, convierte al PIA en una plataforma estratégica para la integración del Perú a las cadenas globales de valor. Esta ventaja logística permitirá reducir costos de transporte, acortar tiempos de envío y consolidar la competitividad de los productos nacionales en mercados exigentes.

Expertos señalan que la articulación entre el PIA, el puerto y el Nuevo Aeropuerto Internacional Jorge Chávez conformará un “triángulo logístico” único en Sudamérica, capaz de atraer industrias de manufactura avanzada, ensamblaje y servicios vinculados al comercio exterior. En este escenario, el Perú no solo será exportador de materias primas, sino también un centro de transformación industrial.

Otro punto clave será la innovación tecnológica. El proyecto prevé espacios para centros de investigación y desarrollo (I+D), así como áreas de capacitación técnica para trabajadores, asegurando que la fuerza laboral local esté alineada con las demandas de la industria moderna. Esto abre oportunidades para universidades, institutos y startups que podrán vincularse directamente con las empresas instaladas en el parque.

Finalmente, el PIA plantea una visión sostenible. El uso de energía limpia, el tratamiento de aguas y la promoción de un ecosistema empresarial respetuoso con el medio ambiente forman parte del diseño integral. De esta manera, Ancón se perfila como un modelo de ciudad industrial verde, donde desarrollo económico y sostenibilidad caminan juntos.





Clínica San Felipe: 67 años liderando la salud privada en Perú

En 1958, un grupo de destacados médicos peruanos fundó la Clínica San Felipe en Lima, con la visión de ofrecer atención médica integral bajo un modelo moderno que abarcara múltiples especialidades y estándares de calidad.

Entre sus co fundadores figuraron los doctores Carlos Blondet Goicochea, Renzo Corno Montini, Aldo Raffo Uzátegui, Carlos Roe Gómez, Juan Franco Ponce, Roger Pinillos Ganoza, Neptalí Pastor Guajardo, René Gastelumendi Vearde, Raúl León Barúa, Vicente Chiang Chiang y Jesús Morán Valdiviezo.

Desde entonces, y por más de seis décadas, la institución ha ido consolidándose como una de las clínicas privadas de mayor trayectoria en el país. Con 67 años cumplidos en septiembre de 2025, San Felipe celebra un legado de innovación médica, expansión física, convenios estratégicos y una sólida reputación en el sector salud del Perú.

Evolución institucional y expansión

Originalmente con una infraestructura modesta, la clínica ha crecido exponen-

cialmente. Una remodelación significativa en el año 2012 triplicó su área hasta alcanzar alrededor de 26,400 m², permitiendo mayor capacidad de atención y modernas instalaciones en su sede principal en Jesús María.

Actualmente cuenta con múltiples sedes en Lima, como las ubicadas en Jesús María, La Molina y Camacho (La Molina), cada una equipada con atención ambulatoria, emergencias 24/7, centro de imágenes, laboratorio, cirugía ambulatoria y medicina deportiva, según su página oficial.

Además, su cartera supera los 40 convenios corporativos y seguros, lo cual le permite atender tanto pacientes particulares como de aseguradoras privadas y empresas.

También ha mantenido un enfoque en unidades clínicas especializadas, como la Unidad de Gastroenterología y Fisiología Digestiva, considerada una de las más completas del sector al momento de su renovación hace varios años.

Trayectoria médica y liderazgo profesional

Entre los fundadores, el Dr. Juan Franco Ponce se destacó como pionero de la neurocirugía en el país: fue fundador y director del departamento de Neurociencias de San Felipe, además de ejercer como ministro de Salud entre 1983 y 1985. Asimismo, desempeñó funciones

docentes en la Universidad Cayetano Heredia y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Este linaje médico ha contribuido a construir una cultura institucional centrada en la excelencia profesional, con un staff de especialistas referidos como modernos, integrales y comprometidos con la innovación, según declaraciones recientes de la institución.

Celebraciones y presencia pública

Aunque no se encontró cobertura específica para el aniversario 67°, la clínica conmemoró previamente su 60° aniversario en 2018, como consta en un video institucional divulgado en medios internos. Este tipo de celebraciones se acompaña periódicamente de difusión y actividades para pacientes, destacando fielmente la trayectoria institucional.

Las redes sociales corporativas han registrado eventos en 2025 en sus sedes, como en La Molina, reafirmando su compromiso con eventos conmemorativos.

El sector salud privada en Perú

Para comprender la relevancia de una institución como San Felipe, es útil situarla en el contexto del sector de clínicas privadas en Lima y en el Perú:

- El crecimiento económico sostenido de las últimas décadas ha estimulado tanto la demanda de servicios de salud privados como la competencia entre grupos clínicos consolidados.
- La acreditación internacional y la adopción de tecnologías de diagnóstico avanzadas se han vuelto diferenciadores clave: San Felipe destaca por contar con herramientas de inteligencia artificial en evaluación dermatológica, como el sistema FotoFinder, así lo declara su propio sitio institucional.
- Aun cuando Essalud y el sistema público siguen siendo la opción principal para buena parte de la población, el sector privado lidera en acceso oportuno, confort e innovación.



- La expansión de seguros corporativos y medicina prepagada ha impulsado una red de más de 40 convenios por parte de San Felipe, reflejo de la integración entre empresas y clínicas privadas.

Oportunidades tras 67 años

A pesar de su éxito, San Felipe (igual que otras clínicas privadas) enfrenta varios desafíos del sector:

1. Saturación hospitalaria urbana. La alta concentración de clínicas en Lima genera competencia intensa, costes elevados y presión constante para actualizarse tecnológicamente.
2. Regulación sanitaria y acreditación. La exigencia de certificaciones como la JCI (Joint Commission International) ha llevado a inversiones considerables en mejora continua.

3. Equidad en salud. Las clínicas privadas atienden a una fracción del mercado con capacidad de pago, mientras que un porcentaje importante sigue dependiendo del sistema público. Esto plantea debates sobre modelos sostenibles que integren cobertura universal con atención privada de calidad.

4. Retención del talento médico. Mantener un staff especializado requiere incentivos, equipo de punta y entornos de investigación y docencia robustos.

Claves del éxito de San Felipe

Con 67 años cumplidos, ¿cuáles son las razones que han sostenido el liderazgo de San Felipe?

- Fundación por especialistas visionarios, con espíritu colectivo y vocación de servicio médica desde el día cero.

- Inversiones en infraestructura y tecnología, como la expansión física en 2012 y equipos como FotoFinder, que la consolidan frente a clientes exigentes.

- Diversificación geográfica dentro de Lima, con sedes estratégicas que permiten una mejor cobertura y atención segmentada.

- Convenios estratégicos con empresas y seguros, facilitando su acceso desde el sector corporativo y pacientes con cobertura laboral.

- Fuerte reputación médica y formación de especialistas, incluso vinculada a roles públicos como el del Dr. Franco Ponce.



SERVICIO DE LIMPIEZA
SERVICIO DE MANTENIMIENTO
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS



SALUDA A LA
CLÍNICA SAN FELIPE
POR SU
67° ANIVERSARIO



Calle Los Negocios N° 336 – Urbanización Limatambo – Surquillo
licitaciones@silsa.com.pe / cap@silsa.com.pe

TELÉFONOS: 948 791 092
961 875 642
961 876 077

SERVICIO AL CLIENTE **614 4601** VENTAS **614 4620** CENTRAL TELEFÓNICA **614 4600** www.silsa.com.pe



La transformación del sector salud privado en Perú: Innovación, inversión y nuevos desafíos

El sector salud privado en el Perú ha atravesado una evolución significativa en las últimas tres décadas, consolidándose como un actor clave dentro del sistema sanitario nacional.

El crecimiento económico, la urbanización acelerada y la expansión de seguros médicos corporativos han impulsado la demanda de clínicas privadas en Lima y otras ciudades, generando un ecosistema de servicios que hoy compite por estándares internacionales de calidad.

San Felipe, un referente histórico en el mercado

Dentro de este proceso de transformación, la Clínica San Felipe ha sido protagonista desde su fundación en 1958. Con 67 años de trayectoria, se ha consolidado como una de las instituciones médicas privadas más emblemáticas del país. Su crecimiento, marcado por la ampliación de infraestructura en 2012 —que triplicó su área hasta superar los 26,000 m²—, le permitió modernizar su sede principal en Jesús María y reforzar su posicionamiento como referente de innovación médica.

San Felipe ha combinado tradición y modernidad al mantener un staff de especialistas con experiencia reconocida, a la par que incorporaba tecnologías de vanguardia. La reciente integración de sistemas como el FotoFinder, utilizado en dermatología con apoyo de inteligencia artificial, la coloca entre las clínicas que lideran el salto hacia la digitalización de los diagnósticos.

Crecimiento y diversificación de la oferta

A inicios de los años 2000, el mercado privado estaba concentrado en pocas instituciones, entre ellas San Felipe, Ricardo Palma y Anglo Americana. Sin embargo, la llegada de grandes grupos hospitalarios como Auna, San Pablo y Sanna (Grupo Breca) impulsó la competencia con nuevas sedes y equipos de última generación. Frente a este escenario, San Felipe mantuvo su liderazgo con una estrategia enfocada en tres ejes: infraestructura moderna, convenios corporativos y especialización clínica. Hoy supera los 40 convenios con aseguradoras y empresas, lo que le otorga un acceso privilegiado a pacientes corporativos, además de mantener unidades reconocidas como la de Gastroenterología y Fisiología Digestiva.

El peso de la tecnología y la telemedicina

La pandemia de COVID-19 aceleró la adopción de modelos digitales en todo el sector, y San Felipe no fue ajena a esta transformación. La teleconsulta se incorporó como un servicio habitual, facilitando la atención de pacientes crónicos y ampliando su cobertura fuera de Lima. Además, la clínica ha apostado por historiales clínicos digitales y sistemas integrados que permiten optimizar tiempos de espera, seguimiento médico y análisis preventivos, alineándose con la tendencia mundial hacia una medicina más personalizada y centrada en el paciente.

Retos estructurales del sector

A pesar de los avances, tanto San Felipe como sus competidoras enfrentan desafíos que condicionan el desarrollo del sector:

1. Concentración geográfica: más del 80% de las clínicas privadas están en Lima, limitando la cobertura en regiones.
2. Altos costos de inversión: modernizar infraestructura y adquirir equipos de última generación eleva los precios y restringe acceso.
3. Brecha de talento médico: retener especialistas requiere incentivos y entornos académicos robustos.
4. Exigencias regulatorias: certificaciones como la JCI obligan a inversiones permanentes en calidad y protocolos.

HemoMedical

Empresa especializada en Latinoamérica, brinda excelentes servicios en: mercadeo, ventas, distribución y como operador logístico para empresas exploradoras del sector, implementando botiquines, abastecimiento de materiales varios, EPP, uniformes, equipos tecnológicos

SALUDA A LA CLÍNICA SAN FELIPE POR SU 67 AÑOS MARCANDO LA DIFERENCIA CON UNA GESTIÓN EXITOSA

(01) 715-6107 / (01) 715-5496
+51 997 515 633
ventas@hemomedical.com
hemomedical@hotmail.com

www.hemomedical.com



PERUMIN 2025: la gran vitrina minera y tecnológica de América Latina regresa a Arequipa

Del 22 al 26 de septiembre de 2025, Arequipa volverá a convertirse en el epicentro de la minería mundial. La Convención Minera PERUMIN 37, organizada por el Instituto de Ingenieros de Minas del Perú (IIMP), se prepara para recibir a más de 65,000 asistentes, consolidándose como el encuentro más importante de la región y uno de los referentes globales del sector extractivo.

Bajo el lema “Juntos por más oportunidades y bienestar para todos”, esta edición buscará mostrar cómo la minería puede convertirse en motor de desarrollo económico, social y ambiental, en un contexto donde el Perú enfrenta desafíos internos, pero también mantiene un rol protagónico en la producción de cobre, litio y otros minerales clave para la transición energética.

Un evento con historia y alcance global

PERUMIN llega a su 70.º aniversario y se consolida como la plataforma de diálogo y exhibición más influyente de América Latina. A lo largo de estas siete décadas, la convención ha sido escenario para debatir los principales desafíos de la industria minera, desde la relación con las comunidades hasta la adopción de nuevas tecnologías, pasando por el impacto de la regulación, los precios internacionales y la sostenibilidad ambiental.

En esta ocasión, el evento reunirá a más de 740 empresas expositoras, 1,170 stands, 29,000 metros cuadrados de exhibición y delegaciones de al menos nueve países, incluyendo a Alemania como país aliado oficial. Su presencia reforzará los vínculos en innovación, energías limpias y tecnologías de gestión ambiental.

El impacto económico para Arequipa será significativo: hoteles, restaurantes, comercios, transporte y servicios turísticos esperan una derrama económica millonaria, en línea con lo registrado en ediciones anteriores.

Un programa renovado: minería, energía y sostenibilidad

La agenda de PERUMIN 2025 busca responder a las nuevas demandas de la industria y de la sociedad. Entre las principales novedades destacan tres cumbres temáticas:

1. Cumbre de Energía: enfocada en la transición hacia energías limpias, el papel de la minería en la electromovilidad y el suministro de minerales estratégicos como cobre, litio y níquel.
2. Cumbre de Agua: espacio clave para debatir sobre gestión hídrica, innovación en tratamiento de aguas y proyectos de infraestructura que permitan un uso compartido entre la minería y las comunidades.
3. Cumbre de Diversidad e Inclusión: orientada a promover la participación de mujeres, jóvenes y comunidades en la cadena de valor minera.

A estas cumbres se suman espacios tradicionales como el Foro TIS (Tecnología, Innovación y Sostenibilidad), que premiará los mejores trabajos técnicos; el Premio Nacional de Minería Escolar; y el PERUMIN Inspira, que reconoce emprendimientos sociales vinculados al desarrollo sostenible.

Además, se lanzará el Programa de Jóvenes Profesionales, con 37 becas destinadas a egresados líderes que impulsan iniciativas en minería formal. El objetivo es fomentar el relevo generacional en un sector que busca mantenerse competitivo en el largo plazo.

EXTEMIN: la gran exhibición tecnológica

Uno de los principales atractivos de PERUMIN será nuevamente EXTEMIN, la exhibición minera y tecnológica más grande de la región. Con más de 1,400 stands, reunirá a compañías de maquinaria pesada, innovación digital, energías renovables, proveedores de insumos y startups vinculadas a la minería 4.0.

EXTEMIN funciona como un mercado global en miniatura: en un solo espacio, las empresas pueden mostrar sus



avances en automatización, inteligencia artificial, robótica aplicada a minería subterránea, seguridad laboral y gestión ambiental. Para inversionistas y ejecutivos, representa una oportunidad de primera mano para identificar nuevas tendencias y potenciales alianzas.

Retos de la minería peruana en 2025

El contexto en el que se desarrollará la convención no está exento de tensiones. El Perú, segundo productor mundial de cobre, mantiene una cartera de proyectos mineros superior a los US\$ 50,000 millones, pero enfrenta desafíos en su ejecución debido a conflictos sociales, demoras en permisos y cambios regulatorios.

Según el Ministerio de Energía y Minas (Minem), en los últimos años se han retrasado proyectos emblemáticos en el sur del país, lo que ha limitado la capacidad del sector para expandirse a la velocidad que exige la transición energética global.

A ello se suma la volatilidad internacional de los precios de los metales y la presión por fortalecer los estándares de sostenibilidad. PERUMIN se convierte, en este sentido, en un espacio estratégico para discutir cómo destrabar inversiones, mejorar el relacionamiento comunitario y potenciar la competitividad del país frente a sus pares de la región como Chile y México.

Alemania: socio estratégico

La designación de Alemania como país aliado de PERUMIN 2025 refleja la importancia de estrechar lazos con uno de los principales líderes en innovación tecnológica y transición energética. Se espera que la delegación alemana participe con un pabellón especial en EXTEMIN y con ponencias en las cumbres temáticas.

El vínculo no es casual: Alemania ha mostrado un creciente interés en garantizar el suministro de minerales críticos para su industria automotriz y de energías renovables. Para el Perú, representa la posibilidad de abrir nuevas oportunidades de exportación y cooperación tecnológica.

Impacto social y ambiental en agenda

En un escenario donde la sostenibilidad es prioridad, PERUMIN dedicará espacios a mostrar experiencias de gestión ambiental, economía circular y responsabilidad social.

La Cumbre de Agua, por ejemplo, pondrá en la mesa el uso de tecnologías de recirculación, la desalación en proyectos mineros y los mecanismos de colaboración con comunidades rurales para mejorar su acceso al recurso hídrico.

Asimismo, iniciativas como PERUMIN Inspira darán visibilidad a emprendimientos locales en educación, salud, agricultura y medio ambiente, reforzando la idea de que la minería no solo genera ingresos fiscales, sino también impacto positivo en territorios de influencia.

El papel de los jóvenes y la innovación

El Programa de Jóvenes Profesionales y el Premio Nacional de Minería Escolar evidencian la apuesta del IIMP por fortalecer el talento humano en el sector. Se busca motivar a las nuevas generaciones para que vean en la minería no solo un empleo, sino un espacio para desarrollar proyectos innovadores que transformen la industria.

Por su parte, el PERUMIN Hub será un punto de encuentro para startups, universidades y centros de investigación que presenten soluciones tecnológicas de alto impacto. Inteligencia artificial, big data, energías renovables y sistemas de seguridad automatizados estarán en el centro de las discusiones.

Expectativas y proyecciones

De acuerdo con el comité organizador, se espera superar las cifras de la edición 2023, que convocó a más de 60,000 participantes. Para 2025, la meta es alcanzar 65,500 asistentes, consolidando a Arequipa como un polo de atracción para la minería mundial.

Las proyecciones apuntan a que la convención genere un impacto económico superior a los US\$ 500 millones, considerando el efecto multiplicador en hos-

pedajes, transporte, gastronomía, comercio y servicios vinculados al evento.

Además, se prevé la firma de nuevos acuerdos de cooperación entre gobiernos, empresas y organismos internacionales, especialmente en temas de transición energética, digitalización de procesos y financiamiento sostenible.

Lista de expectativas por sectores

- Gobierno: impulsar la reactivación de proyectos mineros, asegurar mayores ingresos fiscales y mostrar avances en formalización.
- Empresas: acceder a nuevas tecnologías, explorar oportunidades de inversión y fortalecer su reputación en sostenibilidad.
- Academia: difundir investigaciones aplicadas y promover la formación de profesionales especializados.
- Comunidades: demandar mayor inclusión, participación en beneficios y mejoras en infraestructura local.
- Inversionistas: evaluar el potencial de nuevas minas en cobre, litio, oro y zinc, con miras a la transición energética.

PERUMIN como termómetro del futuro

La Convención Minera PERUMIN 2025 llega en un momento clave para el Perú y para la industria global. La transición energética ha elevado la demanda de minerales estratégicos, mientras que los retos sociales y ambientales obligan a repensar la forma en que se desarrolla la actividad.

Con un programa renovado, la participación de Alemania como aliado estratégico y la expectativa de superar récords de asistencia, PERUMIN 37 no será solo un evento minero, sino un punto de encuentro para discutir el futuro de la industria y su papel en el desarrollo sostenible del país.





Hay caminos que nos llevan lejos
dejando huellas en la mirada,
en la vida, en la historia.

Cerro Verde late contigo,
Arequipa



Maracuyá peruano repunta con fuerza: exportaciones crecen hasta 91 % en valor y dibujan un prometedor 2025

Las exportaciones peruanas de maracuyá crecieron 36% entre enero y junio de 2025, alcanzando US\$ 40 millones 012 mil, tras la caída registrada en 2024, informó ADEX.

Este resultado marca una recuperación frente al desempeño negativo del 2024, cuando las exportaciones cerraron con una caída de -10.7% en el acumulado anual.

El dinamismo exportador del maracuyá peruano se vio reflejado en la demanda de varios mercados, siendo Países Bajos el principal destino, con US\$ 16 millones 608 mil y una participación de 41.5%. Este país, considerado la puerta de entrada de productos no tradicionales al continente europeo, incrementó sus pedidos en 32.4% respecto al año pasado.

Otros destinos relevantes fueron Estados Unidos (US\$ 8 millones 131 mil, +39.1%), Francia (US\$ 4 millones 263 mil, +65.8%), Chile (US\$ 3 millones 839 mil, +67.1%), Puerto Rico (US\$ 1 millón 097 mil, +58.5%) e Italia (US\$ 1 millón 003 mil, +60.3%). Estas cifras confirman que la fruta peruana, valorada por su aroma, sabor y versatilidad en la industria de bebidas y alimentos, consolida cada vez más su presencia en mercados diversificados.

Presentaciones con mayor demanda

En cuanto a las presentaciones, el jugo de maracuyá lideró los envíos, al sumar US\$ 20 millones 442 mil en el primer semestre del 2025, lo que representa un crecimiento de 36% y una participación de 51.1% del total. Le siguieron el concentrado (US\$ 11 millones 463 mil,

+28.3%) y la pulpa (US\$ 6 millones 391 mil, +59.7%).

Si bien estas tres formas concentran la mayor parte del comercio internacional, también se exportaron volúmenes menores en fresco (US\$ 494 mil 600), bebida (US\$ 441 mil 190), IQF - Individually Quick Freezing (US\$ 425 mil 330), aceite (US\$ 134 mil 080), conserva (US\$ 127 mil), esencia (US\$ 47 mil 100), aroma (US\$ 26 mil 830) y néctar (US\$ 18 mil 810). Esta diversificación es clave para ampliar el alcance del producto y aprovechar distintos nichos de consumo.

Congreso Internacional de Pasifloras

Con el objetivo de reforzar esta tendencia positiva y afrontar los retos de la cadena productiva, la Mesa de Frutas para la Industria de ADEX y el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) organizarán el 'III Congreso Internacional de Pasifloras del Perú', que se realizará el 28 y 29 de agosto en la Universidad Señor de Sipán, en Chiclayo (Lambayeque).

En el encuentro se abordarán temas técnicos como los grados Brix (medida de la concentración de azúcares en los jugos), el mejoramiento genético de los cultivos, la optimización del manejo nutricional de los suelos y la prevención de plagas y enfermedades. Además, se discutirá la situación actual de la maracuyá y las perspectivas de producción con miras a fortalecer la competitividad del sector.

Actualidad global del maracuyá

El interés internacional por la maracuyá forma parte de una tendencia más amplia. De acuerdo con la nota de inteligencia comercial "Maracuyá: Evolución del mercado internacional y nacional", elaborada por el Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales CIEN-ADEX, el mercado global de maracuyá y otras frutas exóticas alcanzó en el 2024



los US\$ 3 mil 875 millones, lo que significó un crecimiento de 9.7% respecto al 2023.

En este contexto, Perú ocupó el puesto 11 entre los principales proveedores mundiales de estas frutas. En la región, se posicionó en el tercer lugar, solo por detrás de Ecuador y Colombia, sus competidores directos en la exportación de pasifloras. Los principales compradores a nivel global fueron China, Estados Unidos y Países Bajos, lo que muestra la importancia de diversificar los envíos hacia mercados tanto desarrollados como emergentes.

Evolución de los envíos peruanos

El reporte del CIEN-ADEX también resalta que entre el 2000 y el 2024, los envíos de maracuyá desde Perú crecieron a una tasa promedio anual de 7%, impulsados principalmente por el récord de exportaciones alcanzado en el 2023. Sin embargo, el 2024 fue un año adverso debido a factores climáticos y fitosanitarios. Fenómenos naturales afectaron la producción en diversas regiones del país, mientras que nuevas plagas y enfermedades —como la mosca de ovario y los ácaros— redujeron los rendimientos.

Estos problemas pusieron en evidencia la necesidad de fortalecer la investigación, la innovación y el soporte técnico a los agricultores, de modo que la cadena de valor de la maracuyá pueda enfrentar mejor los riesgos y garantizar la sostenibilidad del negocio.



Japón busca invertir más en Perú

La posición estratégica del Perú para el comercio entre el Asia y Sudamérica, ante la reconfiguración de las relaciones comerciales globales, ha adquirido una mayor relevancia para los mercados asiáticos, donde se encuentran gigantes como Japón, China, Indonesia, India, entre otros.

Con los minerales claves para la transición energética global como el cobre y minerales preciosos como el oro que es un activo refugio por excelencia ante la volatilidad de los mercados financieros, sumado a sus valles fértiles y potenciales desiertos para incrementar la producción agroexportadora que la población mundial necesita, el Perú se torna sumamente atractivo para la inversión internacional, a lo que se suma la estabilidad macroeconómica con una moneda fuerte como el sol, y la brecha en infraestructura que se requiere para mover todo la producción peruana a los destinos globales.

Es en este marco que la gira oficial que realizó el Perú a Japón, con autoridades públicas y empresas privadas, configura un avance a una nueva etapa en la relación bilateral, tal como lo destacó Tatsuo Yasunaga, presidente del Consejo Empresarial Perú-Japón (Cepeja) en la reunión que sostuvieron en Tokio.

"Estoy seguro de que hemos reconfirmado que las relaciones bilaterales entre Japón y Perú están avanzando hacia una nueva etapa. Ahora es nuestra responsabilidad, como comunidades empresariales, implementar proyectos que beneficien a todos, tanto para Perú como para Japón, de acuerdo con la hoja de ruta establecida", manifestó Yasunaga.

El Cepeja tiene entre sus asociados a las gigantes compañías niponas como Mitsubishi, Honda, Corporación Itochu, Mitsui, Ajinomoto, entre otras.

Yasunaga refirió que la 16 reunión del comité empresarial Japón-Perú, "fue una excelente oportunidad para debatir la posibilidad de una mayor colaboración en sectores importantes como la alimentación, la agricultura, la infraestructura, la minería, la logística", entre otras.

En ese sentido, indicó que el diálogo que sostuvieron estuvo centrado en "cómo acelerar estas iniciativas para materializar la hoja de ruta" para un mayor intercambio comercial y de inversiones.

Por su parte, el presidente de Cepeja de la contraparte peruana, Martín Pérez Monteverde, destacó la importancia de la inversión japonesa para cerrar las brechas de infraestructura que tiene el Perú.

"El esfuerzo que ya estamos haciendo para cerrar la brecha de infraestructura debe continuar de la mano de inversionistas japoneses, quienes han mostrado interés en proyectos viales, en proyectos logísticos, en proyectos mineros, energéticos, entre otros. Generar una mayor competitividad es fundamental para el crecimiento y el desarrollo del Perú", dijo Pérez.

En ese sentido, saludó que Japón haya ganado el primer contrato Gobierno a Gobierno para desarrollar el proyecto de irrigación Majes-Siguas II.

"Es una obra que ampliará la frontera agrícola arequipeña y que ha esperado décadas. Esperamos que este sea el inicio de un nuevo impulso de la participación de las empresas japonesas en el Perú", subrayó Pérez.

Atractivo para la inversión

El Perú sigue atrayendo inversión privada, así, según datos de la Agencia de Promoción de la Inversión Privada



(ProlInversión), en el 2024 se adjudicaron 15 proyectos en Asociaciones Público Privadas (APP) y Proyectos en Activos (PA) por un monto de 8,956 millones de dólares, "el más alto en la última década y cuatro veces superior al registro del 2023 (2,332 millones de dólares)", enfatizó la institución.

Asimismo, ante ProlInversión se registró un saldo de Inversión Extranjera Directa (IED) de 30,361 millones de dólares lo que refleja "el interés de inversionistas internacionales en Perú".

De acuerdo a su reciente Anuario Estadístico de ProlInversión, en lo referentes al stock del monto de IED, el Reino Unido lidera el ranking con 6,345 millones de dólares, seguido de España (5,186 millones de dólares), Chile (3,623 millones de dólares), Estados Unidos (3,374 millones de dólares), Japón figura en el puesto 16 con 238 millones de dólares.

En este contexto, el Perú prevé captar inversión privada por el orden de los 8,000 millones de dólares en proyectos de Asociación Público Privada (APP), y Japón tiene una magnífica oportunidad de incrementar su inversión en el Perú significativamente. Asimismo, hay una cartera de proyectos privados en inversión minera por más de 64,000 millones de dólares, donde también la inversión nipona puede acrecentar su presencia.

Además, en la reciente gira por Japón, la presidenta de la República, Dina Boluarte, presentó una cartera de 17,000 millones de dólares en más de 60 proyectos en APP y PA para el periodo 2025-2026, en sectores como transporte, salud, educación, energía, turismo, y saneamiento e infraestructura urbana.





40 AÑOS DE SUNSHINE EXPORT: Un legado agroexportador peruano

La historia de Sunshine Export S.A.C. es la historia de cómo una empresa familiar capitalizó la riqueza agrícola del Perú para posicionarse como uno de los principales actores del sector agroindustrial exportador.

Fundada en 1985 por Fernando y Antonia Wong, esta compañía celebra, en 2025, su 40° aniversario desde que comenzó a operar y consolidar una huella internacional en productos como mango y palta.

Orígenes y transformación estratégica

El inicio de Sunshine tiene raíces en 1951, cuando Fernando Wong empezó sembrando mandarinas en el valle de Huaral. En 1985, fundó Sunshine E.I.R.L., más tarde Sunshine Export S.A.C., empresa que con los años diversificó sus productos —cítricos, higos, pepinos, granadas, cebollas, melones— y desde 1991 apostó fuertemente por el mango, producto que se convertiría en su buque insignia.

Para los años 1997 y 2005, la empresa ya había construido una planta de empaque para exportar mango fresco a EE.UU. (1997) y una planta de congelado gracias a la asociación con el Fondo Trasandino (Fondo SEAF PERU) en 2005.

En 2010, impulsó la producción de mango deshidratado y palta congelada, ampliando su oferta de valor agregado.

Consolidación e internacionalización

Con el paso del tiempo, Sunshine desarrolló una estructura exportadora efectiva, apoyándose en certificaciones como HACCP, Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y en la búsqueda de la certificación EU-REPGAP para ingresar al mercado europeo.

Actualmente exporta más de 15 000 toneladas métricas de mango (fresco, congelado y deshidratado) a mercados como EE.UU., Canadá, Inglaterra, Italia, Francia, España, Países Bajos, Nueva Zelanda, Hong Kong y Japón, con una participación estimada de entre 10 % y 15 % del total de exportaciones peruanas de mango.

Además, sus plantaciones y alianzas con agricultores medianos y pequeños forman cadenas productivas que generan numerosos puestos de trabajo directos

e indirectos, contribuyendo al desarrollo local.

Cambio accionario y objetivos de crecimiento

En 2017, los fondos de inversión FTP (2005) y SEAF se retiraron, cediendo participación a Wealmoor LTD (Reino Unido) y Limones Piuranos S.A.C., aunque la familia Wong mantiene participación minoritaria.

Tras esa reestructuración, en la campaña 2019–2020 Sunshine alcanzó un récord al despachar más de 1 100 contenedores y lograr una facturación FOB de aproximadamente US\$ 35 millones. Su directiva fijó como meta alcanzar US\$ 100 millones en ventas en un plazo de cinco años.

El gerente general, Joaquín Balarezo, destaca que el negocio del mango es complejo, atomizado y altamente altamente sensible a los ciclos de oferta y demanda, lo que exige estrategias robustas para abrir mercados y gestionar márgenes, idealmente con un objetivo bruto cercano al 30 %.

El sector agroexportador peruano

Según reportes recientes del sector exportador en Perú, las agroexportaciones crecieron aproximadamente 63 % en el primer bimestre de 2024, sumando cerca de US\$ 1 639 millones, mientras el total de exportaciones creció 9,1 %.

Este comportamiento evidencia el rol creciente del sector agroindustrial, donde empresas como Sunshine Export lideran la transformación hacia productos con valor agregado.

Desde sus inicios, Sunshine ha apostado por la integración de productores agrarios mediante capacitaciones, asociaciones productivas y programas de responsabilidad social. Más recientemente, ha impulsado campañas médicas y otras iniciativas sostenibles, fortaleciendo el vínculo con las comunidades de la costa norte peruana.

Proyección

A cuatro décadas de su fundación, Sunshine Export cuenta con una base sólida



para continuar creciendo. Sus objetivos pasan por:

- Consolidar nuevas líneas de productos (más allá del mango y palta).
- Avanzar hacia marcas propias.
- Expandir su capacidad productiva, incluso mediante adquisiciones de tierras.
- Abrir nuevos destinos, incluso en Asia y Medio Oriente.
- Avanzar en modelos más integrados y sostenibles, con calidad y desarrollo humano como ejes de acción.

En 2025, Sunshine Export alcanza una madurez empresarial que solo una trayectoria de 40 años puede otorgar. Su historia refleja la transformación del sector agroexportador peruano: de una empresa familiar pionera, que comenzó con

cítricos y evolucionó hacia el mango y la palta, a una firma estructurada, internacional y con claras metas de crecimiento. Su éxito se construyó gracias a la visión estratégica, innovación en procesos, enfoque en calidad, sostenibilidad y fuerte conexión con sus productores.

Mientras el sector agroindustrial peruano sigue ganando protagonismo, el desafío está en ir más allá de la exportación de materias primas hacia productos con identidad de marca, alto valor agregado y sostenibilidad. Sunshine Export, con su legado y capacidad actual, está bien posicionada para liderar esa transformación en las próximas décadas.

El mango peruano: una joya de exportación que enfrenta nuevos retos

El mango peruano ha pasado de ser una fruta tradicional en los mercados locales a convertirse en una de las principales

estrellas del portafolio agroexportador del país. Su evolución está estrechamente ligada a empresas como Sunshine Export, pionera en transformar el mango fresco en una oportunidad de negocio internacional, sumando líneas de congelado y deshidratado, con estándares de calidad global.

Crecimiento sostenido

Según cifras de la Asociación Peruana de Productores y Exportadores de Mango (APEM), en la campaña 2023-2024 Perú exportó más de 200 000 toneladas de mango, siendo sus principales mercados Estados Unidos, Países Bajos, España, Reino Unido y Corea del Sur. El 80 % proviene de la región Piura, donde operan los principales empaques del país.

El mango Hass, Edward, Kent y Ataulfo son las variedades más comercializadas, destacando por su dulzura, bajo contenido de fibra y vida útil para exportación.

Uniformes de calidad en los tiempos requeridos y entregando soluciones integrales

Calidad
 Experiencia
 Cumplimiento

Envíos a todo Perú e Internacional

Ind. Sanitaria
Artículos Publicitarios

Seguridad Industrial
Uniformes Institucionales

Indu. antífama certificada
Ind. Pesquera y Petróleo

Ind. para campo, cosecha,
packing y frío



Saluda a Sunshine Export en su aniversario. Así como ustedes llevan lo mejor de Perú al mundo, nosotros nos esforzamos por cuidar a quienes hacen posible ese éxito, nos inspira su trabajo y nos motiva a seguir aportando soluciones que protegen a tu activo más valioso, tus colaboradores brindando seguridad al talento nacional. Que este nuevo año de vida empresarial les traiga más cosechas, más mercados y más motivos para brindar

Calle Independencia, Sullana – Sullana – Piura
Av Andrés Tinoco 489 Surco - Lima
Celular: (+51) 969 71 95 15 / Fijo: 73 527572
informes@coprintex.com.pe / coprintex@gmail.com

coprintex.com.pe



ISA Consorcio Transmantaro: 23 años de legado en el sistema eléctrico peruano



50

Este 2025, Consorcio Transmantaro – ISA CTM celebra 23 años desde su creación en 1998, cuando el Estado peruano adjudicó la concesión de la línea de transmisión Mantaro Socabaya a través de un concurso público internacional.

La empresa emergió como un actor clave para integrar el Sistema Interconectado Centro Norte con el Sistema Interconectado Sur, fortaleciendo la red eléctrica nacional mediante infraestructura de alto voltaje.

Fundación y origen

Desde sus inicios, Transmantaro fue la primera concesionaria privada en operar una red de 500 kV en el país. Eso supuso un hito técnico: la línea Mantaro Socabaya no solo implicó la construcción de cientos de kilómetros, sino también el despliegue de subestaciones y equipos de alta tensión bajo un régimen de financiamiento, construcción, operación y mantenimiento por concesión.

A lo largo de las dos décadas y más, ISA CTM ha ejecutado proyectos clave. Uno de los más importantes fue la conexión Mantaro–Nueva Yanango–Carapongo, un enlace 500 kV con subestaciones asociadas que permitió robustecer la red central peruana.

En paralelo, en noviembre de 2023, la empresa concretó la ampliación de la Subestación La Planicie, elevando su capacidad de transformación de 220 kV a 500 kV mediante un nuevo autotransformador y mejoras de infraestructura. Fue una inversión de US 25 millones, reali-

zada con operación continua de líneas energizadas para evitar cortes en Lima.

Liderazgo verde y financiero

Transmantaro fue pionera en el país y la región como primera empresa de transmisión en emitir bonos internacionales verdes, fusionando metas ambientales con proyectos de infraestructura eléctrica.

Asimismo, su integración en el Grupo ISA (ISA REP) ha reforzado su posición. Desde el año 2002, ISA REP lidera la transmisión eléctrica en Perú, gestionando los activos de ISA CTM y otras entidades del grupo, alcanzando cerca del 73 % del mercado de transmisión a nivel nacional: aproximadamente 12.000 km de líneas y 79 subestaciones operadas por cerca de 400 colaboradores.

Según reportes del 2023, ISA, a través de Transmantaro, fue adjudicataria de tres nuevos proyectos en Perú con operación prevista para 2027, sumando unos 240 km de líneas y un CAPEX estimado en USD 153 millones (equivalentes a unos COP 676 mil millones). Además, firmó un contrato conjunto con CENIT para interconexión en la subestación El Copey, con un contrato de 25 años que incluye diseño, construcción y operación.

Estas iniciativas no solo consolidan su liderazgo, sino que anticipan una expansión significativa: fortalecimiento de la cobertura eléctrica, integración de fuentes renovables y mayor resiliencia en el sistema.

El sector eléctrico nacional

El sector de transmisión en Perú ha sido estratégico para el desarrollo económico. La demanda de electricidad ha crecido sostenidamente en las últimas dos décadas, impulsada por nuevas centrales hidroeléctricas, solares y de gas.

ISA CTM, dentro de ISA REP, desempeña un rol crucial: la construcción de líneas de 500 kV, subestaciones y dispositivos de control es clave para evitar congestión y cortes, como ocurría antes del proyecto Chilca Zapallal–La Planicie, que se completó entre 2020 y 2021 y redujo apagones en Lima.

El modelo concesional privado, con inversión significativa y supervisión regulatoria, ha permitido atraer capital y tecnología internacional, bailando la balanza entre retorno financiero y servicio público.

Retos y oportunidades

- **Financiamiento sostenible:** Aunque ya incursionó en bonos verdes, Transmantaro y el sector enfrentan el reto de financiar expansión manteniendo criterios ESG y acceso a capital internacional.
- **Modernización tecnológica:** La integración de monitoreo en línea, sensores y automatización —como los sistemas LISA desplegados por ISA Perú— es esencial para optimizar operación y mantenimiento remoto.
- **Regulación y tarifas:** La regulación eléctrica en Perú debe equilibrar la retribución por inversión con tarifas accesibles para usuarios, incentivando a la vez nuevas ampliaciones.
- **Cambio climático y resiliencia:** Incremento de eventos extremos requiere infraestructuras limpias y adaptadas, como líneas más seguras y subestaciones robustas.

Durante sus 23 años de operación, Consorcio Transmantaro – ISA CTM ha sido piedra angular en la construcción del sistema eléctrico peruano moderno. Desde su concesión en 1998, ha desarrollado líneas estratégicas, avanzado en innovación verde y gestionado proyectos de alta envergadura técnica.





Impulsando la transformación digital del sistema eléctrico con tecnología Digital Grid de clase mundial

En el marco del 23° aniversario de ISA REP, en Procetradi reafirmamos con orgullo nuestra sólida relación con esta destacada empresa de transmisión eléctrica, con la que hemos impulsado proyectos clave de modernización tecnológica orientados a elevar la eficiencia, confiabilidad y conectividad del sistema eléctrico nacional.

Como parte de esta trayectoria conjunta, hemos acompañado a ISA REP en un proceso integral de modernización enfocado en optimizar la operación en tiempo real, garantizar la continuidad del servicio y fortalecer la

conectividad de su infraestructura crítica. Entre los hitos más relevantes destaca la modernización completa de su Centro de Control, diseñado para operaciones 24x7 bajo altos estándares de ergonomía y funcionalidad; la incorporación de tecnología de pruebas eléctricas para mantenimiento preventivo; y la implementación de comunicaciones de misión crítica mediante switches industriales robustos, especialmente adaptados para subestaciones de potencia.

Esta experiencia no solo modernizó su entorno operativo, sino que también sentó las bases para una evolución estratégica: la transición hacia una red eléctrica inteligente, conectada y preparada para los desafíos de la digitalización y la ciberseguridad OT.

Como parte de esa visión, Procetradi ha consolidado una alianza estratégica con AspenTech, la reconocida firma estadounidense de software industrial, desarrolladora de la tecnología SCADA utilizada por ISA REP. Esta tecnología ha evolucionado hacia una solución integral denominada Digital Grid, una plataforma de

clase mundial que responde a los retos actuales del sector eléctrico con capacidades avanzadas de planificación, operación y optimización de redes eléctricas.

Esta plataforma representa el siguiente nivel en la transformación digital de las utilities, integrando cinco pilares clave:

- Big Data y analítica avanzada, para una operación basada en datos.
- Interoperabilidad OT-IT, permitiendo una gestión unificada del modelo de red.
- Ciberseguridad embebida, para proteger infraestructura crítica ante nuevas amenazas.
- Módulos avanzados para la gestión de la red: ADMS, EMS, GMS y DERMS.
- Hipervisión en tiempo real, habilitando la conciencia situacional total de la red eléctrica.

Con esta visión de futuro, Procetradi reafirma su compromiso con la modernización del sistema eléctrico peruano, aportando soluciones digitales de clase mundial que permiten a las empresas del sector operar con mayor eficiencia, resiliencia y ciberseguridad. Nuestra experiencia junto a ISA REP es reflejo de lo que hoy impulsamos en toda la región: una nueva generación de soluciones tecnológicas orientadas a liderar la transición energética, impulsadas por la innovación, el conocimiento especializado y una visión estratégica de futuro.

soluciones@procetradi.com

www.procetradi.com

T: +(51) 445-1862 | +(51) 445-2115 | +(51) 445-7660

Av. Benavides 1850 Of. 301 Miraflores
Lima - Perú





Clínica Ricardo Palma: Medio siglo de excelencia médica humana

En 2025, la Clínica Ricardo Palma celebra sus 50 años desde su fundación en 1975, consolidando medio siglo de servicios sanitarios de alta calidad impulsados por la innovación tecnológica, la calidez humana y una gestión estratégica visionaria.

Esta efeméride se celebra en un momento crucial para el sector salud privado peruano, que ha mostrado un crecimiento sostenido y organizado en los últimos años. Este artículo recorre la historia de la clínica, sus logros más relevantes, sus proyecciones futuras y el entorno del sector privado de salud en el país.

Orígenes y desarrollo institucional

El proyecto de la Clínica Ricardo Palma comenzó a gestarse en 1968, bajo la iniciativa de los doctores José Zaidman y Eduardo Salas, aunque su creación ofi-

cial se concretó el 21 de junio de 1975. Desde entonces, se posicionó como una entidad pionera en servicios integrales, estableciendo desde temprano atención ambulatoria vinculada a empresas como Petroperú y Banco de la Nación.

A lo largo de las décadas, la clínica amplió su infraestructura de manera continua: inauguraciones de edificios de consultorios (Torre A en 1980, Torre B en 2008), expansión de hospitalización (2001, maternidad en 2003, pediátrico en 2005), un centro médico en Plaza Lima Sur (2006), gimnasio en 2011, hasta su alianza estratégica con el grupo Quirón-salud en 2016. Además, obtuvo acreditaciones nacionales e internacionales: Presidencia Ministerial en los primeros años, luego la primera acreditación JCI en 2019 (reacreditaciones en años siguientes).

En 2020 y 2021 recibió la certificación "Hospital Seguro contra COVID 19" por Applus+, reforzando su capacidad de respuesta ante emergencias sanitarias. En 2022 fue designada Centro de Accidente Cerebrovascular (Essential Stroke Center) y en 2024 avanzó a "Advanced Stroke Center" por la World Stroke Organization —única institución privada en Perú en lograr esto—.

En 2023 fue reconocida como la clínica privada número uno por el Ranking CXI Index de Activa Research y, en ese mismo año, como el mejor hospital peruano de América Latina por la Latam Business Conference; esta distinción se repitió en 2024. Además, ese año también fue acreditada por CONAREME como sede docente del Sistema Nacional de Residencias médicas.

Sector salud privado en Perú: panorámica y evolución

Según el INEI, al cierre de 2023, el 88,4% de peruanos contaba con algún tipo de seguro de salud. De este grupo, el 61,5% dependía exclusivamente del SIS, el 22,9% de EsSalud, y solo alrededor del 4% accedía a seguros privados.

El gasto en salud representa en Perú alrededor del 5,26% del PIB, mientras que el gasto per cápita fue cerca de USD 323 en 2015. El país enfrenta un déficit de infraestructura: hay solo 1.5 camas por cada 1 000 habitantes y muchas postas están en malas condiciones.

En contraste, el sector privado ha mostrado un crecimiento anual constante de entre 9 10%, con una facturación de S/ 4 600 millones en 2024 (cerca de USD 1 250 millones). Las clínicas privadas en Lima, especialmente en distritos como Miraflores, San Isidro, San Borja y Surco, concentran la mayor parte del negocio. En 2023, la facturación de las principales clínicas aumentó 11,1%, incluyendo copagos de S/ 422 millones. La demanda por servicios especializados



creció un 94% desde 2021, según búsquedas online.

Este escenario evidencia una clara preferencia por la atención privada especializada, aunque ello plantea retos: mantener estándares de calidad mientras se enfrenta una mayor presión para bajar costos y aumentar cobertura.

Voces desde la sociedad

En plataformas como Reddit, usuarios opinan sobre las desigualdades entre sistemas:

"Aunque no te guste el sistema público, para cosas simples el público es bueno". Múltiples voces destacan lo caro que resulta contratar seguros privados o acudir a clínicas como la Ricardo Palma, aunque algunos pacientes aseguran que los servicios de emergencia privados funcionan bien.

Sobre EsSalud, se critica su burocracia y lentitud, aunque también hay quienes reconocen su utilidad en emergencias:

"Essalud me ha servido muchísimo cuando son emergencias... no es un servicio 10/10... pero funciona".

Este contraste entre percepción, costo y calidad marca el debate público sobre el sector salud peruano.

Proyección

Tras 50 años, la Clínica Ricardo Palma ha consolidado una estrategia basada en expansión tecnológica, excelencia asistencial y formación médica. Su alianza con Quirónsalud, acreditaciones consecutivas, certificaciones internacionales y premios regionales, sumados a su rol como sede docente, refuerzan su posición como referente nacional y latinoamericano.

Su plan de expansión futura, que podría incluir renovaciones de infraestructura, adopción de nuevas tecnologías como telemedicina o robótica médica, y potencial creación de sucursales en otras regiones, se enmarca en su visión de excelencia continua. Todo esto en un contexto donde la salud privada crece pero enfrenta retos de accesibilidad y cobertura.

La historia de la Clínica también se construye desde lo anecdótico: vidas que renacen y pacientes que hallan esperanza. Según un reportaje de El Comercio, cientos de testimonios ilustran este lado humano, como el de Belén, quien sobrevivió a graves quemaduras (quemó más del 35 % de su cuerpo) gracias al médico Dr. Cantoni.

Otra historia revela cómo Deborah logró concebir tras largos años de intentos y adversidades diagnósticas, acompañada por un equipo médico empático. También figura Luhana, tratada de un aneurisma cerebral mediante un procedimiento pionero con mallas de nitinol, y William, víctima de quemaduras por accidente industrial, atendido con sensibilidad y pericia.

Estas narrativas reflejan una atención que va más allá de lo técnico: destaca la empatía, la esperanza y la medicina con alma.

El 50.º aniversario de la Clínica Ricardo Palma no es solo motivo de celebración institucional, sino el reflejo de una trayectoria marcada por innovación, empatía médica y gestión inteligente. Desde sus modestos comienzos en 1975, ha sido pionera en servicios integrales, expansión responsable y alianzas estratégicas que han fortalecido su posición en el sector.

En un Perú donde el seguro público sigue siendo mayoritario y el sistema enfrenta tensiones de infraestructura, la clínica representa una solución de alta calidad, aunque elitista. Su evolución —a través de certificaciones, reconocimientos internacionales y labor docente— muestra cómo una institución privada puede alcanzar estándares globales en salud.

En las próximas décadas, su legado dependerá de su capacidad para conservar la dignidad del paciente, innovar con equidad y expandirse en el país, sin sacrificar acceso ni calidad.

El sector de salud privado: desafíos y perspectivas

El sector privado brinda un importante complemento al sistema público, ante la saturación de hospitales estatales y largos tiempos

de espera. La Clínica Ricardo Palma encarna la opción de calidad, aunque implica costos más elevados. Según testimonios en redes sociales, a menudo se aconseja acudir a ella "si el dinero no es limitante".

Desde la perspectiva de los usuarios, también se valora su reputación por contar con buenos médicos, aunque se alerta sobre las elevadas tarifas incluso para asegurados.

El sector enfrenta retos como mantener precios accesibles sin comprometer calidad, replicar innovaciones en otras ciudades fuera de Lima, y superar la percepción de que algunas clínicas impulsan exámenes costosos innecesariamente.

Aun así, instituciones como la Ricardo Palma demuestran que se puede ofrecer atención médica con altos estándares técnicos y también calidez humana, y su trayectoria —con logros como reacreditación internacional y certificaciones únicas— evidencia que se avanza en ese equilibrio.

Legado

Entre sus fundadores figura el Dr. Luis Izquierdo Vásquez, también socio fundador del Instituto Tecnológico de la Clínica, lo que refleja desde el principio una visión de desarrollo académico y tecnológico.

Su enfoque integral —incorporando áreas como neurología, oncología, oftalmología pediátrica, nutrición, psiquiatría, psicología, entre otras— revela un modelo asistencial amplio y moderno.

Al celebrar cinco décadas, la Clínica no solo reafirma su compromiso con la salud de los peruanos, sino que se consolida como referente de cuidado emocional, innovación médica y gestión estratégica.



Sector salud privado en Perú

54

El 50.º aniversario de la Clínica Ricardo Palma llega en un momento en que el sector salud privado peruano vive un proceso de consolidación, pero también enfrenta grandes desafíos en cuanto a equidad, costos y acceso.

En un país donde el sistema público sigue siendo la principal fuente de cobertura, las clínicas privadas se han posicionado como alternativa de excelencia médica, con un crecimiento constante en las últimas dos décadas.

Según cifras del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), hacia finales de 2023, el 88,4% de la población contaba con algún tipo de seguro de salud. De este universo, el 61,5% estaba afiliado al Seguro Integral de Salud (SIS), mientras que el 22,9% dependía de EsSalud. Apenas alrededor del 4% accedía a seguros privados, lo que refleja el carácter todavía minoritario de este subsector.

El gasto en salud en el Perú representa aproximadamente el 5,26% del Producto Bruto Interno (PBI), con un gasto per cápita de poco más de USD 320 en 2015, cifra que ha mejorado pero sigue siendo baja en comparación con otros países de la región. A esto se suma un déficit estructural: 1.5 camas hospitalarias por cada 1 000 habitantes, una cifra inferior a la recomendación de la Organización Mundial de la Salud.

Estas limitaciones han empujado a que el sector privado de salud gane relevancia,

no solo en Lima sino también en ciudades intermedias como Arequipa, Trujillo y Chiclayo, donde surgen nuevas clínicas con modelos similares a los capitalinos.

Crecimiento del sector privado

El sector privado ha mostrado un crecimiento anual promedio de 9% a 10% en los últimos años, con una facturación que en 2024 superó los S/ 4 600 millones (alrededor de USD 1 250 millones). Solo en 2023, la facturación de las principales clínicas privadas de Lima creció 11,1%, incluyendo copagos de pacientes por S/ 422 millones.

El dinamismo se explica por una demanda creciente de servicios especializados, que desde 2021 ha aumentado 94% según búsquedas online de usuarios. La pandemia aceleró este proceso, pues dejó en evidencia la saturación del sistema público y generó un mayor interés en seguros privados, consultas virtuales y atención en clínicas con estándares internacionales.

Las zonas de mayor concentración de clínicas privadas siguen siendo los distritos limeños de San Isidro, Miraflores, San Borja y Surco, donde se ubican instituciones como la Clínica Ricardo Palma, Anglo Americana, San Felipe, San Pablo, Internacional y Delgado, entre otras.

Innovación y especialización

Un rasgo distintivo del sector privado ha sido su capacidad de invertir en innovación tecnológica y especialización médica. El caso de la Clínica Ricardo Palma, reconocida en 2024 como "Advanced Stroke Center" por la World Stroke Organization, es un ejemplo del esfuerzo por alcanzar estándares internacionales.



Otras instituciones han seguido estrategias similares, fortaleciendo áreas críticas como oncología, cardiología, neurología y pediatría, además de ampliar servicios de telemedicina y robótica médica. Estas innovaciones responden a la demanda de pacientes cada vez más informados y exigentes, que buscan rapidez en el diagnóstico, precisión en los tratamientos y un acompañamiento integral.

Desigualdad en el acceso

A pesar del crecimiento, la cobertura sigue siendo un gran reto. Los costos de atención en clínicas privadas continúan siendo altos para la mayoría de peruanos. En foros digitales como Reddit o TikTok, usuarios reconocen la calidad de los médicos y la rapidez de los servicios de emergencia privados, pero critican la elevada tarifa de consultas y procedimientos, así como el hecho de que algunos seguros no cubran atenciones costosas.

Por otro lado, EsSalud y el SIS reciben críticas por la burocracia y los largos tiempos de espera, aunque los usuarios también admiten que, en casos de emergencia, su servicio es funcional. Este contraste mantiene abierto el debate sobre cómo lograr un sistema más equitativo, donde la calidad del sector privado pueda replicarse con mayor acceso.

Al cuidado de la salud auditiva

Saluda a
LA CLÍNICA RICARDO PALMA
en su 50 ANIVERSARIO



Tu revista mejor aliada

con amplia información especializada, artículos de expertos y consejos prácticos, te ofrecemos lo mejor en nutrición, medicina, psicología, hogar y calidad de vida.



marketing@revistasaludyfamilia.com
prensa@revistasaludyfamilia.com

www.revistasaludyfamilia.com

Salud & familia
REVISTA PARA UN MEJOR ESTILO DE VIDA



Hay caminos que nos llevan lejos
dejando huellas en la mirada,
en la vida, en la historia.

Cerro Verde late contigo,
Arequipa

