



REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE PIURA

Empresario

AÑO 32 - N° 148

135 años

de institucionalidad empresarial al servicio de Piura

CAMARA DE COMERCIO Y
PRODUCCION DE PIURA

ANIVERSARIO INSTITUCIONAL

Camco Piura celebra 135 años impulsando el desarrollo empresarial, institucional y el crecimiento regional sostenible

PROCESO ELECTORAL

Camco Piura demanda acciones firmes frente a graves irregularidades para garantizar la legitimidad democrática

CONCURSOS REGIONALES

Empresas y emprendedores podrán acceder a fondos no reembolsables por S/ 2.7 millones

DINÁMICA ECONÓMICA

Análisis económico aborda perspectivas de inversión y desafíos frente al actual entorno volátil

En esta edición



REVISTA Empresario

ABRIL 2026

Consejo Directivo 2024-2026

Dr. Mateo Gómez Matos

Presidente

MBA Javier Bereche Álvarez

Primer Vicepresidente

Sr. Ricardo Álvarez Elías

Segundo Vicepresidente

MBA Emiliano Flores Palacios

Director Tesorero

Ing. José Luis Puig Raygada

Director Pro Tesorero

Dr. Edmundo Rodríguez – Frías Benza

Director

Lic. Julio Guillermo Castagnino Lema

Director

Lic. Salustio García Espinosa

Director

Dr. Rufino Francisco Arribas Otoyá

Director

Sr. Gustavo Velázquez Tello

Director

Dr. Juan Manuel Quinde Rázuri

Director

Ing. Guillermo León Arámbulo

Director

Abg. Susana Seminario Vega

Gerente General

DIRECCIÓN

Lic. Carmen F. Peña Morales

EDICIÓN

NORPRESS EIRL



Calle Libertad 449. Interior 208
Edificio Diana. Piura

915165555

Urb. San Eduardo A-2

Teléf.: 073 525805

<http://www.camcopiura.org.pe>

E-mail: camarapiura@camcopiura.org.pe

7

Camco Piura celebra 135 años de vida institucional y aporte al desarrollo regional



10

Renuncia del jefe de la ONPE allana el camino para recuperar la confianza en el proceso electoral



12

Piura: Postulaciones a fondos no reembolsables por S/ 2.7 millones cierran el 19 de mayo



16

Piura: Dinámica económica y oportunidades de inversión en un entorno de volatilidad



además

5. Nuestro Presidente
6. Nuestra Gerente
9. Bienvenida: Nuevos asociados se incorporan a la Camco Piura
11. Conecta CAMCO fortalece vínculos empresariales
13. Cámara de Comercio y Producción de Piura exige acciones firmes frente al sicariato tras trágico fallecimiento de profesional de la salud
13. Comité Agroexportador analiza impacto del alza de combustibles en la cadena logística
14. Promoviendo la inversión empresarial extranjera en la región Piura
18. Regiones impulsan exportaciones con crecimiento de 36,5 % en primer bimestre
19. ENFEN: aún es prematuro afirmar la ocurrencia de un "Niño Muy Fuerte" o "Súper Niño"
20. 6 tendencias de Marketing Digital en Perú para PYMES
21. Tendencias en apps móviles: lo que el consumidor del 2026 está exigiendo
22. Aprueban la Estrategia Nacional para la Formalización Laboral 2026-2040
23. Economía, política y legitimidad: el desafío del Perú en el contexto actual
24. Nuestros Socios
26. Vida Empresarial
27. Efemérides



**CÁMARA
DE COMERCIO
DE PIURA**

Conoce nuestros **servicios**

- Asesorías
- Capacitaciones
- Consultorías
- Información
- Marketing digital
- Comercio Exterior
- Centro de Arbitraje
- Registro de Protestos y Moras
- Placa Única Nacional de Rodaje
- Soporte y respaldo institucional
- Salas equipadas con tecnología de punta

135 años de institucionalidad empresarial al servicio de Piura

135 años de vida institucional es expresión de una trayectoria sostenida en torno a un propósito que permanece vigente: contribuir al desarrollo de Piura mediante la representación del sector empresarial y la promoción de condiciones que fortalezcan la inversión, la institucionalidad y el crecimiento socioeconómico en favor de todos los que habitamos la región Piura.

Desde su fundación, el 26 de abril de 1891, la Cámara de Comercio y Producción de Piura surgió como un espacio de articulación empresarial, con vocación de contribuir a la construcción de soluciones frente a los desafíos de su entorno. Cabe recordar que, en aquel entonces, Piura afrontaba los estragos de un fenómeno de El Niño extraordinario, así como una aguda depresión económica.

Su origen, sin duda, refleja una convicción que ha guiado su accionar a lo largo del tiempo: el desarrollo exige organización, esfuerzo conjunto y una visión compartida entre los actores que intervienen en su dinámica. Desde su fundación la Cámara ha canalizado iniciativas e impulsado innumerables acciones en pro de una región más competitiva. Asegurar más inversión privada para generar más empleo y reducir pobreza ha sido la propuesta de la Cámara.

La mejora de la calidad de vida y el fortalecimiento de la

cohesión social son parte inseparable y resultado del crecimiento. El sector empresarial cumple pues un rol prioritario para ampliar oportunidades, impulsar proyectos estratégicos y mejorar el bienestar colectivo con una mirada estratégica que integre de manera efectiva las dimensiones económica, social y ambiental.

En momentos de grandes retos, nuestra institución mantiene una estrecha coordinación con el sector público, el empresariado, la academia y la sociedad civil. Con todos queremos contribuir al cierre de brechas estructurales y a la generación de condiciones para un crecimiento sostenido en la región.

En el contexto nacional actual, *ad portas* de una segunda vuelta electoral, resulta fundamental reafirmar la importancia de la estabilidad institucional, el respeto a la democracia, la previsibilidad de las reglas de juego y la confianza ciudadana como condiciones esenciales para la inversión y el desarrollo sostenible.

En este nuevo aniversario ratificamos nuestro compromiso con una labor gremial enfocada en representar al empresariado y promover la inversión privada como motor del crecimiento. ¡Más desarrollo sostenible para más piuranos y peruanos!

Mateo Gómez Matos
Presidente



El poder de creer en lo nuestro

Piura es una región privilegiada. Su riqueza natural, su historia, su gente y su capacidad productiva la convierten en un territorio con enorme potencial. Somos una región agroexportadora reconocida, contamos con un sólido sector pesquero y una creciente dinámica en otros sectores clave. Pero, más allá de todo lo que tenemos, hay una verdad que define nuestro futuro: para que otros valoren lo nuestro, primero debemos hacerlo nosotros.

No podemos convencer a alguien de algo en lo que no creemos. No podemos proyectar valor si internamente no lo reconocemos. Y no podemos aspirar a posicionarnos como región si no existe una identidad clara y un orgullo compartido por lo que somos.



Valorar lo nuestro es reconocer nuestras raíces, nuestra historia y el legado de quienes construyeron esta región. Es entender que Piura no solo es un territorio con recursos, sino una comunidad con identidad, cultura y propósito. Cuando creemos en lo nuestro, lo transmitimos. Y cuando lo hacemos con autenticidad, generamos confianza.

Recientemente, en un foro de turismo y gastronomía, se hizo evidente que el verdadero desafío no está solo en lo que ofrecemos, sino en cómo lo integramos. Para potenciar el impacto económico y social de nuestra región, es necesario integrar territorio, producción y servicios que permitirá generar un desarrollo más sostenible, donde todos los actores se beneficien.

Pero este cambio no depende de unos pocos. Requiere trabajo colaborativo, sin protagonismos y con una visión compartida. Empresarios, emprendedores, instituciones y ciudadanos debemos avanzar alineados, entendiendo que el crecimiento de Piura es una tarea conjunta.

Necesitamos más iniciativas donde podamos poner en valor nuestros productos, nuestros territorios y nuestra identidad. Es en estos espacios donde se construyen oportunidades reales y donde fortalecemos nuestra presencia como región.

"Valorar lo nuestro es reconocer nuestras raíces, nuestra historia y el legado de quienes construyeron esta región. Es entender que Piura no solo es un territorio con recursos, sino una comunidad con identidad, cultura y propósito. Cuando creemos en lo nuestro, lo transmitimos."

Desde la Cámara de Comercio de Piura, seguiremos promoviendo espacios de articulación y coordinación, como nuestros comités gremiales y mesas sectoriales, para enfrentar desafíos y generar soluciones de manera conjunta.

El desarrollo de Piura no dependerá únicamente de lo que tiene, sino de cuánto creemos en ello. Porque, al final, para que nos valoren afuera, primero debemos valorarnos adentro. Y cuando eso suceda, no solo creceremos, sino que trascenderemos como región.

Como decía San Agustín: "Solo se ama verdaderamente lo que se conoce."



Camco Piura celebra 135 años de vida institucional y aporte al desarrollo regional

La Cámara de Comercio y Producción de Piura (Camco Piura) celebró el 27 de abril 135 años de vida institucional con una ceremonia que reunió a autoridades, asociados y aliados estratégicos, poniendo en relieve su trayectoria histórica y el rol del sector empresarial en el desarrollo de la región.

El saludo institucional estuvo a cargo de Mateo Gómez Matos, presidente del gremio empresarial, quien destacó la historia de la institución desde su fundación en 1891, en un contexto adverso, y su compromiso permanente con Piura. El discurso de orden estuvo a cargo de Carlos Neuhaus Tudela, presidente ejecutivo de la Asociación de Centros Comerciales y de Entretenimiento del Perú (ACCEP) y exdirector ejecutivo del Proyecto Especial de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Lima 2019, quien abordó los desafíos del entorno empresarial, subrayando la importancia de consolidar un clima favorable para los negocios y de fortalecer una gestión pública eficiente que garantice estabilidad, confianza y mejores condiciones para la actividad empresarial. Como parte del programa, Mateo Gómez Matos presentó el estado situacional de la Cámara, subrayando los avances alcanzados y las líneas de trabajo priorizadas para el fortalecimiento institucional, el impulso del sector empresarial y la competitividad regional.

Mérito Empresarial

En el marco de esta importante ceremonia, fueron reconocidas con la distinción “Al Mérito Empresarial” empresas e instituciones asociadas

que demostraron un desempeño sobresaliente y contribuciones relevantes al desarrollo empresarial, económico y social de nuestra región.

Terminales Portuarios Euroandinos Paita S.A. (TPE), por su aporte estratégico a la competitividad del comercio exterior y al desarrollo nacional. El reconocimiento fue recibido por su gerente general, Eduardo Cerdeira.

Caja Piura fue reconocida por su compromiso con la inclusión financiera y el impulso al desarrollo sostenible regional. La distinción fue recibida por Javier Bereche Álvarez, presidente de la institución.

Real Plaza S.R.L. recibió la distinción por su impacto positivo en el ecosistema empresarial, promoviendo inversión, empleo y desarrollo. El reconocimiento fue recibido por su gerente general, Nancy Chu Gonzales.

La Universidad Tecnológica del Perú (UTP) fue distinguida por su visión transformadora, inversión sostenida y compromiso con la excelencia educativa integral. Recibió el reconocimiento Guillermo del Piélagos Gastiburrú, director del campus Piura.

Asimismo, la Sociedad Agrícola Rapel S.A.C. fue reconocida por su liderazgo agroexportador y compromiso con la calidad, la sostenibilidad y la innovación continua. La distinción fue recibida por Pablo Eyheralde Munita, gerente general.

Finalmente, la Universidad de Piura (UDEP) fue distinguida por su excelencia académica e inversión permanente, y por la formación de profesionales íntegros al servicio del desarrollo del país. Recibió la distinción Paul Corcuera García, rector de la institución.

Trabajo conjunto

El brindis de honor lo ofreció Susana Seminario Vega, gerente general de la Camco Piura, quien destacó la participación de Carlos Neuhaus como invitado especial y resaltó la trayectoria de las empresas distinguidas. Asimismo, puso énfasis en la relevancia de la continuidad del trabajo conjunto con los asociados y aliados estratégicos para el logro de objetivos comunes en beneficio de la región y del país.





Mateo Gómez Matos, presidente de la Camco Piura; Carlos Neuhaus Tudela, presidente ejecutivo de la ACCP.



José Luis Puig Raygada, director de la Camco Piura; Eduardo Cerdeira, gerente general de TPE.



Mateo Gómez Matos, presidente de la Camco Piura; Javier Bereche Álvarez, presidente del Directorio de Caja Piura.



Edmundo Rodríguez - Frías Benza, director de la Camco Piura; Nancy Chu Gonzales, gerente general de Real Plaza.



Salustio García Espinosa, director de la Camco Piura; Guillermo del Piélagos Gastiaburú, director del campus Piura de la UTP.



Emiliano Flores Palacios, director de la Camco Piura; Pablo Eyheralde Munita, gerente general de Rapel; Juan Quinde Rázuri, director de la Camco Piura.



Rufino Arribas Otoy, director de la Camco Piura; Paul Corcuera García, rector de la UDEP; Gustavo Velázquez Tello, director de la Camco Piura.



Bienvenida: Nuevos asociados se incorporan a la Camco Piura

El 30 de abril se llevó a cabo la ceremonia de bienvenida a los nuevos asociados de la Cámara de Comercio y Producción de Piura, en un contexto institucional marcado por dos fechas relevantes: la reciente celebración de los 135 años del gremio empresarial, cuya fecha central fue el 26 de abril, y la proximidad del Día del Trabajo.

La incorporación de nuevos asociados constituye un indicador del alcance y la vigencia de la Cámara como espacio de representación empresarial, así como de su capacidad para convocar a distintos sectores productivos de la región.

Durante la ceremonia se presentó a los nuevos miembros y se expusieron los principales servicios y beneficios, así como, los mecanismos de participación que ofrece la institución. Entre ellos destacan los comités gremiales, concebidos como espacios técnicos donde se canalizan propuestas, se analizan problemáticas sectoriales y se construyen posiciones institucionales.

La integración de nuevos asociados amplía la base empresarial del gremio y fortalece su capacidad de interlocución frente a entidades públicas y privadas. Asimismo, contribuye a diversificar la agenda institucional, incorporando perspectivas vinculadas a distintas actividades económicas y

realidades empresariales.

El acto se desarrolló en una etapa significativa para la Cámara de Comercio de Piura, tras la conmemoración de su trayectoria institucional y en un momento en el que el entorno económico plantea desafíos relacionados con la inversión, el empleo y la competitividad regional. En ese marco, la participación activa de los asociados resulta un elemento central para el cumplimiento de los objetivos gremiales. La Cámara reiteró la importancia de que los nuevos miembros utilicen los servicios

disponibles y se integren de manera activa a las instancias de trabajo. La participación en comités, eventos y espacios de coordinación permite no solo acceder a información y redes de contacto, sino también incidir en la formulación de propuestas orientadas al desarrollo empresarial. Con esta ceremonia, la institución continúa su proceso de fortalecimiento organizacional, incorporando nuevos actores al tejido empresarial que representa y consolidando su rol como plataforma de articulación y representación en la región.





Renuncia del jefe de la ONPE allana el camino para recuperar la confianza en el proceso electoral

Tras la renuncia del jefe de la ONPE, Piero Corvetto, el presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura, Mateo Gómez Matos, afirmó que esta decisión no solo era necesaria, sino inevitable frente al grave deterioro de la credibilidad del proceso electoral luego de las irregularidades registradas el pasado 12 de abril. Asimismo, saludó que la Junta Nacional de Justicia haya aceptado su dimisión.

“El proceso electoral no solo debe ser transparente, sino incuestionable. Cuando la confianza ciudadana se ve severamente comprometida, como ha ocurrido, la continuidad de la máxima autoridad electoral resulta insostenible”, sostuvo.

En esa línea, advirtió que el país atraviesa un momento crítico que exige respuestas firmes e inmediatas. “La renuncia constituye un punto de quiebre, pero de ninguna manera cierra la crisis. Se requieren acciones concretas que restablezcan plenamente la legitimidad del sistema electoral”, subrayó.

El titular del gremio empresarial fue enfático en señalar que no basta con cambios en la conducción, sino que es imprescindible esclarecer los hechos. “Las irregularidades denunciadas deben ser investigadas a fondo, sin dilaciones ni excepciones. El país no

puede tolerar impunidad en un proceso que sustenta la democracia”, afirmó.

Asimismo, hizo hincapié en que la incertidumbre generada impacta directamente en la estabilidad política, social y económica del país, por lo que instó a las autoridades electorales a actuar con máxima diligencia. “La institucionalidad no puede seguir debilitándose. La defensa del voto ciudadano debe ser absoluta e innegociable”, señaló.

Finalmente, remarcó que la designación de la nueva autoridad electoral debe responder a los más altos estándares de integridad y competencia. “El país necesita una autoridad incuestionable, con solvencia técnica y ética,

capaz de conducir procesos electorales sin margen para dudas ni errores”, indicó. No obstante, expresó su preocupación por la designación de la nueva autoridad electoral, al recaer en quien se desempeñó como gerente general durante la gestión cuestionada.

“La legitimidad del proceso también depende de la credibilidad de quienes lo conducen. El país no resiste más decisiones que profundicen la desconfianza; por el contrario, exige señales claras, firmes y verificables de transparencia. Recuperar la confianza ciudadana no es opcional: es una condición indispensable para sostener la democracia”, concluyó.





Conecta CAMCO fortalece vínculos empresariales

El 13 de abril se realizó una nueva edición de Conecta CAMCO, iniciativa orientada a promover el networking entre empresas asociadas a la Cámara de Comercio y Producción de Piura, así como a dinamizar el intercambio comercial. Durante la jornada, los participantes fortalecieron vínculos, compartieron experiencias y evaluaron posibles alianzas estratégicas, en un entorno propicio para la interacción y el relacionamiento empresarial. En esta edición participaron representantes

de Naquiche Abogados, JAQ Tecnología EIRL, Orion DYJ EIRL, Consultoría y Capacitación Empresarial Rosales, María del Carmen Chuquicondor Tang, Dolce Vero, Itaca Marketing, Primera Clase, Alluy Servicios Logísticos, Cooperativa de Ahorro y Crédito Norandino, Insight Coaching, Yatel Data y la Asociación Peruana de Productores y Exportadores de Mango.

El networking constituye una herramienta estratégica para el fortalecimiento del sec-

tor empresarial, al facilitar la ampliación de redes de contacto, la identificación de nuevas oportunidades comerciales, el acceso a mercados potenciales y la generación de sinergias a partir del intercambio de conocimientos y experiencias.

A través de este tipo de espacios, la Cámara reafirma su compromiso de continuar promoviendo iniciativas que contribuyan al fortalecimiento del tejido empresarial y al desarrollo económico de la región.

TALLER DE ARQUITECTURA LEGAL DEL EMPRENDIMIENTO



INICIO

30 DE MAYO



HORARIO

9:00 a. m.
a 2:00 p. m.



CENTRO DE EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO
EMPRESARIAL - INNOSPACE CAMCO

(Av. Fortunato Chirichigno Mz. A Lote 2A, urb. San Eduardo - Piura)



Abg. Frank Valverde
Máster en Innovación Social por la
Universidad de Salamanca
y abogado empresarial



Piura: Postulaciones a fondos no reembolsables por S/ 2.7 millones cierran el 19 de mayo

El 10 de abril, la Cámara de Comercio y Producción de Piura (Camco Piura) organizó el primer taller informativo sobre los Concursos Regionales Piura 2026, en el marco del Proyecto Dinamización de Ecosistemas Regionales (DER 3.0), con la participación de emprendedores, empresarios y representantes de asociaciones e instituciones.

Durante la jornada, Pierre Gutierrez Medina, coordinador general del proyecto y gerente de Desarrollo Empresarial del gremio empresarial, presentó a los asistentes los principales alcances de la convocatoria, así como los requisitos y beneficios para la postulación de proyectos innovadores.

La actividad marcó el inicio de las acciones de presentación y difusión de los concursos en nuestra región, que continúan desarrollándose a través de webinars, talleres presenciales y transmisiones en vivo en redes sociales.

Concursos Regionales Piura

Son tres concursos destinados a fortalecer la innovación y la competitividad en la región. La iniciativa es impulsada por Piura Innovadora a través de la Camco Piura.

Los concursos regionales son instrumentos de financiamiento no reembolsables diseñados para transformar el tejido productivo del país, apoyados por el programa ProInnovate del Ministerio de la Producción. Buscan cerrar brechas de innovación, productivas y tecnológicas identificadas en los planes de desarrollo de los ecosistemas de innovación.

Hasta el 19 de mayo, los empresarios y emprendedores de la región tendrán la oportunidad de acceder a fondos para: Emprendimientos Innovadores, Innovación Empresarial y Validación de la Innovación.

Emprendimientos Innovadores

Brinda capital semilla y acompañamiento técnico de hasta S/ 56,000 para startups con productos mínimos viables con tracción, con el objetivo de acelerar su validación y desarrollo comercial. Está orientado a personas naturales o empresas jóvenes y prioriza sectores o áreas especializadas como industria agropecuaria e hidrobiológica de alto valor agregado, creatividad, cultura y turismo, hub logístico y transfronterizo, y sostenibilidad.

Innovación Empresarial

Otorga hasta S/ 180,000 a proyectos que desarrollen nuevos productos o servicios en fase prototipo. Está dirigido a mipymes, así como a asociaciones civiles de carácter productivo. Los sectores estratégicos incluyen industria agropecuaria e hidrobiológica de alto valor agregado, creatividad, cultura y turismo, hub logístico y transfronterizo, y territorio sustentable.

Validación de la Innovación

Financia hasta S/ 450,000 (hasta el 60 % del costo total del proyecto) para transformar prototipos o innovaciones piloto en productos o procesos comercializables. Está

dirigido a mipymes y asociaciones civiles de carácter productivo, con énfasis en industria agropecuaria e hidrobiológica de alto valor agregado, creatividad, cultura y turismo.

Para más información sobre los concursos, los interesados pueden visitar el siguiente enlace:

<https://innovasuyu.proinnovate.gob.pe/concursos-regionales-2026-piura/>

El Grupo Impulsor de Piura Innovadora está conformado por la Camco Piura, el Gobierno Regional de Piura, la Universidad de Piura, la Universidad Nacional de Piura y la Caja Piura.

Regiones

Desde el 15 de abril, siete regiones iniciaron postulaciones para concursos de innovación con fondos de S/ 14.7 millones, estrategia del Ministerio de la Producción.

Para esta iniciativa, se ha destinado un fondo total de S/ 14.7 millones, orientado exclusivamente a cerrar brechas tecnológicas y productivas en Arequipa, Cusco, Ica, La Libertad, Piura, San Martín y Tacna.

La principal innovación de este modelo radica en su gestión. A diferencia de los fondos nacionales convencionales administrados desde la capital, los Concursos Regionales han sido diseñados bajo el marco del Proyecto DER 3.0, gestionado por el programa ProInnovate.

Este esquema otorga autonomía a cada región para gestionar sus propios recursos, los cuales ascienden a S/ 2.7 millones en fondos no reembolsables por cada jurisdicción.

Cámara de Comercio y Producción de Piura exige acciones firmes frente al sicariato tras trágico fallecimiento de profesional de la salud

La Cámara de Comercio y Producción de Piura, expresó el 11 de abril, mediante un pronunciamiento público, sus sentidas condolencias a la familia, amigos y colegas de Minosska de Jesús Pinto Lazo, gastroenteróloga pediatra de la Clínica Miraflores, institución afiliada a nuestro gremio, por su lamentable fallecimiento. Frente a ello, manifestó su más enérgico rechazo a la violencia criminal y exigió a las autoridades competentes una lucha frontal, decidida y efectiva contra el sicariato. Advirtió que resulta impostergable la adopción de acciones in-

mediatas, concretas y sostenidas que permitan garantizar la seguridad de los ciudadanos y recuperar la confianza en el Estado de derecho.

Hizo hincapié en que no podemos normalizar que profesionales, empresarios, emprendedores y ciudadanos en general pierdan la vida a manos de la delincuencia. La seguridad es una condición básica para el desarrollo económico, la inversión y el bienestar de la población. Finalmente, demandó a las autoridades actuar con la urgencia que la situación amerita.

Comité Agroexportador analiza impacto del alza de combustibles en la cadena logística



El 8 de abril, la Cámara de Comercio y Producción de Piura, a través de su Comité Agroexportador, realizó una reunión de trabajo con agroexportadores, transportistas y operadores logísticos, con el objetivo de analizar el impacto del incremento de los combustibles en la cadena logística del sector.

Durante el encuentro, se intercambiaron puntos de vista entre los actores involucrados y se abordaron los principales desafíos asociados a los costos logísticos, en un contexto que incide directamente en la competitividad de la actividad agroexportadora.

La reunión se desarrolló como un espacio de articulación

para la identificación de líneas de acción orientadas a la evaluación de alternativas que contribuyan a mitigar los efectos de esta problemática en el sector.





Promoviendo la inversión empresarial extranjera en la región Piura

PROMPERÚ en alianza con la Cámara de Comercio y Producción de Piura (Camco Piura) presentaron el 8 de abril el Open House Inversiones 2026, un espacio clave para posicionar a nuestra región como un destino atractivo para la inversión empresarial extranjera y seguir impulsando la descentralización del crecimiento económico del país. Los sectores priorizados para el presente año son: alimentos y bebidas, turismo, servicios intensivos en el conocimiento, manufacturas (incluye servicios y provisiones a la minería), energías renovables y la promoción transversal de la marca país.

El saludo institucional estuvo a cargo de Mateo Gómez Matos, presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura, quien destacó el potencial de los sectores estratégicos de la región para atraer inversiones y generar sinergias que propicien un entorno favorable al desarrollo sostenible y a la calidad de vida de la población.

Intervinieron por PROMPERÚ: Daniel Córdova Espinoza, director de Promoción de Inversiones Empresariales; Carla Huamani Rivera, ejecutiva de Promoción de Inversiones Empresariales; Renzo Sotelo Solano, ejecutivo de Inteligencia y Prospectiva en Inversiones; Letty Quispe Mendoza, ejecutiva de Servicios al Inversionista; y Rosa Esperanza Zárate Sihuincha, coordinadora de la Oficina Macro Región Norte, quienes abordaron temas como el panorama general de Piura, las estrategias y el plan de acción para la promoción de inver-

sión 2026, así como la Red de Inteligencia de Inversiones y la Misión de Inversiones, herramientas clave para transformar oportunidades en resultados tangibles.

Cifras clave

- En 2025 Piura consolida su presencia a nivel nacional:
 - 1° productor de mango (67.3 %), limón (58.5 %), soya (59.4 %) y congelados de recursos hidrobiológicos (57.6 %).
 - 1° región con mayor desembarque de papa (67.4 %), concha de abanico (67.8 %) y merluza (69.4 %).
 - 1° en extracción de minerales no metálicos como diatomitas (81.7 %), fosfatos (100 %), conchuelas (99.5 %) y andalucita (100 %).
 - 2° productor de arroz cáscara (15.1%), uva (25.3%), algodón rama (37.8%) y petróleo crudo (48.3%).

– 2° región con más empresas dedicadas elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas (13.0%).

– 2° región con más empresas dedicadas elaboración y conservación de pescado y productos de pescado (16.2%).

• En el periodo 2003 y 2025, Piura captó más de USD 2,675 millones en inversión extranjera directa.

• PROMPERÚ proyecta USD 480 millones en compromisos de inversión para 2026.

Nuestra región tiene lo necesario para consolidarse como un polo de inversión: recursos, ubicación estratégica, sectores con alto potencial y, sobre todo, talento humano comprometido y capaz de impulsar su desarrollo. El reto es claro: convertir estas oportunidades en inversiones concretas que dinamicen el crecimiento económico y contribuyan al bienestar de la población.





**CENTRO
DE ARBITRAJE**

Ventajas del Centro de Arbitraje de la CAMCO

- Prestigiosa lista de árbitros de renombre.
- Adecuada supervisión, organización y administración de los arbitrajes.
- Asistencia y soporte integral de nuestro equipo.
- Tabla de honorarios y gastos administrativos fijos.
- Ambientes e instalaciones adecuados.



(073) 525805 Anexo 104 - 110



crodriguez@arbitrajecamco.org.pe



Piura: Dinámica económica y oportunidades de inversión en un entorno de volatilidad

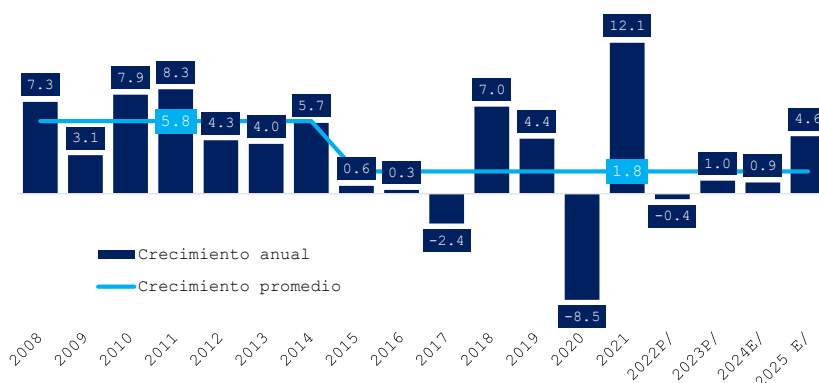
Por: Julio Ramos Yovera (*)

Lectura de la economía piurana

En las últimas dos décadas, la economía de Piura ha evidenciado un comportamiento que combina resiliencia con volatilidad. Si bien actualmente se observa una recuperación y expectativas positivas, este desempeño no ha sido lineal. Por el contrario, responde a un ciclo económico claramente diferenciado en dos etapas: un periodo de crecimiento sostenido entre 2008 y 2014 y una fase de alta volatilidad desde 2015 hasta la actualidad.

Durante la primera etapa, la región registró una tasa de crecimiento promedio anual de 5.8 %, con varios años por encima del 7 %. Este dinamismo permitió consolidar una estructura productiva diversificada, impulsando sectores como agroexportación, pesca, hidrocarburos, manufactura, construcción y servicios. Asimismo, sentó las bases del crecimiento actual mediante la atracción de inversiones, la apertura de mercados y el fortalecimiento del tejido empresarial.

Figura 1: Dinamismo de la economía piurana, 2008-2025
Variaciones porcentuales



Nota: Elaboración propia con datos del INEI. La economía piurana es medida por el Valor Agregado Bruto que producen todos los sectores económicos.

Sin embargo, a partir de 2015, la trayectoria cambia. El crecimiento se desacelera y se vuelve más irregular, con un promedio anual que cae a 1.8 %. Esta segunda etapa está marcada por choques externos e internos que han afectado la continuidad del crecimiento. En 2017, por ejemplo, la economía regional se contrajo debido al Fenómeno El Niño Costero, evidenciando su alta vulnerabilidad climática. A ello se suma la fuerte caída de 2020 (-8.5 %) por la pandemia, seguida de un rebote en 2021 (12.1 %) que, si bien refleja recuperación, también confirma la magnitud del shock previo.

En los años más recientes, la economía ha mostrado una recuperación gradual, aunque aún frágil. El 2022 registra nuevamente una contracción, mientras que en 2023 y 2024 el crecimiento se mantiene en niveles modestos, cercanos al 1 %. Recién en 2025 se observa una recuperación más clara (4.6 %), lo que confirma que la región vuelve a expandirse, aunque desde una base débil. En este contexto, el PBI regional supera los S/ 22 mil millones, evidenciando capacidad de crecimiento, pero bajo un entorno más exigente y menos dinámico que el de la década anterior.

Este comportamiento se explica, en gran medida, por el dinamismo del sector externo. Las exportaciones de Piura superan los USD 4,100 millones al cierre de 2025 y alcanzan cerca de 100 mercados internacionales, consolidando a la región como un eje clave del comercio exterior. En particular, la agroexportación mantiene un crecimiento cercano al 10 %, mientras que la pesca ha registrado un crecimiento de 80 %. Este flujo de capital externo no solo impulsa a las grandes empresas, sino que genera encadenamientos productivos que dinamizan servicios locales y oportunidades para las pymes.

Esta dinámica macroeconómica se refleja en el comportamiento empresarial. Con el reciente estudio: Pulso Sectorial y Riesgos Empresariales 2026, se encontró que el 85 % de las empresas en Piura reporta crecimiento, lo que confirma que la economía real continúa avanzando. Sin embargo, este crecimiento convive con una lógica de cautela: si bien el 86 % proyecta mayores ventas y el 62 % prevé incrementar su inversión, solo el 50 % planea aumentar su empleo.

Retos del sector empresarial

La cautela empresarial se explica, en gran medida, por la percepción de riesgo. El 75.5 % de los empresarios considera que los riesgos han aumentado, destacando la inseguridad ciudadana (67 %) y la inestabilidad política (60 %) como principales factores. Este entorno influye

directamente en la toma de decisiones, generando un desfase entre el desempeño económico real y la percepción del entorno.

Este comportamiento permite una lectura más precisa: Piura no está estancada, pero sí transita por un periodo de crecimiento más bajo y volátil en comparación con la década previa. En ese sentido, el crecimiento actual debe interpretarse con cautela: no es un nuevo “boom”, sino una recuperación dentro de un contexto estructural más exigente. Frente a este escenario, las empresas han comenzado a adaptarse. Según el estudio mencionado anteriormente, cerca del 60 % ya está ajustando su modelo de negocio, principalmente a través de la digitalización (48 %), la diversificación (33 %) y la optimización de procesos (10 %). Este cambio refleja una transición hacia modelos más resilientes, capaces de operar en entornos volátiles.

Oportunidades de inversión

En un contexto de menor crecimiento estructural, las oportunidades no desaparecen, sino que cambian de naturaleza. Un punto clave para entender las oportunidades actuales es que estas no necesariamente están en los sectores tradicionales, sino en las brechas del mercado. Problemas como el limitado acceso a financiamiento (55 %), la falta de información empresarial (45 %) y la escasez de talento calificado (40 %) revelan espacios donde la oferta aún es insuficiente. En este contexto, los servicios empresariales especializados —financieros, tecnológicos y de consultoría— emergen como uno de los segmentos con mayor potencial.

En paralelo, sectores como agroindustria, pesca, construcción, logística, transformación digital y sostenibilidad continúan siendo ejes estratégicos de inversión. No obstante, el enfoque ha cambiado: más que apostar por expansión de capacidad, el mercado demanda eficiencia, valor agregado e integración de servicios. De hecho, una de las principales oportunidades se encuentra en modelos de negocio de bajo capital (low-capex), particularmente en servicios B2B. En lugar de competir en sectores intensivos en inversión, muchas empresas pueden capturar valor resolviendo problemas específicos dentro de las cadenas productivas. La creciente demanda por digitalización —presente ya en cerca del 40 % del mercado— es un claro ejemplo de ello.

(*) Jefe del Área de Estudios y Consultorías



Regiones impulsan exportaciones con crecimiento de 36,5 % en primer bimestre

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) informó que, entre enero y febrero de 2026, las exportaciones de bienes provenientes de las regiones del interior del Perú alcanzaron los US\$ 15 443 millones, registrando un crecimiento de 36,5 %.

En este periodo 20 regiones incrementaron sus envíos al exterior: Huánuco, Amazonas, Huancavelica, Cajamarca, Madre de Dios, Arequipa, Puno, Áncash, Junín, La Libertad, Apurímac, Lambayeque, Ica, Piura, Moquegua, Pasco, Ayacucho, Tumbes, Tacna y Cusco. De esta manera las exportaciones de las regiones del interior del país representaron el 87 % del total exportado, consolidándose como motores clave del comercio exterior peruano.

Macrorregiones

Por macrorregiones, en el norte el dinamismo estuvo liderado por la minería, así como por el agro y la pesca. Resaltaron Cajamarca (US\$ 707,6 millones/+70,5 %), por la venta de oro y café; Áncash (US\$ 1 451,5 millones/+50,3 %), por cobre, zinc y oro; y La Libertad (US\$ 1 320,9 millones/+47 %) por oro, arándanos y harina de pescado. En el caso

de Tumbes (US\$ 20 millones/+18,2 %), los resultados se explicaron por la mayor venta de langostinos; en Piura (US\$ 655,6 millones/+24 %), por papa; y en Lambayeque (US\$ 160 millones/+43,2 %), por arándanos. En el centro, todas las regiones mostraron un desempeño positivo, impulsado por las mayores exportaciones de minerales y bienes agropecuarios. En esta macrorregión destacó Huánuco (US\$ 90,7 millones/+754,9 %) que superó las exportaciones de los últimos 10 años, por las ventas de concentrado de plata; Huancavelica (US\$ 32,3 millones/+79,5 %) por cobre; Junín (US\$ 1 165,2 millones /+48,9 %), por cobre y oro; Ica (US\$ 1 893,2 millones/+38,5 %), por cobre, zinc, oro y uva; Pasco (US\$ 382,2 millones/+21,2 %), por oro y plata aleada; y las exportaciones de Ayacucho (US\$ 266,6 millones/+19,1 %) se explicaron por la mayor venta de oro y tara.

En el caso del sur, el crecimiento fue impulsado por el oro y el cobre, destacando Arequipa (US\$ 1 985,4 millones/+62,9 %), por sus mayores envíos de oro, cobre y plomo; Puno (US\$ 1 726,9 millones/+62,8 %) por oro; Apurímac (US\$ 775,4 millones/+44,4 %); Moquegua (US\$ 1 018,8 millones/+23,4 %);

Tacna (US\$ 438,9 millones/+15,9 %), y Cusco (US\$ 841,3 millones/+6,1 %), por cobre. En el oriente, Amazonas creció +103 % (US\$ 15,3 millones), por mayores envíos de café y Madre de Dios creció 65 % (US\$ 51,2 millones), por oro.

Plataformas logísticas

En términos logísticos, las exportaciones regionales continúan canalizándose principalmente a través del puerto del Callao (US\$ 5 925 millones / 34 %) y el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez (US\$ 4 555 millones / 23 %), seguidos por los puertos de Matarani (US\$ 2 260 millones / 13 %) y Paita (US\$ 805 millones / 7 %). Asimismo, el Terminal Portuario Multipropósito de Chancay se consolida como una nueva plataforma estratégica, al registrar US\$ 132 millones en exportaciones en el primer bimestre de 2026, lo que representa un crecimiento de 517 %, con respecto al mismo periodo 2025.

Para el Mincetur este desempeño consolida a las regiones como un motor clave del crecimiento exportador y reafirma su compromiso de seguir fortaleciendo la competitividad y el acceso a nuevos mercados.



ENFEN: aún es prematuro afirmar la ocurrencia de un “Niño Muy Fuerte” o “Súper Niño”

Ante la difusión en medios de comunicación y redes sociales sobre la posible ocurrencia de un evento “El Niño” de magnitud “Muy Fuerte” o “Súper Niño”, con alcance global, la Comisión Encargada del Estudio Nacional del Fenómeno El Niño (ENFEN) informó el 27 de abril que, con base en la información científica disponible, aún es prematuro afirmar la ocurrencia de un evento de dicha magnitud.

En ese contexto, el ENFEN precisó que en el mar frente a la costa del Perú, desde febrero se observa un calentamiento en la zona norte del mar peruano, asociado a la presencia de un evento de “El Niño Costero”.

De acuerdo con las proyecciones actuales, este evento podría extenderse hasta enero de 2027, siendo más probable que alcance una magnitud moderada hacia el otoño de 2026. Por ello, el ENFEN mantiene el estado de Alerta de El Niño Costero.

Respecto al Pacífico ecuatorial central —región de influencia global y con incidencia en el clima de los Andes del centro y sur del Perú—, las condiciones se encuentran en el rango neutral,

aunque con una tendencia de calentamiento. Según las evaluaciones vigentes, a partir de mediados de 2026 es más probable el desarrollo de un evento “El Niño” de magnitud débil en dicha región, el cual podría extenderse, por lo pronto, hasta enero de 2027.

Las estimaciones del ENFEN se sustentan en la evaluación de la confiabilidad de los modelos numéricos de pronóstico, tanto nacionales como internacionales, así como en el análisis de las condiciones oceánicas y atmosféricas actuales del Pacífico tropical. Como parte de las acciones de monitoreo frente a El Niño Costero, el ENFEN realiza reuniones quincenales para actualizar sus evaluaciones y viene planificando la ejecución de cruceros oceanográficos en el mar peruano, con el fin de obtener información directa que permita mejorar la precisión de los pronósticos.

Finalmente, el ENFEN reafirmó su compromiso de brindar información oportuna, transparente y basada en evidencia científica, y recomendó a la población y a las autoridades mantenerse atentas a los comunicados oficiales.



6

tendencias de Marketing Digital en Perú para PYMES

El marketing digital en Perú evoluciona rápidamente, generando tanto desafíos como oportunidades para las pymes. Adaptarse a las nuevas tendencias es clave para mantenerse competitivos, captar la atención del público objetivo y potenciar el crecimiento. En este contexto, resulta fundamental enfocarse en estrategias actualizadas que respondan a las dinámicas del mercado.

1. La Personalización como Eje Central de la Experiencia:

En un mercado saturado, la personalización es una expectativa del consumidor. Las pymes deben usar datos para segmentar y ofrecer experiencias, contenidos y ofertas que resuenen con cada cliente.



3. SEO Local y Búsqueda por Voz: Claves para la Visibilidad

Para las pymes con presencia física o enfoque local, el SEO local es clave. Optimizar Google My Business, mantener datos consistentes y gestionar reseñas fortalece la visibilidad. Además, la búsqueda por voz exige adaptar el contenido a un lenguaje más natural y conversacional.



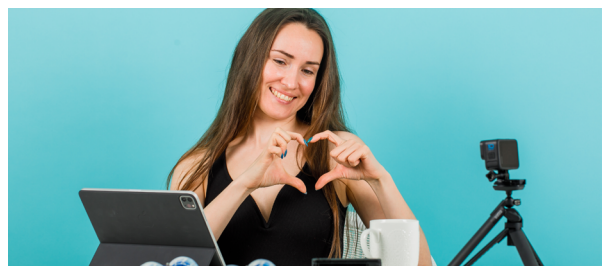
2. El Auge del Video Marketing y Contenido Interactivo:

Plataformas como TikTok, Instagram Reels y YouTube son clave para que las pymes conecten con audiencias jóvenes y muestren su identidad. El contenido en video corto, en vivo e interactivo capta atención y genera mayor engagement, convirtiéndose en una estrategia con alto retorno.



4. Inteligencia Artificial (IA) para Optimizar Estrategias:

La inteligencia artificial ya es una herramienta clave en el marketing digital. Permite a las pymes automatizar tareas, analizar datos, personalizar ofertas, optimizar campañas y mejorar la atención al cliente con chatbots, utilizando soluciones accesibles que aumentan la eficiencia y resultados.



5. Marketing de Influencers y Contenido Auténtico:

El marketing de influencers sigue siendo efectivo, especialmente con micro y nano influencers que conectan de forma auténtica con audiencias de nicho. La clave está en la credibilidad: colaborar con personas que realmente usan y valoran la marca genera mayor confianza e impacto.

6. Analítica de Datos y Medición del ROI:

Ninguna estrategia de marketing está completa sin analítica de datos. Las pymes deben enfocarse en medir el ROI para entender qué funciona, optimizar recursos y tomar decisiones informadas que aseguren la rentabilidad.



Tendencias en apps móviles: lo que el consumidor del 2026 está exigiendo

El entorno digital avanza rápidamente y está borrando la línea entre lo físico y lo digital. Para 2026, las apps móviles dejarán de ser solo funcionales y deberán convertirse en experiencias que anticipen, personalicen e integren la vida del usuario. La tecnología ya no solo responde, sino que predice y moldea comportamientos. En este contexto, las empresas que no evolucionen hacia este enfoque corren el riesgo de perder relevancia en un mercado altamente competitivo.

La era de la hiper-personalización predictiva

Las aplicaciones evolucionan hacia una personalización mucho más profunda, donde no solo reaccionan a las preferencias, sino que anticipan necesidades antes de que el usuario las exprese. Gracias a la inteligencia artificial y el machine learning, se procesan grandes volúmenes de datos (hábitos, ubicación, contexto, etc.) para ofrecer experiencias únicas.

Esto permite que las apps ajusten contenido, recomendaciones y funciones en tiempo real, funcionando como asistentes personales proactivos. La clave está en la capacidad de aprendizaje continuo, que fortalece la relación entre usuario y aplicación.

Más allá de la pantalla: realidad aumentada y mixta en apps

Las apps dejarán de limitarse a la pantalla y se integrarán con el entorno físico mediante realidad aumentada (RA) y realidad mixta (RM). Esto permitirá experiencias más inmersivas, como probar productos virtualmente, mejorar procesos técnicos o enriquecer la educación y la navegación.

El cambio hacia experiencias tridimensionales implica un nuevo paradigma en diseño, donde las apps conectan directamente el mundo digital con el físico, generando mayor valor y utilidad.

La inteligencia conversacional como interfaz primaria

La interacción con las apps será cada vez más natural gracias a interfaces conversacionales basadas en lenguaje natural. Los asistentes dejarán de ser básicos para convertirse en sistemas capaces de comprender contexto, intención y emociones.

Las apps permitirán interactuar mediante voz, texto o gestos, reduciendo la fricción y facilitando el acceso a sus funciones. Este enfoque hará que las aplicaciones sean más intuitivas, inclusivas y eficientes.

Seguridad, privacidad y confianza: pilares innegociables

A medida que aumenta el uso de datos, la confianza del usuario se vuelve fundamental. Las apps deberán garantizar transparencia, control y protección de la información, incorporando seguridad desde el diseño.

Tecnologías como cifrado avanzado, modelos de “confianza cero” y regulaciones más estrictas obligarán a las empresas a priorizar la privacidad. La gestión ética de los datos se convertirá en una ventaja competitiva clave.

Ecosistemas conectados: integración y experiencia unificada

Las apps ya no serán herramientas aisladas, sino parte de ecosistemas interconectados que integran dispositivos, servicios y plataformas (IoT, wearables, etc.).

Se convertirán en centros de control que unifican la experiencia del usuario, permitiendo

una interacción fluida entre diferentes sistemas. La interoperabilidad y la integración serán esenciales para generar valor.

Sostenibilidad y ética en el desarrollo de apps

El usuario moderno también exige responsabilidad social y ambiental. Las aplicaciones deberán considerar eficiencia energética, uso ético de la IA y sostenibilidad.

Las empresas que alineen sus soluciones con estos valores generarán mayor conexión con los usuarios. La tecnología no solo debe ser funcional, sino también responsable y coherente con el impacto que genera.

El futuro de las apps móviles exige experiencias predictivas, inmersivas, seguras, integradas y éticas. Las empresas que adopten tecnologías como IA, realidad aumentada y sistemas conectados, junto con un enfoque centrado en el usuario, no solo se adaptarán, sino que liderarán el mercado.

La transformación ya está en marcha, y actuar a tiempo será clave para mantenerse competitivo en la nueva era digital.

Fuente: [Boostify](#)





Aprueban la Estrategia Nacional para la Formalización Laboral 2026-2040

El Poder Ejecutivo aprobó la “Estrategia Nacional para la Formalización Laboral 2026-2040” mediante el Decreto Supremo N° 001-2026-TR, publicado el 2 de abril, con el objetivo de incrementar la formalidad laboral en el país de manera sostenida y con enfoque territorial. La norma establece que esta estrategia constituye un marco de intervención multisectorial que articula acciones del Estado bajo la rectoría del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE).

Informalidad laboral

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo el Perú registra, desde hace más de una década, una de las tasas de empleo informal más elevadas de América Latina. Así, 7 de cada 10 trabajadores se encuentra en condiciones de informalidad sin acceso a beneficios laborales, seguridad social ni aportes previsionales. En términos absolutos, esta cifra representa alrededor de 12 millones de personas.

La informalidad laboral genera múltiples impactos negativos en el desarrollo económico y social del país. Menores niveles de productividad, baja competitividad empresarial, menor recaudación tributaria, obstruye la libre competencia, menores ingresos laborales, escasa cobertura de protección social e impide la

acreditación de la experiencia laboral de los trabajadores informales para acceder al mercado formal de trabajo. Además, la informalidad amplía brechas de desigualdad y vulnerabilidad económica.

La informalidad laboral es el resultado de múltiples factores interrelacionados, entre ellos, el bajo desarrollo del capital humano, los costos y complejidad de la formalización, limitada capacidad de la orientación y fiscalización, limitaciones en el acceso a protección social y limitada diversificación de la economía. También influyen aspectos culturales y sociales que normalizan la informalidad como una práctica extendida en el mercado laboral peruano.

Estrategia Nacional

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo ha elaborado la Estrategia Nacional para la Formalización Laboral (ENFL) 2026–2040, que se constituye en el principal instrumento para articular la acción intersectorial en materia de formalización laboral, siendo el engranaje de distintas políticas públicas vinculadas al empleo decente, poblaciones vulnerables y en pobreza, competitividad y productividad, desarrollo estratégico, entre otras. Se constituye en un modelo de articulación de las acciones del gobierno, que permite reunir los esfuerzos que realizan los sec-

tores y entidades públicas en el marco de sus competencias y que contribuyen con la formalización laboral, lo cual incide en la economía del país.

La ENFL no es un plan ministerial: es el marco de política que ordena y vincula los esfuerzos de más de 20 entidades públicas bajo objetivos comunes, indicadores compartidos y una lógica de resultados verificables. Entre estas se encuentran la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, el Seguro Social de Salud, la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral y el Instituto Nacional de Estadística e Informática, entre otros.

Al año 2040, la tasa de empleo formal será de 50 % respecto a la PEA ocupada, mejorando la productividad y protección social en el Perú.

Pilares

La Estrategia Nacional para la Formalización Laboral 2026–2040 cuenta con seis ejes estratégicos: Promoción del Capital Humano; Mejora del Marco Normativo e Incentivos; Fortalecer la Inspección de Trabajo y los Mecanismos de Orientación y Prevención; Promoción del acceso a la Protección Social; Promoción de la Diversificación Productiva y, Promoción de la Cultura de la Formalidad.



Economía, política y legitimidad: el desafío del Perú en el contexto actual

Por: Víctor Vicente Palacios Córdova (*)

En el Perú actual, hablar de economía sin considerar la política resulta insuficiente, y hablar de política sin atender a su legitimidad es ignorar el fondo del problema. El país atraviesa una tensión marcada entre crecimiento económico, representación política y confianza ciudadana.

Durante años, el Perú fue considerado un referente de estabilidad macroeconómica. Sin embargo, ese crecimiento no logró traducirse plenamente en bienestar compartido. Persisten brechas sociales, altos niveles de informalidad y una sensación extendida de exclusión. Esta desconexión revela que el crecimiento, por sí solo, no garantiza desarrollo humano.

En este punto, la mirada de Amartya Sen resulta iluminadora: el desarrollo debe entenderse como la expansión de capacidades reales para vivir con dignidad. Cuando el sistema político no logra canalizar estas aspiraciones, la economía pierde su sentido social.

El contexto actual ha profundizado esta brecha. La desconfianza hacia las instituciones, los cuestionamientos a los procesos políticos y la percepción de distancia entre gobernantes y ciudadanos han debilitado la legitimidad del sistema. Y sin legitimidad, incluso las decisiones técnicamente correctas carecen de respaldo social.

Como advertía Douglass North, las instituciones son las reglas del juego. Si estas se perciben como débiles o injustas, la incertidumbre se instala: la inversión se retrae, las políticas públicas pierden continuidad y la gobernabilidad se vuelve frágil.

Pero el problema central no es solo económico ni exclusivamente

político; es, sobre todo, un problema de confianza. Sin confianza, una sociedad no puede sostener procesos de desarrollo a largo plazo. La legitimidad no se impone: se construye con transparencia, coherencia y resultados concretos.

En este escenario, el desafío del Perú no es únicamente recuperar el crecimiento, sino reconstruir el vínculo entre Estado y ciudadanía. Esto exige fortalecer instituciones, garantizar procesos transparentes y promover una cultura política orientada al bien común.

Al mismo tiempo, la economía debe orientarse hacia la inclusión. No basta con crecer; es necesario distribuir oportunidades. Invertir en educación, salud y empleo digno no solo es una obligación social, sino una estrategia económica sostenible.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) ha insistido en que el verdadero progreso se mide en la ampliación de capacidades humanas. Este enfoque cobra especial relevancia en contextos de incertidumbre, donde las personas demandan no solo ingresos, sino también seguridad y participación.

El Perú se encuentra en una encrucijada: persistir en la desconfianza o reconstruir su legitimidad como base de un desarrollo más justo. Sin esa convergencia entre economía y política, el desarrollo seguirá siendo una promesa incompleta.

(*) Coach y Docente de la Maestría en Gerencia Social de la Escuela de Posgrado de la PUCP. Coordinador Regional de la Mesa de Concertación para la Lucha contra la Pobreza.





VISITANDO A NUESTROS SOCIOS

Detrás de cada empresa hay una historia de empuje y visión empresarial. Por eso, desde este espacio, deseamos difundir la labor que realizan cada uno de nuestros socios, cómo han ido construyendo sus logros y su aporte al desarrollo de nuestra región y del país. Los invitamos a compartir estas valiosas experiencias.

COREHIDRO

Es una firma de ingeniería de recursos hídricos que impulsa proyectos innovadores para garantizar la disponibilidad y uso eficiente del agua en un contexto de cambio climático y creciente presión sobre las fuentes hídricas. Combinamos tecnología, datos y experiencia de campo para diseñar soluciones que generan valor económico, ambiental y social. Estamos desarrollando estudios hidrogeológicos avanzados, modelación de acuíferos, modernización de sistemas de riego y proyectos de mejora de servicios de agua potable en la costa norte. Estas iniciativas ayudan a nuestros clientes a anticiparse a la escasez de agua, minimizar conflictos por el recurso y cumplir estándares ambientales cada vez más exigentes.

Elegimos ser socios de la Cámara de Comercio y Producción de Piura porque queremos sumar nuestra visión técnica a la agenda de desarrollo sostenible de la región, fortalecer alianzas con empresas líderes y participar en espacios de innovación y articulación público-privada. La Cámara es para



nosotros una plataforma clave de posicionamiento y cooperación empresarial.

Denis Martínez de la Cruz
Gerente General

ORION DYJ E.I.R.L.

Se especializa en brindar soluciones integrales orientadas a la Seguridad, Capacitación y Servicios técnicos, destacándose por su enfoque práctico y accesible.

Uno de sus principales servicios es la implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST), mediante el cual asesora a las organizaciones en el cumplimiento de la normativa vigente, identificación de peligros, evaluación de riesgos y establecimiento de controles que garanticen ambientes laborales seguros y saludables. Asimismo, desarrolla capacitaciones dirigidas tanto a empresas como al público en general, contribuyendo al fortalecimiento de competencias en temas de Seguridad, Salud Ocupacional, Medio Ambiente, para mejorar el desempeño profesional y fomentar una cultura preventiva.

En el ámbito técnico, la empresa ofrece servicios de electricidad, incluyendo la implementación de pozos a tierra, fundamentales para la protección de equipos y personas frente a fallas eléctricas. Además, realiza mantenimiento de servicios generales, asegurando la operatividad, eficiencia y seguridad de las instalaciones. De esta manera, Orión se posiciona como un aliado estratégico para el desarrollo sos-



tenible y seguro de sus clientes.

Estamos muy contentos de trabajar de la mano con la Cámara de Comercio de Piura. Esta alianza nos ha permitido llegar a clientes estratégicos y seguir creciendo juntos.

Humberto Yarleque
Gerencia de Operaciones

Presentan avances de la Estrategia de Bioeconomía del Perú

Mateo Gómez Matos, presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura participó el 30 de abril en la tercera sesión del Comité Técnico Público Privado (CTPP), en el marco del Objetivo Prioritario 9, "Sostenibilidad Ambiental", de la Política Nacional de Competitividad y Productividad (PNCP), así como de la implementación de las medidas comprendidas en dicho objetivo del PNCP.

La sesión tuvo como propósito presentar un primer avance de la Estrategia de Bioeconomía para el país, basado en los insumos recopilados en diversos espacios de diálogo, y recoger retroalimentación para continuar fortaleciendo este instrumento bajo un enfoque participativo e inclusivo. Los CTPP son espacios de articulación que reúnen a entidades del sector público, representantes del sector privado, la academia, la cooperación internacional y otros actores relevantes, con el propósito de recoger recomendaciones y consolidar esfuerzos para la aplicación de las medidas de política del PNCP.



El Ministerio del Ambiente, como entidad conductora del Objetivo Prioritario 9, lidera el proceso de diseño de la Estrategia de Bioeconomía del Perú.

"EE. UU. y Perú: 200 años de amistad y cooperación"



En el marco de la ceremonia por el 135 aniversario de la Cámara de Comercio de Piura y en coordinación con el Instituto Cultural Peruano Norteamericano Región Piura (ICPNA Región Grau), el 27 de abril se ofreció una exposición gráfica para celebrar el bicentenario de las relaciones diplomáticas entre Perú y Estados Unidos. La muestra, impulsada por la Embajada de los Estados Unidos en el Perú, denominada "EE. UU. y Perú: 200 años de



amistad y cooperación", destacó el dinamismo, la solidez y la proyección al futuro de la relación bilateral. La exposición destaca los pilares que han fortalecido la relación de ambos países. En ese sentido, los temas cubiertos son la seguridad, el comercio, la cultura y el componente educativo. El 2 de mayo de 1826 marca el inicio de las relaciones diplomáticas.

Charla sobre cierre tributario 2025 orientó a empresarios sobre correcta determinación del Impuesto a la Renta

El 21 de abril se llevó a cabo la charla informativa “Cierre tributario 2025: cómo determinar correctamente el Impuesto a la Renta empresarial”, organizada por la SUNAT y la Cámara de Comercio y Producción de Piura.

La sesión estuvo a cargo de Carina Sullón Reyes, representante del ente recaudador, quien brindó una exposición técnica orientada a fortalecer el cumplimiento tributario de las empresas de la región.

Durante la jornada se desarrollaron temas fundamentales para el adecuado cumplimiento tributario, incluyendo la base legal

del impuesto, los sujetos obligados a declarar y los medios para la presentación de la declaración.

Asimismo, se abordaron el balance de comprobación, el cronograma de vencimientos y las tasas del impuesto, junto con el esquema general del Impuesto a la Renta de tercera categoría. La exposición se complementó con el análisis de los principales gastos deducibles y la revisión de un caso práctico, que permitió aplicar los conceptos en situaciones concretas; además, se absolvieron las consultas formuladas por los participantes.

A background image showing a desk with a laptop displaying a bar chart, a clipboard with a document titled 'Annual Report', and a small potted plant.

www.camcopiura.org.pe

- Servicios y Beneficios
- Datos Económicos
- Eventos
- Publicaciones
- Promociones
- Mucho más

¡¡¡Feliz Aniversario!!!

En la Cámara de Comercio y Producción de Piura buscamos acercarnos cada día a nuestros socios. También queremos celebrar con ellos, animándolos a seguir adelante, a cumplir los objetivos trazados, con el mismo empeño con el que iniciaron sus proyectos. Piura está orgullosa de ustedes y la Cámara de Comercio también. Por eso queremos desearles en su aniversario todos los parabienes para su empresa. ¡Éxitos y muchas felicidades!

MAYO

- 1 Santander Consumer Bank S.A.
- 1 Yatel Data S.A.C.
- 1 JC Central de Inversiones E.I.R.L.
- 1 Mango Verde E.I.R.L.
- 1 Racing Autoboutique E.I.R.L.
- 2 OIG Perú S.A.C.
- 2 Carla Yeraldyne Olaya Risco
- 2 Estudio Muñoz-Piura S.C.R.L.
- 3 Ananda Centro de Masajes & Spa E.I.R.L.
- 3 Rufino Francisco Arribas Otoyá
- 7 Langostinera Huacura S.A.C.
- 7 Santa Rosa Elena E.I.R.L.
- 9 HP J Tecnician S.A.C.
- 9 Print A1 S.A.C.S.
- 11 Lean Business S.A.C.
- 12 Nursing & Health S.A.C.
- 13 Luis Maycoll Gutiérrez Peña
- 13 Inversiones Digitales FVR S.A.C.
- 13 Daniel E.I.R.L.
- 20 Naragro S.A.C.
- 21 MCC Refrigeración S.C.R.L.
- 23 Olympic Perú Inc. Sucursal del Perú
- 23 Arenera Jaén S.A.C.
- 25 Publiarte S.R.L.
- 26 Implemaq del Perú E.I.R.L.
- 27 Compañía de Minas Buenaventura S.A.A.
- 28 Hidráulica Mival S.A.C.
- 30 Feta Servicios Generales E.I.R.L.
- 31 Corporación Alfredo Berrospi E.I.R.L.



INNOSPACE
CAMCO

INNOSPACE CAMCO

Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial

"Más que un Coworking, somos una Comunidad"

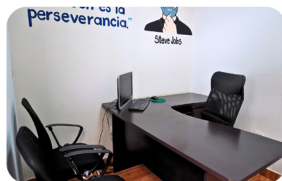
COWORKING: Ambientes de trabajo

Estaciones individuales



Sala de reuniones 1

Equipada con sillas ejecutivas y mueble de escritorio.



Sala de reuniones 2

Equipada con sillas confortables y mesa de trabajo.



Sala de directorio

Equipado con pantalla LED de 65" y cámara profesional.



Sala de capacitaciones 1

Equipada con sillas ejecutivas y mueble de escritorio.



Sala de capacitaciones 2

Equipada con sillas confortables y mesa de trabajo.



Oficina de gerencia

Equipado con computadora, hall recibidor y baño privado.



ASESORÍA

- **Apertura de negocio:**
Modelamiento de idea de negocio, validación y estimación de mercado, constitución y formalización empresarial.
- **Transformación digital:**
Automatización de procesos de negocio, fortalecimiento de presencia digital y mejorar de la toma de decisiones basada en datos.
- **Gestión empresarial:**
Asesoría legal, gestión contable, tributaria y financiera; comercio exterior, y marketing y ventas.

CAPACITACIÓN

Nuestros programas de capacitación están diseñados para **mejorar y fortalecer las capacidades y competencias emprendedoras e innovadoras** de nuestra comunidad.

BENEFICIOS



Networking



Servicio de recepción



Aire acondicionado



Internet de fibra óptica



Kitchenette



Café, infusiones y agua



Limpieza y mantenimiento



Seguridad

CONTACTO

¡Contáctanos y preparemos juntos un plan que se ajuste a tus necesidades!



innospace@camcopiura.org.pe



+51 966 874 930



www.innospace.camcopiura.org.pe



Innospace Camco Piura



innospace.camcopiura