

capechi trade

SEA PARTE DE LA RED DE NEGOCIOS MÁS GRANDE DEL MUNDO

CUANDO EL MERCADO HABLA CHINO

EL DESAFÍO
DE INVERTIR,
PRODUCIR Y
EXPORTAR

当市场讲中文
投资、生产和出口的挑战

MICRODRAMAS
EN TIKTOK

STORYTELLING CHINAS
QUE ENAMORAN



SHANTOU CHENGHÁI, CLÚSTER MUNDIAL DE LA FABRICACIÓN DE JUGUETES



TR - 01100
2029866



16 AÑOS LIDERANDO LA ENSEÑANZA Y DIFUSIÓN DE LA LENGUA Y LA CULTURA CHINA

专注中国语言文化传播16年

Aprende chino,
duplica tu mundo



Excelente Plana Docente



Profesionales con certificación internacional que aportan diversidad y experiencia en el aula, enriqueciendo cada proceso de aprendizaje.



Metodología Lián



Método propio que combina el dominio del idioma con una vivencia cultural integral, asegurando una experiencia de formación única.



Certificación de Calidad ISO



Respaldo internacional que garantiza altos estándares académicos y de gestión, asegurando confianza y excelencia en cada servicio.

Al elegirnos, tu formación va más allá del aula y accedes a servicios exclusivos que enriquecen tu aprendizaje: **exámenes internacionales**, **becas de estudio en China**, **biblioteca especializada** y una **agenda cultural** única que potencian tu experiencia.

Av. Universitaria 890, San Miguel,
(cruce con la Av. La Marina),
Lima 32, Perú
confucio.pucp.edu.pe

Informes:
estudiaenconfucio@pucp.edu.pe

932 038 167

Síguenos en:



INSTITUTO
CONFUCIO
PUCP

76.º ANIVERSARIO DE LA REPÚBLICA POPULAR CHINA

Han transcurrido 76 años desde la fundación de la República Popular China iniciándose, desde este importante acontecimiento, un largo camino de transformación bajo fructíferos liderazgos que han contribuido a la consolidación de la posición privilegiada de este gran país en el concierto de las naciones.

Desde Mao Zedong se han sucedido varios dirigentes que han orientado los destinos del gigante asiático. Entre ellos resalta, sin duda, la figura de Deng Xiaoping, quien introduce importantes transformaciones que se reflejan en la frase “un país, dos sistemas”.

A partir del 2012 se erige un líder acorde con los desafíos que representa el nuevo orden económico del siglo XXI lanzando al año siguiente de su elección la iniciativa de la Franja y la Ruta, que va extendiendo progresivamente su alcance y que conlleva una conexión de dos vías entre China y el mundo.

Esta iniciativa es realmente una política de Estado que apunta a constituirse en una base de apoyo para el desarrollo y la conectividad de la red de socios comerciales y estratégicos extendida en varios continentes, y viene acompañada de apertura de fronteras, activa participación en la OMC, así como de la excepción del requisito de visados a varios países.

Durante los últimos treinta años, China ha experimentado un crecimiento promedio anual de 9.8%, multiplicando 44 veces la dimensión de su PBI, meta lograda con planificación estratégica y con el empeño y dedicación de toda la nación. En realidad, este es el factor clave del crecimiento: la población china comparte firmemente el compromiso individual de entregar su máximo esfuerzo para contribuir con la consecución del gran objetivo: ser la primera economía del mundo.

El modelo de desarrollo económico evolucionó desde una industria orientada a volúmenes y a copiar los productos existentes en el mercado, pasando a materializar una producción con mayor énfasis en la calidad, para luego incorporar la tecnología con el fin de lograr ventajas competitivas en el mercado mundial. Finalmente ha agregado un factor ligado a la sostenibilidad ambiental con la electromovilidad.

China es hoy en día el primer exportador mundial de bienes, el primer productor de vehículos eléctricos y el primero en el desarrollo de fuentes alternativas energéticas. Además, posee el puente más largo del mundo y la mayor red vial y ferroviaria a nivel global.

Especial mención merece su desarrollo tecnológico, gracias al cual ha superado largamente los progresos logrados en este campo en el concierto internacional con sus avances en inteligencia artificial, como es el caso de Deep Seek.

La industria automotriz china es una muestra del rumbo de todas sus industrias con esquemas ESG.

El crecimiento vertiginoso chino va por más y tiene sin duda mucho que celebrar.

¡Feliz Día Nacional de China!

ÁLVARO BARRENECHEA

VICEPRESIDENTE

CÁMARA DE COMERCIO PERUANO CHINA (CAPECHI)



6 PUERTO DE CHANCAY

MOVILIZARÁ 42% MÁS CARGA EN 2026

34 ENERGÍA

Pluz y sus planes de expansión en Perú

能源行业

Pluz 及其在秘鲁的扩张计划



22 PERÚ Y CHINA

Socios con una mirada común. Declara Carlos Vásquez, embajador de Perú en China

秘鲁驻华大使卡洛斯·巴斯克斯: 秘鲁和中国是拥有共同愿景的合作伙伴



42 MICRODRAMAS

Contenidos digitales que son tendencia



47 MUSEO DE BEIJING

Testigo del esplendor de la cultura e historia de China

cámara de comercio
peruano china



秘中商会

CONSEJO DIRECTIVO DE LA CÁMARA DE COMERCIO PERUANO CHINA 秘中商会董事会

Calle Francisco Masías 544, piso 6, San Isidro • Telf.: 422-8152 / 422-8358 / 750-4207 • Email: info@capechi.org.pe

Presidente
JOSÉ JAVIER TAM PÉREZ
Rodrigo, Elías & Medrano Abogados

Vicepresidente
ÁLVARO BARRENECHEA CHÁVEZ
Minera Chinalco Perú S.A.

Director Secretario
RAFAEL TORRES MORALES
Estudio Torres y Torres Lara Abogados

Director Tesorero
JOSÉ PAGADOR TWEDDLE
Delfin Group Co S.A.

Directores
DIEGO RAZZETO
Banco de Crédito del Perú - BCP

RAÚL VERA LA TORRE
Shougang Hierro Perú S.A.A.

IVO ZHAO
Minera Las Bambas S.A.

JOSÉ SAM YUEN
Corporación Sam S.A.

MARIO GONZALES DEL CARPIO
Luz del Sur S.A.A.

JORGE CHIAN CHONG
Gerente General

PABLO MATOS LEÓN
Gerente de Comercio Exterior

Comité consultivo
de Capechi

WANG XING
Asociación de Empresas
Chinas en el Perú

Oficina de edición y
comercialización
997-105665

Dirección editorial
JOSÉ TAM PÉREZ

Edición general
BERTHA RAMOS

Colaboradores
VÍCTOR HUAMÁN
MARCELA MENDOZA

Columnistas
JULIO GUADALUPE/
JUAN ACUÑA
(Estudio Rodrigo)
JUAN CARLOS ORTIZ
(IIMP)
ERNESTO GALLO
(UDEP)

Fotografía
ARCHIVO CAPECHI

Diseño y diagramación
ROCÍO CASTILLO GARCÍA

Corrección
MARÍA JIMÉNEZ RIVAS

Traducción:
GRECA LI

Coordinación
CECILIA ARIAS

Publicidad y Marketing
CRISTINA NIETO
capechi.marketing@gmail.com

Derechos Reservados. Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2018-15976

No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopiado, grabado u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

TU MEJOR OPORTUNIDAD EN SAN ISIDRO: INVERSIÓN RENTABLE Y ACCESIBLE



Invent Inmobiliaria presenta su nuevo proyecto en San Isidro, una propuesta que combina ubicación estratégica, funcionalidad y alto potencial de valorización. Janet Chávez Mayser, Gerente Comercial, nos cuenta por qué esta es una oportunidad única en el corazón financiero de Lima.

• **Cuál es el nuevo proyecto inmobiliario desarrollado por Invent en San Isidro?**

Es un proyecto diseñado para quienes buscan más que un departamento. Ofrece un espacio que combina estilo de vida y proyección de valor, asegurando rentabilidad a mediano y largo plazo. Su propuesta integra ubicación estratégica, diseño funcional y áreas comunes pensadas para elevar la experiencia de vivir con comodidad y sentido práctico.

¿Qué atributos diferenciales tiene esta construcción y por qué es una opción para vivir o invertir?

El proyecto se sustenta en tres pilares clave:

- Ubicación estratégica: en una zona con dinamismo financiero y tranquilidad residencial.
- Diseño funcional: con departamentos de 1 y 2 dormitorios, entre 36 m² y 63 m², que optimizan cada metro disponible.
- Áreas comunes modernas: espacios concebidos para el bienestar y el estilo de vida actual.

Estos factores hacen del proyecto una decisión inteligente, tanto para quienes buscan su primer hogar como para inversionistas que priorizan la valorización sostenida.

¿Qué rol cumple la tecnología dentro del proyecto?

Este desarrollo incorpora certificaciones MVV y Edge, que garantizan eficiencia y sostenibilidad:

- Uso de paneles solares para reducir el consumo energético.
- Sistemas de reúso de agua en áreas verdes.
- Iluminación inteligente mediante sensores en espacios comunes.

Todo ello se traduce en ahorro, confort y una menor huella ambiental.

¿Qué ventajas ofrece la ubicación del proyecto?

Está situado en el corazón de San Isidro, un distrito con alta percepción de seguridad y conectividad. Su entorno ofrece acceso a principales avenidas, comercios, servicios, restaurantes, colegios y transporte. Esto garantiza un estilo de vida ágil, práctico y con todo lo necesario a pocos pasos de casa.

¿Cuál es la proyección de revalorización del inmueble?

Según estudios del mercado inmobiliario, los distritos consolidados presentan una plusvalía anual promedio del 5 %. San Isidro, por su condición de zona premium y la limitada oferta disponible, proyecta incluso cifras superiores. Nuestro proyecto, ubicado en este entorno, ofrece un potencial de valorización estable y creciente, ideal para quienes buscan capitalizar su inversión en el tiempo.

¿Invent ofrece opciones de financiamiento?

Sí, contamos con distintas alternativas que se ajustan a las necesidades del comprador:

- Créditos hipotecarios con los principales bancos del país.
- Financiamiento directo con Invent: pago al contado o fraccionado hasta en 20 meses sin intereses.

¿Qué respalda la solidez de Invent Inmobiliaria?

Tenemos una trayectoria sólida en el sector con proyectos que han beneficiado a más de 2,000 familias. Unimos experiencia, calidad y compromiso, acompañando a nuestros clientes en una de las decisiones más importantes de su vida como es adquirir una propiedad con valor real.



www.invent.com.pe/



PUBLIRREPORTAJE



Puerto de Chancay

¡A TODA MÁQUINA
RUTA EN E

A cerca de un año de su inauguración y solo cuatro meses de operación comercial el balance es positivo para el puerto, el cual ya tiene previsto ampliar su capacidad.



A!
EXPANSIÓN

Resultados del primer año de operación reflejan una curva de crecimiento sostenido tanto en carga de exportación como importación. Se proyecta ampliar oferta de conectividad.

A

poco de cumplirse el primer año de su inauguración, el Puerto de Chancay ya está marcando un precedente para el comercio exterior del Perú. Y su compromiso es seguir potenciando la integración de América Latina y Asia para beneficio del país y de toda la región.

Entre noviembre del 2024 y agosto del 2025, el Puerto de Chancay movilizó más de 200 mil TEU (unidad equivalente a contenedores de 20 pies) en carga contenerizada, de los cuales 61,500 corresponden a exportaciones, 35,500 a importaciones y cerca de 74,000 a operaciones

de transbordo, señala el almirante Gonzalo Ríos, gerente general adjunto de COSCO SHIPPING Ports Chancay Perú (CSPCP).

Añade que a esas cifras se suman más de 890 mil toneladas de carga a granel y la desconsolidación de más de 12 mil vehículos. “Estos resultados reflejan un inicio muy positivo para nuestro terminal a poco de cumplirse el primer año de su inauguración y con apenas cuatro meses desde la obtención de la Licencia Portuaria (1 de junio del 2025) que se dio al término del periodo de comisionamiento (fase final de verificación)”, destaca el ejecutivo.

Las ventajas de esta infraestructura portuaria las subraya el presidente de la Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (AGAP), Gabriel Amaro, quien recuerda que el puerto reduce en 30% el tiempo de travesía y permite una disminución similar en costos. “A todas luces el Puerto de Chancay nos genera una muy grande competitividad para enviar productos hacia China, particularmente, o al Asia”, dice el representante gremial y añade que varios productores asociados ya vienen utilizando el puerto.



El muelle principal tiene una profundidad de 17.8 metros y permite el atraque de los buques de carga más grandes del mundo.



El terminal marítimo se perfila como el nuevo *hub* regional que pone a Perú en el centro del tablero económico entre América Latina y Asia.

CSPCP proyecta la incorporación de nuevas líneas navieras como Evergreen, lo que ampliará aún más la oferta de conectividad internacional del puerto.



CSPCP movilizará al cierre de este año **350 mil TEU**, además de **1.3 millones** de toneladas de carga general y cerca de **19 mil vehículos**.



La expectativa de la compañía al 2026 es alcanzar **500 mil TEU**, más de **2.2 millones** de toneladas de carga general y más de **28 mil vehículos**.



La inversión en la primera etapa del puerto demandó **US\$ 1300 millones**; una segunda etapa significaría una inversión adicional de **US\$ 2500 millones**.

Productos agroindustriales peruanos, enviados desde el Puerto de Chancay, consolidan su presencia entre los alimentos frescos en principales mercados internacionales.



Portafolio

Entre los principales productos que se exportan desde el terminal portuario se encuentran artículos industriales y productos intermedios, como el concentrado de cobre, harina de pescado y sal, además de otros minerales en proceso de consolidación, portafolio que podría ampliarse conforme evolucione la demanda internacional, comenta Gonzalo Ríos.

También destaca el envío de productos agroindustriales, como los arándanos, mangos y uvas, que consolidan su presencia entre los alimentos frescos en los principales mercados internacionales, y productos del mar como los pescados y mariscos congelados. “Estos flujos reflejan tanto la fortaleza del Perú como su creciente capacidad de colocar alimentos y productos de alto valor agregado en el mercado internacional”, subraya el ejecutivo.

En cuanto a las importaciones, el gerente general adjunto de CSPCP señala que predominan los envíos desde China de maquinarias, repuestos, textiles, juguetes, electrodomésticos, luminarias, vehículos y fertilizantes.

Rutas navieras

Entre las ventajas que ya viene ofreciendo el Puerto de Chancay están sin duda las nuevas rutas que pueden generarse al conectar en línea directa a Asia con Latinoamérica. CSPCP cuenta actualmente con dos tipos de operaciones que se complementan.

La primera incluye rutas regulares que conectan a Sudamérica con Asia (China, Corea del Sur y Japón) y aquellas que conectan a Perú con China y otros mercados de Asia-Pacífico en tiempos de tránsito de solo 23 a 25 días.





BCP

ALIADO DEL CRECIMIENTO COMERCIAL ENTRE PERÚ Y CHINA

El banco incorporó la opción de **transferencias al exterior en yuanes** en su plataforma **Telecrédito** y creó un **China Desk** que ofrece asesoría personalizada tanto a empresas chinas como a compañías locales.

En un contexto de creciente integración económica global, el fortalecimiento del comercio exterior ha sido una prioridad para el BCP y un factor que ha motivado el desarrollo de soluciones financieras que permitan a las empresas operar con mayor eficiencia en mercados internacionales.

Entre sus principales servicios destacan las transferencias internacionales, cartas de crédito, *factoring* internacional, cobranzas documentarias y garantías internacionales, herramientas diseñadas para brindar seguridad y respaldo a empresas de distintos sectores, además de facilitar cada etapa del proceso comercial optimizando tiempos y costos de las operaciones.

Detrás de cada operación, un equipo de ejecutivos especializados en comercio exterior y un pool de expertos en la normativa internacional vigente están prestos para atender a las empresas que lo requieran, pues tienen capacidad para

ofrecer asesoramiento estratégico y asegurar el cumplimiento normativo.

El dinamismo de la relación comercial con China se manifiesta con fuerza en el día a día de las empresas peruanas. La creciente interacción entre ambos mercados ha impulsado una ola de transferencias que revela una necesidad concreta: operar con mayor agilidad en la moneda del gigante asiático. En respuesta a esta evolución, el BCP dio un paso estratégico al incorporar en su plataforma **Telecrédito** la opción de envío de yuanes. Esta innovación marca un hito en la modernización de los servicios financieros, ampliando las posibilidades de las empresas para negociar con mayor fluidez y visión global.

La creación del **China Desk**, una mesa trilingüe (español, inglés y chino), refuerza esta estrategia. Con un equipo de profesionales especializados en cultura y finanzas internacionales, el BCP ofrece asesoría personalizada tanto a empresas chinas que operan en Perú como a compañías locales que buscan expandirse en Asia. Esta iniciativa consolida al banco como referente regional en servicios financieros para el comercio bilateral.

El fortalecimiento de estas capacidades cobra especial relevancia en el marco del 15º aniversario del Tratado de Libre Comercio entre Perú y China (TLC), una relación que ha impulsado la economía peruana. En 2024, China concentró el 33.7% de las exportaciones y el 37% de las importaciones del país, con una balanza comercial positiva de US\$ 9,439 millones y una inversión extranjera directa de US\$ 1,116 millones en sectores como minería, energía e infraestructura.

El Puerto de Chancay reduce en 30% el tiempo de travesía entre Perú y Asia, con una disminución similar en costos.

El operador portuario indica que también se incluyen conexiones de servicios alimentadores de las compañías X-Press Feeders y OOCL, las cuales amplían la cobertura de CSPCP en la región, integrando al Puerto de Chancay con Panamá, Colombia, Ecuador, Paita y Callao, y hacia el sur con Chile (Arica, Iquique, Antofagasta, Lirquén y San Antonio).

Además, el Puerto de Chancay impulsa cadenas de valor clave en la agroindustria nacional, como es el caso del transporte de maíz, y en la infraestructura, con el transporte de cemento, que atiende en un segundo tipo de operaciones con rutas específicas para clientes estratégicos.

A futuro, la empresa proyecta la incorporación de nuevas líneas como Evergreen, lo que aumentará aún más la oferta de conectividad internacional del Puerto de Chancay.

Crecimiento en camino

Al cierre de este año el puerto espera movilizar 350 mil TEU y para el 2026 llegar a 500 mil TEU, un crecimiento de 42.8%. Por ello CSPCP ya planea ampliaciones.

Gonzalo Ríos destaca el compromiso de la empresa para seguir impulsando el crecimiento del comercio exterior, ampliando la capacidad del puerto con la implementación del equipamiento que ya se tiene autorizado.

“Nuestra infraestructura ha sido diseñada para escalar y, junto con la incorporación de tecnología de última generación, nos permite anticipar necesidades, garantizando eficiencia operativa y sosteniendo un servicio competitivo en el tiempo”, apunta.

Proyecto

TREN BIOCEÁNICO

Hace unos meses, Brasil y China acordaron realizar estudios sobre la viabilidad de una línea férrea que una el Puerto de Chancay con el puerto de Ilheus, en el estado brasileño de Bahía.

Consultado al respecto, el presidente de la AGAP, Gabriel Amaro, indicó que, aunque no se tiene mayores luces acerca de lo avanzado sobre ese plan, “lo importante –Perú y Brasil lo tienen muy claro– es que se necesita una mayor conectividad, por lo que se requiere con urgencia un tren que conecte el Atlántico con el Pacífico a través del Perú”.

Destaca además que la visión es la misma en ambos países y lo que falta es que se converse para unir proyectos sobre el tema y agilizarlos. “Mientras más rápido lo hagamos, va a ser mejor para el desarrollo de ambos”, comenta.

Por lo pronto, se considera la posibilidad de utilizar la infraestructura de conectividad ya existente en el país, como son los ejes viales de IIRSA Norte o IIRSA Sur, para el trazado de una futura vía férrea. Está en manos del gobierno convertir este importante proyecto en realidad.



El tren bioceánico es una de las iniciativas ferroviarias más ambiciosas de la región que conectaría el océano Atlántico con el Pacífico.



A 80 km al norte de Lima, el Puerto de Chancay fue diseñado como un terminal multipropósito altamente automatizado.

Urge la construcción de redes viales complementarias y la instalación de una Zona Económica Especial que acompañen el desarrollo del megapuerto.

En esa misma línea, Gabriel Amaro sostiene que el puerto es una inversión estratégica para el país y prioritaria para el sector agroexportador peruano. “Es un puerto totalmente automatizado que tiene un objetivo: conectar Asia con el Perú en línea directa. Normalmente se empieza de menos a más, primero una marcha blanca, después ya se empieza a ver más tráfico”.

Agrega que la AGAP viene trabajando para que los productos peruanos puedan acceder a nuevos mercados internacionales, como el caso del arándano en Indonesia. “Eso también va a ayudar, ya que en la medida que se tenga más carga se va a permitir al puerto llegar más rápido a su punto de equilibrio”, dice.

Retos pendientes

Un desafío pendiente es seguir fortaleciendo la conectividad terrestre y logística en el país, que permita aprovechar plenamente

la capacidad del Puerto de Chancay. En esa línea, el gerente general adjunto de CSPCP sostiene que la aprobación del plan de desarrollo urbano de Chancay y la ejecución de obras priorizadas por la Autoridad Nacional de Infraestructura (ANIN) son pasos fundamentales para consolidar un sistema de transporte integrado y competitivo.

“Desde el Puerto de Chancay impulsamos y acompañamos estas iniciativas, convencidos de que su concreción tendrá un impacto directo en la eficiencia del comercio exterior peruano y en la integración del país con la región”, resalta.

En el mismo sentido, Gabriel Amaro sostiene que el sector público tiene el gran reto de hacer más eficientes sus procesos para impulsar la infraestructura de conectividad de las regiones del Perú con el Puerto de Chancay e incluso con otros países como Brasil. **CT**

IMPORTADORES AFECTADOS POR MULTAS ADUANERAS

Si Ud. es importador, está sujeto a una normativa sobre bancarización de operaciones comerciales por la cual la Aduana puede solicitar en cualquier momento la acreditación del uso de medios de pago en las operaciones de compraventa internacionales.

Dicho control parte de la evaluación de la información consignada en las Declaraciones de Importación (DAM) e incluye el análisis de los documentos presentados por el importador en calidad de prueba respecto de los aspectos comercial (órdenes de compra, facturas, etc.), financiero (transferencias bancarias, etc.) y contable (registro de compras, libro caja-bancos, etc.), los mismos que deberán resultar consistentes con el o los pagos efectuados al proveedor extranjero y la información declarada en la DAM:



Aplicación de normativa sobre bancarización de operaciones comerciales genera preocupación a importadores.

Los principales problemas se presentan en la supuesta falta de trazabilidad, entre la información declarada y los documentos que son aportados en calidad de prueba, derivada del criterio excesivamente formalista con el que la Aduana efectúa este análisis. Esta circunstancia cobra aún mayor repercusión en casos en que se manejan esquemas de pagos anticipados (con anterioridad a la numeración de la declaración de importación), pagos masivos (múltiples facturas), pagos por hitos (avance de proyectos) o pagos tercerizados (por instrucciones del vendedor) sin comunicación previa a la SUNAT.

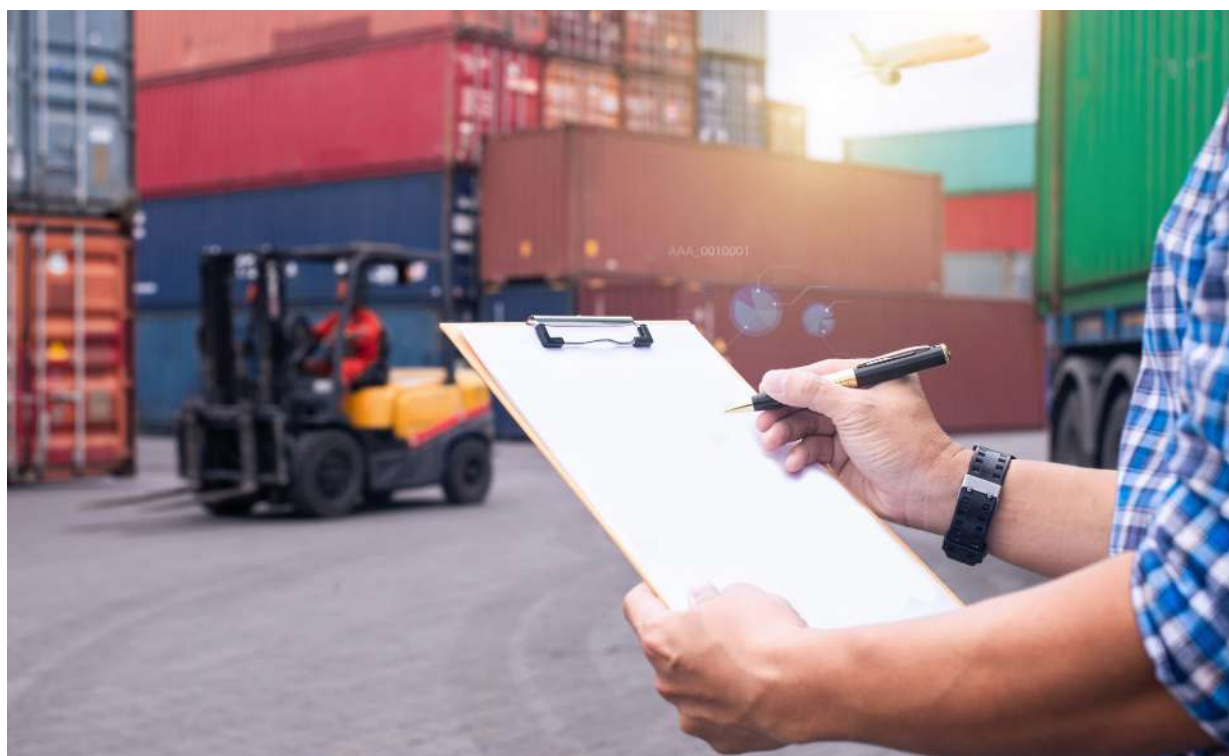
Para demostrar una adecuada trazabilidad documentaria, resultará clave verificar, por ejemplo, que las constancias de transferencias bancarias Swift, mediante las cuales el comprador/importador realiza el pago a su proveedor extranjero, hagan referencia expresa al número de la o las facturas que están siendo objeto de cancelación, debiendo contener, además, otra información que permita vincular el pago con la compraventa que originó la importación, como el nombre del importador y del vendedor. La ausencia de esta información en la referida



* Socio del Estudio Rodrigo

** Asociado Senior del Estudio Rodrigo

Los principales problemas se presentan en la supuesta falta de trazabilidad entre la información declarada y los documentos que son aportados en calidad de prueba.



Control de Aduanas parte de la evaluación de la información consignada en las Declaraciones de Importación.

constancia de transferencia bancaria requerirá que el importador aporte información y/o documentación fehaciente y complementaria de sustento.

La no acreditación del uso de medios de pago trae consecuencias muy graves. A nivel aduanero, se aplica una multa del 30% del valor FOB declarado en la DAM respecto de la mercancía importada (sin posibilidad de reducción) y se perjudica el récord de cumplimiento del importador (posible incremento de canales rojos y de acciones de control extraordinario). A nivel tributario no se permite la deducción de gastos, costos o créditos, ni efectuar compensaciones y/u obtener devoluciones de tributos, saldos a favor, reintegros tributarios, recuperación anticipada, entre otros.

Teniendo en cuenta ello, y considerando la muy diversa casuística que podría presentarse, resulta de suma importancia conocer los precedentes jurisprudenciales que, sobre la materia, ha expedido el Tribunal Fiscal, así como las opiniones que la Aduana ha venido emitiendo en informes institucionales expedidos en respuesta a consultas gremiales, entre otros.

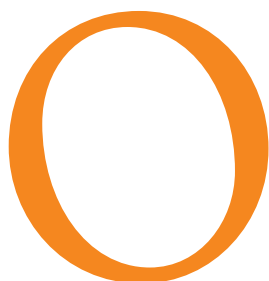
Adicionalmente, resultaría recomendable considerar la permanente capacitación especializada con enfoque en el análisis de casos, así como las revisiones preventivas periódicas de las operaciones de importación por los periodos no prescritos. CT◀

Shantou Chenghái ALMACÉN DE JUGUETES PARA EL MUNDO



FOTO: CGTN

Shantou, al sureste de China, es el centro de producción de muchas marcas internacionales. Solo el distrito de Chenghái, especializado en juguetes electrónicos, alberga más de 4000 fabricantes.



Octubre marca el inicio de una época mágica que culmina con la celebración de la Navidad, fiesta central del año litúrgico en el cristianismo, que engloba tradiciones muy populares como la entrega de regalos. Los niños son los más entusiastas en estas

fechas pues esperan recibir el juguete soñado, el mismo que recorre muchos kilómetros para llegar a sus manos, pero que no parte precisamente del Polo Norte.

Actualmente dos de cada tres juguetes que se comercializan en el mundo provienen de China. La mayoría de ellos parten desde Guangdong (Cantón), exactamente de Shantou Chenchái, refieren fuentes de esta industria.

Shantou, ubicada al sureste del gigante asiático, fue una de las primeras Zonas Económicas Especiales de China abiertas al extranjero en la década de los ochenta. Con más de 8,000 fábricas registradas y décadas de experiencia, se convirtió en el centro de producción para Mattel, Hasbro, Spin Master y VTech, entre otras marcas privadas de *retailers* globales.

En esta provincia costera, el distrito de Chenchái es mundialmente conocido como la “Ciudad de juguetes y regalos de China”, según la Unión de la Industria Ligera del gigante asiático, y ostenta ahora el título de “Base industrial de diseño creativo y fabricación de juguetes inteligentes de Chenchái en el marco del Programa Nacional de la Antorcha” otorgado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología de China. Y por si fuera poco



FOTO: CGTN



FOTO: CGTN

Actualmente en Chenchái se producen más de 100 nuevas variedades de juguetes cada mes.

Las empresas chinas de juguetes ofrecen una amplia variedad de productos, desde los tradicionales hasta los más tecnológicos.

La existencia de *clusters* industriales y facilitación del comercio son algunas de las ventajas de la industria de fabricación de Chenghái.

también es responsable de extender la etiqueta “Made in China”.

Ruta éxito de la fama

El éxito de Chenghái radica en la existencia de una cadena integrada de producción, que incluye diseño y desarrollo de juguetes, fabricación de moldes, producción y procesamiento, impresión y embalaje, exhibición y promoción comercial, distribución logística.

Actualmente cuenta con más de 4000 fabricantes, franquiciadores y proveedores de servicios locales de juguetes, regalos y *anime*.

Pero ¿cómo llegó a esta posición? La industria juguetera de Chenghái empezó a desarrollarse a fines de los años setenta, atendiendo inicialmente la demanda local. En la medida que se fue abriendo al resto del país, enfrentó algunos problemas pues su mano de obra más cara le dificultó competir con otras ciudades jugueteras chinas. Fue entonces cuando sufrió una transformación y decidió pasar de la producción de juguetes manuales a la especialización en juguetes electrónicos, teledirigidos y tecnológicos de mayor calidad y valor añadido.

En 1995 el valor de producción de juguetes y regalos de Chenghái ya bordeaba los US\$ 142 millones. A partir de 1996 esta industria se desarrolló rápidamente con la participación de empresas líderes como Guangdong Jinwei Toys & Crafts (Group) Co. Ltd. y Guangdong Audi Toys Industry Co., Ltd. Un factor clave de este despegue fue la estrategia de las empresas líderes que transitaban de la imitación y la fabricación para terceros al desarrollo de derechos de propiedad intelectual independientes.

Hoy los productos se actualizan constantemente. En promedio, se producen más de 100 nuevas variedades cada mes; al año

DISEÑO QUE SE IMPONE



La ciudad meridional de Dongguan es un centro de producción de la provincia de Guangdong, donde se fabrican muchos de los juguetes de diseño más conocidos del mundo.

Estos productos, dirigidos principalmente para mayores de 15 años, están relacionados con el *anime*, juegos y artículos de la industria del cine, así como objetos de colección diseñados por artistas. Según datos oficiales, al 2023 una cuarta parte de la mercancía mundial de *anime* se produciría en Dongguan, al igual que casi el 85% de todos los juguetes de diseño que se venden en China.

La Asociación China de Juguetes y Productos Juveniles concedió recientemente a Dongguan el título de “capital del juguete de diseño” del país. La ciudad se ha convertido en una incubadora de marcas, donde las empresas de juguetes ofrecen “soluciones de una parada”, es decir, servicios que van desde el diseño del prototipo hasta la producción industrial en masa, en un promedio de seis a ocho semanas, el 10% de lo que se tarda en otras partes del mundo.

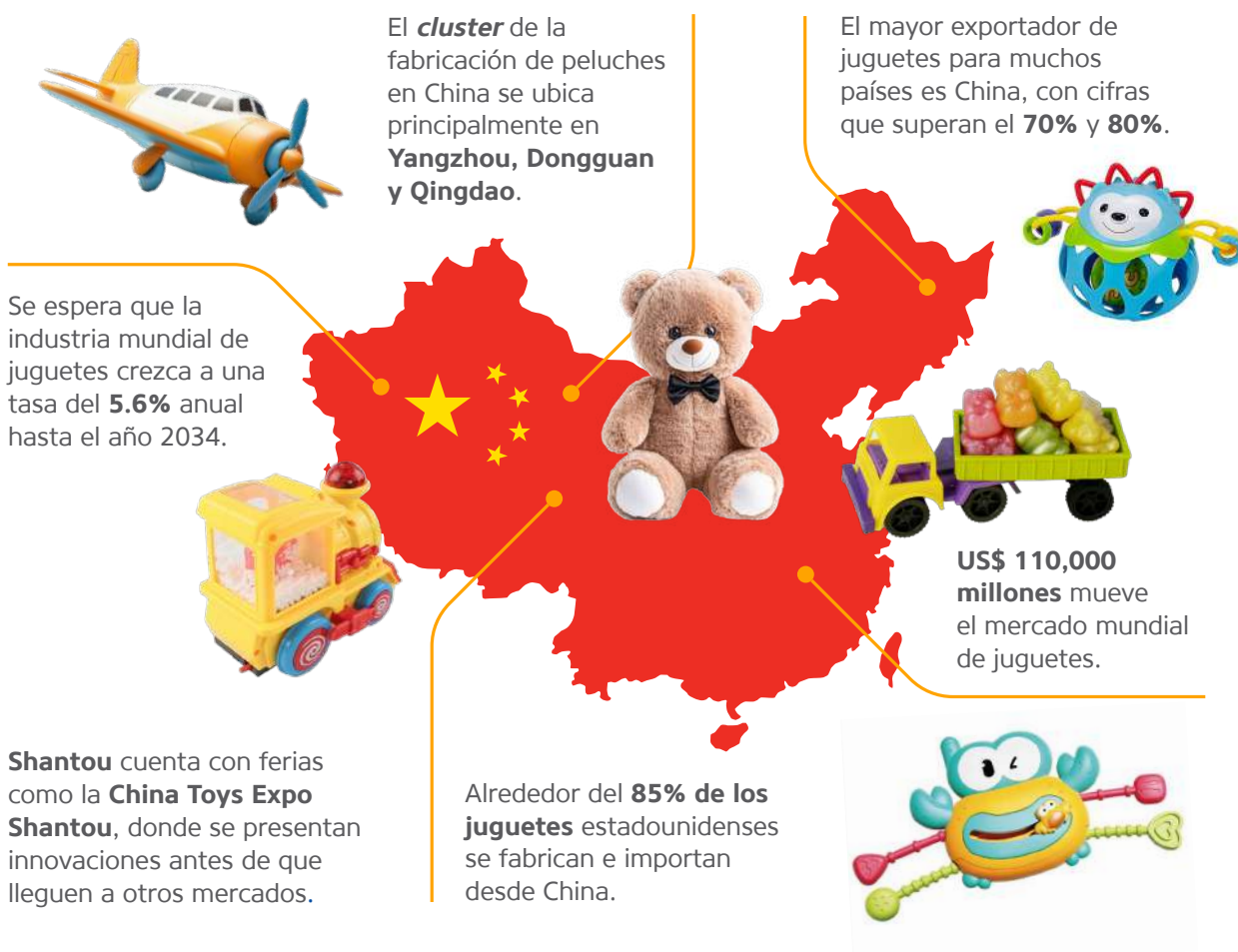


Chenghái - Shantou se ha convertido en una base de producción y exportación de juguetes y regalos de renombre mundial.

unas 50 000. Los juguetes a control remoto que captan sonido, luz y electricidad representan más del 20% del total en este rubro. Según cifras recientes, las exportaciones de juguetes de Chenghái bordean los US\$ 1,400 millones.

Sin duda, las amplias capacidades de fabricación, las innovaciones de diseño y la sólida infraestructura de la cadena de suministro convierten a Chenghái y Shantou en el centro neurálgico de la producción de juguetes, un gran almacén desde donde se despachan innumerables pedidos para atender y satisfacer los requerimientos de millones de niños en todo el mundo. **CT**

CIFRAS Y DATOS



INNOVAR Y TRANSFORMAR

Glexco Robotics & Automation es una empresa de Glexco Holding que en poco tiempo se ha convertido en un referente latinoamericano en robótica e inteligencia artificial. Desde su sede en Lima hasta sus oficinas en China y Arabia Saudita, impulsa una visión de transformación tecnológica con sello peruano. *Capechi Trade* conversó con Jorge Tuesta, CEO de Glexco, sobre los hitos que han marcado su crecimiento y su apuesta por la innovación.

• ¿Cuál es la visión de Glexco Robotics & Automation y cómo se ha convertido en líder en robótica y automatización?

La empresa surgió a partir de la necesidad de asesorar a nuestros clientes en sus procesos de transformación tecnológica. Con el paso del tiempo, desarrollamos soluciones de vanguardia en robótica, automatización e inteligencia artificial, con una amplia gama de productos y servicios que abarcan cuatro líneas de negocio: robótica humanoide, robótica educativa, aplicaciones especiales y robótica industrial. En 2023 dimos un salto decisivo con el desarrollo de **Xpertus**, el primer robot humanoide peruano con IA avanzada y además, a lo largo de estos años, suscribimos alianzas estratégicas con líderes globales como **Turin Robotics**, **UBTech**, **Unitree**, **Reeman**, **Dobot** y **Deep Robotics**, entre otros.

¿De qué manera la robótica de Glexco está impactando la industria peruana?

Nuestras soluciones están generando valor en sectores como la industria, la educación, el comercio y los servicios. Pero su impacto va más allá. Por

ejemplo, en minería, construcción o energía, **Xpertus** puede operar en entornos de alto riesgo y condiciones extremas en costa, sierra y selva, brindando asesoría, guía, reduciendo accidentes y optimizando costos. En un contexto global donde la productividad depende de la automatización, Glexco se ha convertido en un socio estratégico para las empresas que buscan dar el salto hacia la Industria 4.0.

¿Qué los motivó a incursionar en la robótica educativa?

El futuro laboral depende del dominio de la tecnología. Por ello, desarrollamos el **Primer Sistema Educativo Integral en Robótica con Inteligencia Artificial del país**, en alianza exclusiva con **UBTech**, líder mundial en el sector. Este sistema se aplica desde la educación primaria hasta la superior, brindando acceso a las mismas herramientas utilizadas en más de 8,000 escuelas de 20 países. Buscamos formar y potenciar a los jóvenes que liderarán la transformación digital del Perú y Latinoamérica.

¿Cuáles son los principales retos que enfrenta la robótica educativa en el Perú y cómo los afronta Glexco?

El mayor desafío es superar la brecha de habilidades tecnológicas. Según el Foro Económico Mundial, el 85% de los empleos del futuro aún no existen y 2.4 millones podrían quedar vacantes para 2028 por falta de competencias digitales. En países como China, los niños aprenden programación y robótica desde los seis años. Con **UBTech** hemos traído al Perú una solución educativa del primer mundo, con **hardware**, plataforma educativa, materiales pedagógicos, capacitación docente y certificación internacional, para preparar a nuestros jóvenes ante los empleos del futuro que serán requeridos por las empresas.

¿Qué papel desempeña Glexco en la preparación de las nuevas generaciones frente al desarrollo de la inteligencia artificial?

Nuestro sistema educativo integral en robótica con IA crea un ecosistema curricular que evoluciona según la realidad

Jorge Tuesta,
CEO & Founder
de Glexco.





Equipo de Glexco en CADE Educación.



Equipo de profesionales trabajando en Xpertus.

y edad del estudiante del Perú y América Latina: comprender, experimentar y crear. Incluye seis componentes —*hardware* educativo, plataforma *online*, material pedagógico, capacitación, certificación y torneos globales— que impulsan la transformación digital en la educación. Además, desde nuestra oficina técnica en China, garantizamos que nuestros contenidos se actualicen constantemente con la tecnología más avanzada.

¿Cuáles serán los próximos pasos de la empresa en su misión de llevar la robótica a más sectores?

Nuestra meta es democratizar el acceso al conocimiento y la automatización. Queremos que las empresas peruanas, sin importar su tamaño, puedan beneficiarse de soluciones de clase mundial en

GLEXCO

Robotics & Automation

robótica e inteligencia artificial. Seguiremos fortaleciendo alianzas globales para mantenernos a la vanguardia tecnológica, con el personal técnico más capacitado del país y un enfoque en resultados medibles para nuestros clientes.

Glexco ha anunciado su expansión internacional. ¿Qué representa su ingreso a Arabia Saudita y China?

En 2025 abrimos nuestra sede en **Shenzhen, China**, considerada el "Silicon Valley" de Asia. Desde allí operamos una oficina de enlace técnico-logístico que nos conecta con los avances tecnológicos más recientes del mundo. Además, nos hemos convertido en la **primera empresa peruana en ingresar al mercado de Arabia Saudita**, mediante un *joint venture* para implementar **Xpertus** en proyectos mineros, inicialmente en tareas de alto riesgo y posteriormente en procesos de eficiencia industrial.

Finalmente, ¿cuál es la visión de futuro de Glexco?

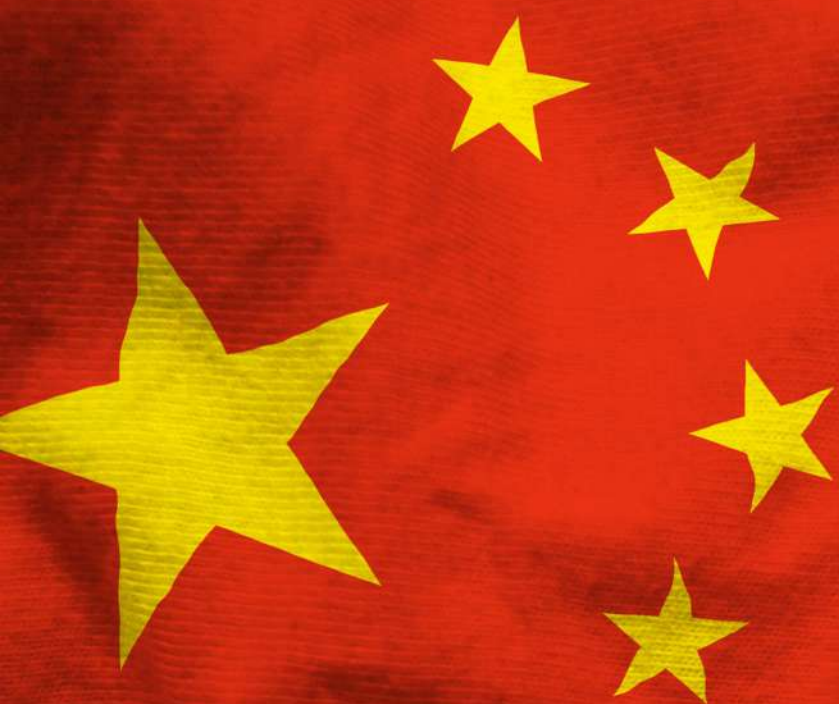
Nuestra visión es convertirnos en la empresa peruana líder en la innovación de tecnologías de la era digital y **principal aliado tecnológico de las empresas peruanas y latinoamericanas**.

Tenemos el más amplio portafolio de soluciones y un equipo con las mayores capacidades para gestionar cualquier tipo de producto o solución asociado a la robótica con IA.

Junto a nuestros expertos, impulsamos el desarrollo de soluciones personalizadas para diferentes sectores, garantizando eficiencia, rentabilidad, seguridad y sostenibilidad. Así, generamos valor para nuestros clientes, mejoramos la calidad de vida de las personas y contribuimos al progreso de la sociedad. Creemos que la innovación no tiene fronteras, y por eso trabajamos para que el Perú sea reconocido como un país capaz de crear, exportar y enseñar tecnología de clase mundial.

Xpertus, primer robot humanoide peruano con IA avanzada.





Relaciones Perú - China

COMERCIO inversiones y DESAFÍO

O,
S



La economía digital, la transferencia tecnológica, la innovación científica, el desarrollo de infraestructura, la energía y el aspecto cultural son ejes que se deben priorizar con China, señala el Embajador Carlos Vásquez.

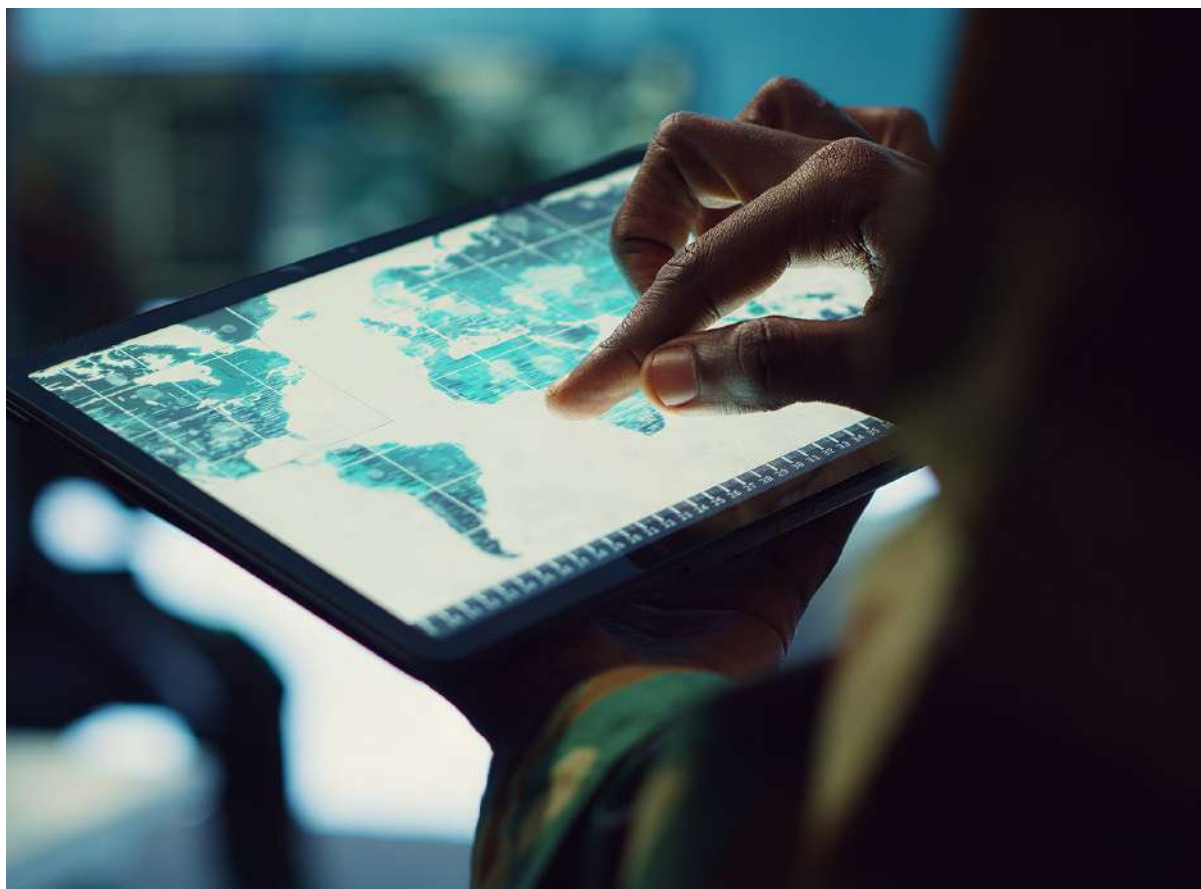
Perú y China, dos países milenarios, empezaron a forjar una historia común desde hace más de 170 años, relación que se ha ido fortaleciendo en el tiempo y que cobra hoy particular relevancia.

Como se sabe, China se ha convertido en el principal socio comercial de Perú desde el 2014, y entre enero-julio de 2025 concentró el 41.8% de nuestras exportaciones y el 32.8% de nuestras importaciones.

En estos resultados ha jugado un papel primordial el Tratado de Libre Comercio entre ambos países que se firmó en el 2009

y que entró en vigor el 2010. Este acuerdo integral, que promueve el comercio de bienes, servicios e inversiones, permitió que una amplia gama de productos peruanos ingrese en condiciones preferenciales al mercado chino. Asimismo, se estrecharon los nexos comerciales con el principal proveedor mundial de insumos para la industria.

En los 15 años de vigencia de este acuerdo, el valor de las exportaciones peruanas a China creció a un promedio anual de 13%. Rubros no tradicionales como el agropecuario registraron mayor incremento, convirtiéndose hoy el Perú en uno de los principales proveedores de palta, uva y arándano al gigante asiático.



Optimización del TLC entre Perú y China busca que acuerdo sea más moderno y se adecúe a las nuevas exigencias del comercio mundial.



El volumen comercial entre Perú y China, de enero a julio de este año, alcanzó los **US\$ 26,682 millones, 21.6% más** que el 2024.



De enero a agosto de este año, el Puerto de Chancay alcanza un volumen de importaciones y exportaciones de **US\$ 1354 millones.**



Se espera que el Puerto de Chancay contribuya inicialmente con el **0.3%** del PBI, cifra que podría elevarse a **1.8%** si se completan otras infraestructuras y carreteras en el área de influencia.

El aporte de China va más allá del ámbito comercial y es fundamental para la economía peruana ya que mueve industrias como minería, pesca, agricultura, entre otras.

“El Tratado de Libre Comercio permitió posicionar los productos peruanos a una economía que está entre las top 3 del mundo a nivel de PBI, y que además está en el top 2 a nivel de población, es decir, de consumo. Es un mercado bastante importante”, sostuvo Edmundo Lizarzaburu, Profesor de Administración y Finanzas de ESAN University.

Cabe recordar que Perú y China firmaron el año pasado un protocolo de optimización del TLC el cual busca que el acuerdo se actualice y se adecúe más a las nuevas exigencias del comercio mundial. Así, se incorporaron capítulos como el de comercio electrónico, que favorecerá la exportación de las pymes, o el de cooperación en materia de estándares en el comercio internacional; también se mejoraron otros capítulos como el de Inversiones, que busca ayudar a potenciar y proteger su llegada al Perú desde China.

Inversiones

Se estima que la inversión acumulada de capitales chinos en Perú supera los US\$ 38,000 millones y se concentra principalmente en el sector minero. Pero otros sectores han venido ganando protagonismo

en los últimos años como el de generación y distribución eléctrica, petróleo y gas, e infraestructura.

En este último rubro destaca la inauguración en 2024 del Puerto de Chancay, una infraestructura desarrollada por Cosco Shipping Ports Limited que está llamada a convertirse en un *hub* logístico en Sudamérica, ya que abre una ruta directa de Perú a Asia. El proyecto reviste particular importancia pues se enmarca dentro de la iniciativa de la “Franja y la Ruta” impulsada por el presidente Xi Jinping.

Sin duda la inauguración del Puerto de Chancay marca un hito importante en la relación de Perú con China y evidencia que la inversión y el aporte económico que lleva a cabo el gigante asiático en Latinoamérica han sido bien capitalizados por nuestro país, señala Lizarzaburu.

No obstante, para un mayor aprovechamiento de esta infraestructura es necesario resolver problemas de conectividad aún latentes. El catedrático anota además que se requiere una mayor coordinación entre entidades estatales para brindar servicios públicos de manera óptima.

Sectores como energía e infraestructura, entre otros, vienen ganando presencia en la inversión de capitales chinos en Perú.

Otro tema pendiente es el desarrollo de una Zona Económica Especial que integre el puerto con un centro logístico, industrial y tecnológico. El Congreso de la República de Perú ya aprobó una ley marco de Zonas Económicas Especiales Privadas con lo que se espera atraer mayor inversión y agregar valor a la oferta productiva peruana.

Ejes por priorizar

Se estima que la variación de 1 punto porcentual en el crecimiento de la economía de China podría incidir en 0.5 puntos porcentuales en el del Perú. De ahí la importancia de fortalecer las relaciones



ALIANZA CON FUTURO

Ud. ha sido nombrado Embajador Extraordinario y Plenipotenciario de Perú en la República Popular China. ¿Cuál será su prioridad en su gestión?

En primer lugar, el reforzamiento de los vínculos políticos y diplomáticos. Hay un plan de acción conjunta 2024-2029, que fue aprobado durante la visita de la presidenta Dina Boluarte a China en el 2024. Este plan tiene una serie de políticas en 21 áreas, que incluyen desde lo político, economía y comercio, cooperación industrial, y otras como colaboración en materia espacial, área de transportes, industria, informatización, energía y minas, agricultura. Turismo es otra área importante, ahora recibimos pocos turistas chinos. La distancia es un inconveniente; y la conectividad aérea también; esperemos que alguna línea aérea china se anime a llegar hasta el Perú.

¿En qué sectores cree que la relación peruano-china puede desarrollarse aún más?

Creo que la minería se podría desarrollar aún más; ahí hay un trecho por recorrer. Creo que podría haber más empresas chinas interesadas en desarrollar productos mineros, adicionales al cobre, plata, oro, de pronto tierras raras. Sería interesante ver la posibilidad de que empresas chinas, industrias o fábricas puedan ayudarnos a transformar esos minerales o tierras en productos de mayor valor agregado. China también puede seguir prestándole al Perú una importantísima cooperación en materia de infraestructura. Necesitamos urgentemente una mayor conexión ferroviaria.

¿Cómo cree que el Perú podría fortalecer su atractivo para China?

Yo creo que el Perú, en primer lugar, debería

comerciales y de inversión con el gigante asiático, pero también replicar modelos chinos de mucho éxito.

Carlos Vásquez, recientemente designado embajador del Perú en China, destaca seis ejes fundamentales que el país debe priorizar en la relación con su primer socio comercial: la economía digital, la transferencia tecnológica, la innovación científica, el desarrollo de infraestructura, la energía y el eje cultural.

Sobre la economía digital señala que esta es clave para impulsar la productividad y competitividad del país, y se puede aprovechar tecnologías 5G, 6G, robótica e inteligencia artificial.

En cuanto a la transferencia tecnológica esta permite impulsar la industrialización. “No hay ningún país que se haya desarrollado, como lo han hecho muchos a lo largo de los últimos 200 años, sin ejecutar un proceso intenso de industrialización”, subraya el Embajador.

Esto va de la mano con la introducción de la innovación científica y tecnológica y su vinculación en el proceso productivo, anota.

Sobre el desarrollo de infraestructura indica que el Puerto de Chancay es un paso muy importante, “pero requerimos más puertos, mejores aeropuertos, conexiones ferroviarias; asimismo, mejor infraestructura vial”. Y China, añade, ha dado pasos agigantados en las

Perú necesita optimizar el intercambio tecnológico con China, mejorar en temas de salud, replicar el modelo de clusters, entre otras áreas, dice Edmundo Lizarzaburu.



FOTO: PUCP

Perú cuenta con diversos mecanismos para fortalecer la cooperación con China, señala el Embajador Carlos Vásquez.

tratar de aplicar una política exterior seria y confiable. No es que no lo seamos, el problema es que la coyuntura política pone en cuestionamiento, en alguna medida, la proyección de esa imagen.

La resiliencia y la economía peruana es tal que a pesar de la inestabilidad política seguimos creciendo, pero no a los niveles que podríamos. Con mayor estabilidad se puede planificar el largo plazo, alcanzar niveles mucho más altos de crecimiento económico.



FECHAS CLAVES

• 26.06.1874

Firma del tratado de “amistad, comercio y navegación” en Tientsin (hoy Tianjin).

• 1971

Perú establece relaciones políticas y diplomáticas con China.

• 1972

Se suscribe acuerdo económico con importantes cláusulas sobre comercio bilateral.

• 1998

Shougang compra Hierro Perú, realizando su primera y mayor inversión en América Latina.

• 2009

Firma del Tratado de Libre Comercio entre Perú y China.

• 2024

Inauguración del Puerto de Chancay.



Exportaciones de Perú a China han venido creciendo alrededor de un 13% anual desde la firma del TLC.

últimas cuatro décadas en relación con el desarrollo de su infraestructura.

“No hay un solo país en el mundo que tenga la red de trenes de alta velocidad que tiene China”, acota Vásquez.

El quinto eje a priorizar es el relacionado a la generación de energía. “China se ha convertido en un país líder en materia de innovación en el desarrollo de energías limpias: energía eólica, energía solar, energía hidroeléctrica y electromovilidad”, resalta Vásquez.

El aspecto cultural es otro eje fundamental ya que China y Perú forman parte del exclusivo club de países que han registrado el desarrollo de civilizaciones originarias, destaca el Embajador. **CT**

La inauguración del Puerto de Chancay marca un hito importante en la relación de Perú con el gigante asiático.

OPORTUNIDADES PARA EL MANGO PERUANO

La agroexportación de mango en Perú enfrenta crisis recurrentes por la sobreoferta estacional y las dificultades relacionadas al clima y agua. A diferencia de otros cultivos, el mango involucra a miles de "pequeños" agricultores que absorben el impacto de la caída de precios internacionales, mientras los costos logísticos y operativos se mantienen fijos.

Pronto aumentará la producción proveniente tanto de las nuevas plantaciones tecnificadas de alta densidad como de la ampliación de las irrigaciones. Por ello será necesario diversificar la oferta.

Perú concentra su producción principalmente de mango Kent durante el invierno del hemisferio norte, porque esta fruta resiste el tratamiento hidrotérmico y es apreciada por los distribuidores, pero no obtiene un precio diferencial. Ello se debe en parte porque es demasiado exótica para cuando las ciudades están congeladas por el frío invernal. Una prueba estadística en UDEP muestra la variable "dummy", que indica un castigo estacional de casi un dólar por caja durante esta estación.

Brasil exporta diversas variedades durante todo el año, logrando precios superiores. La clave ha sido el uso de paclobutrazol PBZ, que permite regular la maduración y cosecha, y el riego controlado, que hace posible escalonar la producción y atender tanto el mercado interno como el externo.



Asia se presenta como un mercado atractivo para el mango peruano debido a su tamaño. Además, permitiría mejores precios.

Potencial

El Puerto de Chancay facilitará el acceso al mercado asiático, que representa el 60% de la población mundial. Este consumidor prefiere mangos amarillos; el color rojo del Kent sería valioso en el año nuevo chino.

Reorientar a Asia parte de esta oferta a Europa y EE.UU. mejora los precios, aunque Brasil puede contrarrestar esta oportunidad en Europa. Chancay reducirá la triangulación de rutas a Asia a través de la costa oeste de EE.UU. y la disponibilidad de transporte justo a un mercado que paga buenos precios.

Muchos exportadores de este fruto conocen su mercado, pero ignoran otras variedades, estaciones y canales. Se requiere una inteligencia comercial que abarque "los mangos", analizando precios, mercados, elasticidades, estacionalidades y tecnologías.

Procesar y congelar fruta madura ayuda a reducir la presión sobre el mercado fresco. El precio FOB de USD 1.94 por kilo congelado es muy atractivo. La semilla y la cáscara, ahora desperdiciadas, tienen potencial cosmético y alimenticio y valor "circular" **CT**

* Profesor de Agronegocios UDEP.



GRUPO ABSISA

TECNOLOGÍA GLOBAL, COMPROMISO LOCAL

Casi cuatro décadas ofreciendo soluciones integrales para la minería, el petróleo y la industria del Perú.

Con casi cuatro décadas de experiencia, el Grupo ABSISA se distingue por su confiabilidad, innovación y el alto nivel de servicio que ofrece a sus clientes, acompañando el desarrollo del país con tecnología de vanguardia.

Desde sus inicios en 1987, ABSISA se propuso representar y distribuir productos de máxima calidad, incorporando un sólido soporte técnico y la garantía de fábrica de sus

representadas. Hoy, su portafolio de soluciones integra productos y servicios que cubren todas las necesidades en control de fluidos, sistemas hidráulicos, neumáticos y termodinámicos, garantizando continuidad operativa y eficiencia energética.

Entre sus representaciones destacadas se encuentra **Apollo Valves**, líder en válvulas de bola, mariposa y seguridad, con un portafolio de más de 51 mil ítems que respaldan operaciones en toda Latinoamérica y que desde hace 20 años son distribuidos con éxito en el Perú a través de ABSISA. Asimismo, la compañía, por medio de la empresa **IVAFI**, representa a **Parker**, líder global en tecnología de control y movimiento, específicamente en la división dedicada a productos de instrumentación. Todos sus productos se desarrollan y fabrican para

ABSISA
Valves & Flowcontrol

GRUPO ABSISA: Calidad como pr

aumentar el tiempo de funcionamiento, mantener la seguridad, mejorar la producción y el control de calidad.

El compromiso de ABSISA con la excelencia también se refleja en su unidad **Sistemas Termodinámicos** que representa a la marca **LESER**, compañía alemana líder en la fabricación de válvulas de seguridad, y **Protego**, especializado en dispositivos de protección para tanques atmosféricos, como arrestallamas, válvulas de presión vacío para la industria petrolera y la industria en general.

Asimismo, **Sistemas Termodinámicos** se especializa en brindar servicios garantizando la seguridad, la eficiencia y el cumplimiento de estándares internacionales en plantas industriales y mineras. Esto ha permitido superar las expectativas de los clientes, asegurando no solo soluciones técnicas, sino también beneficios en productividad operativa.

A ello se suma una sólida propuesta de capacitación constante, con cursos impartidos por expertos y certificaciones que garantizan el dominio de los equipos y tecnologías representadas. Esta transferencia de conocimiento fortalece la relación con los clientes y respalda la visión de ABSISA de generar valor agregado.

Un hito importante en su trayectoria ha sido la obtención de diversas certificaciones como la Trinorma ISO, que acredita la calidad, la gestión ambiental y la seguridad ocupacional en las tres empresas que integran el Grupo. También obtuvieron la certificación ISO 17025, que es el estándar de calidad mundial para los laboratorios de ensayos y calibraciones, otorgado por el Instituto Nacional de Calidad, y las certificaciones LARC y PARC, brindadas por las marcas Leser y Protego que los autoriza como Laboratorio de Reparación y Calibración.

Con esta sólida base, ABSISA se proyecta hacia el futuro manteniendo firme su misión: ofrecer soluciones integrales con innovación, representando marcas líderes y consolidándose como un socio estratégico que impulsa el desarrollo industrial del Perú.



Gerente General Carlos Alva presentó el amplio portafolio de productos y servicios del Grupo ABSISA en la Feria MINPRO 2025.



Capacitación de los representantes de LESER al personal de mantenimiento y calibración.

DATOS DE CONTACTO:

Carlos Alva | Gerente General

@ carlos.alva@absisa.com

+51 989 205 902



Juan Carlos Ortiz*

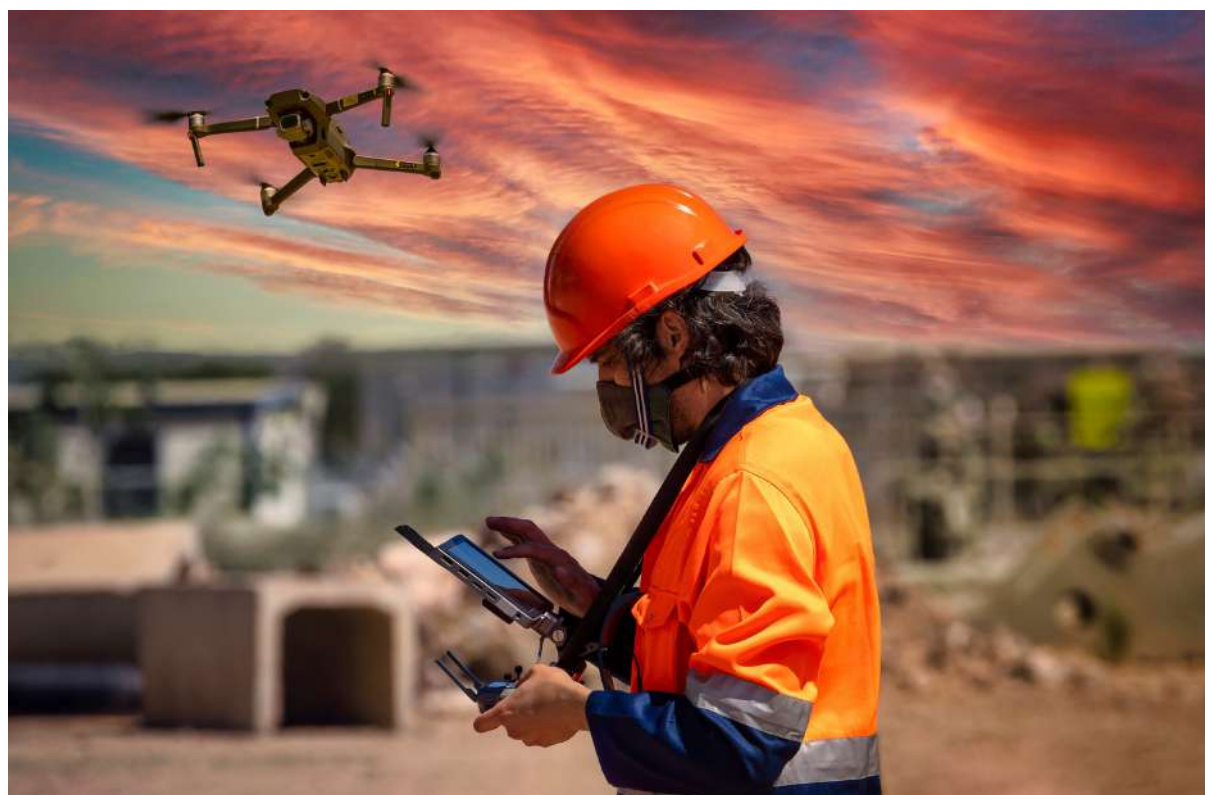
CHINA Y EL PERÚ: UNA ALIANZA ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO MINERO SOSTENIBLE

La minería peruana ha sido, históricamente, un motor clave del crecimiento económico nacional por su alto valor en el mercado internacional. En ese contexto, la relación con China se ha consolidado como uno de los pilares fundamentales para el futuro no sólo de nuestra industria, sino también del país. El gigante asiático es hoy nuestro más importante socio comercial y también el principal destino de nuestras exportaciones minerales, especialmente de cobre, hierro y zinc, que son esenciales para la transición energética global.

Esta relación va más allá del intercambio comercial. En las últimas dos décadas, China ha demostrado un interés sostenido por el desarrollo minero del Perú, apostando no solo

por operaciones consolidadas, sino también por proyectos en etapa de exploración y estudios de factibilidad. Además de empresas con operaciones emblemáticas como MMG Las Bambas, Chinalco y Shougang Hierro Perú, destaca la presencia de capital chino en proyectos como Pampa del Pongo, entre otros, que reflejan la confianza en el potencial geológico de nuestro territorio y la visión de largo plazo con la que China observa al país como un socio estratégico.

Estas inversiones son una muestra del compromiso por impulsar una minería moderna, eficiente y sostenible. Cada nuevo proyecto que se estudia o se pone en marcha significa una oportunidad para desarrollar infraestructura, generar empleo formal y dinamizar la economía



La cooperación entre técnicos y profesionales peruanos y chinos ha permitido elevar los estándares operativos en la minería.

* Vicepresidente del Instituto de Ingenieros de Minas del Perú (IIMP).

regional. La apuesta china no se limita solo a la extracción de recursos; incluye la construcción de caminos, líneas de transmisión, puertos y plantas de procesamiento, que quedan como legado para el país y facilitan la descentralización del crecimiento económico.

En un mundo que se encamina hacia la descarbonización, la cooperación con China adquiere una relevancia estratégica. El cobre, el litio y otros minerales críticos del Perú son fundamentales para la fabricación de paneles solares, vehículos eléctricos y sistemas de almacenamiento energético. La transición hacia una economía verde requiere minerales, y el Perú está llamado a ser un actor protagonista en ese proceso.

El Perú es hoy un país abierto a las inversiones provenientes de todo el mundo. Nuestra cartera minera involucra capitales de China (US\$ 13 487 millones), Canadá (US\$ 12 910 millones), Estados Unidos (US\$ 10 186 millones), México (US\$ 9586 millones), Australia (US\$ 4504 millones) y otras naciones que confían en el potencial geológico y la estabilidad del país. Este interés refleja la importancia del Perú como un destino estratégico para el desarrollo de proyectos mineros de carácter mundial, que serán esenciales para la transición energética global.

Las inversiones no solo impulsan la puesta en valor de nuestros recursos, también representan una oportunidad concreta para fortalecer la

La relación con China ha abierto espacios para la innovación en temas de eficiencia energética, gestión de recursos hídricos y economía circular.

China, a su vez, ha demostrado una visión de largo plazo, comprendiendo que la sostenibilidad no se limita a los resultados económicos, también implica respeto por las comunidades, el entorno ambiental y la creación de valor compartido. En esa línea, la cooperación entre técnicos y profesionales peruanos y chinos ha permitido elevar los estándares operativos, mejorar las prácticas ambientales y fortalecer la cultura de seguridad. La incorporación de nuevas tecnologías, como la automatización, la inteligencia artificial y el monitoreo en tiempo real, está marcando una nueva etapa para la minería nacional.

Este intercambio de conocimientos y experiencias está contribuyendo a la formación de los profesionales peruanos, cada vez más preparados para competir y liderar proyectos en un entorno global. Al mismo tiempo, la relación con China ha abierto espacios para la innovación en temas de eficiencia energética, gestión de recursos hídricos y economía circular, pilares fundamentales para una minería responsable y sostenible.

infraestructura, promover la descentralización y dinamizar otras actividades productivas vinculadas al sector, generando empleo y desarrollo en las regiones.

En este contexto, ante un entorno globalizado y cada vez más interconectado, el reto no se limita a atraer capitales, sino también a consolidar una relación de entendimiento y cooperación intercultural. La diversidad de actores —provenientes de distintas tradiciones empresariales, marcos regulatorios y visiones de sostenibilidad— exige un esfuerzo conjunto por fortalecer la comunicación, el respeto mutuo y la confianza.

Este diálogo entre culturas, conocimientos y prácticas de gestión es una oportunidad para seguir construyendo una minería moderna y responsable, donde el aprendizaje compartido contribuya al crecimiento del país y al bienestar de las comunidades que forman parte de esta gran cadena de valor. **CT**



PLUZ

acompañará desarrollo en

CHANCAY



La empresa atiende hoy a más de 1.6 millones de clientes regulados y el número viene aumentando a un ritmo de 2.6% al año. Por ello sus inversiones crecen significativamente.

Pluz Energía Perú inició operaciones en junio de 2024 luego de completarse la venta de Enel Distribución Perú a North Lima Power Grid Holding, subsidiaria de China Southern Power Grid International. Su zona de concesión abarca hoy más de 1600 km² y se extiende sobre el norte de Lima, el Callao, las provincias de Huaura, Huaral, Barranca, Oyón.

Capechi Trade conversó con el gerente general de Pluz Energía Perú, Walter Sciutto, quien nos comentó los avances y logros obtenidos a la fecha y los planes de inversión futuros.

En su primer año de operaciones como Pluz Energía Perú, ¿qué logros se pueden destacar?

Lo primero a destacar es el respaldo tecnológico de nuestro accionista China Southern Power Grid (CSG), que nos permite avanzar a paso firme hacia la transformación de la distribución eléctrica de Lima Norte, Callao y el Norte Chico.

En Pluz tenemos más de 1.6 millones de clientes, que son el eje de nuestras acciones. Por ello venimos incrementando significativamente nuestras inversiones.

¿Qué monto invirtieron este año y a qué se destinó?

Al cierre de 2025 habremos ejecutado más de S/ 850 millones, orientados fundamentalmente

Nuestro propósito es mejorar vidas con energía y soluciones energéticas eficientes que contribuyan con el desarrollo sostenible del país, sostuvo Walter Sciutto.

a renovar y expandir nuestras redes, digitalizar procesos, modernizar los sistemas y elevar nuestra calidad de servicio.

Entre nuestras inversiones más relevantes se encuentra la subestación Cusco, en el distrito de San Miguel, que beneficiará a más de 70 mil usuarios, entre ellos hogares, empresas, colegios y centros de salud. A esta obra, que demandó una inversión de más de S/ 50 millones, se suma la nueva línea de transmisión 220kV Malvinas - Barsi, clave para robustecer el sistema eléctrico de Lima y Callao.

La empresa emitió papeles comerciales en julio y agosto. ¿A qué áreas se orientaron estos recursos?

Tuvimos una primera emisión de papeles comerciales en julio por S/ 113.7 millones y una segunda emisión por S/ 117 millones en agosto, ambas con resultados muy positivos. Estas operaciones consolidan el respaldo que tenemos de los inversionistas y contribuirán a garantizar un suministro confiable y eficiente para nuestros clientes. Los recursos obtenidos son para refinanciar deuda y dar soporte al plan de inversión de este año.

También obtuvieron financiamiento verde...

En efecto, obtuvimos un primer financiamiento verde con el BCP por S/ 174 millones, destinados a proyectos sostenibles en transmisión y distribución de energía. A nivel financiero, las agencias Pacific Credit Rating (PCR) y Moody's ratificaron nuestra calificación crediticia AAA.

¿Cuáles son los planes de inversión previstos para los siguientes años?

Para el periodo 2025-2029, tenemos inversiones por US\$ 1,000 millones destinados a consolidar la ampliación, automatización y digitalización de nuestras redes, culminar la transformación de nuestros sistemas y mejorar la calidad de servicio. En este plan incluimos importantes obras de transmisión aprobadas por Osinergmin, que superan los US\$ 110 millones, entre ellas las subestaciones Jorge Basadre 220kV, Micaela Bastidas 60kV, José

Olaya 60kV y César Vallejo 60 kV con sus correspondientes líneas de transmisión.

¿Cómo avanza la incorporación de nuevos clientes?

En Pluz buscamos dar acceso a la electricidad a mayor número de personas; solo en nuestro primer año incorporamos a más de 43 mil familias al sistema eléctrico.

Como indicamos, atendemos hoy a más de 1.6 millones de clientes regulados, y el número de

SOLUCIONES SOSTENIBLES

En el mes de junio pasado, a través de Pluz Soluciones, la empresa incorporó a su flota 35 vehículos 100% eléctricos y 12 cargadores. Los primeros cuentan con baterías de 45 kWh y ofrecen una autonomía de hasta 380 km por carga. Con esta incorporación, el 54% de la flota de vehículos es eléctrica y permite la atención operativa en toda el área de concesión de Pluz Energía a través de un transporte sostenible. De esta manera, impulsan la movilidad eléctrica a través de esquemas de suministro integral, que incluyen sistemas de recarga y energía en modalidad de *renting*.



Pluz busca contribuir a la transformación del parque automotor haciéndolo más eficiente y sostenible.



El plan de mejora tecnológica incluye medición inteligente en el alumbrado público contribuyendo a la seguridad.

Para el periodo 2025-2029, tenemos inversiones por US\$ 1,000 millones destinados, entre otros, a consolidar la ampliación, automatización y digitalización de nuestras redes.

ellos viene creciendo a un ritmo anual de 2.6%. Cabe mencionar que **en nuestra zona de concesión hay más de 980 Grandes Clientes, de los cuales un 50% son suministrados por nosotros**, entre los que se encuentran importantes empresas de diferentes sectores.

¿Y los clientes libres?

Tenemos a la fecha proyectos para atender nuevos requerimientos de Clientes Libres por 23 MW, entre ellos centros comerciales, proyectos inmobiliarios y empresas en general. Adicionalmente, en etapa de factibilidad tenemos unos 36 MW adicionales, entre los cuales figuran ampliaciones de suministro para hospitales, universidades, empresas y otras entidades. Además, estamos preparando la infraestructura necesaria para atender los requerimientos que surjan en la zona del Parque Industrial de Ancón, así como las necesidades de Chancay, dado que el puerto operado por Cosco Shipping va a impulsar el desarrollo de esta ciudad y Pluz acompañará este proceso.

Pluz Energía también da servicio de alumbrado público...

La empresa gestiona más de 63 mil luminarias LED; solo en 2024 instalamos más de 12 mil nuevas unidades en coordinación con varios municipios. Este plan de mejora tecnológica incluye medición inteligente en el alumbrado público, lo que nos permitirá un mejor control del parque de alumbrado público y la atención de fallas en tiempos muy cortos.

En la experiencia del cliente, ¿qué papel juega la innovación tecnológica?

La innovación tecnológica es un pilar fundamental; venimos implementando la transformación tecnológica de todos nuestros sistemas técnicos y comerciales, que serán la base de la digitalización y automatización de nuestras redes y nos van a permitir mejorar la experiencia del cliente con plataformas de interacción digitales. Asimismo, venimos impulsando la incorporación de drones en las labores de supervisión y monitoreo de la red, con lo que esperamos también mejorar la calidad del servicio. **CT◀**

Comunidades chinas en Perú y México

VISIBILIDAD RENOVADA: entre lo global y lo local



Los crecientes lazos económicos y de cooperación entre China y América Latina han incentivado un mayor reconocimiento de los vínculos históricos y culturales entre ambas regiones.

Durante las últimas décadas, América Latina ha sido testigo de una intensificación sin precedentes de sus vínculos con la República Popular China. Esta relación, que comenzó a consolidarse con el comercio de materias primas y la inversión en sectores claves como minería y energía, de la mano de la estrategia china “going global”, cuyo origen se remonta a la década del 2000, ha ido expandiéndose hacia el desarrollo de infraestructura, servicios, manufactura y nuevas dimensiones culturales y sociales. Dentro de este proceso, las comunidades chinas en la región han adquirido una marcada visibilidad: no sólo como grupos migrantes o descendientes con una larga historia en países como Perú y México, sino también como actores estratégicos en el entramado de las relaciones bilaterales.

Así lo afirmó Nifta Lau Ibarias, doctora e investigadora del Centro de Estudios sobre China y Asia-Pacífico (CECHAP), de la Universidad del Pacífico. Anotó que el estudio de las comunidades chinas en América Latina se encuentra atravesado por múltiples capas de análisis. Por un lado, está la dimensión histórica: en el caso peruano, el arribo de miles de trabajadores chinos a mediados del siglo XIX en condición de semiesclavitud para trabajar en la construcción de vías de ferrocarril, en plantaciones de azúcar y en la explotación de las islas guaneras; en el caso mexicano, llegaron para servir de mano de obra en la construcción ferroviaria y en las haciendas. Con el paso del tiempo los migrantes chinos se interesaron en el comercio en los estados fronterizos.

Por otro lado, emergen las dinámicas contemporáneas de las que es partícipe la diáspora china: la creación de nuevas asociaciones empresariales, profesionales y de lugar de origen mediante las cuales se promueve cada vez más los intercambios

La diáspora china contribuye a tender puentes entre China y América Latina, señala Nifta Lau.

económicos y culturales entre los países de residencia y China.

En este devenir, agrega Lau Ibarias, resulta innegable reconocer los grandes esfuerzos y retos que ha experimentado cada una de las comunidades chinas hasta llegar a posicionarse como destacados protagonistas en las sociedades locales de sus países de residencia.

“En décadas más recientes, el reconocimiento y la autoafirmación de estas comunidades, y su papel en la generación de vínculos entre ambos países se han visto amplificados en la medida en que China se ha convertido en una potencia económica y ha intensificado sus esfuerzos en diplomacia pública y en conectar con sus comunidades de ultramar independientemente de su ciudadanía. Al mismo tiempo, los crecientes lazos económicos y de cooperación entre China y América Latina han incentivado un mayor reconocimiento de los vínculos históricos y culturales entre ambas regiones”, dice.

Vínculos fortalecidos

Durante gran parte del siglo XX, muchos tusanes enfrentaron el dilema de la integración y la preservación cultural, pero con el ascenso económico de China en las últimas décadas, han fortalecido sus vínculos con el mundo chino contemporáneo.



La comunidad china en Perú se diversifica según olas migratorias, trayectorias familiares y estrategias de inserción económica.

Hoy en día, señala la investigadora del CECHAP, la comunidad china en Perú no sólo conserva un peso demográfico significativo, también mantiene una presencia económica visible en zonas de comercio como San Borja o el centro de Lima. Estas dinámicas revelan cómo el legado histórico se combina con nuevas olas migratorias, especialmente de cantoneses y fujianeses llegados desde la década de 1980, quienes han diversificado la composición y las formas de organización de la diáspora.

Un ejemplo de ello es el auge de las importadoras de productos electrónicos y textiles, muchas de ellas manejadas por migrantes fujianeses, que han sabido conectar Lima con los flujos comerciales de Guangzhou y Shanghai.

Lau Ibarias refiere que la comunidad china en Perú se diversifica según olas migratorias, trayectorias familiares y estrategias de inserción económica. En ella conviven antiguos cantoneses y los tusanés con nuevos migrantes de Fujian y Zhejiang, configurando un mosaico de experiencias. En la Lima contemporánea, lo chino ya no es sólo un recuerdo histórico del



“EL BARRIO CHINO”

En Perú, se encuentra la comunidad china más numerosa y de las más antiguas de la región, consolidada en enclaves comerciales como el Barrio Chino de Lima y diversificada a través de las generaciones de tusanés y los nuevos migrantes que acompañan a las empresas e inversiones chinas. En México, la comunidad china es más reducida, pero desempeña un papel estratégico, en particular en la diplomacia cultural, las asociaciones empresariales y en los procesos de resinización contemporánea, aunque de manera más “hacia dentro” que el caso peruano.

Desde el Barrio Chino en Lima los inmigrantes establecieron restaurantes (chifas), tiendas y asociaciones que se convirtieron en espacios clave para preservar la cultura, pero también para negociar con la sociedad peruana en un contexto de tensiones raciales y sociales. Dos estrategias fueron centrales, anota la investigadora del CECHAP: la adopción de nombres en español y la prolongación de las jornadas de trabajo, lo que permitió aumentar ingresos. El trabajo era concebido como vehículo de movilidad social. Superado progresivamente el estigma, los chinos pudieron arraigarse en el Perú sin renunciar a sus prácticas culturales.





Con el tiempo los migrantes chinos lograron integrarse a la vida urbana y comercial de la sociedad peruana.

Barrio Chino, sino una identidad dinámica que sigue evolucionando.

En México, la historia ha sido más fragmentada y atravesada por tensiones. Sin embargo, hoy se observa una reactivación cultural y social: desde las asociaciones contemporáneas en la Ciudad de México hasta los festivales públicos que visibilizan la cultura china y la presencia fructífera de estos grupos.

Si bien presentan ciertas diferencias, los dos casos confluyen en un punto central: la capacidad de la diáspora para mediar entre lo local y lo transnacional, contribuyendo a suavizar percepciones y a tender puentes entre China y América Latina, anota la investigadora.

La historia y el presente de la comunidad china en Perú y México muestran que las diásporas no son únicamente memorias del pasado, sino actores dinámicos del presente y del futuro, señala Nifta Lau. Su capacidad para adaptarse, reinventarse y proyectarse en nuevos escenarios seguirá siendo fundamental en un contexto donde las relaciones entre China y América Latina continúan profundizándose. **CT**

En las últimas décadas se percibe un mayor reencuentro con las raíces chinas, impulsado por el ascenso de China en el escenario global y un mayor interés de Perú.



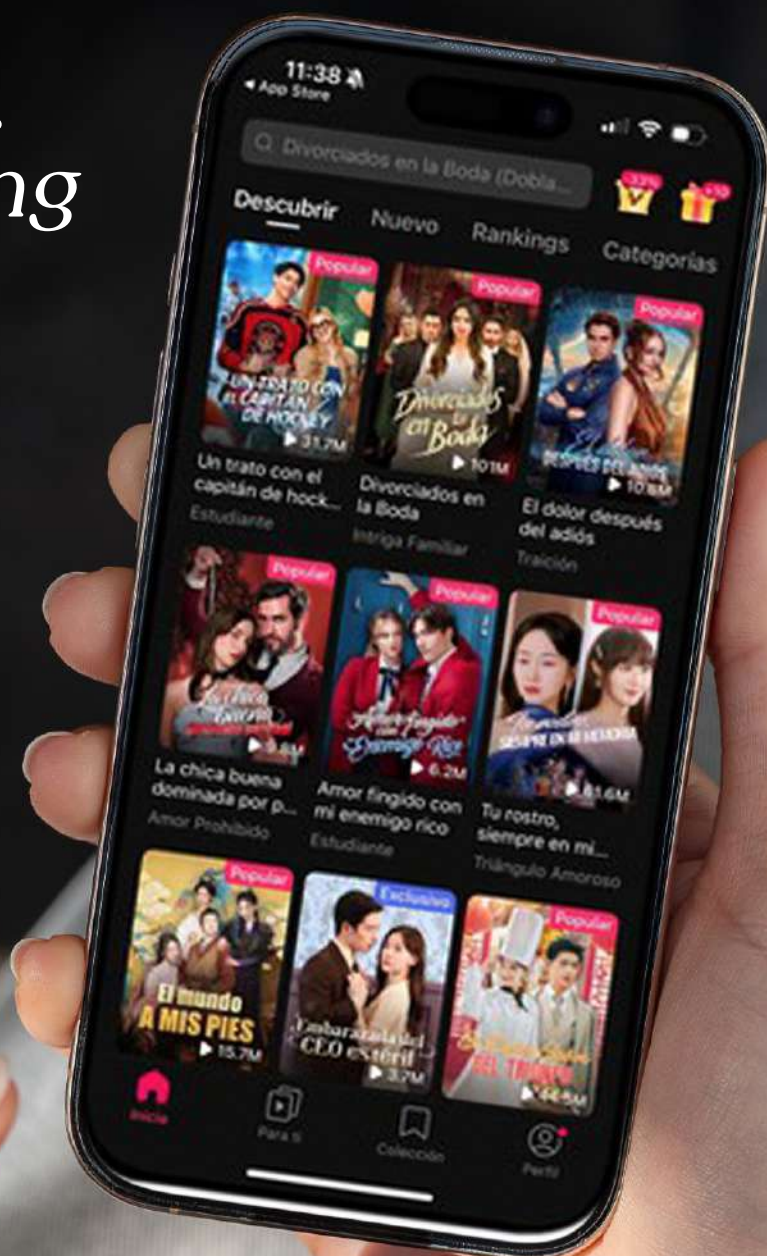
El Barrio Chino se convirtió en un centro de encuentro comunitario y un enclave económico que mantiene su vigencia.

LOS MICRO DRAMAS:

viralidad,
emoción...
y marketing

La era del contenido corto ha llegado creando un nuevo canal de *marketing* en formato vertical de máximo tres minutos. Los microdramas toman protagonismo con TikTok como su referente internacional.

Escribe: MARCELA MENDOZA





quién se iba a imaginar en 2017, cuando se creó TikTok, el poder que unas breves historias iban a representar para el *marketing*? Hoy, la red social china se ha convertido en una herramienta poderosa para las

marcas gracias a su capacidad de viralización, autenticidad y conexión emocional con la audiencia. Y los *storytelling*, los microdramas tipo película de máximo tres minutos, son las estrellas, al punto que se estima que el mercado global llegará a US\$50 mil millones en diez años, con más de 360 *apps* en 170 países.

Los expertos no dudan en afirmar que este formato se consolida como un ecosistema propio, con potencial para competir con cine y TV tradicionales. TikTok, o Douyin (su versión en China), es el canal natural para estos

microdramas gracias a su algoritmo centrado en *engagement* emocional (empatía) que genera viralidad.

Pero no solo es TikTok. En China están surgiendo varias plataformas que apuntan a la industrialización de contenidos de rápido movimiento que se monetizan al instante, como Hongguo. El desafío nunca ha sido “cómo mantener el tráfico”, sino cómo integrar el tráfico, el contenido, las herramientas y los algoritmos.

Según datos de iiMedia, el mercado de microdramas en China alcanzó los US\$ 6940 millones (50 440 millones de *renminbi*) en 2024, lo que representa un aumento interanual del 34,90 % y es probable que este año supere la taquilla del cine. Un estudio de DataWin reveló que, en los primeros ocho meses de este año, las plataformas principales lanzaron más de 900 series, y pronostica que la cifra anual de estrenos llegará a los 1350, un alza anual del 27,5 %.

Un “gancho” que sorprende en los primeros tres segundos sería el secreto de los *storytelling*, según expertos. A ello se suma una narrativa personal y auténtica, anécdotas o experiencias reales.



Este año la casa de moda de lujo española Loewe estrenó la serie “Dile sí al amor”, con un dije para el bolso de Loewe como pieza clave.

REDES QUE ENGANCHAN

A nivel global, Statista estima que se suben 16 mil videos cada minuto a TikTok. En junio del 2025 se proyectaba que tenían entre 1690 y 1840 millones de usuarios activos mensuales, de los cuales 150 millones estaban en Estados Unidos. En América Latina TikTok superó los 100 millones de usuarios en 2022, y en 2025 se estima que ha llegado a 270,7 millones, los cuales pasan en promedio entre 60 y 90 minutos diarios en la red superando el tiempo invertido en Instagram.

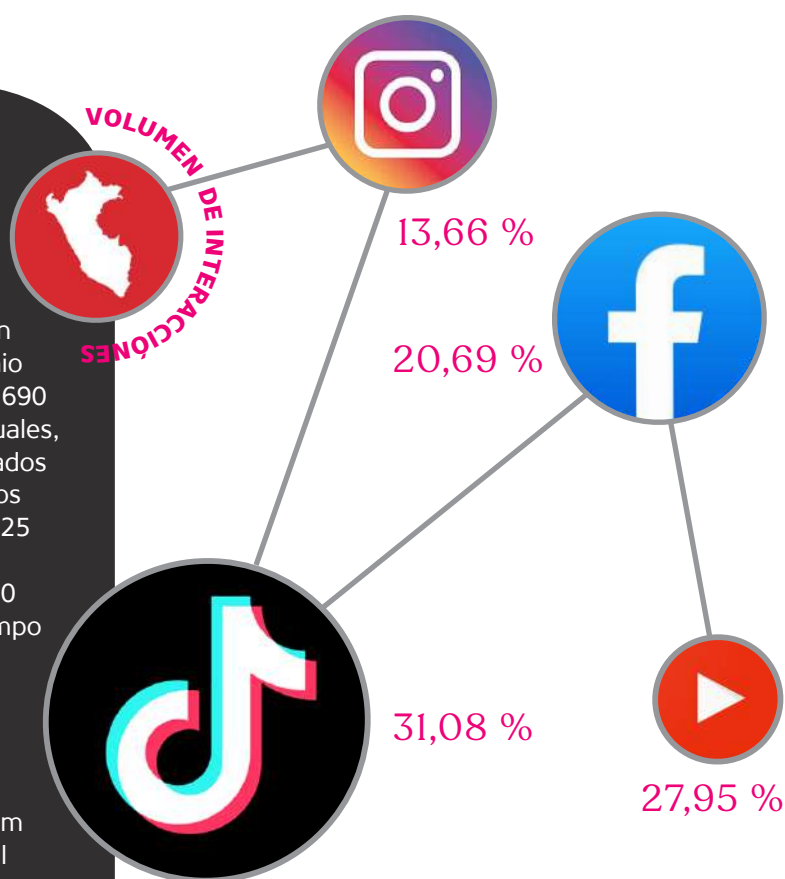
En el Perú, según Comscore, el rey en volumen de interacciones es TikTok con 31,08 %, seguido por YouTube (27,95 %). Luego está Facebook (20,69 %) e Instagram (13,66 %), a diferencia de Argentina, Brasil y Chile, donde Instagram se lleva más del 50% de las interacciones. De hecho, las publicaciones en redes sociales con videos tienen el 55 % de interacciones, mientras que las regulares se quedan en 45 %.

Bruno Ortiz, especialista en ciencia y tecnología, comentó que TikTok se ha convertido en la plataforma preferida por los más jóvenes, que buscan historias con humor, menciones a la comida y peruanidad.

“El *storytelling* creo que es bastante importante, pero no es lo único. Si no tienes algo interesante que contar, la manera de contarlo pierde peso”, dijo.

Sobre su uso para estrategias de *marketing*, consideró que, aunque ya hay agencias especializadas en *marketing* digital que crean videos con tendencia viral, todavía son pocos los que se animan a intentar cosas nuevas o adaptar apuestas arriesgadas.

Según María Gracia Legarda Pollandt, gerente de *marketing* de la importadora BOBBA LAB, se ha acelerado el consumo digital, pero la verdadera madurez se refleja en cómo el peruano compara e investiga antes de comprar.



Pero ¿qué son exactamente los *storytelling*? Una forma de narrativa breve y visual, que dura segundos o minutos, diseñada para capturar la atención del espectador al instante. No siguen una estructura lineal como las películas (inicio, nudo, desenlace), sino que su narrativa es dinámica y fragmentada. Importa la autenticidad y la creatividad para conectar.

No surgieron de la nada: son una evolución de los Instagram Stories y el Snapchat. Su auge vino luego del 2019 y se potenció como forma de entretenimiento durante la pandemia. **En *marketing*, los *storytellings* convierten a las marcas en narradores que buscan construir una comunidad leal a sus valores. Mientras más cautivadora, mayor éxito que los anuncios publicitarios tradicionales.**

David Tomas, cofundador de Cyberclick, ha señalado que parte del éxito pasa por tener la mejor base de datos del público objetivo.

El *storytelling* en TikTok no es una tendencia pasajera, sino una estrategia esencial para el *marketing* digital. Las marcas que logren contar historias auténticas y relevantes no solo captarán la atención, sino que construirán relaciones duraderas con sus audiencias.

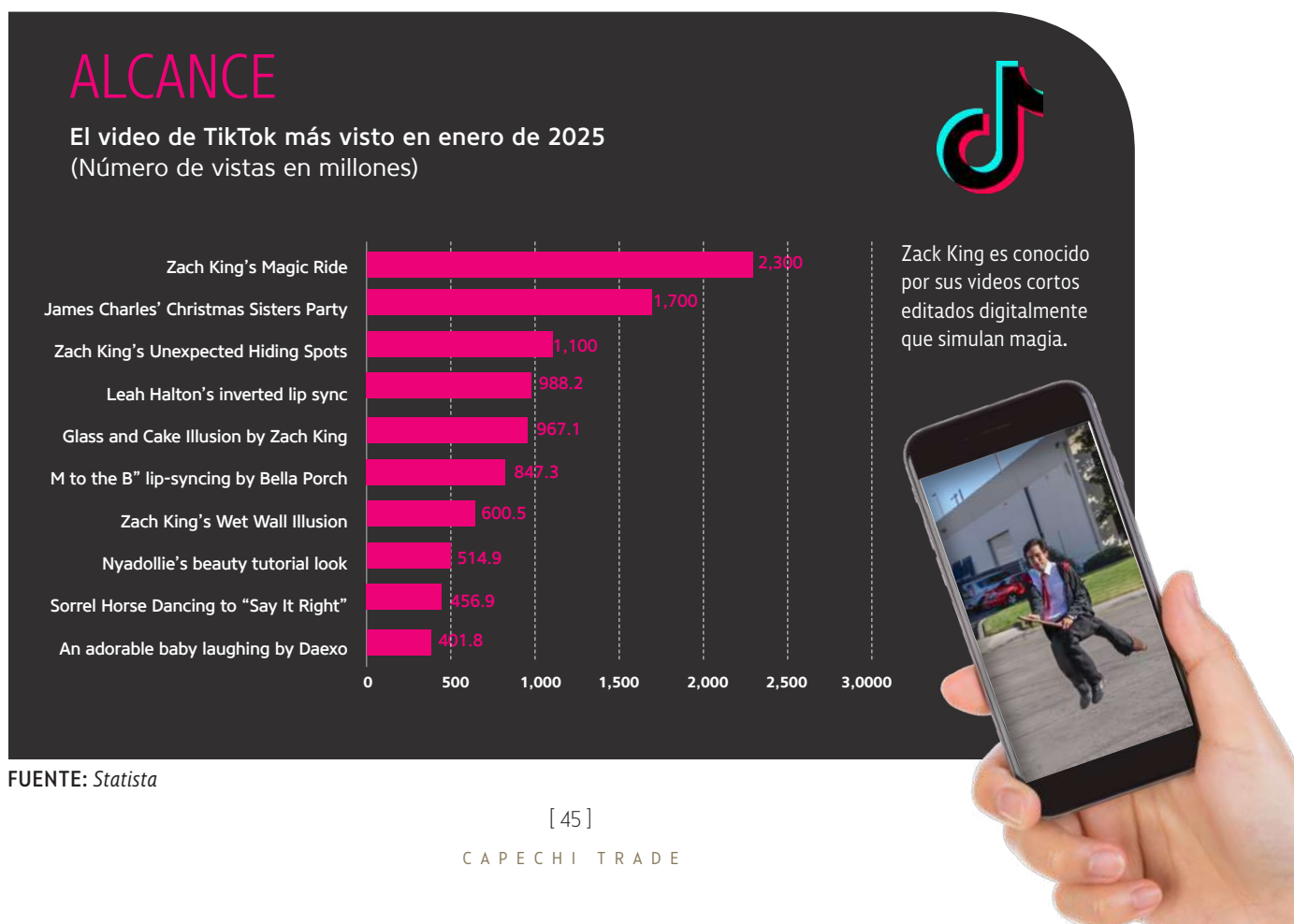
"No hagamos contenido pensando en cómo te vendo. Te doy valor, te doy contenido y luego te cuento algo de interés publicitario como complemento", sostiene.

Rentabilidad

En China, el fenómeno se volvió muy popular. Este año, por ejemplo, en los días especiales de febrero dedicados al romance, la casa de moda de lujo española Loewe estrenó la serie "Dile sí al amor", de cinco episodios de 45 segundos cada uno, con un dije para el bolso de Loewe como pieza clave. Hasta abril ya había 153 nuevas series de microdramas de marca en China, casi la mitad de estas fueron estrenos.

Un hecho a destacar sucedió en el 2023; en China, a medida que el microdrama florecía, surgió una plataforma gratuita para ver videos cortos: Hongguo, de ByteDance, la compañía detrás de TikTok. Los espectadores desbloquean el próximo episodio de la serie viendo anuncios.

Según Questmobile, en junio de 2025, la base de usuarios de Hongguo creció un 179 % interanual. Llegó a 212 millones de usuarios activos mensuales superando por primera vez a una plataforma de video de formato largo Youku Video, que tenía 200,6 millones de usuarios activos mensuales. El éxito de Hongguo Short Drama se atribuye a la combinación de algoritmos, tráfico y modelos de negocio.



Se utiliza IA para impulsar la producción de guiones y las preferencias de tráfico se predicen antes del rodaje.

Pero ¿cómo se monetizan las series de microdramas? Por lo general, de dos maneras: compras dentro de la aplicación (IAP) y publicidad dentro de la aplicación (IAA), modalidad que ha aumentado, pasando del 30 % al 46 % en agosto del 2025. También se están introduciendo en las plataformas por suscripción.

En el Perú, TikTok ha habilitado este año programas de monetización para creadores de contenido que generan ingresos por transmisiones en vivo y pagan entre S/1,80 y S/3,73 por cada mil vistas, si tienen al menos 20 mil seguidores. Y también hay pagos desde el sector público, como el que hizo el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI): un *influencer* recibió S/ 30 mil por un solo video que promocionaba el Censo 2025. **CT**



CREADORES DE CONTENIDO

Estados Unidos es el mercado más grande de TikTok y es cuna de tendencias de *storytelling*, pero Indonesia tiene las bases de usuarios más grandes y Brasil destaca por su creatividad y humor, al igual que sus telenovelas.

Entre los creadores de contenidos más conocidos o exitosos a nivel mundial está la mexicana Kimberly Loaiza (1), con más de 80 millones de seguidores; Emily Mariko (EE.UU.) (2), una creadora de contenido gastronómico, y David Zinn, un artista callejero. Sin embargo, Khaby Lame (3) es el usuario con más

seguidores en TikTok, con 161, 7 millones hasta agosto de 2025, y "Magic Ride", del actor Zach King, fue el video corto más visto en TikTok en enero de 2025, acumulando más de 2,3 mil millones de visitas.

En el Perú destacan personajes como Waldir Maque (4), un creador cusqueño que cuenta historias a través de sus recetas tradicionales, y Paola Gallegos (5), artista del *lettering*, que usa sus *storytelling* para dar a conocer su arte. Fue nominada a los TikToks Awards.

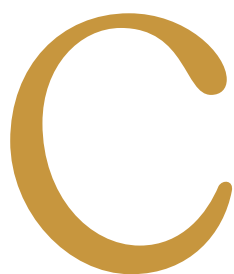
Monumento vivo

TESTIGO y protagonista de la HISTORIA

FOTOS: XINHUA



El Museo del Palacio de Beijing, llamado también Ciudad Prohibida, está de aniversario. El pasado 15 de octubre cumplió 100 años de abrir sus puertas al público. Su imponente arquitectura y colección de casi dos millones de obras de arte y artefactos despiertan la admiración de los visitantes, como fiel testimonio del esplendor de la cultura e historia de la civilización china.



Considerado con acierto un emblema de la cultura de China y Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 1987, el complejo museístico del Palacio de Beijing acoge colecciones sorprendentes que

muestran lo más representativo de las tradiciones artísticas e históricas del país. Es una joya arquitectónica y el complejo de madera más antiguo, grande y conservado del mundo. Tiene un área aproximada de 720 mil metros cuadrados, de los cuales 150 mil están contruidos, y cuenta con más de 70 palacios y cerca de 9 mil habitaciones.

El Museo del Palacio se encuentra en el eje central de Beijing y su construcción empezó originalmente en el cuarto año del reinado de Yongle (1406), de la dinastía Ming. Fue sede de la antigua corte china de la etnia Han y lugar de residencia de 24 emperadores de las dinastías Ming (1368-1644) y Qing (1644-1911).

Su diseño es una muestra exquisita de lo más refinado de la arquitectura tradicional china basada en principios de armonía, equilibrio y orden en la distribución espacial. Los salones, jardines y patios decorados ostentan el estilo de vida y exuberancia que caracterizaron a los emperadores chinos.

La vasta colección que alberga representa un legado patrimonial de enorme valor que revela momentos trascendentales de China. Con reliquias que van desde la prehistoria hasta épocas contemporáneas, el museo constituye un vivo recuento del esplendor y la magnitud de la civilización china de más de 5 mil años de historia. Los grandes salones resguardan más de 1,9 millones de piezas, entre pinturas, caligrafía, cerámica, escultura, textiles, libros

documentos históricos, piezas de jade, bronce y artesanías de diferentes estilos. Además de las exposiciones permanentes, se organizan muestras temáticas durante el año, donde se ofrece experiencias inmersivas con los recursos tecnológicos y digitales más avanzados del momento.

El Museo del Palacio de Beijing es un lugar de alta relevancia para la ciudad capital de China y es visitado por un promedio de 10 millones de personas al año. Cuenta con variadas



El Salón de la Armonía Preservada y otros ubicados en la parte central estaban destinados para celebrar ceremonias importantes.



La Ciudad Prohibida es actualmente uno de los cinco palacios más importantes del mundo.

El Museo del Palacio de Beijing es también el recinto de la cultura y arte antiguo más grande de China.

Impponentes puertas y amplios recintos dispuestos en tres edificios principales que se dividen en dos partes: el patio exterior y el patio interior. En la parte central están el Salón de la Suprema Armonía, el Salón de la Armonía Central y el Salón de la Armonía Preservada, que eran reservados para celebrar ceremonias importantes. El Palacio de la Pureza Celestial, el Salón de la Unión y la Paz y el Salón de la Tranquilidad Terrenal se ubican en el centro del patio interior y allí vivían el emperador y la emperatriz.

Un siglo atrás, el 10 de octubre de 1925, la Ciudad Prohibida dejó de ser un espacio exclusivo para el emperador y abrió sus puertas al público por primera vez dando paso a lo que conocemos hoy como el Museo del Palacio Imperial. En setiembre de 1931 empezó la guerra de resistencia del pueblo chino contra la agresión japonesa y dos años después, frente al riesgo de destrucción del

museo, más de 19 mil cajas con sus tesoros culturales fueron trasladadas hacia el sur del país. Con ello se salvó la memoria de la nación.

El 1 de octubre de 1949 se fundó la República Popular China y una de las primeras decisiones, tanto del Partido Comunista Chino como del gobierno, fue salvaguardar las colecciones dispersas y retornarlas a Beijing. Así empezó un programa de cuidado, conservación y restauración del palacio y de las reliquias, que perduran hasta ahora, con todas las herramientas científicas necesarias, sin escatimar esfuerzos, para mantener uno de los más grandes tesoros de China.

Hoy en día, la Ciudad Prohibida es uno de los cinco palacios más importantes del mundo. En la lista se encuentra el Palacio de Versalles en Francia, el Palacio de Buckingham en el Reino Unido, la Casa Blanca en Estados Unidos y el Kremlin en Rusia.

Es una ciudad rectangular, con una longitud de 961 metros de norte a sur y un ancho de 753 metros de este a oeste. Todo su perímetro está rodeado por un muro de 10 metros de altura y un foso de 52 metros de ancho fuera de la ciudad.

Celebraciones

Con motivo del aniversario del museo, se realizaron diversas actividades y uno de los acontecimientos más significativos fue la apertura, por primera vez al público, del Jardín Qianlog, cuya restauración llevó unos veinte años. Considerado un espacio de excepcional belleza, también conocido como el Jardín del Palacio de la Longevidad

Tranquila, estuvo cerrado durante más de un siglo, pero hoy se puede apreciar con toda la estética propia de la herencia del arte chino que combina arte y naturaleza.

La Ciudad Prohibida, que fue hace décadas el símbolo del poder imperial absoluto, es ahora un museo público renovado y uno de los destinos más sorprendentes y populares del mundo. **CT◀**

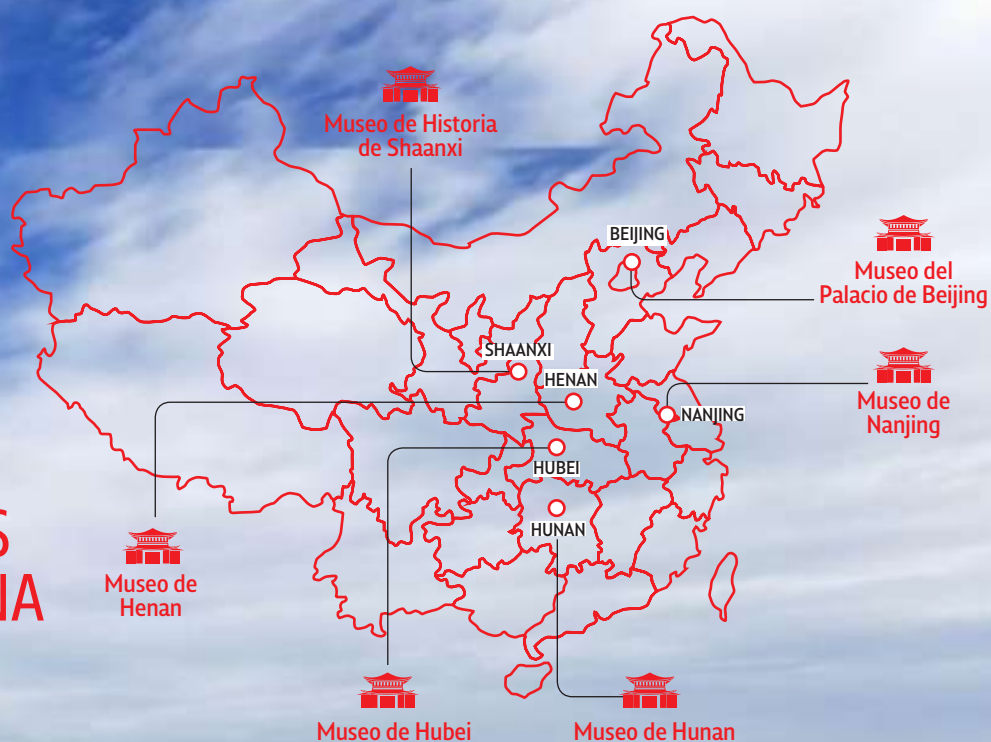


**A TENER
EN CUENTA:**



Abre todos los días, con horarios variables según la temporada, y cierra los lunes, excepto los festivos nacionales.

MUSEOS EN CHINA



La entrada general cuesta 60 yuanes de abril a octubre y 40 yuanes de noviembre a marzo.

Hasta hace cien años era el lugar de residencia exclusiva de la familia imperial y su corte; hoy el público en general puede conocerlo.

En CAPECHI trabajamos sin descanso para que las empresas peruanas expandan sus horizontes y aprovechen las oportunidades que ofrece el gigante asiático. Asimismo, valoramos el interés de las empresas chinas por nuestro país. Aquí un breve recuento de nuestras últimas actividades.

秘中商会始终不懈努力,助力秘鲁企业拓展视野,把握亚洲巨人——中国所带来的广阔机遇。同时,我们也高度重视中国企业对秘鲁市场的兴趣与投入。

以下为本会近期主要活动的简要回顾。

CONEXIÓN EMPRESARIAL

秘中商会将举办第二届“秘中商务洽谈会:矿业、能源与基础设施”

La Cámara de Comercio Peruano China (CAPECHI) realizará la II Rueda de Negocios Perú-China: Minería, Energía e Infraestructura el 11 de noviembre a partir de las 8:00 a.m. en The Westin Lima Hotel. El encuentro busca fortalecer vínculos comerciales entre proveedores locales y las principales empresas chinas en el país: Minera Chinalco Perú, Las Bambas, Shougang Hierro Perú, Shouxin Perú, CNPC Perú, Empresa de Generación Huallaga y Cosco Shipping Ports Chancay. Informes en eventos@capechi.org.pe.

秘中商会(CAPECHI)将于11月11日上午8点,在利马威斯汀酒店举办第二届“秘中商务洽谈会:矿业、能源和基础设施”。此次会议旨在加强本地供应商与在秘主要中资企业之间的商业联系。参加企业包括:秘鲁中铝矿业公司、拉斯邦巴斯矿业公司、首钢秘鲁铁矿公司、首信秘鲁公司、

中石油秘鲁公司、瓦亚加发电公司和中远海运钱凯港公司。欲了解更多信息,请联系eventos@capechi.org.pe。

Las empresas chinas en Perú se concentran principalmente en sectores como minería, energía, hidrocarburos, entre otros.



APOYO FRATERO

患难见真情——中国驻秘鲁大使及中资企业向火灾灾区捐赠物资

El pasado 11 de octubre, un incendio arrasó con más de 100 viviendas en Pamplona Alta, distrito de San Juan de Miraflores, dejando graves pérdidas materiales y muchas familias damnificadas. En un gesto de solidaridad, el embajador de la República Popular China, Song Yang, junto a representantes de empresas chinas en el Perú, fueron a la zona siniestrada y entregaron personalmente una importante donación de baños portátiles, alimentos y artículos de primera necesidad. El presidente del Perú, José Jerí, quien también estuvo en el lugar, agradeció este apoyo fraterno en nombre del pueblo peruano.

AMISTAD DURADERA

友谊长存——中秘关系 持续深化, 合作成果丰硕

El 26 de setiembre, directivos de la Cámara de Comercio Peruano China, encabezada por su presidente José Tam, participaron en la recepción por el 76.º aniversario de la Fundación de la República Popular China, realizada en la residencia de la Embajada china en el Perú. Durante la ceremonia, el embajador Song Yang destacó el continuo fortalecimiento de la Asociación Estratégica Integral entre ambos países, resaltando los logros recientes en materia comercial, cultural y de infraestructura. Recordó además la visita del presidente chino Xi Jinping al Perú en 2024, ocasión en la que se inauguró el Puerto de Chancay, símbolo del "Camino Inca de la Nueva Era" que une Asia y América Latina. Al cumplirse el 15.º aniversario del TLC bilateral, el intercambio comercial alcanzó los 41 mil millones de dólares el año pasado, reflejando un crecimiento sostenido de 13 % anual.

9月26日, 秘中商会会长谭义勇率领秘中商会代表出席了在中国驻秘鲁大使馆官邸举行的庆祝中华人民共和国成立76周年招待会。在招待会上, 宋扬大使强调, 两国全面战略伙伴关系不断巩固与深化, 并重点介绍了两国在经贸、文化和基础设施建设等领域取得的最新成就。他还回



El Embajador Song Yang destacó los vínculos comerciales y de amistad que unen a China y Perú



Embajador de la República Popular China acompañado de Jorge Chian, gerente general de CAPECHI; Silvio Maclong, presidente del Centro Cultural Peruano Chino y directivos de esta institución, Rubén Tang y Víctor Tay.

顾了中国国家主席习近平2024年访问秘鲁期间举行的钱凯港的开港仪式。钱凯港是连接亚洲和拉丁美洲的“新时代印加古道”的象征。值此双边自贸协定签署15周年之际, 预计2024年双边贸易额将达到410亿美元, 年均增长率保持在13%, 显示出两国经贸关系的持续活力与稳步发展。



10月11日, 利马圣胡安·德米拉弗洛雷斯区的潘普洛纳阿尔塔发生严重火灾, 烧毁了逾百座房屋, 造成严重的人员和财产损失。为表达慰问, 中华人民共和国驻秘鲁大使宋扬携多家在秘中资企业代表前往灾区, 亲自捐赠了一批重要的移动厕所、食品和生活必需品。秘鲁总统何塞·赫里也出席了此次捐赠活动, 并代表秘鲁人民对这份兄弟般的支持表示感谢。

La República Popular China también se solidariza con el pueblo peruano en momentos difíciles como el siniestro ocurrido en Pamplona Alta.

MISIÓN COMERCIAL

经贸使命——秘鲁企业代表团赴广州参加第138届中国进出口商品交易会

El 15 de octubre se inició la 138ª edición de la Feria de Importación y Exportación de China, conocida como la Feria de Cantón, en Guangzhou. La Cámara de Comercio Peruano China (CAPECHI) organizó una misión comercial encabezada por su gerente general, el Ing. Jorge Chian, y Santiago Siu, representante de CAPECHI en China, con empresarios de Lima, Arequipa, Tacna, Lambayeque, San Martín y Piura. El encuentro permitirá ampliar redes, explorar oportunidades y conocer la calidad de productos. La iniciativa contó con el apoyo de la Embajada de la República Popular China en el Perú, el Banco de Crédito e International Travel Team.

第138届中国进出口商品交易会(广交会)将于10月15日在广州开幕。秘中商会组织了贸易代表团,由工程师郑国强和秘中商会驻华代表萧孝斌率领,代表团成员包括来自利马、阿雷基帕、塔克纳、兰巴耶克、圣马丁和皮乌拉等地的商界人士。此次会晤代表团旨在拓展商业网络,探索合作机

会并了解中国产品质量。此次活动得到了中华人民共和国驻秘鲁大使馆、秘鲁信贷银行和国际旅游团队的支持。



Empresarios peruanos, acompañados institución, Capechi, exploran oportunidades de negocio en la 138 edición de la Feria de Cantón que se realiza en Guangzhou.

COOPERACIÓN DIGITAL

数字合作——秘中商会与中国商务部代表团探讨跨境电商新机遇

El 25 de setiembre, CAPECHI, presidida por José Tam, recibió a una delegación del Ministerio de Comercio de China encabezada por Meng Yue, director general adjunto de la Dirección General de Comercio Exterior. También participaron Yao Ming,

consejero económico y comercial de la Embajada de China en el Perú; Jorge Chian y Pablo Matos, gerente general y gerente de Comercio Exterior de CAPECHI, respectivamente. La reunión buscó fortalecer la cooperación bilateral y promover iniciativas conjuntas en digitalización comercial y comercio electrónico transfronterizo, impulsando una mayor integración entre ambos países.

9月25日,由会长谭义勇领导的秘中商会(CAPECHI)在利马接待了中国商务部代表团。该代表团由中国商务部对外贸易司副司长孟岳率领。中国驻秘鲁大使馆经济商务参赞姚明、秘中商会总经理郑国强和外贸部经理巴勃罗·马托斯也出席了此次会谈。双方就深化双边合作、推动商业数字化及跨境电子商务发展进行了深入交流,旨在进一步促进两国经贸一体化与创新合作。



El gerente general de Capechi, Ing. Jorge Chian, participó como ponente de un evento relacionado a la industria del envase y embalaje.

INICIATIVA BENEFICIOSA

互利共赢——中秘食品 原料与包装机械商务洽 谈会成功举办

El 26 de setiembre, el Ing. Jorge Chian, gerente general de la Cámara de Comercio Peruano China, participó como expositor en el Encuentro de Negocios de Materias Primas para Alimentos y Maquinarias para el Envasado China-Perú, realizado en el marco de la Expo Alimentaria. El evento, organizado por la Oficina de Desarrollo de Comercio del Ministerio de Comercio de China, reunió a 21 empresas chinas y contrapartes peruanas para fortalecer la cooperación y fomentar nuevas oportunidades comerciales.

9月26日, 秘鲁中国商会总经理郑国强作为参展商参加了在秘鲁食品博览会框架下举办的中秘食品原料及包装机械贸易洽谈会。此次活动由中国商务部外贸发展办公室主办, 汇集了21家中国企业与秘鲁合作伙伴, 共同探讨深化合作、拓展商机的途径。

VÍNCULO ESTRATÉGICO

战略纽带——秘中商会 会晤秘鲁新任驻华大使

El 9 de setiembre, los miembros del Consejo Directivo de CAPECHI se reunieron con Carlos Vásquez Corrales, embajador extraordinario y plenipotenciario del Perú en China recientemente designado. En la cita se expusieron las principales acciones de la Cámara orientadas a promover el intercambio comercial bilateral. El embajador Vásquez, historiador de la PUCP y diplomático con amplia experiencia en relaciones con Asia, reafirmó su disposición a fortalecer los vínculos diplomáticos y económicos entre ambos países.

9月9日, 秘中商会董事会成员会见了新任秘鲁驻华特命全权大使卡洛斯·巴斯克斯·科拉莱斯。会上, 商会介绍了促进双边贸易的主要举措。巴斯克斯大使, 毕业于秘鲁天主教大学, 是一名历史学家, 同时也是一位在亚洲关系方面拥有丰富经验的外交官。他将积极致力于进一步加强两国在外交与经济领域的合作与联系。



Miembros del Consejo Directivo de Capechi, encabezados por su presidente José Tam, se reunieron con el Embajador de Perú en China, Carlos Vásquez.

CUMBRE GLOBAL

全球峰会——河南贸促会代表团访问秘中商会 推介中拉企业峰会

El 29 de agosto, CAPECHI, presidida por José Tam, recibió al Consejo Chino para la Promoción del Comercio Internacional de Henan, encabezado por Kong Jinming. El encuentro tuvo como objetivo promocionar la XVIII Cumbre Empresarial China-América Latina y el Caribe, que se celebrará el 3 y 4 de noviembre en Zhengzhou, Henan. Bajo el lema "Hacia la Innovación y la Inteligencia, Ganar Juntos el Futuro", la cita impulsará la cooperación en energías renovables, manufactura, agricultura inteligente y comercio transfronterizo.

8月29日,由谭义勇担任主席的秘中商会在利马接到了由孔金明率领的中国河南省贸促会代表团。此次访问旨在宣传即将于11月3日至4日在河南省郑州市举行的第十八届中国—拉丁美洲和加勒比工商峰会。本届峰会主题为“向新向智、共赢未来”,将重点推动可再生能源、制造业、智慧农业和跨境贸易等领域的合作,进一步深化中拉经贸联系。



Representantes del Consejo Chino para la Promoción del Comercio Internacional de Henan y sus pares de Capechi se reunieron para promocionar importante Cumbre Empresarial.



José Tam y Kong Jinming impulsan cita global de cooperación.

ACUERDO PRODUCTIVO

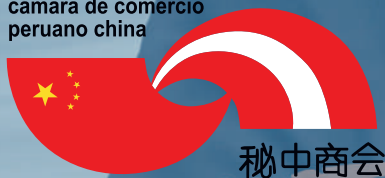
合作共赢——秘中商会与山西省贸促会签署合作协议



Capechi y la CCPIT Shanxi firmaron un acuerdo de cooperación con el fin de impulsar el desarrollo de proyectos conjuntos con la provincia de Shanxi.

A fines de junio, CAPECHI suscribió un Acuerdo de Cooperación con el China Council for the Promotion of International Trade Shanxi Provincial (CCPIT Shanxi), representado por su vicepresidente, Mi Bingsheng. Por CAPECHI firmó el ingeniero Jorge Chian, gerente general. La alianza busca impulsar el intercambio comercial y las inversiones bilaterales, mediante misiones empresariales, ferias, mesas de trabajo y programas de capacitación orientados a fortalecer el desarrollo de proyectos conjuntos con la provincia de Shanxi.

6月下旬,秘中商会与山西省贸促会副会长米炳胜代表其签署了合作协议。秘中商会总经理郑国强代表其签署了该协议。此次合作旨在通过组织商务代表团、展会、专题工作会议及培训项目,推动双边贸易与投资往来,促进中秘双方特别是与山西省的合作项目发展与经验交流。



Abriendo las puertas al mercado chino

Desde 2001, incentiva y promueve el intercambio comercial e inversión entre Perú y la República Popular China, asistiendo a las empresas en la promoción de sus negocios.

Servicios

- Directorio de exportadores e importadores chinos.
- Referencias comerciales de empresas chinas.
- Asesoría comercial.
- Estadística aduanera.
- Información de ferias y misiones comerciales.
- Asesoría en viajes de negocios.
- Asesoría y trámite de la visa china.
- Cursos, seminarios, capacitaciones, ruedas de negocios.

Productos

- Acceso a la web capechitrade.
- Semanario CAPECHITRADE.
- Síntesis Legal CAPECHITRADE.
- Reporte comercial mensual Perú – China.
- Reporte de ferias & exhibiciones en China.
- Reporte de oferta y demandas.
- Directorio virtual de socios.
- Revista institucional CAPECHITRADE.
- Entre otros servicios.

Calle Francisco Masías 544, piso 6, San Isidro, Lima - Perú

+51-1 422-8152 / 422-8358 +51 980 838 031 / 947 876 888

+51 980 838 031 / 947 876 888 infotrade@capechi.org.pe

www.capechi.org.pe

Síguenos en nuestras redes sociales: [capechiperu](#)





Albergue **INSPIRA**
Brindamos de manera gratuita, refugio y alimentación saludable a los niños con Cáncer que vienen de las distintas regiones del Perú a tratarse en la capital.



Cada vez estamos más cerca de mudarnos al nuevo Albergue **INSPIRA**.

Ahora solo nos faltan los acabados.

Ahí, vamos a triplicar el apoyo que venimos ofreciendo, pues podremos atender a 120 personas en simultáneo. Por eso, necesitamos encontrar héroes para nuestros niños.

Si eres un héroe o heroína o conoces a alguno, por favor, contáctanos.

CONTACTANOS:

Números de celular:

915054465

915054451

(Gerencia@inspira.org.pe)

DONACIONES:

CTA BCP **194-2307185-0-98**

CCI: **002-194-00230718509-8-98**

YAPE: **915054451**