

PUNO: DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD REGIONAL



ÍNDICE

MENSAJE DE LA CAMARA DE COMERCIO Y LA PRODUCCION PUNO

Por: Ing. Juan Fredes Pineda - Presidente de la CCPP.

3

MARCAS TERRITORIALES: De la identidad local a la competitividad global

Por: Mariella Soldi Vargas - Consultora en branding territorial y ex Directora de Imagen País – PROMPERÚ

4

GRUPO AQUACUMBRE: Inversión, valor agregado y proyección industrial en la acuicultura puneña

Por: Imagen Institucional, CCPP - Desarrollo Empresarial

6

TURISMO, Transversal y sí o sí en equilibrio

Por: Presidente del CCRT y Administrador de La Casona Restaurant

8

Desarrollo Económico de la Agricultura Familiar en Puno

Por: Mgt. Ing. Willy Huacho Salas - Jefe de la Sede Desconcentrada de Puno - Agromercado

10

EL TIPO DE CAMBIO REAL Y NOMINAL EN EL PERÚ Y SUS POSIBLES CONSECUENCIAS

Por: Ing. Marcel Huaclla Gómez - M.Sc. en Economía

12

ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR Y EMPLEO FORMAL

Por: Estudios Económico - CCPP

14

Repensando la obligatoriedad del denominado “arbitraje administrativo” a la luz de una realidad

Por: Sergio Tafur Sánchez - Abogado y Magister. Árbitro y docente universitario.

15

¿Buscas casa propia?: Conoce cómo conseguir tu Techo Propio

Por: Fondo Mivivienda

17

PRINCIPALES ACTIVIDADES INSTITUCIONALES 2025 - CCPP

19

NUESTRO SERVICIOS

21

MENSAJE DE LA CAMARA DE COMERCIO Y LA PRODUCCION PUNO



Ing. Juan Fredes Pineda

Presidente Cámara de Comercio y la Producción de Puno

Como resultado de las próximas elecciones 2026, esperamos fortalecer nuestro orgullo de ser peruanos, que nos permita una efectiva inclusión y reconocimiento del potencial económico, biodiversidad andina, nuestra riqueza cultural y folclórica que nos caracteriza como destino turístico y epicentro de la cultura andina; así también otorgar atención estratégica y descentralizada a superar las preocupantes brechas económicas y sociales insatisfechas, afín de enfrentar los enormes desafíos que nos posibilite encaminar a lograr nuestro anhelado **DESARROLLO REGIONAL**.

Observamos la inversión pública con una baja capacidad de gasto, limitada calidad de diseño y concretización de proyectos estratégicos que reviertan la problemática existente y que respondan a una política de desarrollo planificado. Nuestras

brechas sociales persisten: 41.6% de pobreza, más de la mitad de los niños menores de 3 años sufren de anemia, deficiente infraestructura y equipamiento en los sectores de salud y educación conlleva a un limitado acceso a los servicios básicos, preocupante migración de la población joven por falta de oportunidades. La agenda nacional no puede estar desconectada de las prioridades y urgencias de la población de las regiones. Se requiere cerrar las brechas sociales y económicas, enfrentar el avance del crimen organizado, la corrupción, el contrabando y la minería ilegal, comprometen la ansiada paz social y clima de negocios en la Región Puno. Consecuentemente no garantizan el crecimiento económico, generación de ingresos y empleo.

Tenemos los recursos; falta gestión y acción consensuada entre los agentes de desarrollo: público, privado, académico y la sociedad civil; Puno requiere promover el desarrollo económico y competitividad de sus actividades emprendiendo desde el territorio, con enfoque productivo, innovación y asociatividad, todo ello es clave para transformar recursos en bienestar. La mejora y modernización de conectividad: terrestre, aérea, lacustre y digital que permita acceder adecuadamente a

mercados internos y externos, siendo prioritario la concretización del Proyecto emblemático de saneamiento ambiental de centros urbanos y descontaminación del Lago Titicaca (PTAR), atención del gaseoducto sur andino, operatividad de las zonas económicas, valor agregado a los productos de clase mundial como cereales andinos, la acuicultura (trucha), la fibra de alpaca y lana de vicuña, el Café de nuestra selva y productos lácteos andinos (queso), la promoción y aprovechamiento de prácticas mineras responsables.

Nuestro emblema es el Lago Titicaca y su altiplano andino, y nuestra pasión es el trabajo “**PUNO T I E R R A D E E M P R E N D E D O R E S**” necesitamos aprovechar oportunidades para articular cadenas de valor, innovar, tecnificar, agregar calidad y conectar con mercados.

Requerimos representantes emprendedores de confianza, con reconocida capacidad para el Desarrollo Regional, que valoren nuestra pasión, que vean a Puno con visión y con un compromiso real de trabajo.

MARCAS TERRITORIALES: De la identidad local a la competitividad global



Por: Mariella Soldi Vargas

Consultora en branding territorial y ex Directora de Imagen País – PROMPERÚ

Desde el lanzamiento de la Marca Perú en 2011 quedó demostrado que una estrategia de branding territorial bien diseñada y sostenida puede transformar la economía de un país. En menos de una década, Perú pasó de ser percibido principalmente como un destino arqueológico a convertirse en potencia gastronómica, agroexportadora y cultural. Sin embargo, también aprendimos que incluso una marca

exitosa puede perder fuerza cuando la gobernanza se debilita o se politiza. Este aprendizaje ha motivado a varias regiones del país a buscar su propia identidad. No obstante, aún persiste la idea de que una marca territorial es solamente un logotipo o una campaña. La realidad es otra: una marca territorial es un instrumento de gestión, competitividad y articulación de actores.

El territorio no es un producto

El error más común es tratar a una región como si fuera un producto de consumo masivo. Una marca de café compite en un solo mercado; una marca regional, en cambio, debe representar al mismo tiempo turismo, exportaciones, inversiones, comercio interno, cultura viva e identidad ciudadana. Ese es el desafío técnico de una marca territorio: convertir una diversidad compleja - y muchas veces fragmentada - en una promesa de valor única, creíble y sostenible. Para lograrlo se requiere investigación profunda, análisis estratégico y una visión que trascienda periodos de gobierno.

Puno: un caso que marca el camino

Un ejemplo reciente y prometedor es el proceso que está impulsando el Gobierno Regional de Puno. La decisión de apostar por un desarrollo de marca serio, con estándares internacionales y acompañamiento técnico especializado de FutureBrand - la consultora global que desarrolló la Marca Perú - marca una diferencia fundamental: no improvisar. Esta visión permite ordenar una oferta regional extraordinaria. Puno no es únicamente el Lago Titicaca, aunque este sea un ícono global. Puno es también:

- Juliaca como hub comercial del sur andino.

- Las zonas de Sandía y Carabaya, donde cafés y cacaos de altura compiten y ganan premios internacionales.
- La cuna de la mejor fibra de alpaca y baby alpaca del mundo.
- La capital de la quinua orgánica.
- La potencia acuícola de la trucha.
- Un tejido empresarial dinámico liderado por la Cámara de Comercio de Puno.
- Un crisol de culturas aimaras y quechuas vivas.
- La Fiesta de la Candelaria, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.



El verdadero reto: la gobernanza

El diseño es solo el 10 % del éxito; el otro 90 % es la gestión. Para que una marca regional sobreviva, genere riqueza y se consolide como política pública, debe cumplir cuatro principios innegociables:

1. **Despolitización:** la marca pertenece a la región, no a una gestión de turno.
2. **Presupuesto sostenible y predecible:** la región debe garantizar recursos anuales continuos, no solo el presupuesto inicial de lanzamiento.
3. **Equipo técnico permanente:** sin profesionales dedicados full-time, la marca se diluye.
4. **Coherencia estratégica:** el mensaje debe ser el mismo en una feria de turismo en Berlín, en un showroom en Guangzhou o en una rueda de negocios en Arequipa.

El rol del sector privado: la alianza indispensable

En las marcas territoriales más sólidas del mundo, el Estado es quien garantiza la inversión pública continua, pero el verdadero multiplicador del presupuesto llega cuando los ciudadanos, empresarios y gremios se apropian de la marca y la usan de manera coordinada: un exportador en su etiqueta, un tour operador en su web, un artesano en su packaging, la Cámara de Comercio en sus ferias y misiones. Esa unión de esfuerzos hace que la inversión pública se multiplique por diez sin que el sector privado tenga que aportar fondos al principio.

Una marca territorio se vuelve poderosa cuando todos reman en la misma dirección, bajo la misma identidad.

Puno está hoy en un punto histórico: el Gobierno Regional está brindando la herramienta técnica y la inversión inicial, pero será la ciudadanía y el sector privado quienes, al adoptarla

masivamente, harán que el presupuesto parezca mucho más grande y el impacto mucho más profundo.

De la identidad local a la competitividad global

Puno tiene todo para convertirse en un referente de gestión de marca territorial: activos extraordinarios, una narrativa potente, un proceso técnico riguroso y un sector privado con visión para apropiarse de esta oportunidad.

Si la región logra consolidar gobernanza, presupuesto y articulación público-privada, Puno no solo tendrá una marca: tendrá la estrategia que el altiplano y su selva merecen para competir y ganar en el mundo.



GRUPO AQUACUMBRE: Inversión, valor agregado y proyección industrial en la acuicultura puneña

El fortalecimiento de la cadena productiva acuícola en la región Puno requiere empresas capaces de transformar la producción primaria en oportunidades de mercado. En ese contexto, el Grupo Aquacumbre se consolida como una iniciativa empresarial que apuesta por el procesamiento formal de trucha, la generación de valor agregado y la proyección hacia una etapa de industrialización.

Herbert Quispe Palomino, representante de la empresa, señala que Aquacumbre opera actualmente como una planta de procesamiento ubicada en el kilómetro 25.5 de la carretera Panamericana Sur, distrito de Platería, y que su desarrollo responde a una visión estratégica construida a partir de la experiencia familiar en la acuicultura.

“Identificamos una brecha clave en el sector: la necesidad de fortalecer la cadena de frío y el procesamiento local. A partir de ello, estructuramos una planta que permita atender esa demanda y dinamizar la comercialización de la trucha en la región”, precisa.



Modelo de operación y estándares sanitarios

Desde hace cuatro años, Aquacumbre desarrolla actividades de procesamiento y maquila, atendiendo a productores acuícolas, establecimientos turísticos y mercados regionales. La planta cuenta con habilitación sanitaria de SANIPES como planta artesanal primaria, lo que le permite operar bajo estándares técnicos y normativos vigentes.

Su operación incluye procesos de lavado, eviscerado, empacado, fileteado, deshuesado y sellado al vacío, todos bajo un esquema de cadena de frío controlada, garantizada además por una planta propia de producción de hielo, elemento estratégico para asegurar la calidad del producto desde la cosecha hasta su distribución.



Articulación con el mercado

Actualmente, la empresa abastece al mercado regional, principalmente al sector hotelero y gastronómico, y presta servicios de maquila para productores que comercializan en Lima y Callao, incluyendo mercados especializados. Esta articulación permite que la trucha regional llegue a nuevos destinos con mayor valor agregado y mejor posicionamiento comercial.

No obstante, uno de los principales desafíos identificados por la empresa es la limitación operativa al trabajar únicamente con producto fresco refrigerado, lo que restringe el acceso a mercados de mayor escala. En ese sentido, Aquacumbre se encuentra evaluando su transición hacia una planta de tipo industrial, con capacidad de congelado y almacenamiento.



Actualmente vienen implementando un Contenedor Refrigerado



Empleo y desarrollo local

El impacto empresarial de Aquacumbre también se refleja en la generación de empleo. La planta emplea actualmente a 30 trabajadores, en su mayoría provenientes de comunidades y centros poblados cercanos, contribuyendo al dinamismo económico local y al fortalecimiento del capital humano vinculado al sector acuícola.

Inversión y visión de crecimiento

Entre los proyectos estratégicos de la empresa destaca la ampliación de su capacidad productiva, con una proyección de hasta 20 toneladas diarias, así como la incorporación progresiva de tecnología especializada que optimice los procesos productivos, reduzca tiempos y mejore la eficiencia operativa. “La inversión en tecnología y en infraestructura es clave para dar el salto hacia la industrialización. Nuestro

objetivo es consolidar una planta moderna que atienda mercados más amplios y fortalezca la competitividad de la trucha puneña”, afirma Herbert Quispe Palomino.

Mensaje empresarial

Finalmente, el representante del Grupo Aquacumbre destaca la importancia de fomentar el emprendimiento formal en el sector:

“La acuicultura tiene un enorme potencial. Con planificación, cumplimiento normativo y visión de largo plazo, es posible construir empresas sostenibles que generen impacto económico y social”.

La experiencia del Grupo Aquacumbre evidencia cómo la inversión, la gestión eficiente y la articulación con el mercado pueden convertir a la acuicultura en un motor estratégico de desarrollo empresarial en la región Puno.

Redactado por: Imagen Institucional - CCPP

TURISMO, Transversal y sí o sí en equilibrio

Escuchamos desde niños de las riquezas culturales y naturales de nuestro Puno, sabemos y entendemos que somos privilegiados por vivir en una región con de historia milenaria, de exquisita y vibrante cultura y que gozamos del lago Titicaca y orgullosos repetimos que “es el lago navegable más alto del mundo”, tan igual como repetimos ser “la capital del folklore”. ¿Pero realmente el mundo sabe de nosotros?

A nivel país, ocupamos el puesto 10 en el ranking de visitantes en latinoamérica, muy por debajo de los 42 millones de turistas que acoge México y superados por nuestros vecinos Brasil, Colombia y Chile. Y a nivel nacional, aunque con datos no muy claros, nos situamos hasta en el puesto 6.

¿Entonces nos podemos denominar un destino turístico? La respuesta es debatible, pero pensando en el vaso



David Rivarola
Presidente del CCRT y
Administrador de La Casona Restaurant

medio lleno, considero que sí, lo somos, pero un destino a medias, un destino cuyo viajero puede prescindir en su itinerario, aunque seguramente lo guardará en el corazón si se anima a conocernos. Y es aquí donde toma relevancia el título de este texto, porque el turismo tiene la enorme virtud de ser transversal, y eso es algo que no está necesariamente interiorizado en las zonas de la región Puno donde se ofrecen servicios turísticos y afines. Según Mincetur el 2024 en promedio, el turista extranjero gastó USD 1417.00 por 12 días de estadía, pero centrándonos en el grueso de

turistas (71%) podemos afirmar que el gasto es de dos mil dolares para arriba, y que la mayoría de ellos (promediando) se quedan 8 días, y si dos de esos días lo pasan en Puno, gastan aquí alrededor de quinientos dólares. Sabemos en qué gasta: gastronomía, entretenimiento, artesanías, tours, hospedajes y todo lo que en el imaginario popular asumimos que hace un visitante. Pero aquí entra lo transversal, porque cada sector requiere de otros servicios y productos para existir, y cayendo en la simplificación un restaurant compra al mercado y a productores locales; un transportista requiere de de un taller mecánico; un hotel (e incluso los hospedajes directos como AIRBNB) requiere de lavanderías, mantenimiento de equipos y demás. Y si abarcamos las experiencias de turismo vivencial y comunitario el ciclo económico es incluso más ramificado.



Pero lo transversal no se queda aquí, y es donde viene el reto. Se necesita del privado (ya sea individual, comunitario, de inversión local y de otras regiones) y se necesita del estado en todos sus niveles desde distrital hasta el eje central en Lima; y como amalgama requerimos una cultura turística extendida, y no en un plan sumiso hacia quien nos visita, sino en una real consciencia de ser anfitriones, y saber también que en algún momento seremos visitantes. Por ende las autoridades sepan que somos un lugar a visitar y esto nos beneficia a todos y como consecuencia de esta asimilación, haya una convivencia proactiva entre públicos y privados.

¿Y por qué en equilibrio? Porque la experiencia nos enseña que para que haya un servicio y producto atractivo para el que desea salir a conocer el mundo, tenemos que tener el equilibrio mencionado en líneas anteriores, pero también un

equilibrio entre la explotación de recursos y la conservación de los mismos. Un balance entre el potencial de los atractivos y los servicios que lo hacen viable, con diversidad de destinos y en un futuro podamos tener el punto medio entre la sostenibilidad de nuestra ciudad, de nuestra región, de nuestro lago, de nuestra cultura con la afluencia de personas que desean visitarnos por muchos motivos.

Esto es difícil de lograr, pero debe ser el rumbo que nos debe guiar y aglutinar.... una real hoja de ruta para el sector, y que el mundo sepa lo que somos y lo que ofrecemos.



Foto: Templo de Santiago Apóstol, ubicado en Lampa, Puno - Perú.



Desarrollo Económico de la Agricultura Familiar en Puno

En términos sencillos, la población de Puno posee una característica distintiva que se refleja en la resiliencia de quienes habitan el altiplano. Esta fortaleza les permite sostener una dinámica económica propia, marcada por su identidad cultural y vigor emocional.

Se debe precisar que la agricultura familiar, es un modelo de producción agrícola, ganadera, forestal, pesquera y acuícola, gestionado por la propia familia, siendo esta la principal fuente de mano de obra productiva, la cual produce alimentos para su propio consumo y comercialización; un rasgo particular de la agricultura familiar es que es pieza fundamental para el desarrollo rural, la seguridad alimentaria y la conservación del ambiente; asimismo, tiene como desafío fortalecer sus accesos a recursos productivos, mercados, financiación y tecnología.

Según, se tiene información del Instituto Nacional de Estadística e



Mgt. Ing. Willy Huacho Salas

Jefe de la Sede Desconcentrada de Puno - Agromercado

Informática (INEI, 2025), la economía puneña ha crecido alrededor de 1,7% interanual, siendo influenciado principalmente por el sector productivo agropecuario, con impulso evidente en las actividades agrícolas y pecuarias, mismas que están supeditadas a las adversidades climáticas; sin embargo, pese a las limitaciones recurrentes, el sector productivo, se constituye como elemento clave para el desarrollo económico, a nivel de la ganadería, con la producción de camélidos y a obtención de fibra de alpaca, producción de vacunos con la obtención de leche y derivados, entre otros; a nivel de la agricultura, con la

producción de quinua, cebada, olluco, café entre otros.

Así también se debe precisar, que el MIDAGRI a través de Agromercado viene fortaleciendo la comercialización de productos agropecuarios, promoviendo su acceso a mercados nacionales e internacionales mediante la capacitación, asistencia técnica y articulación comercial; cuyo objetivo es mejorar la competitividad y el valor agregado en las diferentes cadenas productivas inmersas en la agricultura familiar; desarrollamos acciones importantes en la articulación comercial a través de mecanismos como activaciones, caso de campañas “Yo tomo café Puneño”, ruedas de negocios, con intenciones de compras, catálogo de proveedores, entre otros.

Al respecto, debemos precisar que Puno, viene experimentando un crecimiento significativo en la económica principalmente en cadenas productivas con valor

competitivo como es el café de los valles de Sandia, y que a través de CECOVASA, vienen ofertando a mercados internacionales; el cacao también en los valles de Sandia a través de la CAI San Gaban, vienen cubriendo el mercado regional y nacional: lo propio en la cadena productiva de granos andinos, con la exportación de quinua por parte de COOPAIN, COPAISEG, Qori Quinua, entre otros; así también la cadena productiva de derivados lácteos a través del expendio de queso por parte de plantas queseras de los distritos de Samán, Acora, Platería, entre otras; todo ello, es posible gracias a la sinergia que existe entre las organizaciones de productores de la agricultura familiar y Agromercado.

Es importante precisar que uno de los principales desafíos para los próximos años tanto para las organizaciones de la agricultura familiar como para las instituciones públicas y privadas será el

fortalecimiento de cadenas productivas competitivas. Esto implica no solo consolidar la estructura organizativa, sino también reforzar la misión y visión empresarial de cada organización. Asimismo, a ello se suma la necesidad de avanzar en la formalización de la agricultura familiar mediante asociaciones y cooperativas agrarias, formalización que permitirá acceder a diversas oportunidades como créditos bancarios a través de Agrobanco, financiamiento para la modernización de procesos productivos mediante Agroideas, participación en ruedas de negocios y la activación de cadenas productivas a través de Agromercado, entre otros mecanismos de apoyo.

Desde Agromercado venimos impulsando el crecimiento de la pequeña y mediana agricultura familiar mediante la articulación e integración comercial de productos

con ventajas competitivas y comparativas. Con ello, no solo fortalecemos el acceso de las organizaciones a nuevas oportunidades de mercado, sino que también ampliamos para los consumidores la disponibilidad y diversidad de productos provenientes de nuestras comunidades productoras.

Sin duda, la tarea es ardua; sin embargo, la pasión que nos impulsa, nos permite dinamizar la economía bajo un modelo de economía circular, generando un amplio abanico de oportunidades en los mercados local, regional, nacional e internacional. De esta manera, nos integramos de forma estratégica a un escenario globalizado con mejores condiciones y accesos comerciales. Todo este esfuerzo está respaldado por nuestro compromiso y vocación de servicio hacia quienes conforman la agricultura familiar.



EL TIPO DE CAMBIO REAL Y NOMINAL EN EL PERÚ Y SUS POSIBLES CONSECUENCIAS



Ing. Marcel Huaclla Gómez

M.Sc. en Economía

En estos últimos dos años en el Perú hemos observado una situación muy interesante en el mercado cambiario, sabemos que nuestro Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) optó por un modelo muy interesante denominado la “Flotación Sucia” que otros países quieren imitar, que fue muy parecido a la “serpiente europea”, modelo que los países europeos crearon en la década de los años 70 del siglo pasado después del fracaso del experimento mundial de Bretton Woods con tipo de cambio fijo y pasaron a un tipo de cambio más flexible pero fue controlado por sus bancos centrales a fin de evitar las fuertes fluctuaciones que se producían. En el caso peruano en el presente siglo nuestro BCRP ha generado estabilidad, además, manteniendo el valor de nuestra moneda en relación con el dólar en especial, con pequeñas variaciones. El ancla de nuestra economía rige las metas de inflación luego, la “flotación Sucia”, contribuye a la estabilización de la inflación en su rango meta que es entre 1% y 3%, además, el principal instrumento de política del BCRP es la Regla de Taylor que utiliza la tasa de interés de referencia, que le sirve para

controlar la inflación e incluso para contraer o estimular la economía del sector real y evitar las fuertes fluctuaciones del tipo de cambio producto de los movimientos de capital. Pero, lo que nos interesa hoy es ver el comportamiento del tipo de cambio nominal y el real, el más importante es el tipo de cambio real (TCR) que determina la rentabilidad de nuestras transacciones con el exterior.

Lo primero es definir el TCR, se expresa como el precio relativo de los precios de los bienes y servicios transables (PT) en relación a los no transables (PNT) y el otro tipo de cambio es el nominal (TCN) que es al que todos se refieren y se observa en los mercados, hoy este está en S/ 3.38 soles por dólar. El PNT, por lo general toma en cuenta los servicios de la mano de obra, salud, educación, la energía, seguridad (policía, ejército) y el transporte, entre otros, estos no pueden ser exportados a otros países por su naturaleza física o por los altos costos de transacción para ser involucrados en las exportaciones. Pero el precio de los bienes transables PT, si son involucrados en el comercio exterior como exportaciones e importaciones. Entonces, un aumento de los precios relativo de los bienes transables (PT/PNT), mejora el tipo de cambio real y con ello las exportaciones de bienes y servicios aumenta, lo contrario si el precio PNT sube en relación a los PT, la rentabilidad de los bienes no transables aumenta, y es aquí cuando comienzan los problemas en las balanzas comerciales, por lo general la rentabilidad de las exportaciones baja y de las importaciones aumentan, incluso se puede llegar al problema de la “Enfermedad Holandesa”, donde

Holanda se inundó de dólares, el florín se apreció demasiado, es decir cada vez menos florines por dólar por sus enormes exportaciones de gas en especial y la rentabilidad de sus otras exportaciones bajó enormemente y las importaciones aumentaron, generando serios problemas en el desempleo, ingresos, balanza comercial, tributación y sobre todo exponiendo al país a un riesgo de depender de una sola exportación. Pero no olvidemos que también la estrategia cambiaria de Noruega en estos tiempos, que comenzó a utilizar e invertir la enorme cantidad de dólares recibidos por el petróleo exportado en mercados financieros internacionales, sin ingreso al país, y han constituido una fuente de recursos para las generaciones futuras.

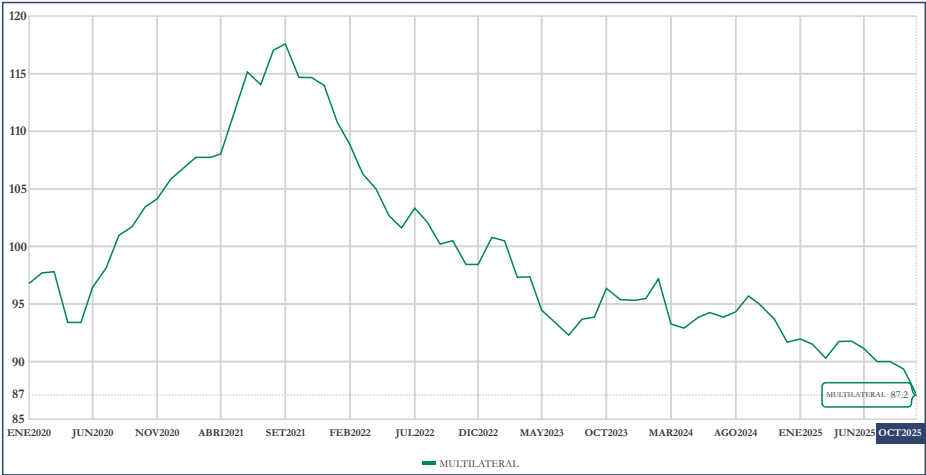
Desgraciadamente, en nuestro país, el tipo de cambio real ha comenzado a caer después de la pandemia, (ver gráfico No 01). Nuestro BCRP utiliza el tipo de cambio real en forma de paridad de poder de compra (PPC) es decir, $TCR = \frac{X \cdot P^*}{P}$ donde X es el tipo de cambio nominal, P^* son los precios internacionales y P el nivel de precios del Perú, el numerador es equivalente al PT y el denominador al PNT. Esta caída ocurre pasada la pandemia de año 2020-2021, y sobre todo en el proceso de reactivación económica a nivel mundial, las tasas de interés de la Reserva Federal de EEUU bajan de 7.75% en pandemia hasta 4.0% actualmente, de igual manera, estas tasas también disminuyen en los demás países, con ello el precio de nuestras exportaciones en especial el cobre, oro, plata y zinc sube en forma vertiginosa causando una caída significativa del tipo de cambio nominal (X), por la enorme cantidad de dólares

que recibe el Perú, cantidad aumentada todavía por la minería informal y el narco tráfico, generando una apreciación significativa del SOL de un promedio de S/ 4.10 soles por dólar en la época de pandemia hasta S/ 3.38 soles en la actualidad, evidentemente que tiene un impacto enorme en la caída del tipo de cambio nominal y real. Felizmente, el BCRP ha comenzado a comprar dólares la semana pasada por \$ 104 millones de dólares, a fin de parar la caída del tipo de cambio nominal y real. Al parecer es un aviso al mercado cambiario de que este sería el tipo de cambio límite mínimo, para poder respetar la flotación sucia. Esta caída en el tipo de cambio nominal (X) también se ha reflejado en los costos más reducidos de los insumos y materias primas importadas, y por tanto en la inflación. Pero el problema más importante está en nuestras exportaciones que estarían perdiendo rentabilidad, además amenaza la competitividad del productor nacional que compite con las importaciones, además aumenta la rentabilidad de las importaciones, en otras palabras, estaría bajando la competitividad del país. Pero felizmente en el Perú de estos últimos años a tendido a elevar la competitividad de la producción nacional, impulsado principalmente por el sector privado, y de hecho se estaría haciendo con la introducción de nuevas tecnologías de vanguardia mundial en los sectores exportadores más relevantes me refiero a la agro exportación, minería, pesca e industrial tanto en el mercado interno como en el internacional, por lo que contribuye a paliar la caída del TCR. Estas nuevas tecnologías están promoviendo la buena calidad de nuestros productos de exportación como así también en la rebaja de los costos que es indispensable para mejorar nuestra competitividad, también la rebaja de impuestos y sobre todo la devolución de esta que mejora nuestra competitividad, ya que no se pueden “exportar impuestos”.

Bajar los costos reales de la actividad productiva nacional, es de suma importancia para que compense e incluso supere la apreciación del TCN y TCR, lo cual conlleva a aumento de la competitividad de nuestros productos tanto en el mercado nacional como en el mundial, ya que para los próximos dos años fácilmente pasaremos los \$ 110 mil millones de dólares en exportaciones, además de las exportaciones de minerales informales, cocaína y los retornos de dólares serán enormes y con ello el sol peruano tendería a apreciarse más todavía. Para bajar estos costos será necesario efectuar las reformas estructurales en el Perú para mejorar la productividad, en especial reformas en

el sector laboral haciéndolo más flexibles este mercado, reformas urgentes en poder judicial, el tamaño excesivo del Estado burocrático y con corrupción que retrasa la inversión privada, es urgente reducir el tamaño y hacerlo más eficiente y luego efectuar una reforma tributaria. Además, emprender la inversión en infraestructura que es urgente, carreteras, puertos, aeropuertos y las pro capital humano. No olvidemos, si tenemos demasiadas entradas de dólares, también será necesario sacarlos estos del país, anteriormente se pagó la deuda externa por adelantado, se permitió que las AFP puedan aumentar la inversión en el exterior.

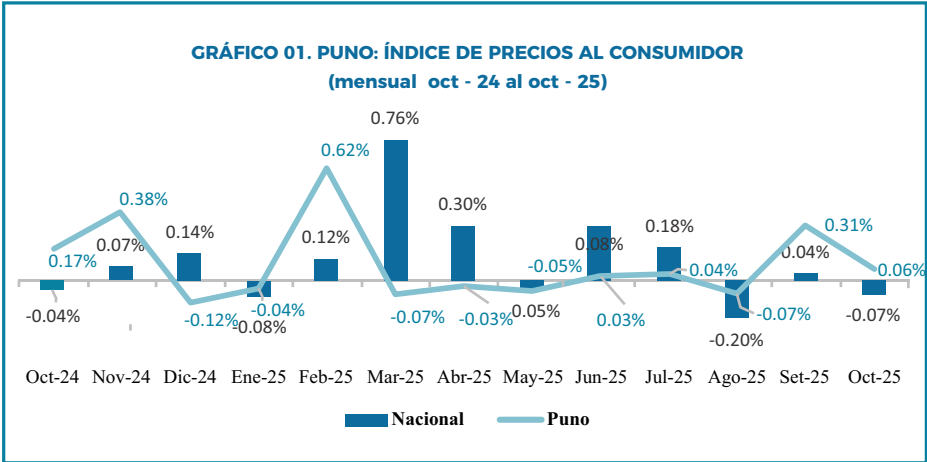
Gráfico N° 1
TIPO DE CAMBIO REAL MULTILATERAL DEL PERÚ 2020.01 - 2025.10



ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

Durante el mes de octubre, el nivel de precios en la ciudad de Puno presentó un ligero incremento del 0.06%. Esta variación se debió principalmente al alza en productos como el tomate, choclo y ají amarillo; frutas como la maracuyá, palta fuerte y mandarina; además del aumento del pollo y sus diferentes cortes.

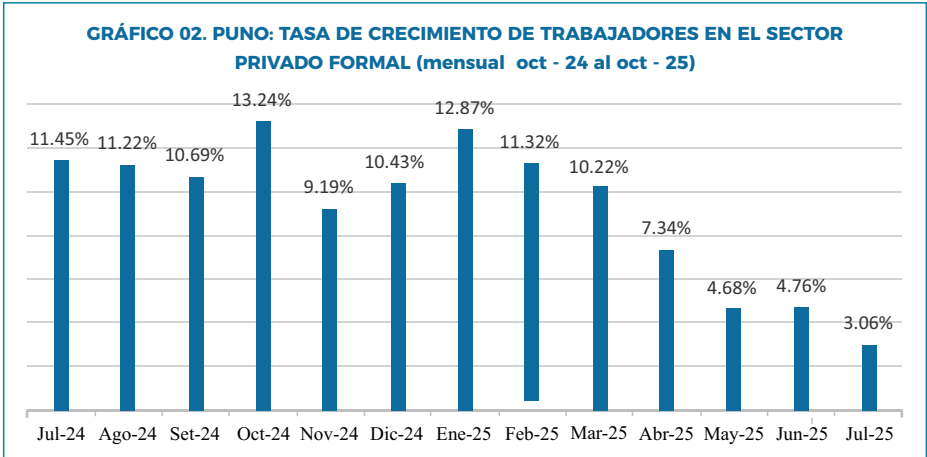
En contraste, se registraron precios más bajos en el pescado bonito, huevos y verduras como la cebolla roja, zanahoria y papa blanca; así como en frutas como el mango, limón y manzana.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)
Elaboración: CCPP- Centro de Estudios Económicos

EMPLEO FORMAL

Para el mes de julio, el empleo formal creció en 3.1% respecto al año pasado, generando 1,549 nuevos puestos de trabajo y alcanzando un total de 52,246 trabajadores en el sector privado formal. Sin embargo, en comparación al mes anterior hubo un decrecimiento del 0.19%, registrándose 99 empleos menos. (ver gráfico 2)



Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) - Planilla electrónica
Elaboración: CCPP- Centro de Estudios Económicos



Repensando la obligatoriedad del denominado “arbitraje administrativo” a la luz de una realidad

La discrepancia dista mucho de ser algo indebido o antinatural, por el contrario, es una situación normal e intrínseca a la vida en sociedad. La existencia de grupo humano en donde no se generen controversias pareciera un ideal, pero errado sería. Las personas tenemos visiones, formación, intereses, expectativas diferentes; el reto no está en eliminar ello, terminaríamos destruyendo la esencia de la individualidad. Colectivamente una sociedad utópica en donde no existan controversias entre sus individuos terminará siendo una condenada al estancamiento. El reto se encuentra en poder contar con mecanismos que, civilizadamente, permitan solucionar dichas discrepancias.

El arbitraje es uno de los mecanismos que tenemos para solucionar nuestras discrepancias. Si bien no todos los conflictos que surjan pueden ser sometidos a la vía arbitral, existe consenso casi uniforme respecto de su aplicación para aquellos casos en los que se discute aspectos que tienen que ver sobre derechos de libre disposición, así como los que pudiese permitir el ordenamiento legal de un Estado determinado.

Podemos afirmar sin temor a equivocarnos que, en el Perú hasta la segunda década de noventa, con muy poca frecuencia se recurría al arbitraje y, en esos pocos casos, básicamente las partes del conflicto eran privados. Era absolutamente inusual encontrar un arbitraje en donde una parte resultase ser una entidad pública.

Las razones de esta situación eran diversas, podríamos mencionar: el escaso conocimiento del funcionamiento del sistema arbitral; una legislación poco amigable a su acceso y



Por: Sergio Tafur Sánchez

Abogado y Magister. Árbitro y docente universitario.

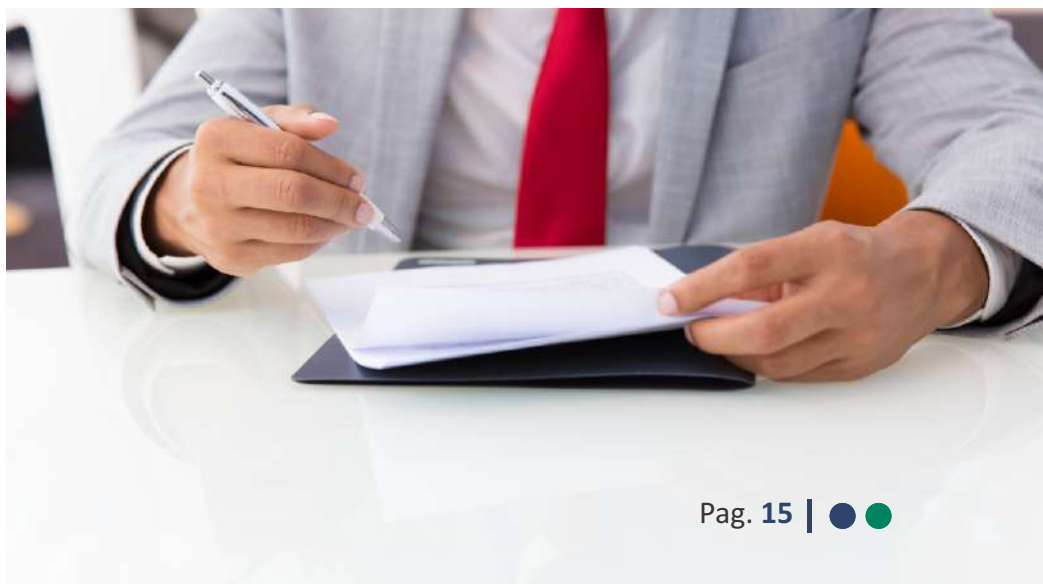
desarrollo del arbitraje; un modelo de desarrollo económico del país que distaba al de una apertura de mercados que tenemos hoy; una errada visión del arbitraje como un competidor del Poder Judicial; una formación judicial y procedimental de los operadores legales, entre otras.

Esto a su vez se veía reflejado en la casi inexistencia de instituciones arbitrales en el país, prácticamente se podían contar los dedos de la mano. Hoy, sin embargo, encontramos que el arbitraje en el país se ha difundido ampliamente; hemos pasado de contar con poquísimas instituciones arbitrales a 337 Centros de Arbitraje, y 5,212 árbitros, según datos extraídos del Registro Nacional de Árbitros y Centros de Arbitraje (RENACE) del Ministerio de

Justicia y Derechos Humanos. Prácticamente no existe semana del año en la que no se desarrolle un congreso, seminario, simposio, conversatorio o similar en el país. Se suele decir que vivimos una suerte de fiebre del arbitraje.

Esta explosión del arbitraje en el país obedeció fundamentalmente a que en el año 1997 el Estado Peruano adoptó la decisión de incorporar en la entonces novísima Ley de Contrataciones y Adquisiciones del Estado, Ley N° 26850 (LCAE), al arbitraje como mecanismo de solución para las controversias que surjan durante la ejecución de los contratos que se celebraran bajo sus alcances. Este arbitraje paso a denominarse como “arbitraje administrativo”, y considerado por muchos como un “arbitraje obligatorio”, en tanto que provenía de una previsión legal y no solo de una habilitación normativa.

Con ello, prontamente pasamos de muy pocos casos que se ventilaban en la vía arbitral, a un escenario en donde todos los contratos que celebraba el Estado Peruano (que a esa fecha contaba aproximadamente 2,800 entidades públicas) tenían incorporada la vía arbitral para la solución de controversias.



En los 27 años que han transcurrido hasta hoy, la LCAE sufrió diversas modificaciones e incluso paso a dar lugar a nuevas leyes que la derogaron y reemplazaron como son la Ley de Contrataciones del Estado (LC) y ahora la Ley General de Contratación Pública, Ley N° 32069 (LGCP). Sin embargo, aun cuando más de una vez se han escuchado voces para que un retorno a la vía judicial, todas las citadas disposiciones han mantenido el arbitraje como mecanismos de solución para las controversias que surjan en la ejecución de los contratos que se celebren bajo sus alcances. Además, resulta que el Estado Peruano ha optado por contemplar el arbitraje como vía para las controversias que surjan en diversos espacios en los que participa, como por ejemplo en los contratos que surjan en los contratos de Asociaciones Públicos Privadas (APP), Obras por Impuestos, Concesiones, e incluso para discutir el justiprecio en expropiaciones.

La razón principal para continuar manteniendo el arbitraje en diversos espacios en donde surgen controversias en las que el Estado es parte, obedece a la excesiva dilación temporal de la vía judicial. Y es en esa línea que el arbitraje surge como una opción adecuada, aun cuando hay retos importantes que faltan superar.

Sin embargo, en los últimos años advierto que se vienen presentando situaciones que nos deben llevar a reflexionar respecto de la “obligatoriedad” del “arbitraje administrativo”.

Qué duda cabe que, frente a un sistema de judicial de administración de justicia absolutamente lento, una vía alternativa y célere se yergue como opción más interesante y atractiva para quienes deseen ser proveedores del Estado. A su vez, es el Estado quien, a través de la LGCP, ofrece esa vía a quienes deseen ser sus proveedores. Una señal clara del Estado: *“animate contratar conmigo, pues si en caso se genere una controversia contractual, te ofrezco una vía célere para solucionarla”*, esto debe constituir un incentivo para quienes deseen contratar con él.

Hay que tener en cuenta que un arbitraje tiene un costo, no es gratis. Y, salvo pacto en contrario, quienes son parte de un arbitraje son los que inicialmente deben asumir los costos de éste y en partes iguales, pero si ello no sucede, es la parte interesada quien debe cargar con la totalidad de dicho costo, con cargo a lo que pueda ser resuelto en el laudo arbitral. Es decir, si no se pagan los costos arbitrales (honorarios de los árbitros, del centro y/o de la secretaria arbitral) el arbitraje no camina, el caso se archiva y además no hay que olvidar que en el ámbito de la LGCP existen plazos de caducidad muy cortos. Dicho en términos sencillos, si un caso arbitral se archiva por falta de pago, lo más probable es que también caduque (se extinga para siempre) el derecho que se pretende reclamar en el arbitraje.

Lo que viene sucediendo cada vez más (bien sea por razones de tácticas de estrategia o por otras) es que las entidades estatales (que representan a esa parte que ofreció al proveedor el

arbitraje como vía más rápida para solucionar controversias), simplemente no paga la mitad de los costos arbitrales que le corresponden. Ante este escenario no queda al contratista privado, solo el tener que asumir su mitad sino también la parte del “ticket de entrada” de quien lo invitó al arbitraje; sino lo hace el caso se archiva y el derecho se pierde.

Esta actuación, más allá de la razón que sea, resta legitimidad al carácter “obligatorio” del arbitraje ofrecido por el Estado. Tenemos un contratista privado, que muchas veces recurre al arbitraje para reclamar pagos que se le adeudan, penalidades mal puestas, descuentos incorrectos, que suele haber perdido liquidez, y resulta que si no tiene dinero para pagar lo que en principio corresponde a quien lo invitó al arbitraje, eliminando toda posibilidad de recurrir a la vía judicial, simplemente perderá el derecho que pretende reclamar.

Nuestra propuesta es que, en estos casos, la normativa habilite al contratista a poder recurrir a la vía judicial. No todos los contratistas del Estado son grandes empresas, muchas son PYMES a las que simplemente se puede quebrar en situaciones de este tipo.

Nos equivocamos si diseñamos un sistema que permita que el Estado gane sus controversias a cualquier costo, mal sería el mensaje. Las controversias deben solucionarse en los espacios debidos, sin premiar la falta a la palabra empeñada.



¿Buscas casa propia?: Conoce cómo conseguir tu Techo Propio

Viviendas de Interés Social al alcance de las familias vulnerables del país

¿Sabías que el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS), a través del programa Techo Propio, viene ofreciendo un bono para que puedas comprar tu vivienda? Para acceder a este beneficio solo necesitas cumplir con algunos requisitos.

Debes saber que Techo Propio en la modalidad de Adquisición de Vivienda Nueva (TP-AVN) es un programa social dirigido a las familias peruanas de menores recursos que no tienen una vivienda. Como principal beneficio, ofrece a las familias el Bono Familiar Habitacional (BFH) que se entrega de manera gratuita y no se devuelve.

¿Cuál es el monto de este bono?

El valor del BFH es de S/ 46,545, monto que se descontará al precio total de la vivienda. Es importante indicar que este bono solo se otorga para las viviendas cuyos precios deberán tener valores entre S/ 109,000 hasta S/ 136,000.



¿Qué requisitos se debe cumplir?

- Conformar un Grupo Familiar (GF) integrado por un Jefe de Familia, con uno o más dependientes: esposa, conviviente, sus hijos, hermanos o nietos.
- Tener un ingreso neto no mayor a S/ 3,715 mensuales.
- No haber recibido con anterioridad apoyo habitacional del Estado.
- No ser propietario o copropietario, de otra vivienda a nivel nacional.



¿Cómo registrarse para recibir el BFH?

- Debes inscribir a tu GF en cualquiera de los Centros de Atención al Ciudadano del MVCS o Centros Autorizados de Techo Propio a nivel nacional. Si te encuentras en Lima podrás visitar la Vitrina Inmobiliaria ubicada en el Jirón Camaná 199 en el Cercado de Lima.
- Presentar su DNI, el de su cónyuge o conviviente de ser el caso y llenar la ficha con los datos completos de todos los integrantes del GF (nombre, DNI, fecha de nacimiento). Si la Jefatura Familiar está constituida por una pareja conviviente sin impedimento matrimonial, el formulario debe ser suscrito por ambos. Si la Jefatura Familiar está constituida por una pareja casada, el formulario debe ser suscrito por cualquiera de ellos.
- El FMV verificará el cumplimiento de los requisitos establecidos en el Reglamento Operativo.
- El resultado de la evaluación de cumplimiento de los requisitos se publicará en el portal del FMV: www.mivivienda.com.pe Luego se procederá a inscribir en el registro al GF como Grupo Familiar Elegible.

¿Qué viviendas se pueden comprar?

Esta modalidad de TP-AVN te permite comprar viviendas en los proyectos registrados en el programa. Actualmente, se dispone de 30,574 viviendas en 269 proyectos inmobiliarios en todo el país. La Libertad lidera la oferta con 8,301 viviendas, seguida de Ica (7,409), Piura (6,004),

Lambayeque (3,479), San Martín (2,398) y Lima y Callao (1,172). También hay viviendas disponibles en Áncash (798), Tacna (448), Tumbes (262), entre otros departamentos.

En esa línea, las familias podrán acceder a una vivienda con servicios básicos de agua, luz y desagüe, gracias al BFH, un subsidio directo y gratuito que entrega el Estado por única vez como reconocimiento al esfuerzo ahorrador.

Más información se podrá recibir a través de la página oficial de **M i v i v i e n d a** (www.mivivienda.com.pe), las redes sociales del programa, de los promotores inmobiliarios o llamando a la línea gratuita del Fondo MIVIVIENDA: 0800-12200. Finalmente, la intervención del programa Techo Propio en la región Puno señala que se entregaron casi 4,000 BFH en sus diversas modalidades, con desembolsos que superan los 100 millones de soles. Actualmente existe un proyecto inmobiliario de nombre “Perlas del Altiplano” y se espera que el mediano plazo nuevos emprendimientos de Vivienda de Interés Social se empiecen a gestar en la zona para beneficio de las miles de familias puneñas.



Principales Actividades Institucionales 2025



En cumplimiento de las disposiciones que establece el Estatuto del Centro de Arbitraje, el 09 de enero de 2025, se llevó a cabo la ceremonia de juramentación del nuevo Consejo Superior del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio y la Producción de Puno por el periodo 2025 – 2026, los mismos que tendrán como función principal asegurar la aplicación y cumplimiento de las normas, Directivas y reglamentos arbitrales del Centro de Arbitraje. Este acto, fue liderado por el presidente de la Cámara de Comercio y la Producción de Puno Ing. Juan Pedro Fredes Pineda.

El 23 de abril se realizó, en las instalaciones de la Cámara de Comercio y la Producción de Puno, la Mesa de Trabajo por la Artesanía en la Región Puno, que congregó a representantes de instituciones públicas y privadas. Durante la jornada se abordaron estrategias para fortalecer la cadena de valor artesanal y promover su internacionalización, destacándose la articulación interinstitucional y la propuesta de creación de la Marca Puno para posicionar la identidad regional en mercados internacionales.



El 10 de setiembre de 2025, la Cámara de Comercio y la Producción de Puno lideró la segunda reunión del Comité Ejecutivo Regional Exportador – CERX Puno 2025, realizada en sus instalaciones. Durante la jornada se presentaron los avances del Plan Estratégico Regional Exportador (PERX Puno), se evaluó el estado de las cadenas productivas priorizadas y se coordinaron acciones para fortalecer la competitividad de los productores puneños en los mercados nacionales e internacionales.

La Cámara de Comercio y la Producción de Puno celebró su 88° aniversario en una ceremonia protocolar realizada en el Club Kuntur, con la participación de autoridades, socios y representantes del sector empresarial. Durante el acto se destacaron los avances en el trabajo articulado con el sector público y privado, así como la obtención de certificaciones internacionales por parte del Centro de Arbitraje, reafirmando el compromiso institucional con el desarrollo empresarial y la calidad en los servicios que brinda a la región.



Principales Actividades Institucionales 2025



El 4 de Setiembre, la Cámara de Comercio y la Producción de Puno fue anfitriona del III Encuentro Macrorregional de Cámaras de Comercio del Sur del Perú, que congregó a gremios empresariales, representantes de la CONFIEP y entidades públicas. En el encuentro se abordaron temas estratégicos como la coyuntura electoral, la transformación del agro, las brechas hídricas, el turismo y la conectividad, destacándose la importancia de promover inversiones en infraestructura, fortalecer la articulación público-privada y consolidar una agenda macrorregional orientada a la competitividad y el desarrollo sostenible del sur del país.

En Setiembre, la Cámara de Comercio y la Producción de Puno realizó un conversatorio junto a la CONFIEP, gremios empresariales y empresarios locales, con el fin de analizar los desafíos y oportunidades del sector productivo regional. Se abordaron temas como turismo, agroindustria y acuicultura, resaltando la importancia de fortalecer la competitividad, la capacitación empresarial y la articulación institucional para impulsar el desarrollo económico de la región.



Durante el 2025, en alianza con Aeropuertos Andinos, se realizaron tres Ferias UNKU en el Aeropuerto Internacional Inca Manco Cápac de Juliaca: la primera en el marco de la festividad de la Virgen de la Candelaria, la segunda por Semana Santa y la tercera por el Día de las Mujeres Rurales, con el objetivo de promocionar los productos con mayor potencial de la región Puno, como café, chocolate, granos andinos, artesanías textiles y cerámicas, frutales, entre otros.

Del 1 al 8 de septiembre de 2025. La Cámara de Comercio y la Producción de Puno, en alianza con Aeropuertos Andinos del Perú, realizó la I Exposición de Máscaras de la Región Puno en el Aeropuerto Internacional Inca Manco Cápac de Juliaca, con el objetivo de poner en valor la identidad cultural, visibilizar el trabajo de los maestros mascareros, promover el turismo regional y difundir la Festividad Virgen de la Candelaria.





Centro de Arbitraje Puno
Cámara de Comercio y la Producción de Puno

ARBITRAJES TRASPARENTES

Clausula Arbitral

“Todo litigio o controversia, derivados o relacionados con este acto jurídico, sera resuelto mediante arbitraje de conformidad on los reglamentos Arbitrales del centro de arbitraje de la Cámara de Comercio y la Producción de Puno CA - CCP/P, a cuyas Normas, administración y decisión se someten en las parte en forma incondicional”.

1 Materias Arbitrales en contrataciones con el Estado

- Resolución de Contrato
- Nulidad de contrato
- Ampliación de plazo Contractual
- Recepción y conformidad de la presentación
- Pagos
- Valorizaciones o metrados
- Liquidación del Contrato
- Vicios ocultos
- Otros

2 Materias Arbitrales con Derecho Civil

- Resolución de contrato
- Incumplimiento de Contrato
- Desalojo
- Indemnización
- Obligación de dar
- Obligación de hacer y no hacer
- Arrendamiento de bien Inmueble

Contactos:

(051) 600756

arbitraje@camarapuno.org

Jr. Ayacucho 736 - Puno

Mas información en:



CERTIFICADO CON ISO



¿QUIERES EXPORTAR?

**OBTÉN TU
CERTIFICADO DE ORIGEN**

TIPOS DE CERTIFICADOS QUE SE EMITEN

➡ Formato A

➡ Formato ALADI

➡ Formato ALADI - Chile

➡ Formato Sistema Global de Preferencias Comerciales (SGPC)

Contactos:

📞 951 056385

✉ c.origen@camarapuno.org

📍 Jr. Ayacucho 736 - Puno

Mas información en:

**Conoce tu
Historial Crediticio**

Conoce tus prestamos y tarjetas de créditos informadas por entidades financieras

**Regularización
de protestos**

Regulariza tu letra de cambio o pagaré que fue informada por la entidad financiera

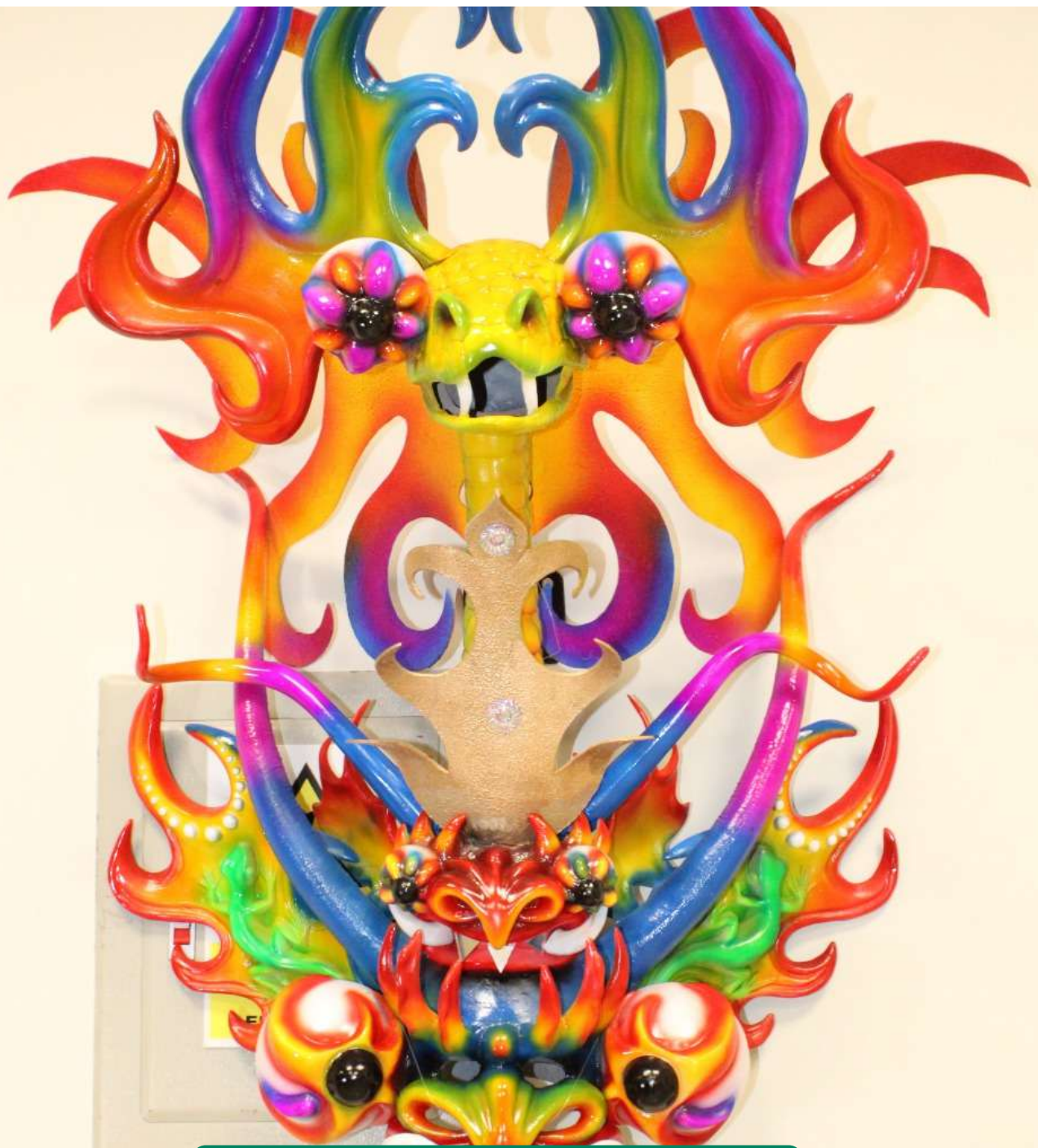
**Expedición
de formatos A y B**

Para algún proceso judicial o Requisito de trabajo

**Registro de
Protestos y Moras**

Inscribe tus letras de cambio o pagaré de los clientes que no te pagaron

Pag. 22 | ●●●



REVISTA INSTITUCIONAL 2025

Elaborado por:

- Imagen Institucional - CCPP