

CAMBRAPER

REVISTA

Edição Nº 5 | Março 2025 |

Como surgiu a ideia de organizar eventos como Peru Cargo Week e Expo China no Peru?

Entrevista com Alexis Marquina, CEO da Peru Ferias

Lambayeque e Brasil: Oportunidades de Comércio e Investimento para um Futuro Conectado

Entrevista com Jorge Luis Pérez Flores, Governador Regional de Lambayeque (Peru)

Entrevista com:

JORGE VIANA

Presidente da APEX BRASIL

ApexBrasil 

A revista que fortalece o fluxo comercial e de investimentos entre Peru e Brasil



CÂMARA DE COMERCIO
BRASIL - PERÚ

N. ° 5 - Março 2025

CAMBRAPER - A Revista

© Câmara de Comércio Brasil Peru

Endereço Sao Paulo Brasil: Al Ministro
Rocha Azevedo, 912 – E 37 Cerqueira Cesar
VL America CEP 01410-002

Lima, Perú: Edificio Lima Central Tower, Av.
El Derby N° 254, Oficina 1404 – Surco

www.camarabrape.org

DIREÇÃO GERAL CAMBRAPER

Óscar Vásquez-Solís S.

Edição, diagramação e comercialização:

Red Internacional de Negocios SAC

DIRETORIA 2025

PRESIDENTE

Rafael Torres Morales - Grupo TYTL

VICE-PRESIDENTE

Lilian Schiavo - OBME (Organização de Mulheres
Empresárias no Brasil)

MEMBROS

Marcel Daltro - Nelson Wilians

Adolpho Bergamini - Bergamini Advogados

Eilor de Almeida Marigo - SMP Brazil

Franz Lopez Paredes - FL NEGOCIOS Internacionais

Marcelo Ricomini - Ricomini ADV

Direção de Comércio Exterior: Luis Silva Olivera

**Conselho de Promoção de Comércio e
Investimentos da CAMBRAPER (sede Peru):**

Luis Torres Paz

Carlos Penny-Bidegara

Vicky Cruz Tantapoma



ÍNDICE

1

Editorial

Por Rafael Torres Morales, Presidente CAMBRAPER

pág. 06

2

Tecnologia | Adquirindo novas habilidades com a I.A.

Por Andrés Acosta Chávez, CEO de Aura Systems

pág. 07

3

Negócios | A mineração no Peru

Por Giorgio Albertini, Sócio principal da Albertini Abogados

pág. 09

4

Negócios | Oportunidades e desafios no comércio de alimentos e bebidas entre Brasil e Peru

Por Rafael Torres Morales, Presidente CAMBRAPER

pág. 12

5

Negócios | A cultura organizacional como vantagem competitiva: uma abordagem entre Brasil e Peru

Por María del Carmen Portocarrero Varela, CEO Headhunter

pág. 15

6

Entrevista | Entrevista com Jorge Viana

Presidente da APEX BRASIL

pág. 19

ÍNDICE

7

Gastronomia | Cidade maravilhosa e gastronômica pág. 26
por Fernando Blower, Presidente do SindRio y Director Ejecutivo da ANR.

8

Entrevista | Entrevista com Jorge Luis Pérez Flores, pág. 29
Governador Regional de Lambayeque (Peru)

9

Negócios | O efeito Trump na economia: como afetará os investimentos e negócios no Peru pág. 34
Por Javier Zuñiga, Gerente Geral da ASFINSA. Especialista e Palestrante em temas Macroeconômicos e Microeconômicos.

10

Sustentabilidade | O Comitê de Sustentabilidade/ ESG da Câmara de Comércio Brasil-Peru: Um Passo Decisivo Rumo à Cooperação Sustentável pág. 38
Por Comitê de Sustentabilidade/ESG da CAMBRAPER

11

Entrevista | Entrevista com Alexis Marquina Forttini, pág. 42
CEO da Perú Ferias

12

Negócios | Comércio, investimento e desenvolvimento através da rota de integração Amazônica pág. 46
Por Claudia Lapeyre Bringas, Conselheira SDR e Cônsul-Geral do Peru em Manaus

ÍNDICE

13

Negócios | Três pequenas experiências para estes dez longos anos

Por Ramiro Figueroa Solano, Gerente Geral Bauducco

pág. 50

14

Eventos | Celebração do primeiro ano da CAMBRAPER: um coquetel de sucessos e alianças estratégicas

pág. 53

15

Institucional | Nossos próximos eventos

pág. 55

16

Institucional | Nossos próximos eventos

pág. 57

EDITORIAL

Fortalecendo laços, impulsionando o futuro com grande satisfação, apresentamos a 5ª edição da revista CAMBRAPER, um espaço consolidado de informação, análise e debate sobre os temas-chave que fortalecem a relação comercial e de investimento entre Peru e Brasil. A cada edição, reafirmamos nosso compromisso de fomentar o intercâmbio de conhecimentos e oportunidades, criando pontes para o desenvolvimento sustentável e a integração econômica.

Nesta edição, abordamos temas de grande relevância, desde o impacto da inteligência artificial nos negócios até o papel estratégico da infraestrutura logística no comércio bilateral. Conversamos com líderes do setor, como Jorge Viana, presidente da APEX Brasil, que compartilha sua visão sobre o comércio exterior, e Alexis Marquina, CEO da Perú Ferias, que analisa a evolução das plataformas comerciais no país. Também exploramos as oportunidades de investimento em Lambayeque, uma região-chave para a integração com o Brasil, e analisamos tendências como a influência da cultura organizacional na competitividade empresarial.

A missão da CAMBRAPER é clara: ser um catalisador do crescimento e da colaboração entre empresários peruanos e brasileiros. Continuaremos promovendo eventos, diálogos e estratégias que permitam que nossas nações cresçam juntas em um ambiente cada vez mais dinâmico.

Agradecemos a nossos colaboradores, aliados e leitores por nos acompanharem nesta jornada. O comércio e o investimento são motores do desenvolvimento e, na CAMBRAPER, estamos comprometidos em fortalecer esses laços para o futuro.

RAFAEL TORRES MORALES

Presidente CAMBRAPER



Adquirindo **novas** habilidades com a I.A.



Andrés Acosta Chávez
CEO da Aura Systems

“A tecnologia de IA fortalece a tomada de decisões seguras e transforma a alfabetização digital em uma necessidade”

Desde o lançamento do ChatGPT em novembro de 2022, a inteligência artificial (IA) começou a transformar a maneira como as empresas gerenciam seus processos internos e modelos de negócios, buscando maior eficiência e produtividade. A adoção da IA nos coloca à beira de uma transformação sem precedentes, comparável apenas à última revolução industrial, e está revolucionando setores como jurídico, bancário, seguros e mercados de capitais, além de varejo, turismo, saúde e energia.

“O futuro dos negócios não será impulsionado apenas pela IA, mas pelas pessoas que souberem aproveitá-la

A tecnologia de IA fortalece a tomada de decisões seguras e transforma a alfabetização digital em uma necessidade.

Adquirir habilidades em inteligência artificial não requer apenas investimentos das empresas, mas também iniciativa individual, estudo e esforço constante dos colaboradores. A experiência e o conhecimento especializado de cada colaborador são ativos valiosos para qualquer organização. No entanto, à medida que a IA assume um número crescente de tarefas, existe o risco de perda desse conhecimento acumulado. Preservar esse conhecimento é crucial para que uma empresa possa navegar em tempos de incerteza.

Um exemplo claro é o dos pilotos de avião: quando surge uma situação inesperada, o piloto automático é desativado, e os pilotos assumem o controle, momento em que precisam saber como agir. Daí a importância de desenvolver e manter a experiência do pessoal.

Embora a IA evolua rapidamente, aprender a utilizá-la pode inicialmente reduzir a produtividade, um processo que se compensa, como se diria

popularmente, com "deixar o machado de lado para aprender a usar uma motosserra". Também é essencial a medição precisa da produtividade: empresas como Microsoft ou Google utilizam a IA para definir o que medir, como medir e, assim, otimizar a produção e o desempenho de suas equipes.

Nenhuma outra inovação na história avançou tão rapidamente. O futuro dos negócios não será impulsionado apenas pela IA, mas pelas pessoas que souberem aproveitá-la eficazmente.

A IA continua sendo uma ferramenta, enquanto as pessoas são a peça central. O verdadeiro potencial é alcançado com uma alfabetização tecnológica aprimorada, um modelo de negócios bem estruturado e processos que integrem os humanos com seus "copilotos" de IA. Para isso, os talentos devem se familiarizar com as capacidades da IA e aprender a utilizá-las da melhor maneira possível



A mineração no Peru



Giorgio Albertini

Socio Principal da Albertini Abogados

“O Peru está sendo, pela terceira vez, sede do fórum APEC, Cooperação Econômica Ásia-Pacífico, que reúne importantes líderes dessa região, consolidando seu protagonismo como hub internacional”.

A mineração no Peru apresenta indicadores positivos neste ano, mostrando números expressivos de crescimento. Segundo a Direção Geral de Promoção e Sustentabilidade Mineral do Ministério de Energia e Minas (MINEM), o investimento em mineração superou os US\$ 406 milhões em agosto, registrando um crescimento de 3,6% em relação ao valor declarado em julho (US\$ 392 milhões).

Além disso, o investimento acumulado até agosto de 2024 já ultrapassa os US\$ 2,918 bilhões, representando uma variação positiva de 7,5% em comparação com o valor acumulado de janeiro a agosto de 2023 (US\$ 2,715 bilhões).

Aprofundando a análise, entre janeiro e agosto deste ano, o investimento em equipamentos de mineração registrou um aumento de 30,8% em relação ao mesmo período de 2023, além do crescimento de 24,7% na exploração mineral e um aumento significativo na área de plantas de beneficiamento.

Em relação à produção, o MINEM reporta aumentos expressivos em agosto deste ano em metais-chave como cobre (10,7%), prata (30,0%), chumbo (10,1%), estanho (5,0%) e molibdênio (42,4%), em comparação com os resultados registrados no mesmo mês de 2023.

No que se refere à análise acumulada, de janeiro a agosto de 2024, observa-se um crescimento significativo na produção da maioria dos principais produtos, como ouro (10,5%), prata (13,6%), chumbo (9,6%), ferro (1,5%), estanho (44,7%) e molibdênio (30,3%),

em relação ao mesmo período de 2023.

Em 5 de novembro, a agência de classificação Fitch Ratings elevou a perspectiva de classificação da dívida do Peru, de negativa para estável, e ratificou a classificação de risco emissor (IDR) de longo prazo em moeda estrangeira e local do país em BBB.



O Peru tem uma vantagem competitiva importante ao ser um dos principais produtores de minerais



De acordo com a Fitch, essa classificação se baseia em uma sólida liquidez externa, um histórico de estabilidade macroeconômica e um marco de políticas disciplinado.

Neste contexto de indicadores positivos, é fundamental destacar a Política Nacional Multissetorial de Mineração até 2050 (PNMM 2050), que busca promover o desenvolvimento equitativo do setor com uma visão de longo prazo, incentivando o investimento e impulsionando práticas de mineração sustentável e responsável.

A PNMM 2050 exigirá o compromisso dos setores que fazem parte do Grupo de Trabalho Multissetorial, sob a presidência do MINEM. Esses incluem os ministérios da Economia e Finanças, Habitação, Construção e Saneamento, Cultura, Meio Ambiente, Saúde, Interior, Transportes e Comunicações, além da

Presidência do Conselho de Ministros.

Além disso, atualmente está em desenvolvimento a implementação da Janela Única Digital (VUD), que visa oferecer ao titular de mineração uma rota mais eficiente e clara para realizar todos os trâmites necessários, desde a solicitação de uma concessão mineral até a obtenção da permissão para atividades de exploração.

Na data de redação deste artigo, o Peru está sendo, pela terceira vez, sede do fórum APEC, Cooperação Econômica Ásia-Pacífico, que reúne importantes líderes dessa região, consolidando seu protagonismo como hub internacional.

Finalmente, deve-se destacar que o Peru tem uma vantagem competitiva importante por ser um dos principais produtores de minerais estratégicos, como cobre, prata e zinco, essenciais para as tecnologias de energia limpa.

Essa vantagem competitiva, somada ao atual enfoque do Estado em garantir que as políticas mineradoras estejam alinhadas às tendências globais de sustentabilidade e transparência, precisa ser consolidada de maneira eficiente e mantida ao longo do tempo. Dessa forma, o Peru poderá continuar sendo reconhecido não apenas por sua produção, mas também por sua promoção da mineração responsável e sustentável, com um firme compromisso com padrões ambientais e sociais.

Fontes: MINEM e Diário El Comercio



Oportunidades e desafios no comércio de alimentos e bebidas entre Brasil e Peru



Rafael Torres Morales

Presidente de CAMBRAPER

“Existem vários desafios que devem ser abordados para consolidar o intercâmbio bilateral e garantir que ambas as economias aproveitem ao máximo as oportunidades”

O comércio entre Brasil e Peru, especialmente no setor de alimentos e bebidas, tem crescido (em termos de produtos) nos últimos anos, impulsionado pela crescente demanda por produtos brasileiros de alta qualidade e pela melhoria nas condições comerciais e logísticas, embora ainda bastante limitadas.

No entanto, apesar desse potencial, existem vários desafios que devem ser abordados para consolidar o intercâmbio bilateral e garantir que ambas as economias aproveitem ao máximo as oportunidades que esse setor oferece.

Oportunidades no Mercado Peruano

O Brasil é reconhecido pela qualidade de seus produtos alimentícios, o que abre um leque de oportunidades no mercado peruano, que tem demonstrado ser cada vez mais receptivo a produtos internacionais, particularmente

no setor de alimentos e bebidas.

1. Carnes e Derivados:

As carnes brasileiras, especialmente a carne bovina e o frango, são de alta qualidade e atendem aos padrões internacionais. Essa vantagem, somada à crescente demanda por proteínas animais no Peru, tem favorecido a penetração desses produtos no mercado peruano. Além disso, as melhorias no acesso sanitário facilitaram ainda mais sua exportação.

2. Café e Cacau:

O Brasil é um dos maiores produtores de café e cacau do mundo. Esses produtos possuem grande potencial no mercado peruano, especialmente entre os consumidores de alto poder aquisitivo que buscam produtos de qualidade superior.

“ A gestão eficiente da cadeia de suprimentos é essencial para garantir que os produtos cheguem em condições ideais

3. Produtos Processados:

Sucos, conservas, molhos e outros produtos processados têm alta demanda no Peru, especialmente aqueles que oferecem conveniência e valor agregado. As marcas brasileiras podem aproveitar esse nicho para se posicionarem em um mercado em crescimento.

4. Produtos Agrícolas:

A soja e o milho brasileiros possuem grande potencial no Peru, especialmente devido à sua importância na produção alimentícia e à capacidade de abastecer a indústria peruana com produtos de alta qualidade.



5. Gestão da Cadeia de Suprimentos:

As diferenças na qualidade dos produtos e as dificuldades logísticas podem afetar a frescura e a disponibilidade dos produtos. A gestão eficiente da cadeia de suprimentos é essencial para garantir que os produtos cheguem em condições ideais aos consumidores peruanos.

6. Barreiras Culturais e de Mercado:

As diferenças culturais entre os dois países podem influenciar a aceitação de certos produtos. É necessário desenvolver estratégias de marketing que se adaptem às preferências e costumes locais para garantir uma maior penetração no mercado peruano.

Oportunidades de Melhoria Através da Infraestrutura

Um dos grandes avanços que pode melhorar significativamente o comércio bilateral é o desenvolvimento de infraestruturas logísticas-chave.

O megaporto de Chancay é uma das infraestruturas mais promissoras. Esse porto, que conectará diretamente o Peru com a Ásia, reduzirá os tempos de envio entre a América do Sul e a China entre 20% e 40%, facilitando o comércio entre Brasil e Peru e reduzindo os custos logísticos associados ao transporte marítimo.

Além disso, a Rodovia Interoceânica do Sul, apesar de seus 14 anos de operação, ainda enfrenta desafios em termos de infraestrutura nos pontos fronteiriços. Melhorar essa rodovia, juntamente com a implementação de uma linha ferroviária entre os dois países, seria fundamental para otimizar o fluxo de mercadorias.

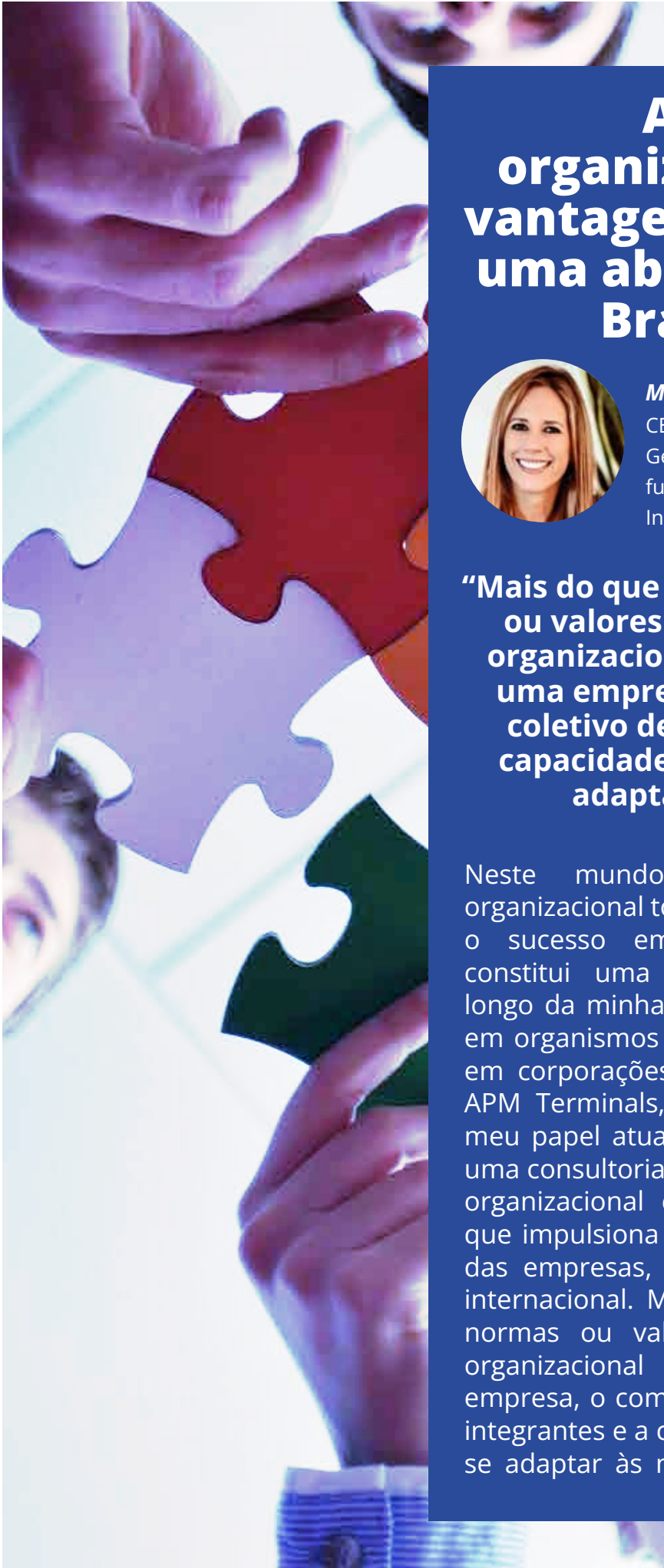


Conclusão: Cooperação para um Futuro Próspero

Para superar esses desafios e aproveitar ao máximo as oportunidades, é fundamental que Peru e Brasil trabalhem juntos em um programa binacional que aborde os principais obstáculos.

Isso inclui melhorar a coordenação regulatória, investir em infraestrutura logística e promover a capacitação dos exportadores. A implementação de tecnologia na gestão aduaneira e a melhoria das rotas de transporte contribuirão para reduzir custos e aumentar a eficiência, garantindo que o comércio de alimentos e bebidas entre os dois países continue crescendo e beneficiando ambas as economias.

Somente por meio de uma colaboração estreita entre os setores público e privado será possível transformar as oportunidades do comércio bilateral de alimentos e bebidas em uma realidade próspera para Brasil e Peru.



A cultura organizacional como vantagem competitiva: uma abordagem entre Brasil e Peru



María del Carmen Portocarrero Varela

CEO Headhunter e Especialista em Gestão de Talentos Humanos, fundadora e Diretora Executiva da Inspira – MPV Consultores Associados.

“Mais do que um conjunto de normas ou valores declarados, a cultura organizacional define o caráter de uma empresa, o comportamento coletivo de seus integrantes e a capacidade da organização de se adaptar às mudanças”.

Neste mundo globalizado, a cultura organizacional tornou-se um fator-chave para o sucesso empresarial e, sem dúvida, constitui uma vantagem competitiva. Ao longo da minha trajetória profissional, tanto em organismos internacionais (ONU) quanto em corporações globais (EY, PwC, Novartis, APM Terminals, Ransa, entre outras), e no meu papel atual como CEO e fundadora de uma consultoria, pude observar que a cultura organizacional é o elemento diferenciador que impulsiona ou limita o desenvolvimento das empresas, tanto no nível local quanto internacional. Mais do que um conjunto de normas ou valores declarados, a cultura organizacional define o caráter de uma empresa, o comportamento coletivo de seus integrantes e a capacidade da organização de se adaptar às mudanças e enfrentar novos

desafios, especialmente quando se trata de desafios binacionais..

A magia da cultura

Como aponta Roberto Mourey, CEO e fundador da Mettaliderazgo, consultoria em Cultura de Alta Velocidade, "a cultura impacta diretamente o comportamento e os resultados da organização; a cultura da organização é como o caráter das pessoas." Assim como a personalidade de um indivíduo influencia suas decisões e relacionamentos, a cultura organizacional molda as atitudes e comportamentos de seus colaboradores, impactando a forma como uma empresa opera, inova e cresce no mercado.

Empresas bem-sucedidas reconhecem que sua vantagem competitiva não reside apenas em seus produtos ou serviços, mas também na sua capacidade de construir uma cultura organizacional alinhada com sua missão e visão. Um ambiente de trabalho onde os valores compartilhados são prioridade fomenta o comprometimento, a produtividade e a inovação, fatores essenciais em um ambiente empresarial dinâmico. E isso se traduz não apenas na maneira de fazer negócios dentro de empresas individuais, mas também na cultura empresarial dos países em geral.

“
**A cultura
organizacional
molda as atitudes e
comportamentos de
seus colaboradores**

A conexão cultural entre Brasil e Peru

Essa abordagem, portanto, torna-se ainda mais relevante no contexto do Brasil e do Peru, dois países com profundas raízes culturais que se refletem em sua forma de fazer negócios. Ambos compartilham uma herança diversa, com influências indígenas, africanas e europeias, resultando em uma riqueza cultural que impacta tanto a vida social quanto o ambiente empresarial.

No mundo dos negócios, conhecer e compreender essas diferenças e semelhanças culturais, que de uma forma ou outra se refletem na cultura organizacional das empresas e na maneira de fazer negócios em cada país, é essencial para estabelecer relações comerciais eficazes. Essas culturas organizacionais influenciam, como já foi observado, a forma como as empresas tomam decisões, gerenciam equipes e negociam acordos.

Nesse sentido, a integração econômica entre Brasil e Peru tem sido fortalecida por projetos estratégicos que facilitaram o comércio e a cooperação



entre as duas nações, considerando essa ponte cultural-organizacional e as relações que dela decorrem.

Integração binacional e oportunidades comerciais: o porto de Chancay e a rodovia Interoceânica.

Um dos desenvolvimentos mais significativos nessa integração binacional é o porto de Chancay, localizado a setenta quilômetros ao norte de Lima. Este projeto, desenvolvido com investimento chinês, representa uma das infraestruturas logísticas mais ambiciosas do Peru. Sua construção gerou mais de sete mil e quinhentos empregos, diretos e indiretos, e seu calado natural, superior a dezesseis metros, permitirá receber embarcações de grande porte, facilitando o acesso a mercados da Ásia,

Europa e América, fortalecendo, naturalmente, o comércio entre Peru e Brasil.

Mas não apenas isso. O porto também consolidará o Peru como um hub estratégico na rede de comércio internacional. A otimização do transporte de mercadorias reduzirá custos e prazos logísticos, beneficiando as empresas exportadoras de ambos os países e promovendo um maior intercâmbio comercial.

Outro pilar essencial nessa integração internacional, especificamente entre Peru e Brasil, é a rodovia Interoceânica. Com uma extensão de mais de dois mil e quinhentos quilômetros no território peruano, essa via conecta os portos do Pacífico ao Atlântico, atravessando regiões estratégicas como Arequipa, Puno e Madre de Dios. Mais do que uma simples conexão terrestre, essa rodovia facilitou o comércio e abriu novas oportunidades para empresas de ambos os lados do continente, permitindo-lhes acessar mercados internacionais de maneira mais eficiente.

Oportunidades comerciais em um contexto global

No cenário global atual, Brasil e Peru emergem como atores-chave na economia sul-americana. Por isso, a Câmara de Comércio Brasil-Peru desempenha um papel fundamental não apenas no fortalecimento das relações comerciais, mas também no fortalecimento das relações culturais-organizacionais, promovendo redes de contato, eventos de integração comercial e grupos de trabalho, impulsionando setores estratégicos de interesse comum, questões ambientais





e de sustentabilidade, bem como investimentos e oportunidades empresariais que beneficiam tanto empresas consolidadas quanto pequenas e médias empresas (PMEs).

O crescimento da relação comercial entre os dois países não depende apenas da infraestrutura, mas também da compreensão mútua de suas culturas nacionais e organizacionais. A capacidade de adaptação e o conhecimento dos valores empresariais de cada país permitirão construir alianças mais sólidas e sustentáveis ao longo do tempo.

“ A otimização do transporte de mercadorias reduzirá custos e prazos logísticos

Conclusão

A cultura organizacional é, portanto, uma ferramenta estratégica que determina o sucesso ou a estagnação de uma empresa, especialmente no cenário internacional desafiador. No contexto da integração entre Brasil e Peru, compreender e gerenciar a cultura organizacional torna-se ainda mais relevante, pois facilita o estabelecimento de relações comerciais bem-sucedidas e promove o crescimento sustentável e harmonioso de ambas as economias.

Por meio de projetos estratégicos como o porto de Chancay e a rodovia Interoceânica, apenas dois exemplos de muitos outros possíveis, estão sendo criadas novas oportunidades para fortalecer a cooperação entre as duas nações e suas economias. Ao combinar infraestrutura de ponta com um profundo entendimento da cultura empresarial de cada país, é possível maximizar as oportunidades comerciais e gerar um impacto positivo no desenvolvimento econômico e social da região.

ENTREVISTA A:

Jorge Viana

**Presidente da
APEXBRASIL**



Foto: Geraldo Magela/Agência Senado

1. Qual é o papel da ApexBrasil no fortalecimento das relações comerciais com o Peru e como atua para melhorar a integração econômica entre os dois países?

A ApexBrasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos) desempenha um papel fundamental no fortalecimento das relações comerciais e na integração econômica entre o Brasil e o Peru. A Agência participa diretamente do estímulo às exportações brasileiras, da atração de investimentos e da promoção de parcerias comerciais e tecnológicas.

A missão da ApexBrasil é facilitar o acesso das empresas brasileiras ao

mercado peruano, organizando missões comerciais, participações em feiras e eventos de negócios, além de oferecer apoio técnico e assessoria às empresas que buscam exportar seus produtos ou serviços. Além disso, apoia a adaptação das empresas brasileiras aos requisitos regulatórios e culturais do mercado peruano, facilitando sua entrada e permanência no país vizinho. Também promove a colaboração entre os setores privados de ambos os países para identificar oportunidades e formas de cooperação para fortalecer as cadeias produtivas.

Entre as principais ações da ApexBrasil com o Peru, destacam-se: o mapeamento de oportunidades, estudos de inteligência de mercado,

elaboração e manutenção de projetos setoriais que consideram o Peru como mercado prioritário, bem como ações de promoção comercial nos setores de alimentos, bebidas e agronegócios; casa e construção; moda; máquinas e equipamentos; e saúde.

2. Como a ApexBrasil colabora com o setor privado e com os governos de ambos os países para promover novos investimentos e oportunidades de negócios?

A ApexBrasil trabalha em estreita colaboração com o setor privado e os governos do Brasil e do Peru para promover novos investimentos e oportunidades de negócios, criando um ambiente favorável à cooperação e ao crescimento econômico bilateral.



“ O Brasil é atualmente o terceiro maior parceiro comercial do Peru e o principal na América do Sul

A Agência organiza e participa de missões empresariais e encontros de negócios que reúnem representantes do setor privado e governamental. Esses eventos podem ocorrer em feiras internacionais, seminários e workshops, oferecendo aos empresários uma plataforma para se conectar com autoridades governamentais e possíveis parceiros comerciais.

No último ano, a ApexBrasil realizou uma missão ao Peru como parte do programa Jornada Exportadora, focado no setor de bebidas e alimentos, e neste ano realizará outra missão voltada para o setor de cosméticos.

3. Quais são os principais setores em que as relações econômicas e comerciais entre Brasil e Peru mostraram crescimento nos últimos anos?

O Brasil é atualmente o terceiro maior parceiro comercial do Peru e o principal na América do Sul. De acordo com o perfil de Comércio e Investimentos do Peru, um estudo da Inteligência de Mercado da ApexBrasil, as exportações brasileiras para o Peru incluem produtos de maior valor agregado, como veículos; barras de ferro e aço; papel e papelão; além de matérias-primas como o petróleo, principal produto exportado.



“ **O comércio bilateral tem boas perspectivas para o futuro** ”

Em relação às principais categorias de produtos importados pelo Brasil, o estudo aponta que mais da metade dos principais produtos importados do Peru são minérios metálicos.

Devido à proximidade geográfica e às boas relações históricas entre o Peru e o Brasil, o comércio bilateral tem boas perspectivas para o futuro.

4. Quais são os maiores desafios que ambos os países enfrentam para solidificar e expandir sua parceria econômica?

Reconhece-se que o comércio entre os dois países está abaixo de seu potencial e que um dos principais desafios é diversificar as importações e exportações para gerar maiores benefícios para ambas as nações.

Com um crescimento médio anual de 2,4% no consumo total entre 2018 e 2022, o mercado peruano oferece boas

perspectivas para as exportações brasileiras. O principal desafio é diversificar a oferta exportadora, atualmente concentrada em veículos e suas partes e acessórios (13,3%), papel (7,5%), barras de ferro e aço (4,8%) e outros produtos da indústria manufatureira (4,8%).

Em relação aos investimentos, observou-se na última década uma redução da presença de empresas brasileiras no Peru. O objetivo é reaproximar os setores produtivos para reativar o dinamismo e gerar soluções que tragam benefícios de longo prazo para ambos os países.

5. O que deve ser superado para que o comércio bilateral entre Brasil e Peru alcance seu máximo potencial?

Para que o comércio bilateral atinja seu nível ideal, é necessário superar desafios estruturais e conjunturais. Um dos principais obstáculos é a logística, que ainda dificulta a fluidez do comércio entre os dois países. Melhorar a infraestrutura, os sistemas de transporte e as rotas comerciais pode reduzir custos e tornar os negócios mais eficientes.

No governo anterior, o Brasil se afastou da América Latina. Por isso, o governo de Lula impulsionou uma política comercial voltada para fortalecer a integração regional. Esse é um fator político chave: a decisão estratégica de fortalecer as conexões entre os países sul-americanos de forma pragmática, além dos alinhamentos ideológicos. O presidente Lula tem defendido essa visão, buscando uma maior integração regional que beneficie o comércio e os investimentos entre Brasil e Peru.

6. Qual é a importância do Peru para a economia brasileira e para as estratégias de internacionalização das empresas brasileiras?

O Peru desempenha um papel estratégico para a economia brasileira e para a internacionalização das empresas do país devido a diversos fatores. Pela sua proximidade geográfica, o Peru apresenta inúmeras oportunidades, especialmente para os estados do norte do Brasil. Segundo os estudos de inteligência de mercado da ApexBrasil, o mercado peruano oferece um grande potencial de negócios, com 5.517 oportunidades identificadas para a exportação de produtos brasileiros.

Além disso, o Peru é um destino-chave para produtos brasileiros de alto valor agregado, como veículos automotores e aeronaves, o que não só impulsiona as exportações brasileiras, mas também contribui para a geração de empregos e para o fortalecimento da indústria nacional.

A posição estratégica do Peru no Oceano Pacífico também pode ser essencial para a internacionalização das empresas brasileiras, servindo como

um ponto de acesso privilegiado ao mercado asiático. Essa localização permite que o Brasil amplie sua presença global, utilizando os portos peruanos como canais de exportação para a Ásia.

Dessa forma, a relação comercial entre Brasil e Peru se torna cada vez mais relevante, contribuindo para o crescimento econômico e para o fortalecimento da presença internacional das empresas brasileiras.

“ O Peru é um destino-chave para produtos brasileiros ”





“ **Existem perspectivas promissoras para diversificar e intensificar essa colaboração** ”

7. Quais iniciativas estão em andamento ou previstas para aumentar a colaboração comercial entre Brasil e Peru nos próximos anos?

Atualmente, o comércio bilateral entre Brasil e Peru é caracterizado por uma concentração em produtos básicos e semimanufaturados. No entanto, devido à proximidade geográfica e às boas relações históricas entre ambos os países, existem perspectivas promissoras para diversificar e intensificar essa colaboração nos próximos anos.

Uma iniciativa destacada nesse contexto é o projeto das Rotas de Integração Sul-Americana, promovido pelo governo de Lula. Lançado em 2023, durante o Consenso de Brasília, esse projeto busca fortalecer a conectividade entre o Brasil e seus países vizinhos, incluindo o Peru, por meio de duas rotas estratégicas que abrangem rodovias, ferrovias, hidrovias, portos e aeroportos.

A medida gera importantes perspectivas para fortalecer a cadeia produtiva de ambos os países, criando oportunidades para os mercados brasileiro e peruano e abordando problemas estruturais que beneficiem ambas as nações. Em particular, a Rota 3 conecta os estados do Acre, Rondônia e Mato Grosso com Peru, Bolívia e Chile,

facilitando a exportação de alimentos, máquinas e bens de consumo final.

Além das rotas, a ApexBrasil promove projetos setoriais que têm o Peru como mercado-alvo, assim como missões comerciais. Em abril, como mencionado anteriormente, será realizada a Jornada Exportadora – edição Peru, focada no setor de HPPC (Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos) na Colômbia e no Peru. Esse tipo de missão internacional permite que os empresários brasileiros conheçam os mercados internacionais, realizem visitas técnicas, mergulhem nos mercados selecionados e participem de rodadas de negócios com compradores locais.

Essas iniciativas refletem o compromisso do Brasil em fortalecer a integração regional e diversificar o comércio bilateral com o Peru, ampliando a cooperação econômica e explorando novas oportunidades de negócios nos próximos anos.

A ApexBrasil promove projetos setoriais

8. Quais são as perspectivas de crescimento para as relações econômicas entre Brasil e Peru nos próximos cinco anos, considerando os atuais cenários político e econômico de ambos os países?

Considerando os cenários políticos e econômicos atuais, as relações econômicas entre Brasil e Peru têm o potencial de se fortalecer nos próximos anos. A complementaridade das economias de ambos os países, aliada a políticas de incentivo ao comércio e ao investimento, pode resultar em um aumento significativo do volume de negócios bilaterais.

O governo do presidente Lula tem apoiado iniciativas como a facilitação do comércio e dos investimentos, além da promoção de projetos conjuntos em setores estratégicos como energias renováveis, infraestrutura e tecnologia, que são fundamentais para impulsionar essa colaboração.

Além disso, a integração regional por meio de blocos como o Mercosul oferece uma plataforma para aprofundar os laços comerciais, ampliando o acesso a mercados e recursos.





- Compra/venda de empresas
- Financiamento empresarial
- Busca de sócios e intermediação de produtos (Commodities) internacionais.

Edifício Lima Central Tower,
Av. El Derby N° 254, Oficina 1404
Surco – Lima – Perú

Telefone: (51-1) 618 1515
contacto@red-in.com

Saiba mais em:
www.red-in.com



TYTL
Torres y Torres Lara
Abogados

Escritório Jurídico com 56 anos de sólida experiência no setor jurídico, econômico e administrativo a serviço de nossos clientes.

Entre em contato conosco:

www.tytl.com.pe/

contacto@tytl.com.pe

(511) 618 1515

Cidade maravilhosa e gastronômica



Fernando Blower

Presidente do Sindicato de Bares e Restaurantes do Rio de Janeiro (SindRio) e Diretor Executivo da Associação Nacional de Restaurantes (ANR).

“O contexto atual é ideal para quem está interessado em investir no setor de restaurantes e bares no Rio de Janeiro”.

Nascido em Lima, o chef Marco Espinoza construiu um pequeno império gastronômico no Brasil. Atualmente, ele é composto por cinco marcas de restaurantes. O Cantón possui seis unidades, o Kinjo tem três, e as demais — Lima, Chaco e Taypá — apenas uma. Em maio, o grupo de Espinoza cruzará as fronteiras do país com a inauguração de uma unidade do Cantón em Buenos Aires, Argentina. Além disso, há outro Chaco prestes a abrir no Rio de Janeiro, onde o chef peruano já tem quatro estabelecimentos.

Grande parte do sucesso empresarial de Espinoza no Brasil se deve às condições oferecidas pelo mercado carioca, que passa por um momento extremamente promissor. O Rio de Janeiro, para começar, é um dos destinos mais visitados do país, como é amplamente conhecido. Com uma infraestrutura turística sólida e ampla, a cidade está acostumada a receber grandes



eventos que ocorrem sem problemas, como o show da Madonna realizado na Praia de Copacabana em maio de 2024.

Esse é apenas um exemplo entre muitos. Também foi realizada a 19ª cúpula do G20, o Rock in Rio se tornou um dos eventos musicais mais esperados do mundo, e o alcance do Carnaval carioca cresce cada vez mais. Tudo isso fortalece uma imagem muito positiva do Rio de Janeiro e ressoa globalmente, impulsionando o turismo na cidade. Um caso semelhante foi a premiação dos 50 Melhores Restaurantes da América Latina, que aconteceu na capital fluminense em 2023 e 2024 com o apoio do governo local.

Vale lembrar que a edição do guia Michelin dedicada a São Paulo e Rio de Janeiro voltou a ser publicada em 2024, após uma pausa de quatro anos devido à pandemia. O retorno da publicação, que também contou com o patrocínio dos governos locais de ambas as cidades, é uma ótima notícia para o setor de restaurantes e bares como um todo. Assim como os 50 Melhores Restaurantes da América Latina, o guia de origem francesa, relançado com uma celebração no Copacabana Palace, tende a fomentar o turismo nas cidades que possuem restaurantes premiados. Não faltam viajantes que percorrem o mundo com o objetivo de visitar restaurantes reconhecidos.

Dizer que tanto o ranking quanto o guia Michelin beneficiam até mesmo os estabelecimentos gastronômicos que não estão incluídos neles não é exagero. Afinal, ambos atraem turistas que costumam gastar mais do que a média e

que, além disso, acabam visitando restaurantes que não foram premiados. Nenhum viajante almoça e janta todos os dias em restaurantes com estrelas Michelin. Sempre há espaço no itinerário para aqueles restaurantes reconhecidos por outras razões e para a grande quantidade de bares que animam a vida noturna do Rio de Janeiro.

“
**Tudo isso fortalece
uma imagem muito
positiva do Rio de
Janeiro e ressoa
globalmente**



Toda premiação gastronômica, além disso, atrai inevitavelmente jornalistas internacionais especializados no tema, bem como críticos e influenciadores renomados. Essas pessoas, que ajudam a manter o Rio de Janeiro no foco internacional, também não se limitam aos restaurantes premiados com estrelas Michelin. Pelo contrário, buscam conhecer novas propostas, chefs emergentes e até mesmo a comida de rua local. Pensar que prêmios desse tipo beneficiam apenas alguns poucos estabelecimentos é um erro.

Lima, como muitos sabem, conseguiu se reinventar como destino turístico graças à sua gastronomia. Durante muito tempo, a cidade era vista apenas como um ponto de passagem para os turistas que viajavam a Cusco e Machu Picchu. Isso já não acontece. Hoje, Lima é considerada a capital gastronômica da América Latina. Lá estão alguns dos restaurantes mais renomados do mundo, como o Central, do chef Virgilio Martínez, e o Maido, do chef Mitsuharu “Micha” Tsumura.

A capital peruana conseguiu se consolidar como um destino gastronômico porque fez investimentos significativos com uma visão de longo prazo. Não é por acaso que foi a primeira cidade a sediar os 50 Melhores Restaurantes da América Latina. O Rio de Janeiro tem tudo a seu favor para se posicionar como um destino gastronômico, com uma vantagem significativa: é considerada uma das cidades mais bonitas do planeta.

A atual taxa de câmbio do dólar em relação ao real impõe uma série de desafios ao setor, começando pelo



aumento dos custos de bebidas e alimentos importados. No entanto, a valorização da moeda norte-americana torna os investimentos mais acessíveis para empresários estrangeiros e tem incentivado um aumento significativo no número de turistas, tanto estrangeiros quanto nacionais. Estes últimos, como é natural, estão optando por viajar dentro do país em vez de para o exterior.

Um conselho para os empresários peruanos interessados em investir em bares e restaurantes no Rio de Janeiro: os cariocas têm uma verdadeira paixão por ceviche, e coquetéis como o pisco sour estão ganhando cada vez mais popularidade nos bares da cidade.

ENTREVISTA COM:

Jorge Luis Pérez Flores

Gobernador Regional de Lambayeque (Perú)



1. Qual é a sua visão sobre o potencial de comércio internacional entre Lambayeque e o Brasil, e como acredita que os investimentos brasileiros podem contribuir para o desenvolvimento econômico da região?

O comércio entre Lambayeque e o Brasil tem um enorme potencial, com vários pilares estratégicos. Em primeiro lugar, nossa oferta logística e portuária, que permitirá a exportação do Brasil para a região Ásia-Pacífico através do Porto de Eten em Lambayeque, que contará com 18 metros de profundidade. Este porto será conectado via Irsa Norte e a hidrovía amazônica até Manaus, oferecendo uma rota bioceânica exclusiva entre o

Peru e o Brasil. Esse corredor reduzirá os tempos e custos logísticos, constituindo uma alternativa mais eficiente aos elevados custos do Canal do Panamá.

Em segundo lugar, teremos um parque industrial de 5.300 hectares e uma zona econômica especial, fundamentais para a transformação de matérias-primas e o desenvolvimento de indústrias voltadas ao comércio internacional. Além disso, estamos impulsionando o uso de energias renováveis (fotovoltaica e eólica) e a produção de hidrogênio verde para projetos que aumentem nossa sustentabilidade e competitividade.

Por outro lado, Lambayeque possui

uma destacada agroindústria com produtos frutais como mirtilos, abacates, aspargos e maracujá, assim como café e cacau provenientes de Amazonas e Cajamarca. Isso se complementa com recursos estratégicos como os fosfatos de Bayóvar e minerais como cobre e prata. Finalmente, estamos avançando na assinatura de um tratado de livre comércio Peru-Brasil, por meio de mesas técnicas, que facilitará um marco formal para a troca de bens e serviços entre os dois países.

2. Quais são os setores-chave nos quais Lambayeque poderia se beneficiar mais de uma maior integração comercial com o Brasil?

1.Logística e porto: Com o Porto de Eten e sua conexão direta com o Brasil através da Irsa Norte e da hidrovia amazônica, Lambayeque se tornará um dos principais parceiros comerciais do Brasil para o acesso aos mercados asiáticos

2. Parque industrial e zona econômica especial: A transformação de matérias-primas, como frutas, café, cacau e minerais, gerará valor agregado para exportação.

3.Energias renováveis e sustentabilidade: Priorizamos projetos de energia fotovoltaica, eólica e produção de hidrogênio verde para garantir uma matriz energética limpa e competitiva.

4.Agroindústria e fosfatos: Os produtos frutais, café, cacau e os fosfatos de Bayóvar fortalecerão nossas exportações e nossa indústria agrícola.

“ Marco formal para a troca de bens e serviços

5.Mineração: Minerais como cobre e prata, fundamentais no desenvolvimento tecnológico, têm uma demanda crescente nos mercados internacionais.

6.Tratado de livre comércio Peru-Brasil: Este acordo estabelecerá um marco que beneficiará ambos os países com tarifas preferenciais e regras claras, fortalecendo o comércio bilateral.





3. Como você acredita que o Porto de Eten pode complementar o Porto de Chancay em termos de logística e facilitação do comércio entre a Ásia e o Brasil, e quais benefícios essa sinergia trará para a região?

O Porto de Eten, com seus 18 metros de calado e sua conexão com um parque industrial de 5.300 hectares, será um complemento estratégico ao Porto de Chancay. Enquanto Chancay se tornará um hub principal para o comércio com a Ásia, Eten será o porto especializado na conexão logística entre o norte e o centro do Brasil com a região Ásia-Pacífico.

Graças à Irsa Norte, à hidrovía amazônica e sua ligação com Manaus, o Porto de Eten permitirá um transporte mais rápido e econômico desde o Brasil, evitando os altos custos do Canal do Panamá. Essa sinergia gerará uma alternativa competitiva, com redução de tempos e custos logísticos. Além disso, sua integração com o parque industrial e a zona econômica especial fortalecerá a transformação de matérias-primas, gerando emprego e dinamismo econômico na região.

4. Quais são os projetos de infraestrutura logística prioritários que o governo regional está promovendo para melhorar a conectividade entre Lambayeque e o Brasil e onde vê uma oportunidade para investidores brasileiros?

Os projetos prioritários incluem:

1. Porto de Eten: Será um eixo logístico essencial para o comércio entre o Brasil e a Ásia.

2. Irsa Norte e hidrovía amazônica: Conectarão Lambayeque com Manaus, formando uma rede de transporte bioceânico eficiente.

3. Parque industrial e zona econômica especial: Oferecem 5.300 hectares para desenvolver indústrias de transformação de matérias-primas.

4. Energias renováveis: Projetos de energia fotovoltaica, eólica e produção de hidrogênio verde trarão sustentabilidade e eficiência energética.

5. Tratado de livre comércio Peru-Brasil: Estamos trabalhando em mesas técnicas para garantir um marco que fomente o investimento e o comércio bilateral.



Essa sinergia gerará uma alternativa competitiva.

Para os investidores brasileiros, essas iniciativas representam oportunidades em logística, desenvolvimento industrial e projetos energéticos sustentáveis.

5. Como estão sendo geridos os investimentos públicos e privados para garantir a execução bem-sucedida desses projetos de infraestrutura, e qual é o papel do governo regional nesse processo?

O governo regional de Lambayeque trabalha ativamente na articulação de investimentos por meio de parcerias público-privadas e obras por impostos. Estamos impulsionando projetos estratégicos como o Porto de Eten, o parque industrial e os desenvolvimentos de energias renováveis, com ênfase em transparência, sustentabilidade e eficiência.



“ **Estamos impulsionando projetos de energias renováveis e produção de hidrogênio verde.** ”

Nosso objetivo é gerar confiança nos investidores, especialmente do Brasil, garantindo um ambiente favorável para o desenvolvimento de projetos que beneficiem ambos os países em setores como logística, agroindústria e transformação de matérias-primas.

6. Que mensagem você gostaria de transmitir aos empresários brasileiros que poderiam estar considerando investir na região de Lambayeque no futuro próximo?

Lambayeque é uma região estratégica cheia de oportunidades. Contamos com o Porto de Eten, uma rota bioceânica exclusiva para o Peru e o Brasil, e um parque industrial com zona econômica especial pronto para receber investimentos destinados à transformação de matérias-primas e ao desenvolvimento industrial.

Além disso, estamos impulsionando projetos de energias renováveis e produção de hidrogênio verde, o que garante sustentabilidade e eficiência para os projetos futuros. Convido-os a explorar essas oportunidades e a fazer parte de iniciativas que fortalecerão o comércio entre a América do Sul e a Ásia, garantindo um futuro próspero para o Peru, minha região Lambayeque e nossa irmã República do Brasil.

POR QUE SE ASSOCIAR À CÂMARA DE COMERCIO BRASIL-PERÚ?



CÂMARA DE COMERCIO
BRASIL - PERÚ

A Câmara é um espaço de alta conectividade empresarial e de negócios que tem como objetivo ajudar nossos associados no seu posicionamento nos mercados onde operamos (Brasil e Peru).

Alguns benefícios de se associar são:

- Referenciamento a potenciais clientes/aliados/fornecedores canalizados pela câmara de acordo com a experiência e/ou requisitos. experiencia y/o requerimientos.
- Branding em eventos virtuais e diretório enviado aos participantes.
- Branding do associado no site da câmara e nas redes sociais.
- Participação em eventos híbridos/virtuais apresentando a empresa (anualmente).
- Preços especiais para eventos pagos.
- Participação em entrevista ou artigo na revista digital CAMBRAPER.
- Possibilidade de colocar publicidade na revista (1 vez por ano).
- Participação nas redes sociais e chat dos membros.
- Colaboração na busca de contatos no Peru ou Brasil, entre outros serviços.

Mais informações em:
CONTACTO@CAMBRAPE.ORG

Visite-nos em:
WWW.CAMBRAPE.ORG

O efeito Trump na economia: Como afetará os investimentos e os negócios no Peru?



Javier Zúñiga Quevedo

Diretor Geral da ASFINSA.

Especialista e Palestrante em temas
Macroeconômicos e
Microeconômicos.

“A imposição de tarifas aumentou a incerteza e gerou flutuações significativas nos preços das commodities”.

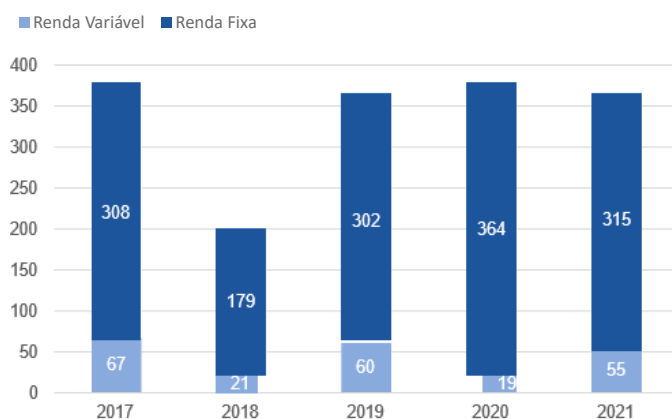
O impacto do governo de Donald Trump na economia global deixou uma marca profunda na configuração das relações comerciais, fluxos de investimento e políticas migratórias. Durante seu primeiro mandato (2017-2021), Trump implementou medidas disruptivas que transformaram a dinâmica do comércio internacional. Entre as principais ações, destacam-se a imposição de tarifas sobre produtos importados, a redução de impostos corporativos, o endurecimento da política migratória - com sua polêmica 'tolerância zero' - e a retirada de acordos internacionais, como o Acordo de Paris.



Essas medidas têm o objetivo de consolidar a economia nacional e reduzir a dependência de bens estrangeiros, mas ao mesmo tempo geram um ambiente de maior concorrência para os exportadores peruanos.

Durante esse período, a guerra comercial entre os Estados Unidos e a China se tornou um motor de mudança. A imposição de tarifas aumentou a incerteza e gerou flutuações significativas nos preços das commodities. O Peru, cuja economia depende em grande parte da exportação de minerais e produtos agrícolas, foi impactado por essas variações. Por exemplo, em 2018, registrou-se uma queda de 14% no preço do cobre, o que reduziu as receitas fiscais e diminuiu o investimento no setor mineral.

Fluxo de Capitais de Portfólio para Mercados Emergentes (US\$ Milhões)



Fonte: The Institute of International Finance
Elaboração própria

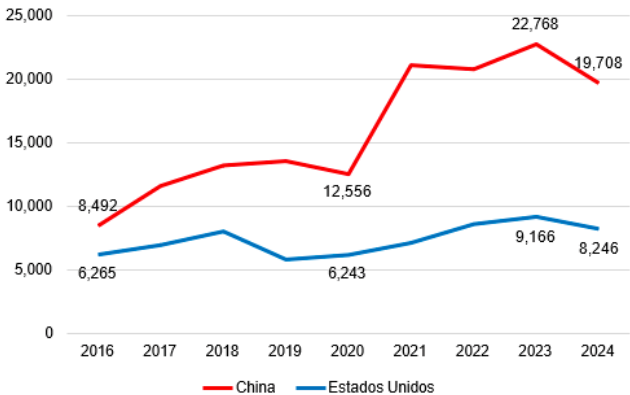
Mas também o setor financeiro foi afetado pelas políticas da época. Com base em dados coletados do The Institute of International Finance, mostra-se que em 2018 os fluxos de capital de portfólio despencaram para US\$ 200.000 milhões, em comparação com 2017 (US\$ 375.000 milhões), refletindo o efeito da política de repatriação de capital e da reforma fiscal do ano anterior. A redução desses fluxos

também mostrou a diminuição do investimento em mercados emergentes. O desenvolvimento e consolidação desse eixo oferece inúmeras oportunidades no curto, médio e longo prazo, e não apenas de Xangai, mas também na própria construção dessa via multimodal e ao longo de cada trecho dela.

Há oportunidades para investidores portuários, operadores logísticos terrestres, fluviais, marítimos e oportunidades que se vislumbram no curto prazo para companhias aéreas de carga e passageiros, assim como para empresas que atuem em todos os serviços conexos a essas atividades.

Com o início do segundo governo de Trump em 2025, muitas das políticas protecionistas foram reforçadas. A administração atual intensificou a imposição de novos tarifários sobre produtos importados de países estratégicos, como México, Canadá e China, e promoveu incentivos fiscais para estimular a produção interna nos Estados Unidos. Essas medidas têm como objetivo consolidar a economia nacional e reduzir a dependência de bens estrangeiros, mas ao mesmo tempo geram um ambiente de maior concorrência para os exportadores peruanos. Essa situação mostra a necessidade de o Peru diversificar seus destinos de exportação e desenvolver produtos com maior valor agregado para manter sua competitividade internacional

Valor das Exportações Peruanas (US\$ Milhões)



Fonte: SUNA
Elaboração própria

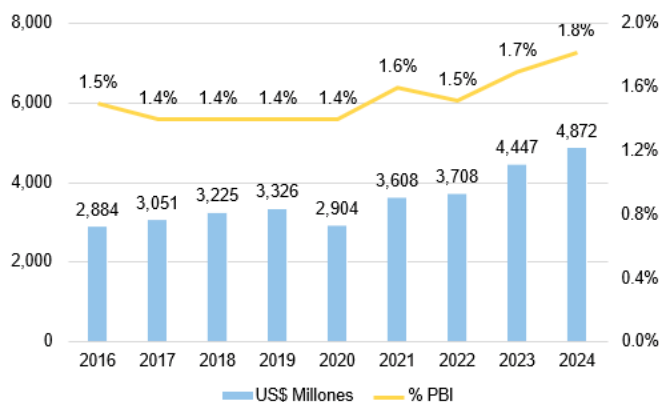
Embora já há algum tempo a China tenha se tornado nosso principal parceiro comercial, os Estados Unidos continuam sendo um destino comercial que o Peru não pode perder. Após a pandemia da COVID-19, o Peru tem intensificado esforços na diversificação para novos mercados. Uma potencial tendência de queda nas exportações em 2025 deve ser enfrentada por meio de estratégias de diversificação comercial e melhorias na competitividade, sem descuidar dos nossos principais parceiros comerciais.

A política migratória, por sua vez, teve um impacto significativo no fluxo de remessas, um componente essencial da economia peruana. A aplicação da política de 'tolerância zero' e o endurecimento nas deportações provocaram uma redução no envio de remessas. Durante 2024, estimou-se que o fluxo de remessas representava cerca de 1,8% do PIB nacional, mas essas medidas restritivas poderiam nos levar a uma diminuição aproximada de 10% em relação ao volume total de remessas recebidas, considerando que 40% das remessas totais do Peru vêm de fontes norte-americanas.



(...) o Peru tem intensificado os esforços na diversificação para novos mercados.

Remessas do Exterior (US\$ Milhões e % do PIB)



Nota: 2024 ano fechado (Projeção)
Fonte: BCRP
Elaboração própria

Além desses efeitos diretos, o endurecimento das políticas comerciais e migratórias tem impulsionado os investidores a reorientar suas estratégias. A redução nos fluxos de capital para mercados emergentes tem incentivado alguns setores a buscar novas fontes de financiamento e a aproveitar nichos de mercado menos saturados. O Peru, com uma economia estável e uma série de acordos de livre comércio, se apresenta como um destino atraente para empresas que desejam diversificar sua presença fora do mercado norte-americano.

A situação de incerteza global obrigou os empresários peruanos a repensar suas estratégias e buscar inovação. Por um lado, a diminuição dos fluxos de capital e das exportações destaca a necessidade de diversificar os destinos comerciais e de investimento. Por outro lado, a conjuntura atual abre portas para oportunidades em setores estratégicos, como a industrialização de produtos primários, o desenvolvimento de energias renováveis e a modernização da infraestrutura. A criação de Zonas Econômicas Especiais (ZEE) e projetos de grande porte, como o



megapuerto de Chancay, são exemplos de iniciativas que poderiam atrair capital estrangeiro e gerar um impacto positivo na economia local.

Para os empresários e investidores, o cenário atual é um convite para transformar a incerteza em uma vantagem competitiva. A diversificação de mercados, a modernização da infraestrutura e a consolidação de setores estratégicos não só permitirão mitigar os efeitos adversos de um ambiente global volátil, mas também posicionarão o Peru como um ator relevante no comércio internacional. A resiliência e a capacidade de adaptação do mercado peruano, respaldadas por dados estatísticos e tendências claras, abrem um leque de oportunidades para aqueles que estão dispostos a investir em inovação e crescimento.

O Comitê de Sustentabilidade/ESG da Câmara de Comércio Brasil-Peru: Um Passo Decisivo Rumo à Cooperação Sustentável



Comitê de Sustentabilidade/ESG da Câmara de Comércio Brasil-Peru - CAMBRAPE

“Este projeto tem como objetivo conectar as empresas que oferecem serviços relacionados à sustentabilidade com aquelas que precisam de apoio na implementação de estratégias sustentáveis e de ESG” .

O Comitê de Sustentabilidade/ESG da Câmara de Comércio Brasil-Peru, recentemente constituído em janeiro de 2025, iniciou suas atividades com o firme propósito de promover a sustentabilidade na cooperação e nas relações comerciais entre ambos os países.

Nesta etapa inicial, foi formada a Diretoria, composta por membros selecionados com base em sua experiência e afinidade com os objetivos do comitê. Essa equipe diretiva, juntamente com o compromisso de todos os membros do comitê, desempenhará um papel fundamental na execução de projetos que contribuirão para o sucesso da Câmara de Comércio Brasil-Peru.

COMITÊ DE SUSTENTABILIDADE



Violeta Valenzuela Recavamen
(Perú)
PRESIDENTE



Carmen Rosa Hernández
(Perú)
SECRETÁRIA



Sara Leiva Mendoza
(Perú)
VICE-PRESIDENTE



Julian Musso (Brasil)
COORDENADOR DE WEBINAR



Fabio Elias Gomes (Perú)
COORDENADOR DE CAPACITAÇÃO



Elior De Almeida (Brasil)
ALIANÇAS SUSTENTÁVEIS



Ivanilda Frazão (Brasil)
COORDENADORA DE RODADA DE NEGÓCIOS



José Andrés Acosta (Perú)
SUPORTE TÉCNICO



Ricardo Coda
MEMBRO REGULAR DO COMITÊ



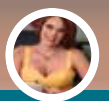
Carlos Sandoval
MEMBRO REGULAR DO COMITÊ



Adolfo Meza Espinoza
MEMBRO REGULAR DO COMITÊ



Jorge Tuesta
MEMBRO REGULAR DO COMITÊ



Mariana Castilho Alves
MEMBRO REGULAR DO COMITÊ



José Martín Matta Galindo
MEMBRO REGULAR DO COMITÊ



“
**(...) Busca-se facilitar a
adoção de práticas
responsáveis e
sustentáveis nas
operações comerciais
entre o Brasil e o Peru.**

Na sua primeira reunião interna, realizada em 31 de janeiro, foi aprovado um cronograma inicial de atividades que contempla diversas iniciativas a serem desenvolvidas nos próximos meses. Entre elas, destacam-se uma capacitação e um webinar programados para abril e agosto, respectivamente. A capacitação se concentrará nos benefícios e na importância de adotar critérios ESG (Ambiental, Social e Governança) e boas práticas sustentáveis para acessar novos mercados, melhorar a reputação corporativa, reduzir riscos e obter

financiamento verde. Por sua vez, o webinar abordará aspectos do universo jurídico relacionados à sustentabilidade e aos critérios ESG. Ambas as atividades, aprovadas pelo presidente da Câmara, constituem um passo fundamental para a criação de um ambiente empresarial sustentável

Um dos projetos mais destacados dentro do comitê é 'Alianças Sustentáveis', uma iniciativa proposta por Eilor Marigo, Coordenador do Projeto 'Alianças Sustentáveis'. Este projeto tem como objetivo conectar as empresas que oferecem serviços relacionados à sustentabilidade com aquelas que precisam de apoio na implementação de estratégias sustentáveis e de ESG. Ao fomentar essa interconexão, busca-se facilitar a adoção de práticas responsáveis e sustentáveis nas operações comerciais entre o Brasil e o Peru.

Além dos projetos em desenvolvimento, está sendo avaliada a organização de uma rodada de negócios para o segundo semestre do ano. Esta iniciativa, pendente de aprovação por parte do presidente da Câmara, oferecerá uma plataforma chave para que as empresas de ambos os países explorem novas oportunidades de colaboração comercial.

Por meio dessas atividades, o Comitê de Sustentabilidade/ESG não só busca fortalecer o intercâmbio comercial entre Brasil e Peru, mas também promover a inovação e a sustentabilidade como pilares essenciais para o desenvolvimento empresarial na região. Seu objetivo final é se tornar uma referência na América do Sul em relação à integração de práticas empresariais sustentáveis.



DIRETORIA DO COMITÊ DE SUSTENTABILIDADE / ESG			
N°	Nomes	Cargo	País
1	Violeta Valenzuela Recavamen	Presidente	Perú
2	Sara Leiva Mendoza	Vice-presidente	Perú
3	Carmen Rosa Hernández Salazar	Secretária	Perú
4	Fabio Elias Gomes	Coordenador de Capacitação	Perú
5	Juan Musso	Coordenador de Webinar	Brasil
6	Ivanilda Frazão Tolentino	Coordenadora de Rodadas de Negócios	Brasil
7	Elior De Almeida Marigo y equipo	Coordenador do Projeto Alianças Sustentáveis	Brasil
8	José Andrés Acosta	Suporte Técnico	Perú

Fonte: Elaboração própria

Além dos membros da Diretoria, o Comitê Brasil-Peru conta com um valioso grupo de membros que contribuem ativamente para o desenvolvimento de nossas iniciativas. Eles são:

N°	Nomes	Cargo	País
9	Ricardo Coda	Gerente Geral da Omni Logistic	Perú
10	Carlos Sandoval	Gerente general de UHY Blancas Sandoval & Asociados SAC	Perú
11	Adolfo Meza	Gerente Geral da PYSMISAC	Perú
12	Jorge Tuesta	Gerente Geral da Global Expert Corporation - GLEXCO	Perú
13	Mariana Castilho	CEO da ves Consultoria e Assessoria Empresarial Sociudades Unipessoal Ltda (GRUPO RIMINI)	Brasil
14	José Martín Matta	CEO & Fundador da OCCA 3	Brasil

Fonte: Elaboração própria



ENTREVISTA COM:

Alexis Marquina Forttini

CEO da Perú Ferias



1. Como surgiu a ideia de organizar eventos como o Perú Cargo Week e a Expo China no Peru?

A ideia do Perú Cargo Week nasceu em 2009, quando viajei para a Colômbia acompanhando meu pai em uma conferência sobre transporte terrestre, na qual ele foi convidado como palestrante. Naquele momento, ele liderava um importante sindicato de transporte de carga e presidia a Câmara Interamericana de Transporte, Capítulo Peru. Durante essa viagem, percebi a necessidade de realizar em nosso país um evento de transporte multimodal de alto nível. Decidimos organizar a primeira edição em 2011 na Fortaleza Real Felipe, em Callao, e desde então continuamos sem interrupções até 2025, quando celebraremos a 11ª edição.

A EXPO CHINA Peru é um projeto que estamos desenvolvendo com nossa equipe desde 2023. Seu principal objetivo é fortalecer ativamente as relações comerciais existentes com a China. Consideramos que 2025 é o momento ideal para lançar essa feira, após a inauguração do Megapuerto de Chancay. Este porto, juntamente com as ampliações dos terminais já existentes, oferece uma plataforma estratégica para que fornecedores chineses apresentem sua oferta tecnológica multisectorial à América Latina. Ao mesmo tempo, permite que o Peru e outros países da região exibam sua oferta exportável para este crescente mercado, com um foco especial em nossos produtos agrícolas.

2. Qual a importância do Perú Cargo Week para o setor logístico e de transporte de carga na região, especificamente para o Peru e Brasil?

O Perú Cargo Week é fundamental para o setor logístico e de transporte de carga, não apenas no Peru, mas em toda a região, com um impacto especial no Brasil. Este evento melhora a competitividade do comércio exterior e fortalece a cadeia de distribuição, beneficiando importadores e exportadores. Também facilita a conexão comercial entre o Peru, Brasil e outros países, otimizando rotas de transporte e promovendo o intercâmbio de mercadorias.

A adoção de tecnologias avançadas desempenha um papel fundamental neste evento, ajudando as empresas a melhorar a eficiência de suas cadeias de suprimentos. Além disso, promove o estabelecimento de relações comerciais estratégicas, facilitando o fluxo internacional de mercadorias em mercados chave como o Brasil.

Outro aspecto relevante é a promoção da sustentabilidade na logística, impulsionando práticas responsáveis que beneficiem tanto o meio ambiente quanto a reputação internacional dos países participantes. Por fim, o Perú Cargo Week representa uma grande oportunidade para pequenas e médias empresas, permitindo-lhes acessar soluções logísticas inovadoras e ampliar sua presença em mercados

**Perú Cargo Week
representa uma
grande oportunidade
para pequenas e médias
empresas.**



internacionais.

3. Qual tem sido a resposta das empresas e participantes nas edições anteriores do Perú Cargo Week?

Desde sua criação, o Perú Cargo Week contou com a participação das principais empresas do setor de transporte de carga, logística e comércio exterior em nosso país. O evento se consolidou como a principal vitrine para que empresas fornecedoras de soluções para o comércio exterior não apenas exibam seus produtos e serviços, mas também participem de congressos e encontros especializados. Eventos como o Congresso Internacional de Transporte de Carga, Logística e Comércio Exterior, o Fórum Portuário e Aeroportuário, a Roda de Negócios e o Coquetel Cargo, foram fundamentais para fortalecer as relações entre importadores, exportadores, transportadores e toda a cadeia logística. A resposta tem sido altamente positiva, com um crescimento contínuo na participação e nas oportunidades de negócios geradas.



“ O evento também se destaca por abordar tendências emergentes.

4. O que diferencia o Peru Cargo Week de outros eventos similares no nível global ou regional?

O Peru Cargo Week se distingue por seu enfoque integral no comércio exterior e na logística, adaptando-se às necessidades específicas de exportadores e importadores na América Latina. Sua plataforma permite que os participantes acessem soluções inovadoras em transporte, armazenamento e tecnologia, promovendo a colaboração entre todos os atores da cadeia de suprimentos.

O evento também se destaca por abordar tendências emergentes, como digitalização, automação e sustentabilidade. Sua localização estratégica no Peru, um país-chave para o comércio na região, o torna uma oportunidade única para impulsionar negócios e otimizar processos logísticos.

5. Como o Peru Cargo Week e a Expo China se equilibram no mesmo espaço e quais são seus objetivos em

termos de negócios e colaboração?

Ambos eventos se complementam perfeitamente. A EXPO CHINA é direcionada a compradores do setor público e privado interessados em adquirir produtos chineses, enquanto o Peru Cargo Week permite que empresas de logística e transporte ofereçam suas soluções para a importação e exportação desses produtos. Também é uma plataforma para pequenas e médias empresas em busca de novas representações e oportunidades de negócios.

6. Qual é o perfil das empresas participantes no Peru Cargo Week e Expo China, e por que seria interessante para empresários brasileiros?

Perú Cargo Week inclui empresas dos setores de logística, transporte, tecnologia, infraestrutura e serviços para a cadeia de suprimentos. Entre elas estão operadores logísticos, agências aduaneiras e empresas de transporte

multimodal.

EXPO CHINA, por sua vez, reúne empresas chinesas de manufatura, tecnologia, maquinário e produtos de consumo. Para empresários brasileiros, esses eventos representam uma oportunidade única para fortalecer sua infraestrutura logística, acessar novos fornecedores e diversificar sua oferta de produtos e serviços.

7. Qual é o papel das alianças internacionais no crescimento do setor?

As alianças internacionais são fundamentais para a expansão dos negócios em um mundo globalizado. A EXPO CHINA facilita a criação de vínculos comerciais entre empresas latino-americanas e chinesas, enquanto a CAMBRAPER (Câmara de Comércio Brasil-Peru) atua como uma ponte entre o Brasil e o Peru, promovendo a transferência de conhecimento e a integração das cadeias produtivas. Esses eventos são valiosos para os empresários brasileiros, pois lhes permitem estabelecer relações comerciais estratégicas, acessar mercados-chave como a China e fomentar a inovação e a competitividade na região.

“ **As alianças internacionais são chave para a expansão de negócios em um mundo globalizado.** ”



Comércio, Investimento e Desenvolvimento através da Rota de Integração Amazônica



Claudia Lapeyre Bringas

Conselheira SDR, Cônsul Geral do Peru
em Manaus.

“O desenvolvimento e consolidação deste eixo oferecem uma infinidade de oportunidades a curto, médio e longo prazo, não apenas a partir de Xangai, mas também na própria construção dessa via multimodal e ao longo de cada um de seus trechos”.

Nas últimas décadas, tem sido uma preocupação constante dos diferentes governos peruanos alcançar um maior desenvolvimento do nosso país por meio da geração de emprego produtivo, do aumento do investimento nacional e estrangeiro e da promoção das nossas exportações.

Com esse objetivo e por meio de diversos Ministérios e agências, incluindo o Ministério das Relações Exteriores, foram implementadas iniciativas, mecanismos e acordos que, aproveitando as circunstâncias favoráveis do cenário mundial, como a mudança do centro do poder econômico para a região da Cuenca Ásia-Pacífico e a criação do porto de Chancay no Peru, com uma linha direta de navegação para Xangai, resultaram



na abertura de mercados importantes, oportunidades de negócios e integração e desenvolvimento, através da inserção estratégica do Peru no mundo, a partir da América do Sul.

Talvez a rota de integração mais divulgada e estudada tenha sido o Projeto IIRSA Sul, que conecta a costa sul de Ica com Iñapari e faz parte do Eixo de Integração Peru-Brasil-Bolívia, o qual, até o momento, já está em operação, permitindo o transporte de carga de e para o Peru (incluindo o porto de Chancay), Bolívia e Brasil, principalmente para os Estados do Acre e Rondônia.

No entanto, é evidente que as dimensões do Brasil e sua importância econômica na região, como parceiro comercial do Peru, não se limitam a esse eixo de integração. Já está planejado e em desenvolvimento outro eixo multimodal que conecta, por via fluvial, o norte do Brasil, principalmente o Estado do Amazonas e a Zona Franca de

Manaus, com os principais portos fluviais do Peru (Iquitos, Pucallpa, Yurimaguas), os quais, por via terrestre, se conectam com os principais portos da costa peruana (Paita, Chancay, Callao e até o projetado porto de Pimentel) e, por sua vez, esses portos estão ligados ao Oceano, conectando-os a Xangai e aos principais portos de todo o Pacífico.

O desenvolvimento e a consolidação deste eixo oferecem inúmeras oportunidades a curto, médio e longo prazo, não apenas a partir de Xangai, mas também na própria construção dessa via multimodal e ao longo de cada um dos seus trechos.

“ Talvez a rota de integração mais divulgada e estudada tenha sido o Projeto IIRSA Sul.

Há oportunidades para investidores portuários, operadores logísticos terrestres, fluviais, marítimos e oportunidades que se vislumbram no curto prazo para companhias aéreas de carga e passageiros, assim como para empresas que atuam em todos os serviços relacionados a essas atividades.

A Zona Franca de Manaus é um importante polo econômico no país, com mais de 600 empresas, muitas delas multinacionais de grande porte, como Samsung, LG, Honda, para citar apenas algumas. Essas empresas importam uma grande parte de seus componentes da Ásia e também exportam parte de sua produção de alta tecnologia. Além disso, o Estado do Amazonas possui uma significativa produção de minerais, madeiras e produtos farmacêuticos, que também podem representar fontes de negócios importantes.

Por outro lado, toda a região norte do Brasil, com suas dezenas de milhões de habitantes (pelo menos 2 milhões em Manaus), representa um grande mercado cheio de oportunidades para os produtos de consumo de nosso país. Embora esses produtos já sejam comercializados em pequenas quantidades através da tríplice fronteira e cheguem até Manaus desde os tempos da Gran Colômbia, graças a esse novo eixo de integração, poderiam chegar em grandes quantidades e de forma mais fácil. Isso permitiria abastecer grandes mercados e redes de supermercados com produtos como frutas, tubérculos, legumes, hortaliças, peixes do mar, truta, mariscos, entre outros.

Esse mesmo mercado também oferece grandes possibilidades para roupas de



algodão e materiais de construção, como cimento, ferro, pedra britada e diversos acabamentos de construção, assim como para serviços de gastronomia, internet, telecomunicações, logística, eletricidade e turismo.

Como fluxo de retorno que sustente a cadeia logística de exportação de produtos para o Brasil, poderiam ser transportados de volta arroz, açúcar, carnes de boi, frango e porco, óleos lubrificantes, combustíveis, produtos farmacêuticos e cosméticos, automóveis, motocicletas, celulares, tablets, entre outros produtos de tecnologia, os quais poderiam ter como destino final nosso país ou ser distribuídos através de nossos portos para todo o Pacífico.

“ A Zona Franca de Manaus é um importante polo econômico no país. ”

As possibilidades que se abriram a partir do norte do Brasil, através de Manaus, para investidores e comerciantes de bens e serviços de todos os tipos e dimensões, são infinitas e já estão em movimento graças ao esforço conjunto do Estado e dos empresários.

Fóruns como o Comitê de Fronteira Amazônica Norte, que reunirá nos próximos meses em Manaus os governos regionais e os atores econômicos e sociais de ambos os países, contribuirão para facilitar e acelerar toda essa dinâmica comercial e de integração viária e econômica, e, por isso, devem ser apoiados e valorizados pela comunidade empresarial.



ASE
CONSULTORES

Somos uma empresa consultoria com mais de 45 anos de experiência no mercado, composta por uma equipe de profissionais especializados no fortalecimento das organizações, no desenvolvimento organizacional e financeiro, assim como nas suas capacidades de comunicação e relacionamento estratégico.



CONTATE-NOS:
Edifício Lima Central Tower,
Av. El Derby N° 254 Piso 14,
Oficina 1404 – Surco - Lima.
<https://ase.pe/>



Três pequenas experiências para esses dez longos anos



Ramiro Figueroa Solano
Gerente Geral Bauducco

“Algumas das experiências que nos levaram a superar esses desafios de marca ao longo desses últimos 10 anos e, até 2025, finalmente colher alguns frutos”.

Às vezes nos perguntamos sobre todos os desafios que envolvem abrir uma empresa brasileira no Peru, é certamente muitas respostas rondam nossas cabeças. Por isso, decidi registrar neste artigo algumas das experiências que nos ajudaram a superar esses desafios de marca durante os últimos 10 anos e, em 2025, finalmente colher alguns frutos no Peru.

1.A barreira do idioma: "Senhores, é BAUDUCCO"

Sabemos que falamos idiomas diferentes e, durante os primeiros anos da marca no Peru, muitos dos peruanos comuns, como você ou eu, não conseguiam pronunciar a palavra corretamente. Eles diziam Bambuco, Beumuco, Baduco e uma infinidade de apelidos, mas sempre associados ao “B”, o que nos levou a perceber que precisávamos

Tínhamos que reforçar um bom posicionamento da marca na mente do consumidor, ainda mais sabendo que é o sobrenome do dono e que deveríamos pronunciá-lo corretamente. Hoje conseguimos isso com muito esforço e investimento ano após ano.

Como aprendizado para os exportadores da Câmara de Comércio do Brasil, busquem sempre um produto que seja de fácil pronúncia para o mercado ao qual chegam, neste caso o peruano. Se necessário, façam algum ajuste sutil no produto, pois lembrem-se que produtos como “bolinhos, bisnaguinhas” não existem aqui. Não se esqueçam também de antecipar questões de marca com o órgão responsável pela proteção da mesma aqui no Peru: o Indecopi.

2.Adaptação Cultural: "O maior do mundo"

Todos os peruanos em geral sabemos que os brasileiros sempre utilizam a frase “o mais grande do mundo”, não só devido à grande extensão territorial do país, mas também por serem reconhecidos por diversos aspectos como futebol, surfe, carnaval, praias, selvas tropicais, novelas, etc.

No entanto, isso nem sempre é verdade no Peru, então às vezes é melhor manter um perfil mais discreto para algumas coisas, para poder, no momento certo, fazê-las realmente como devem ser feitas. Não à toa, hoje nos conhecem como o panetone mais vendido do mundo.

“ Busquem sempre um produto que seja de fácil pronúncia para o mercado ao qual chegam.



Qual é o aprendizado para nossos amigos exportadores?: "Guardemos sempre pão para maio", dizemos nós. Nos primeiros anos, por mais que se tenha, devemos ser cuidadosos com o que realmente queremos e temos; ainda mais nestes tempos, manter um perfil baixo para manter uma marca com humildade nos primeiros anos, não necessariamente é uma estratégia ruim, especialmente se a marca já é conhecida lá fora, mas não aqui; pelo contrário, isso pode nos trazer grandes satisfações no futuro.

3.Inovação: "sempre algo diferente"

Para o peruano, isso é o mais chamativo, somos um país ainda conservador e qualquer novidade nos chama a atenção; na empresa, sempre trazíamos um produto que não era comercializado aqui no Peru, mas sim no Brasil. Não importava o volume de vendas, mas sim o fator diferencial que se obtinha frente ao mercado. Todos os anos que fazíamos isso, o fator 'uau' foi muito notável, e isso se refletiu em vendas dos produtos regulares

Aprendamos, amigos exportadores, que isso no Brasil sempre existe, há milhares de produtos que vocês têm que estão em outro momento ou estágio em relação ao que hoje se tem no Peru. Não tenhamos medo do fracasso, e muito menos do sucesso!

Viva o Peru, Viva o Brasil ; e boas vendas!!!



Celebração do primeiro ano da CAMBRAPER: um coquetel de sucessos e alianças estratégicas



Um evento repleto de conexões estratégicas e alianças chave para o futuro. A CAMBRAPER encerra seu primeiro ano de operações com um coquetel de sucesso, reunindo importantes figuras dos setores público e privado do Peru e do Brasil, reafirmando seu compromisso em fortalecer os laços comerciais entre os dois países.

No dia 28 de novembro, a Câmara de Comércio Brasil-Peru (CAMBRAPER) comemorou o encerramento de seu primeiro ano de operações com um coquetel em São Paulo, uma das cidades mais vibrantes do Brasil. O evento reuniu importantes personalidades dos setores público e privado do Peru e do Brasil, marcando um marco significativo no fortalecimento dos laços comerciais entre os dois países.

Con un ambiente cordial y propicio para el networking, los asistentes pudieron intercambiar ideas y explorar nuevas oportunidades de negocio. Entre los invitados se destacaron los Exmos. Srs. Embajadores Romulo Acurio de Perú y João Clemente Baena Soares de Brasil, quienes con su presencia otorgaron un valor especial al evento, simbolizando la estrecha colaboración entre ambas naciones.

Este coquetel foi mais do que uma celebração; foi uma demonstração do compromisso da CAMBRAPER em continuar promovendo um ambiente de cooperação e crescimento para as empresas do Peru e do Brasil.

A Câmara continua se consolidando como uma ponte estratégica para facilitar a troca comercial, fomentar novos investimentos e apoiar seus membros na expansão e consolidação nos mercados bilaterais.

Desde a CAMBRAPER, estendemos um agradecimento especial a todos os nossos convidados pela participação e às personalidades que tornaram este evento possível. Esperamos continuar trabalhando juntos para impulsionar o desenvolvimento econômico de ambos os países e fortalecer ainda mais nossa rede de contatos empresariais.

"Este evento é um reflexo do bem-sucedido primeiro ano da CAMBRAPER. Agradecemos a todos os presentes pelo apoio contínuo e reafirmamos nosso compromisso de continuar fortalecendo os laços comerciais entre o Brasil e o Peru." exclamou Rafael Torres, Presidente da Câmara de Comércio Brasil Peru



Nuestros próximos eventos

CAFÉ DA MANHÃ: MUDANÇAS TRIBUTÁRIAS NO BRASIL E REPERCUSSÕES NO COMÉRCIO COM O PERU

21 de março de 2025

Hora São Paulo (SP): 09:30 - 11:00

Hora Lima (Perú): 07:30 - 09:00

Evento Híbrido
(Membros e Convidados)

PROGRAMA: VISITA ÀS INSTALAÇÕES DO MEGAPORTO DE CHANCAY E ESPAÇOS LOGÍSTICOS COMPLEMENTARES

03 de abril de 2025

Hora São Paulo (SP): 9:00 a.m. - 4:00 p.m.

Hora Lima (Peru): 7:00 a.m. - 2:00 p.m.

Evento presencial
(associados CAMBRAPER e membros RIN)

REUNIÃO FECHADA: APRESENTAÇÃO DE AVANÇOS, NOVIDADES E NOVOS MEMBROS

10 de abril de 2025

Hora São Paulo (SP): 09:30 - 11:00

Hora Lima (Perú): 07:30 - 09:00

Evento Virtual
(Somente membros e aliados)

CAPACITAÇÃO: COMITÊ DE SUSTENTABILIDADE

14 de abril de 2025

Hora São Paulo (SP): 5:00 p.m. - 6:30 p.m.

Hora Lima (Perú): 3:00 p.m. - 4:30 p.m.

Evento Virtual
(Somente membros e aliados)

RODA DE NEGÓCIOS: COMITÊ SUPPLY CHAIN / LOGÍSTICA

12 de maio de 2025
(Horário a confirmar)

Evento presencial

CAFÉ DA MANHÃ: BRASIL

21 de maio de 2025

Hora São Paulo (SP): 08:30 - 10:00

Hora Lima (Perú): 06:30 - 08:00

Evento Híbrido
(Membros e Convidados)

Nuestros próximos eventos

REUNIÃO FECHADA: APRESENTAÇÃO DE AVANÇOS, NOVIDADES E MEMBROS

30 de maio de 2025

Hora São Paulo (SP): 09:30 - 10:30

Hora Lima (Perú): 07:30 - 08:30

Evento virtual
(Somente membros e aliados)

CAFÉ EMPRESARIAL LIMA: COMITÊ SUPPLY CHAIN: OPORTUNIDADES COMERCIAIS

05 de junho de 2025

Hora São Paulo (SP): 10:30 - 12:00

Hora Lima (Perú): 08:30 - 10:00

Evento Virtual
(Membros, aliados e convidados)

CAPACITAÇÃO: COMITÊ SUPPLY CHAIN - ARANCELS E ABRANGÊNCIA DO TLC ENTRE O BRASIL E O PERU

23 de junho de 2025

Hora São Paulo (SP): 5:00 p.m. - 6:30 p.m.

Hora Lima (Perú): 3:00 p.m. - 4:30 p.m.

Evento virtual
(Somente membros e aliados)

FÓRUM BRASIL-PERU (EVENTO INTERNACIONAL)

26 de junho de 2025

Hora São Paulo (SP): 10:00 a.m. - 4:00 p.m.

Hora Lima (Peru): 8:00 a.m. - 2:00 p.m.

Evento presencial



Conheça nossos Associados

Business Communications Consulting S.A.C. - Associado do Peru


CÁMARA DE COMERCIO
BRASIL - PERÚ



Nombre completo:
Alejandro R. Gordillo

 **Empresa:** BUSINESS COMMUNICATIONS CONSULTING SAC

 **Cargo:** Gerente General

 **Servicios o productos que ofrece en el mercado:** Proveedora de Servicios de Idiomas. (Traducción, interpretación, localización, sutitulación y doblaje, capacitación en idiomas, transcripción)

 **Actividades adicionales:** Organizador de campeonatos internacionales, especialmente el remo.

 **Organizaciones en las que participa:** BNI, CRL-NET, ULEM

 **País:** PERU

 **Correo:** agordillo@bcc.com.pe

Seyconel Automação Industrial LTDA - Associado do Brasil


CÁMARA DE COMERCIO
BRASIL - PERÚ



**Edson Achy
&
Edsel Junior**

 **Empresa:** Seyconel Automação Industrial LTDA

 **Cargo:** Sócios fundadores

 **Servicios o productos que ofrece en el mercado:** Equipamentos e acessórios para elevação e movimentação de carga

 **Actividades adicionales:** Inspeção e manutenção de equipamentos de movimentação de carga

 **Organizaciones en las que participa:** X

 **País:** Brasil

 **Correo:** export@seyconel.com.br