

# CAMBRAPER

REVISTA

Edición N° 5 | Marzo 2025 |

¿Cómo nació la idea de organizar eventos como Perú Cargo Week y Expo China en el Perú?

**Entrevista a Alexis Marquina, CEO de Perú Ferias**

Lambayeque y Brasil: Oportunidades de Comercio e Inversión para un Futuro Conectado.

**Entrevista a Jorge Luis Pérez Flores, Gobernador Regional de Lambayeque**

Entrevista a:

**JORGE VIANA**

Presidente de APEX BRASIL

ApexBrasil 

---

La revista que refuerza el flujo comercial y de inversiones entre Perú y Brasil



N. ° 5 - Marzo 2025

**CAMBRAPER - La Revista**

© **Cámara de Comercio Brasil Perú**

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](http://www.camarabrape.org)

#### **DIRECCIÓN GENERAL CAMBRAPER**

Óscar Vásquez-Solís S.

**Edición, diagramación y comercialización:**  
Red Internacional de Negocios SAC

#### **JUNTA DIRECTIVA 2025**

##### **PRESIDENTE**

Rafael Torres Morales - Grupo TYTL

##### **VICEPRESIDENTE**

Lilian Schiavo - OBME (Organizacion de Mujeres  
Empresarias en Brasil)

#### **MIEMBROS**

Marcel Daltro - Nelson Wilians

Adolpho Bergamini - Bergamini Advogados

Eilor de Almeida Marigo - SMP Brazil

Franz Lopez Paredes - FL NEGOCIOS Internacionais

Marcelo Ricomini - Ricomini ADV

Dirección de Comercio Exterior: Luis Silva Olivera

**Consejo de Promoción de Comercio e Inversiones  
de CAMBRAPER (sede Perú):**

Luis Torres Paz

Carlos Penny-Bidegara

Vicky Cruz Tantapoma



# ÍNDICE

1

## **Editorial**

Por Rafael Torres Morales, Presidente CAMBRAPER

pág. 06

2

## **Tecnología | Adquiriendo nuevas habilidades con la I.A.**

Por Andrés Acosta Chávez, CEO de Aura Systems

pág. 07

3

## **Negocios | La minería en el Perú**

Por Giorgio Albertini, Socio principal de Albertini Abogados

pág. 09

4

## **Negocios | Oportunidades y desafíos en el comercio de alimentos y bebidas entre Brasil y Perú**

Por Rafael Torres Morales, Presidente CAMBRAPER

pág. 12

5

## **Negocios | La cultura organizacional como ventaja competitiva: un enfoque entre Brasil y Perú**

Por María del Carmen Portocarrero Varela, CEO Headhunter

pág. 15

6

## **Entrevista | Entrevista a Jorge Viana**

Presidente de APEX BRASIL

pág. 19

# ÍNDICE

7

## **Gastronomía | Ciudad maravillosa y gastronómica**

pág. 26

por Fernando Blower, Presidente de SindRio y Director Ejecutivo de la ANR.

8

## **Entrevista | Entrevista a Jorge Luis Pérez Flores, Gobernador Regional de Lambayeque (Perú)**

pág. 29

9

## **Negocios | El efecto Trump en la economía: cómo afectará las inversiones y negocios en el Perú**

pág. 34

Por Javier Zuñiga, Gerente General de ASFINSA. Experto y Conferencista en temas Macroeconómicos y Microeconómicos.

10

## **Sostenibilidad | El Comité de Sostenibilidad/ESG de la Cámara de Comercio Brasil-Perú: Un Paso Decisivo Hacia la Cooperación Sostenible**

pág. 38

Por Comité de Sostenibilidad/ESG de CAMBRAPER

11

## **Entrevista | Entrevista a Alexis Marquina Forttini,**

CEO de Perú Ferias

pág. 42

12

## **Negocios | Comercio, inversión y desarrollo a través de la ruta de integración Amazónica**

pág. 46

Por Claudia Lapeyre Bringas, Consejera SDR y Cónsul General del Perú en Manaus

# ÍNDICE

13

**Negocios** | Tres pequeñas experiencias para estos diez largos años

Por Ramiro Figueroa Solano, Gerente General Bauducco

pág. 50

14

**Eventos** | Celebración del primer año de CAMBRAPER: un cóctel de éxitos y alianzas estratégicas

pág. 53

15

**Institucional** | Nuestros próximos eventos

pág. 55

16

**Institucional** | Conoce a nuestros asociados

pág. 57

# EDITORIAL

Fortaleciendo lazos, impulsando el futuro con gran satisfacción presentamos la 5ta edición de la revista CAMBRAPER, un espacio consolidado de información, análisis y debate sobre los temas clave que fortalecen la relación comercial y de inversión entre Perú y Brasil. En cada entrega, reafirmamos nuestro compromiso de fomentar el intercambio de conocimientos y oportunidades, creando puentes para el desarrollo sostenible y la integración económica.

En esta edición, abordamos temas de gran relevancia, desde el impacto de la inteligencia artificial en los negocios hasta el papel estratégico de la infraestructura logística en el comercio bilateral. Conversamos con líderes del sector, como Jorge Viana, presidente de APEX Brasil, quien comparte su visión sobre el comercio exterior y Alexis Marquina, CEO de Perú Ferias, quien analiza la evolución de las plataformas comerciales en el país. También exploramos las oportunidades de inversión en Lambayeque, una región clave para la integración con Brasil y analizamos tendencias como la influencia de la cultura organizacional en la competitividad empresarial.

La misión de CAMBRAPER es clara: ser un catalizador del crecimiento y la colaboración entre empresarios peruanos y brasileños.

Seguiremos promoviendo eventos, diálogos y estrategias que permitan a nuestras naciones crecer juntas en un entorno cada vez más dinámico.

Agradecemos a nuestros colaboradores, aliados y lectores por acompañarnos en este camino. El comercio y la inversión son motores de desarrollo y, en CAMBRAPER, estamos comprometidos con fortalecer estos lazos para el futuro.



**RAFAEL TORRES MORALES**

*Presidente CAMBRAPER*

## Adquiriendo nuevas habilidades con la I.A.



*Andrés Acosta Chávez*  
CEO de Aura Systems

**“La tecnología de IA fortalece la toma de decisiones seguras y convierte la alfabetización digital en una necesidad”**

Desde el lanzamiento de ChatGPT en noviembre de 2022, la inteligencia artificial (IA) ha comenzado a transformar la forma en que las empresas manejan sus procesos internos y modelos de negocio, buscando mayor eficiencia y productividad. La adopción de la IA nos sitúa en la antesala de una transformación sin precedentes, comparable solo a la última revolución industrial, y está revolucionando sectores como el legal, bancario, seguros y mercados de capitales, además de retail, turismo, salud y energía.



## **El futuro de los negocios no será impulsado solo por la IA, sino por las personas que sepan aprovecharla.**

La tecnología de IA fortalece la toma de decisiones seguras y convierte la alfabetización digital en una necesidad.

Adquirir habilidades en inteligencia artificial no solo requiere inversión por parte de las empresas, sino también iniciativa individual, estudio y esfuerzo constante de los colaboradores.

La experiencia y el conocimiento especializado de cada colaborador son activos valiosos para cualquier organización. Sin embargo, a medida que la IA asume un mayor número de tareas, existe el riesgo de pérdida de este conocimiento acumulado. Mantener este conocimiento es crucial para que una empresa pueda navegar en tiempos de incertidumbre. Un ejemplo claro es el de los pilotos de avión: cuando surge una situación inesperada, el piloto automático se desactiva, y los pilotos toman el control, momento en el que deben saber cómo actuar. De ahí la importancia de desarrollar y mantener la experiencia del personal.

Aunque la IA evoluciona rápidamente, aprender a utilizarla puede inicialmente disminuir la productividad, un proceso

que se compensa, como se diría popularmente, con "dejar el hacha para aprender a usar una motosierra". También es esencial la medición precisa de la productividad: empresas como Microsoft o Google emplean la IA para definir qué medir, cómo medirlo y optimizar así la producción y el rendimiento de sus equipos.

Ninguna otra innovación en la historia ha avanzado tan rápidamente. El futuro de los negocios no será impulsado solo por la IA, sino por las personas que sepan aprovecharla eficazmente.

La IA sigue siendo una herramienta, mientras que las personas son la pieza central. El verdadero potencial se alcanza con una alfabetización tecnológica mejorada, un modelo de negocio bien pensado y procesos que integren a los humanos con sus "copilotos" de IA. Para ello, el talento debe familiarizarse con las capacidades de la IA y aprender a utilizarlas de la mejor manera posible.



## La minería en el Perú



*Giorgio Albertini*

Socio Principal de Albertini Abogados

**“El Perú está siendo por tercera vez sede del foro APEC, Cooperación Económica Asia-Pacífico, que reúne importantes líderes de dicha región, consolidando su protagonismo como hub internacional”.**

La minería en Perú presenta indicadores positivos en lo que va del año, mostrando importantes cifras de crecimiento. Según la Dirección General de Promoción y Sostenibilidad Minera del Ministerio de Energía y Minas (MINEM), la inversión minera superó los US\$ 406 millones en agosto, registrando un crecimiento de 3.6% con respecto a lo declarado en julio (US\$ 392 millones).

Asimismo, la inversión acumulada a agosto del 2024 asciende a más de US\$ 2918 millones, lo que significa una variación positiva de 7.5% si se compara con el resultado acumulado de enero a agosto del 2023 (US\$ 2715 millones).

Entrando en más detalle, entre enero y agosto del presente año, la inversión en equipamiento minero registró un incremento del 30.8%, respecto a lo reportado en el mismo intervalo de meses del 2023, además del 24.7% de crecimiento en exploración minera y un importante incremento en el rubro de plantas de beneficio.

En lo que respecta a producción, el MINEM reporta aumentos significativos en agosto de este año en metales clave como el cobre (10.7%), plata (30.0%), plomo (10.1%), estaño (5.0%) y molibdeno (42.4%), a comparación de los resultados registrados en el mismo mes de 2023.

En cuanto al análisis acumulado, desde enero a agosto del 2024, se observan incrementos importantes en la producción de la mayoría de los productos principales como, oro (10.5%), plata (13.6%), plomo (9.6%),

hierro (1.5%), estaño (44.7%) y molibdeno (30.3%), respecto al registro de similar periodo de 2023.

El 5 de noviembre, la agencia de calificación Fitch Ratings elevó la perspectiva de calificación de la deuda de Perú, pasando de negativo a estable y ratificó la calificación de riesgo emisor (IDR) de largo plazo en moneda extranjera y local del país en BBB.

“  
**Perú tiene una  
ventaja competitiva  
importante al ser  
uno de los  
principales  
productores de  
minerales.**



De acuerdo con Fitch, dicha calificación se sustenta en una sólida liquidez externa, un historial de estabilidad macroeconómica y un marco de políticas disciplinado.

En este contexto de cifras e indicadores positivos, es relevante destacar la Política Nacional Multisectorial de Minería al 2050 (PNMM 2050) que busca promover el desarrollo equitativo de esta industria, con una visión a largo plazo, fomentando la inversión e impulsando prácticas de minería sostenible y responsable.

LA PNMM 2050 requerirá el compromiso de los sectores que participan en el Grupo de Trabajo Multisectorial, bajo la presidencia del MINEM. Estos son los ministerios de Economía y Finanzas, Vivienda, Construcción y Saneamiento, Cultura, Ambiente, Salud, Interior, Transportes y Comunicaciones, y la Presidencia del



Consejo de Ministros.

Además, actualmente se viene trabajando en la implementación de la Ventanilla Única Digital (VUD), la cual busca brindar al titular minero de manera más eficiente, la ruta y los procesos que tiene que realizar para iniciar sus actividades, desde la solicitud de una concesión minera hasta el permiso para actividades de explotación.

En la fecha de redacción del presente artículo, Perú está siendo por tercera vez sede del foro APEC, Cooperación Económica Asia-Pacífico, que reúne importantes líderes de dicha región, consolidando su protagonismo como hub internacional.

**Finalmente**, se debe resaltar que Perú tiene una ventaja competitiva importante al ser uno de los principales productores de minerales estratégicos, tales como cobre, plata y zinc, esenciales para las tecnologías de energía limpia.

Esta ventaja competitiva sumada al enfoque actual del Estado que busca garantizar que las políticas mineras estén alineadas con las tendencias globales de sostenibilidad y transparencia, deberán concretarse de manera eficiente y mantenerse en el tiempo para lograr que Perú siga siendo reconocido no solo por su producción, sino también por promover la minería responsable y sostenible, con un compromiso firme hacia estándares ambientales y sociales.

Fuentes: MINEM y Diario El Comercio

# Oportunidades y desafíos en el comercio de alimentos y bebidas entre Brasil y Perú



**Rafael Torres Morales**

Presidente de CAMBRAPER

**“Existen varios desafíos que deben ser abordados para consolidar el intercambio bilateral y garantizar que ambas economías aprovechen al máximo las oportunidades”.**

El comercio entre Brasil y Perú, especialmente en el sector de alimentos y bebidas, ha crecido (en cuanto a productos se refiere) en los últimos años, impulsado por la creciente demanda de productos brasileños de alta calidad y la mejora en las condiciones comerciales y logísticas aunque hasta el momento bastante limitadas.

Sin embargo, a pesar de este potencial, existen varios desafíos que deben ser abordados para consolidar el intercambio bilateral y garantizar que ambas economías aprovechen al máximo las oportunidades que este sector ofrece.

## Oportunidades en el Mercado Peruano

Brasil es reconocido por la calidad de sus productos alimenticios, lo que abre un abanico de oportunidades en el mercado peruano, que ha demostrado ser cada vez

más receptivo a los productos internacionales, particularmente en el sector de alimentos y bebidas.

### **1. Carnes y Derivados:**

Las carnes brasileñas, especialmente la carne bovina y el pollo, son de alta calidad y cumplen con los estándares internacionales. Esta ventaja, junto con la creciente demanda de proteínas animales en Perú, ha favorecido la penetración de estos productos en el mercado peruano. Además, las mejoras en el acceso sanitario han facilitado aún más su exportación.

### **2. Café y Cacao:**

Brasil es uno de los mayores productores de café y cacao del mundo. Estos productos tienen un gran potencial en el mercado peruano, especialmente entre los consumidores de alto poder adquisitivo que buscan productos de calidad superior.

**“ La gestión eficiente de la cadena de suministro es esencial para asegurar que los productos lleguen en condiciones óptimas**

### **3. Productos Procesados:**

Jugos, conservas, salsas y otros productos procesados tienen una alta demanda en Perú, especialmente aquellos que ofrecen conveniencia y valor agregado. Las marcas brasileñas pueden aprovechar este nicho para posicionarse en un mercado en crecimiento.

### **4. Productos Agrícolas:**

La soja y el maíz brasileños tienen un gran potencial en Perú, especialmente dada su importancia en la producción alimentaria y la capacidad de abastecer a la industria peruana con productos de alta calidad.



## 5. Gestión de la Cadena de Suministro:

Las diferencias en la calidad de los productos y las dificultades logísticas pueden afectar la frescura y disponibilidad de los productos. La gestión eficiente de la cadena de suministro es esencial para asegurar que los productos lleguen en condiciones óptimas a los consumidores peruanos.

## 6. Barreras Culturales y de Mercado:

Las diferencias culturales entre ambos países pueden influir en la aceptación de ciertos productos. Es necesario desarrollar estrategias de marketing que se adapten a las preferencias y costumbres locales para asegurar una mayor penetración en el mercado peruano.

## Oportunidades de Mejora a Través de la Infraestructura

Uno de los grandes avances que puede mejorar significativamente el comercio bilateral es el desarrollo de infraestructuras logísticas clave. El megapuerto de Chancay, es una de las infraestructuras más prometedoras. Este puerto, que conectará directamente el Perú con Asia, reducirá los tiempos de envío entre América del Sur y China entre un 20% y un 40%, lo que facilitará el comercio entre Brasil y Perú y reducirá los costos logísticos asociados al transporte marítimo.

Además, la Carretera Interoceánica del Sur, a pesar de sus 14 años de operación, aún enfrenta desafíos en términos de infraestructura en los puntos fronterizos. Mejorar esta carretera, junto con la implementación de una línea ferroviaria entre los dos países, sería clave para optimizar el flujo



de mercancías.

## Conclusión: Cooperación para un Futuro Próspero

Para superar estos desafíos y aprovechar al máximo las oportunidades, es fundamental que Perú y Brasil trabajen de manera conjunta en un programa binacional que aborde los principales obstáculos. Esto incluye mejorar la coordinación regulatoria, invertir en infraestructura logística, y promover la capacitación de los exportadores. La implementación de tecnología en la gestión aduanera y la mejora de las rutas de transporte contribuirán a reducir los costos y aumentar la eficiencia, garantizando que el comercio de alimentos y bebidas entre ambos países siga creciendo y beneficiando a ambas economías.

Solo a través de una colaboración estrecha entre los sectores público y privado será posible convertir las oportunidades del comercio bilateral de alimentos y bebidas en una realidad próspera para Brasil y Perú.



## La cultura organizacional como ventaja competitiva: un enfoque entre Brasil y Perú



**María del Carmen Portocarrero Varela**

CEO Headhunter y Experta en Gestión del Talento Humano, fundadora y Directora Ejecutiva de Inspira – MPV Consultores Asociados.

**“Más que un conjunto de normas o de valores declarados, la cultura organizacional define el carácter de una empresa, el comportamiento colectivo de quienes la conforman y la capacidad de la organización para adaptarse a los cambios”.**

En este mundo globalizado, la cultura organizacional se ha convertido en un factor clave para el éxito empresarial y, sin duda, constituye una ventaja competitiva. A lo largo de mi trayectoria profesional, tanto en organismos internacionales (ONU) como en corporaciones globales (EY, PwC, Novartis, APM Terminals, Ransa, entre otras), y en mi rol actual como CEO y fundadora de una consultora, he podido observar que la cultura organizacional es el elemento diferenciador que impulsa o limita el desarrollo de las empresas, tanto a nivel local como internacional. Más que un conjunto de normas o de valores declarados, la cultura organizacional define el carácter de una empresa, el comportamiento colectivo de quienes la conforman y la capacidad de la organización para adaptarse a los cambios y

emprender nuevos desafíos, especialmente cuando se trata de retos binacionales.

### La magia de la cultura

Como señala Roberto Mourey, CEO y fundador de Mettaliderazgo, consultora en Cultura de Alta Velocidad, "la cultura impacta directamente en el comportamiento y en los resultados de la organización; la cultura de la organización es como el carácter de las personas". Al igual que la personalidad de un individuo influye en sus decisiones y relaciones, la cultura organizacional moldea las actitudes y conductas de sus colaboradores, impactando en la forma en que una empresa opera, innova y crece en el mercado.

Las empresas exitosas reconocen que su ventaja competitiva no radica únicamente en sus productos o servicios, sino en su capacidad para construir una cultura organizacional alineada con su misión y visión. Un ambiente laboral donde los valores compartidos sean prioridad fomenta el compromiso, la productividad y la innovación, factores esenciales en un entorno empresarial dinámico. Y esto se traduce no solo en la forma de hacer negocios al interior de empresas individuales, sino también en la cultura empresarial de los países, en general.

“  
**La cultura organizacional moldea las actitudes y conductas de sus colaboradores**

### La conexión cultural entre Brasil y Perú

Este enfoque, pues, cobra aún más relevancia en el contexto de Brasil y Perú, dos países con profundas raíces culturales que se reflejan en su forma de hacer negocios. Ambos comparten una herencia diversa, con influencias indígenas, africanas y europeas, lo que ha dado lugar a una riqueza cultural que impacta tanto en la vida social como en el ámbito empresarial.

En el mundo de los negocios, conocer y comprender estas diferencias y similitudes culturales, que se traducen de una u otra forma en la cultura organizacional de las empresas y de la forma de hacer negocios de cada país, es clave para establecer relaciones comerciales efectivas. Dichas culturas organizacionales influyen, ya se ha visto, en la forma en que las compañías toman decisiones, gestionan equipos y negocian acuerdos. En este sentido, la integración económica entre Brasil y el Perú se ha visto fortalecida por proyectos estratégicos que han facilitado el comercio y la cooperación entre ambas naciones, considerando



este puente cultural-organizacional y las relaciones que de este se desprenden.

**Integración binacional y oportunidades comerciales: el puerto de Chancay y la carretera Interoceánica.**

Uno de los desarrollos más significativos en esta integración binacional es el puerto de Chancay, ubicado a setenta kilómetros al norte de Lima. Este proyecto, desarrollado con inversión china, representa una de las infraestructuras logísticas más ambiciosas del Perú. Su construcción ha generado más de siete mil quinientos empleos, directos e indirectos, y su calado natural, superior a dieciséis metros, permitirá recibir embarcaciones de gran escala, facilitando el acceso a mercados de Asia, Europa y América, y



fortaleciendo, por supuesto, el comercio entre el Perú y Brasil.

Pero no solo eso. También consolidará al Perú como un hub estratégico en la red de comercio internacional. La optimización del transporte de mercancías reducirá costos y tiempos logísticos, beneficiando a las empresas exportadoras de ambos países y promoviendo un mayor intercambio comercial.

Otro pilar clave en esta integración internacional, y específicamente entre Perú y Brasil, es la carretera Interoceánica. Con una extensión de más de dos mil quinientos kilómetros en el territorio peruano, esta vía conecta los puertos del Pacífico con el Atlántico, atravesando regiones estratégicas como Arequipa, Puno y Madre de Dios. Más que una simple conexión terrestre, esta carretera ha facilitado el comercio y ha abierto nuevas oportunidades para las empresas de ambos lados del continente, permitiéndoles acceder a mercados internacionales de manera más eficiente.

**Oportunidades comerciales en un contexto global**

En el actual escenario global, Brasil y el Perú emergen como actores clave en la economía sudamericana. Por ello, la Cámara de Comercio Brasil-Perú juega un rol fundamental no solo en fortalecer las relaciones comerciales, sino también culturales-organizacionales, promoviendo redes de contacto, eventos de integración comercial y grupos de trabajo, impulso de sectores estratégicos que conciernen a ambos países, temas medioambientales y de sostenibilidad, así como inversiones y



# ENTREVISTA A:

## Jorge Viana

**Presidente de  
APEXBRASIL**



Foto: Geraldo Magela/Agência Senado)

### **1. ¿Cuál es el papel de ApexBrasil en el fortalecimiento de las relaciones comerciales con Perú y cómo actúa para mejorar la integración económica entre ambos países?**

ApexBrasil (Agencia Brasileña de Promoción de Exportaciones e Inversiones) desempeña un papel fundamental en el fortalecimiento de las relaciones comerciales y la integración económica entre Brasil y Perú. La Agencia participa directamente en el estímulo a las exportaciones brasileñas, la atracción de inversiones y la promoción de asociaciones comerciales y tecnológicas.

La misión de ApexBrasil es facilitar el acceso de las empresas brasileñas al

mercado peruano, organizando misiones comerciales, participaciones en ferias y eventos de negocios, además de brindar apoyo técnico y asesoría a las empresas que buscan exportar sus productos o servicios. Asimismo, apoya la adaptación de las empresas brasileñas a los requisitos regulatorios y culturales del mercado peruano, facilitando su entrada y permanencia en el país vecino. Además, promueve la colaboración entre los sectores privados de ambos países para identificar oportunidades y formas de cooperación para fortalecer las cadenas productivas.

Entre las principales acciones de ApexBrasil con Perú destacan: el mapeo de oportunidades, estudios de inteligencia de mercado, elaboración y

mantenimiento de proyectos sectoriales que consideran a Perú como mercado prioritario, así como acciones de promoción comercial en los sectores de alimentos, bebidas y agronegocios; hogar y construcción; moda; maquinaria y equipos; y salud.

## **2. ¿Cómo colabora ApexBrasil con el sector privado y con los gobiernos de ambos países para promover nuevas inversiones y oportunidades de negocios?**

ApexBrasil trabaja estrechamente con el sector privado y los gobiernos de Brasil y Perú para promover nuevas inversiones y oportunidades de negocios, creando un entorno favorable para la cooperación y el crecimiento económico bilateral.



# **“ Brasil es actualmente el tercer socio comercial de Perú y el principal en América del Sur**”

La Agencia organiza y participa en misiones empresariales y encuentros de negocios que reúnen a representantes del sector privado y gubernamental. Estos eventos pueden tener lugar en ferias internacionales, seminarios y talleres, ofreciendo a los empresarios una plataforma para conectarse con autoridades gubernamentales y posibles socios comerciales.

En el último año, ApexBrasil realizó una misión a Perú como parte del programa Jornada Exportadora, centrado en el sector de bebidas y alimentos, y este año llevará a cabo otra misión enfocada en el sector de cosméticos.

## **3. ¿Cuáles son los principales sectores en los que las relaciones económicas y comerciales entre Brasil y Perú han mostrado crecimiento en los últimos años?**

Brasil es actualmente el tercer socio comercial de Perú y el principal en América del Sur. Según el perfil de Comercio e Inversiones de Perú, un estudio de la Inteligencia de Mercado de ApexBrasil, las exportaciones brasileñas a Perú incluyen productos de mayor valor agregado, como vehículos; barras de hierro y acero; papel y cartón; así como materias primas como el petróleo, principal producto exportado.



## “ **El comercio bilateral tiene buenas perspectivas para el futuro** ”

En cuanto a las principales categorías de productos importados por Brasil, el estudio señala que más de la mitad de los principales productos importados desde Perú son minerales metálicos.

Debido a la proximidad geográfica y las buenas relaciones históricas entre Perú y Brasil, el comercio bilateral tiene buenas perspectivas para el futuro.

### **4. ¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrentan ambos países para solidificar y expandir su asociación económica?**

Se reconoce que el comercio entre ambos países está por debajo de su potencial y que uno de los principales desafíos es diversificar las importaciones y exportaciones para generar mayores beneficios para ambas naciones.

Con un crecimiento anual promedio del 2,4% en el consumo total entre 2018 y 2022, el mercado peruano ofrece

buenas perspectivas para las exportaciones brasileñas. El principal reto es diversificar la oferta exportadora, actualmente concentrada en vehículos y sus partes y accesorios (13,3%), papel (7,5%), barras de hierro y acero (4,8%) y otros productos de la industria manufacturera (4,8%).

En cuanto a las inversiones, se ha observado en la última década una disminución en la presencia de empresas brasileñas en Perú. El objetivo es acercar nuevamente a los sectores productivos para reactivar el dinamismo y generar soluciones que aporten beneficios a largo plazo para ambos países.

### **5. ¿Qué debe superarse para que el comercio bilateral entre Brasil y Perú alcance su máximo potencial?**

Para que el comercio bilateral alcance su nivel óptimo, es necesario superar desafíos estructurales y coyunturales. Uno de los principales obstáculos es la logística, que aún dificulta la fluidez del comercio entre ambos países. Mejorar la infraestructura, los sistemas de transporte y las rutas comerciales puede reducir costos y hacer que los negocios sean más eficientes.

En el gobierno anterior, Brasil se alejó de América Latina. Por ello, el gobierno de Lula ha impulsado una política comercial enfocada en fortalecer la integración regional. Este es un factor político clave: la decisión estratégica de fortalecer las conexiones entre los países sudamericanos de manera pragmática, más allá de los alineamientos ideológicos. El presidente Lula ha defendido esta visión, buscando una mayor integración regional que beneficie el comercio y las inversiones entre Brasil y Perú.

## **6. ¿Cuál es la importancia de Perú para la economía brasileña y para las estrategias de internacionalización de las empresas brasileñas?**

Perú desempeña un papel estratégico para la economía brasileña y la internacionalización de las empresas del país debido a diversos factores. Por su proximidad geográfica, Perú presenta numerosas oportunidades, especialmente para los estados del norte de Brasil. Según los estudios de inteligencia de mercado de ApexBrasil, el mercado peruano ofrece un gran potencial de negocios, con 5,517 oportunidades identificadas para la exportación de productos brasileños.

Además, Perú es un destino clave para productos brasileños de alto valor agregado, como vehículos automotores y aeronaves, lo que no solo impulsa las exportaciones brasileñas, sino que también contribuye a la generación de empleo y al fortalecimiento de la industria nacional. La industria brasileña encuentra en el país vecino un socio importante, promoviendo la innovación y la competitividad en el sector productivo.

Asimismo, la posición estratégica de Perú en el Océano Pacífico puede ser esencial para la internacionalización de las empresas brasileñas, sirviendo como un punto de acceso privilegiado al mercado asiático. Esta ubicación permite a Brasil ampliar su presencia global, utilizando los puertos peruanos como canales de exportación hacia Asia.

De este modo, la relación comercial entre Brasil y Perú se vuelve cada vez más relevante, contribuyendo al crecimiento económico y al fortalecimiento de la presencia internacional de las empresas brasileñas.

**“ Perú es un destino clave para productos brasileños ”**





## “ **Existen perspectivas prometedoras para diversificar e intensificar esta colaboración** ”

**7. ¿Qué iniciativas están en marcha o se encuentran previstas para aumentar la colaboración comercial entre Brasil y Perú en los próximos años?**

Actualmente, el comercio bilateral entre Brasil y Perú se caracteriza por una concentración en productos básicos y semimanufacturados. No obstante, debido a la proximidad geográfica y las buenas relaciones históricas entre ambos países, existen perspectivas prometedoras para diversificar e intensificar esta colaboración en los próximos años.

Una iniciativa destacada en este contexto es el proyecto de las Rutas de Integración Sudamericana, promovido por el gobierno de Lula. Lanzado en 2023 durante el Consenso de Brasilia, este proyecto busca fortalecer la conectividad entre Brasil y sus países vecinos, incluido Perú, mediante dos rutas estratégicas que abarcan carreteras, ferrocarriles, hidrovías, puertos y aeropuertos.

La medida genera importantes perspectivas para fortalecer la cadena productiva de ambos países, creando oportunidades para los mercados brasileño y peruano y abordando problemas estructurales que benefician a ambas naciones. En particular, la Ruta 3 conecta los estados de Acre, Rondônia

y Mato Grosso con Perú, Bolivia y Chile, facilitando la exportación de alimentos, maquinaria y bienes de consumo final.

Además de las rutas, ApexBrasil promueve proyectos sectoriales que tienen a Perú como mercado objetivo, así como misiones comerciales. En abril, como se mencionó anteriormente, se llevará a cabo la Jornada Exportadora edición Perú, enfocada en HPPC (Higiene Personal, Perfumería y Cosméticos) en Colombia y Perú. Este tipo de misión internacional permite a los empresarios brasileños conocer los mercados internacionales, realizar visitas técnicas, sumergirse en los mercados seleccionados y participar en rondas de negocios con compradores locales.

Estas iniciativas reflejan el compromiso de Brasil de fortalecer la integración regional y diversificar el comercio bilateral con Perú, ampliando la cooperación económica y explorando nuevas oportunidades de negocio en los próximos años.

**“ ApexBrasil  
promueve proyectos  
sectoriales**

**8. ¿Cuáles son las perspectivas de crecimiento para las relaciones económicas entre Brasil y Perú en los próximos cinco años, considerando los actuales escenarios político y económico de ambos países?**

Considerando los escenarios políticos y económicos actuales, las relaciones económicas entre Brasil y Perú tienen el potencial de fortalecerse en los próximos años. La complementariedad de las economías de ambos países, junto con políticas de incentivo al comercio y la inversión, puede resultar en un aumento significativo del volumen de negocios bilaterales.

El gobierno del presidente Lula ha apoyado iniciativas como la facilitación del comercio y las inversiones, así como la promoción de proyectos conjuntos en sectores estratégicos como las energías renovables, la infraestructura y la tecnología, los cuales son fundamentales para impulsar esta colaboración. Además, la integración regional a través de bloques como el Mercosur ofrece una plataforma para profundizar los lazos comerciales, ampliando el acceso a mercados y recursos.





- Compra/venta de empresas
- Financiamiento empresarial
- Búsqueda de socios e intermediación de productos (Commodities) internacionales.

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

Teléfono: (51-1) 618 1515  
[contacto@red-in.com](mailto:contacto@red-in.com)

Conoce más en:  
[www.red-in.com](http://www.red-in.com)



**Torres y Torres Lara**  
Abogados

**Estudio Jurídico con 56 años de sólida experiencia en el sector jurídico, económico y administrativo al servicio de nuestros clientes.**

**Contáctanos en:**

[www.tytl.com.pe/](http://www.tytl.com.pe/)

[contacto@tytl.com.pe](mailto:contacto@tytl.com.pe)

(511) 618 1515



# Ciudad maravillosa y gastronómica



**Fernando Blower**

Presidente del Sindicato de Bares y Restaurantes de Río de Janeiro (SindRio) y Director Ejecutivo de la Asociación Nacional de Restaurantes (ANR).

**“El contexto actual resulta ideal para quienes están interesados en invertir en el sector de restaurantes y bares en Río de Janeiro”.**

Nacido en Lima, el chef Marco Espinoza ha construido un pequeño imperio gastronómico en Brasil. Actualmente, está compuesto por cinco marcas de restaurantes. Cantón cuenta con seis sucursales, Kinjo tiene tres y las demás —Lima, Chaco y Taypá— solo una. En mayo, el grupo de Espinoza cruzará las fronteras del país con la inauguración de una sucursal de Cantón en Buenos Aires, Argentina. Además, hay otro Chaco próximo a abrir en Río de Janeiro, donde el chef peruano ya tiene cuatro establecimientos.

Gran parte del éxito empresarial de Espinoza en Brasil se debe a las condiciones ofrecidas por el mercado carioca, que atraviesa un momento sumamente prometedor. Río de Janeiro, para empezar, es uno de los destinos más visitados del país, como es bien sabido. Con una sólida y amplia infraestructura turística, la ciudad está acostumbrada a

recibir grandes eventos que transcurren sin contratiempos, como el concierto de Madonna realizado en la Playa de Copacabana en mayo de 2024.

Ese es solo un ejemplo entre muchos. También se celebró la 19.ª cumbre del G20, el Rock in Rio se ha convertido en uno de los eventos musicales más esperados del mundo y el alcance del Carnaval carioca es cada vez mayor. Todo esto alimenta una imagen muy positiva de Río de Janeiro y resuena a nivel global, impulsando el turismo en la ciudad. Un caso similar es la premiación de los 50 Mejores Restaurantes de América Latina, que tuvo lugar en la capital fluminense en 2023 y 2024 con el apoyo del gobierno local.

Cabe recordar que la edición de la guía Michelin dedicada a São Paulo y Río de Janeiro volvió a publicarse en 2024, tras un paréntesis de cuatro años debido a la pandemia. El regreso de la publicación, que también contó con el patrocinio de los gobiernos locales de ambas ciudades, es una noticia positiva para el sector de restaurantes y bares en su conjunto. Al igual que los 50 Mejores Restaurantes de América Latina, la guía de origen francés, relanzada con una celebración en el Copacabana Palace, tiende a fomentar el turismo en las ciudades que cuentan con restaurantes galardonados. No faltan viajeros que recorren el mundo con el objetivo de visitar restaurantes premiados.

Decir que tanto el ranking como la guía Michelin benefician incluso a los establecimientos gastronómicos que no están incluidos en ellos no es una exageración. Después de todo, ambos

atraen a turistas que suelen gastar más que el promedio y que, además, terminan visitando restaurantes que no han sido premiados. Ningún viajero almuerza y cena todos los días en restaurantes con estrellas Michelin. Siempre hay espacio en el itinerario para aquellos restaurantes reconocidos por otras razones y para la gran cantidad de bares que animan la vida nocturna de Río de Janeiro.

“  
**Todo esto alimenta una imagen muy positiva de Río de Janeiro y resuena a nivel global**



Toda premiación gastronómica, además, atrae inevitablemente a periodistas internacionales especializados en el tema, así como a críticos e influencers de renombre. Estas personas, que contribuyen a mantener a Río de Janeiro en el foco internacional, tampoco se limitan a los restaurantes galardonados con estrellas Michelin. Por el contrario, buscan conocer nuevas propuestas, chefs emergentes e incluso la comida callejera local. Pensar que premios de este tipo solo benefician a unos pocos establecimientos es un error.

Lima, como muchos saben, logró reinventarse como destino turístico gracias a su gastronomía. Durante mucho tiempo, la ciudad era vista únicamente como un punto de paso para los turistas que viajaban a Cusco y Machu Picchu. Ya no es así. Hoy en día, Lima es considerada la capital gastronómica de América Latina. Allí se encuentran algunos de los restaurantes más reconocidos del mundo, como Central, del chef Virgilio Martínez, y Maido, del chef Mitsuharu “Micha” Tsumura.

La capital peruana logró consolidarse como un destino gastronómico porque realizó importantes inversiones con una visión a largo plazo. No es casualidad que haya sido la primera ciudad en albergar los 50 Mejores Restaurantes de América Latina. Río de Janeiro tiene todo a su favor para posicionarse como un destino gastronómico, con una ventaja significativa: es considerada una de las ciudades más hermosas del planeta.

El actual tipo de cambio del dólar respecto al real plantea una serie de



desafíos para el sector, comenzando por el aumento de los costos de bebidas y alimentos importados. Sin embargo, la apreciación de la moneda estadounidense abarata las inversiones para empresarios extranjeros y ha motivado un aumento significativo en el número de turistas, tanto extranjeros como nacionales. Estos últimos, como es lógico, están optando por viajar dentro del país en lugar de hacerlo al extranjero.

Un consejo para los empresarios peruanos interesados en invertir en bares y restaurantes en Río de Janeiro: los cariocas sienten una verdadera pasión por el ceviche, y cócteles como el pisco sour están ganando cada vez más popularidad en los bares de la ciudad.

## ENTREVISTA A:

# Jorge Luis Pérez Flores

**Gobernador Regional de Lambayeque (Perú)**



**1. ¿Cuál es su visión sobre el potencial de comercio internacional entre Lambayeque y Brasil, y cómo cree que las inversiones brasileñas pueden contribuir al desarrollo económico de la región?**

El comercio entre Lambayeque y Brasil tiene un enorme potencial, con varios pilares estratégicos. En primer lugar, nuestra oferta logística y portuaria, que permitirá la exportación desde Brasil hacia el Asia-Pacífico a través del Puerto de Eten en Lambayeque, el cual contará con 18 metros de calado. Este puerto se conectará mediante Irsa Norte y la hidrovía amazónica hasta Manaus, ofreciendo una ruta bioceánica exclusiva entre Perú y Brasil. Este corredor reducirá tiempos y costos

logísticos, constituyendo una alternativa más eficiente a los elevados costos del Canal de Panamá.

En segundo lugar, contaremos con un parque industrial de 5,300 hectáreas y una zona económica especial, fundamentales para la transformación de materias primas y el desarrollo de industrias orientadas al comercio internacional. Además, estamos impulsando el uso de energías renovables (fotovoltaica y eólica) y la producción de hidrógeno verde para proyectos que aumenten nuestra sostenibilidad y competitividad.

Por otro lado, Lambayeque tiene una destacada agroindustria con productos frutales como arándanos, paltas,

espárragos y maracuyá, así como café y cacao provenientes de Amazonas y Cajamarca. Esto se complementa con recursos estratégicos como los fosfatos de Bayóvar y minerales como el cobre y la plata. Finalmente, estamos avanzando en la suscripción de un tratado de libre comercio Perú-Brasil, a través de mesas técnicas, que facilitará un marco formal para el intercambio de bienes y servicios entre ambos países.

**2. ¿Cuáles son los sectores clave en los que Lambayeque podría beneficiarse más de una mayor integración comercial con Brasil?**

Los sectores clave son:

**1.Logística y puerto:** Con el Puerto de Eten y su conexión directa con Brasil a través de Irsa Norte y la hidrovía amazónica, Lambayeque se convertirá en uno de los principales socios comerciales de Brasil para el acceso a mercados asiáticos.

**2.Parque industrial y zona económica especial:** La transformación de materias primas, como frutas, café, cacao y minerales, generará valor agregado para exportación.

**3.Energías renovables y sostenibilidad:** Priorizamos proyectos de energía fotovoltaica, eólica y producción de hidrógeno verde para garantizar una matriz energética limpia y competitiva.

**4.Agroindustria y fosfatos:** Los productos frutales, café, cacao y los fosfatos de Bayóvar fortalecerán nuestras exportaciones y nuestra industria agrícola.

**“ Marco formal para el intercambio de bienes y servicios**

**5.Minería:** Los minerales como el cobre y la plata, fundamentales en el desarrollo tecnológico, tienen una demanda creciente en mercados internacionales.

**6.Tratado de libre comercio Perú-Brasil:** Este acuerdo establecerá un marco que beneficiará a ambos países con tarifas preferenciales y reglas claras, fortaleciendo el comercio bilateral.





**3. ¿Cómo cree que el Puerto de Eten puede complementar al Puerto de Chancay en términos de logística y facilitación del comercio entre Asia y Brasil, y qué beneficios traerá esta sinergia para la región?**

El Puerto de Eten, con sus 18 metros de calado y su conexión con un parque industrial de 5,300 hectáreas, será un complemento estratégico al Puerto de Chancay. Mientras Chancay se convertirá en un hub principal para el comercio con Asia, Eten será el puerto especializado en la conexión logística entre el norte y centro de Brasil con el Asia-Pacífico.

Gracias a Irsa Norte, la hidrovía amazónica y su vinculación con Manaus, el Puerto de Eten permitirá un transporte más rápido y económico desde Brasil, evitando los altos costos del Canal de Panamá. Esta sinergia generará una alternativa competitiva, con reducción de tiempos y costos logísticos. Asimismo, su integración con el parque industrial y la zona económica especial fortalecerá la transformación de materias primas, generando empleo y dinamismo económico en la región.

**4. ¿Cuáles son los proyectos de infraestructura logística prioritarios que el gobierno regional está promoviendo para mejorar la conectividad entre Lambayeque y Brasil y dónde ve una oportunidad para inversionistas brasileños?**

Los proyectos prioritarios incluyen:

**1. Puerto de Eten:** Será un eje logístico esencial para el comercio entre Brasil y Asia.

**2. Irsa Norte e hidrovía amazónica:** Conectarán Lambayeque con Manaus, formando una red de transporte bioceánico eficiente.

**3. Parque industrial y zona económica especial:** Ofrecen 5,300 hectáreas para desarrollar industrias de transformación de materias primas.

**4. Energías renovables:** Proyectos de energía fotovoltaica, eólica y producción de hidrógeno verde aportarán sostenibilidad y eficiencia energética.

**5. Tratado de libre comercio Perú-Brasil:** Estamos trabajando en mesas técnicas para garantizar un marco que fomente la inversión y el comercio bilateral.

**“ Esta sinergia generará una alternativa competitiva ”**

Para los inversionistas brasileños, estas iniciativas representan oportunidades en logística, desarrollo industrial y proyectos energéticos sostenibles.

**5. ¿Cómo se están gestionando las inversiones públicas y privadas para asegurar la ejecución exitosa de estos proyectos de infraestructura, y cuál es el papel del gobierno regional en este proceso?**

El gobierno regional de Lambayeque trabaja activamente en la articulación de inversiones mediante asociaciones público-privadas y obras por impuestos. Estamos impulsando proyectos estratégicos como el Puerto de Eten, el parque industrial y los desarrollos de energías renovables, con énfasis en transparencia, sostenibilidad y eficiencia.



**“ impulsamos proyectos de energías renovables y producción de hidrógeno verde**

Nuestro objetivo es generar confianza en los inversionistas, especialmente de Brasil, asegurando un entorno favorable para el desarrollo de proyectos que beneficien a ambas naciones en sectores como la logística, la agroindustria y la transformación de materias primas.

**6. ¿Qué mensaje le gustaría transmitir a los empresarios brasileños que podrían estar considerando invertir en la región de Lambayeque en el futuro cercano?**

Lambayeque es una región estratégica llena de oportunidades. Contamos con el Puerto de Eten, una ruta bioceánica exclusiva para Perú y Brasil, y un parque industrial con zona económica especial listo para recibir inversiones destinadas a la transformación de materias primas y el desarrollo industrial.

Además, impulsamos proyectos de energías renovables y producción de hidrógeno verde, lo que garantiza sostenibilidad y eficiencia para los proyectos futuros. Los invito a explorar estas oportunidades y a formar parte de iniciativas que fortalecerán el comercio entre Sudamérica y Asia, asegurando un futuro próspero para el Perú, mi región Lambayeque, y nuestra hermana República de Brasil.



**CÁMARA DE COMERCIO**  
BRASIL - PERÚ

# ¿POR QUÉ ASOCIARSE A LA CÁMARA DE COMERCIO BRASIL-PERÚ?

La Cámara es un espacio de alta conectividad empresarial y de negocios que tiene por objetivo ayudar a nuestros asociados en su posicionamiento en los mercados donde operamos (Brasil y Perú).

## Algunos Beneficios de asociarse son:

- Referenciamiento a potenciales clientes/aliados/proveedores canalizados por la cámara según experiencia y/o requerimientos.
- Branding en eventos virtuales y directorio enviado a participantes.
- Branding del asociado en la web de la cámara y en las redes sociales.
- Participación en eventos híbridos/virtuales presentando empresa (anualmente).
- Precios especiales para eventos pagados.
- Participación de entrevista o artículo en revista digital CAMBRAPE
- Posibilidad de colocar publicidad en la revista (1 vez al año).
- Participación en redes sociales y chat de miembros.
- Colaboración en búsqueda de contactos en Perú o Brasil, entre otros servicios.



Más información en:  
[CONTACTO@CAMBRAPE.ORG](mailto:CONTACTO@CAMBRAPE.ORG)

Visítanos en:  
[WWW.CAMBRAPE.ORG](http://WWW.CAMBRAPE.ORG)

# El efecto Trump en la Economía: Cómo afectará las inversiones y negocios en el Perú



**Javier Zúñiga Quevedo**

Gerente General de ASFINSA.  
Experto y Conferencista en temas  
Macroeconómicos y  
Microeconómicos.

**“La imposición de aranceles incrementó la incertidumbre y generó fluctuaciones significativas en los precios de los commodities”.**

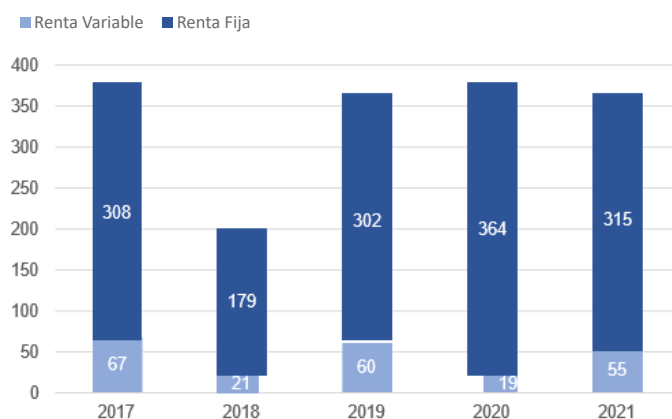
El impacto del gobierno de Donald Trump en la economía global ha dejado una huella profunda en la configuración de las relaciones comerciales, los flujos de inversión y las políticas migratorias. Durante su primer mandato (2017-2021), Trump implementó medidas disruptivas que transformaron la dinámica del comercio internacional. Entre las principales acciones se identificaron la imposición de aranceles a productos importados, la reducción de impuestos corporativos, el endurecimiento de la política migratoria –con su polémica “tolerancia cero”– y la retirada de acuerdos internacionales, como el Acuerdo de París.



“  
**Estas medidas tienen el objetivo de consolidar la economía nacional y reducir la dependencia de bienes extranjeros, pero a la vez generan un entorno de mayor competencia para los exportadores peruanos**

Durante ese periodo, la guerra comercial entre Estados Unidos y China se convirtió en un motor de cambio. La imposición de aranceles incrementó la incertidumbre y generó fluctuaciones significativas en los precios de los commodities. Perú, cuya economía depende en gran medida de la exportación de minerales y productos agrícolas, se vio impactado por estas variaciones. Por ejemplo, en 2018 se registró una caída del 14% en el precio del cobre, lo que redujo los ingresos fiscales y disminuyó la inversión en el sector minero.

### ***Flujo de Capitales de Portafolio hacia Mercados Emergentes (US\$ Miles de millones)***



Fuente: The Institute of International Finance  
Elaboración propia

Pero también el sector financiero se vio afectado ante las políticas de la época. Basado en datos recopilados de The Institute of International Finance, se muestra que en 2018 los flujos de capital de portafolio se desplomaron a US\$ 200,000 millones, en comparación con 2017 (US\$ 375,000 millones), reflejando el efecto de la política de repatriación de capital y la reforma fiscal del año anterior. La reducción de estos flujos

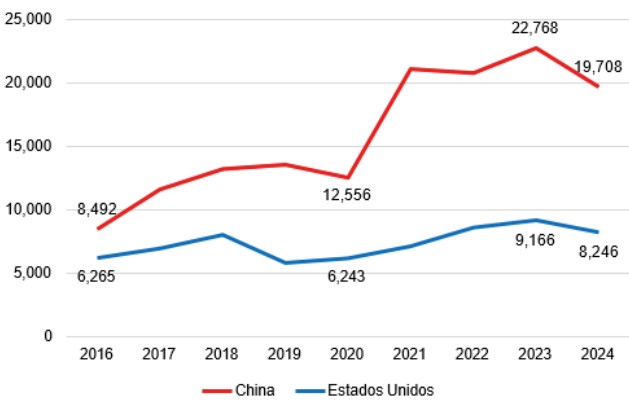
también mostró la disminución de la inversión en mercados emergentes. El desarrollo y consolidación de este eje ofrece un sin número de oportunidades en el corto, mediano y largo plazo y no sólo desde Shanghai, sino en la construcción misma de esta vía multimodal y a lo largo de cada tramo de ésta.

Hay oportunidades para inversionistas portuarios, operadores logísticos terrestres, fluviales, marítimos y oportunidades que se vislumbran en el corto plazo para líneas aéreas de carga y pasajeros, así como para empresas que se ocupen de todos los servicios conexos a estas actividades.

Con el inicio del segundo gobierno de Trump en 2025, muchas de las políticas proteccionistas han sido reforzadas. La administración actual ha intensificado la imposición de nuevos aranceles a productos importados de países estratégicos, como México, Canadá y China, y ha promovido incentivos fiscales para estimular la producción interna en Estados Unidos. Estas medidas tienen el objetivo de consolidar la economía nacional y reducir la dependencia de bienes extranjeros, pero a la vez generan un entorno de mayor competencia para los exportadores peruanos. Esta situación muestra la necesidad de que Perú diversifique sus destinos de exportación y desarrolle productos con mayor valor agregado para mantener su competitividad internacional.

**(...) el Perú ha incrementado esfuerzos en la diversificación hacia nuevos mercados.**

**Valor de Exportaciones Peruanas (US\$ Millones)**

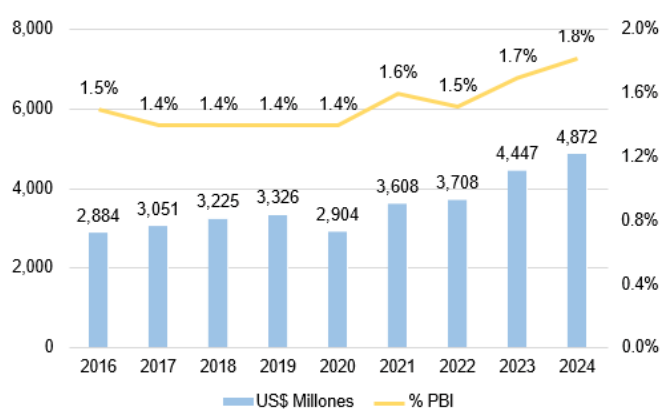


Fuente: SUNAT  
Elaboración propia

Si bien desde hace un buen tiempo atrás China se convirtió en nuestro principal socio comercial, Estados Unidos continúa siendo un destino comercial que el Perú no puede perder. Luego de salir de la pandemia de la COVID-19, el Perú ha incrementado esfuerzos en la diversificación hacia nuevos mercados. Una potencial tendencia decreciente de las exportaciones en 2025 debe ser afrontada mediante estrategias de diversificación comercial y mejoras en la competitividad, sin descuidar nuestros principales socios comerciales.

La política migratoria, por su parte, ha tenido un impacto significativo en el flujo de remesas, un componente esencial de la economía peruana. La aplicación de la política de “tolerancia cero” y el endurecimiento en las deportaciones provocaron una reducción en el envío de remesas. Durante 2024, se estimó que el flujo de remesas representaba cerca del 1.8% del PBI nacional, pero estas medidas restrictivas podrían llevarnos a una disminución aproximada de 10% respecto al volumen total de remesas recibidas, teniendo en consideración que el 40% de las remesas totales del Perú son de fuentes estadounidenses.

Remesas del Exterior (US\$ Millones y % del PBI)



Nota: 2024 año cerrado (Proyección)  
Fuente: BCRP  
Elaboración propia

Además de estos efectos directos, el endurecimiento de las políticas comerciales y migratorias ha impulsado a los inversionistas a reorientar sus estrategias. La reducción en los flujos de capital hacia mercados emergentes ha incentivado a algunos sectores a buscar nuevas fuentes de financiamiento y a aprovechar nichos de mercado menos saturados. Perú, con una economía estable y una serie de tratados de libre comercio, se presenta como un destino atractivo para empresas que desean diversificar su presencia fuera del mercado estadounidense.

La situación de incertidumbre global obligó a los empresarios peruanos a replantear sus estrategias y buscar la innovación. Por un lado, la disminución de los flujos de capital y las exportaciones pone de relieve la necesidad de diversificar los destinos comerciales y de inversión. Por otro lado, la coyuntura actual abre la puerta a oportunidades en sectores estratégicos, tales como la industrialización de productos primarios, el desarrollo de energías renovables y la modernización de la infraestructura. La creación de Zonas Económicas Especiales (ZEE) y



proyectos de gran envergadura, como el megapuerto de Chancay, son ejemplos de iniciativas que podrían atraer capital extranjero y generar un impacto positivo en la economía local.

Para los empresarios e inversionistas, el escenario actual es una invitación a transformar la incertidumbre en una ventaja competitiva. La diversificación de mercados, la modernización de la infraestructura y la consolidación de sectores estratégicos no solo permitirán mitigar los efectos adversos de un entorno global volátil, sino que también posicionarán a Perú como un actor relevante en el comercio internacional. La resiliencia y la capacidad de adaptación del mercado peruano, respaldadas por datos estadísticos y tendencias claras, abren un abanico de oportunidades para aquellos que estén dispuestos a invertir en innovación y crecimiento.

# El Comité de Sostenibilidad/ESG de la Cámara de Comercio Brasil-Perú: Un Paso Decisivo Hacia la Cooperación Sostenible



*Comité de Sostenibilidad/ESG de la Cámara de Comercio Brasil Perú - CAMBRAPE*

**“Este proyecto tiene como objetivo conectar a las empresas que ofrecen servicios relacionados con la sostenibilidad con aquellas que requieren apoyo en la implementación de estrategias sostenibles y de ESG” .**

El Comité de Sostenibilidad/ESG de la Cámara de Comercio Brasil-Perú, recientemente constituido en enero de 2025, ha iniciado sus actividades con el firme propósito de promover la sostenibilidad en la cooperación y las relaciones comerciales entre ambos países.

En esta etapa inicial, se ha conformado la Junta Directiva, integrada por miembros seleccionados en función de su experiencia y afinidad con los objetivos del comité. Este equipo directivo, junto con el compromiso de todos los miembros del comité, desempeñará un papel clave en la ejecución de proyectos que contribuirán al éxito de la Cámara de Comercio Brasil-Perú.

**COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD**

Violeta Valenzuela Recavamen  
(Perú)  
**PRESIDENTE**

Carmen Rosa Hernández  
(Perú)  
**SECRETARIA**

Sara Leiva Mendoza  
(Perú)  
**VICEPRESIDENTE**

Julian Musso (Brasil)  
**COORDINADOR DE WEBINAR**

Fabio Elias Gomes (Perú)  
**COORDINADOR DE CAPACITACIÓN**

Elior De Almeida (Brasil)  
**ALIANZAS SOSTENIBLES**

Ivanilda Frazão (Brasil)  
**COORDINADORA DE RUEDAS DE NEGOCIOS**

José Andrés Acosta (Perú)  
**SOPORTE TÉCNICO**

Ricardo Coda  
**MIEMBRO REGULAR DEL COMITÉ**

Carlos Sandoval  
**MIEMBRO REGULAR DEL COMITÉ**

Adolfo Meza Espinoza  
**MIEMBRO REGULAR DEL COMITÉ**

Jorge Tuesta  
**MIEMBRO REGULAR DEL COMITÉ**

Mariana Castilho Alves  
**MIEMBRO REGULAR DEL COMITÉ**

José Martín Matta Galindo  
**MIEMBRO REGULAR DEL COMITÉ**



## **“ (...) Se busca facilitar la adopción de prácticas responsables y sostenibles en las operaciones comerciales entre Brasil y Perú.”**

En su primera reunión interna, celebrada el 31 de enero, se aprobó un cronograma inicial de actividades que contempla diversas iniciativas a desarrollarse en los próximos meses. Entre ellas destacan una capacitación y un webinar programados para abril y agosto, respectivamente. La capacitación se centrará en los beneficios y la importancia de adoptar criterios ESG (Environmental, Social, and Governance) y buenas prácticas sostenibles para acceder a nuevos mercados, mejorar la reputación

corporativa, reducir riesgos y obtener financiamiento verde. Por su parte, el webinar abordará aspectos del universo jurídico relacionados con la sostenibilidad y los criterios ESG. Ambas actividades, aprobadas por el presidente de la Cámara, constituyen un paso fundamental para la creación de un entorno empresarial sostenible.

Uno de los proyectos más destacados dentro del comité es "Alianzas Sostenibles", una iniciativa propuesta por Eilor Marigo, Coordinador del Proyecto "Alianzas Sostenibles". Este proyecto tiene como objetivo conectar a las empresas que ofrecen servicios relacionados con la sostenibilidad con aquellas que requieren apoyo en la implementación de estrategias sostenibles y de ESG. Al fomentar esta interconexión, se busca facilitar la adopción de prácticas responsables y sostenibles en las operaciones comerciales entre Brasil y Perú.

Además de los proyectos en desarrollo, se está evaluando la organización de una ronda de negocios para el segundo semestre del año. Esta iniciativa, pendiente de aprobación por parte del presidente de la Cámara, ofrecerá una plataforma clave para que las empresas de ambos países exploren nuevas oportunidades de colaboración comercial.

A través de estas actividades, el Comité de Sostenibilidad/ESG no solo busca fortalecer el intercambio comercial entre Brasil y Perú, sino también promover la innovación y la sostenibilidad como pilares esenciales para el desarrollo empresarial en la región. Su objetivo final es convertirse en un referente en Sudamérica en cuanto a la integración de prácticas empresariales sostenibles.



| JUNTA DIRECTIVA DEL COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD / ESG |                                  |                                           |        |
|----------------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------------|--------|
| N°                                                 | Nombres                          | Cargo                                     | País   |
| 1                                                  | Violeta Valenzuela Recavamen     | Presidente                                | Perú   |
| 2                                                  | Sara Leiva Mendoza               | Vicepresidente                            | Perú   |
| 3                                                  | Carmen Rosa Hernández Salazar    | Secretaria                                | Perú   |
| 4                                                  | Fabio Elias Gomes                | Coordinador de Capacitación               | Perú   |
| 5                                                  | Juan Musso                       | Coordinador de Webinar                    | Brasil |
| 6                                                  | Ivanilda Frazão Tolentino        | Coordinadora de Ruedas de Negocios        | Brasil |
| 7                                                  | Elior De Almeida Marigo y equipo | Coordinador Proyecto Alianzas Sostenibles | Brasil |
| 8                                                  | José Andrés Acosta               | Soporte Técnico                           | Perú   |

Fuente: Elaboración propia

Además de los miembros de la Junta Directiva, el Comité Brasil Perú cuenta con un grupo valioso de miembros que contribuyen activamente al desarrollo de nuestras iniciativas. Ellos son:

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

Fuente: Elaboración propia



## ENTREVISTA A:

# Alexis Marquina Forttini

CEO de Perú Ferias



### 1. ¿Cómo nació la idea de organizar eventos como Perú Cargo Week y Expo China en el Perú?

La idea de Perú Cargo Week nació en 2009, cuando viajé a Colombia acompañando a mi padre a una conferencia sobre transporte terrestre, a la cual fue invitado como ponente. En ese momento, él lideraba un importante gremio de transporte de carga y presidía la Cámara Interamericana de Transporte, Capítulo Perú. Durante ese viaje, noté la necesidad de realizar en nuestro país un evento de transporte multimodal de alto nivel. Decidimos organizar la primera edición en 2011 en la Fortaleza Real Felipe, en el Callao, y desde entonces hemos continuado sin interrupciones hasta este 2025, cuando celebraremos la undécima edición.

EXPO CHINA Perú es un proyecto que venimos desarrollando con nuestro equipo desde 2023. Su principal objetivo es fortalecer activamente las relaciones comerciales existentes con China. Consideramos que 2025 es el momento ideal para lanzar esta feria, tras la inauguración del Megapuerto de Chancay. Este puerto, junto con las ampliaciones de los terminales ya existentes, ofrece una plataforma estratégica para que proveedores chinos presenten su oferta tecnológica multisectorial a América Latina. Al mismo tiempo, permite que Perú y otros países de la región exhiban su oferta exportable a este creciente mercado, con un enfoque especial en nuestros productos agrícolas.

**2. ¿Qué importancia tiene Perú Cargo Week para el sector logístico y de transporte de carga en la región, específicamente para Perú y Brasil?**

Perú Cargo Week es fundamental para el sector logístico y de transporte de carga, no solo en Perú, sino en toda la región, con un impacto especial en Brasil. Este evento mejora la competitividad del comercio exterior y fortalece la cadena de distribución, beneficiando a importadores y exportadores. También facilita la conexión comercial entre Perú, Brasil y otros países, optimizando rutas de transporte y promoviendo el intercambio de mercancías.

La adopción de tecnologías avanzadas desempeña un papel clave en este evento, ayudando a las empresas a mejorar la eficiencia de sus cadenas de suministro. Además, fomenta el establecimiento de relaciones comerciales estratégicas, facilitando el flujo internacional de mercancías en mercados clave como Brasil.

Otro aspecto relevante es la promoción de la sostenibilidad en la logística, impulsando prácticas responsables que beneficien tanto al medio ambiente como a la reputación internacional de los países participantes. Finalmente, Perú Cargo Week representa una gran oportunidad para pequeñas y medianas empresas, permitiéndoles acceder a soluciones logísticas innovadoras y ampliar su presencia en mercados internacionales.

**Perú Cargo Week  
representa una  
gran oportunidad para  
pequeñas y medianas  
empresas**



**3. ¿Cuál ha sido la respuesta de las empresas y participantes en ediciones anteriores de Perú Cargo Week?**

Desde su creación, Perú Cargo Week ha contado con la participación de las principales empresas del sector de transporte de carga, logística y comercio exterior en nuestro país. Se ha consolidado como la principal vitrina para que empresas proveedoras de soluciones para el comercio exterior no solo exhiban sus productos y servicios, sino que también participen en congresos y encuentros especializados. Eventos como el Congreso Internacional de Transporte de Carga, Logística y Comercio Exterior, el Foro Portuario y Aeroportuario, la Rueda de Negocios y el Cóctel Cargo, han sido clave para fortalecer las relaciones entre importadores, exportadores, transportistas y toda la cadena logística. La respuesta ha sido altamente positiva, con un crecimiento continuo en la participación y en las oportunidades de negocio generadas.



## “ El evento también se destaca por abordar tendencias emergentes

### 4. ¿Qué diferencia a Perú Cargo Week de otros eventos similares a nivel global o regional?

Perú Cargo Week se distingue por su enfoque integral en el comercio exterior y la logística, adaptándose a las necesidades específicas de exportadores e importadores en América Latina. Su plataforma permite a los participantes acceder a soluciones innovadoras en transporte, almacenamiento y tecnología, promoviendo la colaboración entre todos los actores de la cadena de suministro.

El evento también se destaca por abordar tendencias emergentes como la digitalización, la automatización y la sostenibilidad. Su ubicación estratégica en Perú, un país clave para el comercio en la región, lo convierte en una oportunidad única para potenciar negocios y optimizar procesos logísticos.

### 5. ¿Cómo se equilibran Perú Cargo Week y Expo China en un mismo

### espacio, y cuáles son sus objetivos en términos de negocio y colaboración?

Ambos eventos se complementan perfectamente. EXPO CHINA está dirigida a compradores del sector público y privado interesados en adquirir productos chinos, mientras que Perú Cargo Week permite a las empresas logísticas y de transporte ofrecer sus soluciones para la importación y exportación de estos productos. También es una plataforma para pequeñas y medianas empresas en busca de nuevas representaciones y oportunidades de negocio.

### 6. ¿Cuál es el perfil de las empresas participantes en Perú Cargo Week y expo china, y por qué sería interesante para empresarios brasileños?

Perú Cargo Week incluye empresas del sector logístico, transporte, tecnología, infraestructura y servicios para la cadena de suministro. Entre ellas se encuentran operadores logísticos, agencias aduaneras y empresas de

transporte multimodal.

EXPO CHINA, por su parte, reúne a empresas chinas de manufactura, tecnología, maquinaria y productos de consumo. Para empresarios brasileños, estos eventos representan una oportunidad única para fortalecer su infraestructura logística, acceder a nuevos proveedores y diversificar su oferta de productos y servicios.

## 7. ¿Qué papel juegan las alianzas internacionales en el crecimiento del sector?

Las alianzas internacionales son clave para la expansión de negocios en un mundo globalizado. EXPO CHINA facilita la creación de vínculos comerciales entre empresas latinoamericanas y chinas, mientras que CAMBRAPER (Cámara de Comercio Brasil-Perú) actúa como un puente entre Brasil y Perú, promoviendo la transferencia de conocimientos y la integración de cadenas productivas.

Estos eventos son valiosos para los empresarios brasileños, ya que les permiten establecer relaciones comerciales estratégicas, acceder a mercados clave como China y fomentar la innovación y competitividad en la región.

“ **Las alianzas internacionales son clave para la expansión de negocios en un mundo globalizado** ”



# Comercio, inversión y desarrollo a través de la ruta de integración amazónica



**Claudia Lapeyre Bringas**

Consejera SDR , Cónsul General del Perú en Manaos.

**“El desarrollo y consolidación de este eje ofrece un sin número de oportunidades en el corto, mediano y largo plazo y no sólo desde Shanghai, sino en la construcción misma de esta vía multimodal y a lo largo de cada tramo de ésta”.**

En las últimas décadas ha sido preocupación constante de los distintos gobiernos peruanos el logro de un mayor desarrollo de nuestro país mediante la generación de empleo productivo, el incremento de la inversión nacional y extranjera y la promoción de nuestras exportaciones.

Con este objetivo y a través de diversos Ministerios y agencias, entre ellas la Cancillería, se implementaron iniciativas, mecanismos y acuerdos que, aprovechando circunstancias propicias del ámbito mundial, como el traslado del centro del poder económico hacia la Cuenca del Asia-Pacífico y la creación del puerto de Chancay en el Perú con una línea directa de navegación hacia Shanghai, han dado lugar a la apertura de



negocios e integración y desarrollo, a través de la inserción estratégica del Perú en el mundo, a partir de Sudamérica.

Quizás la ruta de integración más publicitada y estudiada haya sido el Proyecto IIRSA Sur que une la costa del Sur de Ica con Iñapari y que forma parte del Eje de Integración Perú-Brasil-Bolivia la cual, a la fecha, ya viene operando para permitir el traslado de carga desde y hacia el Perú (incluido el puerto de Chancay, Bolivia y Brasil, principalmente a los Estados de Acre y Rondonia.

Sin embargo, resulta evidente que las dimensiones de Brasil y su envergadura e importancia económica en la región y como socio comercial del Perú no se agotan en ese eje de integración. Existe ya planteado y en desarrollo otro eje multimodal que comunica por vía fluvial el norte de Brasil, principalmente el Estado de Amazonas y la Zona Franca de Manaus, con los principales puertos

fluviales del Perú (Iquitos, Pucallpa, Yurimaguas), éstos, por vía terrestre con los principales puertos de la costa del Perú (Paita, Chancay, Callao e incluso el proyectado puerto de Pimentel) y a su vez éstos, a través del Océano, con Shanghai y los principales puertos de todo el Pacífico.

El desarrollo y consolidación de este eje ofrece un sin número de oportunidades en el corto, mediano y largo plazo y no sólo desde Shanghai, sino en la construcción misma de esta vía multimodal y a lo largo de cada tramo de ésta.

**“Quizás la ruta de integración más publicitada y estudiada haya sido el Proyecto IIRSA Sur**

Hay oportunidades para inversionistas portuarios, operadores logísticos terrestres, fluviales, marítimos y oportunidades que se vislumbran en el corto plazo para líneas aéreas de carga y pasajeros, así como para empresas que se ocupen de todos los servicios conexos a estas actividades.

La Zona Franca de Manaus es un importante polo económico en el país con más de 600 empresas, muchas de ellas multinacionales de gran envergadura como Samsung, LG, Honda por sólo mencionar algunas. Estas empresas importan una gran parte de sus componentes desde Asia y deben exportar también parte de su producción de alta tecnología. Adicionalmente, el Estado Amazonas también tiene una importante producción de minerales, maderas y productos farmacéuticos que también pueden ser fuentes de importantes negocios.

Por otro lado, todo el norte de Brasil, con sus decenas de millones de habitantes (al menos 2 de ellos ubicados en Manaus), representa un gran mercado lleno de oportunidades para los productos de pan llevar de nuestro país. Aunque estos productos ya se comercializan en pequeñas cantidades a través de la triple frontera y llegan hasta Manaus desde los tiempos de la Gran Colombia, gracias a este nuevo eje de integración, podrían llegar en grandes cantidades y de forma más fácil. Esto permitiría abastecer grandes mercados y cadenas de supermercados con productos como frutas, tubérculos, verduras, hortalizas, pescados de mar, trucha, mariscos, entre otros..

Ese mismo mercado también ofrece grandes posibilidades para las ropas de



algodón y los materiales de construcción como el cemento, fierro, la piedra chancada y diversos acabados de construcción, así como para servicios de gastronomía, internet, telecomunicaciones, logística, electricidad y turismo.

Como flujo de retorno que sustente la cadena logística de exportación de productos a Brasil, podrían llevarse de regreso, arroz, azúcar, carnes de res, pollo y cerdo, aceites lubricantes, combustibles, productos farmacéuticos y cosméticos, automóviles, motocicletas, celulares, tablets, entre otros productos de tecnología, los cuales podrían tener como destino final nuestro país o, distribuirse a través de nuestros puertos a todo el Pacífico.

**“ La Zona Franca de Manaus es un importante polo económico en el país**

Las posibilidades que se han abierto desde el norte de Brasil a través de Manaus, para inversionistas y comerciantes de bienes y servicios de todo tipo y dimensión, son infinitas y ya están en movimiento gracias al esfuerzo conjunto de Estado y empresarios.

Foros como el Comité de Frontera Amazónico Norte, que reunirá en los próximos meses en Manaus a gobiernos regionales y actores económicos y sociales de ambos países contribuirán a facilitar y acelerar toda esta dinámica comercial y de integración vial y económica, por lo que deben ser apoyados y relevados por la comunidad empresarial.



Somos una empresa consultora con más de 45 años de experiencia en el mercado e integrada por un equipo de profesionales especializados en el fortalecimiento de las organizaciones, generar su desarrollo organizacional y financiero, así como sus capacidades de comunicación y relacionamiento estratégico.



#### **CONTÁCTANOS:**

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

# Tres pequeñas experiencias para estos diez largos años



**Ramiro Figueroa Solano**  
Gerente General Bauducco

**“Algunas de las experiencias que nos llevaron a sobrellevar estos desafíos de marca durante estos últimos 10 años y hacia el 2025 poder por fin cosechar algunos logros”.**

A veces nos preguntamos sobre todos los desafíos que conllevan el abrir una empresa brasileña en Perú, y seguramente muchas respuestas rondan en nuestra cabeza. Es por eso que decidí plasmar en este artículo algunas de las experiencias que nos llevaron a sobrellevar estos desafíos de marca durante estos últimos 10 años y hacia el 2025 poder por fin cosechar algunos logros en Perú.

## **1.La barrera del lenguaje: “Señores, es BAUDUCCO”**

Sabemos que hablamos idiomas diferentes y durante los primeros años de la marca en Perú , muchos de los peruanos comunes como tú o yo, no podían pronunciar la palabra de manera correcta, le decían Bambuco, Beumuco, Baduco, e infinidad de sobrenombres pero siempre asociados con la “B”, lo que nos llevó a ver, que teníamos que



reforzar un buen posicionamiento de la marca en la mente del consumidor, más aun sabiendo que es el apellido del dueño y que debíamos pronunciarlo correctamente. Hoy hemos logrado eso a base de mucho esfuerzo e inversión de año tras año.

Como aprendizaje para los exportadores de la cámara de comercio de Brasil, busquen siempre un producto que sea de fácil pronunciación para el mercado al que llegan, en este caso el peruano, si es necesario algún cambio en un producto de manera muy sutil háganlo, ya que recuerden que los productos como “bolinhos, bisnaguinhas” no existen acá. No olviden tampoco anticipar temas de marca con el órgano que vela por la protección de la misma acá en Perú: Indecopi.

## **2.Adaptación Cultural: “lo más grande del mundo”**

Todos los peruanos en general conocemos que los brasileños siempre utilizan la frase “o mais grande do mundo” , no solo debido a que son un país con gran extensión territorial sino porque son reconocidos por muchos temas como futbol, surf, carnaval, playas , selvas tropicales, novelas , etc.

Sin embargo no necesariamente lo son en Perú , por lo que a veces es mejor mantener un perfil bajo para algunas cosas, para poder en el momento adecuado hacerlas realmente como se deben, no en vano hoy nos conocen como el Panettone mas vendido del mundo.

**“ Busquen siempre un producto que sea de fácil pronunciación para el mercado al que llegan**



¿Cuál es el aprendizaje para nuestros amigos exportadores?: “ Guardemos siempre pan para Mayo” le decimos nosotros. Los primeros años, por más que se tenga, seamos cuidadosos con lo que realmente queremos y tenemos; más aun en estas épocas, el perfil bajo para mantener una marca con humildad los primeros años, no necesariamente es malo como estrategia, más aun si la marca la conocen afuera pero no acá; por el contrario, nos puede dar grandes satisfacciones en un futuro.

### **3.Innovación: “siempre algo diferente”**

Para el peruano esto es lo más llamativo, somos un país aun conservador y cualquier novedad nos llama la atención; en la empresa siempre traíamos un producto que no se comercializaba acá en Perú, pero sí en Brasil.No importaba el volumen de ventas, mas sí el factor diferencial que se obtenía frente al mercado. Todos los años que lo hacíamos, el factor “wow” fue muy notorio, y nos redituó en ventas de los productos regulares.

Aprendamos amigos exportadores a que esto en Brasil siempre existe, hay miles de productos que tienen ustedes que están en otro momento o estadio con respecto a lo que hoy se tiene en Perú. No tengamos miedo al fracaso, menos al éxito!

Viva Perú, Viva Brasil ¡ y buenas ventas!!!



## Celebración del primer año de CAMBRAPER: un cóctel de éxitos y alianzas estratégicas



Un evento lleno de conexiones estratégicas y alianzas clave para el futuro. CAMBRAPER cierra su primer año de operaciones con un cóctel de éxito que reunió a importantes figuras del sector público y privado de Perú y Brasil, reafirmando su compromiso de fortalecer los lazos comerciales entre ambos países.

El pasado 28 de noviembre, la Cámara de Comercio Brasil-Perú (CAMBRAPER) celebró su cóctel de cierre del primer año de operaciones en la vibrante ciudad de São Paulo. Este evento, que reunió a distinguidas personalidades del sector público y privado de Perú y Brasil, marcó un hito importante en el fortalecimiento de los lazos comerciales entre ambos 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 cóctel fue más que una celebración; fue una muestra del compromiso de CAMBRAPER en seguir promoviendo un entorno de cooperación y crecimiento para las empresas de Perú y Brasil. La Cámara continúa consolidándose como

un puente estratégico para facilitar el intercambio comercial, fomentar nuevas inversiones y apoyar a sus miembros en su expansión y consolidación en mercados bilaterales.

Desde CAMBRAPER, extendemos un agradecimiento especial a todos nuestros invitados por su participación y a las personalidades que hicieron posible este evento. Esperamos seguir trabajando juntos para impulsar el desarrollo económico de ambos países y fortalecer aún más nuestra red de contactos empresariales.

**"Este evento es un reflejo del exitoso primer año de CAMBRAPER.**

**Agradecemos a todos los presentes por su apoyo continuo y reafirmamos nuestro compromiso de seguir fortaleciendo los lazos comerciales entre Brasil y Perú." exclamó Rafael Torres, Presidente de la Cámara de Comercio Brasil Perú**



# Nuestros próximos eventos

**DESAYUNO: CAMBIOS TRIBUTARIOS BRASIL Y REPERCUSION EN COMERCIO CON PERU**

21 de marzo de 2025

Hora São Paulo (SP): 09:30 - 11:00  
Hora Lima (Perú): 07:30 - 09:00

Evento Híbrido  
(Miembros e Invitados)

**PROGRAMA: VISITA A LAS INSTALACIONES DEL MEGAPUERTO DE CHANCAY Y ESPACIOS LOGÍSTICOS COMPLEMENTARIOS**

03 de abril de 2025

Hora São Paulo (SP): 9:00 a.m. - 4:00 p.m.  
Hora Lima (Perú): 7:00 a.m. - 2:00 p.m.

Evento presencial  
(asociados CAMBRAPER y miembros RIN)

**REUNIÓN CERRADA: PRESENTACION DE AVANCES, NOVEDADES Y MIEMBRO**

10 de abril de 2025

Hora São Paulo (SP): 09:30 - 11:00  
Hora Lima (Perú): 07:30 - 09:00

Evento Virtual  
(Solo miembros y aliados)

**CAPACITACIÓN: COMITE DE SOSTENIBILIDAD**

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  
(Solo miembros y aliados)

**RUEDA DE NEGOCIOS: COMITE SUPPLY CHAIN / LOGISTICO**

12 de mayo de 2025  
(Horario por confirmar)

Evento presencial

**DESAYUNO BRASIL**

21 de mayo de 2025

Hora São Paulo (SP): 08:30 - 10:00  
Hora Lima (Perú): 06:30 - 08:00

Evento Híbrido  
(Miembros e Invitados)

# Nuestros próximos eventos

**REUNIÓN CERRADA:  
PRESENTACION DE AVANCES,  
NOVEDADES Y MIEMBRO**

30 de mayo de 2025

Hora São Paulo (SP): 09:30 - 10:30  
Hora Lima (Perú): 07:30 - 08:30

Evento virtual  
(Solo miembros y aliados)

**DESAYUNO EMPRESARIAL  
LIMA: COMITE SUPPLY CHAIN:  
OPORTUNIDADES  
COMERCIALES**

05 de junio de 2025

Hora São Paulo (SP): 10:30 - 12:00  
Hora Lima (Perú): 08:30 - 10:00

Evento Virtual  
(Miembros, aliados e Invitados)

**CAPACITACIÓN: COMITE SUPPLY  
CHAIN ARANCELES Y  
ALCANCES DE TLC ENTRE  
BRASIL Y PERÚ**

23 de junio 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  
(Solo miembros y aliados)

**FORO BRASIL PERÚ (EVENTO  
INTERNACIONAL)**

26 de junio de 2025

Hora São Paulo (SP): 10:00 a.m. - 4:00 p.m.  
Hora Lima (Perú): 8:00 a.m. - 2:00 p.m.

Evento presencial



# Conoce a nuestros Asociados

## Business Communications Consulting S.A.C. - Asociado de Perú



**Nombre completo:**  
Alejandro R. Gordillo



**Empresa:** BUSINESS COMMUNICATIONS CONSULTING SAC



**Cargo:** Gerente General



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



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



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

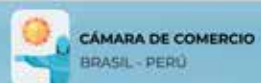


**País:** PERU



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

## Seyconel Automação Industrial LTDA - Asociado de Brasil



**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