

CAMBRAPER

REVISTA

Edição N° 3 | Setembro 2024 |

APEC:

Um espaço que fortalece os laços entre o Peru e o Brasil. Por Jaime Dupuy (Diretor Executivo da COMEX PERU)

FECOMERCIO

Brasília
Novo aliado da
CAMBRAPER

Às vésperas da inauguração do novo Aeroporto Internacional Jorge Chavez

**Entrevista com
Pamela Moreno**

Gerente de Operações da LAP

Entrevista com

CLARICIA TIRADO

Presidenta Executiva da



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



CÂMARA DE COMERCIO
BRASIL - PERÚ

N. ° 3 - Setembro 2024

CAMBRAPER - A Revista

© Câmara 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

DIRETORIA GERAL CAMBRAPER

Óscar Vásquez-Solís S.

Edição, diagramação e comercialização:

Red Internacional de Negocios SAC

JUNTA DIRETIVA 2024

PRESIDENTE

Rafael Torres Morales - Grupo TYTL

VICE-PRESIDENTE

Lilian Schiavo - OBME (Organização Brasileira de
Mulheres Empresárias)

MEMBROS

Marcel Daltro - Nelson Wilians

Adolpho Bergamini - Bergamini Advogados

Eilor de Almeida Marigo - SMP Brazil

Franz Lopez Paredes - FL NEGOCIOS Internacionais

Mario Eugenio Crivellar - Octa Global

Marcelo Ricomini - Ricomini ADV

Luiz Carlos Ferreira de Oliveira Ferreira de Oliveira
ADV

Direção de Comércio Exterior: Luis Silva Olivera

Conselho de Promoção de Comércio e Investimen-
tos da CAMBRAPER (sede Peru):

Luis Torres Paz

Carlos Penny-Bidegara

ÍNDICE

01

Editorial

pág. 6

Por: Rafael Torres Morales, Presidente CAMBRAPER

02

APEC: Um espaço que fortalece os laços entre Peru e Brasil

pág. 7

Autor: Jaime Dupuy Ortiz de Zevallos, Director Ejecutivo de ComexPerú

03

Entrevista com Claricia Tirado, Presidenta Executiva da Promperú

pág. 10

04

Fazer negócios no Brasil?

pág. 14

Autor: Eilor de Almeida Marigo, Consultor de SPBrasil Eventos y SPBrasil Soluções Internet

05

Mato Grosso, por Chancay melhor

pág. 16

Autor: Roberto Zapata, Economista

06

Pisco Artesanal Huamani

pág. 18

Entrevista com Jaime Doehler, Gerente Geral da empresa

07

Estratégias para Negócios Internacionais

pág. 22

Autor: Mário Eugênio Crivellaro, Cofundador e Diretor de Operações (COO) da Octa Global Business

ÍNDICE

08

Celebração do Dia da Independência do Brasil: Um Evento de Gala

pág. 24

Sociais

09

Comitê de Sustentabilidade / ESG da CAMBRAPER

pág. 25

Autor: Violeta Valenzuela, Gerente geral da GREENPRINT CONSULTANTS EIR y Cámara de Comercio Brasil Perú - CAMBRAPER

10

Dicas legais: Como proteger sua marca no Peru?

pág. 26

Autor: Mauricio Paredes Contreras, Sócio e Líder da Área de Propriedade Intelectual TyTL Advogados

11

Às Vésperas da Inauguração do Novo Aeroporto Internacional Jorge Chavez.

pág. 27

Entrevista com Pamela Moreno, Gerente de Operações da LAP

12

CAMBRAPER e Fecomércio se unem para fomentar o desenvolvimento comercial entre o Peru e o Brasil

pág. 31

13

Convênio entre Proinversión e a Câmara de Comércio Brasil-Peru impulsiona o Investimento Privado

pág. 33

14

Expocevice em Lima

pág. 34

ÍNDICE

15

Conheça Nossos Associados

pág. 35

16

Cronograma dos Próximos Eventos

pág. 36



Somos uma equipe com conhecimento e experiência em gestão estratégica de fornecimento de energia elétrica para o setor minerador-energético e a indústria em geral

Saiba mais em:
www.glexcorporation.com



EDITORIAL

“A Revista CAMBRAPER continua fomentando a colaboração Empresarial entre Brasil e Peru”



Estimados leitores,

A Câmara Brasil-Peru tem o orgulho de apresentar a terceira edição da Revista Cambraper, uma publicação trimestral em formato digital distribuída a mais de 20.000 pontos no Peru e no Brasil.

Esta edição, assim como as anteriores, reflete nosso firme compromisso com a promoção da inter-relação e do intercâmbio de conhecimentos sobre oportunidades de negócios e investimentos, fomentando o crescimento das relações econômicas entre nossos países.

Nesta nova edição, destacamos entrevistas com referências empresariais dos setores público e privado do Peru e do Brasil. Também incluímos informações valiosas sobre como fazer negócios no Brasil, além de diversos artigos sobre comércio exterior e investimentos.

Gostaríamos de expressar novamente nosso agradecimento a todas as empresas, instituições e pessoas que contribuíram para a elaboração desta terceira edição, e especialmente aos nossos patrocinadores.

Esperamos que, através do conteúdo e das informações que compartilhamos nesta nova edição, possamos, de alguma forma, impulsionar os laços empresariais e comerciais entre BRASIL e PERU.

Rafael Torres Morales
Presidente CAMBRAPER

APEC: UM ESPAÇO QUE FORTALECE OS LAÇOS ENTRE PERU E BRASIL



Jaime Dupuy Ortiz de Zevallos,
Diretor Executivo de ComexPerú

O Fórum de Cooperação Econômica Ásia-Pacífico (APEC) é fundamental para a integração econômica entre a Ásia e a América Latina. Composto por 21 economias, o APEC promove o crescimento econômico, a cooperação técnica e a facilitação do comércio e do investimento, focando na eliminação de barreiras e no fomento a um ambiente de negócios inclusivo. Esta colaboração tem sido crucial para o desenvolvimento sustentável e a prosperidade compartilhada, consolidando o APEC como uma organização de grande relevância global, representando atualmente cerca de 62% do PIB mundial.

O Peru, membro do APEC desde 1998, tem sido um dos seus principais beneficiários. Sua participação no APEC ampliou o comércio com a região, multiplicando as exportações por 14 e as importações por 7. Além disso, o APEC tem sido uma plataforma para atrair investimento estrangeiro e estabelecer vínculos estratégicos com economias como China e Estados Unidos. Este ano, o Peru assume a presidência do fórum pela terceira vez e será sede da Cúpula de Líderes

em novembro, o que representa uma oportunidade decisiva para o Peru reforçar seu papel como ponte entre a Ásia e a América Latina.

No âmbito desta presidência, a presidente Dina Boluarte convidou o presidente brasileiro, Luiz Inácio Lula da Silva, para participar como um dos apenas 3 chefes de Estado não membros do APEC convidados à Cúpula de Líderes. Este convite destaca a importância do Brasil na região e sublinha o grande interesse do Peru em aprofundar os laços com a maior economia da América do Sul.

O fortalecimento dessa relação é essencial para o desenvolvimento de ambos os países, não apenas por sua proximidade geográfica, mas também pela complementaridade de suas economias, que compartilham interesses em infraestrutura, energia, comércio e desenvolvimento sustentável. Em 2023, o comércio entre Peru e Brasil alcançou USD 5,474 bilhões, e o Brasil se posicionou como o sétimo maior investidor no Peru. A visita de Estado em

novembro pode marcar o início de uma nova era nas relações bilaterais, aprofundando a integração regional, a sustentabilidade e a infraestrutura, e abrindo novas oportunidades de colaboração.

Uma oportunidade chave gira em torno do Porto de Chancay, um ambicioso projeto na costa central do Peru com mais de US\$ 3 bilhões de investimento chinês, que será inaugurado pelo presidente Xi Jinping durante a semana dos líderes do APEC. Este porto desponta como um importante ponto logístico entre a América do Sul e a Ásia. Para o Brasil, sua utilização facilitará a exportação de produtos para os mercados asiáticos, fortalecendo sua posição na cadeia de suprimentos global, tornando-a mais competitiva e eficiente.

Complementando o impacto do Porto de Chancay, é essencial que ambos os países fortaleçam o Corredor Rodoviário Interoceânico e avancem na viabilização do Corredor Ferroviário Bioceânico de Integração, projetos que buscam conectar a Amazônia brasileira com a costa do Pacífico peruano. Essas infraestruturas podem transformar a dinâmica comercial entre os dois países, reduzindo os custos logísticos e abrindo novas oportunidades de investimento. No âmbito do APEC, Brasil e Peru podem coordenar esforços para melhorar a conectividade física, impulsionando o crescimento econômico em regiões remotas e conectando suas economias de maneira mais eficaz aos mercados globais.



“ Em 2023, o comércio entre Peru e Brasil alcançou os USD 5,474 bilhões, e a terra do carnaval se posicionou como o sétimo maior investidor no Peru.”



Puerto de Chancay (Lima, Perú)

A sinergia entre as economias de Peru e Brasil tem o potencial de gerar novas oportunidades de negócios, especialmente em infraestrutura. A participação do Brasil neste APEC pode ser um impulso importante para fomentar parcerias público-privadas que desenvolvam projetos conjuntos. A colaboração em infraestruturas como o Porto de Chancay e os corredores pode ser um motor para o crescimento do comércio bilateral, melhorando a competitividade de ambos os países no cenário global.

21 economias membros: Austrália, Brunei Darussalam, Canadá, Coreia, Chile, China, Estados Unidos, Filipinas, Hong Kong, Indonésia, Japão, Malásia, México, Nova Zelândia, Papua Nova Guiné, Peru, Rússia, Singapura, Taiwan, Tailândia e Vietnã.

ENTREVISTA COM

CLARICIA TIRADO

Presidenta Executiva da
Promperú



1. Quais problemas a PROMPERÚ identificou nas relações comerciais entre o Peru e o Brasil que devem ser resolvidos para melhorar nossa aliança comercial?

Um dos principais desafios para a entrada de produtos no Brasil é a forma como esse mercado nacionaliza os produtos importados. Embora exista o Acordo Comercial 58, que permite vender produtos peruanos com imposto de importação zero, é necessário pagar tributos adicionais, como o IPI, PIS, COFINS e ICMS, que podem elevar o custo da importação entre 30% e 40% sobre o valor CIF.

A instabilidade da taxa de câmbio é outro obstáculo nas negociações de aquisições do Peru, já que no início do ano estava em 4,7 reais por dólar e agora está em 5,45 reais por dólar, o que encarece os produtos importados.

Outro ponto importante é o domínio que o exportador deve ter do idioma português para garantir uma melhor comunicação com o comprador e obter resultados positivos nas negociações realizadas.

2. Em quais eventos vinculados ao mercado brasileiro a PROMPERÚ estará participando nos próximos meses?

A PROMPERÚ está participando das mesas técnicas organizadas pelo MINCETUR, focadas em desenvolver um plano de ação multissetorial para promover o comércio exterior por meio de corredores multimodais como IIRSA Norte e Sul. Nesse sentido, um dos mercados prioritários é o Brasil, uma vez que o objetivo é promover o uso dos corredores para aumentar o intercâmbio comercial entre os dois países. Nestas mesas, são avaliadas as limitações do comércio transfronteiriço, ações de promoção como rodadas de negócios e a elaboração de estudos de mercado. Essas ações contribuem para a melhoria de portos e procedimentos de facilitação comercial.

Além disso, em maio de 2024, a PROMPERÚ organizou rodadas de negócios em estados fronteiriços como Acre, Rondônia e Amazonas. Para o próximo ano, está prevista a realização de outra rodada de negócios em Manaus.

Como parte das ações programadas, está sendo desenvolvido um estudo de mercado para identificar compradores de produtos processados no Brasil, Chile e Equador. No que diz respeito às atividades de facilitação de exportações, são realizados workshops especializados de programas e convênios interinstitucionais, como o Consolida Brasil e o Exporta Fácil. Em relação a feiras internacionais de promoção de produtos exportáveis, foram desenvolvidas Anuga Select 2024 (feira de

alimentos processados) e FIT 0/16 (feira de vestuário), além da participação na Exposibram (feira de fornecedores para a mineração).

Também participaremos da missão comercial Peru Moda São Paulo para promover vestuário de algodão e alpaca. Além disso, será realizado em São Paulo e Recife o Invest Peru Brasil, onde serão promovidos investimentos do setor privado brasileiro em projetos de energias renováveis (eólica, solar, etc.) e hidrogênio verde.



“PROMPERÚ vem participando das mesas técnicas organizadas pelo MINCETUR focadas em desenvolver um plano de ação multissetorial para promover o comércio exterior através de corredores multimodais como IIRSA Norte e Sul”

Por último, a PROMPERÚ oferece orientação sobre aspectos logísticos, aduaneiros e legais, que inclui informações sobre tarifas, acordos

comerciais e regulamentações de exportação que os empresários brasileiros devem considerar ao importar produtos peruanos.

5. Quais são os principais produtos peruanos que estão sendo comercializados no Brasil e quais têm potencial no mercado brasileiro?

Durante o ano de 2023, o setor de manufaturas exportou para o Brasil um total de USD 178 milhões, o que representa um aumento de 14,4% em comparação com 2022. No total, 146 empresas exportaram mais de 228 produtos.

Os cinco principais produtos exportados foram (ver gráfico 1):

Destacam-se no setor de manufaturas novos produtos exportados nos últimos anos, como lacas, corantes naturais, goma de tara, óxido de zinco, equipamentos para mineração, juntas e embalagens de plástico rígido.

Por outro lado, em 2023, o setor agroindustrial exportou para o Brasil USD 85 milhões, uma redução de 5,1% em relação ao ano anterior. No total, 187 empresas exportaram 87 produtos. Os cinco principais produtos exportados foram (ver gráfico 2):

Destacam-se oportunidades para produtos frescos como romã, maracujá e flores do deserto, cujo acesso sanitário foi recentemente conseguido.

“No Brasil, o escritório comercial da PROMPERÚ no exterior, oferece atendimento personalizado a empresários brasileiros interessados em fazer negócios no Peru através de assessórios direta”

Destacam-se oportunidades para camisetas de algodão para homens e mulheres, sendo ainda um desafio aumentar as exportações de roupas para bebês.

6. O que você acha da implementação da Câmara Brasil-Peru como um espaço de promoção empresarial e de negócios entre empresários peruanos e brasileiros?

A implementação da Câmara de Comércio Brasil-Peru (Cambrape) como um espaço de promoção empresarial e de negócios entre empresários peruanos e brasileiros é muito positiva. As câmaras de comércio, em geral, desempenham um papel crucial como aliadas para agências de promoção, facilitando o intercâmbio de informações, a criação de redes e a identificação de oportunidades de negócios. No caso específico da Câmara Brasil-Peru, ela pode servir como uma ponte estratégica entre os dois países, permitindo que as empresas de cada nação explorem novas oportunidades e colaborações.



Gráfica 1



Gráfica 2

Por sua vez, o setor têxtil exportou para o Brasil, em 2023, USD 77 milhões, um aumento de 7,9% em relação ao ano anterior. Noventa empresas exportaram 108 produtos.

Os cinco principais produtos exportados foram (ver gráfico 3):



Gráfica 3

“

O Brasil é um dos principais parceiros comerciais do Peru na América Latina. Ambos os países têm potencial para diversificar e aumentar o intercâmbio de produtos”



Ao oferecer um espaço dedicado à promoção empresarial, esta câmara pode ajudar a superar barreiras culturais e comerciais e fomentar um ambiente mais favorável para os negócios bilaterais. Em resumo, uma câmara de comércio bem implementada pode ser um catalisador significativo para o crescimento e a cooperação econômica entre o Brasil e o Peru.

7. Como se vincula a ação da Câmara com as ações desenvolvidas pela PROMPERÚ?

A Cambrape e a PROMPERÚ desempenham papéis complementares na promoção das relações comerciais entre o Brasil e o Peru. Sua colaboração e sinergia são fundamentais para fortalecer os laços econômicos e facilitar o intercâmbio comercial entre os dois países. Por exemplo, promoção comercial conjunta, assessoria e capacitação, acesso a redes de contato, promoção de investimentos, difusão de informações, solução de conflitos e apoio legal.

8. Quais são as perspectivas para as relações comerciais e de negócios entre os dois países nos próximos anos?

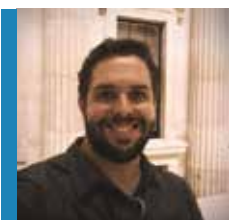
O Brasil é um dos principais parceiros comerciais do Peru na América Latina. Ambos os países têm potencial para diversificar e aumentar o intercâmbio de produtos, especialmente em setores como alimentos, produtos industriais, químicos e manufaturas. A eliminação, em 2012, de barreiras tarifárias em alguns setores e a assinatura de acordos de cooperação podem facilitar ainda mais o comércio.

O Peru, além disso, tem a oportunidade de diversificar sua oferta exportável ao Brasil, além dos tradicionais produtos minerais e agrícolas. Alguns setores importantes são o têxtil, a agroindústria (superfoods como quinoa, chia e berries), os serviços de tecnologia para diversos setores, especialmente para a mineração. Também podem ser mencionados bens como equipamentos, máquinas, peças e componentes, insumos para cosméticos, produtos para a saúde, autopeças e embalagens.

As estratégias de promoção comercial, através de uma participação ativa em feiras setoriais, rodadas de negócios em diversos estados, missões de compradores brasileiros ao Peru, agendas de negócios no mercado e a melhoria da competitividade, são fundamentais para aproveitar essas oportunidades.



¿FAZER NEGÓCIOS NO BRASIL?



Eilor de Almeida Marigo
Consultor de SPBrasil Eventos e SPBrasil Soluções Internet

Trabalhando desde 1981 no mercado brasileiro e a cerca de 10 anos no mercado peruano, consegui acumular uma boa experiência sobre os empresários de ambos os países.

Hoje vou passar algumas dicas sobre o que você deve esperar do mercado brasileiro.

Os Mercados

Existe uma grande diferença entre os dois mercados, coisas que são muito relevantes em um são totalmente desconhecidas no outro.

- A extensão territorial

A grande extensão territorial do país faz com que os custos de transporte impactem muito o custo final do produto. A logística bem feita é muito relevante aqui.

- Processo de venda

No Peru, o processo de venda é baseado em vendedores ou distribuidores que conseguem atender o país todo. No Brasil a venda tem que se basear em marketing.

- Impostos

Aqui temos legislação tributária Federal, estadual e municipal separadas.

Muitas vezes a carga tributária torna-se maior ou menor simplesmente em função da cidade onde a empresa se estabeleceu.

Em nossa consultoria, tomamos muito cuidado para evitar que sua empresa seja aberta no lugar inadequado em relação aos impostos.

- Legislação Restritiva

No Brasil temos muitas agências reguladoras governamentais como a Anvisa, com legislações muito restritivas.

Se você compra um produto que contém carne, na embalagem é possível identificar o produtor, o local onde o animal foi abatido, o local onde o animal foi criado e se recebeu todas as vacinas.

Os Empresários

Um ponto a ser considerado com muito cuidado ao se fazer negócios no Brasil é que existe uma enorme diferença entre a forma de pensar do empresário peruano e os empresários brasileiros.



Dependendo da região você encontrará muita diferença.

O empresário brasileiro, é mais liberal em assumir riscos, mas é mais rigoroso com prazos e pagamentos. Se preocupa bastante em conhecer o mercado que atua.

O mercado bem competitivo, faz com que se preocupe mais com o preço de compra do que com a antiguidade ou confiabilidade do fornecedor. Isto pode ser bom porque você terá menos dificuldade em substituir um fornecedor já existente.

O marketing bem-feito e o estudo de cada mercado que temos é uma ferramenta muito poderosa no Brasil e nunca deve ser deixada de lado.

É um país que apresenta excelentes oportunidades por conter áreas com um grande abastecimento e outras com uma grande carência do mesmo produto. Mas é muito importante conhecer bem esse mercado antes de entrar nele.

“O empresário brasileiro é mais liberal em assumir riscos, mas é mais rigoroso com prazos e pagamentos. Preocupa-se bastante em conhecer o mercado no qual opera.”



ASE

CONSULTORES

Somos uma empresa de consultoria especializada no fortalecimento das organizações, no desenvolvimento organizacional e financeiro, assim como na melhoria de suas capacidades de comunicação e relacionamento estratégico.

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

MATO GROSSO, POR CHANCAY MELHOR



Roberto Zapata Ugstad
Economista

Vamos fazer um exercício simples sobre o impacto potencial na economia dos pequenos e médios negócios ao longo dos quase 1.900 quilômetros da rodovia Interoceânica, entre a fronteira com o Brasil em Iñapari e o porto de Chancay, em Lima.

Pensemos especificamente em um Estado do Brasil que está localizado no sul do país, exatamente no meio do caminho entre o principal porto utilizado por Mato Grosso para exportar seus produtos, o porto de Santos, e a fronteira com o Peru, no departamento de Madre de Dios. Pensemos especificamente em um produto, o principal produto de exportação de Mato Grosso: a soja. E pensemos, por fim, em um único destino para essa soja exportada, o principal destino de exportação: China.

Um único produto, de um único Estado para um único destino. Talvez este exemplo bem pontual nos permita dimensionar o potencial aumento do fluxo de caminhões que poderiam circular pela — hoje subutilizada — rodovia Interoceânica, e com isso dinamizar a economia das cidades, vilas e povoados ao longo dos quase 1.900 quilômetros de distância entre a fronteira e o megaporto de Chancay.

Segundo dados oficiais, o Estado de Mato Grosso exportou para a China, em 2023, um total de 15,5 milhões de toneladas de soja.

Esse volume de soja exportado equivale a aproximadamente 370 mil contêineres de 40 pés. Mas nem toda a soja é transportada de caminhão até o porto de Santos. Segundo vários estudos, cerca de metade do volume chega ao porto de Santos por trem, e a outra metade chega por rodovia. Vamos então focar apenas na soja de Mato Grosso exportada para a China e que chega ao porto de Santos por rodovia, em caminhões.

Podemos dizer que esse é o volume de soja de Mato Grosso que o porto de Chancay poderia almejar conquistar: aproximadamente 7,8 milhões de toneladas, transportáveis em aproximadamente 185 mil caminhões com contêineres de 40 pés.

Se apenas 10% desses caminhões decidissem dirigir até a fronteira com o Peru, no departamento de Madre de Dios, em vez de até o porto de Santos, o que seria mais ou menos equivalente em distância, e a partir daí seguissem até o porto de Chancay,

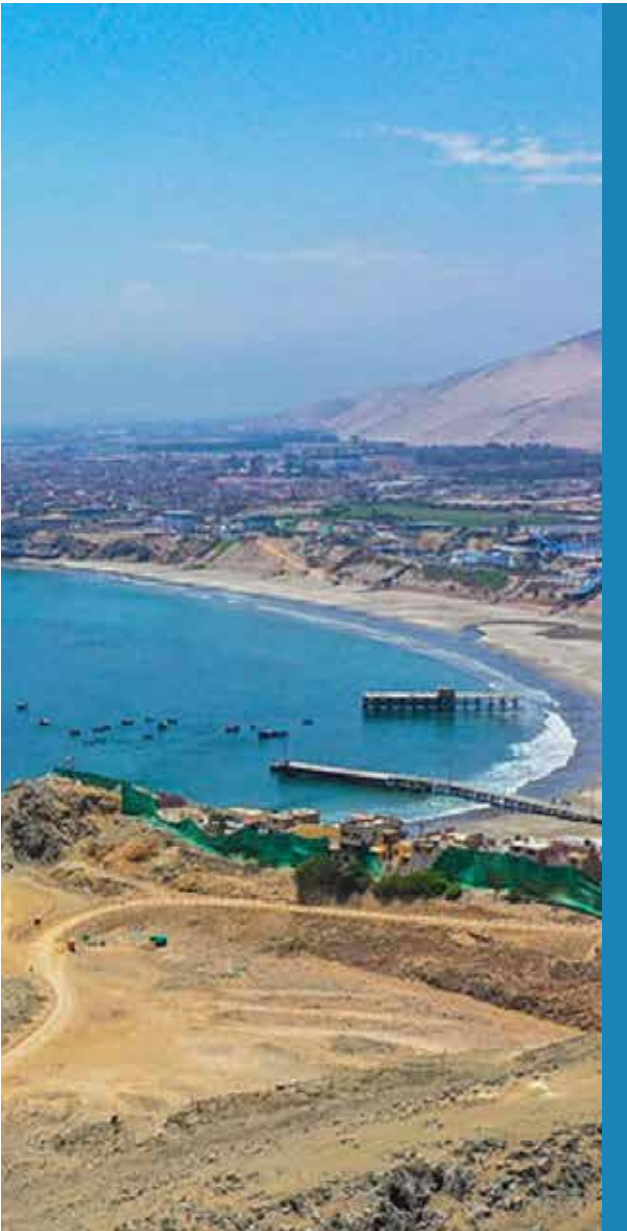
a rodovia Interoceânica teria um aumento de fluxo de aproximadamente 100 caminhões por dia durante os 365 dias do ano, circulando tanto de ida ao porto de Chancay quanto de volta ao Brasil.

Esses 100 caminhões adicionais por dia, circulando ao longo de todo o ano, comprariam combustível, pagariam pedágios e utilizariam os serviços de restaurantes e outros comércios ao longo do trajeto. Somente em venda de combustível, estamos falando de mais de US\$ 30 milhões anuais que seriam distribuídos entre os postos de bandeira nacional ao longo da rodovia.

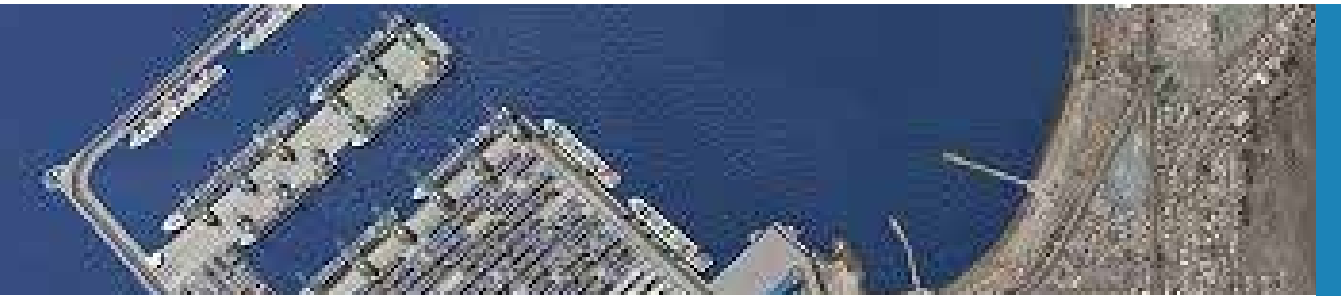
Agora, cada um faça um exercício imaginário de extrapolar esse valor. Imaginemos não apenas um produto, de um só Estado para um único destino, mas todos os outros produtos de exportação brasileira, para todos os países do Pacífico Asiático e de outros Estados brasileiros. O impacto na economia peruana seria, no mínimo, considerável.

Permitam-me compartilhar um pouco mais de informação que ajude a imaginar mais facilmente o potencial exportador do porto de Chancay. Vamos analisar rapidamente alguns dados oficiais do Estado do Acre, esse Estado brasileiro colado ao departamento de Madre de Dios, e que por isso está muito mais próximo ao porto de Chancay do que ao porto de Santos, no Atlântico. A distância entre sua capital, Rio Branco, e o porto de Chancay é de apenas 2.200 quilômetros, enquanto a distância até o porto de Santos é 64% maior, 3.600 quilômetros. Isso por si só já é uma vantagem comparativa esmagadora a favor do porto de Chancay. No entanto, as exportações que cruzam a fronteira para o Peru são praticamente iguais às importações do mercado peruano, o que permite inferir que muito pouco ou nada das exportações do Acre para os mercados do Pacífico Asiático saem por algum porto peruano. E qual vocês acham que é o principal destino das exportações do Acre? China. E qual acham que é a principal saída para suas exportações? Os portos no distante Atlântico, a 3.600 quilômetros de distância.

O potencial é muito grande, não há dúvida disso. Para aproveitá-lo, o Peru precisa garantir que toda a cadeia logística, desde a entrada dos caminhões pela fronteira com o Brasil, em Madre de Dios, até a saída dos contêineres pelo porto de Chancay, seja eficiente, confiável e segura.



“
A rodovia Interoceânica teria um aumento de fluxo de aproximadamente 100 caminhões diários durante os 365 dias do ano, circulando tanto de ida ao porto de Chancay quanto de volta ao Brasil.



ENTREVISTA

PISCO ARTESANAL HUAMANÍ



Estivemos na fábrica de Huamaní e entrevistamos o
Sr. Jaime Doehler, Gerente Geral da empresa

1, Pode nos contar sobre a história e a origem da marca? Onde está localizado o fundo?

Don Ismael de la Quintana produziu a primeira garrafa de pisco em 1890 na Hacienda Huamaní, no Vale de Ica, Peru. Foi nesse momento que nossa tradição começou, há mais de 130 anos, e daí vem o motivo do nosso nome. Em quechua, Huamaní se refere aos espíritos da montanha que protegiam o povo inca e suas colheitas.

Após perder suas terras no Vale de Ica devido às expropriações peruanas na década de 1970, sua família começou novamente no Vale de Pisco, onde rebatizaram e relançaram o famoso pisco. Quatro gerações depois, ainda mantemos a mesma paixão e tradição.

O fundo está localizado na altura do Km 234 da Panamericana Sur, no distrito de Paracas, Pisco, Ica.

2. Qual é o processo de produção?

Em Huamaní, respeitamos o legado de Don Ismael de la Quintana, utilizando a mesma receita que ele criou há mais de 130 anos em alambiques de cobre trazidos diretamente da França. A produção é artesanal e em pequenos lotes, cuidando de cada detalhe do processo. O Pisco Huamaní vai da nossa fazenda direto para o seu copo.

3. Quais são os tipos de Pisco que vocês produzem?

- **Quebranta:** Foi o primeiro que produzimos, com um aroma fino de feno e frutas verdes, seco e suave no paladar.
- **Italia:** Aroma fresco e floral, com bom equilíbrio de álcool em notas cítricas, seguido de um final doce.
- **Torontel:** Destaca-se por sua elegância, com aroma de lima e erva-cidreira, além de toques de passas e mel.
- **Acholado:** O favorito da casa, produzido com a mesma receita desde 1890, uma combinação de uvas Quebranta, Italia e Torontel, com suave aroma cítrico.
- **Mosto Verde Quebranta:** Feito de uvas quebranta, com aroma de feno do campo e suaves notas de frutas cítricas e maduras.
- **Mosto Verde Acholado:** O Acholado Huamaní em sua máxima expressão, considerado um mosto verde de classe mundial.

“

Em Quechua, Huamaní refere-se aos espíritos da montanha que protegem o povo Inca e sua colheita.”





“Nosso Pisco é feito para todos os amantes de Pisco e bebidas espirituosas, que apreciam o sabor, o aroma e a tradição em cada copo.”, indicou Doehler.



Os tipos de pisco que produzimos são Pisco Puro (feito com uma única uva), Acholado (mistura de duas ou mais uvas) e Mosto Verde (onde a fermentação do suco de uva é interrompida).

4. Para quem é destinado o Pisco Huamaní?

Nosso Pisco é feito para todos os amantes de Pisco e bebidas espirituosas que apreciam o sabor, o aroma e a tradição em cada copo. O Huamaní está presente em cada momento especial, com entes queridos, amigos e familiares.

É um pisco de alta qualidade que se destaca pelo seu processo de produção artesanal e pela utilização de uvas da melhor qualidade, o que lhe confere um sabor único.

5. Quais são os planos da empresa para 2025?

Nossos principais planos e objetivos estão focados em aumentar, pelo menos, 20% da produção anual de Pisco para alcançar mais destinos internacionais, incluindo o mercado brasileiro. Da mesma forma, esperamos que até o final de 2025 consigamos inaugurar nosso restaurante dentro da vinícola, para tornar a visita a “Huamaní” uma experiência inesquecível.

“Em Huamaní, respeitamos o legado de Don Ismael de la Quintana, utilizando a mesma receita que ele criou há mais de 130 anos.”



CÂMARA DE COMERCIO
BRASIL - PERÚ

POR QUE SE ASSOCIAR À CÂMARA DE COMÉRCIO BRASIL-PERU?

A Câmara é um espaço de alta conectividade empresarial e de negócios, com o objetivo de ajudar nossos associados em seu posicionamento nos mercados onde atuamos (Brasil e Peru).

Alguns benefícios:

- Referenciamento a potenciais clientes/aliados/fornecedores canalizados pela câmara de acordo com experiência e/ou requisitos
- 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 no chat de membros.
- Colaboração na busca de contatos no Peru ou no Brasil, entre outros serviços.

Para mais informações, escreva para:

CONTACTO@CAMARABRAPE.ORG

ESTRATÉGIAS PARA NEGÓCIOS INTERNACIONAIS



Mário Eugênio Crivellaro
Cofundador e Diretor de Operações (COO)
Octa Global Business

Nos dias de hoje, expandir operações para além das fronteiras é essencial para empresas que buscam crescimento e destaque no mercado global. Internacionalizar não só amplia a base de clientes como também diversifica riscos e abre novas oportunidades.

Para começar, entender os mercados-alvo e adaptar estratégias comerciais é crucial. Identificar parceiros, ajustar produtos e serviços às preferências locais são passos importantes. Um planejamento estratégico sólido deve incluir análise de mercado, concorrência e modos de entrada, seja por exportação, joint ventures ou subsidiárias.

A eficiência na cadeia de suprimentos é vital. Escolher fornecedores confiáveis, otimizar logística e cumprir regulamentações locais garantem que os produtos cheguem com qualidade e no tempo certo. A marca também deve ressoar em diferentes culturas; campanhas de marketing precisam refletir valores locais sem perder a essência.

Um ecossistema de suporte robusto faz toda a diferença. Estabelecer uma rede de contatos através de parcerias locais, participar de feiras internacionais e se envolver em associações comerciais abrem portas valiosas.

Entender e cumprir regulamentações locais, assim como garantir conformidade jurídica e financeira, minimizam riscos.

A tecnologia é um grande facilitador. Ferramentas digitais, e-commerce e comunicação global mantêm a eficiência e competitividade. Programas de aceleração para StartUps e missões empresariais imersivas oferecem insights valiosos e oportunidades de crescimento rápido, permitindo uma adaptação ágil ao mercado.

Empresas devem adotar uma abordagem proativa. Pesquisa e análise de mercado são essenciais para entender tendências e demandas dos consumidores. Desenvolver parcerias estratégicas facilita a entrada no mercado e fornece suporte operacional. Adaptar produtos e estratégias de marketing às peculiaridades de cada mercado é fundamental.

Investir em tecnologia otimiza operações e expande a presença digital, desde a automação de processos até o uso de analytics para decisões informadas. Capacitar a equipe para operar globalmente é crucial, oferecendo treinamentos sobre nuances culturais e práticas de negócios internacionais..



A internacionalização é uma jornada desafiadora, mas cheia de oportunidades. Com uma estratégia bem delineada e suporte adequado, empresas podem expandir seus horizontes e se tornar players globais de sucesso.

“

As empresas devem adotar uma abordagem proativa. A pesquisa e análise de mercado são essenciais para entender as tendências e demandas dos consumidores. Desenvolver parcerias estratégicas facilita a entrada no mercado e proporciona apoio operacional.”



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





Óscar Vásquez Solís, Diretor da Revista CAMBRAPER, Exmo Sr. Embaixador do Brasil no Peru, Clemente Baena Soares, e Sra. Vicky Cruz, Diretora Peru da Câmara Brasil-Peru.

CELEBRAÇÃO DO DIA DA INDEPENDÊNCIA DO BRASIL: UM EVENTO DE GALA

Em uma celebração repleta de cor, a Embaixada do Brasil no Peru comemorou o Dia da Independência do Brasil com um evento que se destacou pela elegância e camaradagem. O evento, realizado na prestigiosa residência do Embaixador, reuniu destacados membros da sociedade, empresários e diplomatas em um ambiente acolhedor. Os convidados desfrutaram de um banquete requintado com pratos tradicionais brasileiros, enquanto a música ao vivo e os espetáculos culturais adicionaram um toque especial a esse agradável encontro.

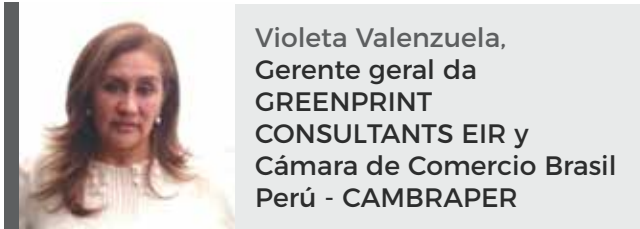


Alfredo Rusca, Vicky Cruz y Carlos González Bea



Grupo de empresárias convidadas

COMITÊ DE SUSTENTABILIDADE / ESG DA CAMBRAPER



Violeta Valenzuela,
Gerente geral da
GREENPRINT
CONSULTANTS EIR y
Cámara de Comercio Brasil
Perú - CAMBRAPER

Palavras-chave: Sustentável / Environment / Social / Governance / Desenvolvimento

Sendo que a Câmara de Comércio Brasil-Peru (CAMBRAPE) tem como principal objetivo impulsionar a conectividade entre os dois países para fomentar a cooperação empresarial e o crescimento econômico sob o princípio de responsabilidade socioambiental, a CAMBRAPE, através de seu presidente Dr. Rafael Torres Morales, considerou importante formar um Comitê de Sustentabilidade / ESG para promover o desenvolvimento de negócios sustentáveis entre seus Associados do Brasil e Peru.

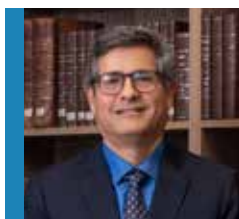
O Comitê é composto pelas empresas associadas da Câmara de Comércio Brasil-Peru e desenvolveu um plano de ação que integra os objetivos do Comitê de Sustentabilidade com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável para 2030 e os critérios Environment/Social and Governance (ESG) com o objetivo de contribuir para o direcionamento das empresas associadas à sustentabilidade, propondo-lhes de maneira voluntária a integração dos critérios ESG e ODS em seus objetivos estratégicos, organizar capacitações sobre temas relacionados à sustentabilidade das empresas associadas ao



mesmo tempo em que as fortalece nesse papel de liderança, socializar as boas práticas dos Associados no processo e produção de seus produtos e/ou serviços, e trocar experiências entre os Associados e grupos de interesse da CAMBRAPER. Sua agenda está centrada na formação e mentoria em ESG e ODS para a Sustentabilidade para empresas, na geração de espaços de inter-relação entre os associados, no fomento à criação de redes de trabalho colaborativo por setores e temas de ODS e ESG, desenvolvimento de webinars e uma rodada de negócios ou missão empresarial ao ano.

No final de 2024, o Comitê elaborará um Relatório Anual sobre a contribuição dos Associados no cumprimento dos ODS assinados por Brasil e Peru e sobre a integração dos critérios ESG em suas estratégias corporativas, garantindo que a cooperação empresarial entre Brasil e Peru gere impactos positivos nas áreas econômica, ambiental e social, fortalecendo a imagem e confiança da CAMBRAPER.

DICAS LEGAIS: COMO PROTEGER SUA MARCA NO PERU?



Mauricio Paredes Contreras
Sócio e Líder da Área de Propriedade Intelectual
TyTL Advogados

I. REGISTRE SUA MARCA NO INDECOPI (INSTITUTO NACIONAL DE DEFESA DA CONCORRÊNCIA E PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL)

- Identifique os produtos e serviços que sua marca protegerá para definir a classe ou classes onde ela será registrada.
- Faça uma busca de antecedentes no INDECOPI para saber se há uma marca igual ou semelhante registrada na mesma classe em que você deseja registrar sua marca.
- Envie o formulário de registro e pague a taxa correspondente.
- O processo pode levar entre dois a três meses, caso não haja oposição de terceiros.

II. USE SUA MARCA APÓS O REGISTRO

- Embora o registro de uma marca conceda um direito de exclusividade ao titular, a marca deve ser usada; caso contrário, pode ser cancelada por falta de uso, a partir do terceiro ano de concessão do registro.
- Qualquer alteração em uma marca registrada previamente, como um novo logotipo, novas cores ou tipografia, deve ser protegida com um novo registro.

III. SEJA PROTETOR DE SUA MARCA

- Evite que qualquer terceiro utilize sua marca sem autorização
- Faça contratos de licença de uso de marca com seus colaboradores, estabelecendo regras claras sobre como a marca deve ser utilizada
- Se perceber que terceiros estão usando sua marca sem autorização, denuncie ao INDECOPI

IV. RENOVE SUA MARCA NO INDECOPI

- O registro de uma marca tem validade de 10 anos
- Se desejar manter o registro após seu vencimento, deve iniciar o processo de renovação no INDECOPI.
- O registro pode ser renovado seis meses antes do vencimento ou dentro de um período de tolerância de seis meses após o vencimento. Se não for renovado dentro desses prazos, o registro caduca.



ENTREVISTA

**ÀS VÉSPERAS DA
INAUGURAÇÃO DO NOVO
AEROPORTO INTERNACIONAL
JORGE CHAVEZ**

**Entrevista com Pamela Moreno,
Gerente de Operações da LAP**

1. Qual é o percentual de avanço que se tem até o momento em relação à construção e operação do novo Jorge Chávez?

Atualmente, a construção do novo Aeroporto Internacional Jorge Chávez apresenta um progresso de mais de 90%. Este projeto de grande envergadura, que conta com um investimento de 2 bilhões de dólares por parte da LAP, será um marco significativo para a infraestrutura aeroportuária do Peru. O projeto já está na fase final de implementação e testes de diversos sistemas de última tecnologia, para dar início à futura operação em dezembro deste ano. Esta nova infraestrutura está sendo construída sob o conceito de "Cidade Aeroporto", como já funciona em outros hubs aeroportuários no mundo, principalmente na Europa, como: Zurique, Paris, Amsterdã, Frankfurt, entre outros.

Entre os principais avanços, destaca-se a instalação de 7 tomógrafos computadorizados para a inspeção de bagagens de mão, bem como a implementação do sistema de manuseio e inspeção de bagagem de porão (BHS-HBS) e sistemas automáticos de retorno de bandejas nas linhas de inspeção de segurança.

Além disso, foi desenvolvido um novo Centro Digital de Gestão de Plataforma, que permitirá guiar as aeronaves remotamente desde seus estacionamentos até a área de decolagem e vice-versa, sendo os primeiros na América do Sul a desenvolver este serviço de forma digital, em parceria com nossos parceiros estratégicos DFS e SAAB. Também estão sendo implementados modernos centros de controle de operações, TI, manutenção, segurança e uma sala de crises para a gestão aeroportuária.

Com esses avanços, o novo Jorge Chávez se posiciona como um dos aeroportos mais modernos e eficientes da América do Sul, com capacidade para atender 40 milhões de passageiros em 2025.

2. Quando se estima que as operações terão início?

O novo terminal único de passageiros do Aeroporto Internacional Jorge Chávez está pronto para iniciar suas operações em 18 de dezembro deste ano. Estamos trabalhando intensamente, em parceria com as entidades envolvidas na operação aeroportuária e as autoridades governamentais, para cumprir o prazo estabelecido e atingir a data anunciada.

3. Quais melhorias poderão ser observadas tanto no setor de turismo (passageiros) quanto no de cargas?

Com a inauguração da Cidade Aeroporto, Lima e a região de Callao se consolidarão como um destacado centro de conexão internacional, elevando a posição de Lima como um hub de turismo chave na região. Esta transformação permitirá uma maior conectividade para os passageiros facilitando o



acesso a diversos destinos e promovendo o crescimento do turismo na região. A Cidade Aeroporto apresentará uma plataforma de desenvolvimento logístico e de negócios, que incluirá um Parque Logístico em Callao, uma nova área de carga, entre outras oportunidades imobiliárias que contribuirão para um maior comércio e aumento de investimentos em Lima e Callao, beneficiando diretamente o turismo e as operações logísticas e comerciais. Só para ilustrar, em relação à operação de carga, em 2023 foram registradas mais de 213 mil toneladas de carga, sendo 87% de carga internacional.

4. Como estão as obras de conectividade com o novo terminal?

A partir de 18 de dezembro de 2024, o novo Aeroporto Internacional Jorge Chávez terá um novo acesso, que será feito exclusivamente pela avenida Morales Duárez, substituindo o acesso atual pela avenida Faucett. Para facilitar a transição, o Ministério dos Transportes e Comunicações (MTC) instalou duas pontes temporárias que se conectarão com as novas vias internas em construção, a cargo da Lima Airport Partners (LAP).

Na LAP, cumprimos a construção dos acessos viários internos necessários para a conexão com a ponte Santa Rosa, que será o acesso definitivo para os passageiros e deverá ser construída pelo MTC. Além disso, para que o novo terminal possa se conectar com a cidade através das pontes modulares propostas pelo MTC, a LAP iniciou a construção das vias de conexão com essas pontes modulares, com um investimento adicional de mais de 7 milhões de dólares.

A ponte Santa Rosa, que será a rota definitiva de acesso ao aeroporto, entrará em operação em 2027, conforme anunciado pelo MTC. Além disso, a LAP e a Autoridade de Transporte Urbano para Lima e Callao (ATU) estão trabalhando em um plano para conectar o novo aeroporto à cidade por meio de ônibus de transporte público. Estão previstas entre 5 e 6 novas rotas, que incluirão conexões com os corredores do Metropolitano e as linhas 1 e 2 do metrô de Lima e Callao, cobrindo áreas de Callao, Lima Sul e Lima Norte.

5. Qual será o uso das instalações atuais do aeroporto?

O terminal de passageiros atual deixará de receber passageiros e suas instalações serão utilizadas para fins operacionais, comerciais, logísticos ou qualquer outro uso que venha a ser determinado no futuro. Esta transição será realizada de acordo com os compromissos estabelecidos na Concessão do Aeroporto Internacional Jorge Chávez e em conformidade com as diretrizes do Plano Diretor apresentado à Direção Geral de Aeronáutica Civil (DGAC) do MTC.

“
O novo Jorge Chávez se posiciona como um dos aeroportos mais modernos e eficientes da América do Sul, com capacidade para atender 40 milhões de passageiros em 2025”





6. Como esta importante obra logística ajudará no crescimento das relações comerciais e de negócios com o Brasil?

Com a futura operação no novo terminal, espera-se crescer em novos mercados e aumentar as frequências de muitos destinos já existentes. Vale destacar que, em breve, novos destinos como Curitiba (Brasil) serão inaugurados, representando um avanço significativo para o crescimento das relações comerciais e de negócios com o Brasil.

Ao ampliar a oferta de mercados e horários, essa nova conectividade aérea atrairá mais passageiros, facilitando o acesso a destinos tanto como ponto final quanto de conexão. Além de fomentar o turismo, essa melhoria na infraestrutura e nas rotas aéreas criará oportunidades para o comércio e o intercâmbio cultural entre Peru e Brasil.



“
Esta nova infraestrutura está sendo construída sob o conceito de "Cidade Aeroporto", como já funciona em outros hubs aeroportuários no mundo, principalmente na Europa”

CAMBRAPER E FECOMÉRCIO SE UNEM PARA FOMENTAR O DESENVOLVIMENTO COMERCIAL ENTRE O PERU E O BRASIL

Prevê-se aumentar o fluxo de investimentos diretos nos próximos anos.



Em um esforço para estreitar os laços econômicos e impulsionar o intercâmbio comercial, a Câmara de Comércio Brasil-Peru (CAMBRAPER) assinou um importante convênio interinstitucional com a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Distrito Federal (Fecomércio DF). Este acordo estabelece um marco nas relações bilaterais entre Peru e Brasil, já que a Fecomércio DF é uma das entidades mais representativas do país vizinho, abrangendo mais de 300.000 empresas nos setores de comércio, serviços e turismo, que são pilares fundamentais da economia brasileira.

O convênio tem como objetivo principal promover a cooperação empresarial e fortalecer as relações comerciais entre os dois países, que em 2023 atingiram um intercâmbio comercial de aproximadamente USD 5 bilhões. Este acordo poderá impulsionar ainda mais o crescimento desses números, consolidando o Brasil como o principal parceiro comercial do Peru na América Latina.

Entre as atividades previstas neste convênio estão a organização de rodadas de negócios, que facilitarão o contato direto entre empresários dos dois países, permitindo identificar oportunidades de investimento e expansão em setores

entre Brasil e Peru cresceu 9,27%, uma tendência que se espera que continue com a implementação deste acordo, promovendo um ambiente mais favorável para os investimentos bilaterais.

Outro aspecto fundamental do acordo é o apoio a missões comerciais, que buscarão não apenas fortalecer a presença de empresas peruanas no Brasil e vice-versa, mas também diversificar a oferta de produtos e serviços em ambos os mercados. Atualmente, as exportações peruanas para o Brasil estão concentradas em produtos minerais e agrícolas, enquanto as importações brasileiras incluem manufaturas, produtos industriais e bens de consumo. A diversificação dessa cesta comercial é um dos desafios que este convênio pretende enfrentar.

Além disso, o intercâmbio de informações comerciais será um pilar fundamental para a tomada de decisões estratégicas por parte dos empresários. Serão desenvolvidos relatórios conjuntos e estudos de mercado que fornecerão um panorama detalhado das oportunidades e desafios em cada setor, permitindo às empresas adaptarem suas estratégias de forma mais eficiente.



A criação de conferências e eventos também desempenhará um papel importante neste convênio. Essas atividades, além de servir como plataformas de networking, oferecerão espaços para capacitação e troca de conhecimentos, aspectos cruciais para melhorar a competitividade das empresas envolvidas. Estima-se que essas iniciativas possam aumentar o fluxo de investimentos diretos entre os dois países nos próximos anos.

Por fim, ambas as instituições trabalharão no desenvolvimento de publicações conjuntas e na participação em feiras comerciais, o que permitirá maior visibilidade das oportunidades comerciais e fortalecerá a presença de produtos e serviços de ambos os países no mercado internacional.

Este acordo, que se insere num contexto de crescente interdependência econômica na América Latina, tem o potencial de se tornar um motor de desenvolvimento regional, gerando empregos e dinamizando as economias do Brasil e do Peru. Com este passo, CAMBRAPER e Fecomércio DF reafirmam o seu compromisso de continuar a construir pontes entre os dois países, promovendo um desenvolvimento comercial sustentável e benéfico para todas as partes envolvidas.

LEGALVERSE

Somos pioneiros no setor de LegalTech no mercado latino-americano.

Serviços legais:

- Evidências Digitais
- ERP Legal
- Plataforma de serviços legais
- RPA Automação



CONVÊNIO ENTRE PROINVERSIÓN E A CÂMARA DE COMÉRCIO BRASIL-PERU IMPULSA O INVESTIMENTO PRIVADO



No âmbito de um esforço conjunto para impulsionar o desenvolvimento econômico e fortalecer as relações bilaterais, PROINVERSIÓN e a Câmara de Comércio Brasil-Peru (CAMBRAPER) assinaram um Convênio Marco de Colaboração Institucional. Este importante acordo tem como objetivo promover o fortalecimento de capacidades na promoção de investimentos privados entre os dois países e abrir novas oportunidades de desenvolvimento através da divulgação da carteira de projetos impulsionados pela PROINVERSIÓN.

O convênio permitirá que a CAMBRAPER, através de suas associações e entidades afiliadas, colabore ativamente na promoção de projetos estratégicos que impulsionem o crescimento do setor privado em áreas-chave. Entre os principais benefícios, destaca-se o acesso de seus afiliados a uma ampla carteira de projetos de infraestrutura e desenvolvimento que buscam atrair investimento estrangeiro, especialmente em setores como energia, transporte e tecnologia.

Este acordo representa um marco significativo para a Câmara de Comércio Brasil-Peru, que, em seus primeiros meses de existência institucional, conseguiu consolidar alianças estratégicas com entidades de grande impacto na promoção de investimentos bilaterais.

"Este convênio com a PROINVERSIÓN não só reforça nossas redes de colaboração, como também nos posiciona como um

ator-chave na promoção de oportunidades de investimento entre Brasil e Peru", comentou um representante da CAMBRAPER.

Este novo avanço se soma a outros importantes acordos alcançados em menos de cinco meses, destacando o compromisso da CAMBRAPER com o desenvolvimento de sólidas relações comerciais entre Brasil e Peru. Através deste tipo de alianças, a Câmara continua a se consolidar como uma plataforma dinâmica para seus associados, oferecendo oportunidades e ferramentas essenciais para seu crescimento em ambos os mercados.

A CAMBRAPER reafirma seu compromisso de continuar trabalhando em prol de seus associados, promovendo mais alianças que fortaleçam as capacidades de investimento e ampliem as redes comerciais de seus membros, contribuindo assim para o desenvolvimento econômico de Brasil e Peru.



EXPOCEVICHE EM LIMA

O maior evento gastronômico e cultural peruano no Brasil agora será realizado em Lima - Peru.

Após o grande sucesso do evento em São Paulo e Rio de Janeiro.

Por mais de 11 anos, destacando nossa cultura e gastronomia com grande êxito no gigante sul-americano.

ExpoCeviche chega a Lima Este.

Dias 26 e 27 de outubro na Concha Acústica do Campo de Marte.

- Gastronomia Peruana
- Bebidas, Dança
- Música
- E muito mais.

Desta vez, contaremos com o Brasil como país convidado, trazendo toda a sua bagagem cultural.

Venham desfrutar de uma maravilhosa experiência gastronômica e cultural.

UM CARNAVAL DE SABORES PERUANOS!!!



EQUIPE LEGAL MULTIDISCIPLINAR

Escritório de advocacia que oferece serviços jurídicos integrais de alta qualidade, de forma multidisciplinar e oportuna para todos os seus clientes



CONHEÇA NOSSOS ASSOCIADOS

Phytoma Latam SAC (Perú):





Nombre completo:
Christian Antonio
Riega Abuapara

Empresa: Phytoma Latam SAC

Cargo: CEO

Servicios o productos que ofrece en el mercado: Comercialización de soluciones agrícolas para los segmentos de Bioestimulación y Protección de cultivos Residuo cero adaptadas a las necesidades de cada cultivo y región.

Organizaciones en las que participa: CCL, Camara Peruano china, mexicana, chilena, española.

País: Peru (matriz)

Correo: criegaabuapara@phytomabioscience.com

Interfrazão Negócios Internacionais & Serviços (Brasil):





Ivanilda Frazão
Tolentino

Empresa: Interfrazão Negócios Internacionais

Cargo: Sócia Diretora

Servicios o productos que ofrece en el mercado: Consultoría Comércio Exterior, Missões Empresariais, Projetos Internacionais, Rodada de Negócios, Prospecção de Mercado, Projetos de Feiras Setoriais e Multisetoriais, Receptivos.

Actividades adicionales: Missões Empresariais, Gestão de Eventos Público e Privado.

Organizaciones en las que participa: Conselheira Federal pelo Estado de Rondônia - CFA/ Conselheira Fiscal – Associação Brasileira de Relação Institucional e Governamental-ABRIG, Conselheira na ANAPRI.

País: Brasil

Correo: ivanilda@interfrazao.com.br

CRONOGRAMA DOS PRÓXIMOS EVENTOS

Rodada de Negócios com empresas brasileiras de alimentos e bebidas

**27 de setembro
9:30 a. m.**

**Salão de Reunião
CAMBRAPER -
Edifício Lima Central
Tower**

**Destinado a Câmaras
e associações
setoriais aliadas.**

**Café da Manhã
Empresarial Peru
Brasil, Mercado de
Alimentos e
Bebidas**

**27 de setembro
7:15 a.m.**

**Restaurante CATA
localizado no Lima
Central Tower em
Surco**

**Destinado a Membros
CAMBRAPER, com a
participação de 20
empresários brasileiros
do setor.**

**Networking entre
Membros
CAMBRAPER**

**29 de outubro
7:30 a. m. (Hora
Lima)**

Modalidade virtual

**Destinado a
Membros
CAMBRAPER.**

**Café da Manhã de
Trabalho**

**6 de novembro
8:00 a. m. (Hora São
Paulo)**

Modalidade Híbrida

**Destinado a
Membros
CAMBRAPER e
Convidados
especiais.**

**Coquetel |
Networking**

**18 de novembro
6:30 p.m. (Hora São
Paulo)**

**Modalidade
Presencial**

**Aberto | Custo
diferenciado.**

**Reunião da Câmara
de Comércio Brasil
Peru**

**26 de novembro
7:15 a.m.**

Modalidade virtual

**Destinado ao Público
em geral e Membros
CAMBRAPER**