APOYO CONSULTORIA

SAE

ENCUENTRO SAE
EDICIÓN ESPECIAL

PERÚ: A UN AÑO DE LAS ELECCIONES

LAS CLAVES PARA SUPERAR LOS RETOS DEL ENTORNO DE NEGOCIOS

ENCUENTRO PRESENCIAL
29 DE ABRIL
7:30 A. M A 12:45 P. M.
HOTEL WESTIN

APOYO CONSULTORIA

SAE

Expositores invitados

Julio Velarde
Presidente
Banco Central de Reserva del Perú

Daniel Kerner
Director ejecutivo para América Latina
Eurasia Group

Kathryn Rooney
Chief Market Strategist
StoneX Group Inc.

Alfredo Torres
Presidente ejecutivo
Ipsos Perú

Carlos Helfer
Consultor en comunicación política

Cintya Añaños
Directora
Industrias San Miguel

Sebastián Husni
Gerente general
RESEMIN

APOYO CONSULTORIA

SAE

APOYO Consultoría

Hugo Santa María
Socio y economista jefe
APOYO Consultoría

José Carlos Saavedra
Socio y economista principal
APOYO Consultoría

Victor Albuquerque
Socio
APOYO Consultoría

Donita Rodríguez
Jefa de Análisis Macroeconómico
APOYO Consultoría

Camila Bozzo
Jefa de Análisis Político
APOYO Consultoría

Eduardo Campos
Presidente ejecutivo
APOYO Consultoría

Javier Tabata
Socio
APOYO Consultoría

SAE
SERVICIO DE ASESORIA EMPRESARIAL

APOYO CONSULTORIA

Perú: a un año de las elecciones

ABRIL 2025

Índice

1 Coyuntura política a un año de las elecciones

2 Proceso electoral: actores y reglas

Un Gobierno débil pero estable

AGENDA DEL CONGRESO

Un Congreso que se desmarca pero que no vaca

CONTROL POLÍTICO

MEDIDA	ESTADO
Censura al ministro del Interior	Aprobado
Acusación constitucional contra D. Boluarte	Archivada
Interpelación al ministro de Educación	Rechazado
Interpelación al ministro de Transportes y Comunicaciones	Rechazado

FUENTE: APOYO Consultoría

AGENDA DEL CONGRESO

Que favorece intereses informales y posiblemente ilegales

INTERESES ESPECÍFICOS

MEDIDA	ESTADO
Ciclo cero como modalidad única de ingreso a universidades	Dictamen
Ley de Pequeña Minería y Minería Artesanal (MAPE)	En comisión
Compra de oro artesanal por parte del BCRP	En comisión
Prórroga de formalización de colectivos	Autógrafa observada

FUENTE: APOYO Consultoría

AGENDA DEL CONGRESO

Y que regula sin oposición del Ejecutivo

AGENDA REGULATORIA

MEDIDA	ESTADO
Liberación de CTS	Aprobado
Eliminación de comisiones por transferencias interbancarias	En reconsideración[1]
Regulación de tarifas de boletos aéreos	En agenda
Retiro de AFP	En comisión

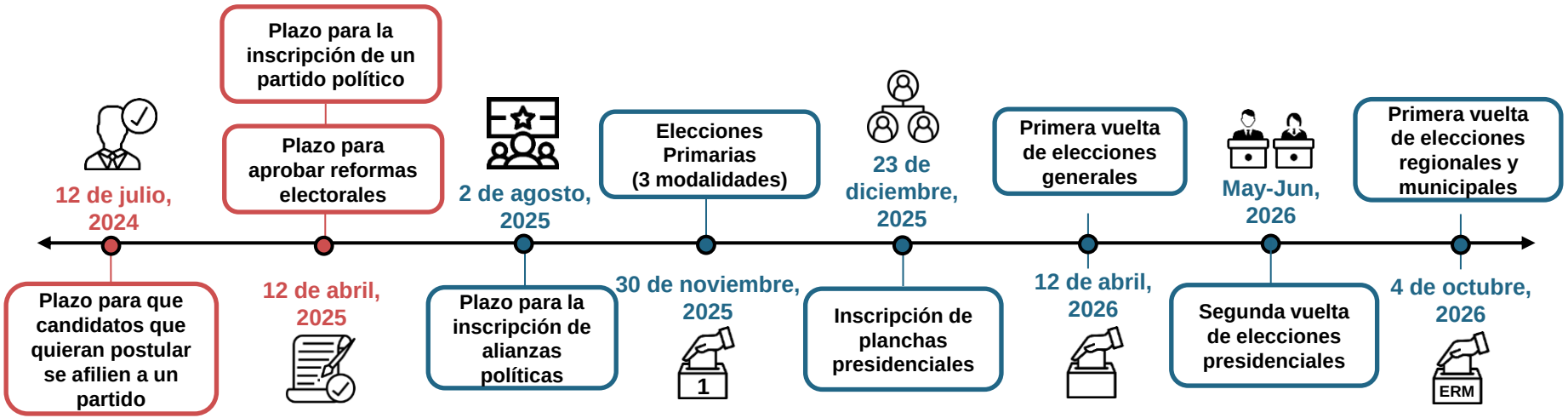
[1] Proyecto aprobado en segunda votación, con una reconsideración pendiente por parte de Fuerza Popular.

FUENTE: APOYO Consultoría

2026
ABRIL
OCTUBRE

CRONOGRAMA ELECTORAL

A un año de las elecciones se comienzan a dar algunas definiciones



FUENTE: JNE, ONPE, Congreso

CLASIFICACIÓN ELECTORAL

1 Con presencia electoral y candidatura anunciada

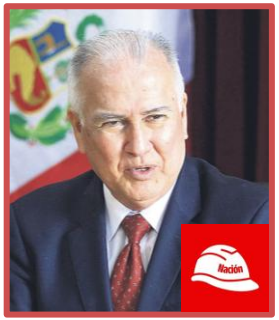
2 Con presencia electoral, sin candidatura anunciada

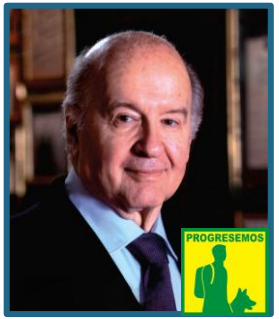
3 Sin presencia electoral, con candidatura anunciada

4 Sin presencia electoral ni candidatura anunciada

CON PRESENCIA ELECTORAL Y CANDIDATURA ANUNCIADA

Los candidatos que están en campaña



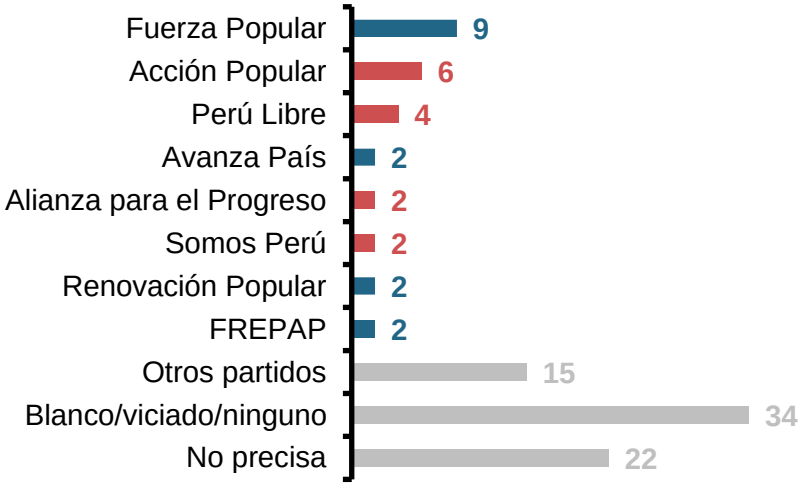


CON PRESENCIA ELECTORAL, SIN CANDIDATURA ANUNCIADA

Los partidos con cierto reconocimiento que aún no definen candidatos

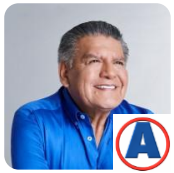
ABR-25: INTENCIÓN DE VOTO POR PARTIDO

%, opinión pública



FUENTE: Ipsos Perú

CÉSAR ACUÑA



RICHARD ACUÑA

JORGE DEL CASTILLO

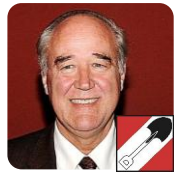
CARLA GARCÍA

CECILIA GARCÍA

EDGAR TELLO

ALFREDO BARNECHEA

VÍCTOR A. GARCÍA B.



VLADIMIR CERRÓN

ROBERTO SÁNCHEZ

CARLOS NEUHAUS

¿?

SIN PRESENCIA ELECTORAL, CON CANDIDATURA ANUNCIADA

Los “nuevos” y “resucitados” de la arena política nacional

ZÓSIMO CÁRDENAS

Gobernador Regional de Junín

- Ex alcalde distrital de Pichari (2014-18).
- Investigado por colusión, organización criminal y proselitismo.

JORGE NIETO

Ex ministro de Cultura (2017)

- Ex ministro de Defensa (2016-18).
- En investigación preliminar por lavado de activos en los casos OAS y Odebrecht.

RICARDO BELMONT

Ex alcalde de Lima (90-95) y ex congresista (2009-11)

- Fundador de RBC televisión - Viva TV (1966).
- Investigado por usurpación agravada. Condenado por difamación.

ÁLVARO PAZ DE LA B.

Ex alcalde de La Molina (2019-22)

- Abogado en Paz de la Barra Abogados S.A.C. (2018).
- Denunciado por violencia familiar y física.

ROBERTO CHIABRA

Congresista (2021-26)

- Comandante General del Ejército (2002-03).
- Denunciado por ocultar a Renzo Pitot, prófugo por corrupción y falsificación.

YONHY LESCANO

Ex congresista (2001-2019)

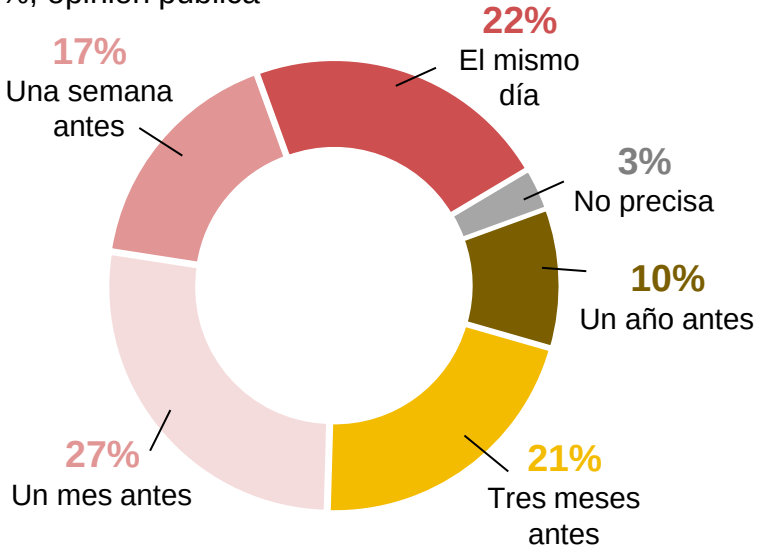
- Candidato presidencial 2021 (9.1% a nivel nacional)
- Vinculado a “Los Niños”

SIN PRESENCIA ELECTORAL, SIN CANDIDATO ANUNCIADO

Las grandes incógnitas

MAY-2016: ¿CUÁNDO DECIDEN SU VOTO LOS PERUANOS?

%, opinión pública



FUENTE: Ipsos Perú

M. Pérez T.

V. Acuña

N. Boluarte

Anderson/Mucho

C. Carrasco

C. Vásquez

M. Gonzáles

T. Aladino G.

¿?

CIERRE DE INSCRIPCIONES

Los que quedan fuera de la carrera presidencial

GUIDO BELLIDO

Partido no consiguió inscripción

ANÍBAL TORRES

Partido no consiguió inscripción

ANTAURO HUMALA

Partido fue declarado ilegal

PEDRO CASTILLO

Partido no consiguió inscripción[1]

MARTÍN VIZCARRA

Inhabilitado por el Congreso

[1] Pedro Castillo no puede postular a la presidencia debido a la prohibición de reelección presidencial consecutiva.

Lo que piensan los ejecutivos sobre los candidatos

SONDEO SAE: CANDIDATOS CON MAYOR POTENCIAL DESESTABILIZADOR

%, ejecutivos SAE (max. tres opciones)

76%

72%

47%

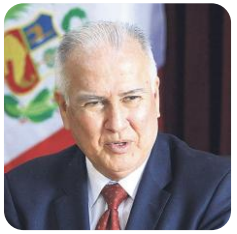
23%

15%

10%

9%

9%


8%

4%

FUENTE: APOYO Consultoría

SAE
SERVICIO DE ASESORIA EMPRESARIAL

APOYO CONSULTORIA

Perú: a un año de las elecciones

ABRIL 2025

A UN AÑO DE LAS ELECCIONES

SAE

Alfredo Torres

Abril, 2025

© Ipsos | Doc Name | Month Year | Version # | Public | Internal/Client Use Only | Strictly Confidential

Powered by Ipsos Facto

INTERROGANTES:

1. ¿Cuál es el perfil del candidato con mayor potencial electoral?
2. ¿Cómo va la intención de voto? ¿Qué posibilidades tiene la izquierda de crecer ?
3. ¿Cuál es hoy la imagen de Pedro Castillo? ¿Podría tener un rol en las elecciones de 2026?
4. ¿Cómo se informa la opinión pública? Cómo se puede informar mejor?
5. ¿Qué se puede hacer para tener un mejor resultado en las elecciones de 2026?

PERFIL DEL CANDIDATO CON MAYOR POTENCIAL

© Ipsos | Doc Name | Month Year | Version # | Public | Internal/Client Use Only | Strictly Confidential

Powered by Ipsos Facto

El temor por el avance de la violencia y el crimen es el sentimiento prevaleciente en la ciudadanía, seguido de la rabia por la corrupción y la injusticia. Serán las emociones que primarán en las elecciones de 2026.

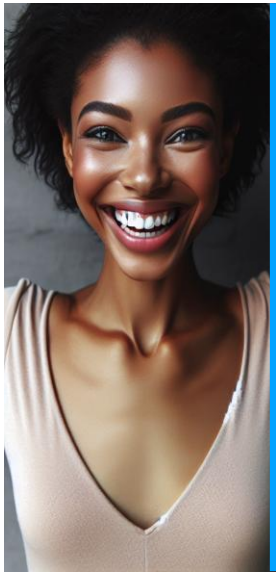
Cuando conversa sobre la situación del país, ¿con cuál de los siguientes sentimientos se identifica más?

53%

Me preocupa mucho, por el aumento de violencia y el crimen, siento un país cada vez más inseguro

36%

Me da mucha rabia, siento que hay mucha corrupción e injusticia



9%

Veo un país con muchas oportunidades, con buenos líderes el país podría progresar aceleradament

FUENTE: Ipsos / Perú21, abril 2025

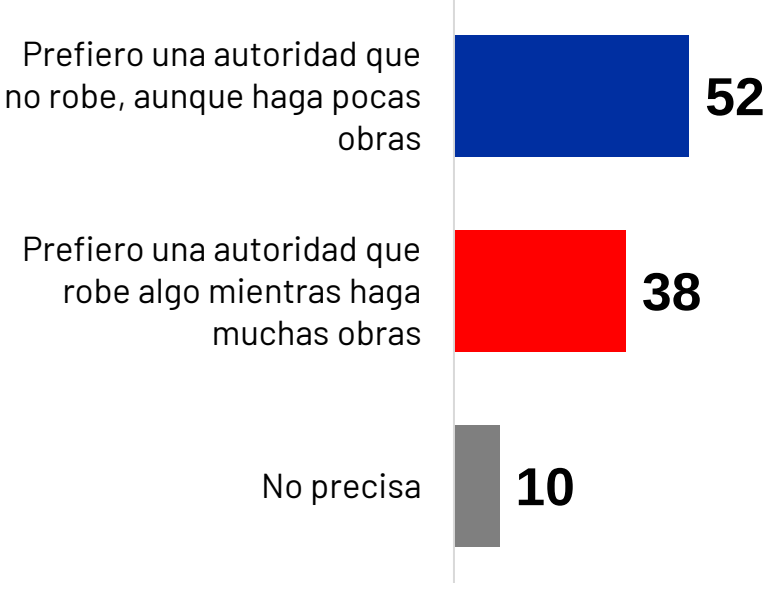
No precisa: 2%

Ante la frustración por la ineptitud de las autoridades, un amplio sector sacrificaría el respeto a los derechos humanos si con ello disminuye el crimen o preferiría una autoridad que robe algo si hace muchas obras.

¿Con cuál de las siguientes opciones está más de acuerdo? (%)

CRIMINALIDAD Y DERECHOS HUMANOS

GESTIÓN PÚBLICA Y CORRUPCIÓN

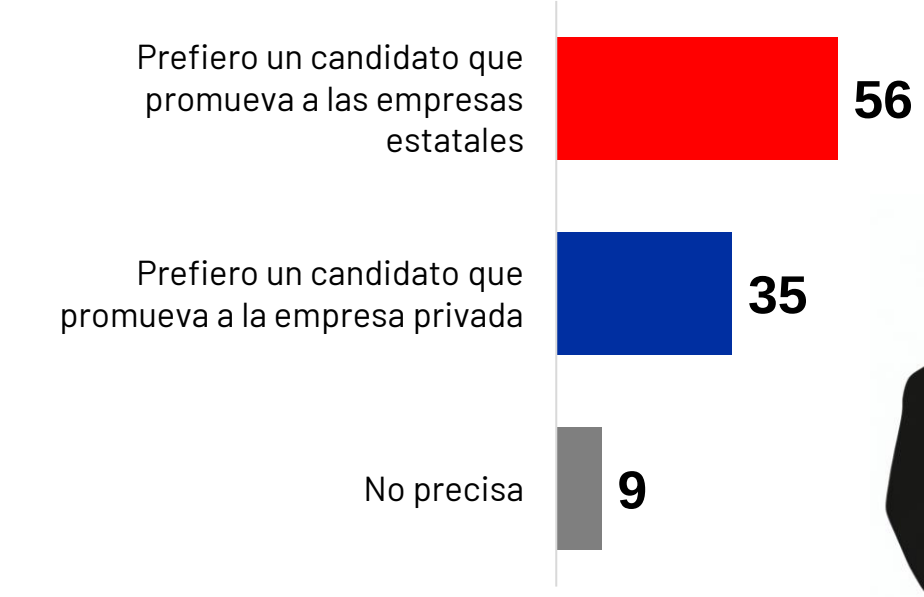


FUENTE: Ipsos/SAE, abril 2025

La mayoría se inclina más hacia la promoción de la empresa estatal que a la empresa privada y existen opiniones divididas sobre una mayor injerencia del Estado en la economía y la economía de mercado.

¿Con cuál de las siguientes opciones está más de acuerdo? (%)

INVERSIÓN PRIVADA O ESTATAL



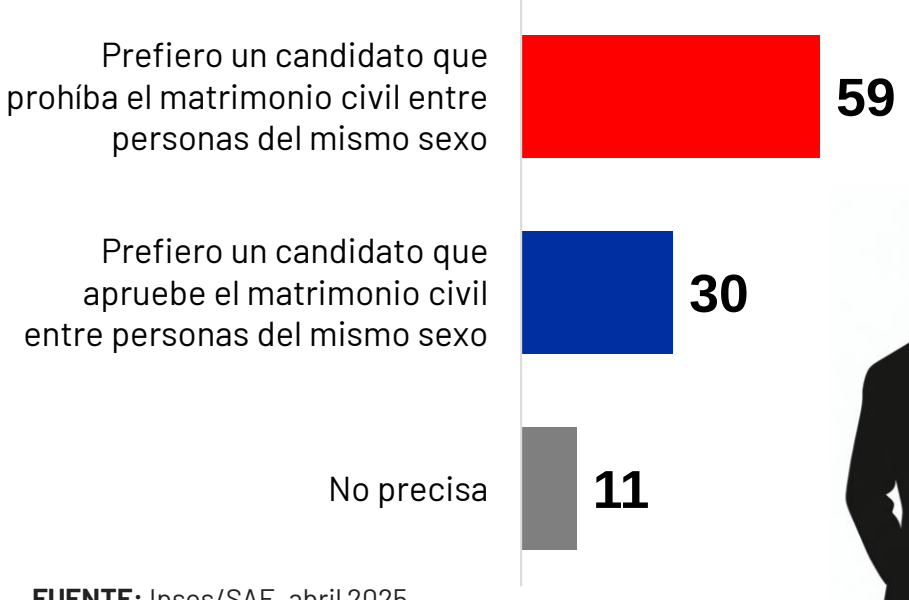
ROL DEL ESTADO Y EL MERCADO

FUENTE: Ipsos/SAE, abril 2025

La mayoría se opone al matrimonio civil entre personas del mismo sexo y uno de cada cuatro reconoce que preferiría el voto identitario antes que votar con un criterio meritocrático.

¿Con cuál de las siguientes opciones está más de acuerdo? (%)

MATRIMONIO IGUALITARIO

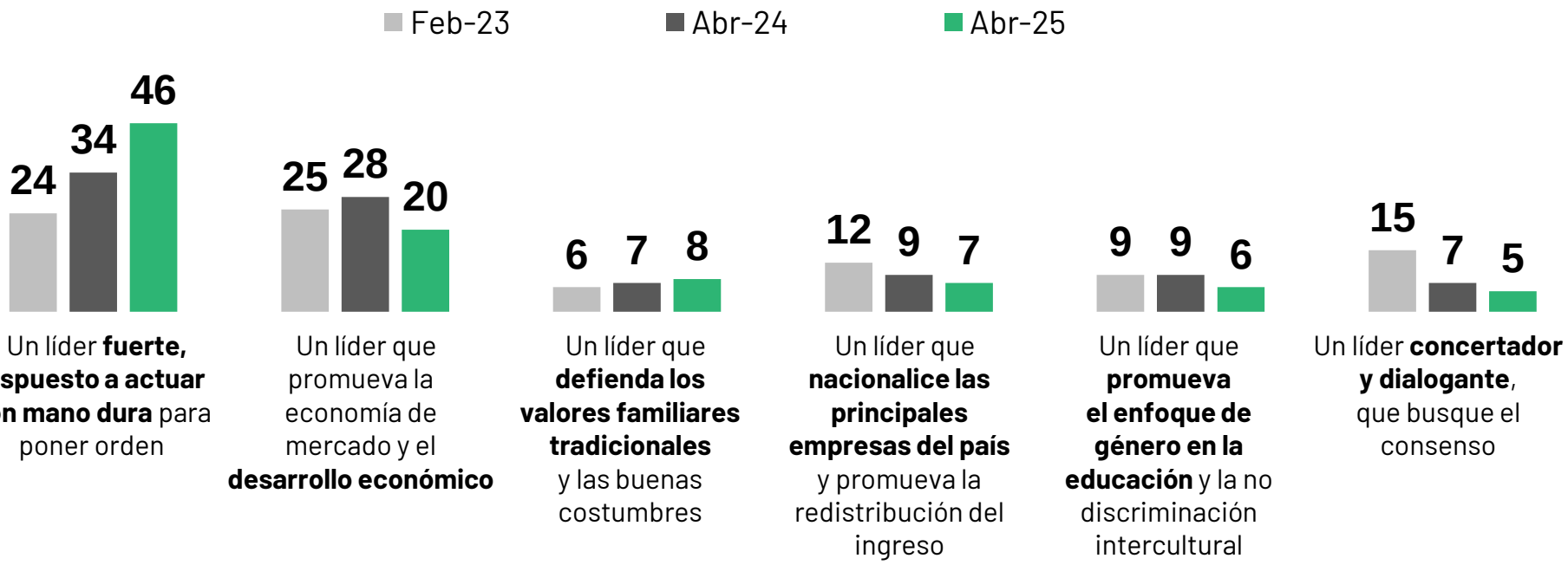


VOTO IDENTITARIO

FUENTE: Ipsos/SAE, abril 2025

Como consecuencia de la falta de liderazgo del gobierno y el avance del crimen organizado, el principal factor para decidir el voto en 2026 será la demanda por un líder fuerte dispuesto a actuar "con mano dura".

¿Por qué tipo de líder votaría para presidente de la República? (%) (Con tarjeta)



FUENTE: Ipsos/ Perú21 , abril 2025

INTENCIÓN DE VOTO A 12 MESES

Powered by Ipsos Facto

© Ipsos | Doc Name | Month Year | Version # | Public | Internal/Client Use Only | Strictly Confidential

En medio de una gran dispersión, tres personalidades muy conocidas ocupan los primeros lugares en la intención de voto

- **Domingo 20 de abril 2025**

El voto por los candidatos de izquierda está por ahora fraccionado, pero en los últimos 20 años siempre ha superado el 20% y todo indica que lo volverá a hacer en 2026.

Si las elecciones presidenciales fueran mañana, ¿por quién votaría usted? (%) (Con tarjeta)

Abril 2025

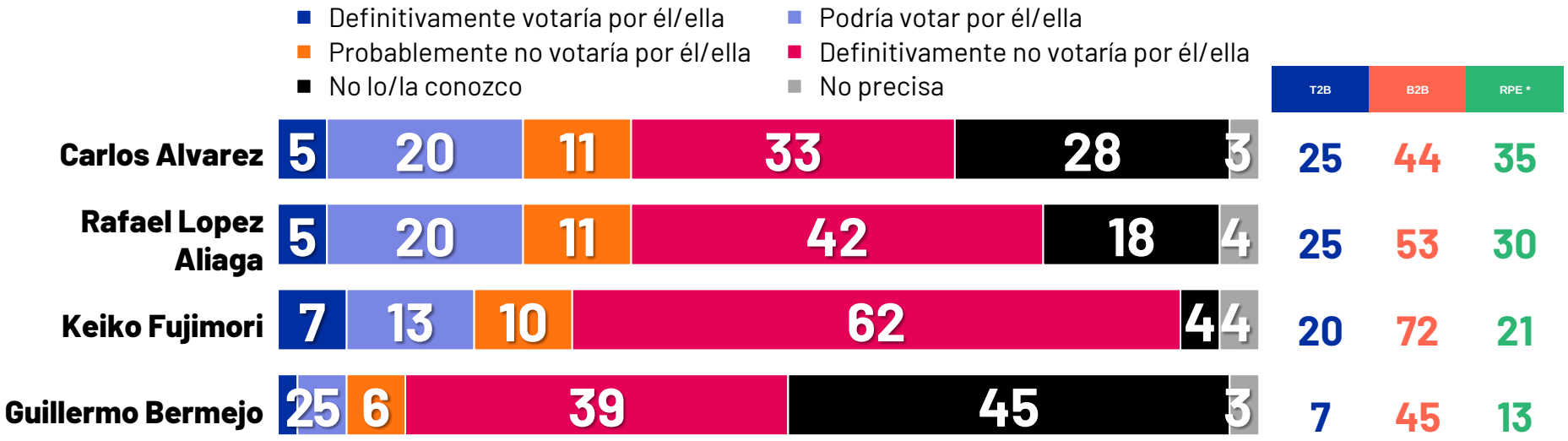
CANDIDATOS	TOTAL	LIMA	INTERIOR	RURAL
Keiko Fujimori	11	16	9	7
Rafael López Aliaga	6	11	4	2
Carlos Álvarez	6	8	5	2
Hernando de Soto	3	5	2	1
César Acuña	3	1	4	6
Verónika Mendoza	3	2	3	4
Alfonso López Chau	2	2	2	5
Susel Paredes	2	2	2	1
Rafael Belaunde	2	2	2	-
Alfredo Barnechea	2	2	2	1
Phillip Butters	2	2	2	-
Fernando Olivera	2	2	2	2
Vladimir Cerrón	2	3	1	1
Guillermo Bermejo	2	-	2	2
Otros (*)	**10**	**11**	**9**	**17**
Blanco/viciado/ninguno	**32**	**20**	**39**	**42**
No precisa	**10**	**11**	**10**	**7**

FUENTE: Ipsos/Perú21, abril 2025

(*) George Forsyth, Alberto Otárola, José Luna Gálvez, Ricardo Belmont, Roberto Chiabra, Fiorella Molinelli, Carla García, Luis Duran, Javier Bedoya Denegri, Marisol Perez Tello, Álvaro Paz de la Barra, Jorge Nieto, Jonás Ataucusi, Rolando Breña, Carlos Espá, Nicanor Boluarte, Wolfgang Grozo

El Ratio de Potencial Electoral (RPE) estima la posibilidad de crecimiento de la intención de voto tomando en cuenta la actitud favorable hacia un candidato y cuán conocidos es. Actualmente, quien muestra mayor RPE es Carlos Álvarez.

Según la siguiente escala, ¿cuál es su actitud ante una posible candidatura de ... a la presidencia del Perú o no conoce a ese candidato? (%) (Con tarjeta)



(*) Ratio de potencial electoral (RPE)

$$\frac{\%\ \text{Definitivamente votaría} + \%\ \text{podría votar}}{100 - \%\ \text{No lo conozco}} * 100$$

FUENTE: Ipsos, abril 2025

(Ordenado por ratio potencial electoral)

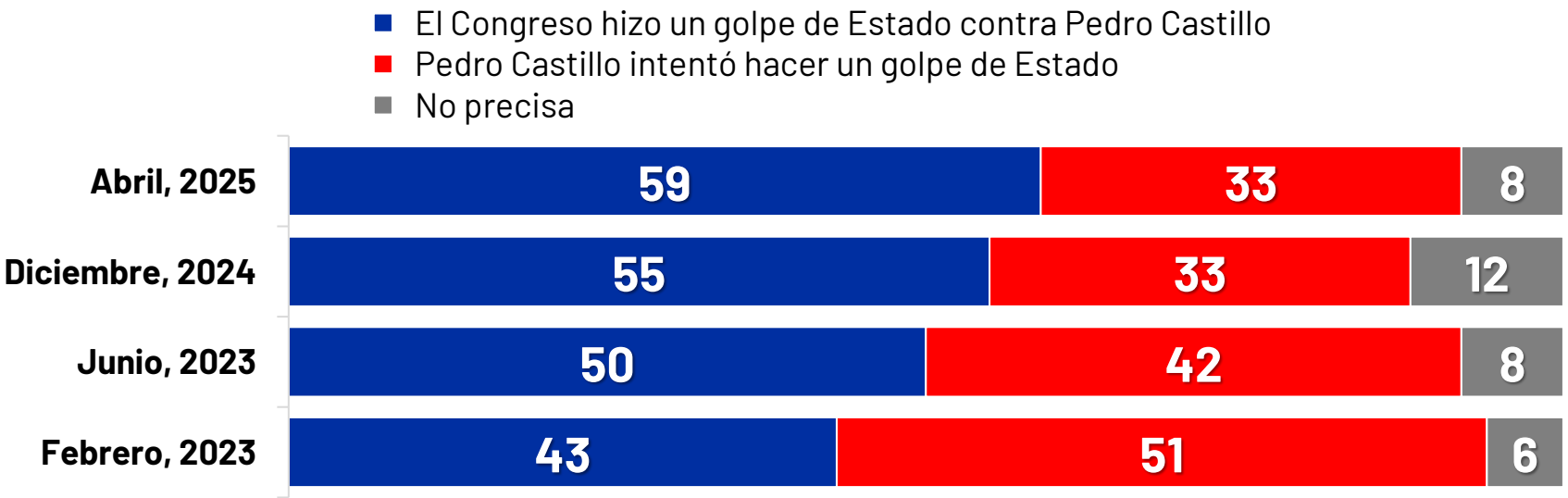
INFLUENCIA DE PEDRO CASTILLO

Powered by Ipsos Facto

© Ipsos | Doc Name | Month Year | Version # | Public | Internal/Client Use Only | Strictly Confidential

A pesar de que el intento de golpe de estado de Castillo fue trasmitido por la televisión, conforme pasa el tiempo, más gente cree que Castillo fue víctima de un complot.

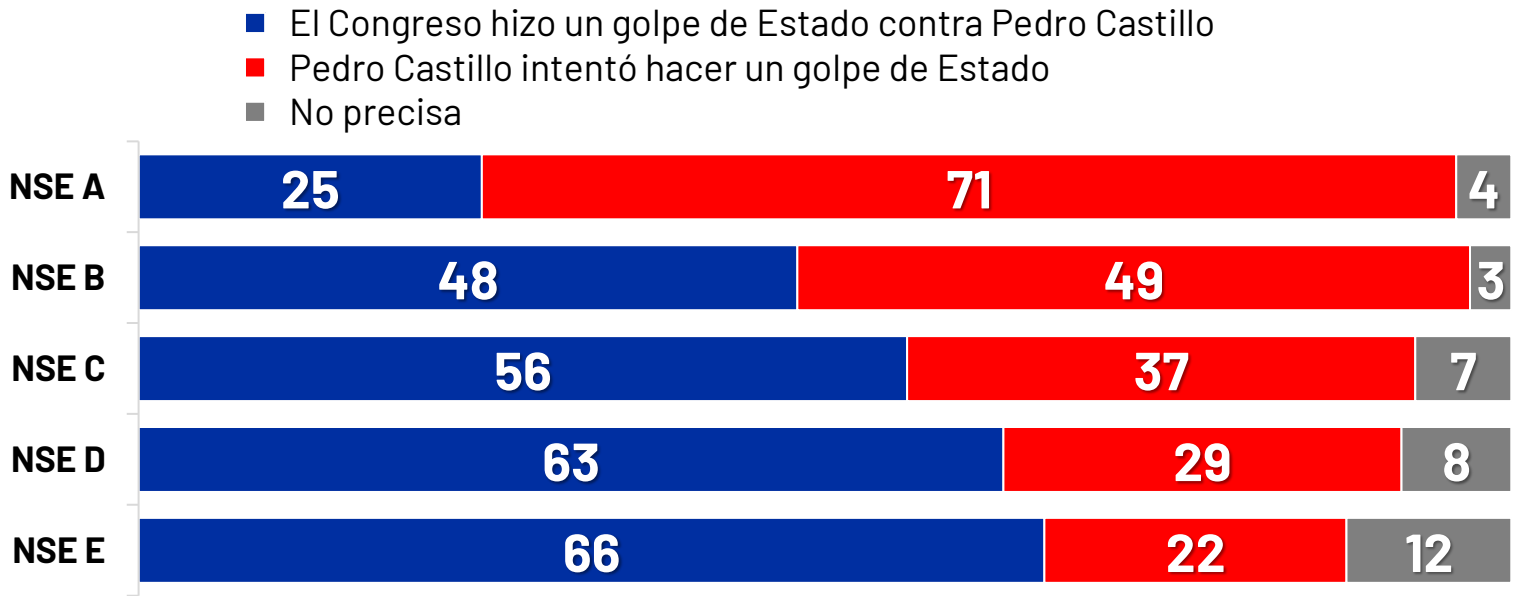
En su opinión, ¿el expresidente Pedro Castillo intentó hacer un golpe de Estado y por eso fue destituido o fue más bien víctima de un golpe de Estado del Congreso que lo destituyó para poner en el poder a Dina Boluarte? (%)



FUENTE: Ipsos/SAE, abril 2025

La errónea percepción de que Castillo fue víctima de un golpe de Estado perpetrado por el Congreso aumenta conforme disminuye el nivel socioeconómico y educativo de la población.

En su opinión, ¿el expresidente Pedro Castillo intentó hacer un golpe de Estado y por eso fue destituido o fue más bien víctima de un golpe de Estado del Congreso que lo destituyó para poner en el poder a Dina Boluarte? (%)



FUENTE: Ipsos/SAE, abril 2025

¿Por qué algunos peruanos piensan que el expresidente, Pedro Castillo, fue víctima de un golpe de Estado del Congreso?

Fuente: Comunidad **Conectad@s** de **Ipsos**, formada por 600 personas que interactúan diariamente en una plataforma digital , lo que permite dar resultados cualitativos de manera inmediata.

Aquellos que identifican a Pedro Castillo como “víctima” lo hacen desde 3 perspectivas distintas:

Víctima de su propia ignorancia

Algunos consideran a Castillo como víctima de su propia inexperiencia política, argumentando que **'no sabía ni dónde estaba parado'** en el complejo escenario gubernamental.

Para los peruanos, esta falta de conocimiento lo llevó a **tomar decisiones desacertadas,** convirtiéndolo en víctima de su propio desconocimiento del terreno político que intentaba navegar.

Fue manipulado para quitarle el poder

Para otros no solo fue víctima de su propia ignorancia, sino que esta misma ignorancia lo convirtió en un **blanco fácil para aquellos con más** experiencia y **poder político que ya tenían la intención de destituirlo.**

Esta falta de preparación y su vulnerabilidad se combinaron para crear una **situación en la que pudo ser manipulado** y eventualmente removido del poder.

Su vacancia y detención fue injusta

Algunos ven a Castillo como víctima de intereses políticos, argumentando que **su remoción fue injusta.** Para ellos, el intento de cerrar el Congreso fue una acción justificada contra un sistema percibido como corrupto.

El apoyo de estas personas se da por una **profunda identificación con Castillo y una fuerte desconfianza hacia las instituciones políticas establecidas**, especialmente el Congreso.

CONECTADOS

En sus propias palabras...

Castillo fue una víctima de su ignorancia.

“Ignoraba lo que estaba escrito en el papel que leyó ese día, solo conocía lo esencial: "cierre del Congreso"; por lo cual hizo una pausa, pasó saliva y leyó el mensaje, pero era muy tarde. Castillo ciertamente fue una víctima, una víctima de su ignorancia; no parecía estar activamente interesado en dejar de ser un ignorante.”

(Hombre, 22 años, NSE B, Lima)

“No sabia que hacer ni como desenvolverse y al dar una opinión realmente no sabia ordenar una oración, realmente era una pantalla su imagen, todos los hilos se movían detrás y el solo aceptaba, asentaba y obedecía.”

(Mujer, 48 años, NSE B, Lima)

“Él no sabía nada de como manejar un país, no estaba preparado. Se usó su imagen de campesino sencillo para tener apoyo del pueblo, y simplemente lo manejaron a su antojo.”

(Mujer, 36 años, NSE C, Lima)

Todo estaba arreglado para que Boluarte y el Congreso tomen el poder.

“Creo que el verdadero cerebro detrás de todo era Aníbal Torres, quien salió impune. Pienso que Pedro Castillo no era tan capaz, mientras que Aníbal Torres era muy hábil en estos temas de 'patear el tablero’. Creo que ese discurso fue redactado por Aníbal”

(Hombre, 43 años, NSE B, Región Norte)

“Simplemente fue un títere o un chivo expiatorio para otros grandes intereses y bueno el era la persona correcta para llevar a cabo el plan. La mayoría sabemos que todo estaba arreglado para que la actual presidenta entre al poder ya que, al salir Pedro Castillo, inmediatamente ingresaría ella como vicepresidenta en su momento. ”

(Mujer, 34 años, NSE C, Lima)

El proceso fue injusto. Ni había los votos para vacarlo ni debió ser arrestado.

“Considero que fue víctima de un proceso cuestionable. La constitución y el código procesal penal no contemplan claramente esta situación. Además, existe la percepción de que en Lima no siempre se interpretan las leyes de manera justa para todos. Es importante notar que para vacar a un presidente se necesitaban 104 votos, pero solo se obtuvieron 101. También resulta preocupante que lo arrestaran, cuando algunos argumentan que la constitución no lo permite en esas circunstancias.”

(Mujer, 45 años, NSE B, Lima)

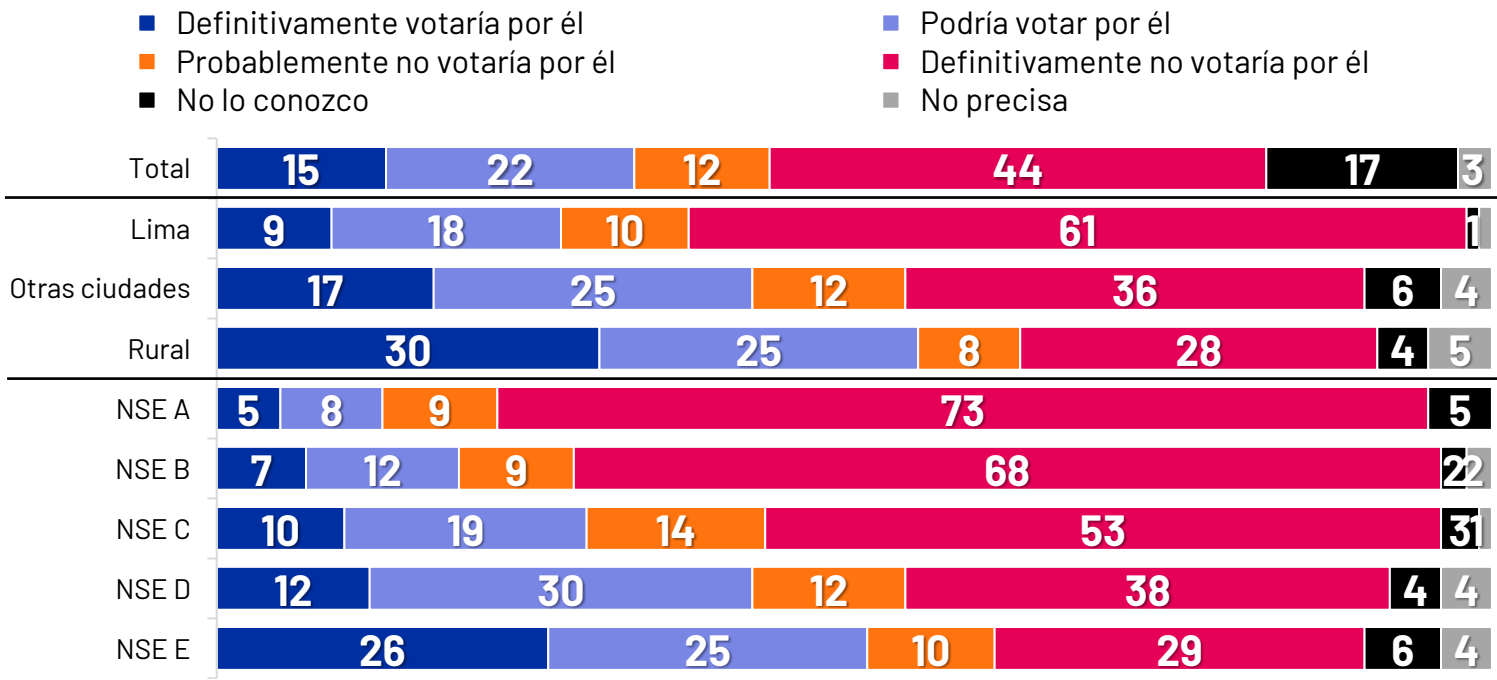
“Fue parte de un artilugio o proceso de la corrupción que quería combatir y se demuestra hasta el día de hoy que todo estaba planificado y los poderes del estado apoyaron la incertidumbre e incumplimiento de las normas legales.”

(Hombre, 46 años, NSE B, Región Norte)

CONECTADOS

Si Castillo logra postular al Senado puede arrastrar una gran votación en la población andina, especialmente la rural, y entre las personas de menor nivel socioeconómico y mayor edad.

Según la siguiente escala, ¿cuál es su actitud ante una posible candidatura de Pedro Castillo al Senado o no lo conoce? (%) (Con tarjeta)



FUENTE: Ipsos/Perú21, abril 2025

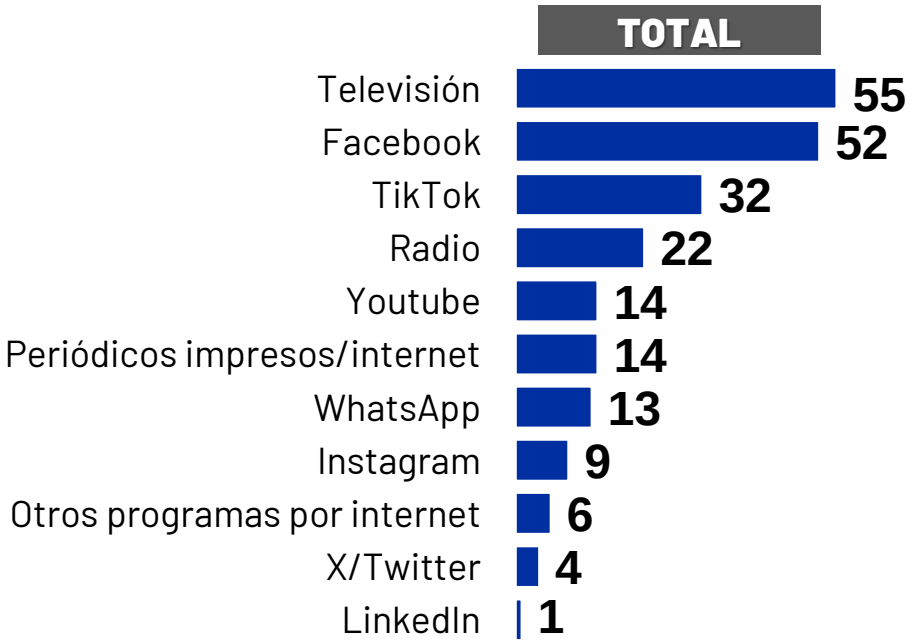
MEDIOS DE INFORMACIÓN

© Ipsos | Doc Name | Month Year | Version # | Public | Internal/Client Use Only | Strictly Confidential

Powered by Ipsos Facto

La televisión sigue siendo el medio principal de información en Lima mientras que en el interior ya es Facebook. TikTok ya ocupa el tercer lugar seguido de YouTube en Lima y de la radio en el interior. X/Twitter y LinkedIn tienen un impacto muy limitado.

¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza usted para informarse sobre la realidad nacional? (%) (Con tarjeta)



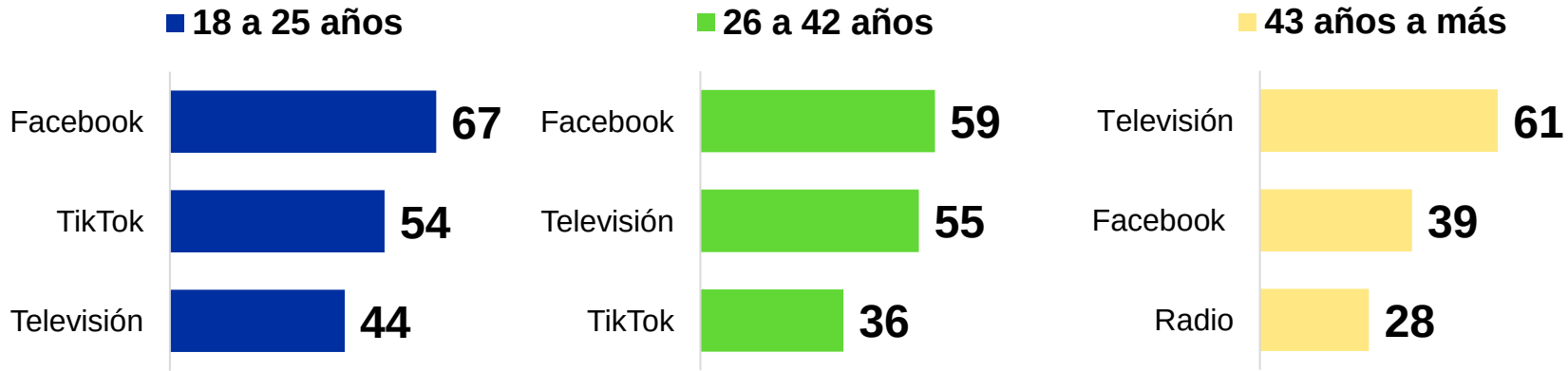
LIMA	INTERIOR
63	51
47	55
39	28
16	25
24	9
16	13
14	13
14	7
7	5
6	3
2	1

FUENTE: Ipsos/SAE, abril 2025

La mayor diferencia es generacional. Mientras los más jóvenes se informan por Facebook y TikTok y los de mediana edad lo hacen por Facebook y televisión. La TV y la radio siguen siendo importantes para los mayores. La prensa escrita solo para la población más educada.

¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza usted para informarse sobre la realidad nacional? (%) (Con tarjeta)

PRINCIPALES TRES RESPUESTAS POR EDADES



FUENTE: Ipsos/SAE, abril 2025

Youtube y las redes sociales son en realidad plataformas donde los medios serios enfrentan una dura batalla contra *influencers*, medios informales y troles donde abundan las *fake news*

Seguidores en Redes Sociales

Ejemplo **Perú 21 en cifras**

2.6M
seguidores

715K
seguidores

896K
seguidores

515K
seguidores

500K
suscriptores

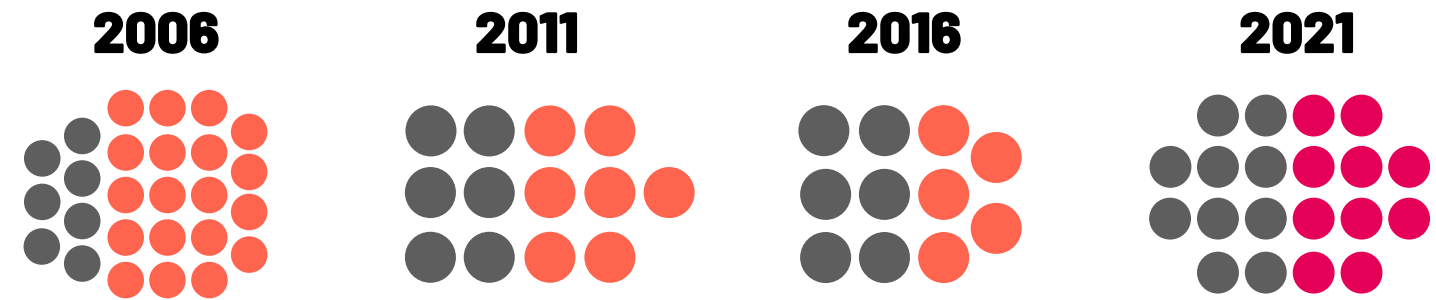
FUENTE: Redes Sociales, abril 2025

ALIANZAS Y PARTICIPACIÓN ELECTORAL

© Ipsos | Doc Name | Month Year | Version # | Public | Internal/Client Use Only | Strictly Confidential

Powered by Ipsos Facto

Desde que se estableció la valla electoral, se han presentado en promedio 17 partidos y han entrado al Congreso en promedio 7.3 partidos. En democracias más avanzadas se presentan pocos partidos y la mayoría alcanza alguna representación parlamentaria.



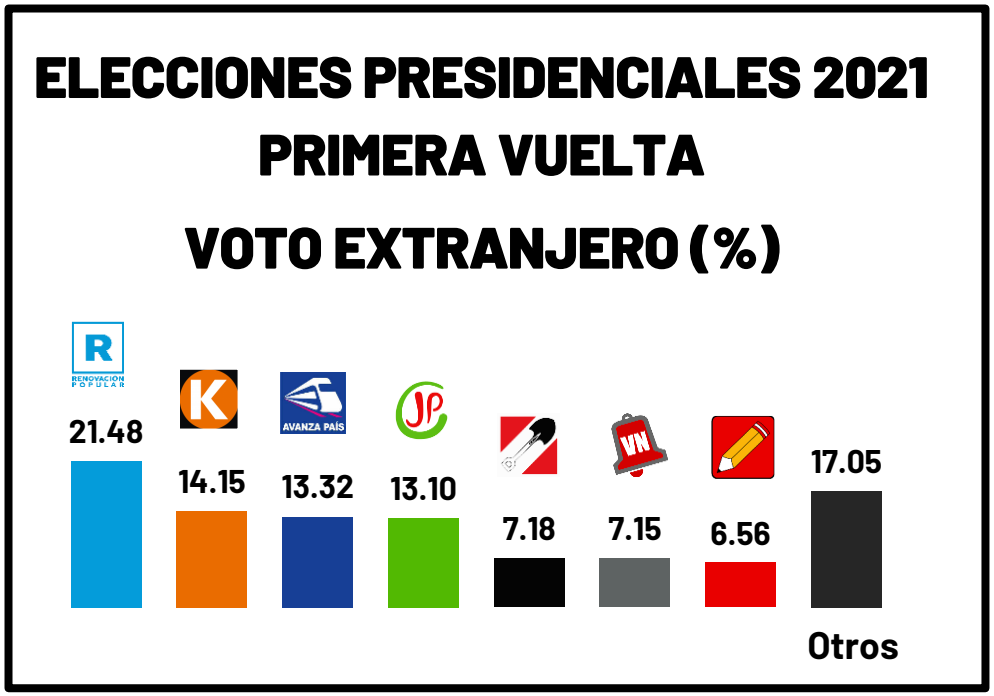
TRANSPARENCIA

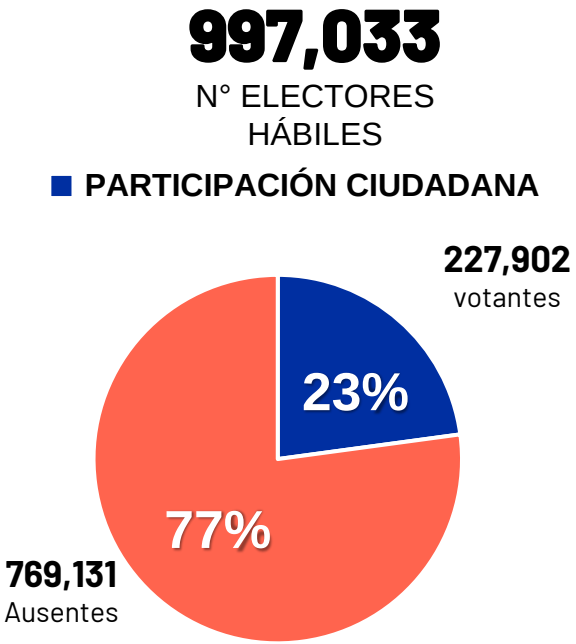
Si no hay alianzas, lo más probable es que pasen la valla entre 2 y 5 partidos. Si Pedro Castillo y Antauro Humala postulan al Senado, los partidos por los que postulen podrían tener una representación desproporcionadamente alta con respecto a su votación.

Se asume que lo mínimo que tendrán en promedio los candidatos que no pasen la valla es 0.5% y lo mínimo que tendrán en promedio los candidatos que pasen la valla es 8%.

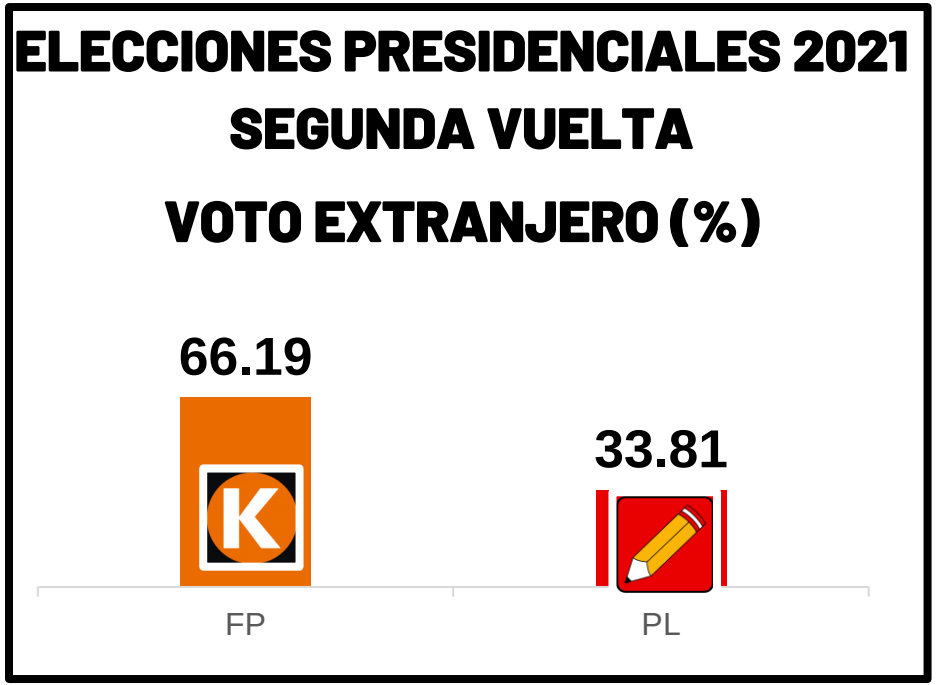
TRANSPARENCIA

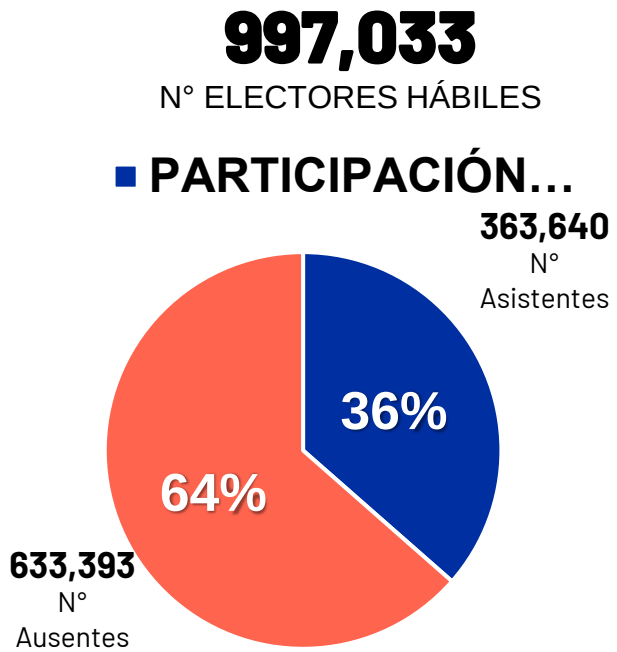
En 2021, los partidos más votados en el extranjero fueron Renovación, Fuerza Popular y Avanza Pais. Solo uno de cada cinco votó por Juntos por el Perú o por Perú Libre, pero la gran mayoría de electores hábiles no fue a votar.





Ahora en el extranjero hay 3 millones de votantes potenciales. Solo 1.2 están inscritos y 1.8 no lo están. Todos podrían votar con DNI electrónico, pero actualmente menos de 15% lo tiene. Se requiere una campaña intensa para facilitar el acceso al DNI electrónico.





CONCLUSIONES:

1. La ciudadanía acude a las elecciones con sentimientos de temor y de rabia. Su mayor demanda es un líder que ponga orden, con “mano dura”. En materia económica y social predomina una visión estatista y conservadora.

2. La intención de voto continúa muy dispersa. Muchos candidatos son poco conocidos. La respuesta mayoritaria es “blanco/viciado”, donde podría estar incubándose un voto de protesta, antisistema.

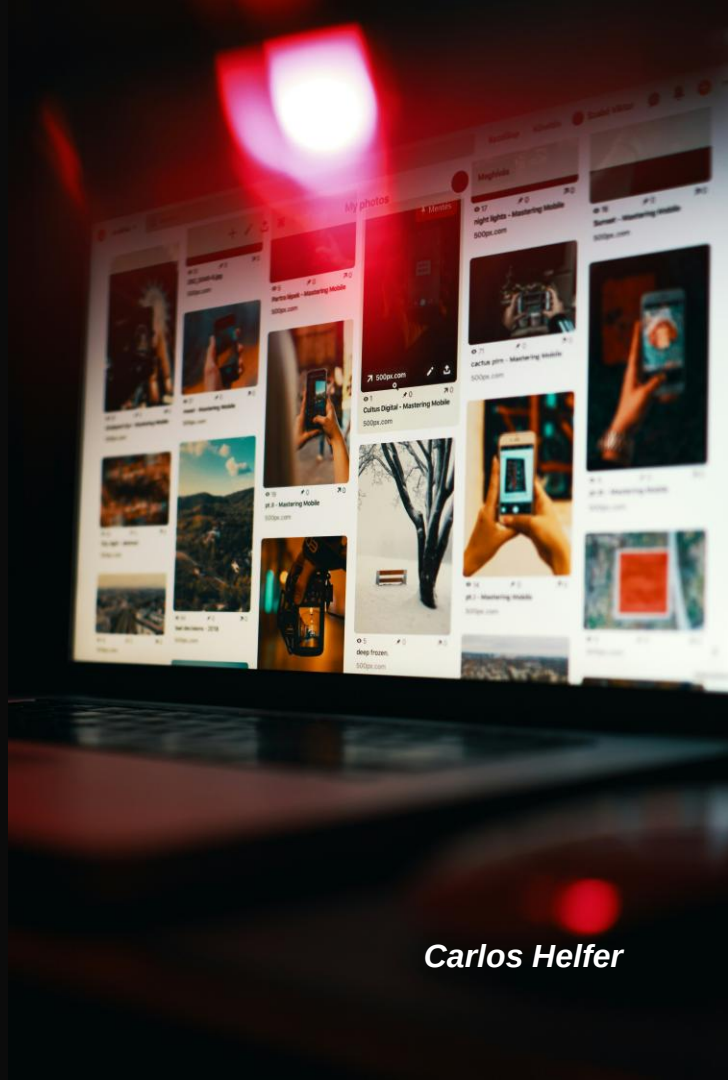
3. La imagen de Pedro Castillo como víctima de un complot ha ido creciendo. Si no es condenado a tiempo por el golpe de estado podría encabezar una lista para el Senado y arrastrar una gran votación.

4. Facebook y TikTok – junto con la TV – son ahora los mayores vehículos de información. La prensa seria libra una dura batalla en esos espacios en contra de las *fake news,* muchas de las cuales responden a intereses políticos y de las economías ilegales.

5. Para tener un mejor resultado para el Perú es necesario promover alianzas entre partidos sensatos, aumentar el voto en el exterior y apoyar económicamente a los partidos, medios de prensa y asociaciones civiles comprometidos con la democracia y el desarrollo.

La política desde lo digital

Mirar las redes sociales para ver las elecciones 2026



Carlos Helfer

Apariciones en medios tradicionales
Impactos masivos

Sondeos de opinión
Fotografías del momento. Mapeo de tendencias.

Redes sociales
Movimientos y comunidades online.

Conversación / sentimiento
Capacidad de influencia

Profundicemos el análisis de lo político a partir de las redes sociales.
Para acercarnos a las dinámicas que se generan en comunidades y colectividades a lo largo del país y que, tal vez, aun no estamos viendo.

El poder se agita desde los extremos

La fuerza centrifuga de las redes sociales

Modelo Centrípeto
basado en:

- Consenso
- Moderación
- Diálogo entre actores políticos

Modelo Centrífugo, impulsado por redes sociales:

- El poder se fragmenta y dispersa
- Surgen nuevos actores: influencers, partidos radicales, comunidades online
- Cada grupo construye su propia burbuja ideológica

Rumbo al centro de la interacción

Me gusta

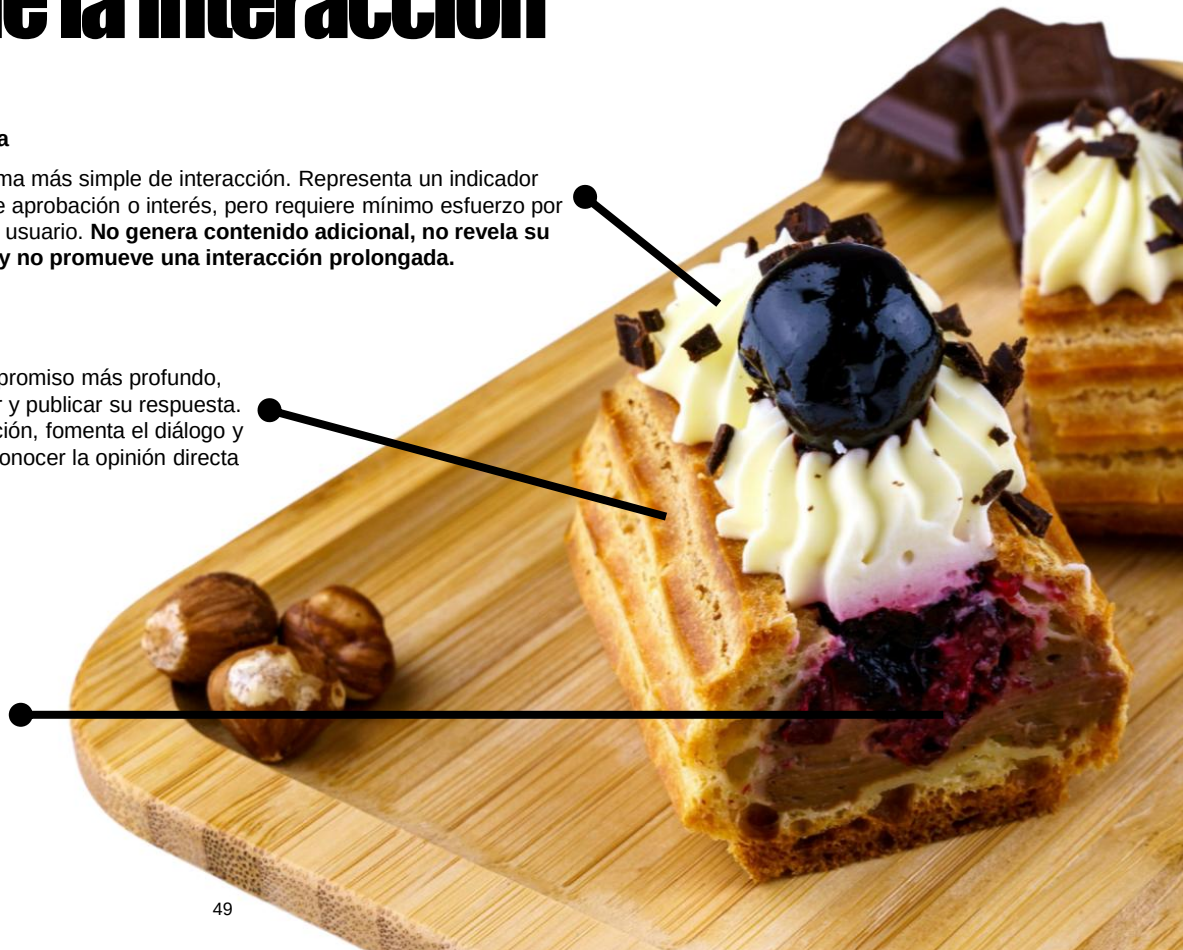
Es la forma más simple de interacción. Representa un indicador rápido de aprobación o interés, pero requiere mínimo esfuerzo por parte del usuario. **No genera contenido adicional, no revela su opinión y no promueve una interacción prolongada.**

Comentarios

Los comentarios implican un nivel de compromiso más profundo, ya que el usuario debe reflexionar, escribir y publicar su respuesta. Esta acción prolonga la vida de la publicación, fomenta el diálogo y la construcción de comunidad, y permite conocer la opinión directa del usuario, ya sea positiva o negativa.

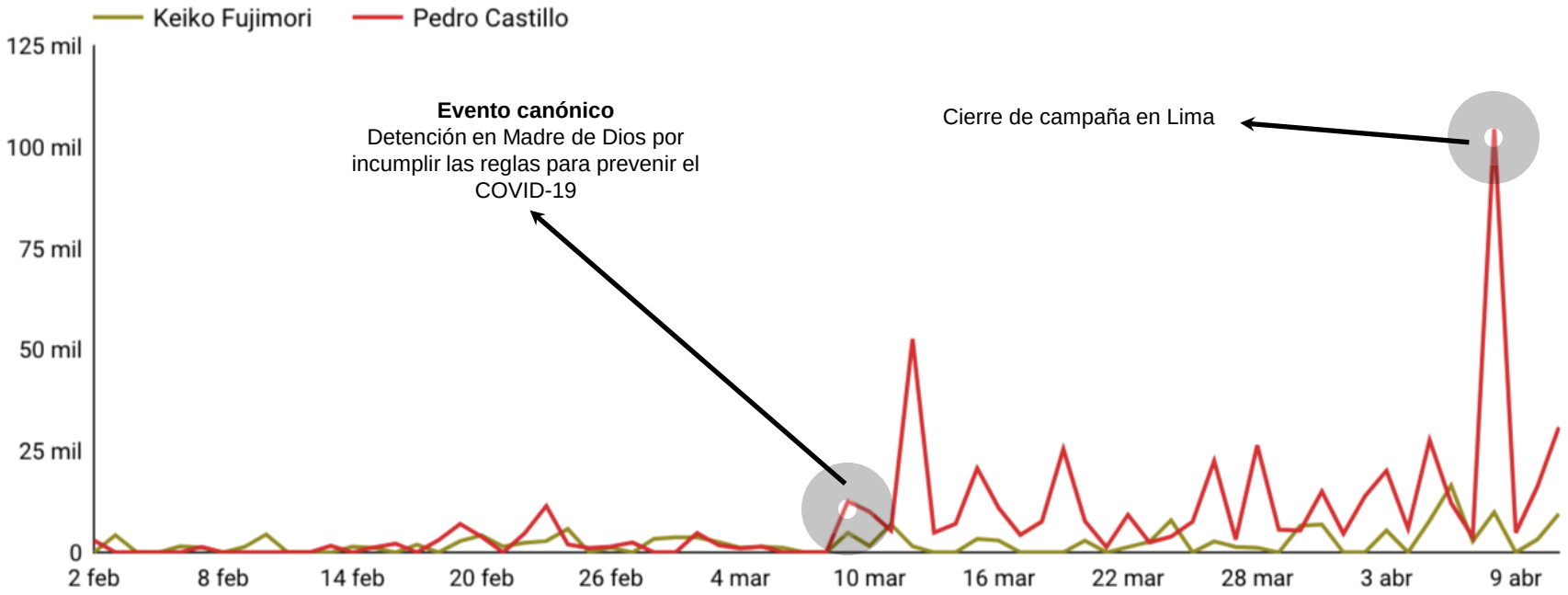
Compartidos

Ocurre cuando un usuario difunde un contenido dentro de su red. Esta acción expande significativamente el alcance orgánico de la publicación, permitiendo que llegue a nuevas audiencias de manera natural. Además, el usuario puede agregar comentarios o modificar el contenido al compartirlo (remix), dándole un nuevo enfoque para su comunidad. Esta acción marca la diferencia entre ser un consumidor pasivo y convertirse en un prosumidor (productor y consumidor de contenido), lo que fortalece su participación en la plataforma.



¿Qué pasó en 2021?

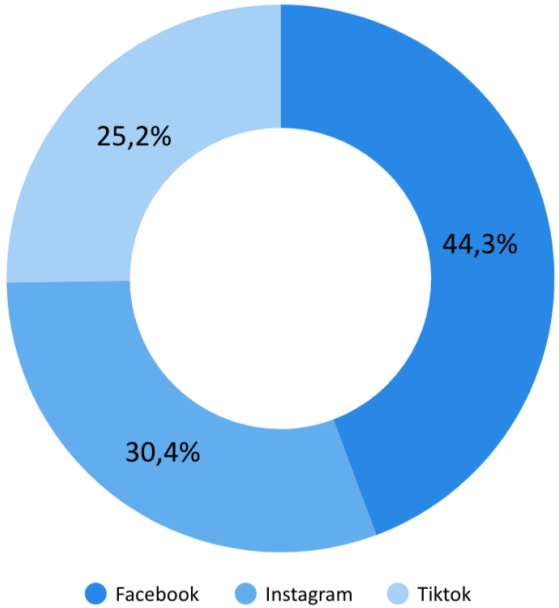
Contenido compartido en las elecciones



¿Qué están haciendo en RRSS los posibles candidatos?

Presencia en redes sociales

Distribución y cantidad de publicaciones



Distribución de publicaciones.

Volumen de publicaciones por candidato.

¿Qué pasó en 2021?

Y las redes sociales donde se interactúa

Compartidos

TikTok	Facebook	Instagram
195.526	124.987	15.859

Comentarios

Facebook	TikTok	Instagram
210.702	209.878	26.579

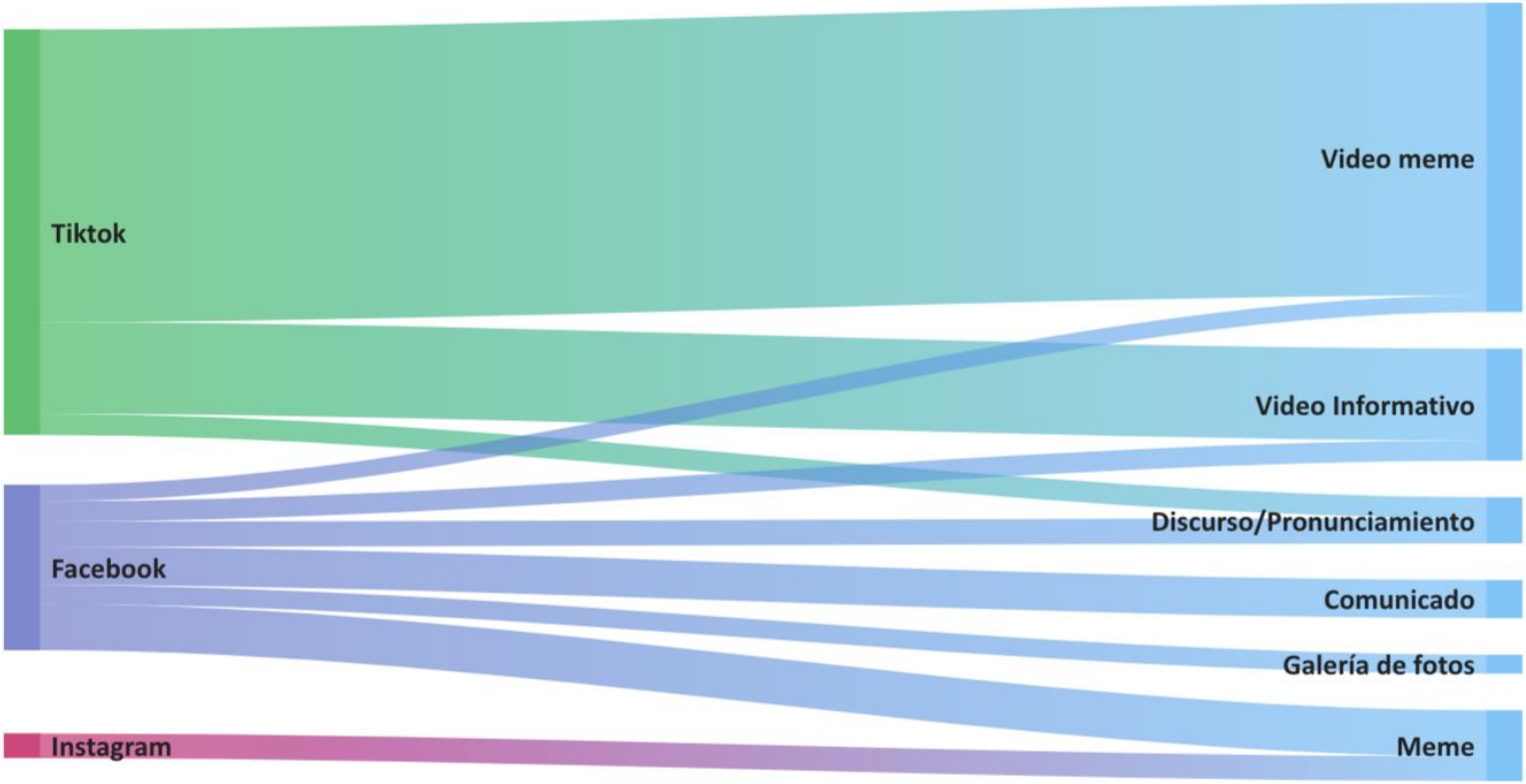
Me gusta

TikTok	Facebook	Instagram
3.549.371	890.280	315.223

Cantidades de interacción desglosada.

Temáticas de interacción.

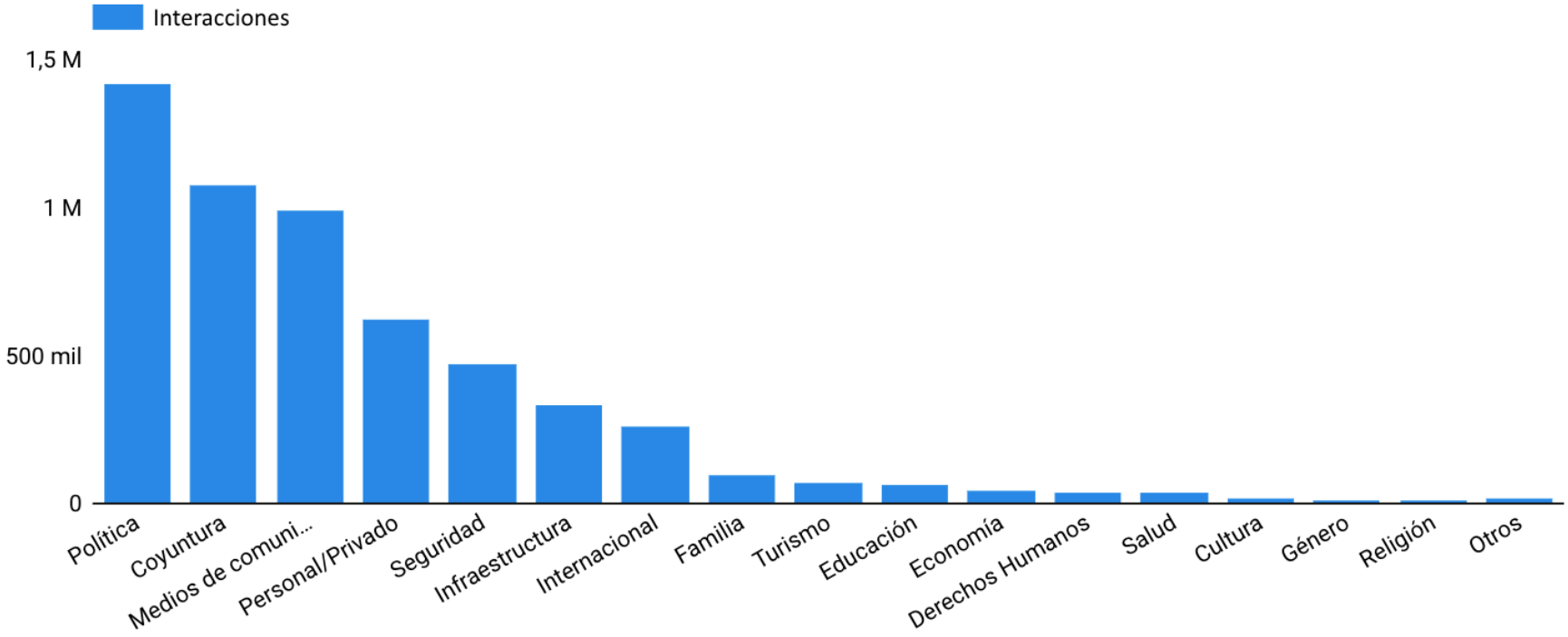
Distribución de interacciones por tipo de contenido



Videomemes

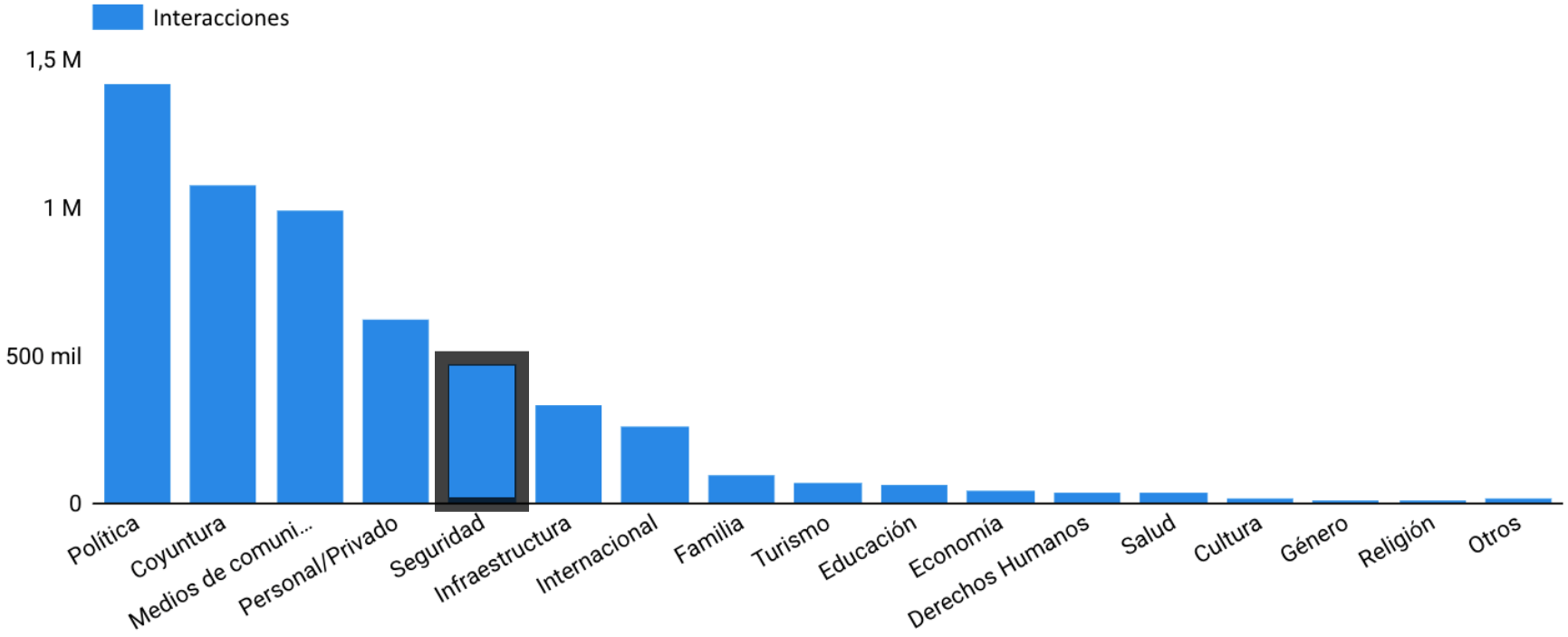
Temas que generan mayor interacción

Y las redes sociales donde se interactúa



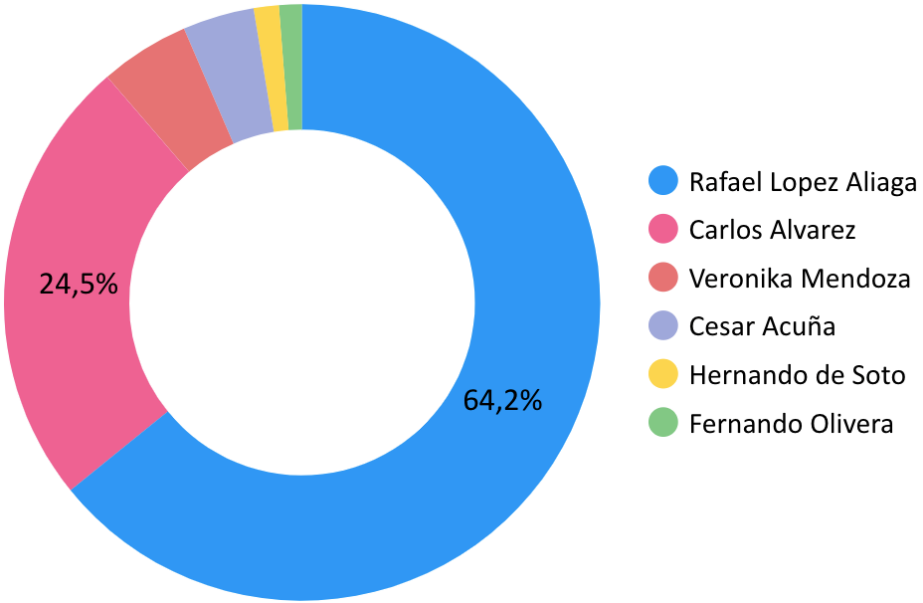
Temas que generan mayor interacción

Y las redes sociales donde se interactúa



¿Quienes están hablando de seguridad?

Dos candidatos tienen una posición marcada



Discurso con fuerte carga ideológica, orientado a atribuir la responsabilidad de la situación actual a la migración extranjera, a la CIDH y a los actores políticos nacionales.

La respuesta de los usuarios

Frente al discurso de Rafael López Aliaga

- “Con Dina Boluarte el Perú jamás será un país seguro…” / “#Dina y sus aliados en el Chongreso… son cómplices de la delincuencia”
- “El miedo es un arma que el gobierno usa para tenernos pasivos.”
- “Una triste verdad 😔”
- “A seguir los ejemplos de El Salvador” / “Bukele un verdadero líder”
- “Hazlo Porky aquí en Lima… seguir a los delincuentes…”
- “No sé por qué me cuesta creer que tú no seas uno más, mi querido Porky…”
- “Marcha nacional 21 de marzo... el Perú se hunde”
- “Perú despierta !!! VE🚫...”
- “Te necesitamos de presidente!! el turismo huye!!...”
- “Necesitamos el plan de Bukele y Milei…”
- “Pero si la frontera entra caminando…”
- “El congreso pasó una ley que amordaza la libertad de expresión…”
- “No es justo lo de Armania 10…”

La respuesta de los usuarios

Frente al discurso de Carlos Álvarez

- “si tú eres bien cercano al régimen fujimorista"
- "nos sentimos desprotegidos"
- "ni se entera ella (presidenta Boluarte) lo que pasa en el país."
- "los congresistas de la k hacen leyes a favor de delincuentes"
- "totalmente de acuerdo contigo carlos álvarez"
- "concuerdo y comparto con usted carlitos""“Gobierno corrupto, esperemos q cuando salgan les caiga todo el peso de la ley a todos.”
- "gobierno corrupto esperemos q cuando salgan les caiga todo el peso de la ley a todos"
- "toda la razón del mundo gracias carlitos estamos contigo dios te ayude x qué el justo y misericordioso..."
- "pena capital para tanto polico corrupto que entorpece el desarrollo de las futuras generaciones del pueblo peruano..."
- "tienes toda la razón compatriotas carlos álvarez este es el ministro de porquería que tenemos tremendo delincuente" / “dales duro alvarez a estos ineptos y corruptos."
- "jajajaja que te indignas zelinsky 2.0 . si tú eres bien cercano al régimen fujimorista..."

Tendencias probables para las Elecciones

Una lectura desde el impacto de las redes sociales

Tendencia 1: TikTok como red decisiva

TikTok será la red más influyente de la campaña

- Tiktok tiene 19.7 millones de usuarios en Perú (Statista).
- 2.5 millones de jóvenes votarán por primera vez.
- Generación nativa digital: comunicación visual, breve y dinámica.
- TikTok no permite publicidad política: ventaja para quienes dominen sus herramientas orgánicas.
- Clave: creatividad, tendencia y storytelling audiovisual.

Tendencia 2: Nuevo código de comunicación digital

Memes y videomemes como vía principal de conexión política

Soy candidato con TikTok

TikTok me da amsiedad, uwu

- Los jóvenes sí se interesan en política, pero desde nuevas formas.
- Memes = formato breve, irónico y viral con fuerte carga simbólica.
- Vehículo eficaz para instalar ideas y generar posicionamiento.
- La derecha digital ha sabido dominar este lenguaje con ventaja.

Tendencia 3: Discurso extremo como estrategia

Narrativas radicales frente a problemas complejos

- Las redes amplifican posiciones polarizantes.
- Seguridad será un tema clave abordado desde el extremismo.
- Propuestas de mano dura tienden a volverse virales.
- Alta interacción ≠ alta calidad de propuesta.
- Riesgo: que la emocionalidad reemplace el debate técnico.

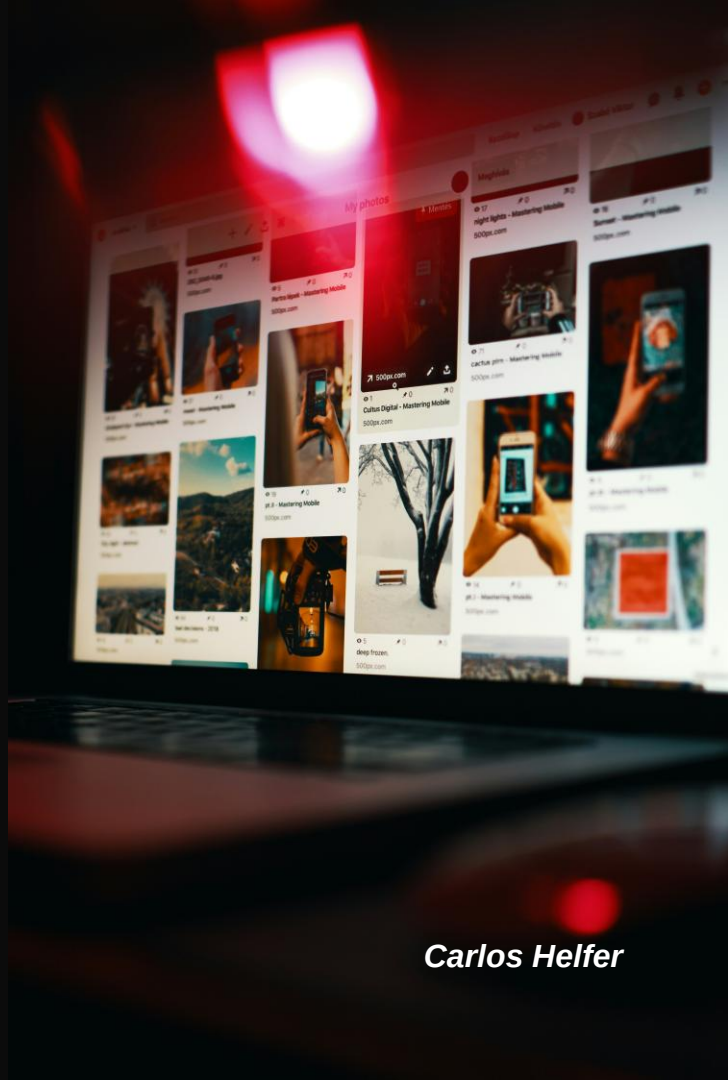
Tendencia 4: Influencers como actores políticos

Influencers: los nuevos aliados en la arena electoral

- Creadoras/es de contenido con comunidades activas y fieles.
- Opiniones sobre candidatos impactan en la percepción ciudadana.
- Rol creciente en la configuración de la agenda electoral.
- Clave: autenticidad del vínculo y afinidad de valores.
- El reto: evitar que el apoyo se perciba como impostado o comprado.

La política desde lo digital

Mirar las redes sociales para ver las elecciones 2026



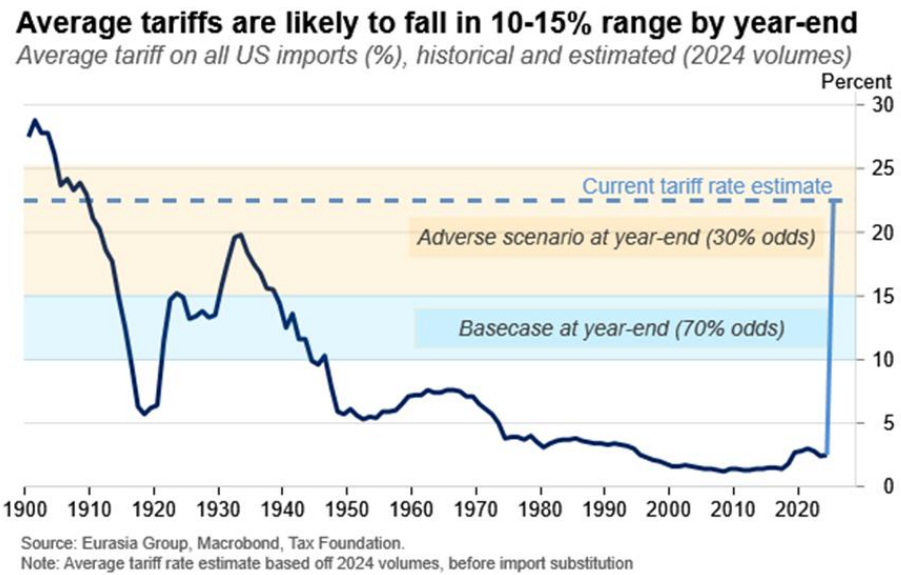
Carlos Helfer

Panorama geopolítico

Daniel Kerner,
Managing Director, Latin America
kerner@eurasiagroup.net

eurasia group politics first

El cambio en el orden global se está acelerando



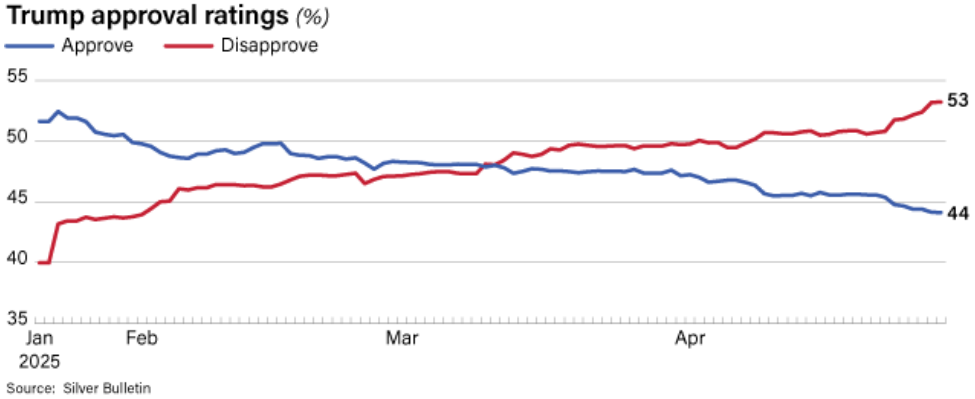
- Estados Unidos es hoy la principal fuente de riesgo político y económico
- Ideas dominantes después de la guerra fría están en retroceso
  - Globalización
  - Democracia
  - Instituciones
- Menor cooperación
- Regionalización
- Inestabilidad
- Incertidumbre
- Trump es síntoma, pero hará la situación más difícil

Trump 2.0: Una agenda disruptiva mantendrá la incertidumbre elevada

- Agenda doméstica:
  - Centralización del poder
  - Inmigración
  - Baja de impuestos
  - Desregulación, y reducción de capacidades estatales
  - El desorden como estilo
- Aranceles más altos, deterioro fiscal.

- Externa:
  - Reconstruir el orden global
  - Cambiar la manera en que EE.UU. usa el poder
  - Aranceles: una buena herramienta para lograr múltiples objetivos
    - Comerciales
    - Fiscales
    - Industrialización
    - Objetivos políticos variados
    - China

Trump 2.0: Los límites aparecerán, pero sin garantía de éxito



- Hay límites:
  - Mercado
  - Lobby
  - Justicia
  - Elecciones
- Se harán más intensos hacia 2026
- Pero son imperfectos.
- Aranceles: Oportunidades por negociaciones largas, capacidades limitadas
- Principales riesgos: Fed y Justicia

America Latina no es prioridad para Trump

Repercussions of Trump's victory in Latin America

	Bilateral relationship	Negative impact from strong dollar, lower growth, and higher US interest rates	Impact of tariff policies	Impact from immigration policies	Net assessment
Argentina	Winner	Medium	Low	None	Neutral
Brazil	Loser	Medium	Medium	None	Modest loser
Chile	Neutral	Low	Medium	None	Modest loser
Colombia	Loser	Medium	High	Low	Loser
Costa Rica	Neutral	Medium	High	Low	Modest loser
Dominican Republic	Neutral	High	Medium	High	Modest loser
Ecuador	Winner	High	Medium	Medium	Modest loser
El Salvador	Winner	High	Medium	High	Loser
Guatemala	Loser	Low	Low	High	Loser
Honduras	Loser	Medium	Medium	High	Loser
Mexico	Loser	Medium	High	High	Loser
Panama	Loser	High	Medium	Medium	Loser
Peru	Neutral	Low	High	Low	Modest loser
Venezuela	Loser	Low	Low	High	Loser

- Relación bilateral:
  - Inmigración
  - Fentanilo
  - China
  - Industria
- México en problemas, igual que Asia.
- Perú, poco.. pero ¿Chancay?
- Entorno más difícil (menos crecimiento, tasas altas, dólar)
- **Incertidumbre será norma por los próximos años**
- **Algunos cambios están para quedarse (Europa ya se dio cuenta, China y Canadá también). ¿Perú y Latam?**

Brasília London New York San Francisco São Paulo Singapore Tokyo Washington DC

Eurasia Group is the world's leading global political risk research and consulting firm. This presentation is intended solely for internal use by the recipient and is based on the opinions of Eurasia Group analysts and various in-country specialists. This presentation is not intended to serve as investment advice, and it makes no representations concerning the credit worthiness of any company. This presentation does not constitute an offer, or an invitation to offer, or a recommendation to enter into any transaction. Eurasia Group maintains no affiliations with government or political parties.

© 2025 Eurasia Group | www.eurasiagroup.net

SAE
SERVICIO DE ASESORIA EMPRESARIAL

APOYO CONSULTORIA

La economía peruana camino a las elecciones 2026

ABRIL 2025

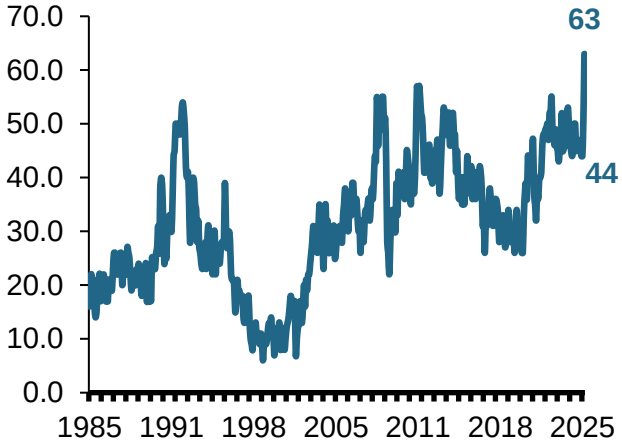
Nuevo normal para la economía mundial

PRINCIPALES CAMBIOS PARA EL ENTORNO DE NEGOCIOS EN EE. UU.

- Política económica más impredecible.
- Menor respeto a las “reglas de juego” internacionales (p.e. TLC).
- Mayor inflación para empresas y consumidores.
- Crecimiento más bajo. Mayor riesgo de pasar de desaceleración a recesión.

EE. UU.: POBLACIÓN DESCONTENTA CON EL PLAN ECONÓMICO DEL GOBIERNO[1]

% de población adulta

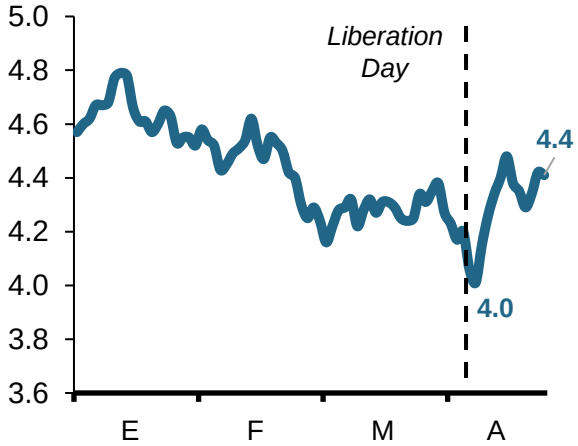


[1] *Con información a marzo 2025.*

FUENTE: Universidad de Michigan

2025: RENDIMIENTO DE BONO 10 AÑOS DE EE. UU.[1]

%



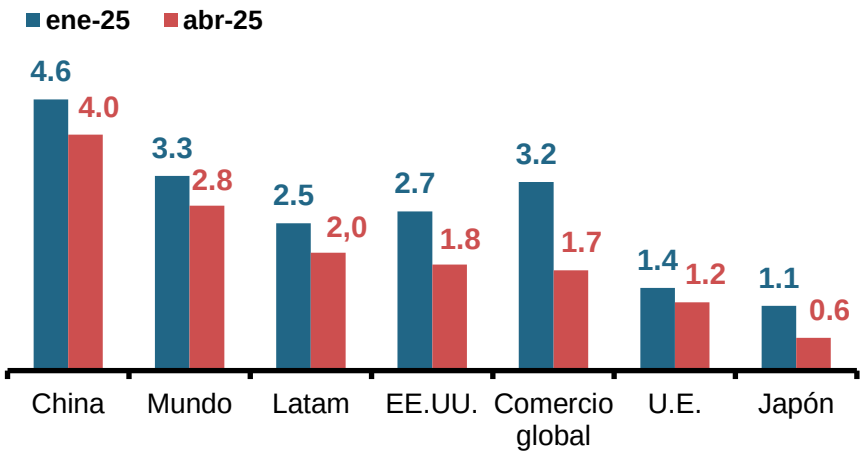
[1] *Con información al 22 de abril.*

FUENTE: FRED

Menor crecimiento económico mundial (en un contexto de alta dificultad para pronosticar)

2025: PBI DEL MUNDO, PRINCIPALES ECONOMÍAS Y COMERCIO GLOBAL[1]

Var. % anual



[1] *Toma en cuenta información al 14 de abril del 2025.*

FUENTE: FMI

COTIZACIONES DE PRINCIPALES *COMMODITIES* Y VARIABLES FINANCIERAS DE EE. UU. Y CHINA

Cotización	Unidad	4T2024	22-abr-2025	4T 2025 vs 4T 2024
Oro	US$ por oz., pdp	2 665	3 454	↑
Cobre	US$ por lb, pdp	4,2	4,2	↓
Petróleo	US$ por barril, pdp	70	63	↓
Inflación EE. UU.[1]	%, fdp	2,9	2,4	↑
Desempleo EE. UU[1]	% PEA, fdp	4,1	4,2	≈
Tasa Fed	límite superior, fdp	4,5	4,5	=
Inflación China[1]	%, fdp	0,1	-0,1	≈

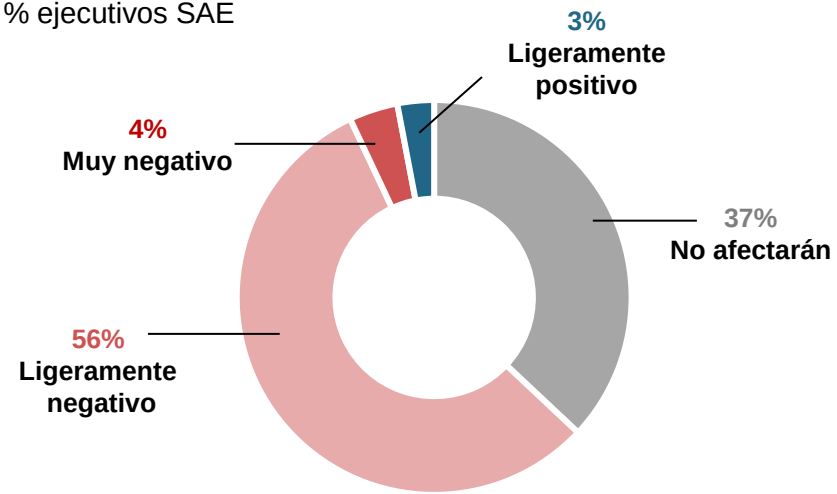
[1] *Con información a marzo del 2025.*

FUENTE: Bloomberg, APOYO Consultoría

Por ahora, confianza empresarial estable, pero riesgo electoral e internacional podrían pesar desde 2S2025

22-28 ABR-25: IMPACTO DE ARANCELES DE EE.UU. SOBRE CUMPLIMIENTO DE METAS DE INGRESOS Y UTILIDADES DE CLIENTES SAE[1]

% ejecutivos SAE

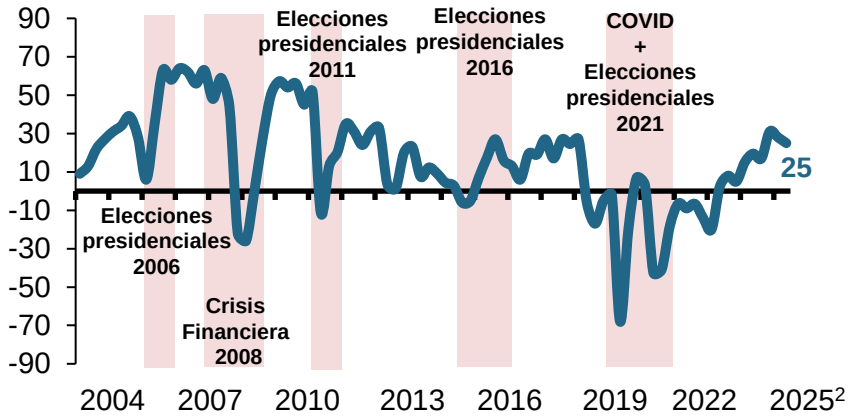


[1] *¿Cómo cree que los cambios en la política comercial (aranceles) de EE.UU. afectarán el cumplimiento de las metas de ingresos y de utilidades de su empresa para este año?*

FUENTE: Sondeo Empresarial SAE

PERÚ: CONFIANZA PARA INVERTIR[1]

Puntos, promedio del periodo



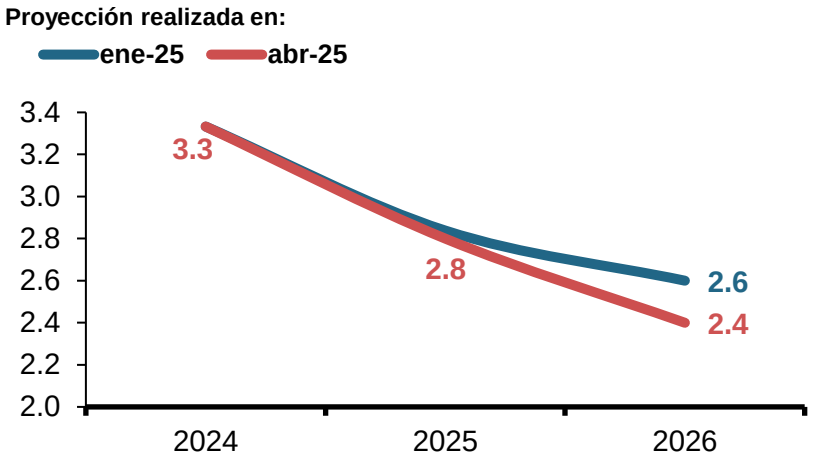
[1] *¿Cuáles de las siguientes medidas aplicará su empresa en los siguientes seis meses, en cuanto a los proyectos de inversión y personal?*
[2] *Con información a abril del 2025.*

FUENTE: Sondeo Empresarial SAE

El menor crecimiento de la economía mundial (no recesión) se sentirá más en 2026

PERÚ: PBI[1]

Var. % real anual



[1] *Proyecciones realizadas en abril del 2025.*

FUENTE: BCR, APOYO Consultoría

FACTORES CLAVE EN EL IMPACTO DEL ENTORNO MUNDIAL SOBRE EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL PERÚ

Por ahora, una desaceleración en EE. UU. es más probable que una recesión
Acota impactos negativos en confianza empresarial y crec. económico mundial y local. Recesión será el principal riesgo.

A nivel macro, el impacto directo del aumento de aranceles es bajo
Afecta sectores puntuales: export. agrícolas (por precios, no por producción) y de ciertos tipos de industria (p.e. textil).

A nivel local, ajuste de la inversión privada por cambios en la confianza empresarial no suele ser inmediato
Tarda 2 a 3 trimestres en impactar. Potencial deterioro en confianza este año afectaría principalmente en 2026.

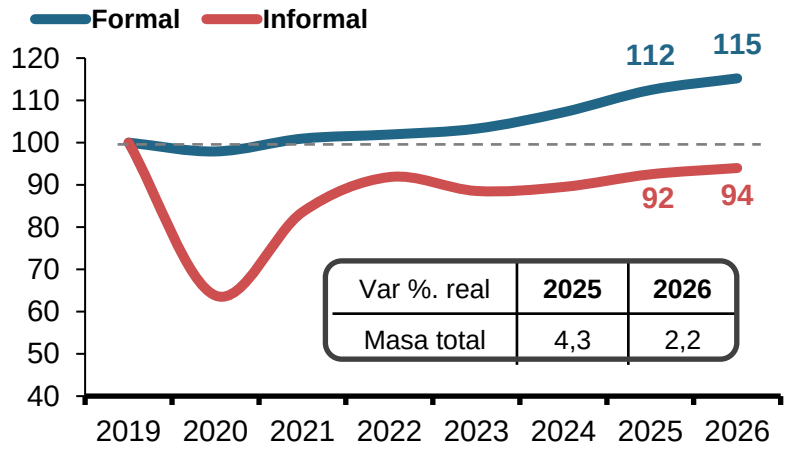
FUENTE: APOYO Consultoría

CONSUMIDORES 2025-2026

Continuará la recuperación de los consumidores, pero con diferencias importantes

MASA SALARIAL REAL[1]

Índice 2019 = 100



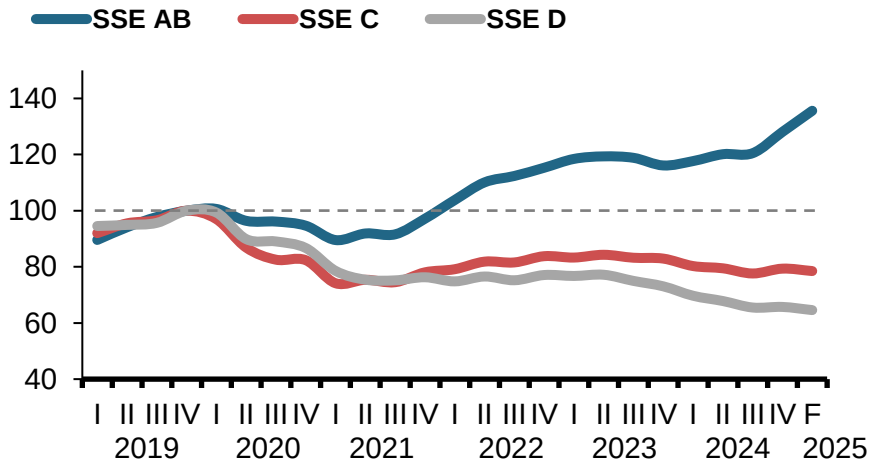
Var %. real	2025	2026
Masa total	4,3	2,2

[1] *Proyecciones realizadas en abril del 2025.*

FUENTE: BCR, MTPE, EPEN, APOYO Consultoría

NÚMERO DE DEUDORES DE CRÉDITO DE CONSUMO POR SEGMENTO SOCIOECONÓMICO (SSE)

Índice 4T2019 = 100

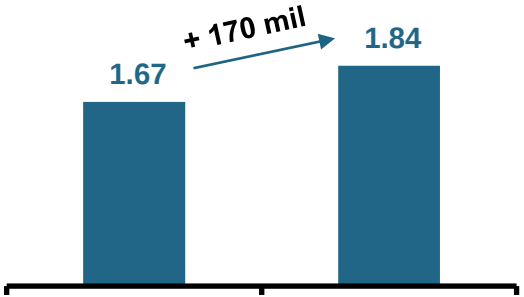


FUENTE: SBS, APOYO Consultoría

Los jóvenes llegarán al 2026 en peores condiciones que antes de la pandemia

JÓVENES (15-29 AÑOS) QUE NO ESTUDIAN NI TRABAJAN

Millones



	2019	2023
No estudia por problemas económicos	17%	22%
No busca trabajo porque percibe que no hay	16%	37%

[1] *Jóvenes que no están matriculados o no asisten a un centro de educación básica o superior y están desempleados o no buscan empleo.*

FUENTE: ENAHO-INEI

Menor capacidad adquisitiva
Ingreso laboral por trabajador 7p.p. por debajo de su nivel del 2019, ajustando por inflación.

Problemas de salud mental
Jóvenes de 15-19 años: mayor incidencia de depresión y mayor aumento de casos desde 2019, seguidos por los de 20-29 años.

Menor interés por permanecer en el país
45% de jóvenes perciben que personas cercanas tienen intención de emigrar (población general: 35%)

FUENTE: ENAHO-INEI, ENDES –INEI, Ipsos, APOYO Consultoría

INVERSIÓN 2025-2026

La inversión empresarial se moderaría en los próximos doce meses

PRINCIPALES SEGMENTOS DE LA INVERSIÓN FRENTE A ENTORNO POLÍTICO E INTERNACIONAL

Menos afectado

Más afectado

	Segmento	Peso sobre inversión total	Perspectiva próximos doce meses
Familias	Autoconstrucción	**20%**	Crecerá por mejora de ingresos familiares de SSE medios y bajos y precios de materiales de construcción ligeramente a la baja (principalmente, acero).
Estado y empresas	Inversión pública y grandes proyectos de infraestructura privada	**25%**	Crecerá por buen nivel de adjudicaciones y proyectos G2G, aunque a menor ritmo. Algunos proyectos privados se postergarían para después de las elecciones.
Empresas	Minería	**8%**	Crecerá por nuevos proyectos (Tía María), OPEX estable.
Empresas	Vivienda formal	**7%**	No social: Caída por alto stock y ventas lentas. Social: Crece, pero velocidad de ventas dependerá de presupuesto para subsidios.
Empresas	Otros sectores	**40%**	Desaceleración por mayor cautela.

FUENTE: APOYO Consultoría

SECTORES PRODUCTIVOS 2025-2026

Industrias exportadoras primarias: producción estable, pero con presión sobre precios y márgenes

PRODUCCIÓN[1]

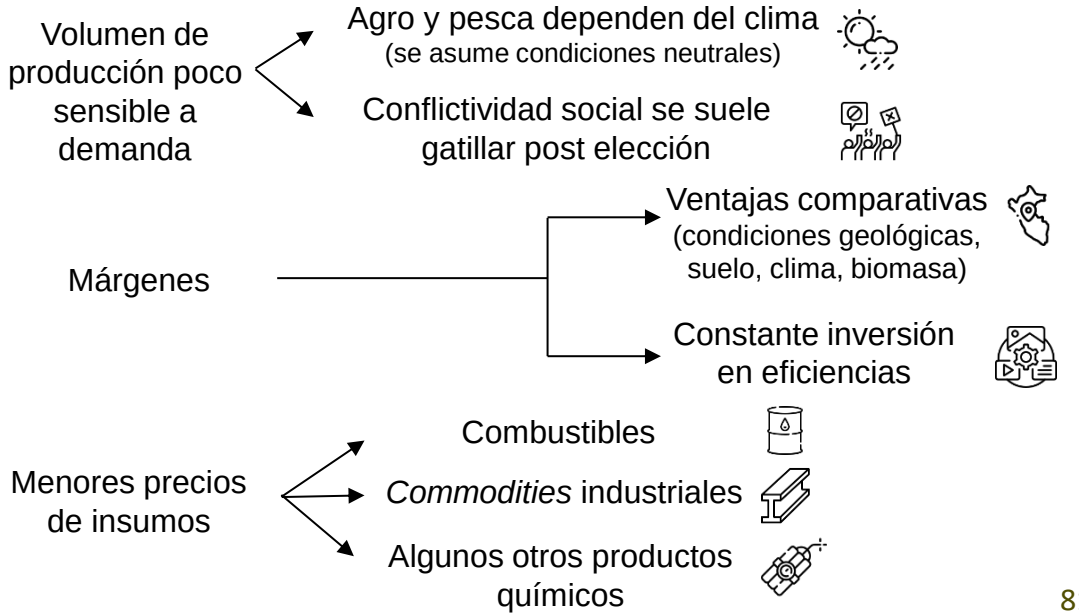
Var. % real[1]

	2024	2025	2026
Minería	2,0	3,0	0,0
Agricultura no tradicional	8,0	11,0	5,0
Pesca	25,0	5,0	-1,0

Representan poco más del 80% de las exportaciones de bienes del Perú.

[1] *Proyecciones realizadas en abril del 2025.*

FACTORES CLAVE EN EL DESEMPEÑO DE SECTORES PRIMARIOS EN LOS SIGUIENTES DOCE MESES



FUENTE: BVL, Sunat, APOYO Consultoría

SECTORES PRODUCTIVOS 2025-2026

Cautela del consumidor en 2026 y productos importados más baratos

DINÁMICAS DE MERCADOS DE CONSUMO EN LOS SIGUIENTES DOCE MESES

	Menor impulso externo	Cautela preelectoral	Importaciones más baratas	Comentario
Turismo receptivo				Menor crecimiento económico de países con una participación importante en el gasto de turistas, principalmente EE. UU. y Europa.
Restaurantes				Probable priorización de alimentos preparados en el hogar. Impacto algo mayor en segmentos con alta dependencia de turistas.
Tiendas por departamento				Vulnerable ante priorización del gasto (rubro no esencial). Alta participación de China en importaciones (vestimenta, electro, tecnología) podría reducir costos de abastecimiento.
Autoservicios				Relativamente mejor desempeño al incluir productos esenciales en el gasto familiar. La búsqueda de ahorro seguiría favoreciendo a los *discounters*.
Homecenters				Autoconstrucción ayudaría a sostener su crecimiento. Disminución en precios de materiales de construcción, en contexto de mayor oferta china (cerámicas, acero, otros).
Consumo masivo				Posible migración hacia productos más económicos (p.e. marcas propias). Competencia de importaciones chinas, especialmente en cuidado personal y del hogar.
Vehículos livianos				Fortalecimiento del sol frente a monedas de países fabricantes y mayor competencia de marcas y modelos mantendrían precios estables.

FUENTE: APOYO Consultoría

Ideas clave

1. Ha habido un cambio en la forma de hacer política económica en EE.UU. que implica menor crecimiento mundial, precios más bajos para algunos *commodities* clave (p.e. cobre y petróleo) y poco espacio para que bajen las tasas de interés internacionales.

2. Para el Perú, el impacto de estos cambios, por ahora, es bajo y será más notorio en el 2026 que en el 2025.

3. Las economías familiares continuarán recuperándose. Hacia las elecciones presidenciales, esta recuperación tendrá menor dinamismo y aún estará incompleta al compararse con el periodo prepandemia. Los jóvenes llegarán en peores condiciones que en 2019.

4. Las industrias exportadoras primarias llegarán el próximo año con una producción estable, en promedio. El deterioro del entorno internacional les afectará principalmente a través de menores precios y márgenes.

5. La inversión empresarial se moderará en 2026, mientras que el ritmo de crecimiento de la inversión de las familias se sostendría mejor.

6. El crecimiento del consumo se moderará en los próximos trimestres y algunos mercados enfrentarán mayor competencia de bienes importados.

SAE
SERVICIO DE ASESORIA EMPRESARIAL

APOYO CONSULTORIA

La economía peruana camino a las elecciones 2026

ABRIL 2025

RESULTADOS DE LA CUARTA EDICIÓN ANUAL

Perspectivas empresariales de los CEO en el Perú 2025

| ABRIL 2025

Las empresas enfrentan un entorno cada vez más volátil y con mayores niveles de incertidumbre a nivel local e internacional

La inestabilidad política e inseguridad ciudadana se posicionan como los principales riesgos para el entorno de negocios en el 2025

2025: PRINCIPALES RIESGOS QUE PERCIBE EN EL ENTORNO DE NEGOCIOS 1/

(% del total de encuestados)

OPINIÓN DE LOS CEO

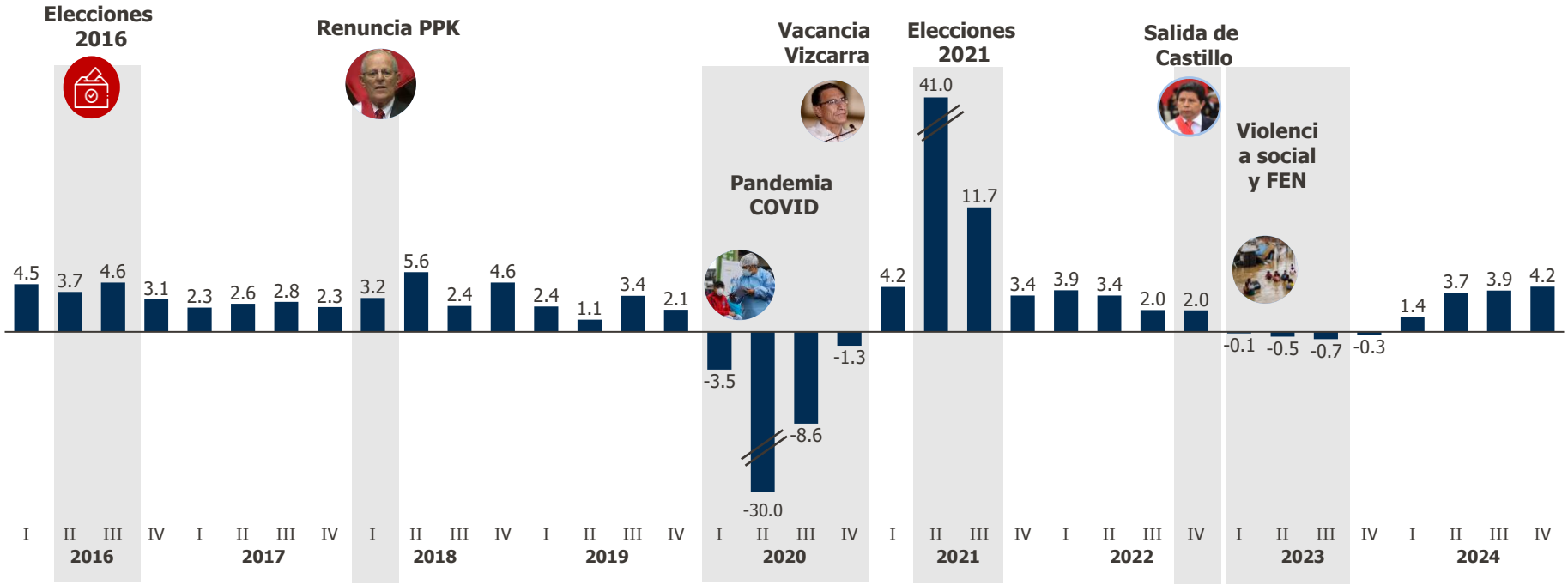
- "Llevamos años hablando de **incertidumbre**, pero ahora tiene mayor relevancia por la velocidad de los cambios a nivel **local** e **internacional**"
- "Perú es impredecible, así que en un año preelectoral, siempre la **política** es un tema que va a estar dentro de nuestra matriz de **riesgos**"
- "A medida que se **acerquen las elecciones**, vamos a ir evaluando los riesgos de los candidatos más populares y ver cómo **reaccionar**"
- "La **inseguridad ciudadana** nos preocupa. Sabemos que algunos de nuestros distribuidores sufren amenazas, pero no contamos con herramientas para ayudarlos"
- "Aún es muy pronto para saber el verdadero impacto de los **mayores aranceles** de Trump, pero sabemos que va a afectar a nuestros clientes (exportadores)"

1/ Respuesta a la pregunta: De la siguiente lista, marque máximo los tres principales riesgos que percibe en el entorno de negocios para su empresa en el 2025
2/ Alternativa no incluida en la encuesta del 2024. ND: no disponible

Fuente: Encuesta a 127 CEO en el Perú realizada por APOYO Consultoría en marzo y abril 2025

La economía peruana ha seguido creciendo en la última década a pesar de un contexto más complejo

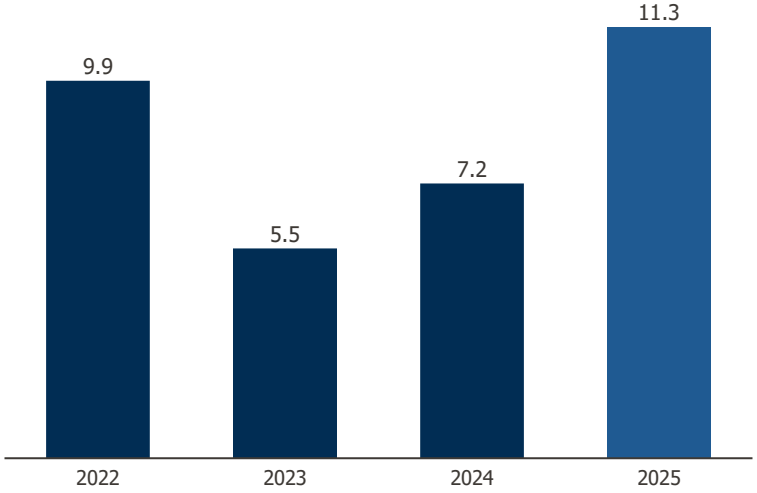
PERÚ: PBI
(Var % respecto al mismo trimestre del año anterior)



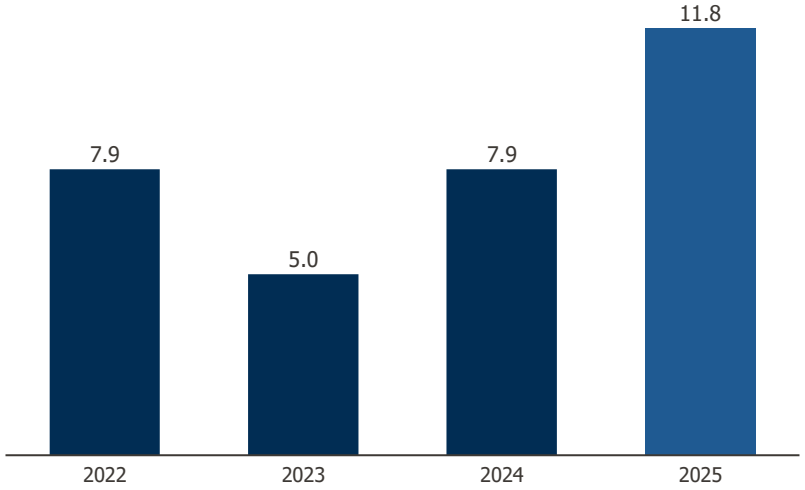
Fuente: BCR, APOYO Consultoría

Los CEO esperan un mayor crecimiento en sus ingresos y utilidades en el 2025, especialmente en la minería y servicios financieros

EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO DE INGRESOS PROMEDIO DE EMPRESAS[1/]
(Var. % de ingresos vs. año anterior)



EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO DE UTILIDADES PROMEDIO DE EMPRESAS[2/]
(Var. % de utilidades vs. año anterior)



- **El mayor crecimiento de ingresos y de utilidad** vienen de las empresas **mineras, servicios financieros y construcción**
- **Solo 5%** de los encuestados espera **caída en ingresos y en utilidades** en el 2025.

1/ Respuesta a la pregunta ¿Cuánto creen que crecerán los ingresos de sus negocios en el 2025 vs. 2024?

2/ Respuesta a la pregunta ¿Cuánto creen que crecerán las utilidades de sus negocios en el 2025 vs. 2024?

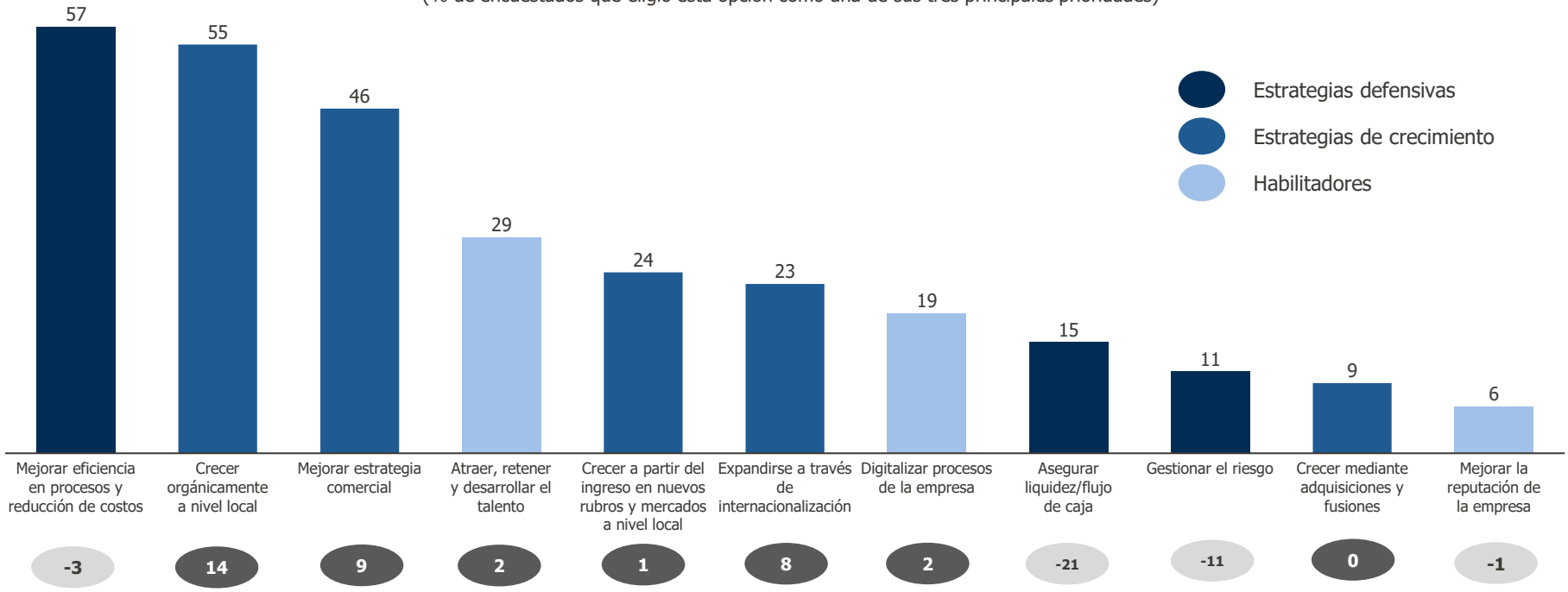
Fuente: Encuesta a 127 CEO en el Perú realizada por APOYO Consultoría en marzo y abril 2025

APOYO CONSULTORIA

Las estrategias de crecimiento han cobrado mayor importancia en la agenda de los CEO para los siguientes doce meses

2025: PRINCIPALES PRIORIDADES DE LOS CEO[1/]

(% de encuestados que eligió esta opción como una de sus tres principales prioridades)



1/ Respuesta a la pregunta ¿Cuáles son sus tres principales prioridades como CEO para los próximos 12 meses?

Fuente: Encuesta a 127 CEO en el Perú realizada por APOYO Consultoría en marzo y abril 2025

1 Los CEO priorizarán iniciativas de automatización de operaciones y mejora de procesos para reducir sus costos y mejorar su eficiencia

MEDIDAS PRIORITARIAS PARA MEJORAR LA EFICIENCIA Y REDUCIR COSTOS 2/

(% de encuestados que eligió esta opción como una de sus tres principales prioridades)

1/ Si tuviera que mejorar la eficiencia en procesos y reducir costos en el 2025, ¿qué medidas piensa priorizar? (Marcar hasta 3 opciones en orden de prioridad)

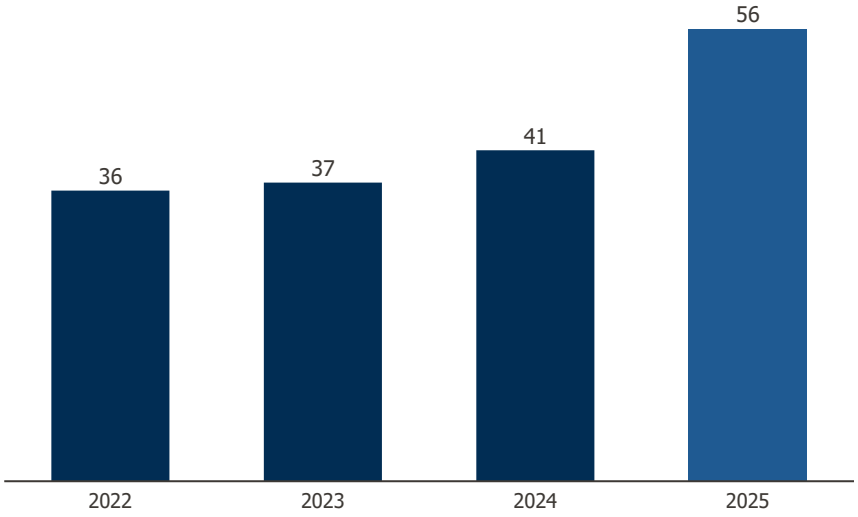
Fuente: Encuesta a 127 CEO en el Perú realizada por APOYO Consultoría en marzo y abril 2025

OPINIÓN DE LOS CEO

- "El gran reto que tenemos es cómo **mantener la rentabilidad** en un contexto de mayor competencia. Para ello, no nos queda más que buscar siempre ser **más eficientes**"
- "Es clave **controlar los costos** este año para mitigar el impacto de los **mayores aranceles** de EE.UU. y no trasladar todo el costo a nuestros clientes"
- "El aumento del **sueldo mínimo** (a partir del 2025) impacta de manera importante en nuestro negocio, por lo que tenemos que buscar otras formas de **ganar eficiencia**"
- **"Buscaremos variabilizar el gasto fijo** (ej. mayor componente de remuneración variable, *renting* de equipos en vez de compra)"
- "La **mejora de procesos** y **uso de tecnología** nos permitirá ganar eficiencias internas este año"
- "Invertiremos **en nueva maquinaria** para optimizar y automatizar los procesos productivos"
- "Este año implementaremos iniciativas de **inteligencia artificial** con foco en **mejora de productividad"**

2 Las empresas han incrementado sus esfuerzos para crecer en el mercado local en nuevos segmentos de clientes, productos y geografías

CRECER ORGÁNICAMENTE A NIVEL LOCAL 1/
(% de encuestados que eligió esta opción como una de sus tres principales prioridades)



1/ Respuesta a la pregunta ¿Cuáles son sus tres principales prioridades como CEO para los próximos 12 meses?

Fuente: Encuesta a 127 CEO en el Perú realizada por APOYO Consultoría en marzo y abril 2025

OPINIÓN DE LOS CEO

- "Buscamos aumentar las ventas en el **negocio actual** con un mirada **comercial** distinta para potenciar nuestros **productos y servicios**"
- "Nos enfocaremos en aumentar la **penetración de la categoría** (ya que somos líderes) y la **frecuencia de consumo** con foco en **nuevos segmentos de clientes**"
- "El negocio actual no será suficiente para sostener el crecimiento, buscaremos **desarrollar nuevos negocios** apalancando nuestras capacidades actuales"
- "Este año debemos crecer en las operaciones actuales mejorando la **experiencia al cliente**, y consolidar la integración de las nuevas operaciones que adquirimos"

2 El desarrollo comercial viene acompañado por el fortalecimiento de capacidades de I+D, inteligencia comercial y experiencia al cliente

PRINCIPALES INICIATIVAS PARA CRECER EN EL MERCADO LOCAL

Nuevos productos y segmentos de clientes

- Desarrollo de **productos y servicios más económicos** para el segmento de ingresos medios y bajos.
- Lanzamiento de **nuevas categorías de productos o servicios** para completar portafolio actual.
- Desarrollo de productos con foco en **segmento premium.**

Nuevas geografías, canales y formatos

- Ingreso al segmento de **venta B2B**.
- Ingreso a **nuevas geografías dentro de Perú**.
- Desarrollo de **formatos de tienda más pequeños** y enfocados en el *convenience.*

Desarrollo de capacidades comerciales

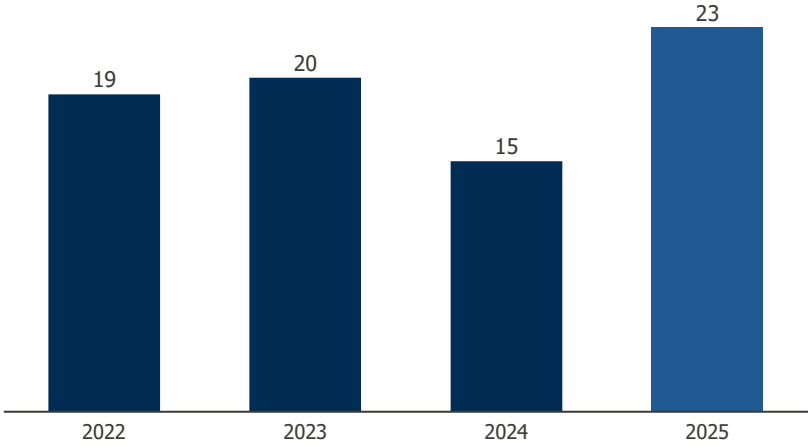
- Creación o fortalecimiento de áreas de **I+D** o **nuevos negocios.**
- Fortalecimiento de **sistemas de inteligencia comercial** que permitan identificar cambios en preferencias de los clientes.
- Mejora en el **servicio postventa y experiencia del cliente** para aumentar la **fidelización de clientes.**

Más de 1 millón de peruanos accedieron a préstamos a través de Yape

Deli Kranch, la nueva apuesta de Industrias San Miguel para el rubro de alimentos

2 Las empresas planean diversificar sus ingresos mediante la expansión internacional tanto en Latinoamérica como en Norteamérica

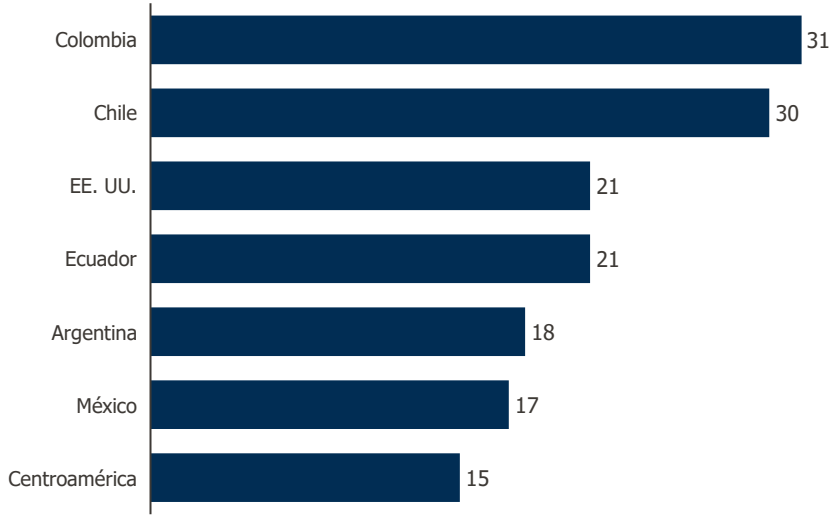
EXPANDIRSE A TRAVÉS DE INTERNACIONALIZACIÓN[1/]
(% de encuestados que eligió esta opción como una de sus tres principales prioridades)



- "La expansión internacional será un medio para **diversificar riesgos** y reducir la exposición al mercado peruano"
- "Con el bajo crecimiento local, necesito ir a otro país para **cumplir mis metas de crecimiento**"

1/ Respuesta a la pregunta ¿Cuáles son sus tres principales prioridades como CEO para los próximos 12 meses?

2025: PRINCIPALES PAÍSES PRIORIZADOS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS PERUANAS[1/]
(% de encuestados que eligió esta opción como una de sus tres principales prioridades)



1/ Respuesta a la pregunta: En caso planee expandirse a través de internacionalización en los siguientes años, ¿cuáles son los países que va a priorizar? (Marcar hasta 3 opciones en orden de prioridad: 1, 2, 3)

Fuente: Encuesta a 127 CEO en el Perú realizada por APOYO Consultoría en marzo y abril 2025

2 En los últimos años las empresas peruanas han apostado por la internacionalización principalmente a través de compras de empresas

Grupo Intercorp adquiere cadena chilena de supermercados Erbi

Grupo Gloria toma posesión de Ecuajugos de Nestlé en Ecuador

Aruma acelera su expansión y llega a Colombia y México

Grupo Virú compra compañía distribuidora de alimentos congelados en Estados Unidos

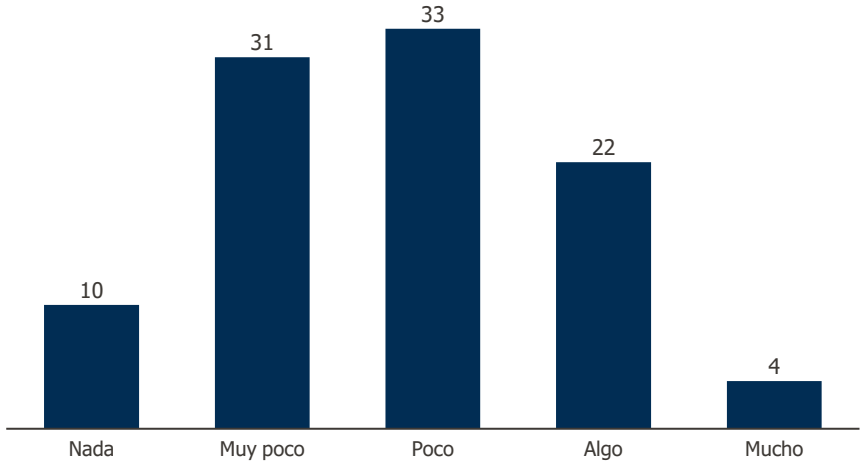
SUPERIOR FOODS | Viru Naturally ahead

Grupo Unacem compra planta de cemento en California y duplicaría su capacidad instalada en Estados Unidos

La dueña de Kiwoko aprovecha el 'boom' de las mascotas y abrirá más de cien tiendas

3 Un 26% de las empresas han tenido algún avance en el uso de inteligencia artificial principalmente en ventas y marketing

AVANCE EN EL USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL DENTRO DE LA EMPRESA[1/]
(% de encuestados)



- "El reto es poder priorizar en qué **iniciativas de IA invertir**, de manera que generen valor al negocio, y no sea solo una moda"
- "Buscaré implementar IA para **mejorar los procesos internos** del negocio"

USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS

- El mayor uso[2/] ha sido en las áreas de **ventas/comercial** (36%), **operaciones** (33%) y **marketing** (31%).
- Las empresas están utilizando IA para las siguientes tareas:
  - Atención al cliente: asistentes virtuales que responden de forma oportuna a las preguntas de clientes
  - Gestión comercial: agente que ofrece descuentos y promociones personalizadas
  - Operaciones: análisis de datos para identificar maneras de mejorar productividad en planta
  - Herramientas para aumentar la productividad del personal: ChatGPT interno que resume conocimiento de la empresa
  - Marketing y generación de contenido: análisis de tendencias y generación de ideas y publicaciones en redes sociales
  - Tareas administrativas y contables: facturación, procesamiento de información contable
  - Gestión humana: filtro inicial en procesos de selección, coaching para desarrollo profesional

1/ Respuesta a la pregunta ¿Cuánto considera que ha avanzado su empresa en el uso de inteligencia artificial?

Fuente: Encuesta a 127 CEO en el Perú realizada por APOYO Consultoría en marzo y abril 2025

2/ Respuesta a la pregunta ¿En qué áreas está utilizando actualmente su empresa inteligencia artificial? (marque todas las que apliquen)

Un 67% de las empresas continuará con sus planes durante el 2025 y muestran alguna cautela ante las elecciones

¿QUÉ DECISIONES EMPRESARIALES SUSPENDERÁ HASTA SABER LOS RESULTADOS ELECTORALES DEL 2026?
(% de encuestados)

- "Este año no esperamos **modificar ninguna decisión por las elecciones.** Recién el 2026, evaluaremos si los candidatos con más posibilidades representan algún riesgo"
- "**Mantendré mis planes** de crecimiento e inversión. Más bien, las elecciones pueden ser una oportunidad para compra de empresas"

MEDIDAS DE LOS CEO FRENTE A LAS ELECCIONES

- **Adelantar decisiones de inversión** o de financiamiento al 2025.
- **Mejorar la liquidez** para tener margen de maniobra ante cualquier eventualidad.
- Diversificar riesgo expandiéndose a **nuevos negocios o nuevas geografías.**
- **Mejorar la eficiencia** para afrontar el periodo de elecciones bien "fit".
- **Priorizar proyectos de inversión clave** y posponer otros proyectos para luego de las elecciones.
- **Evaluar la adquisición de empresas** durante el periodo electoral.
- Desarrollar **herramientas de planificación a más corto plazo** (ej. más actualizaciones de presupuesto)
- Construir **matrices de riesgos y contar con planes de contingencia** ante distintos escenarios.

Fuente: Encuesta a 127 CEO en el Perú realizada por APOYO Consultoría en marzo y abril 2025

RESULTADOS DE LA CUARTA EDICIÓN ANUAL

Perspectivas empresariales de los CEO en el Perú 2025

| ABRIL 2025

COMPANY PROFILE

Tus metas, nuestro compromiso

RESEMIN

RESEMIN

NUESTRAS PLANTAS

- Planta de fabricación - Ate

- Planta de ensamblaje - Prialé

FABRICACIÓN

EN MINA

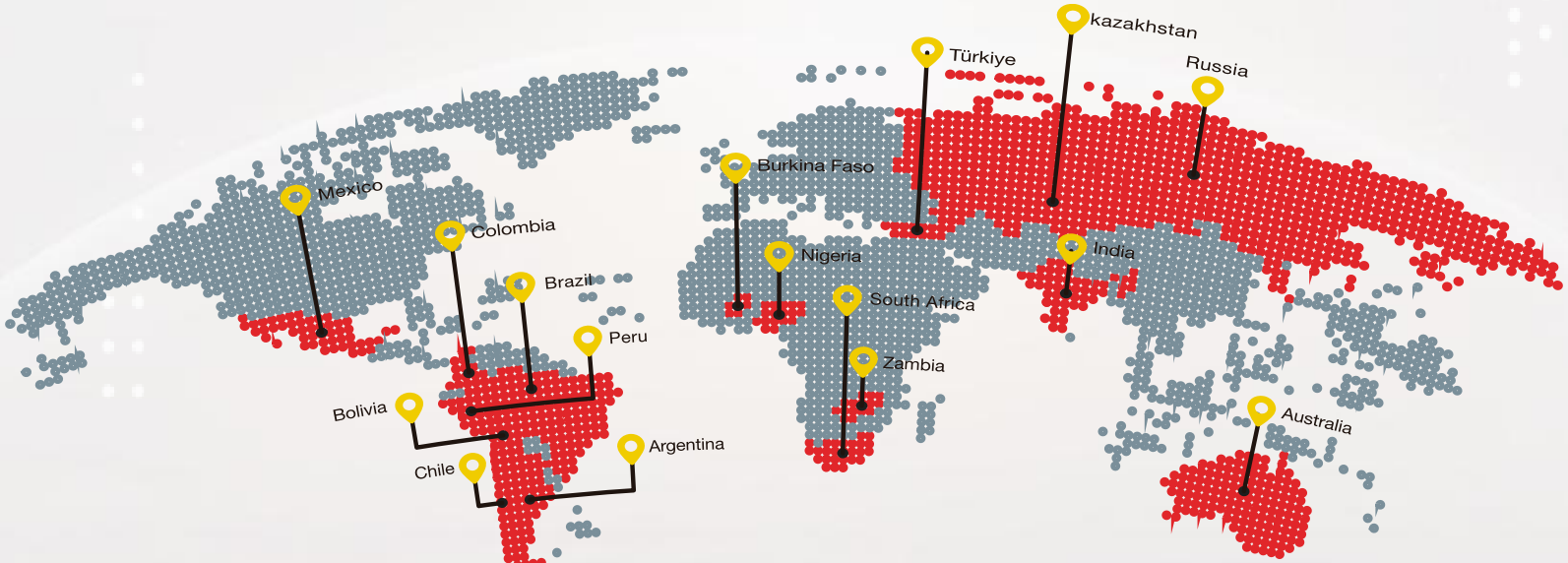
CAUDALOSA
MINA BIENAVENTURADA
RAMPA 2 NV. 4480
SEGURIDAD ES TAREA DE TODOS
MUKI
RESEMIN S.A.

ASPECTOS DESTACADOS

HITO EN VENTAS
+1200
EQUIPOS VENDIDOS

+35 AÑOS
EN EL MERCADO

Tercer fabricante mundial de equipos de perforación para minería subterránea y líder mundial en el nicho de minado de vetas angostas. Con un gran crecimiento en los últimos 4 años.



+1,000
COLABORADORES

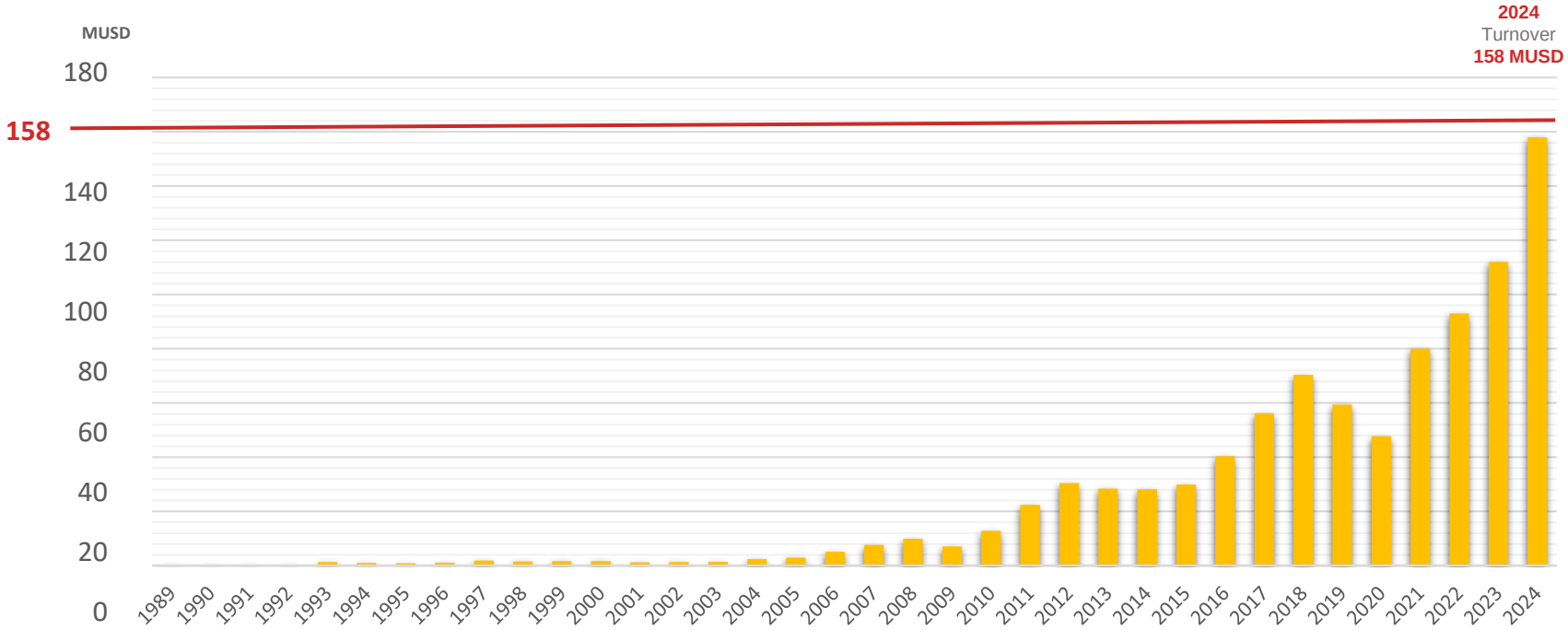
+24
PAÍSES

50%
MARKET SHARE
PERÚ

7%
MARKET SHARE
GLOBAL

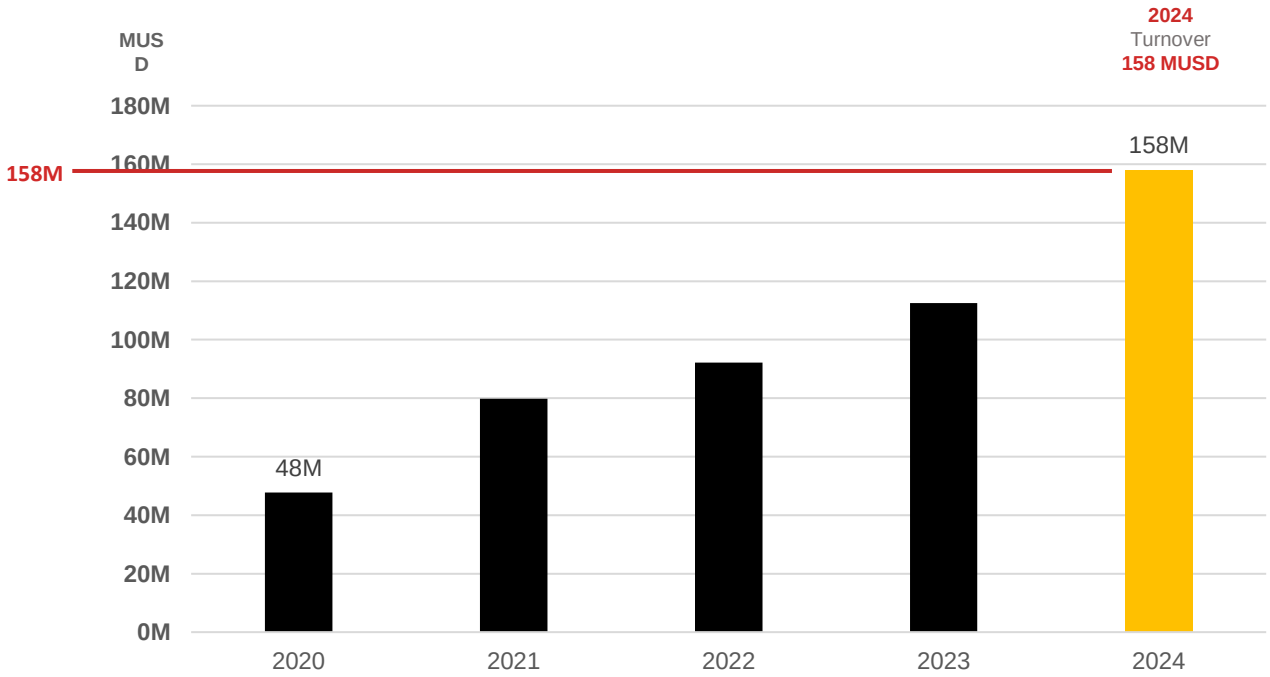
+35
MODELOS

NUESTRO CRECIMIENTO



NUESTRO CRECIMIENTO

Crecimiento anual promedio: **20-30%**



RESEMIN

www.resemin.com

APOYO CONSULTORÍA S.A.C. RUC 20260496281 DERECHOS RESERVADOS. COPYRIGHT 2025. PROTEGIDO BAJO LAS LEYES DE DERECHOS DE AUTOR. D. LEG. 822. PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN, REENVÍO O MODIFICACIÓN TOTAL O PARCIAL SIN AUTORIZACIÓN.

SAE

APOYO CONSULTORIA

Esta presentación ha sido elaborada para los clientes del
Servicio de Asesoría Empresarial - SAE, de APOYO Consultoría.

La información contenida en este documento debe considerarse incompleta porque sirve de base a una exposición oral.

En cuanto a las presentaciones realizadas por expositores invitados, APOYO Consultoría no necesariamente comparte sus opiniones.

APOYO Consultoría S.A.C. Derechos reservados. Copyright 2025.
Protegido bajo las leyes de derechos de autor. D. Leg. 822.
Prohibida su reproducción, reenvío, o modificación total o parcial.