

2010

Guía de Mercado

BRASIL

Documento especial para PROMO



Guía del Mercado de BRASIL

Información general



Brasil es el país más grande de América del Sur y el quinto en el mundo luego de Rusia, Canadá, China y Estados Unidos. Limita con la mayoría de los países sudamericanos, excepto Chile y Ecuador.

Brasilia es la capital, sin embargo, Sao Paulo es la ciudad con el mayor número de habitantes y la más importante económica y financieramente del país y de Sudamérica.

La población estimada de Brasil es de 192 millones de habitantes. Representa casi siete veces la población peruana y ocupa la quinta posición a nivel mundial. El 85% de la población brasileña es urbana, el 54.0% es principalmente de origen europeo, el 44% de origen mestizo y africano, y el 2.0% minorías. En el grupo de edad de 0 a 14 años se encuentra el 34.7%; entre los 15 a 60 años el 57.8%; y por encima de los 60 años el 7.5% restante.

El idioma oficial es el portugués y en el mundo de los negocios se utiliza este idioma y ocasionalmente el inglés.

La unidad monetaria es el real (BRL). Las equivalencias monetarias del real brasileño en términos del nuevo sol PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto¹.

Fecha 2010.04.15 22:17:08 UTC

1.00 BRL	=	1.6418 PEN
Brazil Reais		Peru Nuevos Soles
1 BRL = 1.6418 PEN		1 PEN = 0.609087 BRL

¹ Para mayor información: www.xe.com

Tendencias económicas

Brasil es la décima economía más poderosa en el mundo y la primera en América Latina. Las políticas presupuestarias y monetarias restrictivas establecidas por el Gobierno de Luiz Inácio Lula da Silva, actual presidente de Brasil desde el 1 de enero de 2003, han restaurado la confianza en el mercado internacional.

Los resultados económicos obtenidos reflejan una tasa de crecimiento del PBI por debajo de la media del mundo y de Latinoamérica, pero con una baja inflación, reducción del desempleo y aumento de la balanza comercial.

Brasil ha experimentado progresos importantes en los últimos años; pero permanecen vulnerabilidades significativas como la deuda pública, principalmente interna, estimada en 50.0% del PBI.

Cabe señalar que el país cuenta con abundantes recursos naturales y posee una economía relativamente diversificada. El sector agrícola constituye uno de los sectores más poderosos dentro de la economía brasilera. Es el primer productor a nivel mundial de café, caña de azúcar, naranjas, y productor líder de soya. Por su amplia variedad de recursos atrae a diversos grupos de procesamiento de alimentos, procedentes de todas partes del mundo.

Cuenta con grandes yacimientos de minerales. Es el segundo exportador mundial de hierro y sus concentrados y uno de los principales productores de aluminio. Se están desarrollando otras industrias paralelas en los sectores textil-confecciones, farmacéutica, química y acero, así como la producción de automóviles y aviones que están contribuyendo enormemente en el desarrollo económico.²

Cuadro Nº 1: Indicadores Económicos

Indicadores económicos	2008	2009*	2010*
Crecimiento real del PBI (precios constantes) (%)	5.1	-0.2	5.5
PBI per cápita (US\$)	10,512	10,513	11,065
Tasa de inflación (%)	5.7	4.9	5.1
Tasa de desempleo (%)	7.9	7.4	

Fuente: World Economic Outlook – FMI.

El PBI brasileño aumentó 6.1% y 5.1% en los años 2007 y 2008, mientras que el año pasado registró una variación del -0.2%, como consecuencia de la crisis económica internacional. Por otro lado, se estima que la economía brasileña se recuperará este año, con un incremento del 5.5% del PBI.

Respecto a la inflación, se proyecta que el Índice de Precios al Consumidor será 5.1% en el 2010.

El año 2009, la crisis financiera internacional ocasionó el debilitamiento de la demanda interna brasileña y, la contracción en los mercados internacionales de la demanda de los productos brasileños. El descenso de las exportaciones generó entre otras cosas un fuerte deterioro de la balanza comercial.

Según un estudio realizado por la patronal Asociación de Comercio Exterior de Brasil (AEB), una de las causas que provocó el deterioro de esta actividad fue la menor disponibilidad de crédito en el sistema financiero del cual las empresas son altamente dependientes.³

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, de la "Facilidad de hacer negocios" (entre 181 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú como para Brasil y otras economías.

Cuadro Nº 2: Ranking Doing Business 2010

² FITA (The Federation of International Trade Associations)

³ Latinforme (www.latinforme.com)

Criterios	Brasil	Perú	Colombia	México	El Salvador	China	Vietnam
Facilidad de hacer negocios	129	56	37	51	84	89	93
Apertura de un negocio	126	112	74	90	121	151	116
Manejo permiso de construcción	113	116	32	37	128	180	69
Contrato de trabajadores	138	112	63	136	106	140	103
Registro de propiedades	120	28	51	99	46	32	40
Obtención de crédito	87	15	61	61	43	61	30
Protección de los inversores	73	20	5	41	119	93	172
Pago de impuestos	150	86	115	106	134	125	147
Comercio transfronterizo	100	91	97	74	61	44	74
Cumplimiento de contratos	100	114	152	81	50	18	32
Cierre de una empresa	131	99	32	24	81	65	127

Fuente: Doing Business

El Perú se encuentra ubicado en la posición 56^o en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, por delante de Brasil; quien se ubica en el la posición 129. La fortaleza de la industria brasileña se basa en el gran mercado interno cautivo que tiene protegido. La mejora de la competitividad de esta economía debe comenzar por reformas en los pagos de impuestos, contratos de los trabajadores, la apertura de nuevos negocios, cierre de la empresa, entre otros. De los 10 indicadores de este ranking de facilidad para hacer negocios solo se ubica por debajo de la posición 100 en la obtención de créditos (87^o) y protección de los inversores (73^o).

Regulaciones a las importaciones y aranceles

A pesar de la liberalización del comercio en los últimos años, especialmente en términos arancelarios, exportar al mercado brasileño puede resultar extremadamente difícil si no se conoce los procedimientos. Las reglamentaciones de la licencia de importación son muy estrictas. La importación de muchos productos implica tramitar previamente una licencia ante el SECEX (Secretaría de Comercio Exterior). La lista de productos sujetos a esta licencia no está publicada y sólo se encuentra disponible para usuarios registrados y autorizados.

Las licencias tienen una validez de 60 días a partir de la fecha de envío de las mercancías (a veces empieza desde la fecha de solicitud de la licencia). A menudo este periodo es insuficiente por lo que es necesario solicitar una nueva licencia. En el caso de textiles, las reglamentaciones son aún más estrictas. Sólo se otorga la licencia si el pago es efectivo dentro de los 30 días de la fecha del B/L. Por ello, los importadores deben demostrar que efectivamente han realizado el pago dentro de los 30 días.

Por otro lado, el impedimento del ingreso de los productos importados se produce por problemas de carácter documentario. Todas las importaciones deben ir acompañadas de al menos dos copias de la factura comercial y el B/L. Si estos documentos no concuerdan con los requerimientos del país, la Aduana se verá obligada a imponer multas severas que pueden ascender en un 100.0% de los aranceles comunes. Por esa razón, se aconseja a los exportadores contar con un buen agente de aduanas que conozca y esté familiarizado con todo el proceso de exportación al Brasil.

En el caso de importaciones de material industrial de segunda mano, se permite su ingreso cuando no son producidos de manera local o no pueden ser reemplazados por materiales locales, sino es el caso está restringido completamente su ingreso.

Tratamiento tributario de las importaciones⁴

El régimen tributario aplicable a las importaciones en Brasil es complejo; y presenta tributos directos como indirectos, los cuales son de carácter federal (para todo el país) o estadual (aplicado en un Estado específico).

Los tributos que se aplican a las mercancías importadas se pueden calcular a través de un simulador alojado en el Siscomex (Sistema Integrado de Comercio Exterior), para ello basta, en la mayoría de los casos, informar la clasificación de la mercancía y su Valor en Aduana para que el sistema efectúe la conversión de la moneda de comercialización a la moneda brasileña, calcule todos los tributos.

Siscomex

<http://www.receita.fazenda.gov.br/aduana/siscomex/siscomex.htm>

<http://www4.receita.fazenda.gov.br/simulador/>

Cabe señalar que el uso del Siscomex tiene un costo, que varía de acuerdo a la clasificación NCM del producto que se consulta. El valor mínimo para esa tasa era de R\$ 40,00 (aproximadamente US\$ 18.00); y en promedio cerca de R\$ 50,00 (US\$ 22.00) por Declaración de Importación en 2006.

A continuación se encuentra una explicación sucinta de cada tributo y la forma de calcular su monto.

Impuesto de Importación o arancel (II)

Este impuesto grava los productos adquiridos en el exterior y es de carácter selectivo, pues varía de acuerdo con el país de origen de las mercancías (debido a los acuerdos comerciales) y con las características del producto.

Las alícuotas están definidas en la Tarifa Externa Común (TEC), que es la tarifa aduanera utilizada por los países del MERCOSUR, basada en la Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM). La NCM a su vez está basada en el Sistema Armonizado.

La base de cálculo del impuesto es el Valor en Aduana de la mercancía, calculado según las normas del GATT, cuando la alícuota es ad valorem; o es la cantidad de mercancía, cuando la alícuota es específica. Actualmente, las alícuotas del TEC son todas ad valorem.

El Impuesto de Importación (arancel) se liquida conforme a la siguiente fórmula:

$$\text{II} = \text{TEC (\%)} \times \text{Valor en Aduana}$$

Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI)

El Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI) es un tributo de competencia federal y se aplica a mercancías listadas en la tabla de incidencia – TIPI, basada en la Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM), independientemente del proceso de industrialización efectuado dentro de las fronteras del país o en el extranjero.

El IPI atiende al principio de la no-acumulación. De esta forma, el valor pagado en el momento de la importación es acreditado por el importador para posterior compensación con el impuesto debido en futuras operaciones que él realice y que estén sujetas a ese tributo. El IPI atiende también al principio de selectividad, es decir, el gravamen es diferente en razón de la esencialidad del producto, pudiendo la alícuota llegar a cero en el caso de productos muy esenciales.

La base de cálculo del IPI es el Valor en Aduana de la mercancía más el valor del impuesto de importación. Algunos productos de los capítulos 21 y 22 de la NCM (bebidas) se sujetan al impuesto por unidad o cantidad de producto, según el caso. El impuesto se calcula aplicando las alícuotas fijadas en la TIPI a la base de cálculo.

El impuesto sobre Productos Industrializados es igual a:

$$\text{IPI} = \text{TIPI (\%)} \times (\text{Valor en Aduana} + \text{II})$$

⁴ Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores de Brasil. Guía cómo exportar a Brasil.

Programa de Integração Social (PIS) y Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins)

La Cofins (Contribución para el Financiamiento de la Seguridad Social) y el PIS (Programa de Integración Social) son tributos de competencia federal que se aplican a la importación de productos extranjeros.

Esas contribuciones atienden al principio de no-acumulación, de tal manera que los valores pagados en el momento de la importación pueden ser acreditados por el importador para posterior compensación con las contribuciones por él debidas.

En la casi totalidad de las importaciones, la alícuota aplicable del PIS es de 1,65% y la de Cofins es de 7,6%.

La base de cálculo de ambas contribuciones es el Valor en Aduana de las mercancías importadas, más el valor del Impuesto sobre Circulación de Mercancías y Prestaciones de Servicios (ICMS, ver más adelante) aplicado a la importación, más el valor de las propias contribuciones, pues ellas son incluidas en el precio final de las mercancías

Las contribuciones debidas obedecen a las siguientes fórmulas:

PIS = Alícuota PIS x (VA + ICMS + PIS + Cofins)

Cofins = Alícuota Cofins x (VA + ICMS + PIS + Cofins)

CIDE - Combustibles

La CIDE (Contribución de Intervención en el Dominio Económico) es un tributo de competencia federal que se aplica a la importación y comercialización de derivados de petróleo.

La CIDE-Combustibles también cumple con el principio de no-acumulación. De esta forma, el valor pagado en el momento de la importación es acreditado por el importador para compensación con las contribuciones debidas en operaciones posteriores realizadas con las mercancías.

La base de cálculo de la CIDE-Combustibles es la cantidad comercializada del producto, expresada en unidades de medida constante, y las alícuotas fijadas en la Instrucción Normativa SRF No 422/04.

La contribución obedece a la siguiente fórmula:

CIDE-Combustibles = Alícuota CIDE x Cant. del producto

Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços – ICMS

El ICMS (Impuesto sobre la Circulación de Mercancías y Prestación de Servicios) es un tributo de competencia de los estados que grava la circulación de productos en el mercado interno. El impuesto se aplica también a bienes importados en general, a fin de promover un trato tributario uniforme a los productos importados en relación a los nacionales.

El ICMS es un tributo no acumulativo, siendo el valor pagado en el momento de la importación acreditado por el importador para compensación con el impuesto debido en operaciones que realice posteriormente y que estén sujetas a ese tributo. Cumple, también, con el principio de la selectividad, pues el gravamen del impuesto es diferente en razón de la esencialidad del producto. Eso hace con que las alícuotas sean variables, pudiendo variar entre cero, en el caso de productos esenciales.

Brasil es una República Federativa y, por no existir una legislación única para ese impuesto, cada uno de los 26 Estados y el Distrito Federal tienen su propia legislación, lo que origina 27 legislaciones diferentes del ICMS, con diversas alícuotas y tratamientos tributarios diferenciados. De esa forma, para que se pueda estimar el monto del impuesto, es necesario que se sepa a priori el estado donde ocurrirá el consumo del bien.

La base de cálculo del ICMS es la sumatoria del Valor en Aduana, del II, del IPI, del propio ICMS (cálculo “por dentro”), de cualquier otro tributo aplicado a la importación y de los gastos en aduana. Solamente después del arribo de la mercancía será posible determinar el total de los gastos en aduana. Por lo tanto, recién en ese momento será posible hacer una estimación de este impuesto.

Se puede calcular por medio de la siguiente fórmula:

$$\text{ICMS} = \text{Alícuota ICMS}(\%) \times (\text{VA} + \text{II} + \text{IPI} + \text{ICMS} + \text{otros tributos} + \text{gastos en aduana})$$

O, alternativamente:

$$\text{ICMS} = \text{Alícuota ICMS}(\%) \times (\text{VA} + \text{II} + \text{IPI} + \text{otros tributos} + \text{gastos en aduanas}) / [1 - \text{Alícuota ICMS}(\%)]$$

Se resalta que el ICMS integra la base de cálculo de las contribuciones sociales PIS-Importación y Cofins-Importación. Así, para fines de cálculo de esas contribuciones, el valor del ICMS es aquel encontrado por el producto de la alícuota del impuesto y la suma del Valor en Aduana, del II, del IPI y del ICMS (cálculo “por dentro”), como sigue:

$$\text{ICMS para el cálculo de la Cofins y del PIS} = \text{Alícuota ICMS}(\%) \times (\text{VA} + \text{II} + \text{IPI} + \text{ICMS})$$

O, alternativamente:

$$\text{ICMS para el cálculo de la Cofins y del PIS} = \text{Alícuota ICMS}(\%) \times (\text{VA} + \text{II} + \text{IPI}) / [1 - \text{Alícuota ICMS}(\%)]$$

Acuerdo de Complementación Económica entre el Perú y países del MERCOSUR

El Acuerdo de Complementación Económica (ACE) N° 58, fue suscrito el 30 de noviembre de 2005 entre Perú y los cuatro países del MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay).

Este ACE establece un Programa de Liberación Comercial (PLC) que se efectúa a través de desgravaciones anuales y progresivas sobre el arancel vigente para terceros países, excepto para un grupo de productos de agropecuarios o agroindustriales (anexo I del ACE 58) para los cuales las preferencias se aplicarán sobre los aranceles consignados en dicho Anexo.

En virtud del PLC, los márgenes de preferencia otorgados en el marco del ACE 58 van creciendo en forma progresiva hasta alcanzar el 100% (arancel cero)

Las preferencias otorgadas por Brasil a los productos peruanos, en el marco del ACE 58 se especifican en el siguiente cuadro:

Programa de Liberación de Brasil a Perú

Categoría	Período de la desgravación	Nº de ítems	Preferencia inicial	Total años cronograma	Se libera totalmente a partir del año:
A	Inmediata	1021	100%	-	Vigencia Acuerdo
B1	8 años	3973	30%	8	2012
C1	Patrimonio Histórico	1400		6	2010
No se aplica el acuerdo		9	0	-	-
Casos con condiciones especiales - Apéndice V		118	-	-	-
Bienes usados		3	-	-	-
Preferencia fija		-	-	-	-
Total ítem NALADISA (*)		6524			

Fuente: ACE 58. Elaboración: Embajada del Perú en Uruguay.

En ese sentido, gran parte de los productos peruanos negociados en el ACE 58 ingresan a la

fecha con arancel cero a Brasil. Mientras que un grupo de productos comprendidos en la categoría C1, tiene actualmente 80% de preferencia y el año 2012 gozará de 100% de preferencia (arancel cero)

Distribución y transporte de mercaderías

Las principales áreas industriales y comerciales se encuentran en el triángulo de Sao Paulo, Río de Janeiro y Belo Horizonte. Otras zonas importantes en términos económicos están localizadas cerca del Salvador, tales como Curitiba, Florianópolis, Porto Alegre y Recife.

Debido a las particularidades del mercado brasileño, es aconsejable empezar cualquier transacción comercial con el apoyo de un agente o distribuidor. Debido al tamaño del país es aconsejable contar con más de un agente en las dos principales ciudades, es decir, Río de Janeiro y Sao Paulo.

Por otro lado, el 17.0% del transporte interno es realizado vía marítima o fluvial. El transporte marítimo juega un papel importante en el transporte internacional de los productos, puesto que a través de esta vía se transporta el 97.0% de las exportaciones brasileñas. Cada año se trasladan aproximadamente 350 millones de TM de productos. Los principales estados a través de los cuales ingresan las importaciones son: Sao Paulo, Paraná, Río Grande de Sul, Río de Janeiro, Minas Gerais y Amazonas.

En 2009, por Sao Paulo ingresaron mercancías por un monto de US\$ 50,482 millones, el 40% del total de importaciones de Brasil. Otros estados de entrada importantes y sus participaciones fueron Rio de Janeiro (9%), Paraná (8%), Río Grande do Sul (7%), Minas Gerais (6%), entre otros.

Tendencias del consumidor de Brasil

Desde 1998, el gasto del consumidor brasileño ha disminuido en forma paulatina, a pesar de la estabilidad económica alcanzada por la implementación del “Plano Real”⁵. Sectores como vivienda, alimentación y transporte son los principales rubros de asignación del gasto del consumidor en Brasil. La mayoría de los brasileños aspiran a tener su propia vivienda.

Desde la introducción del Plano Real, el mercado de alimentos en Brasil se ha diversificado de manera considerable. La introducción de nuevos productos además del aumento en la capacidad de consumo han llevado a la popularidad de productos alimenticios no tradicionales como por ejemplo: leche pasteurizada, agua mineral embotellada y una variedad de jugos. Los alimentos y las bebidas no alcohólicas representaron el 12.5% del gasto total del consumidor en el 2005. El cuidado de la salud y la educación son los dos principales sectores que esperan experimenten un fuerte crecimiento entre el periodo 2000 a 2015 con incrementos de 117.0% y 115.0%, respectivamente.

El incremento en el nivel de ingresos perteneciente al consumidor de bajo ingreso ha permitido que este segmento tenga acceso, aunque limitado, a un número pequeño de productos alimenticios envasados. De otro lado, el grupo de consumidores con mayor capacidad de compra se orienta al consumo de artículos de mayor valor agregado y de conveniencia.

Cuadro Nº 4: Gasto del consumidor en Brasil: 1995-2015
(Cifras en millones del real brasileño)

Rubro	1995	2000	2005	2010	2015
Alimentos y bebidas no alcohólicas	68,219	102,744	150,279	159,112	164,812
Bebidas alcohólicas y tabaco	14,783	26,631	38,893	42,333	48,660
Prendas de vestir y calzado	26,571	49,215	77,852	83,542	84,878
Vivienda	53,254	137,311	248,004	256,028	259,998

⁵ Conjunto de medidas implementadas para estabilizar la economía de Brasil a inicios de 1994.

Art. del hogar y servicios	40,030	64,826	104,216	113,406	128,520
Art. salud y servicios médicos	25,037	44,177	71,483	79,430	94,818
Transporte	40,640	72,579	118,003	134,173	153,116
Comunicaciones	27,900	60,781	97,678	104,835	119,734
Ocio y recreación	23,057	48,609	81,645	95,948	103,972
Educación	18,277	39,742	67,317	75,226	86,349
Hoteles y catering	23,034	36,743	55,767	66,614	76,657
Art. diversos y servicios	24,902	52,324	91,023	101,299	115,280
TOTAL	385,703	735,681	1,202,159	1,311,944	1,436,793

Fuente: Euromonitor

El mercado de alimentos envasados en Brasil se encuentra dominado por los sectores de panadería y repostería; y lácteos con valores estimados de US\$ 20.9 y US\$ 15.4 mil millones, respectivamente, en el 2007. Ambos alcanzaron fuertes crecimientos respecto al periodo previo, con un incremento en las ventas de productos lácteos del 110.0% en términos de valor.

El sector de comidas listas para servir se encuentra todavía en pleno proceso de desarrollo en Brasil, pero la demanda está aumentando debido al creciente número de mujeres trabajadoras y personas solteras. Los principales productos demandados son alimentos listos para servir congelados y pizza congelada, cuyo público objetivo se sitúa en los segmentos económicos A y B, principalmente.

Relaciones bilaterales Perú – Brasil

Las relaciones entre ambos países se desarrollan en campos diversos como el político, económico, comercial, cultural, consular y defensa. En cuanto a las inversiones, la incursión de grandes empresas brasileñas en los sectores industriales se debe a un buen clima político y las grandes oportunidades, además de las facilidades que se están abriendo con la mejora en las relaciones bilaterales entre ambos países⁶.

Perú cuenta con una embajada en la ciudad de Brasilia. Actualmente, la página Web se encuentra en estado de actualización, sin embargo, el siguiente link brinda los números de contacto: <http://www.embperu.org.br>. Además, cuenta con un consulado ubicado en la ciudad de Sao Paulo, en donde se ubica la Oficina Comercial. (<http://www.consuladoperusp.com.br>).

Intercambio comercial Brasil con el mundo

La política comercial de Brasil se ha orientado a la liberalización del comercio e integración de su economía hacia los países miembros de la Comunidad Andina con el objetivo de fortalecer la región de América del Sur. Incluso en esta época de crisis económica Brasil no adopta medidas proteccionistas.

En 2009, la balanza comercial mostró superávit de US\$ 25.3 mil millones, resultante de las exportaciones de US\$ 153.0 mil millones y de las importaciones de US\$ 127.6 mil millones.

Cuadro N° 5: Intercambio comercial con el mundo
(Cifras en miles de millones de US\$)

Régimen	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones	118.3	137.5	160.6	197.9	153.0
Importaciones	73.6	91.4	120.6	173.2	127.6
Balanza	44.8	46.1	40.0	24.7	25.3
Intercambio	191.9	228.9	281.3	371.1	280.6

Fuente: World Trade Atlas

⁶ Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú

Las exportaciones brasileras tuvieron una contracción de 22.7% comparado con el 2008 y lo mismo ocurrió con las importaciones donde el descenso alcanzó 26.3%. Los principales productos exportados fueron minerales de hierro, petróleo en bruto, carne de pollo, tabaco, café, entre otros.

Intercambio comercial Perú - Brasil

El Perú tiene ventaja competitiva por la ubicación geográfica que posee con respecto a Brasil. En un momento dado, la falta de inversiones en infraestructura vial no facilitó el ingreso de los productos peruanos al mercado brasileño.

Cuadro Nº 6: Intercambio Comercial Perú – Brasil
(Millones de US\$)

Régimen	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones	457.9	805.5	932.4	873.5	508.1
Importaciones	943.1	1,452.6	1,761.5	2,274.9	1,593.9
Balanza	-485.2	-647.1	-829.1	-	-
Intercambio	1,401.1	2,258.1	2,693.9	3,148.4	2,102.0

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU.

En la actualidad, esta situación se está revirtiendo cambiando favorablemente para el Perú. La construcción y puesta en marcha de tres grandes puntos de integración como el Amazónico (Perú, Ecuador, Colombia, Brasil), el eje Interoceánico (Perú, Bolivia, Chile, Paraguay y Brasil) y el eje Transoceánico (Perú, Brasil y Bolivia) hacen posible una mayor afluencia de los productos peruanos al Brasil, dejando de lado las restricciones impuestas por el gobierno brasileño.

El año pasado el intercambio entre Perú y Brasil superó los US\$ 2,100 millones. La contracción de la demanda peruana contrajo el comercio bilateral.

Las exportaciones peruanas tradicionales explican el 77% de la venta total a este mercado. Los productos son principalmente mineros como cobre, zinc y plata. En el rubro no tradicional resaltaron el sector textil y confecciones, agropecuario y químico.

**Cuadro N° 7: Exportaciones por sectores económicos a Brasil
(Millones de US\$)**

Sector	2008	2009	Var. %
Tradicional	660	389	-41.1
Minería	640	356	-44.3
Cobre	290	189	-34.9
Plata Refinada	125	68	-45.5
Plomo	80	16	-79.5
Zinc	145	80	-44.5
Pesquero	0	0	-100
Petróleo	20	32	64.4
Derivados	20	32	64.4
Agrícola	0	0	0
No tradicional	213	119	-44.1
Agropecuario	30	25	-18.3
Textil	34	33	-0.7
Pesquero	6	7	21.2
Químico	53	27	-49.6
Metal - Mecánico	6	16	148.3
Sidero - Metalúrgico	81	10	-88.2
Minería no metálica	1	1	-39.1
Pieles y cueros	1	0	-89.6
Varios (Inc. Joyería)	1	1	-38.2
Total	874	508	-41.8

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU.

**Cuadro Nº 8: Ranking de productos no tradicionales exportados a Brasil
(Millones de US\$)**

Partida	Descripción	2008	2009	Var. %
2005700000	Aceitunas verdes, negras preparadas, conservadas	18	14	-20.7
2835250000	Fosfato dicalcio	13	9	-33.3
5506300000	Tops de fibras acrílicas	9	6	-35.8
3205000000	Lacas colorantes: carmín de cochinilla	3	4	37.9
1211903000	Orégano (ORIGANUM VULGARE)	4	4	13.9
2815120000	Hidróxido de sodio (Lejía)	8	4	-51.5
6105100052	Camisas de punto de algodón con cuello, distintos colores	1	4	321.1
1604200000	Conservas de jurel	3	3	-10.7
3920209000	Películas de polipropileno	11	3	-73.5
5503309000	Fibras acrílicas	3	2	-15.3
5511100000	Hilados de fibras acrílicas	2	2	6.8
6105100041	Camisas de punto de algodón con cuello acanalado, un color	3	2	-16.0
6105100051	Camisas de punto de algodón con cuello, un color	1	2	98.0
3037400000	Caballa entera congelada	1	1	19.6
7214991000	Demás barras de acero, diametro <= 100 mm	0	1	
Otros		133	58	-56.4
Total		213	120	-43.6

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU.

Comunicación Intercultural

En tiempos de globalización, la comunicación intercultural se ha convertido en una herramienta básica para los negocios que se realizan entre personas de diferentes grupos culturales. La capacidad intercultural es la habilidad de comunicarse de forma óptima con personas de otras culturas teniendo en cuenta las necesidades básicas para tener éxito, entender el comportamiento de los otros y su forma de pensar. Tomarse el tiempo para conocer algo sobre la cultura de un país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo.

Consejos para negociar en Brasil

Para acceder al mercado brasileño, se recomienda trabajar a través de un contacto local. Esta persona se encargará de los procedimientos burocráticos asociados a la exportación y permitirá conocer la solvencia comercial de la empresa. Esto se explica porque es difícil concretar negocios con ese país enviando sólo catálogos de productos o exponiéndolos a través de Internet, dado que el empresario brasileño busca evaluar personalmente al contacto de negocios y al producto.

El empresario deberá desarrollar paciencia, porque el proceso de negociación es lento. En las primeras entrevistas los brasileños evitan entregar muchos datos, hasta que se establezca una relación de confianza. Por otra parte, es aconsejable que el empresario contrate los servicios de un abogado de ese país antes de firmar cualquier contrato. Tenga en consideración que si el lugar de cumplimiento del contrato es Brasil, se exigirá que ese documento se redacte en portugués y en la moneda local, el Real.

Respecto al protocolo, el inglés no es un idioma muy hablado en ese país, por lo que es preferible comunicarse en español o portugués. Si pretende viajar a Brasil para reunirse con su contraparte, no programe sus citas para febrero porque la semana del Carnaval de Río y la siguiente no son propicias para hacer negocios. En general se debe revisar el cronograma de los feriados y festividades en el país.

Oportunidades Comerciales

Se identificaron los productos potenciales exportables a este mercado a través de la metodología de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina) complementada con las matrices de productos priorizados del Plan de Desarrollo del Mercado de Brasil (POM de Brasil); este último es desarrollado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

Para aplicar la metodología de la CEPAL se halló la tasa de crecimiento y la participación promedias estandarizadas de las importaciones de Brasil (del periodo comprendido entre el 2005 y 2009). Con ambas variables se forman cuadrantes que se cruzan en el origen (0,0) y de esta forma se logra clasificar a los sectores y productos. Si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. Por otro lado, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Los POM son planes cuyo objetivo es definir estrategias y acciones para el corto, mediano y largo plazo a fin de desarrollar y fortalecer la presencia y posicionamiento de la oferta exportable actual y potencial en los principales mercados de destino. Dentro de estos planes se encuentra una matriz de productos priorizados, en este caso para el mercado de Brasil. Esta matriz también se utilizó para identificar las oportunidades comerciales.

Cuadro Nº 9: Productos no tradicionales con potencial en Brasil

Partida	Descripción	Clasificación
200570	Aceitunas preparadas, conservadas	estrella
610510	Camisas de punto de algodón	estrella
283525	Fosfato dicalcico	estrella
392020	Películas de polipropileno	estrella
550630	Tops de fibra acrílica	estrella
121190	Orégano	estrella
320500	Lacas colorantes: carmín de cochinilla	estrella
160420	Conservas de jurel en aceite	estrella
551110	Hilados de fibras acrílicas	estrella
281512	Hidroxido de sodio (soda cáustica)	estrella
610610	Blusas de punto de algodón	estrella
320300	Colorantes de origen vegetal, animal	estrella
140490	Tara en polvo	estrella
283329	Sulfato de plomo	estrella
070920	Espárrago fresco	estrella
281000	Acido ortobórico	estrella
520548	Hilados de algodón peinados, < 83.33 decitex	estrella
282550	Oxidos e hidroxidos de cobre	estrella
511211	Tejidos 100% lana, peso <= 200g/m2	estrella
252890	Boratos naturales	estrella
520849	Tejidos 100% algodón, distintos colores	estrella
520526	Hilados de algodón peinado, 106.3 -125 decitex	estrella

Adicionalmente se pueden mencionar otros productos de otros sectores que fueron incluidos en el POM. En el sector agropecuario se encuentran los siguientes productos potenciales: espárragos frescos, refrigerados o en conserva, alcachofas en conserva, frijol canario excepto

para siembra, ajos frescos o refrigerados, uvas frescas, frijoles comunes, jugos y extractos vegetales, las demás hortalizas, quinua, aguardiente de vino y bagazo de uva y tara. En el sector químico se priorizan los siguientes productos: carmín de cochinilla, monóxido de plomo, ácido bórico, óxido de cinc, las demás placas, láminas, hojas y tiras de plástico, aceites esenciales de limón, productos curtientes inorgánicos, hidróxido de sodio y empaquetaduras de caucho vulcanizado sin endurecer. El POM prioriza los siguientes productos del sector pesca y acuicultura: preparaciones y conservas de anchoas entero o en trozos, demás pescados congelados, grasas y aceites de pescado y sus fracciones, locos vivos o refrigerados, truchas congeladas, filetes de merluzas y merluzas congeladas. Del sector artesanías el POM prioriza los siguientes productos: obras originales de estatuaria o escultura, estatuillas y demás artículos para adornos de cerámica, artículos de cestería obtenidos en su forma vegetal y, pinturas y dibujos. Además, se priorizan otros productos como los conductores eléctricos de cobre del sector metal mecánico; y cementos sin pulverizar y los demás mármoles del sector de construcción.

Contactos

- Banco Central de Brasil (www.bcb.gov.br)
- Ministerio do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (www.desenvolvimento.gov.br)
- MERCOSUR – Portal Oficial (www.mercosur.org.uy)
- Ministério das Relações Exteriores (www.mre.gov.br)
- Ministerio de Fazenda (www.fazenda.gov.br)
- Ministerio do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (www.mdic.gov.br)
- Instituto Brasileiro de Geografia y Estadística – IBGE (www.ibge.gov.br)
- Small Industries Support Service – SEBRAE (www.sebrae.com.br)
- Serviço Federal de Processamento de Dados - SERPRO (www.serpro.gov.br)
- Secretaria de Comercio Exterior – SECEX (www.desenvolvimento.gov.br/sitio/secex/negInternacionais/tec/apresentacao.php)

Fuentes

- The Federation of International Trade Associations (FITA)
- Fondo Monetario Internacional (FMI)
- Doing Business
- Latinforme
- Ministerio de Relaciones Exteriores de Brasil. Guía cómo exportar a Brasil
- Embajada del Perú en Uruguay
- Euromonitor
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú
- World Trade Atlas
- SUNAT
- Centre of Intercultural Competente (<http://www.cicb.net/Espanol/espanol.html>)
- Economía y Negocios (<http://www.economiaynegocios.cl>)
- CEPAL
- POM - Brasil