



GUÍA DE MERCADO
MULTISECTORIAL

Brasil

2019



Contenido

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Información General.....	4
III.	Situación Económica y de Coyuntura	4
3.1	Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	4
3.2	Evolución de los Principales Sectores Económicos	5
3.3	Nivel de Competitividad	6
IV.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios	7
4.1	Intercambio Comercial de bienes Brasil – Mundo	7
4.2	Intercambio Comercial Perú– Brasil	7
V.	Acceso al Mercado	9
5.1.	Medidas Arancelarias y No Arancelarias.....	9
5.2	Otros impuestos aplicados al comercio	11
VI.	Oportunidades Comerciales.....	12
6.1.	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales.....	12
6.2.	Productos con Potencial Exportador	12
VII.	Tendencias del Consumidor.....	16
VIII.	Cultura de Negocios.....	17
IX.	Links de interés	18
X.	Eventos Comerciales	18
XI.	Bibliografía	18

I. Resumen Ejecutivo

Brasil es el país más grande y poblado en América del Sur con un territorio de más de 8 millones de km² y un total de 208,8 millones de brasileños¹. Además cuenta con un clima tropical exceptuando en las zonas ubicadas al sur que suelen ser más templadas.

La octava economía más grande del mundo está impulsada por los recursos, pero diversificados, surgiendo en 2017 de múltiples escándalos de corrupción y una recesión de dos años que se ubica como la peor en el país.

Por último, Brasil forma parte del Mercado Común del Sur (MERCOSUR); por ello, cuenta con preferencia con cada uno de los países miembros; así como otros acuerdos entre ellos el acuerdo de Profundización Económico Comercial entre la República del Perú y la República Federativa del Brasil.

¹ <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/br.html>

II. Información general



La República Federativa del Brasil (Brasil) es la economía más grande de América Latina. Supera en gran medida a todos sus territorios limítrofes. Se trata de un país caracterizado por el nivel de desarrollo en los sectores de agricultura, minería, manufactura y servicios. Esto le ha permitido adoptar una posición importante en la región y una presencia cada vez más destacada en los mercados internacionales.

Brasil se caracteriza por ser el país más grande y poblado en Sudamérica. La extensión total de su territorio equivale a 8 515 770 km² y su única costa bordea el océano Atlántico. Su clima se caracteriza por ser tropical pero en las zonas ubicadas al sur suele ser más templado.

Por último, cabe señalar que la capital es Brasilia, su moneda oficial es el real y su idioma es el portugués.

III. Situación económica y de coyuntura

3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro N° 1: Principales variables macroeconómicas

Indicadores económicos	2014	2015	2016	2017	2018	2019(*)	2020(*)
Crecimiento PBI (%)	0.5	-3.5	-3.3	1.1	1.1	2.1	2.5
PBI per cápita (US\$)	12,176	8,846	8,752	9,928	8,968	9,344	9,765
Tasa de inflación (%)	6.4	10.7	6.3	2.9	3.7	3.9	4
Tasa de desempleo (%)	6.8	8.3	11.3	12.8	12.3	11.4	10.2

Fuente: FMI / Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

(*) Estimado

La economía brasileña registró una recesión durante los años 2015 y 2016 con tasas negativas equivalentes a 3.5% y 3.3%, respectivamente. Esta caída en su Producto Bruto Interno se explica por diversos factores. Uno de ellos es que a inicios del año 2015 sufrió la reducción de los precios de los commodities. Asimismo otros sucesos que han impactado en el crecimiento han sido los escándalos de corrupción donde se han visto involucrados diversos funcionarios públicos y personas del sector privado. No obstante, en el 2017 se observó una leve recuperación de la economía brasileña esto debido al incremento en la confianza del consumidor y el inversor. En general el fuerte crecimiento y el notable progreso social han convertido a Brasil en una de las principales economías del mundo, a pesar de la recesión en la que estuvo y de la que ahora está saliendo su economía.

La reducción de las barreras comerciales sigue siendo una prioridad para Brasil para aumentar la exposición a la competencia internacional y fortalecer los incentivos para mejorar la productividad.

a. Producto Bruto Interno total

El PIB creció alrededor del 1.1 por ciento en 2018, afectado negativamente por múltiples escándalos de corrupción que involucran a empresas privadas y funcionarios gubernamentales; sin embargo el FMI proyecta que el crecimiento en 2019 será de alrededor del 2.1 por ciento como se observa en el cuadro arriba.

b. Nivel de empleo

Esta estadística muestra la evolución del porcentaje de la población activa que se encontraba en situación de desempleo en Brasil desde el año 2014 hasta el año 2018 con proyección al 2020. En el año 2018, un 12.3% de la población activa de este país se encontraba desempleada.

c. Inflación

Según el índice de precios al consumidor, en Brasil la inflación al cierre del 2018 se habría situado en 3.7% y el proyectado para el cierre del 2019 es de 3.9%.

d. Tipo de cambio

La divisa oficial de Brasil es el Real. A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y soles peruanos (PEN).

1,00 USD = 4,08451 BRL	
Dólar	Real Brasileiro
Estadounidense	
1 USD = 4,08451 BRL	1 BRL = 0,244827 USD
BRL ↔ USD	
1,00 PEN = 1,21056 BRL	
Sol Peruano	Real Brasileiro
1 PEN = 1,21056 BRL	1 BRL = 0,826064 PEN
BRL ↔ PEN	

Fuente: XE.com Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS – PROMPERU

3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos²

Brasil tiene abundantes recursos naturales y una economía relativamente diversificada. Es el mayor productor mundial de café, caña de azúcar y naranjas, y es uno de los mayores productores mundiales de soja. Con bosques que cubren la mitad del país y la selva tropical más grande del mundo, Brasil es el cuarto mayor exportador mundial de madera. Además, en Brasil se encuentra el mayor ganado comercial del mundo. El país también atrae a muchos grupos multinacionales en las industrias de alimentos y biocombustibles. Aun así, la agricultura contribuye relativamente poco al PIB (4,6%) y solo emplea al 10% de la población, mientras que representa el 40% de las exportaciones.

² Fuente: Santander Trade

Brasil también es una gran potencia industrial, y se ha beneficiado enormemente de su riqueza en minerales. El país es el segundo mayor exportador mundial de hierro y uno de los principales productores mundiales de aluminio y carbón.

Como productor de petróleo, Brasil apunta a convertirse en independiente de la energía en un futuro cercano, con reservas que podrían convertirlo en uno de los cinco principales productores de petróleo del mundo. Además, el país se está afirmando cada vez más en los sectores de la industria textil, aeronáutica, farmacéutica, automotriz, siderúrgica y química. Muchos de los grandes fabricantes de automóviles del mundo han establecido plantas de producción en Brasil. El sector industrial aporta 18,5% al PIB y emplea a 20,9% de la población. A pesar de que el sector ha experimentado una desaceleración en los últimos años, se ha estado recuperando desde 2016 y está creciendo nuevamente

El sector de servicios representa más del 63% del PIB brasileño y emplea a casi el 70% de la fuerza laboral activa. En los últimos años, el país se ha embarcado en la producción de servicios de alto valor agregado, especialmente en los campos de la aeronáutica y las telecomunicaciones. El turismo también ha ido en aumento en los últimos años, por lo que es un segmento importante del sector.

3.3. Nivel de competitividad

El siguiente cuadro presenta la clasificación de los datos presentes de *Doing Business* del Banco Mundial, el cual mide la facilidad de hacer negocios (entre 190 economías) según diferentes criterios. La información presentada toma en consideración a Brasil, Perú y otros países de América del Sur.

Cuadro N° 2: Ranking de facilidad para hacer Negocios 2019

Criterios	Brasil	Perú	Colombia	Chile	Uruguay	Argentina	Bolivia
Facilidad de hacer negocios	109	68	65	56	95	119	156
Apertura de un negocio	140	125	100	72	65	128	178
Manejo permiso de construcción	175	54	89	33	155	174	160
Obtención de electricidad	40	67	80	36	55	103	111
Registro de propiedades	137	45	59	61	115	119	148
Obtención de crédito	99	32	3	85	73	85	134
Protección de los inversionistas minoritarios	48	51	15	64	132	57	149
Pago de impuestos	184	120	146	76	101	169	186
Comercio transfronterizo	106	110	133	71	152	125	96
Cumplimiento de contratos	48	70	177	49	100	107	113
Resolución de la insolvencia	77	88	40	51	70	104	102

Fuente: Doing Business 2019 /

Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

El Perú se encuentra en la posición 68° en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Brasil se ubica en la posición 109°. Cabe recalcar que Perú cayó cuatro posiciones con respecto al ranking DB2017.

Los indicadores en los que Brasil obtiene una mejor calificación que Perú, de los 10 indicadores que considera el análisis de la facilidad de hacer negocios son: obtención de electricidad y cumplimiento de contratos.

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1 Intercambio Comercial de bienes Brasil – Mundo

Cuadro N°3: Intercambio Comercial de bienes Brasil – Mundo
Millones de US\$

Comercio Exterior	2014	2015	2016	2017	2018	Var% 18/17	TCP (%) 2018/2014
Exportaciones	225,098	191,127	185,235	217,739	239,889	10.2	1.6
Importaciones	229,154	171,446	137,552	150,749	181,231	20.2	-5.7
Balanza comercial	-4,056	19,681	47,683	66,990	58,659	----	----
Intercambio comercial	454,253	362,573	322,787	368,489	421,120	14.3	-1.9

Fuente: TradeMap

Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

En los últimos cinco años, el intercambio comercial de Brasil con el mundo se ha ido reduciendo a una tasa promedio de 1.9%. Sin embargo ha existido un superávit comercial durante los últimos cuatro años debido a que las exportaciones han venido superando el valor importado a lo largo de estos años. En el 2018 la balanza comercial de Brasil con el mundo alcanzó los US\$ 58,659 millones. Los principales mercados de destino de las exportaciones brasileñas han sido China, Estados Unidos, Argentina, Países Bajos y Chile. Mientras que los principales proveedores han sido China, Estados Unidos, Argentina y Alemania.

4.2 Intercambio Comercial Perú – Brasil

Cuadro N° 4: Intercambio Comercial Perú - Brasil
Millones de US\$

Comercio Exterior	2014	2015	2016	2017	2018	Var % 18/17	TCP%14-18
Exportaciones	1,595	1,073	1,205	1,597	1,720	7.7	1.9
Importaciones	1,994	1,932	2,128	2,449	2,414	-1.4	4.9
Balanza comercial	-399	-859	-923	-852	-694	----	----
Intercambio Comercial	3,590	3,004	3,332	4,046	4,134	2.2	3.6

Fuente: Sunat Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

El intercambio comercial entre Perú y Brasil durante los últimos cinco años se ha ido incrementando a una tasa promedio de 3.6% y alcanzó un total de US\$ 4,134 millones en el 2018.

Además, cabe señalar que la balanza comercial ha sido deficitaria para Perú durante el periodo 2014 – 2018. Por otro lado, durante el 2018 se registró el mayor monto exportado hacia Brasil de los últimos cinco años, que se explica por mayores envíos de productos tradicionales especialmente por los productos mineros y petróleo y gas natural.

Cuadro N° 5: Exportaciones por sectores económicos
Millones de US\$

SECTOR	2017	2018	VAR%18/17
TRADICIONAL	1,241	1,320	6%
Mineros	818	861	5%
Pesquero	3	2	-37%
Petróleo y gas natural	419	457	9%
Agrícolas	0	0	
NO TRADICIONAL	357	399	12%
Agropecuario	56	52	-7%
Textil	57	70	23%
Pesquero	19	15	-19%
Químico	96	117	22%
Metal-mecánico	16	13	-18%
Sidero-metalúrgico	36	37	3%
Minería no metálica	66	84	28%
Artesanías	0	0	
Maderas y papeles	5	4	-13%
Pieles y cueros	0	0	
Varios (inc. joyería)	7	7	-6%
TOTAL GENERAL	1,597	1,720	8%

Fuente: Sunat

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

Respecto a los principales productos no tradicionales que se exportan a Brasil, el Cuadro N° 6 permite señalar que más del 50% del total de exportaciones no tradicionales se concentra en los 10 productos listados. De los cuales la mayor parte pertenecen al sector manufacturas diversas donde destacan productos como los fosfatos de calcio naturales, el Hidróxido de sodio en disolución acuosa, las

antracitas, la plata en bruto aleada. Los productos con un crecimiento sostenido han sido: Hidróxido de sodio en disolución acuosa; hidrogenoortofosfato de calcio. Las tasas de crecimiento promedio (2014 – 2018) para cada uno de estos productos han sido 34% y 30% respectivamente.

Cuadro N° 6: Principales Productos No Tradicionales exportados a Brasil
Millones de US\$

Brasil: Principales productos no tradicionales (US\$ Millones)									
Partida	Descripción	2014	2015	2016	2017	2018	Var. % Prom. 14/18	Var.% 18/17	% Part. 2018
2510100000	Fosfatos de calcio naturales aluminocálcicos naturales	86	80	78	50	51	-12%	4%	13%
2815120000	Hidróxido de sodio en disolución acuosa	10	8	10	12	31	34%	157%	8%
2701110000	Antracitas	--	2	3	12	29	--	140%	7%
7106912000	Plata en bruto aleada	--	--	23	12	20	--	73%	5%
3920620000	Las demás placas, láminas, hojas y tiras de politereftalato de etileno	7	9	15	18	18	29%	2%	5%
2835250000	Hidrogenoortofosfato de calcio	6	13	11	16	18	30%	11%	4%
2005700000	Aceitunas preparadas o conservadas	28	17	16	12	14	-16%	14%	3%
6109100039	Los demás t-shirts de algodón, para hombre	19	12	5	6	14	-8%	130%	3%
2817001000	Óxido de cinc (blanco o flor de cinc)	3	1	2	11	11	37%	-3%	3%
3205000000	Lacas colorantes	7	9	10	9	10	12%	20%	3%
	Resto	324	225	184	200	183	-13%	-8%	46%
	TOTAL	490	376	359	357	399	-5%	12%	100%

Fuente: Sunat

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

5. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas arancelarias

Brasil integra el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) junto con Argentina, Paraguay y Uruguay y adopta el Arancel Externo Común (AEC), el cual fue implementado el 1 de enero de 1995. Ese mismo año Brasil implementó la Nomenclatura Común del Sur (NMC) que es consistente con el Sistema Armonizado para la clasificación arancelaria.

Al formar parte del MERCOSUR, las operaciones que se llevan a cabo entre los países miembros se encuentran libres de aranceles. No obstante, si el producto proviene de un país externo, los derechos de importación se recaudan en base al CIF. La mayoría de productos importados desde terceros países se suelen encontrar afectados por un arancel entre el 10% y 35%. Cabe señalar que el Ministerio de Industria, Comercio Exterior y Servicios de Brasil brinda una lista actualizada de cada producto con su correspondiente Arancel Externo Común (AEC)³.

El siguiente cuadro muestra el arancel aplicado a los principales productos identificados en la sección anterior.

Cuadro N° 7: Aranceles de los principales productos no tradicionales exportados a Brasil

Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Participación principales competidores	Arancel NMF	Preferencia Perú
251010	Fosfatos de calcio naturales aluminocálcicos naturales y cretas fosfatadas sin moler	2	Marruecos (65%) Argelia (3%) Egipto (0.5%)	0%	0%
281512	Hidróxido de sodio en disolución acuosa (lejía de sosa o soda caustica)	2	Estados Unidos (93%) Argentina (0.9%) Alemania (0.03%)	8%	0%
270111	Antracitas	2	Sudáfrica (45%) Australia (14%) Rusia (12%)	0%	0%
710691	Plata en bruto aleada	1	Bélgica (36%) México (12%) Bolivia (5%)	6%	0%
392062	Las demás placas, láminas, hojas y tiras de politereftalato de etileno	1	Estados Unidos (14%) Uruguay (8%) China (8%)	2%	0%
283525	Hidrogenoortofosfato de calcio (fosfato dicálcico)	1	Marruecos (35%) Túnez (6%) Alemania (3%)	0%	0%
200570	Aceitunas preparadas o conservadas	3	Argentina (59%) Egipto (15%) España (8%)	14%	0%
610910	Los demás t-shirts de algodón, para hombre	2	China (33%) Bangladesh (19%) Portugal (4%)	35%	0%
281700	Óxido de cinc (blanco o flor de cinc)	1	México (32%) Tailandia (5%) Japón (5%)	10%	0%
320500	Lacas colorantes	1	Estados Unidos (13%) India (4%) México (2%)	12%	0%

Fuente: Market Access Map

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

³ <http://www.mdic.gov.br/index.php/comercio-exterior/estatisticas-de-comercio-exterior-9/arquivos-atuais>

Medidas no arancelarias

Considerando que todas las importaciones están sujetas al tratamiento de despacho de aduana, es necesario identificar cualquier otra restricción o requisito administrativo impuesto a una importación, es decir, su tratamiento administrativo.

Brasil hace uso de licencias de importación que tienen como finalidad un uso estadístico y un control regulatorio de las importaciones. De manera general no se exige el trámite de las licencias para el despacho de importaciones en Brasil aunque existen cierto tipo de mercaderías que lo requieren de forma obligatoria. Se contempla tres tipos de regímenes administrativos según las características de importación:

Importaciones dispensadas de licencias de importación: Los importadores solo deben presentar el registro de la Declaración de Importación en el Sistema Integrado de Comercio Exterior (SISCOMEX) para dar inicio al procedimiento de despacho aduanero.

Importaciones sujetas a licencias automáticas: Destinada a aquellos productos especificados en el "Tratamiento Administrativo" de SISCOMEX y las importaciones bajo el régimen aduanero especial del drawback (el plazo máximo de otorgamiento de licencias es de 10 días hábiles).

Importaciones sujetas a licencias no automáticas:

Destinado en su mayoría a productos que pueden ser perjudiciales para la integridad de las personas y de los animales o para la preservación de los vegetales. El plazo máximo para el otorgamiento de estas licencias es de 60 días calendario. La lista completa de bienes sujetos a licencia y prohibiciones de importación, así como los órganos responsables de la aprobación de la licencia, puede consultarse en el sitio web: <http://www.mdic.gov.br/index.php/comercio-exterior/importacao/tratamiento-administrativo-de-importacao>.

5.2. Otros impuestos aplicados al comercio

Existen otros dos tipos de impuestos en el comercio de ciertos bienes en Brasil⁴:

Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI): Este impuesto es aplicado a las empresas locales e importadoras durante el despacho en aduanas. No obstante, no se considera como un costo para el importador dado que el valor del impuesto es devuelto una vez que el producto es vendido al consumidor final. La tasa de este impuesto varía en el rango de 0% hasta 15%.

Impuesto a la Circulación de Mercaderías y Servicios (ICMS): Este impuesto se caracteriza por ser del tipo de valor añadido y es aplicable tanto a los importadores como a los productores locales. Este impuesto es aplicado ad valorem del valor CIF, se añade el arancel y el IPI. De manera similar que el IPI, el ICMS no representa un costo para el importador dado que se devuelve al importador cuando se vende al consumidor final.

⁴ https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/brasil/Html5/data/index.html?id=228

6. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias obtenidas en Acuerdos Comerciales

El Acuerdo de Complementación Económica (ACE) N° 58 entre Perú y los Estados Parte del Mercosur como es el caso de Brasil se suscribió el 30 de Diciembre del 2005 y entró en vigencia el 2 de Enero del 2006. Este ACE busca establecer un marco jurídico e institucional que contribuya a un espacio económico ampliado con el fin de facilitar la libre de circulación de bienes y servicios.

En cuanto a los beneficios de este Acuerdo de Complementación Económica se encuentra que busca establecer un marco jurídico e institucional que contribuya en la generación de un espacio económico ampliado con la finalidad de conseguir una libre circulación de bienes y servicios entre Perú y los estados miembros del Mercosur.

6.2. Productos con Potencial Exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos con potencial exportable por sector. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Paraguay (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, 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. De otra parte, 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.

Cuadro N° 8

Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
180100	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	Estrella	140	0%	Ghana - 92% Costa de Marfil - 7%
180690	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en recipientes o envases	Estrella	103	0%	Argentina – 48% Italia – 14% Ecuador – 8%
090121	Café tostado sin descafeinar	Estrella	55	0%	Suiza – 63% Italia - 9% Francia – 7%
180500	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	Prometedor	35	0%	Países Bajos – 22% Malasia – 17% Indonesia – 14%

080510	Naranjas frescas o secas	Prometedor	19	0%	España - 68% Uruguay - 21%
200819	Frutos de cáscara y demás semillas preparados o conservados	Prometedor	15	0%	Uruguay - 45% Estados Unidos - 14% España - 11%
071120	Aceitunas conservadas provisionalmente	Prometedor	14	0%	Egipto 71% España - 14%
200989	Jugo de frutas o verduras, no fermentados	Prometedor	12	0%	Filipinas - 75% Chile - 5% Indonesia - 3%
070920	Espárragos, frescos o refrigerados	Prometedor	4	0%	-
080550	Limonos y limas frescos	Prometedor	3	0%	España - 66% Uruguay - 26% Argentina - 23%
080440	Aguacates frescos o secos	Prometedor	1	0%	Chile - 90%

Fuente: Trademap / Market Access Map Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Perú tiene potencial para desarrollar nuevos negocios con Brasil en el sector agrícola; en el 2018 Brasil importó fruta por US\$ 700 millones al año, de los cuales, Perú exportó menos de US\$ 10 millones, principalmente uva y castaña. Chile y Argentina son los principales proveedores de fruta de Brasil con exportaciones de más de US\$ 100 millones cada uno. Brasil importa anualmente 24 mil toneladas de uvas, siendo sus principales proveedores Chile y Perú. Perú le provee apenas el 12%. Brasil es el 2º importador de uva en América Latina, después de México⁵.

Respecto a los hábitos de consumo, según Euromonitor el almuerzo es su comida primaria, como un "tiempo sagrado" para los brasileños. Los consumidores también disfrutaban de una amplia variedad de refrigerios durante todo el día: "A los brasileños no les importa comer otras cosas en momentos no definidos, como sándwiches y salados como croquetas y pan de queso brasileño". Las cenas generalmente se consumen en casa con miembros de la familia, como resultado de la reciente recesión, la mayoría de los consumidores han reducido sus gastos para salir a cenar⁶.

Cuadro N° 9

Sector Pesca & Acuicultura					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (Miles US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
030499	Congelados de carne de pescado	Prometedor	6,680	0%	Chile - 87% China - 9% USA - 2%
030495	Carne congelada, incluso picada, de peces de las familias Bregmacerotidae, Euclichthyidae	Prometedor	1,982	0%	Portugal - 77% China - 13% Argentina 9%

⁵ <https://www.mincetur.gob.pe/comercio-exterior/reportes-estadisticos/reportes-de-comercio/reportes-de-comercio-bilateral/>

⁶ Fuente: Euromonitor – Brasil: Estilos de vida

030314	Truchas congeladas "Salmo trutta, Oncorhynchus mykiss, Oncorhynchus clarki, Oncorhynchus aguabonita"	Prometedor	732	0%	Chile – 98%
--------	--	------------	-----	----	-------------

Fuente: Trademap / Market Access Map Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

La industria brasileña de carne de res sufrió en los últimos años debido a escándalos de calidad con respecto a los dos procesadores principales; como resultado de ello los consumidores estaban cambiando a otras formas de proteínas, como los huevos y el pescado, lo que se confirma en el aumento del volumen de ventas de estos productos en los últimos años. Además, la tendencia de salud y bienestar está llevando a los consumidores a comer menos carne roja. Por ejemplo, Brasil se encuentra entre los 10 principales países del mundo con el mayor aumento absoluto en el número de vegetarianos entre 2016 y 2017. Como una forma de "carne de transición", el pescado ha cosechado los beneficios no solo de un consumidor más consciente de la salud, sino también de un consumidor con mayor conciencia en lo que respecta al bienestar animal. El volumen total de ventas de pescado y marisco registrará una tasa de crecimiento compuesta anual del 9% para llegar a 3,4 millones de toneladas en 2023⁷.

Cuadro N° 10

Sector Textil - Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
610910	T-shirts y camisetas, de punto, de algodón	Estrella	90	0%	China - 32% Bangladesh - 19% Portugal - 4%
620193	Anoraks, cazadoras y artículos simil., de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres	Estrella	75	0%	China – 81% Vietnam – 5% Hong Kong – 4%
610230	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de fibras sintéticas para mujeres	Estrella	43	0%	China – 86% Bangladesh – 2% Vietnam – 2%
610130	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de fibras sintéticas para hombres	Estrella	38	0%	China – 87% Vietnam – 2% Bangladesh – 1%
611610	Guantes, mitones y manoplas, de punto, impregnados, recubiertos o revestidos con plástico	Estrella	31	0%	China - 64% Sri Lanka – 12% Pakistán – 3%
611120	Prendas y complementos "accesorios" de vestir, de punto, de algodón, para bebés	Estrella	29	0%	China – 58% Tailandia - 7% Camboya – 7%

⁷ Fuente: Euromonitor – Brasil: Estilos de vida

610343	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de punto, de fibras sintéticas, para hombres	Estrella	29	0%	China – 51% Vietnam – 10% Camboya – 3%
610463	Pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	Estrella	24	0%	China – 62% Vietnam – 8% Camboya – 4%
620469	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", para mujeres	Estrella	21	0%	China – 71% Vietnam – 5% India – 4 %
611596	Calcetines, de punto, de fibras sintéticas (exc. medias de mujer de título < 67 decitex por hilo sencillo y medias para varices, así como artículos para bebés)	Estrella	21	0%	Paraguay - 57% China – 33% Hong Kong – 3%
610443	Vestidos de punto, de fibras sintéticas, para mujeres	Estrella	21	0%	China – 85% Turquía – 2% Vietnam – 2%

Fuente: Trademap / Market Access Map Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

En los últimos años, las exportaciones peruanas a Brasil han tenido una evolución creciente, pese los altibajos generados por las crisis externas (menores precios internacionales) y las internas de Brasil. El crecimiento registrado en 2018 en las exportaciones hacia Brasil (+7%) tuvo al sector textil como el segundo en contribución, obteniendo mayores despachos de textiles (+27%) respecto del 2017⁸.

Cuadro N° 11

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
271012	Aceites ligeros y preparaciones, de petróleo o de minerales bituminosos	Estrella	5,295	0%	EEUU – 24% Argelia – 19% España – 9%
310520	Abonos minerales o químicos con los tres elementos fertilizantes: nitrógeno, fósforo y potasio	Estrella	357	0%	Rusia – 55% Noruega – 25% Finlandia – 7%
300490	Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos	Estrella	2,397	0%	EEUU – 22% Alemania – 16% Suiza – 8%

⁸ Fuente: Reporte de Comercio Bilateral – Mincetur
http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&id=194:inicio-brasil&layout=blog&Itemid=213

310210	Urea, incl. en disolución acuosa (exc. en tabletas o formas simil. o en envases de un peso	Estrella	1,526	0%	Argelia – 19% Rusia – 17% Qatar – 12%
848180	Artículos de grifería y órganos reguladores simil. para tuberías (exc. válvulas reductoras)	Estrella	889	0%	Brasil – 41% China – 13% EEUU - 9%
840991	Partes identificables como destinadas exclusiva o principalmente a motores de émbolo "pistón"	Estrella	625	0%	Japón – 20% Alemania – 17% China – 16%
850440	Convertidores estáticos	Estrella	508	0%	China – 52% Alemania – 7% Austria – 6%
901890	Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía o veterinaria	Estrella	478	0%	EEUU – 38% Alemania – 18% China – 16%
390210	Polipropileno, en formas primarias	Estrella	363	0%	Argentina – 39% Arabia – 24% Colombia – 14%
761699	Manufacturas de aluminio	Estrella	159	0%	China – 17% Argentina – 14% Bélgica – 11%
310290	Abonos minerales o químicos nitrogenados (exc. urea; sulfato de amonio; nitrato de amonio entre otros)	Estrella	94	0%	Países Bajos – 65% Noruega – 23% Italia – 3%

Fuente: Trademap / Market Access Map Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Brasil implementó durante mucho tiempo una estrategia de sustitución de importaciones para fortalecer las industrias nacionales. Esto ayudó a aumentar la localización de la producción, aunque con efectos mixtos sobre la oferta y el precio del producto. Sin embargo, la participación de la producción local podría erosionarse en el futuro debido a políticas comerciales más liberales. Por ejemplo, en 2018 Brasil eliminó los aranceles sobre 830 bienes de capital y artículos de TIC.

Grandes recursos de silvicultura, petróleo y minerales fomentan la localización de la producción en Brasil. Esto es particularmente relevante para la industria de la madera y el papel, los productos metálicos y la producción de alimentos⁹.

7. Tendencias del Consumidor

La confianza del consumidor brasileño se ha visto afectada de manera negativa debido a dos grandes factores: la reciente recesión de la economía y la crisis política por los casos de corrupción. Sin embargo, a medida que la economía del país ha comenzado a mostrar signos de un repunte, los consumidores en general están volviendo a realizar mayores consumos. Los trabajadores disfrutaban del beneficio de los

⁹ Euromonitor: Competidores locales vs internacionales en el sector manufactura – Brasil.

ingresos adicionales proporcionados por el llamado '13 ° salario', un salario mensual adicional que ayuda a muchos a garantizar un nivel saludable de gasto durante las vacaciones de Navidad.

Asimismo, se observa un crecimiento de las compras en línea impulsadas por jóvenes consumidores en dispositivos móviles; atraídos por precios más bajos y conveniencia, que se conectan en línea a través de sus teléfonos inteligentes y tabletas en lugar de a través de computadoras de escritorio para realizar sus compras.

Por otro lado en Brasil en los últimos años, la conciencia del consumismo consciente / ético ha seguido creciendo. Un estudio de 2017 realizado por el Servicio de Protección de Crédito (SPC Brasil) y la Confederación Nacional de Comerciantes (CNDL) reveló que el 28% de los brasileños son 'consumidores conscientes' que ejercen hábitos y prácticas éticas de consumo, mientras que el 56% son consumidores conscientes 'en transición'. Ejemplos recientes de esta tendencia creciente han visto la reciente mayor demanda entre los consumidores de cosméticos e ingredientes que no son probados en animales y una mayor demanda de ropa hecha de materiales sostenibles y reciclables.

8. Cultura de Negocio

Se deben tomar en consideración algunas normas y conductas al momento de realizar alguna negociación en Brasil como las siguientes¹⁴:

Los brasileños son reconocidos por ser amigables incluso en las relaciones de negocios. Se debe estar siempre dispuesto a llevar a cabo nuevas relaciones interpersonales y fortalecer con las que se cuentan. Lo fundamental en las negociaciones con los empresarios brasileños es la confianza y el vínculo personal que se construye, permitiendo de esta manera cerrar los acuerdos de manera más fácil y establecer una relación comercial duradera. Por este motivo es imperativo que no haga cambios en el equipo de negociación, sobre todo si el proceso ya va en una etapa avanzada, esto podría ser una causal de fracaso o tomarle mucho más tiempo el cerrar cualquier trato.

En las negociaciones van a estar involucrados todos los miembros de la empresa de su interlocutor, sin embargo son los altos mandos quienes toman las decisiones finales y la aprobación de los acuerdos entre ambas partes.

Los puntos objeto de la negociación se desarrollan de manera global, es indispensable que mantenga siempre una idea clara de lo que quiere y no se detenga en puntos que no son relevantes en las reuniones de negocios y menos si no son determinantes para cerrar algún acuerdo¹⁰.

Prefieren llevar las negociaciones con aquellas personas que se encuentran en el mismo nivel de jerarquía dentro de la organización.

Las reuniones suelen llevarse a cabo horas más tarde que la hora pactada. La puntualidad no es un punto fuerte en la cultura brasileña.

El saludo suele ser un apretón de manos a los hombres y un beso a la mejilla a las mujeres¹¹

¹⁰ <https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/cultura-negocios-brasil-negociaciones-2016.pdf>

¹¹ <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustria/diez-datos-sobre-la-cultura-de-negocios-en-brasil>

9. Links de interés

Cuadro N° 12: Links de interés

Entidad	Enlace
Ministerio de Relaciones Exteriores	http://www.itamaraty.gov.br/es/
Ministerio de Economía, Industria, Comercio Exterior y Servicios	http://www.mdic.gov.br/
Asociación de Comercio Exterior de Brasil	http://aeb.org.br/
Agencia Brasileña de Promoción de Exportaciones e Inversiones	http://www.apexbrasil.com.br
Instituto Brasileño de Geografía y Estadística	https://www.ibge.gov.br/institucional/o-ibge.html

10. Eventos Comerciales

Cuadro N° 13: Ferias Internacionales

Nombre Oficial De la feria	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Food Ingredients South América	Alimentos y bebida	San Pablo	18-20 agosto 2020	www.figlobal.com/southamerica/
Anufoof Brazil	Alimentos y bebida	San Pablo	09 – 11 marzo 2020	www.anufoofbrazil.com.br/es/
Expo Construcciones	Construcción	Espíritu Santo	4 – 6 agosto 2020	www.expoconstrucoes.com.br/
FCE Pharma	Farmacéutico	San Pablo	02 – 04 junio 2020	www.fcepharma.com.br/pt
In - Cosmetics	Ingredientes Cosméticos	San Pablo	16 – 17 septiembre 2020	https://latinamerica.in-cosmetics.com/

11. Bibliografía

Ministerio de Economía, Industria, Comercio Exterior y Servicios de Brasil
<http://www.mdic.gov.br>

Acuerdos Comerciales del Perú
<http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

Central Intelligence Agency
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/br.html>

Doing Business
www.doingbusiness.org

Euromonitor

www.euromonitor.com

Fondo Monetario Internacional

<http://www.imf.org>

Market Access Map

<http://www.macmap.org/>

MINCETUR – PLAN DE DESARROLLO MERCADO BRASIL

<http://bit.ly/2m2hBvz>

Trademap

<http://www.trademap.org/>