

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2013

Guía de Mercado

Brasil



prom
perú

Contenido

- 1. Resumen ejecutivo**
- 2. Situación económica y de coyuntura**
- 3. Comercio exterior de bienes y servicios**
 - 3.1 Comercio de bienes de Brasil con el mundo**
 - 3.2 Comercio de servicios de Brasil con el mundo**
 - 3.3 Intercambio comercial Perú - Brasil**
- 4. Acceso a mercados**
 - 4.1 Barreras arancelarias**
 - 4.2 Barreras no- arancelarias**
 - 4.3 Otros impuestos**
 - 4.4 Distribución y transporte de mercaderías**
- 5. Oportunidades comerciales**
- 6. Tendencias del consumidor**
- 7. Cultura de negocios**
- 8. Acuerdos comerciales de Brasil**
- 9. Links de interés**

1. Resumen ejecutivo

Brasil es un mercado de 198 millones de consumidores y ocupa el séptimo lugar entre las economías del mundo con un PBI US\$ 2,425 billones (12 veces la economía peruana). Además, representa el 42.9% del PBI y el 34.0% de la población de América latina.

En 2012, la economía brasileña creció ligeramente en 0.9%. El consumo privado se mantuvo relativamente sólido por la fortaleza del mercado de trabajo, pero la inversión se redujo 4.0% por la incertidumbre que genera la mayor intervención del gobierno en la economía y la no mejora de la competitividad del país.

Se proyecta que este año el PBI de Brasil aumentará 2.4%, y en 2014 lo hará en 3.2%; impulsado por la puesta en marcha de proyectos de infraestructura y el aumento moderado del consumo privado.

Las importaciones de Brasil, en el último quinquenio, se incrementaron en promedio 5.2% anual. En 2012, estas compras sumaron US\$ 223,149 millones, y los principales proveedores fueron China (15% del total), Estados Unidos (15%) y Argentina (7%). Mientras que de enero a agosto de 2013, las importaciones brasileñas aumentaron 8.8% respecto a iguales meses de 2012.

El intercambio comercial entre el Perú y Brasil totalizó US\$ 3,865 millones en el año 2012, 7.9% más que en 2011. El comercio con Brasil ha sido históricamente negativo para el Perú. Sin embargo, entre enero y julio de 2013, el déficit comercial del Perú con este país disminuyó dado que las exportaciones peruanas aumentaron 52.8% y las compras se redujeron en 8.6%.

El crecimiento de las ventas peruanas a Brasil, en los siete primeros meses de 2013, obedeció principalmente a los envíos de productos tradicionales (75.9% de variación). Mientras que los productos con valor agregado aumentaron exportaciones a este país en 8.7%, y los sectores minería no metálica, pesquero y maderas y papeles explicaron este incremento.

Las ventas peruanas al mercado brasileño se incrementaron 12.6% en promedio anual entre 2008 y 2012. Estas sumaron US\$ 1,405 millones en 2012 (70.9% correspondió a productos tradicionales), y cobre, cinc, plata y derivados de petróleo fueron los productos más exportados.

Sin embargo, los envíos que más aumentaron a Brasil entre los años 2009 y 2012, posterior a la crisis económica internacional, fueron de productos no tradicionales. Entre ellos, los sectores minería no metálica (US\$ 108 millones), textil (US\$ 102 millones), químico (US\$79 millones) y agropecuario (US\$ 58 millones) fueron los más exportados a este mercado el año pasado.

Los productos peruanos con posibilidades de incrementar o iniciar ventas a Brasil son, entre otros, confecciones de punto como polos de algodón o de fibras sintéticas o artificiales; t-shirts de algodón o de otros materiales; suéteres de algodón; calzoncillos y bragas de fibras sintéticas; prendas de vestir de para bebés de algodón. Confecciones de tejido plano como camisas de algodón; blusas de algodón o de fibras sintéticas o artificiales; vestidos de algodón o de fibras sintéticas.

Alimentos como cacao en polvo, uvas, café tostado, tomates y hortalizas preparadas, conservadas, naranjas, filetes de pescado congelados (perico y trucha), conservas de sardinas, pescado salado, calamares congelados. Además de fierros de construcción, baldosas y lozas cerámicas, películas de polietileno, barras de acero con muescas, partes de máquinas, aparatos para clasificar, cribar; y joyería de plata.

2. Situación económica y de coyuntura

En 2012, la economía brasileña creció ligeramente en 0.9%. Aunque el consumo privado se mantuvo relativamente sólido gracias a la fortaleza del mercado de trabajo, la inversión se contrajo en 4.0% debido a la incertidumbre que genera la mayor intervención del gobierno en la economía y la no mejora de la competitividad del país¹.

Cuadro N°01

Indicadores Económicos						
Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Crecimiento real del PBI (%)	6.1	5.2	-0.3	7.5	2.7	0.9
PBI per cápita (US\$)	7,201	8,622	8,384	10,987	12,576	11,354
Tasa de inflación (%)	3.6	5.7	4.9	5.0	6.6	5.4

Fuente: Business Monitor International (BMI). *Estimado

Se proyecta que este año el PBI de Brasil tendrá un aumento de 2.4%, y en 2014 lo hará en 3.2%; lo cual se dará por la puesta en marcha de proyectos de infraestructura y el aumento moderado del consumo privado².

Por otro lado, la inflación, en 2013, será de 6.5%, pese a la gestión del gobierno en recortes fiscales y precios regulados³.

3. Comercio exterior de bienes y servicios

3.1 Comercio de bienes de Brasil con el mundo

El comercio de Brasil con el mundo, en 2012, ascendió a US\$ 465,729 millones, 3.4% menos que el año anterior. Esto se dio por la caída de las exportaciones (5.3%) y de las importaciones (1.4%). Pese a ello, Brasil registró un superávit comercial de US\$ 19,431 millones el año pasado.

Cuadro N°02

Comercio de bienes de Brasil con el mundo (millones US\$)									
Indicadores	2008	2009	2010	2011	2012	Var.% 12/11	Var.% Prom Anual	2013 Ene- Ago	Var.% 13/12
Exportaciones	197,942	152,995	201,915	256,040	242,580	-5.3	5.2	156,655	-2.5
Importaciones	173,197	127,647	181,649	226,243	223,149	-1.4	6.5	160,422	8.8
Balanza Comercial	24,746	25,347	20,267	29,796	19,431			-3,767	
Intercambio	371,139	280,642	383,564	482,283	465,729	-3.4	5.8	317,077	2.9

Fuente: Global Trade Atlas.

Mientras que en los ocho primeros meses de 2013, las exportaciones brasileñas continuaron disminuyeron, y tuvieron una variación de -2.5% respecto a similar periodo del año 2012, y las importaciones aumentaron en 8.8%, lo cual originó una balanza comercial negativa de US\$ 3,767 millones.

¹ BBVA Research

² Business Monitor

³ Business Monitor, BBVA Research

Las importaciones de Brasil, en el último quinquenio, se incrementaron en promedio 5.2% anual. China, Estados Unidos y Argentina son los principales proveedores de este país, y en 2012 representaron 15%, 15% y 7% del total de las compras brasileñas, respectivamente.

Por su parte, el Perú viene incrementando de forma sostenida su participación en las importaciones del Brasil, y pasó del puesto 33 al 28, en el ranking de abastecedores de este mercado, entre el año 2010 y agosto de 2013.

3.2. Comercio de servicios de Brasil con el mundo

Brasil tiene una balanza de servicios negativa, y en 2012 el déficit sumó US\$ 41,044 millones. Mientras las exportaciones brasileñas de intangibles creció 7.0% en promedio anual en los últimos cinco años, las importaciones lo hicieron en 14.5% cada año.

Cuadro N°03

Comercio de servicios de Brasil con el mundo (millones US\$)							
Indicadores	2008	2009	2010	2011	2012	Var % Prom. Anual 12/08	Var. % 12/11
Exportaciones	30,451	27,728	31,599	38,209	39,864	7.0%	4.3%
Importaciones	47,140	46,974	62,434	76,141	80,908	14.5%	6.3%
Balanza	-16,690	-19,245	-30,835	-37,932	-41,044		
Intercambio	77,591	74,702	94,033	114,350	120,772	11.7%	5.6%

Fuente: Banco Central de Brasil

El año pasado, Brasil adquirió en el exterior servicios por US\$ 80,908 millones, es decir 6.3% más que en 2011. Estas compras correspondieron principalmente a viajes (27% del total), servicios de leasing financiero (23%) y transporte de mercancías (18%); y los que más incrementaron sus valores de importación fueron construcción y comunicaciones, con variaciones de 61.8% y 52.7%, respectivamente.

Cuadro N°04

Brasil: Principales rubros de importación de servicios							
RK	Servicio	Millones de US\$					Var % 12/11
		2008	2009	2010	2011	2012	
1	Viajes	10,962	10,898	16,420	21,264	22,233	4.6%
2	Servicios de leasing financiero	7,863	9,442	13,806	16,755	18,804	12.2%
3	Transporte de mercancías	10,405	7,966	11,339	14,154	14,191	0.3%
4	Arquitectura e ingeniería	2,922	3,220	3,860	4,516	4,720	4.5%
5	Computación e información	2,787	2,795	3,505	4,036	4,447	10.2%
6	Regalías y licencias	2,697	2,512	2,850	3,301	3,666	11.1%
7	Servicios de gobierno	2,744	2,899	2,915	3,164	3,156	-0.3%
8	Servicios financieros	1,145	1,612	1,679	1,804	1,975	9.5%
9	Instalación, mantenimiento de oficinas y alquiler de bienes raíces	977	884	1,066	1,269	1,762	38.9%
10	Seguros	1,665	1,815	1,529	1,717	1,535	-10.6%

Fuente: Banco Central de Brasil

En el caso de las exportaciones de servicios, este país totalizó US\$ 39,864 millones en 2012, y estas se concentraron en arquitectura e ingeniería (22% de participación), viajes (17%) e instalación y mantenimiento de oficinas administrativas y alquiler de bienes raíces (16%).

3.3 Intercambio comercial Perú – Brasil

El intercambio comercial entre el Perú y Brasil sumó US\$ 3,865 millones en el año 2012, lo que representó un aumento de 7.9% con relación a 2011. Mientras las ventas peruanas a Brasil se incrementaron 12.6% en promedio anual en los últimos cinco años, las adquisiciones peruanas desde ese país lo hicieron en 2.0%.

El comercio con Brasil ha sido históricamente negativo para el Perú. Sin embargo, entre enero y julio de 2013, el déficit comercial de nuestro país con el Brasil ha disminuido, en la medida de que las exportaciones peruanas aumentaron 52.8% y las compras nacionales desde este mercado se redujeron en 8.6%.

El importante crecimiento de las ventas peruanas a Brasil, en los siete primeros meses de 2013, obedecieron principalmente a productos tradicionales (75.9% de variación) como derivados de petróleo (US\$ 188 millones de ventas adicionales) y cobre (US\$ 101 millones). Mientras que los productos con valor agregado aumentaron exportaciones a este país en 8.7%, y los sectores minería no metálica, pesquero y maderas y papeles explicaron este incremento.

Cuadro N°05

Balanza Comercial Perú-Brasil (millones US\$)									
Indicadores	2008	2009	2010	2011	2012	Var. % 12/11	Var. % Prom Anual	2013 Ene- Jul	Var.% 13/12
Exportaciones	874	508	950	1,263	1,405	11.2	12.6	1,004	52.8
Importaciones	2,275	1,594	2,074	2,318	2,460	6.1	2.0	1,299	-8.6
Balanza Comercial	-1,401	-1,086	-1,124	-1,054	-1,055	-		-295	
Intercambio	3,148	2,102	3,023	3,581	3,865	7.9	5.3	2,302	10.8

Fuente: SUNAT.

Las exportaciones peruanas a Brasil sumaron US\$ 1,405 millones el año 2012, con lo cual se incrementaron 11.2% respecto al año anterior. La mayor parte de las ventas peruanas a Brasil son de productos tradicionales, y en 2012 estos productos explicaron el 70.9%. Cobre (US\$ 442 millones), cinc (US\$ 179 millones), plata (US\$ 60 millones) y derivados de petróleo (US\$ 314 millones) fueron los productos tradicionales más exportados a Brasil el año pasado.

Sin embargo, las ventas peruanas a Brasil que más aumentan entre los años 2009 y 2012, posterior a la crisis del año 2009, fueron las de productos no tradicionales (50.7% en promedio anual), y los sectores con mayores valores de venta a Brasil, en 2012, fueron minería no metálica (US\$ 108 millones de exportaciones), textil (US\$ 102 millones), químico (US\$ 79 millones) y agropecuario (US\$ 58 millones).

Cuadro N°06

Exportaciones peruanas a Brasil por sectores (millones US\$)						
Sector	2011	2011	Var. % 2012/2011	Ene - Jul 2012	Ene - Jul 2013	Var. % 2013/2012
TRADICIONAL	909	996	9.6	431	758	75.9
Mineros	729	682	-6.5	412	550	33.6
Cobre	512	442	-13.7	290	390	34.7
Cinc	130	179	37.3	84	91	8.5
Plata	78	60	-23.9	38	55	45.7
Plomo	5	1	-87.6	1	14	2,254.2
Estaño	3	0	-100.0	0	0	----
Pesquero	1	1	-16.7	0	1	727.3
Aceite de pescado	0	1	816.7	0	1	727.3
Harina de pescado	1	0	-100.0	0	0	----
Petróleo y gas natural	180	314	74.9	19	206	1,003.4
Petróleo y derivados	180	314	74.9	19	206	1,003.4
Agrícolas	0	0	----	0	0	-100.0
Café	0	0	----	0	0	-100.0
NO TRADICIONAL	354	409	15.4	226	246	8.7
Minería no metálica	52	108	107.0	67	87	28.7
Textil	103	102	-0.6	55	49	-10.3
Químico	82	79	-4.0	41	36	-11.9
Agropecuario	40	58	43.9	31	31	-1.1
Sidro metalúrgico	41	21	-48.5	15	7	-55.8
Metal mecánico	12	13	5.4	6	5	-24.8
Pesquero	14	12	-13.7	5	18	274.6
Maderas y papeles	5	9	83.2	3	10	268.7
Pieles y Cueros	0	0	-100.0	0	0	----
Varios (Inc. Joyería)	4	5	52.1	3	4	8.8
TOTAL	1,263	1,405	11.2	657	1,004	52.8

Fuente: SUNAT.

Los productos con valor agregado peruanos con incrementos significativos en las ventas a Brasil, en 2012, fueron fosfatos de calcio natural, películas de polipropileno, envases de vidrio (0.15-0.33 L), neumáticos radiales para automóviles y tara en polvo

Mientras que de enero a julio de 2013, fosfato de calcio natural, conservas de sardinas enteras, hidróxido de sodio, pañales para adultos y pañales para bebés registraron los aumentos más importantes en estas exportaciones.

Cuadro N°07

Principales productos peruanos No Tradicionales exportados a Brasil (miles de US\$)						
Partida	Descripción	2011	2012	Var.% 12/11	Ene-Jul 2013	Var.% Ene-Jul 13/12
2510100000	Fosfato de calcio natural	48,238	91,583	89.9	81,495	36.1
2005700000	Aceitunas en conservas	15,502	20,130	29.9	8,558	-30.5
3920209000	Películas de polipropileno	6,264	19,811	216.3	9,904	25.2
4011101000	Neumáticos radiales para automóviles	4,653	12,072	159.4	1,214	-78.7
6105100051	Camisas de punto de algodón para hombres, de un color	9,230	10,846	17.5	3,979	-42.5
6105100052	Camisas de punto de algodón para hombres, de colores	10,365	9,185	-11.4	3,560	-28.5
6109100031	T-shirts de punto de algodón, de algodón	6,382	8,046	26.1	1,489	-70.9
7010903000	Envases de vidrio, de 0.15 L - 0.33 L	33	7,732	23,179.9	977	-76.6
2810001000	Acido ortobórico	3,725	7,572	103.3	1,650	-66.8
6109100039	Demás t-shirts de punto de algodón, de algodón	7,610	7,243	-4.8	4,953	99.2
6105100059	Demás camisas de punto de algodón para hombres, de colores	3,825	7,076	85.0	4,100	176.2
2815120000	Hidróxido de sodio	7,691	6,687	-13.1	7,123	137.1
1404902000	Tara en polvo	1,660	6,669	301.8	569	-80.5
1211903000	Orégano (Origanum vulgare)	5,397	6,409	18.7	5,733	74.1
3920201000	Películas de polipropileno, hasta 25 micrones espesor	801	6,216	675.7	1,389	19.7
	Resto	222,706	181,265	-18.6	109,305	9.3
	Total	354,081	408,542	15.4	245,999	8.7

Fuente: SUNAT.

4. Acceso a mercados

Brasil se caracteriza por tener un mercado poco abierto al comercio exterior⁴, y ocupa el puesto 100 de 183 países en lo referente a apertura comercial. Sin embargo se debe considerar que este país ha iniciado un proceso paulatino de apertura económica, y que brinda importantes oportunidades de exportación.

4.1 Medidas arancelarias

6,524 productos peruanos ingresan a Brasil con arancel cero en el marco del ACE 58. 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), y el año pasado se cumplió el programa de desgravación previsto en este acuerdo.

El arancel promedio con el cual Brasil grava a los productos importados es de 11.5%, mientras que el de la región es de 8.2%.

A continuación se muestra los 15 principales productos peruanos no tradicionales exportados a Brasil (a 6 dígitos), con el arancel general que este país aplica a productos de terceros países y, los aranceles efectivos que deben pagar nuestros productos en el marco del ACE 58. Como se observa la totalidad de estos productos peruanos pagan arancel 0% en Brasil, lo cual constituye una ventaja importante frente a países que no tienen preferenciales arancelarias en este mercado del MERCOSUR.

⁴Banco Mundial

Cuadro N° 08

Aranceles en Brasil de principales productos importados desde el Perú				
Partida	Descripción	Aranceles		
		Mundo (%)	Perú (%)	Competidores
251010	Fosfato de calcio sin moler	0	0	Marruecos (0%), Argelia (0%), Israel (0%)
610510	Camisas, de punto, de algodón para hombre	35	0	China (35%), India (35%), Bangladesh (35%)
392020	Películas de polipropileno biorientado	9	0	Argentina (0%), EEUU (9%), India (9%)
200570	Aceitunas preparadas o en conserva	14	0	Argentina (0%), España (14%), Portugal (14%)
610910	T-shirts y camisetas, de punto, de algodón	35	0	Bangladesh (35%), China (35%), India (35%)
401110	Neumáticos radiales	16	0	China (16%), Argentina (0%), Corea del Sur (16%)
701090	Envases de vidrio	10	0	Colombia (0%), México (8%), Francia (10%)
281000	Ácido ortobórico	10	0	Argentina (0%), Chile (0%), EEUU (10%)
610610	Camisas, blusas, de punto, de algodón para mujer	35	0	China (35%), Bangladesh (35%), India (35%)
140490	Tara en polvo	6	0	EEUU (6%), Argentina (0%), México (4.8%)
281512	Soda cáustica líquida	8	0	EEUU (8%), Argentina (0%), Francia (8%)
121190	Orégano	8	0	Chile (0%), Egipto (7.2%), Alemania (8%)
961900	Pañales	16	0	Argentina (0%), México (12.8%), Chile (0%)
550630	Tops de fibra acrílica	16	0	Turquía (16%), Italia (16%), España (16%)
320500	Lacas colorantes	12	0	EEUU (12%), Italia (12%), México (6%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERU

4.2 Medidas no arancelarias

A pesar de la liberalización del comercio en los últimos años exportar al mercado brasileño puede resultar difícil si no se conoce los procedimientos. Las operaciones de importación solamente podrán ser realizadas por personas naturales o jurídicas que estén inscritas en el Registro de Exportadores e Importadores (REI) de la Secretaría de Comercio Exterior (SECEX) que forma parte del Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior (MDIC).

Las importaciones brasileñas están sujetas al régimen de licencias, cuya autorización podrá ser automática y no automática. Las de autorización automática, las instrucciones deberán ser dadas al SISCOMEX (Sistema Integrado de Comercio Exterior) en el momento de formular la declaración para fines de despacho aduanero.

En el caso de las licencias no automáticas, por ejemplo para productos que puedan causar daños a la salud, el medio ambiente o la seguridad pública, el importador deberá ingresar los datos de su solicitud en el SISCOMEX, previamente al embarque de la mercadería en el exterior o antes del desembarco aduanero.

Las licencias no automáticas tienen una validez de 60 días para el embarque de la mercadería en el exterior o para fines de solicitud de despacho, con la posibilidad de alterarse el plazo en función del producto a importar.

4.3 Otros impuestos

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 y calcule todos los tributos.

Siscomex

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

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

Impuesto a los productos industriales (IPI)

Es el impuesto básico aplicado a todo bien producido en Brasil o importado del exterior, similar al IGV en Perú y al IVA en la mayoría de países extranjeros. Al ser de carácter federal, se aplica en todos los estados donde se realice una transacción de mercancías. Se calcula sobre una tasa ad valorem del precio que puede variar de 0% a 30% dependiendo del producto. Algunas mercancías como las bebidas alcohólicas cuentan con un cronograma de tasación que varía de año a año. Existen bienes que están exentos del pago de este impuesto y es también común que el gobierno declare la excepción de algunos productos dependiendo de la coyuntura económica⁵

Impuesto a los servicios (ISS)

Es similar al IPI pero se aplica a cualquier tipo de servicio prestado. Su tasa varía de 2% a 5% y contempla la deducción de los servicios subcontratados en construcción civil. La lista de servicios exentos de este pago varía dependiendo de cada municipalidad.

Impuesto a la circulación de mercadería y prestación de servicios (ICMS)

Es un impuesto que se aplica a todos los bienes importados, a las operaciones de transporte interno comprendidas en la cadena de comercialización, y a los servicios de transporte y telecomunicaciones. La tasa depende del lugar de producción del bien y de su comercialización final, cuando es dentro del mismo estado se calcula en 18% para Sao Paulo y Rio de Janeiro y en 17% para el resto del país, mientras que si la comercialización es en un estado distinto al de

⁵ Productos de la canasta básica alimentaria como arroz, frejoles, harina, fideos, pan y ciertas frutas y verduras se encuentran excluidos del pago de este impuesto. En marzo de 2013 dicha lista fue ampliada a carne vacuna, porcina, ovina, caprina, de aves de corral, pescado, café, azúcar, aceite de soya, mantequilla, margarina, jabón, pasta de dientes, hilo dental y papel higiénico; como medida para evitar el aumento de la inflación.

la producción la tasa varía entre 7% y 12% dependiendo del origen y el destino. Para bienes importados el impuesto es igual a la tasa intraestado. Para algunos artículos suntuarios y de lujo la tasa es 25% en promedio. Al ser un tributo de competencia de los estados, cada uno de ellos contempla su propia alícuota y exoneraciones.

Impuesto al programa de integración social (PIS) y contribución para el financiamiento de seguridad social (COFINS)

Es de carácter federal y se aplica a la comercialización de bienes y servicios. Para importaciones la tasa PIS es 1.65% y el impuesto de COFINS es 7.6%. La base del cálculo del monto del impuesto es en función del valor final de mercado del bien o servicio.

4.4 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 en 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. Además se debe contar con más de un agente en las dos principales ciudades: 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. En 2012 Los principales estados a través de los cuales ingresaron las importaciones fueron Sao Pulo (34.9%), Río de Janeiro (9.2%), Paraná (8.7%), Río Grande do Sul (6.9%), Santa Catarina (6.5%) y Amazonas (5.2%).

Los productos peruanos desembarcaron en los puertos de Santa Catarina (32.8%), Río Grande Do Sul (17.5%), Minas Gerais (16.0%), Sao Paulo (14.8%).

5. Oportunidades comerciales

Brasil es un mercado de 198 millones de consumidores y ocupa el séptimo lugar entre las economías mundiales con un PBI US\$ 2,425 billones, es decir 12 veces la economía peruana. Además, representa el 42.9% del PBI y el 34.0% de la población de América latina.

El mercado brasileño tiene un potencial de crecimiento importante, porque los brasileños están ganando poder de compra de forma constante y es uno de los más dinámicos entre los denominados BRIC. De acuerdo a la Fundación Getulio Vargas, actualmente, la clase media brasileña representa aproximadamente el 55% de los consumidores, y en 2014 llegarán a explicar el 60%. Todo ello está generando nuevas y mayores oportunidades de negocios en diferentes líneas de productos y regiones de ese país.

En Brasil hay cerca de 40 millones de personas con ingresos medio-altos y altos, y más de 1.2 millones de familias que anualmente tienen ingresos superiores a US\$ 120,000. Es decir una cantidad importante de consumidores con un alto poder adquisitivo, que demandan productos Premium, gourmet.

A continuación se presenta una lista de productos peruanos con potencial para incrementar o iniciar ventas a Brasil. Para ello se utilizó la metodología de la CEPAL, que consiste en obtener la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizada de las importaciones de Brasil (entre los años 2008 y 2012). Si la tasa de crecimiento y la participación son positivas el producto es calificado como estrella, y si el crecimiento es positivo y la participación negativa el producto es prometedor.

Cuadro Nº 09

Productos potenciales en Brasil					
Sector Confecciones de Punto					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Brasil (2012) (US\$ Miles)	Arancel Perú (%)	Competidores
610510	Polo shirt de algodón para hombres	Estrella	104,275	0%	China (35%) India (35%) Bangladesh (35%)
610910	T-shirts y camisetas de algodón	Estrella	73,508	0%	Bangladesh (35%) China (35%) India (35%)
611020	Suéteres (jerseys), «pullovers», cardiganes, chalecos y artículos similares, de algodón	Estrella	59,577	0%	China (35%) Bangladesh (35%) Camboya (35%)
610610	Polo shirt para mujeres de algodón	Estrella	57,083	0%	China (35%) Bangladesh (35%) India (35%)
610620	Polo shirt para mujeres o niñas, de fibra sintética	Estrella	50,930	0%	China (35%) Vietnam (35%) Hong Kong (35%)
610990	T-shirts y camisetas de las demás materias textiles	Estrella	46,718	0%	China (35%) Tailandia (35%) Vietnam (35%)
610520	Polo shirt para hombres o niños, de fibra sintética o artificiales	Estrella	40,614	0%	China (35%) Indonesia (35%) Hong Kong (35%)
610130	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras similares, para hombres o niños, de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	38,927	0%	China (35%) Bangladesh (35%) Hong Kong (35%)
610712	Calzoncillos (incluidos los largos y los slips), de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	25,872	0%	China (35%) Argentina (0%) Hong Kong (35%)
610822	Bragas (bombachas, calzones) (incluso las que no llegan hasta la cintura), de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	23,646	0%	China (35%) Vietnam (35%) Uruguay (0%)
611120	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, para bebés, de algodón	Estrella	18,051	0%	China (35%) India (35%) Bangladesh (35%)

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, TRADE MAP Elaboración: PROMPERU

En confecciones de punto, dentro de los productos denominados estrellas están polos shirts (de algodón y de fibras sintéticas o artificiales); t-shirts y camisetas (de algodón y de otros materiales); suéteres, chalecos y similares de algodón; abrigos y similares de fibras sintéticas;

calzoncillos y bragas de fibras sintéticas; y prendas de vestir de para bebés de algodón. Los aranceles de ingreso para el Perú son de 0%, lo cual nos otorga una ventaja frente a países competidores como China, Bangladesh y la India cuyos aranceles de ingreso a Brasil son de 35%.

Cuadro Nº 10

Productos potenciales en Brasil					
Sector Confecciones de Tejido Plano					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Brasil (2012) (US\$ Miles)	Arancel Perú (%)	Competidores
620520	Camisas para hombres o niños, de algodón	Estrella	111,124	0%	China (35%) Bangladesh (35%) India (35%)
620293	Los demás abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, para mujeres o niñas, de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	87,414	0%	China (35%) Hong Kong (35%) Uruguay (0%)
620630	Camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas, de algodón	Estrella	84,145	0%	China (35%) India (35%) Bangladesh (35%)
620640	Camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas, de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	59,383	0%	China (35%) India (35%) España (35%)
620193	Los demás abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, para hombres o niños, de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	59,175	0%	China (35%) Hong Kong (35%) Vietnam (35%)
620442	Vestidos, de algodón	Estrella	35,271	0%	India (35%) China (35%) Hong Kong (35%)
620443	Vestidos, de fibras sintéticas	Estrella	30,425	0%	China (35%) India (35%) Hong Kong (35%)
621210	Sostenes (corpiños)	Estrella	24,351	0%	China (35%) Sri Lanka (35%) Indonesia (35%)

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, TRADE MAP Elaboración: PROMPERU

En confecciones de tejido plano, los productos estrellas son camisas para hombres de algodón; abrigos y similares de fibras sintéticas o artificiales; blusas y blusas camiseras para mujeres (de algodón y de fibras sintéticas y artificiales); vestidos (de algodón y fibras sintéticas); y sostenes. Los aranceles de ingreso para el Perú son 0%, y de otros proveedores como China, Bangladesh y la India son 35%.

Los principales productos peruanos del sector de artesanías tienen un arancel preferencial del 0%. Los demás países deben pagar el arancel de aduanas que está entre 4% y el 26%. En el caso de del sector de joyería, los productos peruanos tienen un arancel preferencial del 0%, mientras que los productos de origen italiano, tailandés y estadounidenses están afectos a un arancel del 18%.

Cuadro Nº 11

Productos potenciales en Brasil					
Sector Artesanías y Joyería					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones		Competidores
			Brasil (2012) En miles de US\$	Arancel Perú (%)	
940490	Artículos de cama y artículos similares (Almohadas, edredones, cobertores y cojines, etc.)	Estrella	83,651	0%	China (18%) India (18%) Uruguay (0%)
940360	Los demás muebles de madera	Prometedor	22,489	0%	China (18%) España (18%) Italia (18%)
581091	Los demás bordados en pieza, tiras o motivos, de algodón	Prometedor	18,442	0%	China (26%) Tailandia (26%) Corea del Sur (26%)
970110	Pinturas y dibujos	Prometedor	8,145	0%	Reino Unido (4%) Islas Vírgenes (4%) EE.UU (4%)
691390	Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica (exc.porcelana)	Prometedor	6,710	0%	China (20%) Vietnam (20%) Hong Kong (20%)
711311	Joyería de plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué)	Prometedor	8,221	0%	Italia (18%) Tailandia (18%) EE.UU (18%)

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, TRADE MAP Elaboración: PROMPERU

Los productos con mayor potencial de ventas a Brasil del sector agropecuario son cacao en polvo, uvas frescas, café tostado sin descafeinar, tomates y demás hortalizas preparadas, conservadas y naranjas frescas. Los principales proveedores de estos productos suelen ser los de la región, y para ellos como para el Perú, el arancel de ingreso es 0%. En el caso de los demás competidores, como China, España, Italia, Portugal o Costa de Marfil, los aranceles pueden ir desde 10% hasta 17.5%

En el sector pesca, los productos no tradicionales catalogados como estrellas son filetes de pescado congelados (principalmente de tilapia, arenques, bacalao, perico y trucha. Como producto prometedor figuran conservas de sardinas, jibias y calamares congelados. Los aranceles de ingreso para el caso del Perú y otros competidores de la región, corresponden a 0%, mientras que para proveedores como China, Tailandia, Portugal o Estados Unidos, los aranceles van desde 10.0% hasta 14%.

Respecto a las manufacturas diversas, el producto estrella es neumáticos nuevos de caucho, mientras que los prometedores son fierros de construcción, baldosas y lozas cerámicas, películas de polietileno entre otros. Los aranceles de ingreso para el caso del Perú y otros competidores de la región es de 0%, mientras que para proveedores como China, Israel, Estados Unidos o Turquía, los aranceles van desde 6.7% hasta 18%.

Cuadro N°12

Productos potenciales en Brasil					
Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones		Competidores / Arancel
			Brasil (2012) (US\$ Miles)	Arancel Perú (%)	
180500	Cacao en polvo	Prometedor	60,380	0%	Costa de Marfil (14%) Uruguay (0%) China (14%)
080610	Uvas frescas	Prometedor	54,382	0%	Chile (0%) Argentina (0%) Italia (10%)
090121	Café tostado sin descafeinar	Prometedor	33,273	0%	Suiza (10%) Reino Unido (10%) Italia (10%)
200290	Demás tomates preparados o conservados	Prometedor	18,000	0%	Chile (10.1%) China (14%) Italia (14%)
080510	Naranjas frescas	Prometedor	9,664	0%	España (10%) Uruguay (0%) Tailandia (10%)
200599	Demás hortalizas preparadas o conservadas	Prometedor	7,999	0%	Argentina (0%) España (14%) Francia (14%)

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, TRADE MAP Elaboración: PROMPERU

Cuadro N°13

Productos potenciales en Brasil					
Sector Pesca					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones		Competidores / Arancel
			Brasil (2012) (US\$ Miles)	Arancel Perú (%)	
03042990	Otros filetes de pescado congelados (tilapia, arenques, bacalao, perico, trucha)	Estrella	306,048	0%	China (10%) Argentina (0%) Vietnam (10%)
03056990	Pescados salados o en salmuera	Prometedor	31,336	0%	China (10%) Portugal (10%) Noruega (10%)
16041310	Sardinias en conserva	Prometedor	23,413	0%	Tailandia (24%) Portugal (24%) Marruecos (24%)
03074990	Jibias y calamares (secos, congelados,	Prometedor	12,338	0%	China (10%) Chile (0%)

	deshidratados, en otras formas)				Argentina (0%)
03055990	Otros pescados secos, salados, sin ahumar	Prometedor	9,584	0%	Noruega (6.7%) China (6.7%) Portugal (6.7%)
03031400	Truchas congeladas	Prometedor	7,826	0%	Chile (0%) Dinamarca (10%) Noruega (10%)
03036600	Merluza congelada	Prometedor	2,556	0%	Argentina (0%) Uruguay (0%) Ecuador (0%)

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, TRADE MAP Elaboración: PROMPERU

Cuadro N°14

Productos potenciales en Brasil					
Sector Manufacturas diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones		Competidores / Arancel
			Brasil (2012) (US\$ Miles)	Arancel Perú (%)	
401110	Neumáticos nuevos de caucho	Estrella	599,414	0%	China (16%) Argentina (0%) Rep. Corea (16%)
730890	Fierro de construcción estructurado	Prometedor	258,447	0%	China (14%) España (14%) Portugal (14%)
690790	Demás baldosas y lozas cerámicas	Prometedor	184,229	0%	China (12%) Italia (12%) Emiratos Árabes 12%)
392010	Placas, hojas, películas y láminas de polímeros de etileno	Prometedor	181,203	0%	Argentina (0%) Estados Unidos (6.7%) Israel (6.7%)
721420	Barras de acero con muescas	Prometedor	161,812	0%	Turquía (12%) Portugal (12%) Rep. Corea (12%)
847490	Partes de máquinas aparatos para clasificar, cribar, separar o lavar	Prometedor	122,180	0%	Suiza (14%) Alemania (14%) China (14%)
843143	Partes de máquinas o aparatos de sondeo o perforación	Prometedor	119,507	0%	Estados Unidos (7%) Reino Unido (7%) Canadá (7%)
392350	Tapones, tapas, dispositivos de cierre	Prometedor	88,354	0%	Alemania (18%) Estados Unidos (18%) China (18%)

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, TRADE MAP Elaboración: PROMPERU

6. Tendencias del consumidor

Sectores como vivienda, alimentación y transporte son los principales rubros de asignación del gasto del consumidor en Brasil.

El gastos total del consumidor brasileño aumentará 4.1% y 4.2% este año y en 2014, respectivamente. El consumo en comunicaciones, educación, salud y servicios médicos, hotel y catering serán los que más se incrementen en 2013 y 2014 en Brasil.

Cuadro Nº 15

Gasto del consumidor en Brasil (Millones de Reales)*					
Categories	2010	2011	2012	2013	2014
Vivienda	500,807	522,303	543,239	565,846	589,557
Alimentos y bebidas no alcohólicas	391,918	408,078	424,807	442,265	459,277
Transporte	365,600	375,765	391,017	406,916	424,693
Art. diversos y servicios	241,324	252,292	263,458	274,850	286,795
Art. del hogar y servicios	174,403	181,150	188,743	196,669	205,129
Hoteles y catering	164,918	174,134	183,014	191,533	200,289
Art. salud y servicios médicos	152,856	160,547	168,339	176,205	184,401
Educación	122,031	129,897	136,744	143,800	150,972
Ocio y recreación	125,225	131,253	135,767	140,440	145,704
Prendas de vestir y calzado	120,172	126,200	129,279	132,407	136,523
Comunicaciones	65,039	66,803	70,832	75,085	79,380
Bebidas alcohólicas y tabaco	38,541	37,883	37,315	37,387	37,528
Consumer Expenditure	2,462,833	2,566,306	2,672,553	2,783,401	2,900,246

*Precios constantes de 2012. Fuente: Euromonitor International

En promedio, las familias brasileñas gastan 2,626 reales al mes (USD 1,574). El gasto mensual promedio en el sudeste del país (USD 1,879) es mayor al de noreste debido a que en el sur se concentra las principales empresas e inversiones. Ello también se refleja en la alta inequidad entre los ingresos de zonas rurales y urbanas⁶.

El gasto per cápita promedio del 10% superior de las familias con más altos ingresos (USD 1,705) es 9.6 veces superior al 40% de las familias con más bajos ingresos. (USD 177). La diferencia fue 0.5 veces menor con respecto al año anterior.

De acuerdo a un estudio reciente de Euromonitor, las actitudes de los consumidores brasileños hacia la última moda y formas de vestir están cada vez más influenciadas por los actores de las telenovelas del país. Estos programas también influyen en los peinados de las personas, las opciones de música, preferencias alimentarias y otras tendencias actuales.

La Asociación de Industrias Textiles y Prendas de vestir brasileña afirma que la televisión sigue siendo lo que impulsa la moda, seguido por las estrellas de fútbol. Las marcas famosas son compradas por los consumidores ricos, generalmente agrupadas en la región más rica del sureste de Brasil. Estos consumidores tienen más acceso a las ferias de moda, exposiciones y espectáculos y también están más en sintonía con lo que sucede en términos de moda fuera de Brasil. Con el surgimiento de la clase media y el creciente poder adquisitivo, más consumidores podrán comprar marcas conocidas

⁶FITA (The Federation of International Trade Associations)

En el caso de los alimentos, las tendencias señalan que muchos brasileños optan por los alimentos envasados y procesados, especialmente congelados y alimentos semi-elaborados. Sin embargo, estos consumidores siguen buscando el sabor y la variedad en la compra de estos productos. Asimismo, los alimentos orgánicos se han convertido cada vez más populares, y un número creciente de consumidores prefieren alimentos de fabricantes que consideran están protegiendo el medio ambiente y/o participando en proyectos sociales beneficiosos.

Los pescados y los mariscos ocupan el cuarto lugar en las preferencias de Brasil detrás de las aves de corral (40%), carne de res (30%) y de cerdo (13%). Se espera que la nueva tendencia enfocada a productos saludables y el mayor ingreso disponible incrementen el consumo de estos productos.

Finalmente, el desarrollo de las ventas minoristas online se han desarrollado mucho en el país. Los brasileños señalan que sus productos favoritos para comprar en línea son productos electrónicos, computadoras personales y libros. Para ellos, las compras en línea están vinculadas a la conveniencia, la comodidad y la familiaridad con el Internet.

7. Cultura de negocios

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.

El empresario deberá desarrollar paciencia ya que el proceso de negociación es lento. En las primeras entrevistas los brasileños evitan entregar muchos datos, hasta que se establezca una relación de confianza. Además el trámite burocrático toma tiempo ya que es más complejo que en países desarrollados.

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.

Es necesario tener en cuenta el "Coste Brasil" (burocracia) a la hora de determinar los precios de oferta. Siempre se debe mostrar interés en mantener la relación aún cuando no se llegue a algún acuerdo en el corto plazo. Demuestre interés en los temas planteados pero establezca prioridades y consideraciones para que se genere un clima de confianza.

8. Acuerdos comerciales de Brasil

El Acuerdo de Complementación Económica N° 58 (ACE 58) suscrito por el Perú y Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay Estados Partes del MERCOSUR, indica que a partir del 01 de enero del 2012, todos los productos peruanos negociados en este acuerdo ingresan a Argentina y Brasil con una preferencia arancelaria de 100%, es decir con arancel cero.

A continuación se muestra un resumen de los acuerdos comerciales que están vigentes y aún no vigentes en Brasil.

Cuadro Nº 16

Acuerdos Comerciales de Brasil		
Acuerdos Comerciales en Vigor		Fecha de suscripción
Acuerdos multilaterales	Miembros de la OMC	01-ene-95 (Parte contratante del GATT 1947 desde 30 julio 1948)
Uniones aduaneras	Miembro del MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay)	26-mar-91
Acuerdos de libre comercio	MERCOSUR-Israel	18-dic-07
	MERCOSUR-Chile (ACE 35)	25-jun-96
	MERCOSUR-Perú (ACE 58)	30-nov-05
	MERCOSUR-Bolivia (ACE 36)	17-dic-96
Acuerdos de alcance parcial	Suriname (AAP.A25TM Nº 41)	21-abr-05
	MERCOSUR-Colombia, Ecuador y Venezuela (ACE 59)	18-oct-04
	MERCOSUR-India	25-ene-04
	México (AAP.CE 53)	03-jul-02
	MERCOSUR-México- Sector automotor (ACE 55)	27-sep-02
	Guyana (AAP.A25TM No38)	27-jun-01
Acuerdos Comerciales aún no vigentes		Fecha de suscripción
Acuerdos de alcance parcial	MERCOSUR - SACU	15-dic-00
	MERCOSUR - Egipto	02-ago-12

Fuente: Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICE)

9. Links de interés

ASOCIACIÓN BRASILEIRA DE MARKETING DIRECTO

www.abemd.org.br

CÁMARA BINACIONAL DE COMERCIO E INTEGRACIÓN PERÚ Y BRASIL

www.capebras.org

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFÍA Y ESTADÍSTICA – IBGE

www.ibge.gov.br

MERCOSUR – PORTAL OFICIAL

www.mercosur.org.uy

MINISTÉRIO DAS RELACOES EXTERIORES

www.mre.gov.br

MINISTERIO DE FAZENDA

www.fazenda.gov.br

MINISTERIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR

www.desenvolvimento.gov.br

MINISTERIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR

www.mdic.gov.br

SECRETARÍA DE COMERCIO EXTERIOR – SECEX

www.desenvolvimento.gov.br/sitio/secex/neginternacionais/tec/apresentacao.php

SERVIÇO FEDERAL DE PROCESSAMENTO DE DADOS - SERPRO

www.serpro.gov.br

SMALL INDUSTRIES SUPPORT SERVICE – SEBRAE

www.sebrae.com.br