

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015



Informe Especializado:
Oportunidades para Productos
Ferreteros en Brasil

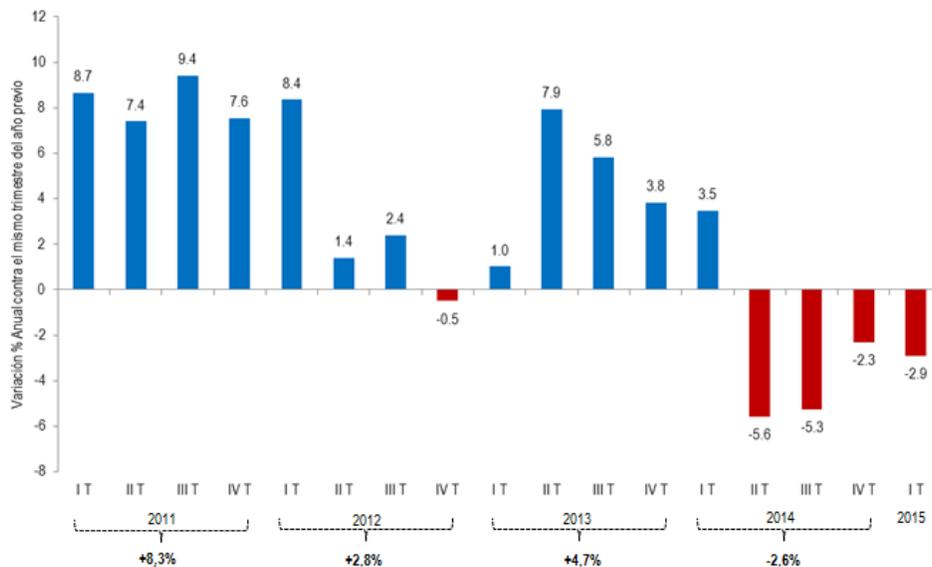


INFORME ESPECIALIZADO: OPORTUNIDADES PARA PRODUCTOS FERRETEROS EN BRASIL

1. El Mercado de la Construcción en Brasil

A partir de 2014, el Sector Construcción en Brasil ha mostrado un comportamiento negativo como consecuencia de la confluencia de múltiples factores como la reducción del presupuesto público para el Programa de Aceleración del Crecimiento (PAC), el incremento de las tasas de interés y los escándalos de corrupción que envuelven a las principales constructoras del país como Norberto Odebrecht, Grupo OAS y Andrade Gutiérrez. Sin embargo, de acuerdo a la Federación Interamericana de la Industria de la Construcción (FIIC), el tamaño del Sector Construcción brasileño alcanza US\$ 121 343 millones por lo cual continúa liderando el panorama en América Latina, superando largamente a otras plazas regionales como México (US\$ 75 985 millones) y Venezuela (US\$ 38 657 millones).

Gráfico N° 01: Evolución mensual del Sector Construcción en México



Fuente: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Pese a la contracción experimentada en los últimos periodos, la Fundación Getúlio Vargas espera que el Sector Construcción evidencie signos de recuperación a partir de 2016 y se normalice en 2017, ello en respuesta a la puesta en marcha de propuestas gubernamentales para reactivar la economía entre las que se encuentran un paquete de concesiones que incluye la construcción de catorce carreteras y la ejecución de la tercera fase del programa “Mi Casa, Mi Vida” que prevé la edificación de tres millones de nuevas unidades habitacionales para los próximos tres años.

2. El mercado de Productos Ferreteros en Brasil

2.1. Estado del Mercado

La demanda del sector construcción civil en Brasil está conformada por tres principales actores:

- **El sector público:** Encargado de regular el mercado, es el principal inversor en materia de infraestructura y vivienda. El Gobierno Federal cuenta con diversos programas que incentivan la inversión privada y el desarrollo del país tales como el PAC y “Mi Casa, Mi Hogar”.

- **Empresas constructoras y contratistas:** Asociado básicamente a la ejecución de proyectos del sector inmobiliario y residencial. Actúa en la implementación y financiamiento de los proyectos del Gobierno gracias a programas como la PPP (Asociaciones Público – Privadas). De acuerdo a un reporte realizado por el portal Structalia.com en 2015, quince de las veinte principales constructoras de América Latina se encuentran en Brasil, entre ellas destacan Norberto Odebrecht, Grupo OAS, CCR Rodovias, Cyrela Realty, PDG Realty y Andrade Gutiérrez.
- **Minoristas especializados:** Compuesto por cerca de 137 mil tiendas en todo el país¹, el sector detallista tiene como público objetivo básicamente al consumidor final y desarrolladores de proyectos de menor escala, los cuales representan el 77% de sus ventas². Entre las principales redes minoristas resaltan Leroy Merlin Cia, C&C Casa e Construção, Construmega Megacenter, Rede Construir, Constru VIP, Constru & Cia.

Ahora bien, la negativa coyuntura que atraviesa la industria brasileña en general ha tenido un impacto directo sobre las ventas de materiales y acabados para la construcción, propiciando una caída de 6,6% en 2014³ como consecuencia de una menor demanda de dos de los tres principales actores del sector: el sector público y las empresas constructoras.

Sin embargo, de acuerdo a Euromonitor International, las ventas de minoristas especializados de productos ferreteros y acabados para la construcción⁴ mostraron un crecimiento medio de 6,1% entre 2010 y 2014. Este buen desempeño se ha visto impulsado por factores como el mayor contacto de los consumidores finales con la industria, ya que cada vez es mayor el porcentaje de brasileños que están optando por realizar refacciones y reparaciones en sus hogares por sí mismos con el fin de ahorrar dinero.

Pese al buen desempeño mostrado por las ventas minoristas, el agravamiento de la situación económica del país ha causado que los brasileños exijan una óptima relación valor – precio, por lo cual la mayoría de marcas dominantes del mercado están tratando de no transmitir los costos generados por la inflación a los precios de venta al público. Además, la incertidumbre con respecto al futuro de la economía ha hecho que los consumidores sean más cautos al momento de comprar clase de productos, por lo cual se han visto obligados a posponer proyectos o refacciones que requieran altos niveles de inversión.

Las herramientas pesadas – combas, martillos, serruchos, sierras, entre otros – mostraron el mayor dinamismo en ventas en el último quinquenio y experimentaron una variación total de 7,3%. Similar fue el comportamiento de otras categorías tales como herramientas para el hogar (+ 5,9% de variación 2014 – 2010) revestimientos para el piso (+ 5,7%) y pinturas para el hogar (+ 5,5%).

Cuadro N°01: Ventas de categorías seleccionadas de MAC en Brasil 2010 - 2014

Categoría	Millones de US\$					VAR. % 2014 - 2013	TCP % 2014 - 2010
	2010	2011	2012	2013	2014		
Plomería & Sanitarios	235	252	261	275	287	4,2	5,1
Brochas & Diversos	86	93	96	100	104	4,4	4,9
Revestimientos para el piso	1 829	2 044	2 135	2 264	2 392	5,7	6,9
Alfombras	59	60	60	61	63	2,5	1,8
Baldosas	1 508	1 709	1 792	1 906	2 015	5,7	7,5
Pisos de madera	175	185	191	201	213	5,9	5,0
Otros revestimientos	87	91	92	96	101	5,5	3,8

¹ ANAMACO – Evaluación de la Industria de Materiales de Construcción 2014

² ANAMACO

³ ABRAMAT – Asociación de la Industria de Materiales de Construcción de Brasil

⁴ No incluye materias primas e insumos para la construcción como cemento, hormigón, concreto, acero y fierros estructurados

Herramientas de mano	320	342	346	360	373	3,9	3,9
Herramientas pesadas	409	439	446	455	488	7,3	4,5
Pintura para el hogar	1 306	1 431	1 559	1 657	1 752	5,7	7,6
Laca & Barniz	258	269	277	280	298	6,8	3,7
Pintura decorativa	1 047	1 162	1 281	1 378	1 453	5,5	8,5
Fregaderos de cocina	138	144	146	151	157	3,9	3,4
Herramientas Eléctricas	115	124	126	133	141	5,9	5,2
Revestimientos de pared	441	488	498	520	543	4,3	5,3
Otros	566	599	607	629	663	5,4	4,0
Total	5 445	5 956	6 222	6 545	6 901	5,4	6,1

Fuente: Euromonitor Internacional / XE Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Debido a las perspectivas negativas de la economía, el aumento de las ventas de la categoría se ralentizará para el periodo 2015 – 2019 y alcanzará una tasa media de 1,6%, la cual será sustentada principalmente por las reparaciones en los hogares y la ligera recuperación de la actividad constructora del país. Asimismo, como gran parte de los productos que se comercializan en el mercado brasileño son importados y el real se encuentra devaluándose fuertemente frente al dólar se espera que los precios para los consumidores finales se incrementen sustantivamente, lo cual puede afectar las ventas en el corto / mediano plazo y obligar a que los proveedores sean cada vez más competitivos.

Si bien es cierto, el desempeño del sector no será el óptimo para los próximos años, existirán interesantes oportunidades para algunas categorías y segmentos de consumidores específicos. Por ejemplo, las ventas de tanques de agua, artículos de grifería y baldosas cerámicas verán una expansión en sus ventas como consecuencia del riesgo de racionamiento de agua en la región Sureste – compuesta por los estados de Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro y Sao Paulo -, la cual cuenta con el 48% de las tiendas especializadas de todo el país⁵. Asimismo, aquellos productos que conjuguen tecnología, sostenibilidad y diseño mostrarán las mejores perspectivas, si se tiene en cuenta que en la actualidad 10% del PBI del sector construcción está compuesto por soluciones verdes o ecológicas. En tanto, las principales cadenas especializadas se encuentran en la búsqueda de ampliar su oferta de productos de marca, lo cual puede representar oportunidades de aprovisionamiento para proveedores que presenten precios competitivos.

Finalmente, las pinturas del hogar (+ 15,2% de variación 2019 – 2015) y productos de plomería & sanitarios (+ 10,6%) mostrarán los mayores dinamismos del sector para los próximos años. Otras categorías que mostrarán incrementos importantes serán revestimientos de pared (+ 6,4%), brochas & diversos (+ 6,3%), herramientas eléctricas (5,0%) y fregaderos de cocina (+ 4,5%)⁶.

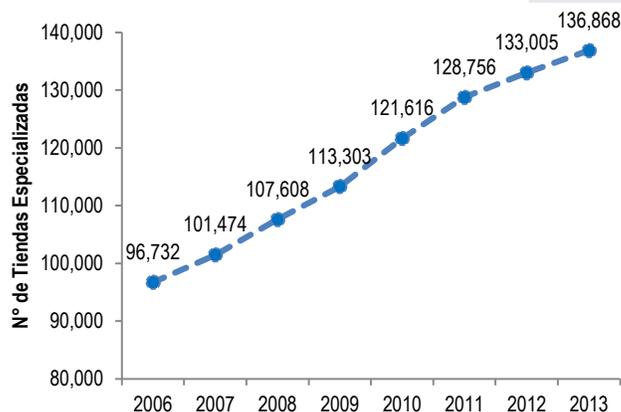
2.2. Perfil de las Tiendas Minoristas

El segmento de materiales para la construcción en Brasil está constituido por 137 mil tiendas minoristas, de las cuales cerca del 50% se encuentran localizadas en la región Sudeste, donde se encuentran los principales enclaves urbanos del país como Sao Paulo (37 570 tiendas), Minas Gerais (14 471 tiendas), Sao Paulo (9 480 tiendas) y Espírito Santo (2 711 tiendas). En tanto, las regiones Sur (20% de participación) - Paraná, Santa Catarina y Río Grande do Sul - y Nordeste (19%) – Bahía, Pernambuco, Ceará, entre otras – también cuentan con canales desarrollados y articulados y que han mostrado un crecimiento importante en los últimos años. Tal como puede notarse, las particularidades del consumo en cada región y el elevado coste de la logística de los productos usualmente vendidos por las tiendas especializadas han favorecido la consolidación de una estructura de distribución regionalizada.

⁵ ANAMACO: Asociación Nacional de Comerciantes de Materiales de Construcción

⁶ Euromonitor Internacional: Home Improvement in Brazil (Agosto 2015)

Gráfico N° 02: Evolución de Número de Tiendas Especializadas en Materiales y Acabados para la Construcción



Fuente: Instituto de Pesquisa ANAMACO Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Las particularidades del consumo en cada región del territorio brasileño y el elevado coste de la logística de los productos usualmente vendidos por las tiendas especializadas han favorecido la consolidación de una estructura de distribución regionalizada. Las tiendas y redes de pequeño y mediano tamaño en los centros urbanos se están organizando en redes asociativas que tienen como objetivo aumentar el poder de negociación con los proveedores, por medio de compras en conjunto, además de dividir gastos de formación y publicidad. Ello ha propiciado que aproximadamente 13% de los minoristas formen parte de redes asociativas regionales, existiendo una mayor incidencia entre las empresas de la región Sur en las cuales este tipo de formato tiene una participación de 19%. A continuación se presentan las redes asociativas más desarrolladas por región de operación:

Gráfico N° 03: Redes Asociativas por regiones seleccionadas



Fuente: Instituto de Pesquisa ANAMACO

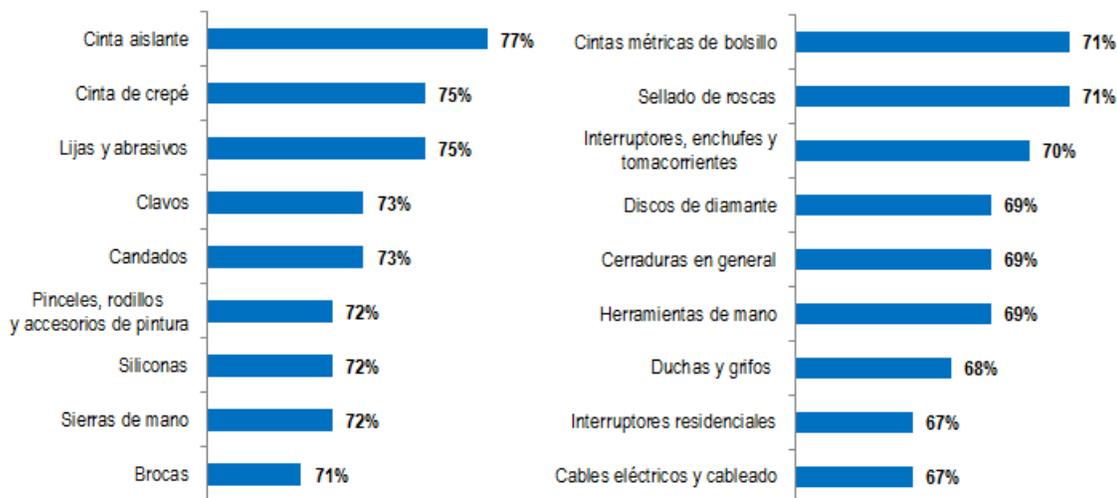
Debido a las preferencias regionales y al extenso número de competidores que existen en la industria, Brasil presenta un mercado altamente atomizado sin un líder claro a nivel nacional. De acuerdo a Euromonitor International, Leroy Martin se

encuentra a la vanguardia de la categoría con una participación de 3,4% sobre el total del mercado⁷; esta cadena especializada de origen francés cuenta con 32 tiendas distribuidas en la mayoría de estados del sur y el este brasileño, además de tener una amplia oferta de 80 mil artículos distintos. La brasileña C&C – Casa e Construção concentra 2,5% del mercado y cuenta con la más amplia red en la región Sudeste con 45 tiendas y 4 centros de distribución en Sao Paulo, Espírito Santo y Rio de Janeiro. Otros importantes actores del mercado son Construmega Megacenter (2,5% de participación 2014), Quero – Quero (1,3%) y Construdecor (1,3%).

De acuerdo a los productos que ofrecen se puede afirmar que los minoristas especializados tienen diferentes perfiles. Mientras que 23% son generalistas y venden toda clase de materiales y acabados para la construcción; 36% ofertan solamente productos básicos como cemento, cal y maderas. Asimismo, 11% se encuentran especializados en material eléctrico y de iluminación; 8 % en cerámicos y revestimientos; y 6% en plomería e hidráulicos. En tanto, se debe tomar en cuenta que la mayoría de empresas cuenta con amplia experiencia en el sector debido a que 83% cuenta con más de una década de presencia en el mercado brasileño.

Por otro lado, aproximadamente 22% de las tiendas cuenta con espacios menores o iguales a 100 mts², lo cual es un limitante importante para ampliar la cartera de productos ofrecidos. Mientras que en esta clase de negocios el promedio de SKU's comercializados es de 4 600 ítems, en empresas de más de 1 000 mts² la media alcanza 24 600 ítems. Ello explica por qué algunos productos como puertas, ventanales, baldosas y azulejos tienen una baja cobertura en formatos con espacios reducidos. Los productos con mayor cobertura en las tiendas minoristas brasileñas son:

Gráfico N° 04: Productos con Mayor Cobertura de Mercado en Tiendas Minorista



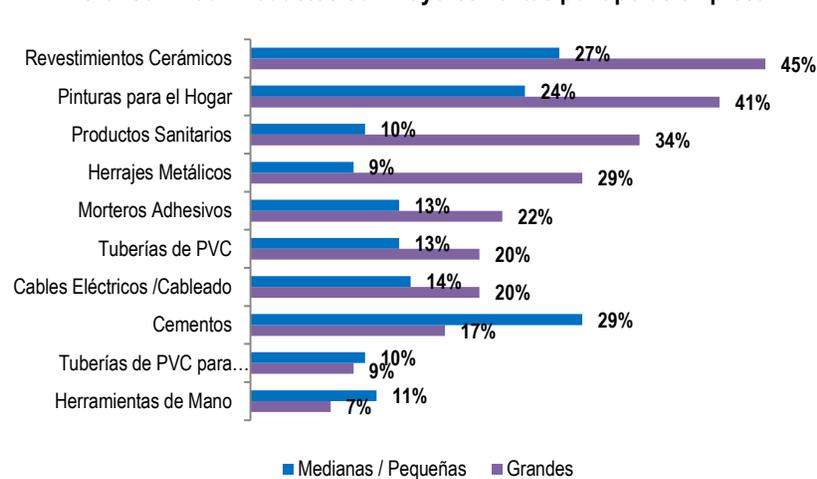
Fuente: Instituto de Pesquisa ANAMACO Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Al margen de su tamaño se puede afirmar que el grueso de empresas ofrece una amplia gama de productos y se encuentra en la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio, en consecuencia y teniendo en cuenta la desaceleración económica, la mayor parte de proveedores están cerrando esfuerzos en retener su participación de mercado. Por ello, las principales marcas cuentan con representantes de ventas establecidos en las ciudades más importantes del país con el fin de mantener la lealtad de los compradores actuales e incrementar su volumen de ventas mediante la comercialización de nuevos productos que aún tienen presencia en un porcentaje limitado de tiendas tales como sistemas de pintado (28% de tiendas), conexiones de hierro galvanizado (28%), suelos de PVC (24%), cajas de conexión (21%), tubos y conexiones de cobre (20%), baldosas ecológicas (15%) y calentadores de agua (13%).

⁷ Cfr. Euromonitor International : Home & Improvement Retailers 2014

En cuanto a productos con mayores ventas, de acuerdo a la encuesta 2014 de ANAMACO, se pueden notar importantes diferencias dependiendo del tamaño de tienda comercializadora. Mientras que las grandes cadenas afirman sustentar la mayor parte de su facturación en artículos terminados como revestimientos cerámicos y sanitarios; las pequeñas y medianas empresas sustentan sus ventas básicamente en materiales básicos como cemento y pinturas. El siguiente gráfico presenta información a detalle acerca de los productos considerados más importantes para la facturación de ambos tipos de empresas:

Gráfico N° 05: Productos con mayores ventas por tipo de empresa



Fuente: Instituto de Pesquisa ANAMACO Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Por último, vale mencionar que un importante número de tiendas especializadas están buscando diversificar su oferta con productos no propios del rubro de materiales y acabados para la construcción. Este comportamiento es particularmente notorio entre las grandes cadenas, de las cuales 48% también comercializa artículos de uso doméstico, 40% productos de decoración, 32% herramientas agrícolas y 29% electrodomésticos. En tanto, entre las empresas pequeñas y medianas, 27% oferta adicionalmente otros productos, siendo los principales: artículos de uso doméstico (16%) y herramientas agrícolas (11%).

2.3. Canales de Distribución

A nivel general, los minoristas especializados manejan dos principales esquemas de distribución para el abastecimiento de productos extranjeros, el cual puede variar dependiendo de su tamaño, el tipo de producto que demande, entre otros factores, tal como se grafica a continuación:

Gráfico N° 06: Productos con mayores ventas por tipo de empresa



Fuente: ABAD⁸ Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

⁸ Asociación Brasileña de Mayoristas y Distribuidores de Productos Industrializados

El **Esquema N° 01** es básicamente utilizado por las grandes cadenas de materiales y acabados para la construcción, quienes optan por la importación directa de los productos debido básicamente a los volúmenes de compra que manejan.

En tanto, el **Esquema N° 02** es preferido en un 84% por las empresas medianas y pequeñas, las cuales prefieren la intermediación de importadores y /o mayoristas determinados. Sin embargo, algunas tiendas grandes utilizan este esquema para algunas líneas de productos.

2.4. Normatividad y Estandarización

Algunos productos exportados a Brasil deben estar acorde a los estándares planteados por la [Asociación Brasileña de Normas Técnicas - ABNT](#). El segmento ferretero está sujeto a la normatividad del ABNT / CB-60⁹, la cual está encargada de la normalización en el campo de herramientas manuales, mecanizadas y abrasivos con respecto a la terminología, requisitos, métodos de prueba y generalidades.

Para mayor detalle se recomienda consultar el [Catálogo ABNT](#), en el cual se pueden encontrar las normas técnicas, en caso de que hubiese, aplicables para productos ferreteros específicos; además, del precio de adquisición de las mismas y otros temas de interés.

3. Evolución de las Importaciones de Productos Ferreteros¹⁰ en Brasil

Brasil, el mercado de la construcción más grande de América Latina, cuenta con una oferta local importante de productos de hierro para la construcción, cerámicos con diseños diferenciados, manufacturas en base a granito, entre otros, que cuentan con buena acogida nivel internacional. Además, en cuanto a productos ferreteros, junto con Colombia, cuenta con un importante posicionamiento a nivel regional. Sin embargo, las importaciones de esta clase de manufacturas casi triplican las exportaciones del país generando así una balanza deficitaria de US\$ 2 211 millones, lo cual indica que existe una necesidad importante de abastecimiento.

Cuadro N°02: Importaciones de Productos Ferreteros de Brasil

HS06	Producto	Millones de US\$					Var. % 14/13	TCP % 14 /10	Part. % 2014
		2010	2011	2012	2013	2014			
848180	Artículos de grifería y órganos similares	530	558	595	707	710	0,5	7,6	21
392690	Manufacturas de plástico	435	529	577	633	636	0,4	9,9	19
853690	Aparatos para el corte, seccionamiento y protección de circuitos	510	586	567	630	575	-8,7	3,1	17
853650	Interruptores, seccionadores y conmutadores	234	281	297	341	312	-8,7	7,4	9
760612	Chapas y bandas de aleaciones de aluminio	199	252	206	239	255	6,8	6,4	8
830210	Bisagras	62	72	61	85	83	-2,5	7,4	2
854420	Cables y conductores eléctricos, aislados	64	88	84	77	70	-8,7	2,3	2
760511	Alambre de aluminio sin alear	37	48	32	39	60	53,0	12,6	2
820719	Útiles de sondeo y perforación, incluidas sus partes	85	76	92	73	59	-19,5	-8,9	2
760611	Chapas y bandas de aluminio sin alear	60	61	57	51	47	-9,1	-6,1	1
	Resto	445	640	619	593	557	-6,1	5,7	17
	Total	2 663	3 190	3 188	3 469	3 363	-3,0	6,0	100

Fuente: Trademap Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

⁹ Comité Brasileño de Herramientas Manuales y de Mecanizado

¹⁰ Para el presente análisis se han tomado en cuenta únicamente aquellas subpartidas arancelarias (HS06) priorizadas por PROMPERÚ

Tal como se puede notar en el **Cuadro N° 02** las importaciones brasileñas de productos priorizados de la línea ferretera sumaron US\$ 3 363 millones y experimentaron un incremento medio de 6,0% en los últimos cinco años. Los productos que cuentan con mayor demanda en Brasil son los artículos de grifería, cuyas compras representan más de un quinto de las importaciones de productos ferreteros del país. También destacan las adquisiciones de manufacturas de plástico (19% de participación 2014), aparatos para el corte de circuitos¹¹ (17%) e interruptores, seccionadores y conmutadores (9%). Por otro lado, en cuanto a dinamismo, resalta el comportamiento mostrado por las importaciones de fregaderos, lavabos, bañeras y similares de porcelana en el último quinquenio, las cuales pasaron de US\$ 864 mil (2010) a US\$ 16 millones (2014); importante también es el crecimiento experimentado por los cierrpuertas automáticos (+ 162,7% de variación 2014 – 2010), productos de alumbrado eléctrico (+ 156,1%), alambres para bobinar – excepto de cobre – aislados para electricidad (+ 153,6%), puertas y ventanas de aluminio (+ 141,3%) y llaves presentadas aisladamente (+ 118,3%).

Cuadro N°03: Importaciones de Materiales y Acabados para la Construcción (MAC) por proveedores de Brasil

Proveedores	Millones de US\$					Var. % 14/13	TCP % 14/10	Part. % 2014
	2010	2011	2012	2013	2014			
China	619	871	862	904	934	3,3	10,8	28
EE.UU.	495	506	515	564	539	-4,5	2,2	16
Alemania	322	358	358	410	375	-8,6	3,9	11
Italia	158	175	160	215	198	-7,6	5,9	6
Japón	152	167	165	153	139	-9,7	-2,2	4
Corea del S.	60	71	92	139	132	-5,1	21,9	4
Francia	115	136	120	141	111	-21,5	-1,0	3
Reino Unido	50	63	67	91	92	0,5	16,5	3
Argentina	80	89	73	74	92	24,1	3,7	3
Taiwán	70	76	75	57	56	-1,6	-5,4	2
España	46	57	52	56	55	-2,1	4,7	2
México	31	41	44	59	55	-6,8	15,4	2
India	30	54	32	43	46	5,6	11,0	1
Suecia	38	45	56	52	42	-18,9	2,5	1
Tailandia	30	37	47	51	41	-20,5	7,6	1
Resto	367	443	469	458	457	-0,2	5,6	14
Total	2 663	3 190	3 188	3 469	3 363	-3,0	6,0	100

Fuente: Trademap Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Tal como se puede observar en el **Cuadro N° 03**, China se ha consolidado como el más importante proveedor de productos ferreteros del mercado brasileño y concentró 28% de las importaciones en 2014; los principales compras provenientes de este mercado son aparatos de corte, seccionamiento y protección de circuitos, además de manufacturas de plástico. Asimismo, destaca la oferta china de grifería y órganos similares, la cual cuenta con precios bajos respecto a otros proveedores regionales pese a estar cargada con arancel de 12%.

Asimismo, en el último quinquenio, los proveedores de la Alianza del Pacífico – AP han sido los que mayor dinamismo han experimentado dentro de las importaciones brasileñas de productos ferreteros, al crecer a tasas promedio anual de dos dígitos; tal es el caso de Chile (+ 34,9 de TCP¹² 2010 – 2014), Perú (+ 20,7%), Colombia (+ 19,4%) y México (+ 15,4%). Este comportamiento positivo se sustenta en la cercanía geográfica y en la buena relación calidad – precio que presenta la oferta de estos países frente a la competencia asiática; entre los productos de la AP con mayor presencia en Brasil destacan artículos de grifería (MÉX), fregaderos, lavabos y bañeras de porcelana (COL), llaves presentadas aisladamente (PER) y manufacturas de plástico (CHI).

¹¹ Incluye: Interruptores, conmutadores, relés, cortacircuitos, supresores de sobretensión transitoria, clavijas, tomas de corriente (enchufes), portalámparas y cajas de empalme

¹² Tasa de Crecimiento Promedio

Pese a lo expuesto, aún la participación de los proveedores latinoamericanos es bastante baja dentro de las compras brasileñas de productos ferreteros y representaron, en su conjunto, apenas 5% de las importaciones en 2014. Argentina (9°) y México (12°) son los únicos mercados regionales que se encuentran dentro de los quince principales suplidores; mientras que Perú se ubica en la casilla 49°¹³.

4. Evolución de las exportaciones Peruanas de Productos Ferreteros a Brasil

Cuadro N°04: Exportaciones Peruanas de Productos Ferreteros a Brasil a nivel de productos

Subpartida HS10	Producto	Miles de US\$					Var. % 14 / 13	TCP. % 14/10
		2010	2011	2012	2013	2014		
8544609000	Conductores eléctricos para una tensión > 1 000V	-	-	-	40	532	1 242,1	-
7614900000	Cables y trenzas de aluminio, sin aislar, para electricidad	-	-	-	-	221	-	-
8301700000	Llaves presentadas aisladamente	258	101	126	261	156	-40,1	-11,8
8207192900	Brocas, excepto las diamantadas	57	111	26	41	36	-11,0	-10,6
8536901000	Aparatos para empalme o conexión	-	0	3	-	16	-	-
	Resto	6	14	20	57	32	-44,0	51,1
	Total	321	226	175	399	994	149,4	32,7

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Brasil es el octavo (8°) principal destino de las exportaciones peruanas de Materiales y Acabados para la Construcción (MAC) al sumar US\$ 994 mil en 2014. En el último año, los envíos peruanos a este mercado casi se han triplicado como consecuencia del dinamismo experimentado por las ventas de conductores eléctricos para una tensión > 1 000 V por parte de INDECO S.A. – las cuales pasaron de US\$ 40 mil (2013) a US\$ 532 mil (2014) – y que lograron sopesar la caída mostrada por productos constantes.

Cabe destacar que, de acuerdo a Trademap, Perú es el tercer (3°) principal proveedor de llaves presentadas aisladamente, únicamente por detrás de China e Italia. Además, de ser el segundo (2°) suplidor sudamericano de brocas no diamantadas y el cuarto (4°) de conductores eléctricos.

Por último, se registraron 11 empresas¹⁴ peruanas que realizaron exportaciones de productos ferreteros a Brasil en 2014; entre ellas destacan INDECO S.A. (US\$ 546 mil en 2014 / 55% de participación), PDIC Perú S.A.C. (US\$ 221 mil / 16%), Grupo Klaus S.A.C. (US\$ 156 mil / 16%) y Sandvik del Perú S.A. (US\$ 258 mil / 7%) y Grupo Klaus S.A.C. (US\$ 32 mil / 3%).

¹³ Trademap

¹⁴ Se ha tomado en cuenta empresas que registren envíos superiores a US\$ 20 mil

5. Oportunidades Comerciales para Productos Ferreteros en Brasil

Cuadro N°05: Productos Ferreteros con oportunidades en Brasil¹⁵

Subpartida HS06	Descripción	Importaciones de Brasil - 2014 Millones de US\$	Categoría CEPAL	Arancel para Perú - TLC
392690	Manufacturas de Plástico*	636	Estrella	0%
760429	Barras de aleaciones de aluminio	41	Prometedor	0%
853630	Aparatos para la protección de circuitos eléctricos	32	Prometedor	0%
820411	Llaves de ajuste manual, de boca fija	24	Prometedor	0%
830140	Demás cerraduras y cerrojos	23	Prometedor	0%
760900	Accesorios de tubería (Racores, codos y manguitos)	17	Prometedor	0%
830170	Llaves presentadas aisladamente	14	Prometedor	0%
830260	Cierrapuertas automáticos	11	Prometedor	0%
691090	Fregaderos, lavabos, bañeras y similares	10	Prometedor	0%
741300	Cables, trenzas y artículos de cobre, sin aislar	3	Prometedor	0%

* Incluye: Implementos de plástico para la construcción como tapones anti ruidos, mascarillas, entre otros. Fuente: Trademap / SUNAT / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

De acuerdo a la priorización previamente realizada, Brasil presenta potencial para un importante número de productos ferreteros. Los ítems seleccionados han mostrado un rápido crecimiento en sus importaciones en el último quinquenio y se encuentran libres de aranceles en el mercado brasileño en el marco del Acuerdo de Complementación Económica Perú – MERCOSUR. Para mayor información acerca de preferencias arancelarias visitar [ACE Perú - MERCOSUR](#).

Las manufacturas metálicas como barras de aluminio, cables de cobre, llaves, cerraduras y cierrapuertas automáticos presentan las mayores oportunidades en Brasil, si se tiene en cuenta que las ventas internas de esta clase de productos se expandirán entre 2% y 3% para el periodo 2014 – 2019¹⁶. Además, a diferencia de otras partidas de MAC cuyas importaciones en la mayoría de casos se encuentran concentradas en un solo proveedor, las importaciones de los productos seleccionados muestran una diversificación media – alta respecto a suplidores y se puede encontrar presencia de mercados latinos como Argentina, México, Ecuador y Perú.

En tanto, el mercado interno productos sanitarios como fregaderos, lavabos, bañeras y similares se expandirán en 12,8% debido a la mayor demanda de los estados del Sudeste brasileño. Los productos colombianos muestran un importante posicionamiento en la categoría y representan 40% de las importaciones; sin embargo, nuevos proveedores como Austria y Hong Kong han comenzado a ingresar con éxito.

¹⁵ Para la selección y priorización de productos con potencial exportador se tomaron las siguientes variables: (i) Importaciones brasileñas a nivel de subpartidas arancelarias - HS06 de la línea de productos ferreteros para el periodo 2010 – 2014 superiores a US\$ 1 millón (ii) Subpartidas arancelarias categorizadas como "Estrellas" o "Prometedoras" bajo la metodología CEPAL (iii) Subpartidas arancelarias – HS06 de la línea de productos ferreteros con exportaciones peruanas al mundo superiores a US\$ 50 mil en 2014 (iv) Subpartidas arancelarias – HS06 cuyas importaciones provenientes desde Perú ingresen exentas de aranceles al mercado brasileño en el marco del Acuerdo de Libre Comercio Perú – MERCOSUR (v) Participación del principal país proveedor de la subpartida arancelaria – HS06 menor o igual a 50% de las importaciones de la misma.

¹⁶ Euromonitor International: Home Improvement in Brazil (Agosto 2015)

PRODUCTOS FERRETEROS EN BRASIL

Especificaciones del Producto	Fotos
<p>Válvula de Seguridad 1/2"</p> <p>Detallista: Leroy Merlin Precio: R\$ 27,9 c/u – US\$ 7,78 c/u Marca / Origen: Jackwal / Brasil</p>	
<p>Válvula Esférica de PVC 3/4"</p> <p>Detallista: Leroy Merlin Precio: R\$ 30,9 c/u – US\$ 8,62 c/u Marca / Origen: Tigre / Argentina</p>	
<p>Resistencia 220v / 7 500W</p> <p>Detallista: C&C Precio: R\$ 32,9 c/u – US\$ 9,18 c/u Marca / Origen: Corona / Colombia</p>	
<p>Kit de Brocas</p> <p>Detallista: Leroy Merlin Precio: R\$ 15,79 c/u – US\$ 9,18 c/u Marca / Origen: Corona / Colombia</p>	
<p>Fregadero de Cocina Acero Inoxidable 200x59x15</p> <p>Detallista: Casa Show Precio: R\$ 269,91 c/u – US\$ 75,26 c/u Marca / Origen: Franke / Suiza</p>	
<p>Lavamanos de cerámica</p> <p>Detallista: Casa Show Precio: R\$ 247,41 c/u – US\$ 68,88 c/u Marca / Origen: Celite / Brasil</p>	