

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2012

Guía de Mercado

Brasil



prom
perú

Contenido

Resumen Ejecutivo

1. Información General

2. Situación económica y de coyuntura

2.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

2.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

2.3. Nivel de Competitividad

3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

3.1. Intercambio Comercial de Brasil con el Mundo

3.2. Intercambio Comercial de Brasil con el Perú

4. Acceso al Mercado

4.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

4.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio

4.3. Distribución y Transporte de Mercaderías

5. Oportunidades Comerciales

5.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

5.2. Productos con Potencial Exportador

6. Tendencias del Consumidor

7. Cultura de Negocios

8. Contactos de Interés

9. Eventos Comerciales

10. Bibliografía

Resumen ejecutivo

A nivel mundial, Brasil es el quinto país en población y en extensión territorial. Además, este país es la séptima economía más importante del mundo, al registrar un PBI de US\$ 2,492 billones en 2011, es decir 14 veces la economía peruana (US\$ 177 billones). Por otro lado, Sao Paulo es considerado la principal ciudad de América del Sur en el ámbito económico y financiero.

El año 2011, la economía brasileña creció 2.7%, porcentaje superior a los registrados en otros países de la región. Este resultado positivo obedeció a la buena gestión económica de los últimos 20 años, caracterizada por estabilidad macroeconómica, apertura de mercado, reducción de la inequidad y un entorno favorable para el impulso del sector privado¹. Asimismo, se estima aumentos del PBI de Brasil de 1.5% y 4.0% para este y el próximo año, respectivamente.

Las importaciones brasileñas se incrementaron 17.0% en promedio anual entre los años 2007 y 2011. Estas adquisiciones totalizaron US\$ 226,243 millones el año pasado, 25.4% más que el año 2010 y; Estados Unidos (15.1% de participación), China (14.5%), Argentina (7.5%), Alemania (6.7%) y Corea del Sur (4.5%) fueron los proveedores más importantes de este país, mientras que nuestro país representó 0.5%.

En 2011, el comercio entre Perú y Brasil fue de US\$ 3,585 millones, lo que significó un aumento de 18.6% respecto al año 2010. Las ventas peruanas a Brasil se incrementaron 8.0% en promedio anual en los últimos cinco años, y las adquisiciones nacionales desde ese país lo hicieron en 7.1% en promedio cada año.

Las exportaciones peruanas a Brasil, en 2011, sumaron US\$ 1,268 millones, 33.5% de aumento con relación al año anterior. Del total exportado, 72% correspondió a productos tradicionales, sin embargo fueron las exportaciones no tradicionales las que más crecieron, al totalizar US\$ 354 millones y registrar 37.4% de variación comparadas con el año 2010.

Los sectores no tradicionales con mayores valores de venta Brasil, en 2011, fueron textil (US\$ 102.9 millones), químico (US\$ 82.4 millones), minería no metálica (US\$ 52.1 millones), y sidero-metalúrgico (US\$ 41.1 millones); mientras que maderas y papeles (US\$ 5.2 millones adicionales), minería no metálica (US\$ 52.1 millones), pesquero (US\$ 14.3 millones) y varios (inc. Joyería) (US\$ 3.5 millones) tuvieron incrementos significativos en sus exportaciones a Brasil.

Brasil brinda importantes oportunidades de negocio a los productos peruanos, dado que es un mercado grande y con un grupo de población con alto poder adquisitivo. Además, los consumidores y empresarios brasileños tienen gustos, costumbres y prácticas cercanas a las nuestras. A la fecha, en el marco del ACE 58 (acuerdo comercial que Perú tiene con los países del MERCOSUR), gran parte de la oferta peruana ingresa a Brasil con arancel cero, mientras que el resto de productos tiene 80% de preferencia, y a partir del 1 de enero de 2012 tendrán 100%.

Es por ello que a través de la metodología CEPAL, se han identificado productos de la oferta peruana que tienen potencial en este mercado. Los calificados como **estrellas** (aumento y participación importante en importaciones brasileñas) son pantalones de algodón de tejido plano para caballeros, polo shirt de punto tanto de algodón como de fibra sintética, t-shirt de punto de algodón, camisas de algodón de tejido plano, suéteres de punto de algodón.

Mientras que los productos **prometedores** (aumento importante de importaciones brasileñas) son uvas frescas, condimentos, aceitunas preparadas en vinagre, caballas congeladas, calamares y potas, escualos congelados, pantalones de fibras sintéticas de tejido plano para caballeros, suéteres de punto de fibras sintéticas, blusas de algodón de tejido plano, camisas de fibras sintéticas de tejido plano.

¹ Guía de inversiones en Brasil (www.afi-brasil.com/)

Además el Plan Operativo de Desarrollo del Mercado de Brasil (POM Brasil) señala aceitunas conservadas provisionalmente, aceitunas preparadas, espárragos frescos, conservas de pescado, pescado congelado, espárragos en conservas, carmín de cochinilla, orégano, caballa congelada, camisas de punto de algodón para hombres, cebollas, suéteres de algodón, chales y bufandas, blusas de punto de algodón, prendas de vestir para bebés de punto de algodón como productos con potencial en Brasil en el **corto plazo**.

Para el **mediano plazo**, el POM Brasil señala a ácido bórico, ajos, artículos de cerámica, láminas de plástico, uvas frescas, frijol, locos, aceites esenciales de limón como productos con posibilidades de exportación a Brasil.



1. Información general

La República Federal de Brasil es el país más grande de América del Sur y el quinto en el mundo luego de Rusia, Canadá, China y Estados Unidos. Limita con casi todos los países sudamericanos, con excepción de Chile y Ecuador.

Brasília es la capital de la República, y tiene aproximadamente 2.5 millones de habitantes. Sao Paulo es la ciudad con mayor población del país (con más de 20 millones de habitantes), y ocupa el sexto lugar entre las ciudades más pobladas del mundo. Además, esta ciudad es considerada como la más importante económica y financieramente de América del Sur.

La población de Brasil es de 190.7 millones² de personas. Ocupa la quinta posición entre los países más poblados a nivel mundial y representa casi siete veces la población peruana. Otras ciudades que destacan por el número de sus habitantes son Río de Janeiro (6.3 millones de personas), Belo Horizonte (2.3 millones de personas), Fortaleza (2.4 millones de personas) y Salvador de Bahía (2.6 millones de personas).

En cuanto a la distribución de la población por edad se observa que el 26.7% son menores de 14 años, el 66.8% se encuentra entre 15 y 64 años, y el 6.4% tiene más de 65 años. Ello implica que el país está conformado por un grueso grupo de habitantes jóvenes. La esperanza de vida es de 72 años y, aproximadamente el 86% vive en la zona urbana.

Brasil es una sociedad multicultural, donde aproximadamente el 53.7% de la población es de origen europeo, mientras que el 44.7% son mestizos y/o de ascendencia africana. El 73.6% de la población brasileña profesa el Catolicismo y el 15.4% el Protestantismo.

Por otro lado, el idioma oficial es el portugués; y en el mundo de los negocios se habla este idioma, además del inglés y español.

La unidad monetaria de Brasil es el REAL (BRL). Las equivalencias de esta moneda con el dólar norteamericano USD y, el nuevo sol PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto³.

Fecha 2012.11.18 22:42 UTC

1.00 USD	=	2.08424 BRL
United States Dollars		Brazil Reais
1 USD = 2.08424 BRL		1 BRL = 0.479791 USD

² Instituto Brasileiro de Geografia y Estadística (<http://www.ibge.gov.br>)

³ Para mayor información: www.xe.com

Fecha 2012.11.18 22:42 UTC

1.00 BRL	=	1.25095 PEN
Brazil Reais		Perú Nuevos Soles
1 BRL = 1.25095 PEN		1 PEN = 0.799395 BRL

2. Situación económica y de coyuntura⁴

Brasil es la séptima economía del mundo y la más importante de América Latina, al registrar un PBI de US\$ 2,492 billones el año 2011. Representa aproximadamente más de 14 veces la economía peruana (US\$ 177 billones).

Además, es necesario señalar que este país será sede de dos importantes eventos deportivos: la copa mundial de futbol en 2014 y los juegos olímpicos en 2016. Dichos eventos implicarán un aumento importante de inversión en infraestructura deportiva, de transporte y de urbanismo. Se espera que estas inversiones ayuden a reducir las grandes diferencias sociales que tiene Brasil, tanto a nivel de las distintas clases sociales, como de las regiones geográficas de este país.

2.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas⁵

El año 2011, la economía brasileña creció 2.7%, porcentaje superior al promedio regional y mayor a lo proyectado. Estos buenos resultados obedecen a la buena gestión económica de los últimos 20 años, caracterizada por la estabilidad macroeconómica, la apertura de mercado, la reducción de la inequidad en los ingresos, y un entorno favorable para el impulso del sector privado⁶.

La reacción a la crisis internacional que tuvo Brasil fue exitosa. El país tuvo un leve decrecimiento del PBI en 2009 (-0.3%) y el año pasado regresó a la senda del crecimiento. Es por ello que la actual administración de la presidenta Rousseff ha decidido mantener las metas del gobierno anterior, es decir, control de inflación y superávit primario.

La fuerte inversión en infraestructura y el aumento del presupuesto destinado a programas sociales explican una leve disminución en la tasa de desempleo y, a la vez, una tendencia creciente de la inflación en los últimos años. Sin embargo, con las medidas señaladas en el párrafo anterior se espera mantener la inflación dentro de la meta establecida a pesar de los importantes montos asignados a programas sociales e inversión pública.

Cuadro 1: Brasil
Evolución de los indicadores macroeconómicos 2007– 2011

Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011
PBI (variación %)	6.1	5.2	-0.3	7.5	2.7
PBI Per cápita (US\$) (PPP)	9,894	10,526	10,479	11,314	11,769
Desempleo (variación %)	9.3	7.9	8.1	6.7	6
Inflación (variación %)	3.6	5.7	4.9	5	6.6

Fuentes: World Economic Outlook, FMI.

⁴ Banco Central de Brasil (www.bcb.gov.br)

⁵ Ídem

⁶ Guía de inversiones en Brasil (www.afi-brasil.com/)

El aumento de la demanda doméstica y el mayor dinamismo de las exportaciones han llevado a la mayoría de las economías emergentes, entre ellos a Brasil, a recuperarse de la crisis internacional más rápido que otros países. Se proyecta un nuevo ciclo de expansión económica para las economías emergentes y, en el caso de Brasil, se estima disminuciones del PBI de 1.5% y 4.0% para este y el próximo año respectivamente.

La inversión extranjera directa en Brasil alcanzó 50,4 mil millones de dólares entre enero y setiembre del 2011, la cifra más alta jamás registrada en la historia de Brasil.

El resultado de los primeros nueve meses de 2011 representa un incremento del 123% respecto al mismo periodo del año pasado. Las inversiones entre enero y setiembre del 2010 alcanzaron 22,55 mil millones de dólares. El flujo total de la IED de enero a diciembre del 2010 alcanzó 48,4 mil millones de dólares.

2.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos

Este país tiene abundantes recursos naturales y posee una economía relativamente diversificada. El sector agrícola destaca ya que Brasil es el primer productor mundial de café, caña de azúcar y naranjas. Además, es productor líder de soya.

Por otro lado, cuenta con grandes yacimientos de minerales. Es el segundo exportador mundial de hierro y uno de los principales productores de aluminio. Además, se están desarrollando otras industrias como la de textil y confecciones, farmacéutica, química, acero, producción de automóviles y aviones.⁷

La producción de Brasil, en el año 2008, se dividió en el sector agropecuario (5.9% del total), industrial (27.9%) y servicios (66.2%). Entre las industrias destacaron: construcción civil (4.9%), electricidad, gas, agua (3.1%), alimentos y bebidas (2.2%), petróleo y gas natural (2.1%), máquinas y equipos (1.2%).⁸

En el caso de los servicios, los principales sub sectores fueron comercio (12.5%), administración pública y seguridad social (9.9%), inmobiliario (8.2%), finanzas, seguros (6.8%), transporte y almacenamiento (5.0%).

2.3 Nivel de Competitividad

A continuación se presenta la clasificación de Brasil y otros países respecto al *Doing Business* 2012 (facilidad de hacer negocios), el cual involucró el análisis de 185 economías. Nuestro país se encuentra en la posición 43 de este ranking, mientras que Brasil en la ubicación 128.

De acuerdo con el reporte de competitividad global⁹, en el que se evalúan 142 economías, Brasil se encuentra en el segundo estado de desarrollo al igual que Perú, mientras que en el ranking general de competitividad global, Brasil (4.4 puntos) y Perú (4.2 puntos) ocupan el puesto 48 y 67 respectivamente.

Cuadro 2: Ranking de Doing Business 2012

Criterios	Brasil	Perú	Colombia	Chile	México	China
Facilidad de hacer negocios	128	43	44	33	53	91
Apertura de un negocio	122	53	65	27	74	153

⁷ FITA (The Federation of International Trade Associations)

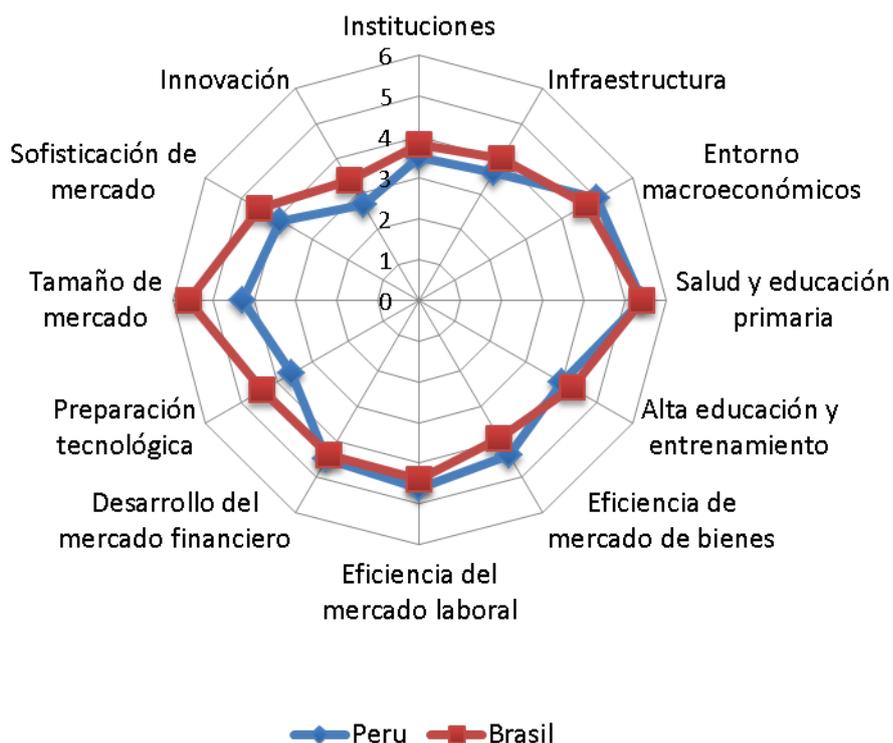
⁸ IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia y Estadística)

⁹ World Economic Forum

Manejo permiso de construcción	130	104	26	84	39	181
Registro de propiedades	105	21	53	54	141	41
Obtención de crédito	97	23	67	52	38	67
Protección de los inversores	79	17	6	29	46	98
Pago de impuestos	154	87	99	35	104	118
Comercio transfronterizo	123	58	91	44	63	60
Cumplimiento de contratos	120	115	151	68	78	20
Cierre de una empresa	139	106	19	89	26	78

Fuente: Doing Business 2010-2011. Banco Mundial

Gráfico 1: Índice de Competitividad Global



Fuentes: WEF Global Competitiveness Report 2010-2011. Elaboración: PROMPERU

3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

3.1 Intercambio Comercial de Brasil con el Mundo

El año 2011, el comercio de Brasil con el mundo ascendió a US\$ 482,282 millones, es decir 27.7% más que el año anterior, en vista del aumento de las exportaciones (29.7%) y de las importaciones (25.4%). Esto permitió que este país de América del Sur tenga una balanza comercial superavitaria de US\$ 29,795 millones.

Cuadro 3: Comercio de Brasil con el Mundo
(Millones de US\$)

Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011	Var % Prom. 2011 - 2007	Var% 2011 - 2010
Exportaciones	160.649	197.942	152.995	197.356	256.039	12.4	29.7
Importaciones	120.621	173.197	127.647	180.459	226.243	17.0	25.4
Balanza Comercial	40.028	24.746	25.347	16.898	29.795		
Intercambio Comercial	281.270	371.139	280.642	377.815	482.282	14.4	27.7

Fuente: World Trade Atlas. Elaboración: PROMPERU

Las ventas externas de Brasil, en el último quinquenio, se incrementaron 12.4% en promedio anual. El año pasado, estas exportaciones sumaron US\$ 256,039 millones y sus principales destinos fueron China (17.3% del total), Estados Unidos (10.1%) y Argentina (8.9%). Los productos que destacaron en términos de valor fueron el hierro y sus concentrados (US\$ 31,852 millones), aceites crudos de petróleo (US\$ 21,603 millones), soya (US\$ 16,312 millones) y azúcar (US\$ 11.549 millones).

Cuadro 4: Principales destinos de las exportaciones de Brasil
(Millones de US\$)

Países destino	2007	2008	2009	2010	2011	Var % 2011/2010
China	10,749	16,403	20,191	30,752	44,315	44,1
Estados Unidos de América	25,336	27,735	15,745	19,240	25,943	34,8
Argentina	14,417	17,606	12,785	18,437	22,709	23,2
Países Bajos (Holanda)	8,841	10,483	8,150	10,222	13,640	33,4
Japón	4,321	6,115	4,270	7,123	9,473	33,0
Alemania	7,211	8,851	6,175	8,080	9,039	11,9
Italia	4,464	4,765	3,016	4,214	5,441	29,1
Chile	4,264	4,792	2,657	4,220	5,418	28,4
Reino Unido	3,301	3,792	3,727	4,616	5,230	13,3
Rancho de naves y aeronaves	0,000	4,631	2,614	0,000	4,813	0,0
Resto	77,745	92,771	73,666	90,452	110,018	21,6
Total	160,649	197,942	152,995	197,356	256,039	29,7

Fuente: World Trade Atlas. Elaboración: PROMPERU

Las importaciones brasileñas aumentaron 17.0% en promedio cada año entre 2007 y 2011. Estas adquisiciones totalizaron US\$ 226,243 millones en 2011. Estados Unidos (15.1% del total), China (14.5%), Argentina (7.5%), Alemania (6.7%) y Corea del Sur (4.5%) fueron los proveedores más importantes de este país. Por otro lado, los productos más demandados fueron: aceites crudos de petróleo (US\$ 14,081 millones), aceites pesados (US\$ 7,422 millones), automóviles de turismo (US\$ 6,978 millones), entre otros.

**Cuadro 5: Principales proveedores de Brasil
(Millones de US\$)**

Proveedores	2007	2008	2009	2010	2011	Var % 2011/2010
Estados Unidos de América	18.890	25.850	20.214	27.201	34.234	25.9
China	12.618	20.040	15.911	25.536	32.788	28.4
Argentina	10.410	13.258	11.281	14.425	16.906	17.2
Alemania	8.675	12.025	9.866	11.751	15.213	29.5
República de Corea	3.391	5.412	4.818	8.418	10.097	19.9
Japón	4.610	6.807	5.368	6.970	7.872	12.9
Nigeria	5.273	6.706	4.760	5.920	8.386	41.7
Italia	3.350	4.616	3.668	4.826	6.228	29.0
Francia	3.532	4.701	3.625	4.778	5.471	14.5
India	2.165	3.564	2.191	4.234	6.081	43.6
Otros	47.708	70.218	45.945	66.401	82.967	24.9
Total	120.621	173.197	127.647	180.459	226.243	25.4

Fuente: World Trade Atlas. Elaboración: PROMPERU

3.2 Comercio entre Perú y Brasil

El intercambio comercial entre nuestro país y Brasil fue de US\$ 3,585 millones el año 2011, lo que representó un aumento de 18.6% respecto al año anterior. Cabe señalar que las ventas peruanas a Brasil se incrementaron 8.0% en promedio anual en los últimos cinco años, mientras que las adquisiciones lo hicieron en 7.1% en promedio cada año.

El comercio con Brasil ha sido históricamente negativo para el Perú, y el año pasado el déficit fue de US\$ 1,126 millones. Los principales productos que Brasil envió a nuestro país, en 2011, fueron aceites crudos de petróleo (US\$ 186,252), vehículos diesel para mercancía >20 Tm (US\$ 147,344), chasis de vehículos (US\$ 84,902), tubos para oleoductos, gaseoductos (US\$ 68,535), productos intermedios de hierro (US\$ 60,462) y tolvas (US\$ 52,859).

Las exportaciones peruanas a Brasil, en 2011, sumaron US\$ 1,268 millones, es decir 33.5% más que el año anterior. Del total exportado, 72% correspondió a productos tradicionales, al sumar estas ventas US\$ 914 millones, y entre estos productos destacaron cobre (US\$ 517 millones), derivados de petróleo (US\$ 180 millones), zinc (US\$ 130 millones) y plata (US\$ 78 millones).

**Cuadro 6: Comercio entre Perú y Brasil
(Millones de US\$)**

Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011	Var % Prom. 2011 - 2007	Var% 2011 - 2010
Exportaciones	932	874	508	950	1268	8.0	33.5
Importaciones	1762	2275	1594	2074	2318	7.1	11.8
Balanza Comercial	-829	-1401	-1086	-1124	-1050		

Intercambio Comercial	2694	3148	2102	3023	3585	7.4	18.6
-----------------------	------	------	------	------	------	-----	------

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

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

Sector	2010	2011	Var % 2011/2010
TOTAL TRADICIONAL	691.88	913.78	32.1
MINEROS	608.52	733.61	20.6
Cobre	421.81	516.8	22.5
Plata	64.35	78.4	21.8
Plomo	6.83	5.16	-24.5
Zinc	109.99	130.45	18.6
Estaño	5.52	2.8	-49.3
Resto	0.02	0	-100
PESQUERO	0	0.66	----
Harina de pescado	0	0.59	----
Aceite de pescado	0	0.06	----
PETRÓLEO Y GAS NATURAL	83.36	179.51	115.3
Petróleo en crudo	0	0	----
Petróleo derivados	65.5	179.51	174.1
Gas natural	17.85	0	-100
TOTAL NO TRADICIONAL	257.69	354.07	37.4
Agropecuario	45.62	40.28	-11.7
Textil	65.49	102.94	57.2
Pesquero	6.9	14.3	107.2
Químico	59.84	82.44	37.8
Metal-mecánico	12.5	12.21	-2.3
Sidero-metalúrgico	47.38	41.07	-13.3
Minería no metálica	17.14	52.1	204
Maderas y papeles	0.53	5.17	875.5
Piel y cueros	0.16	0.02	-87.5
Varios (inc. Joyería)	2.13	3.55	66.7
TOTAL	949.56	1,267.85	33.5

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

En el caso de las ventas de productos no tradicionales, los principales sectores fueron, en 2011, textil (US\$ 102.9 millones), químico (US\$ 82.4 millones), minería no metálica (US\$ 52.1 millones), y sidero-metalúrgico (US\$ 41.1 millones). Por otro lado, maderas y papeles (US\$ 5.2 millones adicionales), minería no metálica (US\$ 52.1 millones), pesquero (US\$ 14.3 millones) y varios (inc. Joyería) (US\$ 3.5 millones) fueron los sectores que tuvieron incrementos significativos en sus exportaciones a Brasil con relación al año 2009.

Los productos con valor agregado que más ventas tuvieron a Brasil, el último año, fueron alambre de cobre refinado (US\$ 28 millones), aceitunas preparadas (US\$ 24 millones), lacas colorantes: carmín de cochinilla (US\$ 19 millones), fosfatos de calcio (US\$ 17 millones) y fosfato dicálcico (US\$ 8 millones).

Por otro lado, tops de fibras acrílicas (US\$ 8 millones), camisas de punto de algodón para hombres de un color (US\$ 6 millones), camisas de punto de algodón para hombres de distintos colores (US\$ 5 millones), demás t-shirts de punto de algodón (US\$ 3 millones), hilados de fibras acrílicas (US\$ 3 millones), camisas de punto de algodón para hombres con abertura parcial y puño (US\$ 3 millones) fueron los productos del sector textil que destacaron en las exportaciones a este país de América del Sur el último año.

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

Nro.	Partida	Descripción	2010	2011	Var %	Arancel %
1	2510100000	Fosfatos de calcio	16,6	48,2	190,4	0.0
2	3205000000	Lacas colorantes: carmín de cochinilla	19,2	19,1	-0,4	0.0
3	2005700000	Aceitunas preparadas o conservadas	24,2	15,5	-35,9	0.0
4	7408110000	Alambre de cobre refinado	28,7	15,1	-47,3	0.0
5	2817001000	Óxido de cinc	2,7	14,0	424,6	0.0
6	7901200000	Aleaciones de cinc	5,8	12,7	118,7	0.0
7	6105100052	Camisas de punto de algodón para hombre, de distintos colores, a rayas	5,5	10,4	88,8	0.0
8	6105100051	Camisas de punto de algodón para hombre, de un solo color	6,3	9,2	46,9	0.0
9	5506300000	Tops de fibras acrílicas	7,6	8,9	16,6	0.0
10	3203002100	Carmín de cochinilla	6,7	7,9	19,0	0.0
		Otros	134,5	193,0	43,4	
		Total	257,7	354,1	37,4	

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

El último año, 618 empresas peruanas enviaron productos al mercado brasileño. La división por tamaño de empresa es la siguiente: 4 grandes empresas exportadoras, 20 medianas, 124 pequeñas y 470 micro. Con respecto a los valores exportados, las empresas grandes

representaron US\$ 559 millones de ventas, las medianas US\$ 345 millones, las pequeñas US\$ 246 millones y las micro US\$ 119 millones.

Cuadro 9: Número y Tamaño de Empresas Exportadoras

Tamaño de Empresa	Número de Empresas		Exportaciones Millones de US\$		Var % 2011/2010
	2010	2011	2010	2011	
Grande	3	4	374.84	558.62	49.03
Mediana	18	20	287.93	345.1	19.86
Pequeña	105	124	190.92	245.6	28.64
Micro	427	470	95.88	118.83	23.94
Total	553	618	950	1268	33.55

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

4. Acceso al Mercado

Brasil se caracteriza por tener un mercado poco abierto al comercio exterior¹⁰, y ocupa el puesto 100 de 183 países en lo referente a apertura comercial. A pesar de ello, y al tomar en cuenta que este país ha iniciado un proceso paulatino de apertura económica, se considera que en Brasil se tiene un alto potencial de incremento de las oportunidades para los productos importados.

4.1 Medidas Arancelarias y No Arancelarias

- **Medidas Arancelarias**

El arancel promedio con el cual Brasil graba a los productos importados es de 11.5%, mientras que el de la región es de 8.2%. Sin embargo, nuestro país tiene un acuerdo comercial con Brasil (ACE 58), el cual es explicado a detalle en el punto 5.1, que posibilita que en la actualidad un número importante de productos nacionales ingresen al mercado brasileño con arancel cero.

Como ejemplo, se muestra los diez principales productos del sub sector prendas de vestir que el Perú exporta a Brasil, 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.

Cuadro 10: Arancel y participación de la exportación de confecciones a Brasil

¹⁰ Banco Mundial

Nro.	Partida	Descripción	Arancel Mundo (%)	Arancel Perú (%)	Posición Perú como proveedor	Principales competidores
1	6105100051	Camisas de punto de algodón para hombre de un solo color	35	0	2	China (33,2%), Perú (28,5%), India (15,8%)
2	6105100052	Camisas de punto de algodón para hombre de distintos colores	35	0	2	China (33,2%), Perú (28,5%), India (15,8%)
3	6109100039	Demás t-shirts de punto de algodón	35	0	2	Bangladesh (24,4%), Perú (20,4%), China (19,4%)
4	6105100049	Demás camisas de punto de algodón para hombres	35	0	2	China (33,2%), Perú (28,5%), India (15,8%)
5	6109100031	T-shirt de punto de algodón para de un solo color	35	0	2	Bangladesh (24,4%), Perú (20,4%), China (19,4%)
6	6106100031	Blusas de punto de algodón de un solo color	35	0	2	China (31,9%), Perú (18,3%), Bangladesh (17,3%)
7	6109100049	Demás t-shirts de punto de algodón para niños, niñas	35	0	2	Bangladesh (24,4%), Perú (20,4%), China (19,4%)
8	6205200000	Camisas de algodón de tejido plano para hombres	35	7	5	China (60,6%), Bangladesh (10,4%), India (8,1%)
9	6203429010	Pantalones largos, con peto de tejido plano	35	7	4	China (69,8%), Bangladesh (7,8%), Paraguay (7%)
10	6109100032	T-shirt de punto de algodón de distintos colores	35	0	2	Bangladesh (24,4%), Perú (20,4%), China (19,4%)

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

- **Medidas No Arancelarias¹¹**

A pesar de la liberalización del comercio en los últimos años exportar al mercado brasileño puede resultar difícil si no se conoce los procedimientos. Por ejemplo, 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.

¹¹ POM - Brasil

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

4.2 Otros Impuestos Aplicados al Comercio¹²

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/>

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

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

Impuesto de Importación o arancel (II)

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

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

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

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

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

Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI)

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

¹² Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores de Brasil. Guía cómo exportar a Brasil

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

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

El impuesto sobre Productos Industrializados es igual a:

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

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

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

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

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

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

Las contribuciones debidas obedecen a las siguientes fórmulas:

$$\text{PIS} = \text{Alícuota PIS} \times (\text{VA} + \text{ICMS} + \text{PIS} + \text{Cofins})$$

$$\text{Cofins} = \text{Alícuota Cofins} \times (\text{VA} + \text{ICMS} + \text{PIS} + \text{Cofins})$$

CIDE – Combustibles

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

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

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

La contribución obedece a la siguiente fórmula:

$$\text{CIDE-Combustibles} = \text{Alícuota CIDE} \times \text{Cant. del producto}$$

Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços – ICMS

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

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

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

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

Se puede calcular por medio de la siguiente fórmula:

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

O, alternativamente:

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

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

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

O, alternativamente:

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

4.3 Distribución y Transporte de Mercaderías

- **Distribución de mercancías**

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.

Desde la liberalización económica, que se inició en la década de los 90, muchos agentes y distribuidores formaron sus propias compañías de importación. Hoy en día, la mayoría de las grandes cadenas de distribución tienen sus propias agencias de importación.

- **Transporte de mercancías**

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

En 2010, por Sao Paulo ingresaron mercancías por un monto de US\$ 67,773 millones, el 37.3% del total de importaciones de Brasil. Otros estados de entrada importantes y sus participaciones fueron Río de Janeiro (9.2%), Paraná (7.7%), Río Grande do Sul (7.3%), Santa Catarina (6.6%), entre otros.

5. Oportunidades Comerciales

5.1 Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

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

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

En virtud del PLC, los márgenes de preferencia otorgados en el marco del ACE 58 van creciendo en forma progresiva hasta alcanzar el 100% (arancel cero). En ese sentido, gran parte de los productos peruanos negociados en el ACE 58 ingresan, a la fecha, con arancel cero a Brasil. Mientras que un grupo de productos comprendidos en la categoría B1, tiene actualmente 80% de preferencia y el año 2012 gozará de 100% de preferencia (arancel cero).

Cuadro 11: Programa de Liberación de Brasil a Perú

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

Bienes usados		3	-	-	-
Preferencia fija		-	-	-	-
Total ítem NALADISA (*)		6524			

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

5.2 Productos con Potencial Exportador

Se identificaron los productos potenciales exportables a este mercado a través de la metodología de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina). Para aplicar la metodología se halló la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizada de las importaciones de Brasil (del período comprendido entre los años 2007 y 2011).

Con ambas variables se forman cuadrantes que se cruzan en el origen (0,0) y de esta forma se logra clasificar a los sectores y productos. Si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella. Si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. Por otro lado, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Cuadro 12: Productos potenciales en Brasil: Sector Agrícola y Pesca BI

Partida	Descripción	Sector	Clasificación
2005700	Aceitunas preparadas, sin congelar	Agrícola	Consolidado
1404902	Tara en polvo	Agrícola	Consolidado
1211903	Orégano	Agrícola	Consolidado
0709200	Espárragos, frescos o refrigerados	Agrícola	Consolidado
2005600	Espárragos preparados o conservados	Agrícola	Consolidado
0806100	Uvas frescas	Agrícola	Prometedor
2103909	Condimentos y sazonadores	Agrícola	Prometedor
2001901	Aceitunas preparadas en vinagre	Agrícola	Prometedor
2106907	Complementos alimenticios	Agrícola	Prometedor
2008999	Frutos y partes comestibles de plantas	Agrícola	Prometedor
3037400	Caballas congeladas	Pesca	Prometedor
3074900	Jibias, globitos, calamares y potas	Pesca	Prometedor
3037500	Escualos congelados	Pesca	Prometedor

Cuadro 13: Productos potenciales en Brasil: Sector Confecciones

Partida	Descripción	Clasificación
---------	-------------	---------------

620342	Pantalones de algodón para caballeros	Estrella
620343	Pantalones de fibra sintética para caballeros	Prometedor
610510	Polo shirt de algodón	Estrella
610910	T-shirt de algodón	Estrella
620520	Camisas de algodón	Estrella
611030	Suéter de fibras sintética	Prometedor
611020	Suéter de Algodón	Estrella
620462	Pantalones largos de algodón	Prometedor
620630	Blusas de algodón	Prometedor
620530	Camisas sintéticas	Prometedor
610610	Polo shirt de algodón	Estrella
610520	Polo shirt para caballeros de fibra sintética	Estrella

Fuente: World Trade Atlas. Elaboración. PROMPERU

Como complemento a la metodología CEPAL, se ha colocado la relación de productos priorizados por el Plan de Desarrollo del Mercado de Brasil (POM de Brasil), que fue realizado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

**Cuadro 14: Productos priorizados en el POM – Brasil
Corto Plazo**

Producto	Plazo	Producto	Plazo
Aceitunas preparadas provisional	Corto	Filetes de merluza congelada	Corto
Aceitunas rellenas	Corto	Alcachofa en conservas	Corto
Espárragos frescos	Corto	Frijol canario	Corto
Demás conservas de pescado	Corto	Camisas de punto de algodón	Corto
Conservas de anchoas	Corto	Cebollas	Corto
Demás pescado congelado	Corto	Merluzas congeladas	Corto
Espárragos en conservas	Corto	Sueters, cardigans de algodón	Corto
Carmin de cochinilla	Corto	Chales, bufandas, similares	Corto
Orégano	Corto	Blusas de algodón de punto	Corto
Caballa congelada	Corto	Prendas de vestir para bebés de punto, de algodón	Corto

Fuente: POM – Brasil, MINCETUR. Elaboración PROMPERU.

**Cuadro 15: Productos
Brasil
Mediano Plazo**

Producto	Plazo
Acido bórico	Mediano
Ajos frescos	Mediano
Artículos de cerámica	Mediano
Oxido de cinc	Mediano
Placas, láminas de plástico	Mediano
Uvas frescas	Mediano
Frijoles comunes	Mediano
Locos (Concholepas)	Mediano
Aceite esencial de limón	Mediano
Conductores eléctricos de cobre	Mediano

priorizados en el POM –

Fuente: POM – Brasil, MINCETUR. 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 cuidado de la salud y la educación son sectores que se espera experimenten un fuerte crecimiento en el periodo 2000 a 2015, con incrementos de 115% y 117.0% respectivamente.

Cuadro 16: Gasto del consumidor en Brasil: 1995-2015
(Millones del real brasileño)

Rubro	2000	2005	2010	2015
Alimentos y bebidas no alcohólicas	102,744	150,279	159,112	164,812
Bebidas alcohólicas y tabaco	26,631	38,893	42,333	48,660
Prendas de vestir y calzado	49,215	77,852	83,542	84,878
Vivienda	137,311	248,004	256,028	259,998
Art. del hogar y servicios	64,826	104,216	113,406	128,520
Art. salud y servicios médicos	44,177	71,483	79,430	94,818
Transporte	72,579	118,003	134,173	153,116
Comunicaciones	60,781	97,678	104,835	119,734
Ocio y recreación	48,609	81,645	95,948	103,972
Educación	39,742	67,317	75,226	86,349
Hoteles y catering	36,743	55,767	66,614	76,657
Art. diversos y servicios	52,324	91,023	101,299	115,280
TOTAL	735,681	1,202,159	1,311,944	1,436,793

Fuente: Euromonitor

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 urbanas¹³.

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.

La diferencia entre el gasto mensual promedio de aquellos que tienen menos de un año de educación básica y los que concluyeron la secundaria disminuyó de 400% a 207% entre 2003 y 2008.

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, porque el proceso de negociación es lento. En las primeras entrevistas los brasileños evitan entregar muchos datos, hasta que se establezca una relación de confianza. 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. Contactos de Interés

GOBIERNO DE BRASIL

www.brasil.gov.br/pac/medidas-institucionais-e-economicas

BANCO CENTRAL DE BRASIL

www.bcb.gov.br

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFÍA Y ESTADÍSTICA – IBGE

www.ibge.gov.br

MERCOSUR – PORTAL OFICIAL

www.mercosur.org.uy

¹³ FITA (The Federation of International Trade Associations)

MINISTÉRIO DAS RELACOES EXTERIORESwww.mre.gov.br**MINISTERIO DE FAZENDA**www.fazenda.gov.br**MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DEL PERÚ**www.rree.gob.pe**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**9. Eventos Comerciales**

Las ferias comerciales toman cada vez mayor importancia. Los usos, gustos y preferencias pueden ser medidos y ponderados en estos eventos comerciales para así estimar una tendencia en un determinado mercado. Sao Paulo concentra los eventos comerciales de mayor importancia.

A continuación se presenta el cronograma de los próximos eventos a desarrollarse en 2011.

Cuadro 16: Calendario de eventos en Brasil 2011

Nº	Evento	Fecha	Sector	Ciudad / País
1	FIMEC Brazil	Abril 12-15	Cuero	Novo Hamburgo, Brasil
2	International Rehabilitation Show	Abril 14-17	Farmacéutico	Sao Paulo, Brasil
3	ExpoVinis Brasil	Abril 26-28	Agrícola y forestal	Sao Paulo, Brasil
4	International Security Conference & Exposition	Abril 26-28	Bienes Industriales	Sao Paulo, Brasil
5	Epicure	Abril 26-28	Agrícola y forestal	Sao Paulo, Brasil
6	Brazil Cachaca	Abril 26-28	Agrícola y forestal	Sao Paulo, Brasil
7	Agrishow Ribeirao	Mayo 2-6	Agrícola y forestal	Pernambuco
8	Brasilplast	Mayo 9-13	Plástico y plástico productos	Sao Paulo, Brasil

9	Toys Parties & Christmas Fair	Mayo 14-16	Artesanías	Sao Paulo, Brasil
10	Label Summit Latin America	Mayo 17-18	Impresión y publicación	Sao Paulo, Brasil
11	FEIMAFE	Mayo 23-26	Planta y maquinaria	Sao Paulo, Brasil
12	Qualidade	Mayo 23-26	Marina	Sao Paulo, Brasil
13	FCE Pharma	Mayo 23-26	Farmacéutico	Sao Paulo, Brasil
14	FCE Cosmetique	Mayo 24-26	Cosméticos	Sao Paulo, Brasil
15	EXPOSEC	Mayo 24-26	Electrónico y Eléctrico	Sao Paulo, Brasil
16	Hospitalar	Mayo 24-27	Farmacéutico	Sao Paulo, Brasil
17	Fispal Food Service	Junio 6-9	Agrícola y forestal	Sao Paulo, Brasil
18	Fispal Tecnologia	Junio 7-10	Agrícola y forestal	Sao Paulo, Brasil
19	ABC Franchising Expo	Junio 8-11	Servicios	Sao Paulo, Brasil
20	Brasil Offshore	Junio 14-17	Servicios	Sao Paulo, Brasil
21	Ambiental Expo	Junio 28-30	Gestión de residuos	Sao Paulo, Brasil
22	Eletrolar Show	Julio 5-8	Servicios	Sao Paulo, Brasil
23	Premiere Vision-Brazil	Julio 20-21	Textil	Sao Paulo, Brasil
24	Business Aviation in Latin America- A Vision for the Future	Agosto 12-12	Transporte y aviación	Sao Paulo, Brasil
25	Photo Image Brazil	Agosto 16-18	Medios de comunicación y publicidad	Sao Paulo, Brasil
26	CPhi South America	Agosto 24-26	Farmacéutico	Sao Paulo, Brasil
27	House & Gift Fair South America	Agosto 27-30	Artesanías	Sao Paulo, Brasil
28	IHRSA-FITNESS BRASIL Latin American Conference & Trade Show	Septiembre 1-3	Productos deportivos, juguetes y juegos	Sao Paulo, Brasil
29	Futurecom	Septiembre 12-14	Telecomunicaciones	Sao Paulo, Brasil
30	Nova Equipotel	Septiembre 12-15	Servicios	Sao Paulo, Brasil
31	Femade	Septiembre 13-16	Planta y maquinaria	Paraná, Brasil
32	Taxi Point	Septiembre 16-17	Automotriz	Sao Paulo, Brasil

33	Analítica Latin America	Septiembre 20-22	Farmacéutico	Sao Paulo, Brasil
34	Salao Inmobiliario Sao Paulo	Septiembre 22-25	Bienes raíces	Sao Paulo, Brasil
35	Casa & Decoracao Show	Septiembre 22-25	Arquitectura y diseño	Sao Paulo, Brasil
36	Expo Sindico Secovi Condominio	Septiembre 22-25	Servicios	Sao Paulo, Brasil
37	Salao Duas Rodas	Octubre 4-9	Automotriz	Sao Paulo, Brasil
38	ABAV- Fair of Americas	Octubre 19-21	Servicios	Rio De Janeiro, Brasil
39	Fenatran	Octubre 24-28	Transporte	Sao Paulo, Brasil

Fuente: Biztradeshows

10. Bibliografía

ASOCIACIÓN BRASILEIRA DE MARKETING DIRECTO

www.abemd.org.br

CÁMARA BINACIONAL DE COMERCIO E INTEGRACIÓN PERÚ Y BRASIL

www.capebras.org

CENTRE OF INTERCULTURAL COMPETENTE

www.cicb.net/Espanol

CEPAL

www.eclac.org

DOING BUSINESS

www.doingbusiness.org

ECONOMÍA Y NEGOCIOS

www.economiaynegocios.cl

EMBAJADA DEL PERÚ EN URUGUAY

EUROMONITOR

www.euromonitor.com

FONDO MONETARIO INTERNACIONAL (FMI)

www.imf.org

HUMAN DEVELOPMENT REPORT 2010

<http://hdr.undp.org/en/>

INICIATIVA PARA LA INTEGRACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA REGIONAL SUDAMERICANA

www.iirsa.org

LATINFORME

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DE BRASIL. GUÍA CÓMO EXPORTAR A BRASIL

www.itamaraty.gov.br

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DEL PERÚ

www.rree.gob.pe

POM – BRASIL

SUNAT

www.sunat.gob.pe

THE FEDERATION OF INTERNATIONAL TRADE ASSOCIATIONS (FITA)

www.fita.org

WEF (WWW.WEFORUM.ORG)

www.weforum.org

WORLD TRADE ATLAS