

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 Intercambio comercial Brasil -Mundo**
 - 3.2 Intercambio comercial Perú - Brasil**
- 4. Acceso a mercados**
 - 4.1 Barreras arancelarias**
 - 4.2 Barreras no- arancelarias**
 - 4.3 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 197 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.

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 país.

No obstante estudios especializados proyectan que este año el PBI de Brasil tendrá un repunte significativo de 3.5%, y en 2014 lo hará en 4.0%; lo cual se dará 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% anual. China, Estados Unidos y Argentina son los principales proveedores de Brasil, y en 2012 representaron 15%, 15% y 7% del total de las compras externas brasileñas, respectivamente. Por su parte el Perú explicó 0.6% del total importado.

El intercambio comercial entre el Perú y Brasil totalizó US\$ 3,867 millones en el año 2012, lo que representó un aumento de 7.8% con relación a 2011. El comercio con Brasil ha sido históricamente negativo para el Perú, y en 2012 el déficit fue de US\$ 1,053 millones.

Las ventas peruanas a Brasil se incrementaron 10.0% en promedio anual entre los años 2008 y 2012. En 2012, estas exportaciones sumaron US\$ 1,407 millones (11.0% más que en 2011) y el 71.0% correspondió a productos tradicionales (cobre, cinc, plata, derivados de petróleo).

Las exportaciones de productos no tradicionales sumaron US\$ 407 millones en 2012. Esto significó un crecimiento de 15.0% respecto al año anterior. Los sectores que más ventas tuvieron fueron químico (US\$79 millones), textil (US\$ 102 millones) y minería no metálica (US\$ 108 millones).

Sin embargo, las ventas peruanas a Brasil que más aumentan son las de productos con valor agregado, y en 2012 estas se incrementaron 15.0%. Los sectores con mayores ventas 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). A su vez, los sectores que tuvieron los incrementos más significativos, en 2012, fueron agropecuario (43.5% de variación), maderas y papeles (83.2%) y minería no metálica (106.9%).

Las exportaciones peruanas a Brasil de prendas de vestir de punto, en 2012, se incrementaron en US\$ 3 millones, con lo cual totalizaron US\$ 71 millones. Mientras que las ventas de prendas de vestir de tejido plano aumentaron US\$ 830 mil en 2012, alcanzando un valor de US\$ 8 millones. En artesanías el producto más exportado a Brasil, el año pasado, es manta de lana o pelo fino, que registró exportaciones a este mercado por US\$ 91 mil.

Las prendas de vestir de **tejido de punto** con potencial de ventas en Brasil son camisas de algodón para hombres, t-shirts y camisetas de algodón, suéter de algodón, blusas de algodón para mujeres y blusas de fibras sintéticas para mujeres. En el caso de las prendas de vestir de **tejido plano** las oportunidades se centran en camisas de algodón para hombres, abrigos capas

de fibras sintéticas para mujeres, blusas de algodón para mujeres, blusas de fibras sintéticas para mujeres, abrigos capas de fibras sintéticas para hombres.

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.

No obstante estudios especializados proyectan que este año el PBI de Brasil tendrá un repunte significativo de 3.5%, y en 2014 lo hará en 4.0%; lo cual se dará por la puesta en marcha de proyectos de infraestructura y el aumento moderado del consumo privado².

Cuadro N°1

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

Sin embargo, se debe considerar que existen factores internos capaces de impedir que la economía brasileña obtenga el rendimiento que se esperan, como el aumento de la inflación, agotamiento del modelo de crecimiento actual, crecimiento del crédito público, intervencionismo del gobierno.

Se proyecta que las presiones inflacionarias del país no disminuyan éste año, pese a la gestión del gobierno en recortes fiscales y precios regulados. La inflación se situará alrededor del 6.5% en el primer semestre del año 2013 y luego retrocederá hasta un 5.6% al final del año³.

El gobierno de Brasil se enfrenta a un dilema respecto al tipo de cambio: impulsar la competitividad con la depreciación de la moneda local, el Real, o reducir las presiones inflacionarias con la apreciación del Real. El año pasado el gobierno se centró en depreciar el Real hasta situarlo dentro de la banda de 2.0 – 2.1 por dólar. Sin embargo, la reciente inquietud por la inflación ha provocado la adopción de medidas a favor de una apreciación moderada del Real. Se espera que el tipo continúe en torno al 2.0 Reales por Dólar; sin embargo se considera muy improbable que se produzca una apreciación fuerte.

3. Comercio exterior de bienes y servicios

3.1 Intercambio comercial Brasil - Mundo

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

¹ BBVA Research

² Business Monitor

³ BBVA Research

Las importaciones de Brasil, en el último quinquenio, se incrementaron en promedio 5% anual. China, Estados Unidos y Argentina son los principales proveedores de Brasil, y en 2012 representaron 15%, 15% y 7% del total de las compras externas brasileñas, respectivamente. Por su parte el Perú subió dos puestos en el ranking de abastecedores de este mercado en 2012, del 33 al 31 y explicó 0.6% del total importado.

Cuadro N°2

Intercambio Comercial Brasil-Mundo (millones US\$)							
Indicadores	2008	2009	2010	2011	2012	Var.% 12/11	Var. % Prom Anual
Exportaciones	197,942	152,995	201,915	256,040	242,580	-5.3	4%
Importaciones	173,197	127,647	181,649	226,243	223,149	-1.4	5%
Balanza Comercial	24,746	25,347	20,267	29,796	19,431	-	-
Intercambio	371,139	280,642	383,564	482,283	465,729	-3.4	5%

Fuente: Global Trade Atlas.

3.2 Intercambio comercial Perú – Brasil

El intercambio comercial entre el Perú y Brasil totalizó US\$ 3,867 millones en el año 2012, lo que representó un aumento de 7.8% con relación a 2011. Mientras las ventas peruanas a Brasil se incrementaron 10.0% en promedio anual en los últimos cinco años, las adquisiciones peruanas desde el Brasil lo hicieron en 1.6%.

Cabe señalar que el comercio con Brasil ha sido históricamente negativo para el Perú, y en 2012 el déficit fue de US\$ 1,053 millones.

Cuadro N°3

Balanza Comercial Perú-Brasil (millones US\$)							
Indicadores	2008	2009	2010	2011	2012	Var. % 12/11	Var. % Prom Anual
Exportaciones	874	508	950	1,268	1,407	11.0	10.0%
Importaciones	2,275	1,594	2,074	2,318	2,460	6.1	1.6%
Balanza Comercial	-1,401	-1,086	-1,124	-1,050	-1,053	-	-
Intercambio	3,148	2,102	3,023	3,585	3,867	7.8	4.2%

Fuente: SUNAT.

Las exportaciones peruanas a Brasil sumaron US\$ 1,407 millones el año 2012, con lo cual se incrementaron 11.0% respecto al año anterior. La mayor parte de las ventas peruanas a Brasil son de productos tradicionales, y en 2012 este tipo de productos explicó el 71%. Cobre (US\$ 446 millones), zinc (US\$ 179 millones), plata (US\$ 59 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 son las de productos con valor agregado, y en 2012 estas exportaciones se incrementaron 15.0%. 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). A su vez, los sectores que tuvieron los incrementos más significativos, en 2012

respecto al año anterior, fueron agropecuario (43.5% de variación), maderas y papeles (83.2%) y minería no metálica (106.9%).

Dentro de los principales productos del sector confecciones exportados a Brasil tenemos, camisas de punto de algodón para hombres de un solo color (US\$ 9 millones), camisas de punto de algodón para hombres de distintos colores (US\$ 8 millones), t-shirt de algodón para hombre o mujer de un solo color (US\$ 7 millones), demás t-shirts de algodón para hombres o mujeres (US\$ 3 millones), camisas de algodón para hombres o niños (US\$ 3 millones), demás camisas de punto de algodón con cuello y abertura delantera parcial para hombres (US\$ 3 millones), camisas y blusas para mujeres o niñas con cuello y abertura delantera parcial de un solo color (US\$ 3 millones), pantalones largos y pantalones con peto (US\$ 2 millones).

Cuadro Nº 4

Exportaciones peruanas a Brasil por sectores (millones US\$)			
SECTOR	2011	2012	Var.% 2012/2011
TRADICIONAL	914	999	9.4
Mineros	733	685	-6.6
Cobre	517	446	-13.7
Hierro	0	0	--
Plata	78	59	-24.6
Plomo	5	1	-87.6
Zinc	130	179	37.3
Oro	0	0	--
Estaño	3	0	-100.0
Resto	0	0	--
Pesquero	1	1	-16.7
Harina de pescado	1	0	-100.0
Aceite de pescado	0	1	816.7
Petróleo y Gas Natural	180	314	74.9
Petróleo en Crudo	0	0	--
Petróleo Derivados	180	314	74.9
Gas Natural	0	0	--
Agrícolas	0	0	--
Algodón	0	0	--
Azúcar	0	0	--
Café	0	0	--
Resto	0	0	--
NO TRADICIONAL	354	407	15.0
Agropecuario	40	58	43.5
Textil	103	102	-1.1
Pesquero	14	12	-16.6
Químico	82	79	-4.0
Metal-Mecánico	12	13	4.8
Sidero-Metalúrgico	41	21	-48.8
Minería No Metálica	52	108	106.9
Artesanías	0	0	--
Maderas y Papeles	5	9	83.2
Pieles y Cueros	0	0	--
Varios (incl.Joyería)	4	5	52.1
TOTAL	1268	1407	11.0

Fuente: SUNAT

Elaboración: PromPerú

Cuadro N°5

Exportaciones peruanas a Brasil por línea de producto (En millones de dólares)					
Línea / producto	2010	2011	2012	Var % 2012/2011	Var % 2012/2010
Confecciones de punto	36	68	71	3.7	95.8
Polo shirt de algodón para hombres o niños	19	31	34	8.5	80.5
T-shirts de algodón	9	19	19	1.6	112.7
Polo shirt de algodón para mujeres o niñas	4	7	7	3.1	62.2
Resto	4	11	11	-5.3	162.4
Confecciones tejido plano	3	7	8	11.5	141.8
Camisas de algodón para hombres o niños	1	3	3	2.2	168.9
Pantalones y shorts de algodón, para hombres o niños	1	3	3	7.6	142.5
Blusas de algodón para mujeres o niñas	0.2	0.8	1.2	55.9	556.5
Resto	0.7	0.3	0.5	35.5	-30.5
Artesanía	1	3	2	-43.8	43.4
Las demás mantas de lana o pelo fino (excepto las eléctricas)	0.075	0.056	0.091	61.1	20.6
Estatuillas y demás objetos de adorno de madera	0.003	0.010	0.019	94.9	579.5
Las demás estatuillas y demás artículos para adornos de cerámica (exc.porcelana)	0.006	0.013	0.018	45.6	228.5
Resto	0.979	2.636	1.397	-47.0	42.6
Joyería	0.012				-100.0
De plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso	0.012				-100.0

Fuente: SUNAT: Elaboración: PROMPERU.

Las confecciones de punto incrementaron exportaciones a Brasil en US\$ 3 millones en 2012, sumando exportaciones por un valor de US\$ 71 millones. Los productos que explican éste crecimiento fueron camisas de algodón para hombres o niños al incrementar ventas en US\$ 3 millones y, t-shirts y camisetas de algodón al aumentarlas en US\$ 312 mil.

En el caso de las confecciones de tejido plano, los envíos a Brasil se crecieron en US\$ 830 mil en 2012, y sumaron US\$ 8 millones. El producto que tuvo el mayor incremento de exportaciones al mercado brasileño fue camisas y blusas de algodón para mujeres o niñas, al aumentar en US\$ 433 mil; y le siguieron pantalones y shorts de algodón para hombres o niños (US\$ 204 mil adicionales de exportaciones) y vestidos de algodón para mujeres o niñas (US\$ 134 mil).

En artesanías el producto más exportado a Brasil es mantas de lana o pelo fino, que registró exportaciones a este mercado por US\$ 91 mil 2012.

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%. Como ejemplo, se muestra los 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 N° 6

Aranceles en Brasil a principales productos peruanos				
Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Competidores Arancel que pagan
610510	Camisas de algodón para hombre de distintos colores, a rayas	35	0.0	China (35%), India (35%)
610910	Los demás t-shirts de algodón, para hombres o mujeres	35	0.0	Bangladesh (35%), China (35%)
620520	Camisas para hombres o niños, de algodón	35	0.0	China (35%), Bangladesh (35%), India (35%)
610610	Camisa y blusas de algodón para mujeres y niñas de un solo color	35	0.0	China (35%), Bangladesh (35%)
620342	Pantalones largos y pantalones con peto	35	0.0	China (35%), Bangladesh (35%), Paraguay (0%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERU

Los principales productos peruanos del sector de confecciones tienen un arancel preferencial del 0%. El país competidor que tiene la misma preferencia es Chile. Los demás países deben pagar el arancel de aduanas del 35% si desean ingresar a este mercado. Se puede observar que la mayoría de proveedores son países asiáticos con los cuales Brasil no tiene firmado un acuerdo comercial, la excepción es la India, país con el cual tiene un Acuerdo de Alcance Parcial pero no incluye las prendas de vestir.

⁴Banco Mundial

Cuadro Nº 7

Artesanías-Aranceles en Brasil a principales productos peruanos				
Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Competidores
630120	Mantas de lana o pelo fino (excepto las eléctricas)	35	0	Italia (35%) India (35%) Reino Unido (35%)
442010	Estatuillas y demás objetos de adorno de madera	14	0	China (14%) India (14%) Indonesia (14%)
691390	Las demás estatuillas y demás artículos para adornos de cerámica (exc.porcelana)	20	0	China (20%) Vietnam (20%) Hong Kong (20%)
630190	Las demás mantas	35	0	China (35%) India (35%) Alemania (35%)
96020090	Las demás materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas, y manufacturas de estas materias	18	0	China (18%) EE.UU (18%) México (18%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERU

Los principales productos peruanos del sector de artesanías tienen un arancel preferencial del 0% para ingresar a Brasil. Todos los principales proveedores de estos productos deben pagar el arancel de aduanas que está entre 14% y 35% si desean ingresar al mercado.

Cuadro Nº 8

Joyería - Aranceles en Brasil a principales productos peruanos				
Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Competidores
711311	De plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso	18	0	Italia (18%) Tailandia (18%) EE.UU (18%)
711319	De los demás metales preciosos incluso revestidos o chapados	18	0	EE.UU (18%) Italia (18%) Suiza (18%)

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERU

Por último, los principales productos peruanos del sector de joyería tienen un arancel preferencial del 0%. Los principales proveedores de estos productos deben pagar el arancel de aduanas del 18% si desean ingresar al mercado.

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 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 son: Sao Pulo (34.9%), Rio de Janeiro (9.2%), Paraná (8.7%), Rio 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%), Rio Grande Do Sul (17.5%), Minas Gerais (16.0%), Sao Paulo (14.8%). Para el caso de las exportaciones peruanas de confecciones, los principales puertos de desembarque fueron Sao Paulo (61.7%), Santa Catarina (16.4%) y Espirito Santo (5.4%). Las artesanías principalmente en Santa Catarina (47.9%), Sao Paulo (35.9%) y Minas Gerais (8.9%).

5. Oportunidades comerciales

Brasil es un mercado de 197 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.

A continuación se presenta una lista de productos peruanos potenciales, del sector confecciones de punto, confecciones de tejido plano, artesanías y joyería, para la exportación hacia Brasil.

Cuadro Nº 9

Productos potenciales en Brasil					
Sector Confecciones de Punto					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Brasil (2012) En miles de US\$	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 y artículos 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 la línea de confecciones de punto, dentro de los productos denominados estrellas (aumento y participación importante en importaciones brasileñas) tenemos las camisas para hombres o niños; t-shirts y camisetas; suéteres (jerseys), «pullovers», cardiganes, chalecos y artículos similares; y, las camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas. Los aranceles de ingreso para el caso del Perú corresponden a 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 Brazil (2012) En miles de US\$	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 denominados estrellas (aumento y participación importante en importaciones brasileñas) tenemos camisas para hombres o niños; las camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas; y; los vestidos. Los aranceles de ingreso para el caso del Perú corresponden a 0%, mientras que otros proveedores como China, Bangladesh y la India deben pagar aranceles de 35%.

Cuadro Nº 11

Productos potenciales en Brasil

Sector Artesanías

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%)
691200	Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana.	Prometedor	34,253	0	China (20%) Hong Kong (20%) Portugal (20%)
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%)

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

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 el 4% y el 26% si desean ingresar al mercado. En el caso 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 9

Productos potenciales en Brasil

Sector Artesanías

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones		Competidores
			Brasil (2012) En miles de US\$	Arancel Perú (%)	
711311	Joyería de plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué)	Prometedor	8,221	0	Italia (18%) Tailandia (18%) EE.UU (18%)
711319	Joyería de los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaqué)	Consolidado	23,511	0	EE.UU (18%) Italia (18%) Suiza (18%)

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

6. Tendencias del consumidor

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.

Aunque la moda tiene diversos medios para obtener y compartir las últimas novedades y tendencias, incluyendo el Internet y revistas, la televisión es, por lejos, el más influyente de todos los medios, en particular entre los consumidores de menores ingresos. El vestido que aparece en las telenovelas suelen ser las modas que se presentarán en la próxima temporada, y para muchos consumidores se convierten en una fuente de inspiración para los estilos de ropa.

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.

Por una serie de razones, incluyendo el presupuesto de los hogares y la conciencia ambiental, algunos consumidores frecuentan tiendas de ropa de segunda mano. Los consumidores preocupados por la sostenibilidad buscan ropa hecha de *kombucha*, una tela hecha de materiales reciclados. En general, sin embargo, la compra de ropa de segunda mano no es tan popular. Gracias a su mayor poder adquisitivo, más consumidores prefieren recibir las últimas ofertas en las tiendas al por menor en lugar de pasar por un proceso de selección de artículos de segunda.

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

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

Cuadro N° 9

Acuerdos Comerciales		
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 N° 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)

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.

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