

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015



Guía de Mercado
Brasil
Industria de la Moda
y Decoración

prom
perú

CONTENIDO

1. Resumen Ejecutivo	3
2. Información General	4
3. Situación Económica y de Coyuntura.....	4
3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	4
3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos	5
3.3 Nivel de Competitividad	5
4. Comercio Exterior de bienes y servicios	6
4.1 Intercambio Comercial Brasil–Mundo	6
4.3 Intercambio Comercial Perú – Brasil.....	6
5. Acceso al Mercado	8
5.1 Medidas Arancelarias y No Arancelarias	9
Medidas arancelarias	9
Medidas no arancelarias	10
6. Oportunidades Comerciales	11
7. Tendencias del Consumidor.....	13
8. Cultura de Negocios	14
9. Links de Interés	14
10. Eventos Comerciales.....	15
11. Bibliografía.....	15

1. Resumen ejecutivo

Brasil es un mercado de 204 millones de consumidores y ocupa el séptimo lugar entre las economías mundiales con un PBI de US\$ 2 244 miles de millones, es decir 11 veces la economía peruana en 2014. Además, representa el 39,6% del PBI y el 34.1% de la población de América latina.

La economía brasileña creció 0,3% en 2014. Se proyecta que este crecimiento sea mayor en 2015 (1,4%) impulsado por el sector servicios, la minería, las manufacturas diversas y el gasto público; asimismo por el consumo de la clase media, que representó el 60% de los consumidores en 2014.

Las importaciones de Brasil, en el último quinquenio, se incrementaron en promedio 6,2% anual. China, Estados Unidos y Argentina son los principales proveedores de Brasil, y en 2014 representaron 16%, 15% y 6% del total de las compras externas brasileñas, respectivamente. Por su parte el Perú explicó 0,8% del total importado.

El comercio entre el Perú y Brasil pasó de US\$ 3 023 millones a US\$ 3 500 millones entre 2010 y 2014, es decir 3,7% de variación en promedio anual. Mientras las ventas peruanas a Brasil se incrementaron 13,8% en promedio cada año en el último quinquenio, las adquisiciones peruanas desde Brasil descendieron 2,1%. Este comercio ha sido históricamente negativo para el Perú, y en 2014 el déficit fue de US\$ 315 millones.

Las exportaciones peruanas a Brasil sumaron US\$ 1 593 millones en 2013, y registró una variación de -9,4% respecto al año anterior. La mayor parte de las ventas peruanas a Brasil son productos tradicionales (69% del total en 2014). El cobre (US\$ 521 millones), zinc (US\$ 130 millones), plata (US\$ 43 millones) y derivados de petróleo (US\$ 395 millones) fueron los productos tradicionales más exportados el año pasado.

Sin embargo, las ventas peruanas a Brasil que más aumentan son las de productos con valor agregado, y en 2014 estas exportaciones tuvieron una variación interanual de 18,8%. Los sectores con mayores valores de venta fueron textil (US\$ 119 millones), minería no metálica (US\$ 95 millones), químico (US\$ 85 millones) y agropecuario (US\$ 81 millones). Mientras que los con incrementos más significativos fueron de sidero metalúrgico (268,1%), agropecuario (49,1%) y químico (34,8%).

Entre las confecciones peruanas de tejido plano destacan por su potencial de ventas a Brasil: blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas, artificiales; pantalones y shorts de algodón para mujeres; camisas de algodón para hombres, vestidos de fibras sintéticas y, pantalones y shorts de fibras sintéticas para mujeres. Mientras que en tejido de punto sobresalen blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas; sueters, cardiganes, chalecos de fibras sintéticas, artificiales; camisetas de punto de demás materiales; y calzoncillos de fibras sintéticas.

En el caso de decoración y joyería, los productos peruanos con posibilidades de exportación a Brasil son demás bordados de fibras sintéticas, artificiales; cuadros, pinturas y dibujos hechos a mano; visillos, cortinas de fibras sintéticas; además de joyería de plata.

2. Información General

La República Federal de Brasil, el país de mayor extensión de Sudamérica con una superficie de 8 514 877 kilómetros cuadrados, se encuentra delimitado por todos los países del subcontinente a excepción de Chile y Ecuador, y sus costas son bañadas por el Océano Atlántico.



Brasil es miembro del Mercado Común del Sur (Mercosur), de la Organización de la Naciones Unidas (ONU), la Organización de Estados Americanos (OEA), la Unión de Naciones Sudamericanas (Unasur) y del grupo de potencias económicas emergentes (G5).

Se encuentra dividido en cinco regiones denominadas unidades federales región centro-oeste, región nordeste, región norte, región sudeste y región sur; que a su vez, se subdivide en veintisiete estados.

A nivel mundial, es el sexto país más poblado por detrás de China, India, Estados Unidos, Indonesia y Pakistán, al tener 204 millones de habitantes¹. Las regiones metropolitanas más pobladas son Sao Paulo (20,9 millones de habitantes), Rio de Janeiro (11,9 millones), Belo Horizonte (5,7 millones) y Porto Alegre (4,1 millones).

3. Situación económica y de coyuntura

3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Se espera que el PBI real crezca en 1,4% en 2015, en gran medida impulsado por el sector servicios, la minería, las manufacturas diversas y el gasto público.

Cuadro N° 01

Brasil: Evolución de los Indicadores Macroeconómicos					
Indicadores Económicos	2011	2012	2013	2014p	2015p
Crecimiento real del PBI (%)	2,7	1,0	2,5	0,3	1,4
PBI per cápita (US\$)	14 267	14 537	14 987	15 153	15 519
Tasa de inflación (%)	6,6	5,4	6,2	6,3	5,9
Tasa de desempleo (%)	6,0	5,5	5,4	5,5	6,1

Fuente: International Monetary Fund (IFM).

¹ Banco Mundial (BM)

La economía brasileña continúa creciendo a pesar de la disminución de la confianza y de la inversión. Sin embargo, la clase media emergente, la cual explicó el 60% de la población en 2014 según Euromonitor Internacional, y un conjunto de medidas adoptadas por el Estado (gasto público, política monetaria que brinda mayor acceso a crédito) están ayudando a impulsar la economía.

3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos²

El sector agrícola emplea 15,6% de la fuerza de trabajo. Se espera que la producción del café disminuya significativamente entre el 2014 y 2015 debido a la sequía. Brasil domina los mercados mundiales de azúcar, café y jugo de naranja, y compite con los Estados Unidos por ser el exportador más importante de soya del mundo. Sin embargo, los precios crecientes del trabajo y la tierra han empujado hacia arriba los costos de producción para muchos agro-procesadores.

El sector manufacturero explica 13,1% del PBI y emplea 14,1% de la mano de obra. Los fabricantes más importantes de Brasil incluyen a productores de automóviles, electrodomésticos, computadoras, software e industrias pesadas. La industria de automóvil explica un quinto de la base industrial. El sector servicios representa 69,3% del PBI. Se espera que el turismo haya crecido en 27,8% para el 2014, según las últimas proyecciones.

Brasilia ha lanzado un programa de cuatro años para invertir más de US\$ 500 mil millones en logística, incluyendo transporte, energía y el desarrollo social. Cabe mencionar que Brasil tiene una abundancia en depósitos de minerales (por ejemplo, bauxita, hierro, manganeso, cromo, plomo, zinc, tungsteno y níquel) y es el exportador más grande del mundo en hierro.

3.3 Nivel de Competitividad

Brasil se encuentra en la posición 120 de 189 economías analizadas en el ranking de facilidad para hacer negocios de 2015; y de esta manera mejoró dos posiciones respecto al año anterior, debido principalmente a los avances en comercio transfronterizo (subió 3 posiciones) y cierre de una empresa (subió 5 posiciones).

Cuadro N° 02
Ranking de Facilidad para hacer negocios 2015

Criterios	Brasil	Ecuador	Perú	Colombia	Venezuela	Bolivia	Panamá
Facilidad de hacer negocios	120	115	35	34	182	157	52
Apertura de un negocio	167	165	89	84	182	171	38
Manejo de permiso de construcción	174	59	87	61	152	129	63
Acceso a electricidad	19	120	86	92	155	127	29
Registro de propiedades	138	80	26	42	102	130	61
Obtención de crédito	89	89	12	2	104	116	17

² Euromonitor International

Protección de los inversores	35	117	40	10	178	160	76
Pago de impuestos	177	138	57	146	188	189	166
Comercio transfronterizo	123	114	55	93	176	125	9
Cumplimiento de contratos	118	88	100	168	79	111	84
Cierre de una empresa	55	151	76	30	165	96	132

Fuente: Doing Business 2015. Banco Mundial

Elaboración PROMPERÚ

4. Comercio exterior de bienes y servicios

4.1 Intercambio comercial de bienes Brasil – Mundo

El comercio de bienes de Brasil con el mundo, en 2014, fue US\$ 454 miles de millones, es decir 5,8% menos que el año anterior. Esto se dio por la disminución de las exportaciones en 7,0% y de las importaciones en 4,6%. Asimismo, Brasil registró un déficit comercial de US\$ 4 mil millones en 2014.

Cuadro N° 03

Intercambio comercial de bienes Brasil– Mundo (miles de millones de US\$)							
Indicadores	2009	2010	2011	2012	2014	Var % Prom 2014/2009	Var % 2014/2013
Exportaciones	197	256	243	242	225	3.4	-7.0
Importaciones	180	226	223	240	229	6.2	-4.6
Balanza Comercial	17	30	19	3	-4		
Intercambio Comercial	378	482	466	482	454	4.7	-5.8

Fuente: Trademap. Elaboración PROMPERÚ

Las importaciones de Brasil, en el último quinquenio, se incrementaron en promedio 6,2% anual. China, Estados Unidos y Argentina son los principales proveedores de Brasil, y en 2014 representaron 16%, 15% y 6% del total de las compras externas brasileñas, respectivamente. Por su parte el Perú descendió dos puestos en el ranking de abastecedores de este mercado en 2014, del 27 al 29 y explicó 0,8% del total importado.

4.2 Intercambio comercial Perú – Brasil

El intercambio comercial entre el Perú y Brasil totalizó US\$ 3 500 millones en 2014, lo que representó una disminución de 12,1% con relación a 2013.

Mientras las ventas peruanas a Brasil se incrementaron 13,8% en promedio anual en los últimos cinco años, las adquisiciones peruanas desde el Brasil descendieron en 2,1%. Cabe señalar que el comercio con Brasil ha sido históricamente negativo para el Perú, y en 2014 el déficit fue de US\$ 315 millones.

Cuadro N° 04

Intercambio Comercial de bienes: Perú-Brasil (US\$ Millones)							
Indicadores	2010	2011	2012	2013	2014	Var. % Prom. 14/10	Var.% 14/13
Exportaciones del Perú a Brasil	950	1 263	1 405	1 757	1 593	13.8	-9.4
Importaciones del Perú desde Brasil	2 074	2 318	2 460	2 227	1 908	-2.1	-14.3
Balanza Comercial	-1 124	-1 054	-1 055	- 470	- 315		
Intercambio Comercial	3 023	3 581	3 865	3 984	3 500	3.7	-12.1

Fuente: SUNAT.

Las exportaciones peruanas a Brasil sumaron US\$ 1 593 millones en 2013, y registró una variación de -9,4% respecto al año anterior. La mayor parte de las ventas peruanas a Brasil son productos tradicionales, y estos explicaron el 69% de los envíos hacia este mercado el 2014. El cobre (US\$ 521 millones), zinc (US\$ 130 millones), plata (US\$ 43 millones) y derivados de petróleo (US\$ 395 millones) fueron los productos tradicionales más exportados el año pasado.

Sin embargo, las ventas peruanas a Brasil que más aumentan son las de productos con valor agregado, y en 2014 estas exportaciones se incrementaron en 18,8%, respecto al año anterior. Los sectores con mayores valores de venta fueron textil (US\$ 119 millones), minería no metálica (US\$ 95 millones), químico (US\$ 85 millones) y agropecuario (US\$ 81 millones). A su vez, los sectores que tuvieron los incrementos más significativos fueron el sidero metalúrgico (+268,1%), agropecuario (+49,1%) y químico (+34,8%).

Cuadro N° 05

Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Millones)			
SECTOR	2013	2014	Var.% 14/13
TRADICIONAL	1 346	1 104	-18.0
Minero	846	706	-16.5
Cobre	594	521	-12.2
Plata	81	43	-46.5
Zinc	147	130	-11.1
Plomo	24	11	-55.2
Otros	1	1	13.2
Pesquero	2	3	30.8
Harina De Pescado	0	0	475.0
Aceite De Pescado	2	3	22.2
Petróleo Y Gas Natural	498	395	-20.7
Petróleo, Derivados	498	395	-20.7
NO TRADICIONAL	411	489	18.8
Agropecuario	54	81	49.1

Textil	104	119	15.0
Pesquero	29	22	-23.5
Químico	63	85	34.8
Metal-Mecánico	9	8	-11.6
Sidero-Metalúrgico	16	58	268.1
Minería No Metálica	113	95	-16.2
Maderas Y Papeles	17	14	-20.7
Varios (Inc. joyería)	7	8	13.8
TOTAL GENERAL	1 757	1 593	-9.4

Fuente: Sunat Elaboración: PromPerú

Entre los principales productos del sector confecciones exportados a Brasil tenemos además t-shirts de punto de algodón para hombres y mujeres (US\$ 21 millones), camisas de punto para hombres de un color (US\$ 13 millones), demás camisas de punto de algodón para hombres (US\$ 8 millones), camisas de punto de algodón para hombres de distintos colores (US\$ 8 millones) y t shirts de punto de algodón para hombres y mujeres de un color (US\$ 6 millones).

Cuadro N° 06

Principales productos no tradicionales exportados a Brasil (US\$ Millones)									
Partida	Descripción	2010	2011	2012	2013	2014	Var. % Prom. 14/10	Var.% 14/13	% Part. 2014
2510100000	Fosfatos de calcio naturales	17	48	92	107	86	51.0	-19.1	17.7
7408110000	Alambre de cobre refinado con la mayor dimensión	29	15	4	1	41	9.2	3446.0	8.3
2005700000	Aceitunas preparadas o conservadas sin congelar	24	16	20	15	28	3.5	90.2	5.7
6109100039	T-shirts de algodón, para hombres o mujeres	4	8	7	16	21	55.4	31.4	4.2
3920209000	Placas, laminas hojas y tiras de los demás metales	3	6	20	14	15	46.0	4.1	3.1
6105100051	Camisas de punto para hombres y niños	6	9	11	9	13	19.8	44.2	2.7
5503309000	Fibras sintéticas discontinuas	2	1	1	2	11	47.9	379.0	2.2
2815120000	Hidróxido de sodio en disolución acuosa	5	8	7	12	10	16.0	-19.6	2.0
2207100000	Alcohol etílico sin desnaturalizar	-	-	-	-	10	-	-	2.0
9619009000	Artículos similares a los pañales para bebés	-	-	4	9	9	-	-2.1	1.9
	Resto	168	243	243	226	246	10.1	8.9	50.3
TOTAL		258	354	409	411	489	17.3	18.8	100.0

Fuente: Sunat Elaboración: PromPerú

5. Acceso a mercados

Brasil se caracteriza por tener un mercado poco abierto al comercio³, y ocupa el puesto 123 entre 189 países en lo referente a apertura comercial. Sin embargo, se debe considerar que este país

³ Banco Mundial

ha iniciado un proceso paulatino de apertura, y que brinda importantes oportunidades de exportación.

5.1 Medidas arancelarias y no arancelarias

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 2013 se cumplió el programa de desgravación previsto en este acuerdo para los mercados de Argentina y Brasil.

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 no tradicionales 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 los productos peruanos en el marco del ACE 58.

Cuadro N° 07

Brasil: Preferencias arancelarias para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part. 2014)	Arancel NMF	Arancel preferencial Perú
1	2510100000	Fosfatos de calcio naturales	1	Marruecos (33%) Israel (4%) Senegal (2%)	0%	0%
2	7408110000	Alambre de cobre refinado con la mayor dimensión	7	Chile (94%) Bélgica (5%) Alemania (1%)	10%	10%
3	2005700000	Aceitunas preparadas o conservadas sin congelar	2	Argentina (75%) España (11%) Portugal (1%)	14%	0%
4	6109100039	T-shirts de algodón, para hombres o mujeres	1	Bangladesh (25%) China (17%) India (7%)	35%	0%
5	3920209000	Placas, laminas hojas y tiras de los demás metales	1	Uruguay (10%) Estados Unidos (9%) Alemania (8%)	2%	0%
6	6105100051	Camisas de punto para hombres y niños	2	China (38%) Bangladesh (10%) India (8%)	35%	0%
7	5503309000	Fibras sintéticas discontinuas	1	Portugal (25%) Alemania (14%) Japón (3%)	18%	0%
8	2815120000	Hidróxido de sodio en disolución acuosa	2	Estados Unidos (93%) Argentina (3%) Corea (1%)	-	0%
9	2207100000	Alcohol etílico sin desnaturalizar	32	Estados Unidos (97%) Jamaica (2%) Alemania (1%)	0%	0%

10	9619009000	Artículos similares a los pañales para bebés	3	México (23%) Japón (18%) Estados Unidos (12%)	16%	0%
----	------------	--	---	---	-----	----

Fuente: TradeMap Elaboración: PromPerú

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, deberán ser dadas al SISCOMEX 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. Estas licencias 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.

La responsabilidad de elaborar normas de carácter voluntario como ISO, ha sido asignada a la Asociación Brasileña de Normas Técnicas -ABNT.

Por otro lado, en cuanto a los requisitos de etiquetado de los productos textiles, tenemos que en Brasil el etiquetado es controlado por la resolución No. 2, 06/05/2008, aprobada por el Reglamento Técnico. Sobre Etiquetado Textil. La entidad pública que está a cargo es el INMETRO. Es necesario que conste:

- Indicación del fabricante o importador del producto sin abreviaturas
 - Nombre o razón social e identificación fiscal del fabricante.
 - Nombre o razón social del fabricante o importador
- País de origen
 - No se acepta descripción de bloques económicos
- Composición exacta de la tela o fibra:
 - Composición del producto textil en masa como un porcentaje.
- La indicación del país de origen del producto
- Información del cuidado de la prenda:
 - Sobre la conservación de lavado, blanqueado, secado, planchado y limpieza profesional.
- Indicación de tamaño:
 - Tamaño de la pantalla



La simbología de la información de cuidado de prenda se presenta en la siguiente forma:

-  Modo de Lavagem = Modo de lavado
-  Alvejamento a base de Cloro = Utilizar Cloro
-  Secagem = Secado a maquina
-  Passadoria a Ferro = Planchado
-  Secagem a Seco = Secado a seco

Observaciones:

- ✓ La forma de retención puede estar en la forma de texto, símbolos o textos símbolos
- ✓ Las letras deben ser de al menos 2 mm de altura.
- ✓ Los símbolos serán 4 x 4 mm de tamaño.

6. Oportunidades comerciales

A continuación se presenta una lista de productos peruanos de los sectores de confecciones de punto, confecciones de tejido plano, decoración y joyería con potencial de ventas en Brasil.

Entre los productos de tejido plano destacan blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas, artificiales; pantalones y shorts de algodón para mujeres; camisas de algodón para hombres, vestidos de fibras sintéticas y, pantalones y shorts de fibras sintéticas para mujeres. Mientras que en tejido de punto sobresalieron blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas; sueters, cardiganes, chalecos de fibras sintéticas, artificiales; camisetas de punto de demás materiales; y calzoncillos de fibras sintéticas.

Cuadro N° 08

Sector Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2014 (Millones US\$)	Arancel Perú	Arancel Competidores -2014
620640	Blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	158	0%	China (35%) India (35%) Indonesia (35%)
620462	Pantalones, shorts de algodón para mujeres	Estrella	121	0%	China (35%) Bangladesh (35%) Turquía (35%)
620520	Camisas de algodón, para hombres o niños	Estrella	106	0%	China (35%) Bangladesh (35%) India (35%)
610620	Blusas, y blusas camiseras de punto de fibra sintética.	Estrella	99	0%	China (35%) Vietnam (35%) Hong Kong (35%)
611030	Suéteres, pullovers, cardiganes, chalecos, similares de fibras sintéticas, artificiales	Estrella	93	0%	China (35%) Bangladesh (35%)

610990	Camisetas de punto de las demás materias textiles.	Estrella	89	0%	Hong Kong (35%) China (35%) Tailandia (35%) Vietnam (35%)
620443	Vestidos de fibras sintéticas para mujeres o niñas	Estrella	55	0%	China (35%) India (35%) España (35%)
620463	Pantalones, shorts de fibras sintéticas para mujeres	Estrella	50	0%	China (35%) Vietnam (35%) España (35%)
610712	Calzoncillos, de punto, para hombres o niños, de fibras sintéticas	Estrella	38	0%	China (35%) Argentina (35%) Hong Kong (35%)
621050	Demás prendas de vestir para mujeres o niñas.	Estrella	37	0%	China (35%) Turquía (35%) Vietnam (35%)

Fuente: TradeMap Elaboración: PromPerú

En el caso de decoración y joyería, los productos peruanos con posibilidades de exportación a Brasil son demás bordados de fibras sintéticas, artificiales; cuadros, pinturas y dibujos hechos a mano; visillos, cortinas de fibras sintéticas; además, joyería de plata.

Cuadro N° 09

Sector Decoración					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2014 (Millones US\$)	Arancel Perú	Arancel Competidores - 2013
581092	Demás bordados, de fibras sintéticas o artificiales.	Estrella	53	0%	China (26%) Corea (26%) Tailandia (26%)
970110	Cuadros, pinturas y dibujos hechos totalmente a mano	Estrella	42	0%	Estados Unidos (4%) Reino Unido (4%) Chipre (4%)
630392	Visillos, cortinas, guardamalletas y doseles, fibra sintética	Estrella	29	0%	China (35%) India (35%) Corea (35%)
570500	Demás alfombras y revestimientos para el suelo de materias textiles	Estrella	20	0%	China (35%) India (35%) Corea (35%)
940360	Demás muebles de madera	Estrella	19	0%	China (18%) España (18%) Italia (18%)
970300	Obras originales de estatuaria o de escultura, de cualquier materia.	Estrella	18	0%	Estados Unidos (4%) Reino Unido (4%) Francia (4%)
581010	Bordados químicos o aéreos y bordados con fondo recortado.	Prometedor	14	0%	China (26%) Tailandia (26%) Indonesia (26%)
701342	Artículos de vidrio para servicio de mesa, cocina, tocador, baño, oficina	Prometedor	13	0%	China (18%) Francia (18%) Hong Kong (18%)
700992	Espejos de vidrio con marco	Prometedor	8	0%	China (14%) Bélgica (14%) Estados Unidos (14%)
830629	Demás estatuillas y objetos de adorno	Prometedor	8	0%	China (16%) India (16%)

Cuadro N° 10

Sector Joyería					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2014 (Millones US\$)	Arancel Perú	Arancel Competidores -2013
711311	joyas de plata incluso revestidos o chapados de otros metales precioso	Estrella	31	0%	Tailandia (18%) Italia (18%) China (18%)

Fuente: TradeMap Elaboración: PromPerú

7. Tendencias del consumidor

De acuerdo a un estudio reciente de Euromonitor, las actitudes de los consumidores brasileños hacia la 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 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 aumento de la clase media y el creciente poder adquisitivo, más consumidores podrán comprar marcas conocidas.

Además, es importante señalar que 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.

De otro lado, durante la última década, la creciente demanda de bienes de lujo en São Paulo ha sido impulsada por el alto crecimiento económico de Brasil. La expansión de la clase alta por una parte y la clase media por otra, creó una nueva demanda para los productos de lujo y artículos de lujo asequibles. Este último, en particular, ha mostrado un crecimiento significativo en los últimos cinco años.

Todo ello hace referencia a una fuerte cultura de consumo de estatus, por el cual consumidores de clase media compran marcas de prestigio como muestra de una mejor posición social. Este rasgo no es impulsado por la vanidad, sino por el orgullo.

8. 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 compradora.

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 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 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 comercial aun cuando no se llegue a un acuerdo en el corto plazo. Demuestre interés en los temas planteados pero establezca prioridades y consideraciones para que se genere un clima de confianza.

9. Links de interés

Cuadro N° 11

Entidad	Enlace
Asociación brasileira de marketing directo	www.abemd.org.br
Cámara binacional de comercio e integración Perú y Brasil	www.capebras.org
Instituto brasileiro de geografia y estadística – IBGE	www.ibge.gov.br
Mercosur – portal oficial	www.mercosur.org.uy
Ministerio das relaciones exteriores	www.mre.gov.br
Ministerio de fazenda	www.fazenda.gov.br
Ministerio do desenvolvimento, industria e comercio exterior	www.desenvolvimento.gov.br
Ministerio do desenvolvimento, industria e comercio exterior	www.mdic.gov.br
Secretaría de comercio exterior – secex	www.desenvolvimento.gov.br/sitio/secex/neginternacionais/tec/apresentacao.php
Servicio federal de procesamiento de datos – serpro	www.serpro.gov.br

10. Eventos comerciales

Cuadro Nº 12

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Ajorsul	Joyería y moda	Ciudad: Porto Alegre	Del 26 al 27 marzo 2015	http://www.ajorsul.com.br/
Expovest	Moda	Ciudad: Cianorte	Del 27 al 29 julio 2015	http://expovest.com.br/
FIAM 2015	Ferias industriales, moda, servicios y tecnología	Ciudad: Manaus	Del 18 al 21 noviembre 2015	http://www.suframa.gov.br/fiam/
Expo Tche	Arte y cultura.	Recinto: ExpoBrasília-Pavilhão de Feiras Parque da Cidade Ciudad: Brasília	Del 3 al 12 julio 2015	http://www.expotche.com.br/
Vitória Stone Fair	Decoración y joyería,	Ciudad: Espírito Santo	Del 3 al 6 febrero 2015	http://www.vitoriastonefair.com.br/site/2015/pt/home
Tecnotêxtil Brasil	Industria textil	Recinto: Expo Center Norte Ciudad: Sao Paulo	Del 7 al 10 abril 2015	http://www.tecnotextilbrasil.com.br/inicio

Fuente: Nferias

11. Bibliografía

- Euromonitor: Country Profile
- Reporte de Competitividad Mundial de la OMC 2013-2014
- Base de datos utilizadas: SUNAT, FMI statistics
- Ferias internacionales: www.nferias.com

Actualizado al 24.02.2015