

MISION COMERCIAL PROSPECTIVA BRASIL 2011

Visita Feria Brasilplast

I. ASPECTOS GENERALES

La ciudad de São Paulo, es la capital del Estado de São Paulo y la principal ciudad de la Región Metropolitana de São Paulo. Según los datos del censo 2010 cuenta con una población de 11.244.369 habitantes. En su área metropolitana viven casi 20 millones de personas, siendo la mayor metrópoli de Brasil, de Sudamérica, y una de las más pobladas de mundo.

São Paulo es la ciudad de Brasil con mayor población y el principal centro financiero del país y uno de los mayores del mundo. Es considerada como la tercera mejor ciudad para hacer negocios en América Latina. También es llamada por los brasileños como la ciudad que no puede parar.

La economía de São Paulo está pasando por una profunda transformación, cada vez más basada en el sector terciario, centrándose en los servicios y negocios para el país. Es una ciudad con un fuerte carácter industrial y es única entre las ciudades brasileñas por su gran cantidad de empresas extranjeras.

II. PUNTOS DE ACCESO

Atiende su tráfico aéreo a través de cuatro aeropuertos: **Guarulhos**, donde se concentra la mayoría del tráfico internacional, **Congonhas**, donde se atiende principalmente el tráfico nacional, además de vuelos hacia países del Mercosur; **Campo de Marte**, donde se concentran la aviación privada, los taxis aéreos ejecutivos, la aviación militar, helicópteros y algunos vuelos comerciales; y **Viracopos** en Campinas, que sirve como aeropuerto alternativo y de carga

III. TENDENCIAS

Brasil es el octavo mercado petroquímico del mundo y el mayor de América Latina. Brasil aparece además entre los 15 mayores fabricantes de máquinas para este sector. Según ABIPLAST (Asociación de la Industria brasilera del Plástico), las ventas externas, por bloques económicos, se concentraron en el Mercosur (34%), seguido por los demás países de la Aladi (25%) y de la Unión Europea (13%). Los principales mercados fueron Argentina (27%), Estados Unidos (13%), Chile (7%), Venezuela (5%) y Países Bajos (Holanda) (5%). Los productos transformados más exportados fueron los films BOPP, los laminados de otros plásticos, estratificados y los laminados de polímeros de etileno, no reforzados.

La Feria Brasilplast es considerada como la Principal feria del sector del Plástico en América del Sur.

Descripción General:

Edición: 13^a

Fecha: 09 a 13 mayo de 2011

Sede: Pavilhões de Exposições do Anhembi - São Paulo – Brasil.

Área Global de Exposición: 80 mil m²

Expositores: alrededor de 1.300 expositores, de 30 países

Público: 65 mil visitantes/compradores, de 60 países

Periodicidad: Bial

Empresas expositoras pertenecientes a los rubros de:

- » Máquinas, Equipamientos y Accesorios
- » Moldes y Herramental
- » Instrumentación, Control y Automación
- » Resinas Sintéticas
- » Productos Básicos y Materias Primas Químicas en General
- » Transformadores de Plástico
- » Servicios y Proyectos Técnicos
- » Entidades y Publicaciones Técnicas.

Por otro lado es importante recalcar que durante la visita a la feria se pudo constatar una marcada tendencia de compromiso en las empresas brasileras relacionadas a la Industria del Plástico con la responsabilidad medioambiental y cultura de reciclaje por lo cual se espera que esta tendencia siga fuerte también en los demás países de la región.



Foto 01 y Foto 02: Feria Brasilplast

IV. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Dentro de los canales podemos mencionar:

- **A través de los Centros de Distribución:**
Sao Paulo cuenta con un gran Centro de Distribución de Productos Plásticos para Menaje Domestico ubicados en la Rua Vautier – Región Pará. Estos productos no solamente son Brasileños, los productos que se comercializan son también importados, la procedencia de estos productos importados según la información recogida sería en su mayoría 90% de China y 10% de la India.
- **A través de agentes intermediarios:**
Compradores viajan por toda Sudamérica buscando productos de diseño, calidad y precio competitivo, característica que cumple nuestra oferta exportable. Es el canal de comercialización utilizado por las empresas peruanas en la actualidad.

V. VISITAS A CENTROS DE DISTRIBUCIÓN:

En lo que respecta a esta visita, la información recogida de las principales empresas distribuidoras confirma que los precios de venta al público se presentan elevados con respecto a los precios de venta finales en Perú, como resultado de la aplicación de impuestos a la industria local e internacional (importación).

Por otro lado los volúmenes de venta por este tipo de cadenas de distribución ascienden al 60% del total del mercado, siendo el 40% representado por agentes intermediarios.

Visita – Distribuidora ISSAM.

<http://www.issam.com.br>

Se sostuvieron reuniones con los representantes de Issam, la cual es una empresa distribuidora de plásticos que maneja cerca del 25% del mercado a nivel nacional. Factura un promedio de 35 millones de dólares mensuales.

Así mismo se nos confirmó que dentro de sus tiendas no cuentan con productos peruanos, destacando la presencia de productos chinos y de india con marcas brasileñas, específicamente en las líneas de menaje domestico y juguetería. La lejanía de estos mercados y los altos fletes que estos afrontan en comparación a los productos peruanos, constituye al mismo tiempo una ventaja competitiva para estos productos.

Visita – PLASMONT

<http://www.plasmont.ind.br>

Durante esta visita se obtuvo una reunión con el Sr. Elton Gonzales – Gerente Comercial de Plasmont. Es importante mencionar que durante esta visita se ha reconocido la calidad y precio de los productos peruanos y la existencia de

posibilidad de ampliar sus líneas en base a dichos productos. Es así que en la misma reunión surgió la posibilidad de adquirir por parte del Sr. Elton la línea de Jarras y Tapers de Polinplast.

El siguiente listado comprende empresas distribuidoras ubicadas en la Rua Vautier, pertenecientes a línea de menaje domestico:

Andromeda Presentes	www.andromedapresentes.com.br	Tienda	Av. Vautier, 469.	São Paulo	11 3313-2926	Diego	diego@andromedapresentes.com.br
Atacadão Pari	www.atacadaopari.com.br	Tienda	R. Paganini, 59	São Paulo	11 2169-3777	Mariana	compras@atacadaopari.com.br
Distribuidora Tejo	www.tejo.com.br	Distribuidora	Rua Tiers, 702	São Paulo	11 3228-0802	Douglas	douglas@tejo.com.br
Nipo Center	www.nipocenter.com.br	Distribuidora	R. Thiers 533	São Paulo	11 3315-0007	Meiko	nipocenter@nipocenter.com.br
Vantaj Distribuidora	www.vantajalbatroz.com.br	Distribuidora	Avenida Vautier, 499	São Paulo	11 3227-3932	Junior	loja@vantajalbatroz.com.br
Atacadão Pari	www.atacadaopari.com.br	Tienda	Rua Paganini, 59	São Paulo	55 11 2169-3777	Paula	adm@atacadaopari.com.br
Issan Distribuidora e Importadora	www.issam.com.br	Distribuidora	Avenida Vautier, 585	São Paulo	55 11 3227-0546/ 3314-6400	Madalena	tmkt@issam.com.br
Atacado Magno	www.atacadomagno.com.br	Tienda	Rua Thiers, 543	São Paulo	55 11 3228-9542	Antonio	super@atacadomagno.com.br

Fuente: Consulado de Perú en Sao Paulo

VI. CONCLUSIONES

- Se logró cumplir con los objetivos propuestos. El apoyo del Consulado del Perú en Brasil, por intermedio de su Oficina Comercial fue muy importante para el logro del objetivo
- El mercado brasilero debido al gran número de consumidores que lo conforman (cerca de 250 millones de habitantes) representan una oportunidad importante de venta para las empresas peruanas, sin embargo es necesario tomar en cuenta que el mercado brasilero provee de insumos a su mercado local y posee muy buena tecnología en el desarrollo de sus productos lo que genera una ardua competencia.
- Tanto las importaciones de productos como la producción local afrontan elevados impuestos, lo cual equilibra las posibilidades comerciales entre estos dos canales. Esta situación vista desde nuestro enfoque exportador puede interpretarse, en algunos casos, como medidas proteccionistas a la industria local.
- Gracias a nuestra visita, se está informando a las empresas peruanas acerca de los precios de venta al público, con lo cual cada una de ellas evaluaría sus posibilidades reales de ingreso al mercado, tomando en cuentas las ventajas o desventajas competitivas que nuestros productos pueden presentar frente a su competencia brasileña.

- Es importante destacar que las empresas productoras de plástico que pueden tener reales oportunidades de ingreso al mercado brasilero deben de tener suficiente capacidad de volumen de producción y manejo de precios, para afrontar con economías de escala buenas ofertas al mercado de plástico brasilero.
- Se han identificado tres estrategias para ingresar al mercado de Brasil, las cuales pueden darse como:
 - Complementar líneas de producción con empresas brasileras.
 - Establecer alianzas estratégicas de comercialización.
 - Ubicar importadores distribuidores brasileros para venta directa al público.
- Es importante indicar que la feria Brasilplast se presenta como una excelente herramienta de promoción para fines de promocionar nuestros productos en el mercado brasilero, a pesar de ello cabe indicar que existen alternativas mucho más económicas como son la participación en misiones comerciales o en el desarrollo de agendas comerciales.
- Cabe indicar que tanto la complementariedad de líneas con compradores locales y el ubicar importadores distribuidores brasileros para venta directa al público son las más recomendables por los mismos importadores.



Foto 03 y foto 04: Frontis SSAM – Exhibición Menaje domestico



Foto 05 y Foto 06: Vantaj Distribuidora



Foto 07 y Foto 08 : Visita Plasmont



Foto 09: Reunión en Plasmont

Elaborado por: Cecilia Pacheco Medina
Especialista del Sector Manufacturas Diversas
Coordinación de Manufacturas diversas y artesanías
PROMPERU