

2016



Prendas de punto de algodón para bebé



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



“Este perfil de producto ha sido realizado en el mercado brasileiro por la consultora Business-Sense Consultoria e Treinamento, utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la OCEX Sao Paulo ha contado con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y Promperú. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: MINCETUR. Plan de Desarrollo de Mercado de Brasil”.



Prendas de punto de algodón para bebé

Índice

Resumen Ejecutivo	6	1.2.5. Regiones / Sectores de mayor consumo	
Antecedentes	6	dentro del mercado	24
Metodología de estudio	7	1.3. Perfil, tendencias del consumidor y	
01 Mercado - Descripción del Sector	8	perspectivas del mercado	25
1.1. Tamaño de mercado	8	02 Condiciones De Acceso	31
1.1.1. Producción brasilera	8	2.1. Aranceles y otros impuestos	31
1.1.2. Exportaciones brasileras	9	2.2. Normas de origen y pruebas de origen	34
1.1.3. Importaciones brasileras	10	2.3. Requisitos específicos de los importadores	34
1.1.4. Importaciones brasileras desde Perú	12	2.4. Barreras, estándares y normas	35
1.2. Características generales	12	03 Canales de Distribución Y Comercialización	37
1.2.1. Usos y formas de consumo	13	04 Información Adicional	38
1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y		4.1. Datos de contacto de importadores	38
formas de presentación	14	4.2. Oficinas / Gremios en el mercado	38
1.2.3. Auditoría en tiendas	18	4.3. Ferias comerciales	39
1.2.4. Análisis de la competencia	19	4.4. Links de interés	40
		05 Bibliografía	42

Resumen Ejecutivo

Antecedentes

La OCEX Sao Paulo está orientada a identificar las oportunidades del mercado brasileño y fomentar que las empresas exportadoras peruanas puedan lograr negocios, sean en el campo del comercio exterior exterior, el turismo o las inversiones.

En ese sentido, como parte de la implementación del Plan Estratégico Nacional Exportador -PENX 2025-, concretamente dentro de las estrategias de oportunidades de negocio identificadas en el Plan

de Desarrollo de Mercado (PDM) de Brasil, se priorizó la elaboración de perfiles de productos específicos susceptibles de comercializarse en dicho mercado, por empresas peruanas.

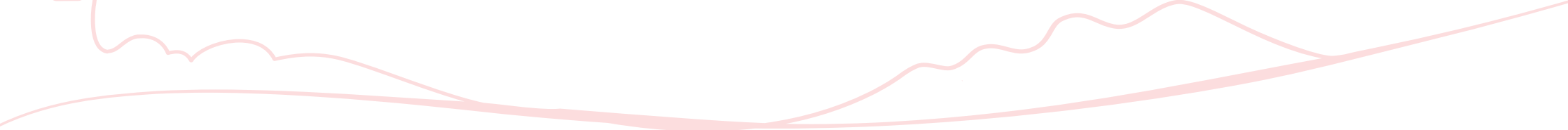
Para tales fines, esta Oficina Comercial programó dentro de sus actividades, la elaboración del Perfil de Prendas de punto de algodón para bebé del Mercado de Brasil, que se presenta a continuación.

Metodología de estudio

Para realizar el presente documento se recopilaron datos de fuentes primarias y secundarias, a partir de estadísticas, artículos, publicaciones y documentos, junto con un análisis cuantitativo y cualitativo.

El trabajo se divide en cinco partes. La primera parte realiza una breve descripción del sector alimentos y se enfatiza el comportamiento del mercado de maca en Brasil; teniendo en cuenta la producción brasileña, las exportaciones brasileñas, las importaciones provenientes del mundo y

desde Perú. En segundo lugar, se detallan las formas de consumo de la maca en el mercado brasileño, tendencias y auditoría en los principales sitios de comercialización. En la tercera parte se da a conocer las normas y requisitos para el acceso al mercado brasileño. Por último, se describen los canales de distribución y comercialización con la información de interés para que el exportador los tenga presente a la hora de entablar negocios con los empresarios brasileños.



01

Mercado - Descripción del Sector

1.1. Tamaño de mercado

El mercado de prendas para bebés y niños en Brasil requiere abastecer prendas a poco más de 14 millones de bebés y niños de hasta 4 años de edad, de los cuales 7,21 millones de habitantes son varones y 6,92 millones son mujeres.

Tabla N° 1: Población de bebés y niños en Brasil, por sexo, año 2015 (1er semestre)

Rango de edades	Ambos sexos		Masculino		Femenino	
	Miles de personas	Participación	Miles de personas	Participación	Miles de personas	Participación
0 - 4	14 131,00	6,96%	7 209,00	7,23%	6 922,00	6,70%
Total	202 928,00	100,00%	99 645,00	100,00%	103 283,00	100,00%

Fuente: CEPAL – CEPALSTAT

El mercado de prendas para bebés y niños hasta 4 años representa el 7% de la población brasilera entre varones y mujeres, el cual es cubierto principalmente por la producción nacional, restando los volúmenes exportados por Brasil y aumentando las importaciones de confecciones que en su mayoría son provenientes de China.

1.1.1. Producción brasilera

Analizando el índice del volumen físico de la producción del sector confecciones, según los indicadores del Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística (IBGE), el movimiento de la producción de confecciones se centra en los Estados de Sao Paulo, Santa Catarina, Ceará y la región

nordeste; es necesario destacar que aproximadamente el 47% de la población brasilera se encuentra en Sao Paulo, Mina Gerais, Rio de Janeiro y Bahía con una participación de 22%, 10%, 8% y 7%, respectivamente.

Con respecto a la confección de artículos de vestuario y accesorios, la mayoría de los Estados incrementaron ligeramente su producción, a excepción de Sao Paulo que disminuyó la producción en un 3%.

1.1.2. Exportaciones brasileras

Las exportaciones de Brasil de prendas y complementos “accesorios” de vestir de punto de algodón para bebés (excl. gorras), clasificadas en la subpartida arancelaria 6111.20 registraron una caída durante los años 2011 y 2012; no obstante, lograron recuperarse en el año 2013 con un crecimiento de 4,12%, y en el 2014 aumentó en 18,40%, cuyo valor exportado ascendió a USD 3 668 759; su principal mercado de destino fue Paraguay, captando el 54% de las exportaciones brasileras en

este rubro, seguido por Angola, Uruguay, Bolivia y Estados Unidos con 9%, 8%, 7% y 5%, respectivamente. Cabe destacar que el 94% de sus exportaciones se concentran en diez países, encontrándose Perú en el en el puesto número 15 con el 0,47% de las exportaciones con un valor de USD 17 392.

Asimismo, en el año 2014 las exportaciones brasileras de prendas de punto de algodón para bebé al mundo, reflejaron un precio promedio de USD 36,10 por kilogramo. Entre los países importadores con mejores precios de exportación por kilogramo, destacaron Suiza con USD 123,17/kg, Bolivia con USD 54,52/kg, Venezuela con USD 49,43/kg, Panamá con USD 49,00/kg, Ecuador con USD 47,43/kg, Costa Rica con USD 44,94/kg y Estados Unidos con USD 43,34/kg. En contraste con los demás países, Perú importó prendas para bebés de punto de algodón de Brasil a un precio menor al promedio, ostentando un valor unitario de USD 33,19/kg.

Tabla N° 7: Exportación Brasileira: NCM – SH 6111.20 – Prendas y complementos “accesorios” de vestir, de punto, de algodón, para bebé (exc Gorras)

N°	País importador	2011			2012			2013			2014		
		USD	kg	Cant.	USD	kg	Cant.	USD	kg	Cant.	USD	kg	Cant.
1	Paraguay	1 332 082	35 892	469 258	1 249 835	39 782	516 089	1 792 290	60 425	755 035	1 982 468	62 949	787 944
2	Angola	156 095	3 336	25 330	268 830	4 834	40 937	210 523	5 235	27 868	341 207	9 235	50 123
3	Uruguay	122 441	2 572	22 459	209 202	5 109	39 678	186 313	5 004	38 374	310 022	8 755	56 782
4	Bolivia	277 904	4 641	34 154	215 746	3 767	30 240	257 330	4 876	38 845	245 538	4 504	34 040
5	Estados Unidos	15 585	278	2 992	12 278	104	1 100	1 423	21	714	175 284	4 044	51 398
6	Ecuador	115 720	1 725	14 475	62 896	1 096	7 933	41 800	955	7 584	144 000	3 049	32 544
7	Suiza	0	0	0	0	0	0	0	0	0	95 087	772	1 445
8	Costa Rica	104 573	2 459	20 240	98 390	2 491	23 584	94 802	2 428	21 104	80 264	1 786	18 858
9	Panamá	1 862	160	1 103	41 760	863	9 461	46 608	1 030	9 110	45 030	919	11 391
10	Venezuela	358 207	6 782	60 565	258 338	5 215	47 281	114 227	2 703	21 591	37 965	768	6 174
15	Perú	512	12	73	55 529	1 630	9 198	45 015	1 074	6 830	17 392	524	2 935
Sub Total		2 484 469	57 845	650 576	2 417 275	63 261	716 303	2 745 316	82 677	920 225	3 456 865	96 781	1 050 699
Total		3 425 551	81 504	843 159	2 975 984	75 376	820 887	3 098 492	91 708	982 813	3 668 759	101 626	1 090 502

Fuente: Sistema Alice Web – Ministerio Del Desarrollo, Industria y Comercio Exterior – Secretaría de Comercio Exterior
Elaboración: Mincetur

1.1.3. Importaciones brasileiras

Las importaciones de Brasil de prendas y complementos “accesorios” de vestir de punto de algodón para bebés (excl. gorras), clasificadas en la subpartida arancelaria 6111.20, alcanzaron continuos incrementos desde el 2012, año en el que logró la mayor tasa de crecimiento, el cual fue de 62% con respecto al año anterior; mientras que en el año 2013 registró tan sólo un alza del 10% en comparación con el año 2012; y durante el año 2014, Brasil importó un valor de USD 27 158 179, es decir, 37% más que el año anterior, predominando China como principal país exportador con una participación de 53%,

seguido por India, Taiwán, Tailandia y Bangladesh principalmente, con 11%, 9%, 7% y 6%, respectivamente.

En el puesto número 6 se encuentra Perú como país proveedor de ropa de punto de algodón para bebé con un valor de USD 748 436, el mismo que representa el 2,76% del total importado por Brasil en este rubro. Casi el 90% de las importaciones de Brasil de de ropa para bebé de punto de algodón se concentra en los 6 países antes mencionados.

Con respecto a los precios promedios que Brasil compra al mundo la ropa de punto de algodón para bebé en el año

2014, según orden de importancia por país exportador destacan: Perú con USD 67,05/kg, Turquía (USD 52,73/ kg), Portugal (USD 51,81/kg), Vietnam (USD 45,51/kg), Bangladesh (USD 26,15/kg), principalmente. En promedio, Brasil ostentó un precio de importación para las prendas de punto de algodón para bebé de (USD 26,28/kg).

Las regiones de Brasil que demandaron e importaron en mayor proporción ropa de punto de algodón para bebé en el año 2014, fueron los Estados Federales de Sao Paulo con una importación de 45%, Santa Catarina 19%, Mato Grosso do Sul 17%, Espirito Santo con 12% y Rio de Janeiro 4%, principalmente.

Asimismo, es importante mencionar que las importaciones a nivel mundial realizadas por Brasil de de ropa para bebé de punto de algodón ingresan al país principalmente por el puerto de Santos en casi un 63%, por el puerto de Itajai en 10%, por el puerto San Francisco do Sul con 8%, por el aeropuerto de Sao Paulo con 7%, y el puerto Rio de Janeiro con 6%.

Los medios de transporte utilizados son: por mar el 91,72%, por aire 8,18%, carretera 0,09% y río 0,01%.

Tabla N° 9: Importación NCM Brasileira: Sub-Partida 6111.20.00 – Prendas y complementos “accesorios” de vestir, de punto, de algodón, para bebé (excl. Gorras)

N°	País importador	2011			2012			2013			2014		
		USD	Kg Neto	Cant.	USD	Kg Neto	Cant.	USD	Kg Neto	Cant.	USD	Kg Neto	Cant.
1	China	7 318 918	345 272	7 284 005	10 555 057	456 490	7 726 707	10 400 214	421 917	9 143 791	14 518 094	567 226	12 366 786
2	India	1 648 265	66 944	977 743	3 650 338	138 148	2 423 980	2 307 037	91 702	1 491 761	2 970 101	120 953	1 931 098
3	Taiwán	0	0	0	690 415	31 327	149 572	2 022 051	88 456	782 518	2 314 034	94 631	792 028
4	Tailandia	143 376	3 639	34 949	473 108	14 434	120 662	882 856	41 962	286 272	1 980 469	106 732	708 249
5	Bangladesh	412 123	12 122	155 479	879 050	29 158	391 984	1 413 131	58 156	741 224	1 756 385	67 173	778 466
6	Perú	462 394	7 310	82 980	281 535	5 670	48 666	649 057	9 930	94 583	748 436	11 162	112 654
7	Portugal	213 317	4 572	61 374	173 808	4 554	53 068	380 406	7 669	85 812	421 394	8 134	94 533
8	Turquía	195 306	3 947	72 408	221 400	4 216	64 020	553 438	10 608	165 885	419 121	7 948	96 859
9	Indonesia	54 280	1 977	21 750	79 959	2 161	29 295	112 546	1 911	23 277	409 350	16 435	169 323
10	Vietnam	1 481	28	196	12 734	299	2 154	92 492	2 443	28 668	266 519	5 856	52 532
Sub Total		10 449 460	445 811	8 690 884	17 017 404	686 457	11 010 108	18 813 228	734 754	12 843 791	25 803 903	1 006 250	17 102 528
Total		11 112 889	456 326	8 760 508	18 051 139	700 646	11 140 959	19 882 837	753 867	13 059 813	27 158 179	1 033 350	17 343 655

Fuente: Sistema Alice Web – Minist. Del Desarrollo, Industria y Comercio Exterior – Secretaría de Comercio Exterior
Elaboración: MINCETUR

1.1.4. Importaciones brasileiras desde Perú

Con respecto a Brasil, es un mercado que se encuentra en el noveno puesto como país de destino de las exportaciones peruanas en este rubro, representando el 2% de lo exportado por Perú. Las empresas exportadoras peruanas representativas al 2014 fueron Manufacturas América E.I.R.L con una participación del 52,92%, Figis International Co E.I.R.L con 7,94%, Perú Allpa Cotton S.A.C. Palcot S.A.C. 7,85%, Perú Cotton Pima S.A.C con 7,05%, Confecciones Ritzy con 6,71%, Ablimatex Export S.A.C con 6,37%. Promociones Chets S.A. con 3,35%, Diseño Textil BBMIO E.I.R.L con 2,87% y Paradigma con 2,85%, principalmente.

Asimismo, estas principales empresas manejaron los siguientes precios promedios: Manufacturas América E.I.R.L con USD 62,52/kg, Figis International Co E.I.R.L con USD 65,73/kg, Perú Allpa Cotton S.A.C. con USD 48,79/kg, Perú Cotton Pima S.A.C. con USD 42,63/kg. Existen empresas como Paradigma S.A.C. que manejaron menos volúmenes a precios más altos USD 159,52/kg. En promedio, el precio de exportación de Perú a Brasil fue de USD 60,88/kg.

1.2. Características generales

Las prendas de bebé y complementos de vestir de punto de algodón, están clasi-

ficadas en la subpartida arancelaria 6111.20.

Entre los productos que Brasil importa desde Perú, resaltan los overoles de manga cero, overoles de manga corta, overoles de manga larga, conjuntos, body, pantalones, camisas, entre otros.

1.2.1. Usos y formas de consumo

La moda infantil tiene una gama de novedades que diariamente salen al mercado, por la variedad que existen muchas veces es difícil escoger. En primer lugar, se piensa en la comodidad del bebé, ya que crecen rápidamente y no es nada confor-

table usar ropa incómoda; esto conlleva a necesitar nuevas con mayor frecuencia.

Las compras se realizan al por menor, al por mayor y virtual. Asimismo, cuando es la compra es al por menor, es destinado para el consumo del hijo o familiar o para regalo, cuando es al por mayor, generalmente es para comercio.

Las compras virtuales se han incrementado, hay empresas como DomaniKids.com.br que es una empresa brasileira con distribución en todo Brasil con origen de Vitoria – Espírito Santo, vende virtualmente diferentes marcas.

Figura N° 6: Formato de venta al por menor de Prendas de bebé (Por diseños varían de precios)



R\$ 29,90 (USD
9,79)



R\$ 29,90 (USD
9,79)



R\$ 34,90 (USD 11,43)

*Tipo de Cambio del USD (abril del 2015) a R\$: 3,0537

También venden en los "Shoppings centers", que generalmente tienen un formato de venta al por menor, el producto se presentan en cajas, bolsas de cartón con el nombre de la tienda (muchas veces es también el nombre de la marca); en los polos comerciales, como "Bom Retiro",

existen las dos modalidades de venta al por mayor y menor y en "Brás" existe oferta de prendas para un sector más popular, donde las empresas realizan compras al por mayor para llevar al interior del país, sin dejar de realizarse ventas al por menor.

1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

En la compra las madres consideran principalmente la durabilidad, así como en las combinaciones que estos artículos ofrecen con otras piezas de los vestuarios del niño. Comprar un poco más neutralvariedad de diseños y resulta más divertido y colorido, puede ser una excelente alternativa para crear varias combinaciones con estilo.

Se acostumbra comprar prendas para bebé, como regalo de cumpleaños, bautizo, o incluso sin ninguna razón específica.

Los diseños para prendas de bebé usualmente cuentan con aplicaciones, estampados y combinación de colores que pueden ser de distintos tonos, de preferencia de colores suaves, como rosado, amarillo, celeste, blanco y verde, principalmente. También la nueva tendencia es incrementar los tonos fuertes combinando con tonos bajos, como rojo, lila, entre otros.



Angry Birds



Regata Infantil Masculino Carros
Marinho Malwee



Backyardigans

En el caso de los niños mayores de tres años, buscar modelos con los personajes que son del gusto o agrado de los niños, como más colorido y divertido.

El uso de los personajes como parte del diseño en las prendas es cada vez más utilizado, ya que existe un sin número de personajes utilizados en las prendas para niños, tal como se observa en las siguientes imágenes:

Ejemplos de personajes: 101 Dálmatas, Baby Boop, Barbie, Batman, Ben 10, Carros, Galinha Pintadinha, Hello Kitty, Homem Aranha, Hot Wheels, Jolie, Marie, Meu Maluado Favorito, Mickey e Minnie, Mila & Co., Monster High, Moranguinho,

Olive Baby, Os Vingadores, Patati Patata, Peixonauta, Peppa Pig, Pica Pau, Power Rangers, Princesa Sofia, Princesas Disney, Pucca, Sininho, The Flintstones, Thomas, Transformers, Turma da Mônica Baby, Turma do Chico Bento Baby, Young Justice.

Tabla N° 11: Tallas de ropa brasilera

de 0 a 3 meses	de 3 a 6 meses	de 6 a 12 meses	de 12 a 18 meses	de 18 a 24 meses
de 2 a 3 años	de 3 a 4 años			

Fuente: Mincetur

Tabla N° 12: Marcas de prendas para bebé

BB Básico	Fofinho	Nerderia
BB 2	Get Baby	Nigambi
Baby Chocolate	Groww Up	Noruega Baby
Baby Duck	Have Fun	Paraíso
Baby Cotton	Honey Peppers	PatiMini
Bandup	Isabb	Patitebox
Beth Bebe	K`rtel	Pimpolho
Bbmoderno	Kika	Puc
Bicho Molhado	Lilica Ripilica	Puket
Blooh Bady	Little Rock	Rever D`dor
Bolotcho	Louxinfant	Rever D`dor Sport
Brandili	Lua da Lenda	Serelepe
By Gabrielly	Luka Puka	Tigor T. Tigre
Camiseteria S.A.	Lecom Cre	Tip Top
Carinhoso	Macaquinhos No Sotao	Tricae

Tabla N° 12: Marcas de prendas para bebé

Criativa Urbana	Malwee	Turma Mixérica
Bani Fraiha	Milon	Tyrol Baby
Dgarm	Mini & Kids	Ipi Uli
Disney by Tricae	Mini & Cherie	Viky Lupi
Elían	Mini Mix	Zig Mundi
Entre Mamaes	MinieNinha	Zig Zig Zaa
Fakini	MinieNinho	Oinc Baby
Fofinho	Miss Floor	Oinc Baby

Fuente: Mincetur

Tabla N° 13: Algunas marcas caras

Beth Bebe	Noruega Baby
By Gabrielly	Baby Cotton

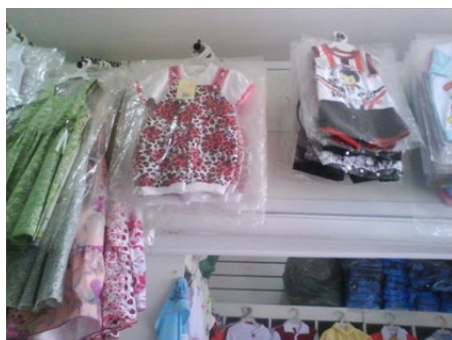
Fuente: Mincetur

Dependiendo de la ocasión, en algunos casos, es necesario la presentación en cajas diseñadas para la ocasión, generalmente ropa de bebé en los shopping, vestido de bautizo ya viene con caja, entre otros. Según se muestra en foto.



Fuente: Mincetur

Sin embargo, en los polos comerciales como en el Brás las cajas son menos utilizadas, ya que su formato generalmente es venta al por mayor; hay también productos pequeños que utilizan bolsas transparentes con su etiqueta de cartón full color en la parte superior, indicando las cualidades del producto.



Fuente: Mincetur

1.2.3. Auditoría en tiendas

“Brás”, los compradores llegan incluso del interior del país, se estila tener el producto disponible para realizar la entrega en el momento. Se prepara y embala la mercadería para el transporte en ómnibus o combis (que esperan en el recinto ferial), la misma persona que compra retira la mercadería.

Las ventas al por mayor: puede llevar diferentes tallas, colores, modelos dependiendo el tipo de producto. Otras tiendas, consideran la venta al por mayor desde,

1 docena, 3 prendas, 3 juegos, entre otros; entre tallas, colores, diseños.

Los precios al por mayor y al por menor difiere en un 7%, 10%, 15%, dependiendo de los precios y el tipo de prendas. Ejemplo; si son precios de reales brasileños, entonces al por mayor obtiene la prenda a R\$ 4,50 (10%), si los precios son de R\$ 20 al por mayor sería R\$17(15%), si el precio es R\$75 al por mayor le dejan a R\$ 70 reales (7%). Ahora dependiendo de los volúmenes que se compra, estos porcentajes pueden mejorar. Este es un mercado popular.

En “Bom retiro” está destinado al estrato “B” en mayor proporción. También venden al por mayor y menor, habiendo tiendas de venta sólo al por menor o al mayor.



Fuente: Mincetur

Con respecto al manejo de inventarios, si nos referimos a los “shopping center” las tiendas en época de cierre de temporada, en promoción, no siempre tienen las tallas, colores o productos solicitados, su formato de ventas es ventas al por menor. Generalmente, el segmento de mercado

en los shoppings de São Paulo predomina el estrato “B”; sin embargo, hay algunos específicos donde predomina, estratos “A” (más del 50%) con los Shoppings Patio Higienópolis, Villalobos, Colina, Valinhos, entre otros.

Guía de Shoppings: se puede ubicar la guía de Shoppings en Brasil por estados en la siguiente página web: www.portaldoshopping.com.br/site/guia-de-shoppings/.

1.2.4. Análisis de la competencia

En el análisis de la competencia vamos a describir las presentaciones y precios en las diferentes formas de comercialización: Los shopping centers, polo comercializador Brás, Bom retiro, ventas virtuales, entre otros: Supermercados (Carrefour).

Los Shopping Centers

El estado de Sao Paulo tiene 172 Shopping y con opción a incrementar 7 shopping más a fines del 2015, con un GLA (superficie bruta alquilable) en operación de 5 057 394 m²

Mientras que en la ciudad de Sao Paulo se concentra 53 shopping centers con opción a incrementar a 56 shopping centers con un GLA (superficie bruta alquilable) en operación de 2 004 657 m². Aquí encontramos tiendas de marcas como: Picolino,

Dzarm, malwee, Baby Cotton, Tip Top, Puc, tsc



Los overoles largos de bebé de R\$ 69,90 (USD 24 aprox.) a R\$ 39,90 (USD 14 aprox.) en promoción en shopping centers, tiendas como Tip Top.



Kit bodies bebé manga corta 3 piezas de R\$ 44,90 (USD 16 aprox.) a R\$ 28,90 (USD 10 aprox.) promoción en shopping centers, tiendas como Tip Top.



Bodies bebé manga larga R\$19,90 (USD 7 aprox.) en shopping centers (tiendas como Tip Top)

Polo Comercial Brás

Dentro de Brás se encuentra “La Feria de la Madrugada” en el “Patio do Pari”. Es un centro de venta al por mayor y menor. En este recinto llegan los ómnibus y camionetas de distintos puntos de Brasil (Rio de Janeiro, Sta. Catarina, Belo Horizonte, entre otros) para realizar compras al por mayor y al por menor. Este recinto se encuentra organizado y distribuido por zonas (columnas azul, amarillo, roja, verde) y en boxes, estos boxes de aproximadamente 3mt² son vendidos y/o alquilados entre R\$ 1 000 y R\$ 5 000 al mes, dependiendo de la zona de ubicación.

Los boxes son adquiridos principalmente por brasileiros (50%), chinos (20%), libaneses

(13%), bolivianos (10%) y peruanos (5%), paraguayos, sirios y otros (2%), principalmente, siendo gran parte de estos productores.

Los precios son bastante asequibles, entregos de bebés desde R\$5 (USD 1,7 aprox.), pantalones desde R\$ 10 (USD 3,4 aprox.), entre otros. Existen diferentes calidades, teniendo presente que los precios no deben ser muy altos porque existe una alta competencia. Asimismo, el mercado está destinado al consumidor popular. Aquí no puede comercializarse productos con marcas reconocidas (la policía está muy pendiente previniendo imitación de marcas). En el cierre de temporada hay fabulosos descuentos. Cuentan con tiendas a lo largo de los 3 kilómetros que abarca el barrio.

Polos, short y camisas a R\$ 4,5 (USD 1,47) en tiendas Brás



Fuente: MINCETUR

Overol largo a R\$ 10,90 (USD 3,57) en Tiendas Picolino



Fuente: Mincetur

Las calles de Brás que se encuentran a los alrededores de la “Feria de la madrugada”, cuentan con muchas de las tiendas de venta, y recibe ese nombre precisamente porque tienen horarios de atención durante también abren en la madrugada, pero otras abren de 9am a 5pm, siendo sus ventas también al por mayor y menor. Estas tiendas comienzan en la Av. Lago de la Concordia, Lavoltier en el oriente, abarca Calles como Miller, Chevantes, Mercolina, la Av. Celso García entre otros. Aquí el porcentaje de producto chino es mayor, pero en los Shopping también encontramos marcas como Lacost, Holisten, Adidas, entre otros.

Figura N° 23: Mega plaza



Fuente: Mincetur

Polo Comercial Barrio Bom Retiro

Actualmente, Bom Retiro es prácticamente un barrio coreano, representan cerca del 70% de las 2 000 empresas de Bom Retiro, se percibe las diferentes culturas que forman el barrio y consecuentemente la historia de la ciudad.

El Barrio Bom Retiro se encuentra cerca del Metrô La Luz, sus tiendas comercializan tanto al por mayor y menor, también existen tiendas que solo comercializan al por menor. El tipo de consumidor es generalmente del estrato “B”, sin dejar de lado los estratos “A” y “C”, en menores proporciones.

Los precios de bodys en el Barrio Bom Retiro oscilan entre R\$ 21,00 (USD 6,88), R\$ 23,80 (USD 7,79) y R\$ 24 (USD 7,86), de acuerdo a los diseños, calidades, entre otros. En el caso de los conjuntos el precio oscila en R\$ 89,90 (USD 29,44). Asimismo, hay otros conjuntos que oscilan entre R\$ 45, R\$ 48 y R\$ 66,80, dependiendo

Los diseños, como otros atributos del producto.

Figura N° 25: Bodys en el Barrio Bom



Fuente: Mincetur

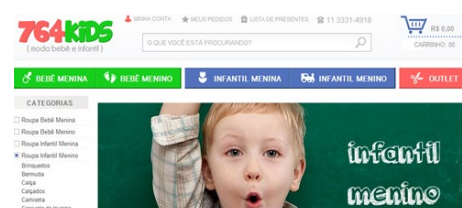
Ventas virtuales

Es otra forma de comercializar, no solamente en Brasil, sino en el mundo. Aquí se puede enfocar en varios caminos como: proveerles a las tiendas virtuales, crear una tienda virtual, entre otros. En el primer caso, el mercado está acostumbrado a tener el producto en el país, no quiere hacer muchos trámites; en el segundo caso, se debe tener cuidado en las normativas brasileras que difieren en los diferentes Estados del país.

Las ventas virtuales han entrado con fuerza y en las confecciones no se han quedado atrás, así tenemos algunas tiendas como: ALI EXPRESS Smarter Shopping, Better

Living, 764KiDS (www.764kids.com.br/conjunto-arrumadinho-masculino-infantil-com-sueter-nini-bambini-preto). www.tricae.com.br/roupas/bodies-e-cu-lotes/?age=0-1

Figura N° 27: Portal de 764Kids.com.br



Hay empresas como DomaniKids.com.br que es una empresa brasiler, con distribución en todo Brasil con origen de Vitoria – Espirito Santo, vende virtualmente diferentes marcas.

Figura N° 28: Portal DomaniKids.com.br



• Otros

Calle 25 de Marzo

Es una zona bastante comercial, una de las más visitadas de Sao Paulo. Todos los días la visitan para realizar sus compras más de 500 000 personas.

Morumbi Shopping

Este colosal centro comercial está ubicado en la zona sur de Sao Paulo. Fue fundado en 1982 y desde entonces ha sido la base administrativa de varias empresas de la ciudad.

En él hay más de 450 tiendas que van de lo moderno a lo sofisticado. Ofrece una área exclusiva para la moda llamada “Morumbi Fashion” con grandes tiendas nacionales e internacionales.

Figura N° 30: Carrefour: modelos y precios



Fuente: Mincetur

Shopping Ibirapuera

Es otro gigantesco centro comercial de 4 pisos de tiendas y 6 para el estacionamiento. Cuenta con más de 400 tiendas y 3 áreas de comida y restaurantes. Más de 80 000 personas asisten a Shopping Ibirapuera todos los días a buscar productos de alta calidad.

Fue inaugurado en 1976, por lo que es uno de los centros más antiguos y respetados de São Paulo.

Supermercados

Es otro segmento de mercado para ropa de bebé. Se puede observar los modelos y precios referenciales en el mercado al consumidor; principalmente, es para el segmento B y C, como ejemplo Carrefour. A continuación se presenta su forma de publicidad, modelos y precios de productos que venden.

1.2.5. Regiones / Sectores de mayor consumo dentro del mercado

Considerando el consumo del mercado brasileiro, teniendo en cuenta el número de shoppings y las Unidades Federativas de mayor consumo en Brasil son: Sao Paulo (33%), Rio de Janeiro (12%), Minas Gerais (8%) captando los 3 Estados el 53% del total de shoppings en Brasil. El área bruta operativa de shopping en Brasil alcanza 13 888 975 m2, los tres Estados utilizan también más del 50%.

Tabla N° 18: Importaciones NCM Brasileira Sub-Partida – S.H. 611120 – Prendas y Complementos “accesorios” de vestir, de punto, de algodón, para bebés (excl. gorras)

Estado Federal	2014			Participación (%)		
	USD	kg	Cant.	USD	kg	Cant.
Sao Paulo	12 337 699	424 364	6 528 587	45,43%	41,07%	37,64%
Santa Catarina	5 201 223	231 020	1 820 189	19,15%	22,36%	10,49%
Mato Grosso do Sul	4 700 912	193 929	1 907 010	17,31%	18,77%	11,00%
Espírito Santo	3 209 415	112 979	5 852 239	11,82%	10,93%	33,74%
Rio de Janeiro	983 765	35 218	873 475	3,62%	3,41%	5,04%
Ceará	299 650	15 528	109 826	1,10%	1,50%	0,63%
Rio Grande do Sul	181 005	8 746	93 506	0,67%	0,85%	0,54%
Pernambuco	158 462	9 023	126 580	0,58%	0,87%	0,73%
Paraná	45 878	1 123	9 322	0,17%	0,11%	0,05%
Distrito Federal	19 439	222	2 707	0,07%	0,02%	0,02%
Rondonia	18 871	1 181	20 091	0,07%	0,11%	0,12%
Minas Gerais	1 860	17	123	0,01%	0,00%	0,00%
Total	27 158 179	1 033 350	17 343 655	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Sistema Alice Web – Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior – Secretaría de comercio Exterior
Elaboración: Mincetur

Los Estados Federales de destino de las importaciones brasileiras de ropa de bebé de punto de algodón en el año 2014, principalmente, son Sao Paulo con 45%, Santa Catarina con 19%, Mato grosso do Sul con 17%, Espirito Santo con 12%, Rio de Janeiro con 4% y Ceará con 1%, otros menores a 1% se encuentran Rio Grande do Sul, Pernambuco, Paraná, Distrito Federal, Rondonia y Minas Garay.

El 81% de las importaciones brasileiras de ropa de bebé de punto de algodón se concentran en tres Estados (Sao Paulo, Santa Catarina y Mato Grosso), claro está que otros Estados del interior se concentran principalmente en Sao Paulo para comprar y posteriormente distribuir en sus localidades. Estas importaciones provienen principalmente de China, India, Taiwán, Tailandia Bangladesh y Perú, según orden de importancia (por valor de importación)

1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

Según información de la Asociación Brasileira de Shopping Center, se muestra los shopping en Sao Paulo que registran un perfil del consumidor que superan en 50% aquellos que pertenecen a la clase “A”, los mismos que se encuentra marcas y tiendas renombradas a nivel internacional, con precios de acuerdo a la calidad del producto.

La tendencia es la continua rotación de modelos, diseños y colores. Los colores tradicionales de ropa de bebé son el rosado, celeste y amarillo suave, que se encuentran cambiando la tendencia a utilizar combinaciones en la prenda con colores fuertes como el rojo, azul, verde mangana, entre otros.

En estos shopping centers, existen tiendas que venden ropa de punto de bebé 100% algodón como Baby Cotton, Dgarm, entre otros.



Tabla N° 19: Concentración de consumidores pertenecientes a la clase socioeconómica “A” en alguna tiendas

Nombre de la tienda	Perfil del consumidor		
	clase socioeconómica		
	A (%)	B (%)	C (%)
Shopping Center Patio Higienopolis	52	44	4
Shopping Colinas	55	35	10
Shopping Frei Caneca	50	37	13
Shopping Patio Guarulhos	50	50	0
Shopping Pátio Paulista	51	41	8
Shopping Valinhos	60	30	10
Shopping Vila Olímpia	53	42	5
Shopping Villalobos	65	33	2

• La Calle Oscar Freire

En esta calle es donde se concentran la mayoría de las tiendas de prestigio de la ciudad. “Mystery Shopping International” la considera como una de las 10 calles más lujosas del mundo.

Cuenta con una enorme variedad de opciones para los que están dispuestos a pagar por el lujo y la sofisticación, es lo

que encontrará en esta zona de São Paulo. Con diseños exclusivos de calidad.

AsimismoAsí mismo, se observa que gran parte de los consumidores de los shopping son del estrato “B”, consumiendo en estos shopping más del 50%, como Litoral Plaga Shopping, Campinas Shopping Center, Shopping Metro Boulevard Tatuape, Shopping Metrô Tatuape.

Tabla N° 20: Concentración de consumidores pertenecientes a la clase socioeconómica “B” en alguna tiendas

Nombre de la tienda	Perfil del consumidor		
	clase socioeconómica		
	A (%)	B (%)	C (%)
Campinas Shopping Center	16	66	16
Catarina Fashion Outlet	0	58	0
Center Norte	36	55	9
Centervale Shopping	22	58	20
Central Plaza Shopping Center	17	63	19
Franca Shopping Center	18	63	17
Litoral Plaga Shopping	14	72	14
Mauá Plaza Shopping	9	57	31
Maxi Shopping Jundiai	10	52	33
Miramar Shopping Center	20	60	20
Mogi Shopping	32	54	12
North Shopping Barretos	15	50	25
Osasco Plaga Shopping	11	50	32
Park Shopping São Caetano	0	50	0
Parque Dom Pedro Shopping	29	59	11
Shopping Anália Franco	0	60	0
Shopping Center 3	23	63	14
Shopping Center Boavista	16	51	31

Nombre de la tienda	Perfil del consumidor		
	clase socioeconómica		
	A (%)	B (%)	C (%)
Shopping Center Granja Vianna	10	51	22
Shopping Center Penha	11	55	33
Shopping D	24	60	0
Shopping Jaragua Araraquara	12	54	34
Shopping La Plage	30	50	19
Shopping Metro Boulevard Tatuape	17	66	15
Shopping Metrô Itaquera	8	56	34
Shopping Metrô Santa Cruz	28	53	18
Shopping Metrô Tatuape	14	66	19
Shopping Metrópole	18	55	25
Shopping Patio Guarulhos	50	50	0
Shopping Piracicaba	24	62	14
Shopping Plaza Sul	29	56	15
Shopping Sp Market	9	56	34
Shopping Spazio Ouro Verde	0	50	50
Shopping Taboão	13	62	25
Shopping Tambore	27	50	23
Supershopping Osasco	24	61	14
Tivoli Shopping	13	60	26
West Plaza Shopping Center	15	61	24

Fuente: Asociación Brasileira de Shopping Centers

Perfil del consumidor de la clase “C”, también tiene sus preferencias en los shoppings como Center Lapa, Hortolandia, Spazio Ouro Verde.

Tabla N° 21: Concentración de consumidores pertenecientes a la clase socioeconómica “C” en alguna tiendas

Nombre de la tienda	Perfil del consumidor		
	clase socioeconómica		
	A (%)	B (%)	C (%)
Shopping Center Lapa – Sp	4	16	53
Shopping Hortolandia	5	30	60
Shopping Spazio Ouro Verde	0	50	50

Fuente: Asociación Brasileira de Shopping Centers

Por último, se pudo inferir que en el Estado de Sao Paulo los mayores usuarios de los shopping pertenecen a la clase “B”.

1.4.1.3. Ventajas del producto peruano y competencia

El algodón peruano es reconocido por los conocedores del sector, específicamente, el algodón Pima y el Tanguis, por dicha apreciación, es preferible que las confecciones de bebé a base de estos tipos de algodones sean dirigidos a los estratos “A”, ya que mientras en el Barrio Brás se puede encontrar polos

a R\$ 5 (USD 1,64); en los Shoppings correspondientes al estrato A se puede conseguir bodies de algodón pima para bebé a un precio R\$ 190 (equivalente a USD 62,22). Asimismo, en Brasil se exhiben ropa de bebé de algodón hecho en Perú, pero que se está vendiendo con marca argentina como Baby Colton.

Para ingresar al mercado brasileiro con algodón Pima, debemos crear alianzas estratégicas con empresas brasileiras para lograr mercados de estratos “A”, no dejando de promocionar otros estratos con otros tipos de algodón peruano a fin de ser competitivos.

02

Condiciones De Acceso

Se debe explotar la cercanía del mercado Perú - Brasil, debido a las ventajas del Perú en los menores costos de transporte en comparación a los mercados de China,

India, Taiwán, Tailandia y Bangladesh, aprovechando otras vías en el transporte por carretera, a fin de disminuir costos y ser más competitivo.

Figura N° 34: Portal Babycottons



Fuente: Mincetur

Las operaciones de importación solamente podrán ser realizadas por personas físicas o jurídicas que estén inscritas en el Registro de Exportaciones e Importaciones (REI), de la Secretaría de Comercio Exterior (Secex), que integra la estructura del Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior (MDIC).

Conforme a lo dispuesto en la Portaria N° 12 de la Secretaría de Comercio Exterior de 15 de diciembre de 1999, la habilitación de toda persona jurídica o física en el REI se realiza, automáticamente, mediante el Sistema Integrado de Comercio Exterior (Siscomex), en la primera operación de importación, sin necesidad de presentar ningún documento o exigencia de capital mínimo.

2.1. Aranceles y otros impuestos

En Brasil, la importación de prendas de punto de algodón para bebés y niños se cobra un arancel a terceros países de 35%. Sin embargo, Perú con Brasil cuentan con el Acuerdo de Complementación Económica Perú – Mercosur N° 58 (ACE 58) en el cual se menciona que a partir del 1 de enero del 2012 todos los productos peruanos destinados a Brasil poseen una tasa arancelaria preferencial del 100%, es decir ingresan con arancel cero a Brasil.

Impuestos Federales

Son los impuestos que se rigen en el territorio brasileiro. En el caso de las confecciones, los impuestos a considerar son 4: IPI, PIS, COFINS e ICMS, cuyos valores se encuentran a continuación:

Tabla N° 22: Tasas de impuestos de importación

Impuestos	Tasas impositivas
Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI)	0%
Programa de Integración Social (PIS)	2,1%
Contribución para Financiamiento de la Seguridad Social (COFINS)	9,65%
Impuesto sobre Circulación de Mercaderías y Servicios (ICMS)	18% para el Estado de Sao Paulo

Con respecto al Impuesto sobre productos Industrializados (IPI), los artículos industrializados generan crédito fiscal que pueden ser compensados en las subsiguientes operaciones, salvo en caso donde el impuesto se haya generado por la compra de activos permanentes en que aplican reglas especiales. La base de cálculo es el valor aduanero, más el valor de impuesto a la importación.

Gastos de Importación

Son costos operativos y de desaduanaje generados en los puertos o aeropuertos en Brasil. A la llegada de la mercancía y presentación de los documentos de exportación el despachante aduanero le

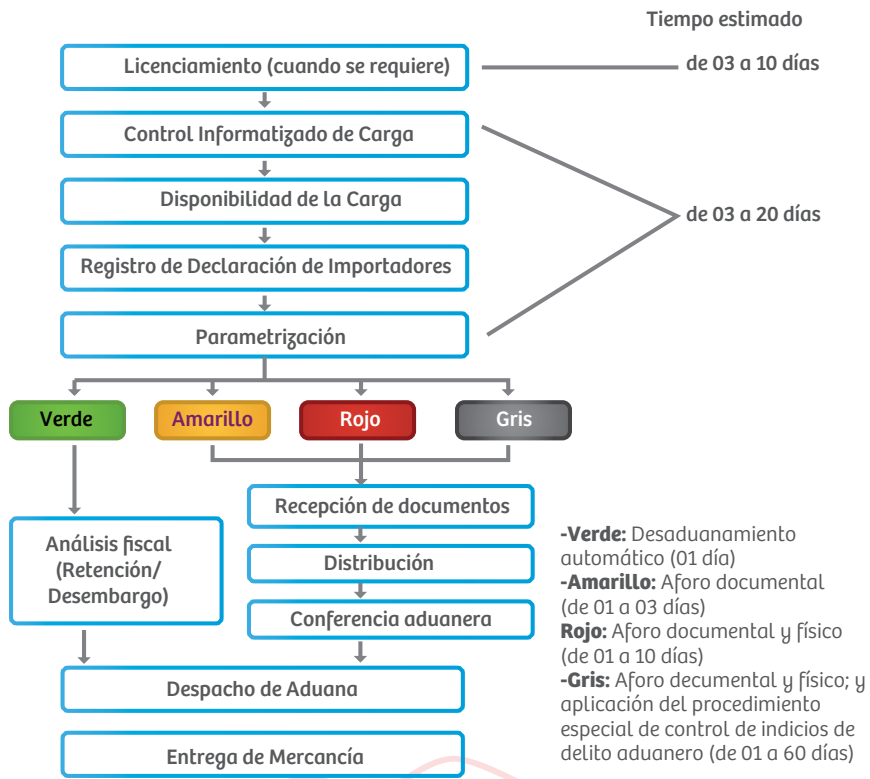
enviará al exportador un pre cálculo de los valores necesarios para el pago de los impuestos y gastos generados en la nacionalización.

Estos tributos son de ámbito federal y cobradosámbito federal y cobrados a través de débito en cuenta corriente por el SISCOMEX, al momento del registro de la Declaración de Importación (DI), los gastos en destino están compuestos principalmente por los siguientes conceptos:

- » Tasa SISCOMEX
- » Licencia de Importación
- » Tasas por emisión de Licencia de Importación

- » Almacenaje
- » Comisión del despachante aduanero
- » Tasas locales
- » Transporte de entrega
- » Comisión de sindicato de despachantes
- » Gastos de liberación

Gráfico N° 1: Flujo del despacho aduanero de importación en Brasil



Fuente: Secretaría de Receta Federal de Brasil (idg.receita.fazenda.gov.br/orientacao/aduaneira/importacao-e-exportacao)

La importación de confecciones peruanas está sujeta a Licencia Previa, solo se puede embarcar la mercancía luego de la fecha de aprobada la licencia.

2.2. Normas de origen y pruebas de origen

Según lo señalado en el artículo 4 del anexo V del ACE 58 Perú-Mercosur para que la ropa de bebé de algodón califique como originario y por consiguiente pueda beneficiarse de las preferencias arancelarias de este acuerdo. El algodón con que lo elaboró, debe ser producido en el Perú o en alguno de los países miembros del Mercosur.

En ese sentido, para acreditar que el algodón es peruano se debe presentar la factura o declaración jurada del productor de algodón.

Finalmente, con el registro de producción se debe demostrar que la prenda de punto de algodón para bebé fue elaborada en el Perú.

Para mayor información sobre el Régimen de origen revisar el siguiente enlace: www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/MERCOSUR/Anexo_V_Regimen_de_Origen.pdf

2.3. Requisitos específicos de los importadores

Ficha técnica

Se define técnicamente el modelo, es decir, el producto, para los departamentos de costos de producción, ingeniería, pcp PCP (planeamiento y control producción) y a las líneas de producción. Debe contener toda la información relevante, el proceso productivo (técnica dibujo, información sobre las materias primas y el modo de producción) para los diferentes sectores (modelado, gradación, guarnición, corte y producción).

El contenido de la ficha técnica sigue ciertas reglas, aunque sea informal para cada una de las compañías, permitiendo que la información completa de la pieza sea realizada según la norma establecida por el sector del desarrollo internacional, teniendo en cuenta el público objetivo y evitando la falta de homogeneidad entre las piezas.

Después de establecer un patrón y una norma para su hoja informativa, pueden evitar muchos problemas, tales como:

- » Referencias intercambiadas.
- » Mayor o menor cantidad de materia prima y adornos.

- » Falta de costeo, entre otros.

Es necesario destacar que las tallas brasileiras son diferentes a las tallas peruanas, se debe tener cuidado, en el caso de bebés no marca mucho la diferencia (estamos hablando de 0 a 3 meses), pero cuando va aumentando las tallas esto debe tomarse en consideración.

2.4. Barreras, estándares y normas

Con respecto a los estándares disponibles para la fabricación, se debe tener presente las normas relacionadas con la coloración, resistencia a la tracción, costura, mediciones, entre otros, que permita complementar las bases técnicas para un producto adecuado, no solo en rendimiento y comodidad, sino también en la durabilidad.

Tabla N° 23: Medidas del tamaño de los artículos confeccionados con materias

ABNT NBR 12071/2002-Textiles-determinación de las dimensiones de los artículos confeccionados.
ABNT NBR 12720/1995- Medidas de tela de punto.
Mediciones 13377/1995-Estándares de ropa de referencia.
ABNT NBR 15800/2009-Medidas de ropa de punto para bebé, niños y jóvenes.
ABNT NBR 15525/2007-Tamaño, etiquetado, normalización de calcetines.

Etiquetado del producto fabricado

Para etiquetar correctamente, la legislación brasileira correspondiente es CONMETRO, según resolución n ° 2 del 2008 sobre etiquetado textil, ésta actualmente se encuentra en vigencia, se define que para la presentación de seis artículos de consumo (prendas), ya sea en una sola etiqueta o en varias deben estar legibles e indelebles (que no puede ser falsificado).

La forma de comunicar estos seis elementos puede variar entre diversos medios de comunicación: etiqueta impresa, etiqueta bordada, etiqueta de impresión, telar jacquar “silkada” directamente en las prendas, estampa, entre otros.

Elementos declarados en el etiquetado

- » Nombre corporativo o marca del fabricante o del importador.
- » CNPJ respectivos del fabricante o del importador.
- » País de origen.
- » Composición de las fibras que componen el producto textil.
- » Tamaño de la pieza.
- » Cuidados de conservación expresado en símbolos o textos.

La altura de la letra, debe ser por lo menos de 2 mm y los símbolos deben tener un tamaño de al menos 4 mm x 4 mm. Nunca se debe abreviar el país de origen, lo correcto es: “La industria peruana”, “Perú”, “Realizado en Perú” o “Hecho en Perú”.

Simbología del etiquetado

Los símbolos incluyen 5 tipos de tratamientos, (ver figura N°38)

Figura N° 38: simbología del etiquetado

SÍMBOLO	TIPO DE TRATAMIENTO
	Lavadora doméstica o manualmente
	Blanqueamiento
	Secado
	Una tabla de planchar
	Limpieza profesional

Otras simbologías

Se aplica para los tratamientos que no se puede utilizar el símbolo la Cruz de San Andrés.



Para indicar que el tratamiento a aplicar debe ser más suave debe ser utilizado un tablero bajo el símbolo o incluso dos trazos, siguiendo el ejemplo:



En el símbolo de lavadora doméstica, el número indica la temperatura conveniente para el lavado:



Si hay una indicación de la mano dentro de la tina de lavado, significa que puede ser lavado nacional, sin embargo se realiza manualmente.



El triángulo de blanqueo cubre los tratamientos con cloro o sustancias con poder del oxígeno, que permiten blanquear o tomar las manchas específicas. Muchos productos textiles tienen la presencia del triángulo corta que no permite ni el uso de cloro o el uso de oxígeno al objetivo o quitar las manchas, no obstante hay muchos tintes resisten el uso de limpieza con oxígeno y puede ofrecer al consumidor una buena alternativa limpiador doméstica.

Canales de Distribución Y Comercialización

Canales de distribución para importaciones de ropa de punto para bebé

Los canales de distribución para las empresas del giro de ropa de punto para bebé han ingresado a través de cadenas comerciales, tiendas especializadas de ropa, boutiques, entre otras:

- » Para las tiendas especializadas y boutiques las exportaciones peruanas se encuentran orientadas a los segmentos “A” y “B” se debe ingresar con productos de muy buena calidad, como el algodón Pima, con buenos acabados y diseños constantemente renovados. Es un segmento donde se vende menores volúmenes pero a mejor precio.
- » Si se quiere ingresar a las cadenas comerciales, shoppings, entre otros, se recomienda realizar alianzas estratégicas difundiendo la calidad del algodón Pima, o a través de franquicias.
- » Las empresas brasileiras están muy bien posesionadas, son grandes, distribuyendo sus tiendas no sólo en los shopping de São Paulo sino también en todo Brasil.

Modalidades de compra

Comercio Mayorista (atacado)

Los grandes distribuidores especializados son los que mueven la mayor cantidad de mercancía en el mercado brasileiro, mientras que la figura del importador mayorista es muy pequeña y solo se dan en grandes marcas con canales propios de distribución. El Barrio Bras en Sao Paulo, es uno de los centros de distribución mayorista de ropa en Brasil.

Comercio Minorista (varejo)

El comercio minorista se da principalmente a través de los Centros comerciales (SHOPPING) ubicados en las diversas ciudades. Existen 522 shopping en Brasil, de los cuales el 33% están ubicados en Sao Paulo.

Además de estos se presentan, tiendas denominadas lojas, que atienden el mercado del segmento A y B, como aquellas ubicadas en Rua Oscar Freire, y lojas que atienden al segmento C y D, como aquellas ubicadas en Bom Retiro, Brás, Pari, 25 de março.

04

Información Adicional

4.1. Datos de contacto de importadores

- Alo bebe
www.alobebe.com.br
- Arte y Minas
www.arteminasbordados.com.br
- Banana Danger
www.bananadangerstore.com.br/bebes.html
- Batistela Baby
www.batistela.com.br
- Bilu Teteia
www.biluteteia.com.br
- Biramar Baby
www.biramar.com.br/produtos/saida-maternidade-5-pcs
- High Trade
www.hightrade.com.br
- Kiko & Kika
www.kikoekika.com.br
- Maria Bebe
www.mariabebe.com.br

- Pituchinhu's Indústria e Comércio de Confecções Ltda

www.pituchinhus.com.br/pmini/pmini-summer2016

- ZIP Industria Brasileira

www.zip.ind.br

4.2. Oficinas / Gremios en el mercado

- Asociación Brasileira de Normas Técnicas (ABNT)
www.abnt.org.br
- Instituto Nacional de Metrología, Calidad y Tecnología (INMETRO)
www.inmetro.gov.br
- Instituto de Pesos y Medidas del Estado de Sao Paulo (IPEM)
www.ipeem.sp.gov.br
- Confederación Nacional de Industrias (CNI)
www.portaldaindustria.com.br
- Asociación Brasileira de Industria Textil y de Confecciones (ABIT)
www.abit.org.br

- Asociación Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE)
abrasce.com.br

- Asociación Brasileira de Vestuario (ABRAVEST)
abravest.org.br

- Instituto de estudio e Marketing Industrial (IEMI)
www.iemi.com.br

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)
www.mincetur.gob.pe

- Agencia Brasileira de Desarrollo Industrial (ABDI)
www.abdi.com.br

- Servicio de Búsqueda de negocios
www.trade.nosis.com/es

4.3. Ferias comerciales

- Fit 0/16 - Feira Internacional do Setor Infante-Juvenil/Teen Bebê
Feria Internacional / Anual
Fecha: junio
Contacto: expo@fit016.com.br
Web: www.fit016.com.br
- Sao Paulo Prêt à Porter
6ª Feria Internacional de negocios

para Industria de moda, confecciones y accesorios
Feria Internacional / Anual
Fecha: enero
Contacto: comercial@saopaulopretaporter.com.br
Web: www.saopaulopretaporter.com

- Fenim Gramado
17ª Feria de la Moda de Gramado - Otoño/Invierno 2016
Feria Nacional / Anual
Fecha: enero
Contacto: info@ciadasfeiras.com.br
Web: www.ciadasfeiras.com.br
- Floripa Prêt-À-Porter 2016
2º Salón de Negocios de la Moda Brasileira
Salón Internacional / Anual
Fecha: junio
Contacto: reserva@famafeiras.com.br
Web: www.floripapretaporter.com.br

- Expovest
38ª Feria Expovest Primavera/Verano 2016-2017
Feria Nacional / Anual
Fecha: julio
Contacto: contato@expovest.com.br
Web: www.expovest.com.br

- Feira do Bebê e Gestante

57ª FERIA del bebé y de la gestante/
Moda Infantil y Juvenil - BH
Feria Nacional / Trimestral
Fecha: marzo
Contacto: mgmarketing@mgmarketing.com.br
Web: www.feiradobebeegestante.com.br

- Feira do Bebê e Gestante
12ª FERIA del bebé y de la gestante/
Moda Infantil y Juvenil - Vitória
Feria Nacional / Semestral
Fecha: abril
Contacto: mgmarketing@mgmarketing.com.br
Web: www.feiradobebeegestantevitória.com.br
- Feira do Bebê e Gestante
58ª FERIA del bebé y de la gestante/
Moda Infantil y Juvenil - BH
Feria Nacional / Trimestral
Fecha: julio
Contacto: mgmarketing@mgmarketing.com.br
Web: www.feiradobebeegestante.com.br

- Feira do Bebê e Gestante
13ª FERIA del bebé y de la gestante/
Moda Infantil y Juvenil - Vitória
Feria Nacional / Semestral
Fecha: octubre

Contacto: mgmarketing@mgmarketing.com.br
Web: www.feiradobebeegestantevitória.com.br

- Cianorte Alto Verão 2017
7ª Exposición del Vestuario Mayorista de Cianorte
Feria / Nacional / Anual
Fecha: octubre
Contacto: contato@expovest.com.br
Web: www.expovest.com.br
- Feira do Bebê e Gestante
59ª FERIA del bebé y de la gestante/
Moda Infantil y Juvenil - BH
Feria / Nacional / Trimestral
Fecha: noviembre
Contacto: mgmarketing@mgmarketing.com.br
Web: www.feiradobebeegestante.com.br

4.4. Links de interés

- Asociación Brasileira de la Indústria Têxtil y de Confecciones.
www.abit.org.br
- Confederação Nacional da Industria
www.cni.org.br
- Guia de Implementación

normalización para Confeccion, Associação Brasileira de Normas Técnicas, Serviço Brasileiro de Apoio a las Micro e Pequenas Empresas. – Rio de Janeiro: ABNT; SEBRAE, 2012.
www.abnt.org.br

- Disponen sobre la aprobación del Reglamento Técnico Mercosur Sobre Etiqueta de Productos Textiles
www.quepia.org.br/site/portaria/2010_1808/Conmetro022008.pdf
- Componente de Origen - Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)
www.vuce.gob.pe/manual_vuce/manuales/usuarios/MCT001_certificado_origen.pdf
- Ministério das Comunicações (MC)
www.mc.gov.br
- Ministério das Relações Exteriores (MRE)
www.itamaraty.gov.br
- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) – Secretaria de Comércio Exterior
www.mdic.gov.br
- Organização Mundial do Comércio (OMC)
www.wto.org

- Receita Federal do Brasil (RFB)
www.receita.fazenda.gov.br
- Seguradora Brasileira de Crédito à Exportação (SBCE) www.sbce.com.br
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)
www.sebrae.com.br
- Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil)
www.apexbrasil.com.br
- Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB)
www.aeb.org.br
- Banco Central do Brasil (BACEN)
www.bcb.gov.br
- Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES)
www.bndes.gov.br
- Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (FUNCEX)
www.funcex.com.br
- Ministério da Fazenda (MF)
www.fazenda.gov.br
- Sistema de IBGE de recuperação automática - SIDRA
www.sidra.ibge.gov.br/bda/indust/default.asp

05

Bibliografía

- ABIT- Asociación Brasileira de la Industria Textil y de Confecciones. "Programa de Internacionalización de la Industria de la Moda Brasileira"
www.texbrasil.com.br/texbrasiles/Empresas.aspx?segmento=5
- Textiles Panamericanos
www.textilespanamericanos.com/Ediciones/2010/Septiembre-Octubre/Art%C3%ADculos/Brasil_Y_Su_Industria_Textil
- Estudio de Mercado Textil Brasil - Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Rio de Janeiro enero 2005. es.scribd.com/doc/97363927/3/PANORAMA-GENERAL-DEL-SECTOR
- IEMI - Instituto de Estudio e Marketing Industrial
www.iemi.com.br/
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
www.ibge.gov.br/home/
- ABRAFAS Brasil - Assoc Bras Produtos Fibras Artificiais
www.portaldoshopping.com.br
- ABRASCE - Associação Brasileira de Shopping Centers,
www.portaldoshopping.com.br/
- ABRAVEST - Associação Brasileira do Vestuário
www.abravest.org.br
- CEPAL interwp.cepal.org/cepalstat/WEB_cepalstat/Perfil_nacional_social.asp?PaiseBRA
- BANCO Central de Reserva de Brasil
www.bcb.gov.br/pt-br/Paginas/presidente-bc-comenta-pib-2014.aspx
- Guía de Shopping -Asociación de shopping en Brasil
www.portaldoshopping.com.br/site/guia-de-shoppings/
- Relatório de acompanhamento das agendas estratégicas setoriais outubro 2014
www.brasilmaior.mdic.gov.br/images/data/201411/63060f-4dae4e63a2a399ae33e9ba1426.pdf
- Guía cómo exportar a brasil, ministerio de relaciones exteriores de brasil.
www.itamaraty.gov.br

2016



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo