

2016



# Conserua de Anchoveta en Manaos



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”.



**Conserva de anchoveta  
en Manaus**

# Índice

|                                                                               |    |                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|-------------------------------------------------------------------|----|
| Resumen Ejecutivo                                                             | 6  | 1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado | 30 |
| Antecedentes                                                                  | 6  | 1.4. Ventajas del producto peruano y competencia                  | 33 |
| Metodología de estudio                                                        | 7  | <b>02. Condiciones de Acceso</b>                                  | 35 |
| <b>01. Mercado - Descripción del Sector</b>                                   | 8  | 2.1. Aranceles y otros impuestos                                  | 35 |
| 1.1. Tamaño de mercado                                                        | 9  | 2.2. Normas de origen y pruebas de origen                         | 37 |
| 1.1.1. Producción brasileira                                                  | 11 | 2.3. Requisitos específicos de importadores                       | 37 |
| 1.1.2. Exportaciones brasileiras                                              | 15 | 2.4. Barreras, estándares y normas de ingreso                     | 38 |
| 1.1.3. Importaciones brasileiras                                              | 16 | <b>03. Canales de Distribución y Comercialización</b>             | 40 |
| 1.1.4. Importaciones desde Perú                                               | 18 | <b>04. Información Adicional</b>                                  | 43 |
| 1.2. Características generales                                                | 20 | 4.1. Empresas importadoras                                        | 43 |
| 1.2.1. Usos y formas de consumo                                               | 20 | 4.2. Oficinas/Gremios en el mercado de la Región Norte de Brasil  | 45 |
| 1.2.2. Descripción, especificaciones del producto<br>y formas de presentación | 21 | 4.3. Ferias comerciales                                           | 46 |
| 1.2.3. Auditoría en tiendas                                                   | 24 | 4.4. Links de interés                                             | 47 |
| 1.2.4. Análisis de la competencia                                             | 26 | Bibliografía                                                      | 48 |
| 1.2.5. Regiones/Sectores de mayor consumo en el mercado                       | 28 |                                                                   |    |

# Resumen Ejecutivo

## Antecedentes

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

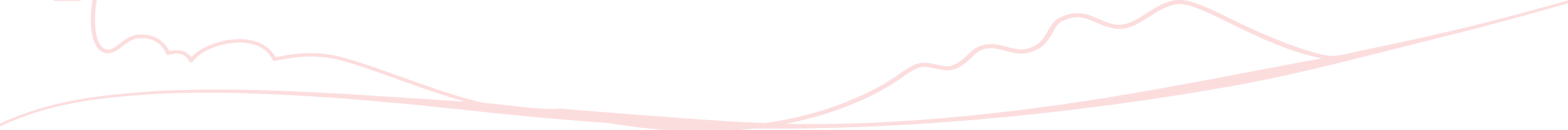
Para tales fines, esta Oficina Comercial programó dentro de sus actividades, la elaboración del Perfil de conserva de anchoveta en Manaos del Mercado de Brasil, que se presenta a continuación.

## 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 pesquero y se enfatiza el comportamiento del mercado de conserva de anchoveta en Brasil y en Manaos, ciudad del Estado de Amazonas; teniendo en cuenta la producción brasilera, las

exportaciones brasileras, las importaciones provenientes del mundo y desde Perú. En segundo lugar, se detallan las formas de consumo de las conservas de sardina en el mercado brasilero, 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 brasilero. 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 brasileros.



## 01

## Mercado - Descripción del Sector

El segmento de la pesca industrial está destinado exclusivamente para fines comerciales, así como proveedora de materia prima para las grandes industrias de los centros de distribución de alimentos. La pesca industrial está compuesta por cerca de 1 600 embarcaciones (de acuerdo con el Sistema de Informática del Registro General de la actividad pesquera, SIS-RGP). Los principales puertos de desembarque de la flota industrial a lo largo de la costa brasileña están en Belém (Pará), Fortaleza (Ceará), Río de Janeiro (Rio de Janeiro), Santos (Sao Paulo), Itajaí (Santa Catarina) y Paranaguá (Pernambuco).

De acuerdo al Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística (IBGE), en el año 2014 la actividad pesquera brasileña genera un PBI de USD 5 mil millones, la movilización de 800 000 profesionales y proporciona 3,5 millones de puestos de trabajo directos e indirectos. La región norte es una de las regiones de mayor participación en el volumen de producción en Brasil.

Según el grupo español Jealsa-Rianxeira, el mercado brasileño de conservas de pescado en el 2014 alcanzó una factu-

ración de R\$ 1 000 millones (USD 263,15 millones) anuales. En los productos derivados de la sardina, Jealsa-Rianxeira calcula que la empresa Coqueiro tiene una participación de 43,6%; mientras que Gomes da Costa de 27,7%. En el atún, el Grupo Calvo es líder con 41,3%, Coqueiro le sigue con 34,9% y Femepe llega a 7%. Todas las empresas productoras trabajan con pescados nacionales e importados.

Según el Ministerio de Pesca y Acuicultura (MPA) el consumo per cápita alcanzó 12,31 kg en el 2014, un 3,27% más que en el año anterior. En el segmento conservas de pescado, la Asociación Brasileira de Industria de la Alimentación (ABIA); engloba a las "conservas enlatadas"; en un conjunto de productos desde legumbres, frutas y pescado, por lo cual el resultado es totalizado. El consumo de pescado es de 30 kg en el estado de Amazonas.

A finales de 2012, el Gobierno Federal puso en marcha el Plan de Cosecha de pesca y acuicultura, que ofrecen R\$ 4,1 mil millones (USD 1,74 mil millones) de crédito al sector. El Ministerio de Pesca y Acuicultura (MPA) también creó una red de laboratorios oficiales para certificar la calidad del

pescado para la exportación, importación y el consumo interno. En el 2015, el MPA incluyó el 27% de los municipios brasileños en un programa para fomentar la cría de peces en propiedades rurales.

Según los estudios llevados a cabo por el centro de servicios de Información y asesoramiento sobre la comercialización de productos de la pesca en América Latina y el Caribe - INFOPECA (Neiva et al, 2010; Barroso; Wiefels, 2010; Borges, 2010; Gandra, 2010), estimaron que durante el período 2010 – 2015, el consumo de pescado en Sao Paulo, Río de Janeiro, Brasilia y Manaus, que en conjunto sumaron un total de 613 mil toneladas; el consumo fuera de casa, alrededor de 235 toneladas; y el consumo per cápita promedio anual de 20,39 kg. Los datos recogidos indican un aumento de la producción y las importaciones de pescado. Asimismo, especifica que los consumidores tienden a adquirir pescado en diferentes formas de procesamiento y con un mayor grado de elaboración.

En cuanto a la balanza comercial, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

(FAO), Brasil registra un saldo negativo para los productos hidrobiológicos. No obstante, el mercado de conservas de pescado es importante en Brasil, a pesar de encontrarse en una etapa de maduración; el atún es sin duda el producto rey, seguido de la sardina.

En el mercado de conservas de pescado, Brasil tiene las marcas Coqueiro, de la americana PepsiCo, y Gomes da Costa, del grupo español Calvo como las más antiguas y conocidas; el Grupo gallego Jealsa-Rianxeira es el más reciente en ingresar a Brasil, a través de la marca Robinson Crusoe.

### 1.1. Tamaño de mercado

El Estado de Amazonas es el mayor en área territorial del país, con 1 559 148,890 km<sup>2</sup>; el índice de densidad demográfica es 2,23 hab./km<sup>2</sup>. La población es de 3 938 336 millones de habitantes, de los cuales 3 209 790 viven en área urbana y 728 546 en el área rural; la distribución entre 0 a 14 años de edad representa el 43,8% del total; de 15 a 59 el 52%; y de 60 años a más representa el 4,2%. Las mujeres son el 49,6% y los hombres 50,4% (Censo 2010,



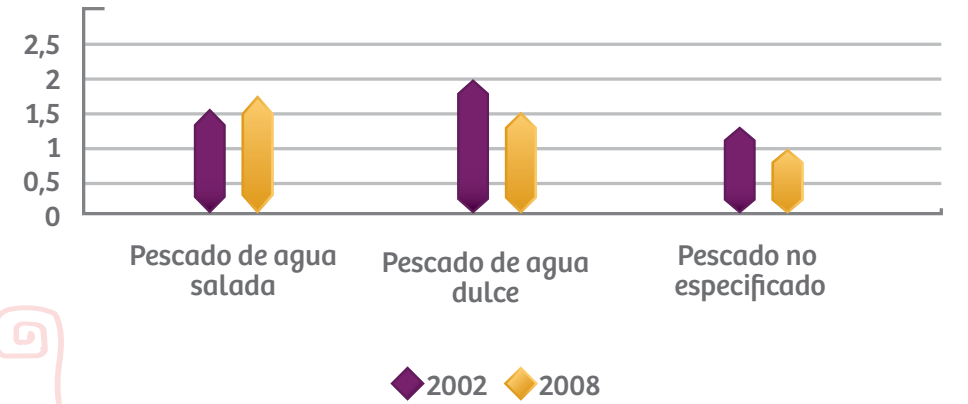
IBGE). La capital Manaus, es la ciudad más poblada de la región norte de Brasil con 1 802 525 habitantes. El rendimiento nominal mensual per cápita es de R\$ 739,00 (USD 194,47); la distribución social es de 7% clase alta; 32% clase media y 61% clase baja, según IBGE (2015) y Secretaría de Asuntos Estratégicos de la Presidencia de la República.

Tabla N° 1: Consumo per cápita de pescados y conservas de sardina en Brasil, la Región norte del país y Amazonas

| Producto            | Consumo per cápita (kg) |              |          |
|---------------------|-------------------------|--------------|----------|
|                     | Brasil                  | Región Norte | Amazonas |
| Conserva de Sardina | 0,15                    | 0,20         | 0,18     |
| Pescado             | 4,03                    | 17,54        | 30,01    |

Fuente y Elaboración: Datos del sistema de producción agrícola (LSPA), instituto Brasileiro de Geografía y Estadística, IBGE 2010.

Gráfico N° 1: Consumo per cápita de pescado en Brasil



Fuente: Datos del sistema de producción agrícola (LSPA), instituto Brasileiro de Geografía y Estadística, IBGE 2008. Elaboración: Mincetur

1.1.1. Producción brasileira

Conforme al Informe 2013 del Ministerio de Pesca y Acuicultura (MAPA), la producción brasileira de peces se pueden dividir en dos grupos: Captura y Acuicultura.

En el año 2011, la producción ascendió a 1 432 000 toneladas, crecimiento del 13,2% en comparación con el 1% del año 2010. La acuicultura es la principal fuente de producción nacional de pescado y representa el 43,9%, seguido de la pesca extractiva marina (aguas saladas) con el 38,7% y la pesca extractiva continental (aguas dulces) 17,4%.

En cuanto a la región norte de Brasil, destaca por presentar uno de los mayores volúmenes de producción de pescado a nivel nacional; la pesca es predominantemente extractiva. En el 2013, el volumen producido, fue de aproximadamente 265 775 toneladas. De este total, 175 000 toneladas correspondieron a la pesca continental y 90 775 toneladas a la pesca marina (Lopes et al., 2013). En cuanto a la acuicultura, la producción regional fue de 36 mil toneladas. Es de destacar que 99,32% provienen de aguas continentales (ríos, lagos, lagunas, otros).

Los Estados de Pará y Amazonas tuvieron una mayor participación de desembarque (86,38%) de la producción regional, ambas producciones están concentradas en la pesca artesanal.

El Estado de Pará se establece como el segundo mayor productor y exportador de pescado en Brasil, con 18,8% del total de las exportaciones brasileiras. De otro lado, Amazonas es el que mantiene una uniformidad productiva de 17,49%, como una constante en el crecimiento productivo.

Santa Catarina ha llegado a dominar el mercado nacional de sardina, abarcando el 70% de la producción nacional. La sardina, popularmente conocida como el “pollo de mar” por su bajo valor de mercado, es el pez más capturado, con 46 900 toneladas, que representa el 61% del total extraído.

Según el Registro General de la actividad pesquera (RGP) del MAPA, se estima que al año 2015 existen un millón de pescadores artesanales. Aproximadamente, el 45% de toda la producción anual de pescado desembarcado proviene de la pesca artesanal. Siendo así una de las actividades de mayor impacto social y económico.

La industria de transformación de productos de la pesca se distribuye geográficamente de la siguiente manera:

a. **Regiones norte y nordeste:** predomina la línea de congelados (langosta, filete de diferentes especies, gambas y atún). La industria de transformación de la pesca de esta región es responsable de la mayoría

de las exportaciones de la industria de la pesca en Brasil.

**b. Regiones del sur y sudeste:** en los Estados del sur la industria está más orientada a la pesca y procesamiento de sardinas y atún en conserva, así como la producción de filetes de pescado congelados y refrigerados. La mayoría de la producción de esta región se destina al mercado nacional.

En septiembre del 2015 la empresa Crusoe Foods, filial del grupo español Jealsa Rianxeira y uno de los más grandes de Europa en el sector de conservas de

pescado, inauguró la primera fábrica de enlatados en el Estado de Ceará de la región del Nordeste. Con capacidad de producir 8 millones de latas de pescado por mes, principalmente de sardina, atún y caballa. El grupo español Robinson Crusoe, posee actualmente una participación de 8% con respecto al mercado de productos pesqueros en Brasil y un 10% en el Estado de Ceará. Con esta planta, así como la de Río Grande do Sul, que se encuentra en pleno rendimiento, como la que se construirá en Río de Janeiro, el objetivo de la compañía es alcanzar una cuota de mercado del 20% en todo el país.



Figura Nº 1: Produção de pescados y moluscos en la costa brasileira

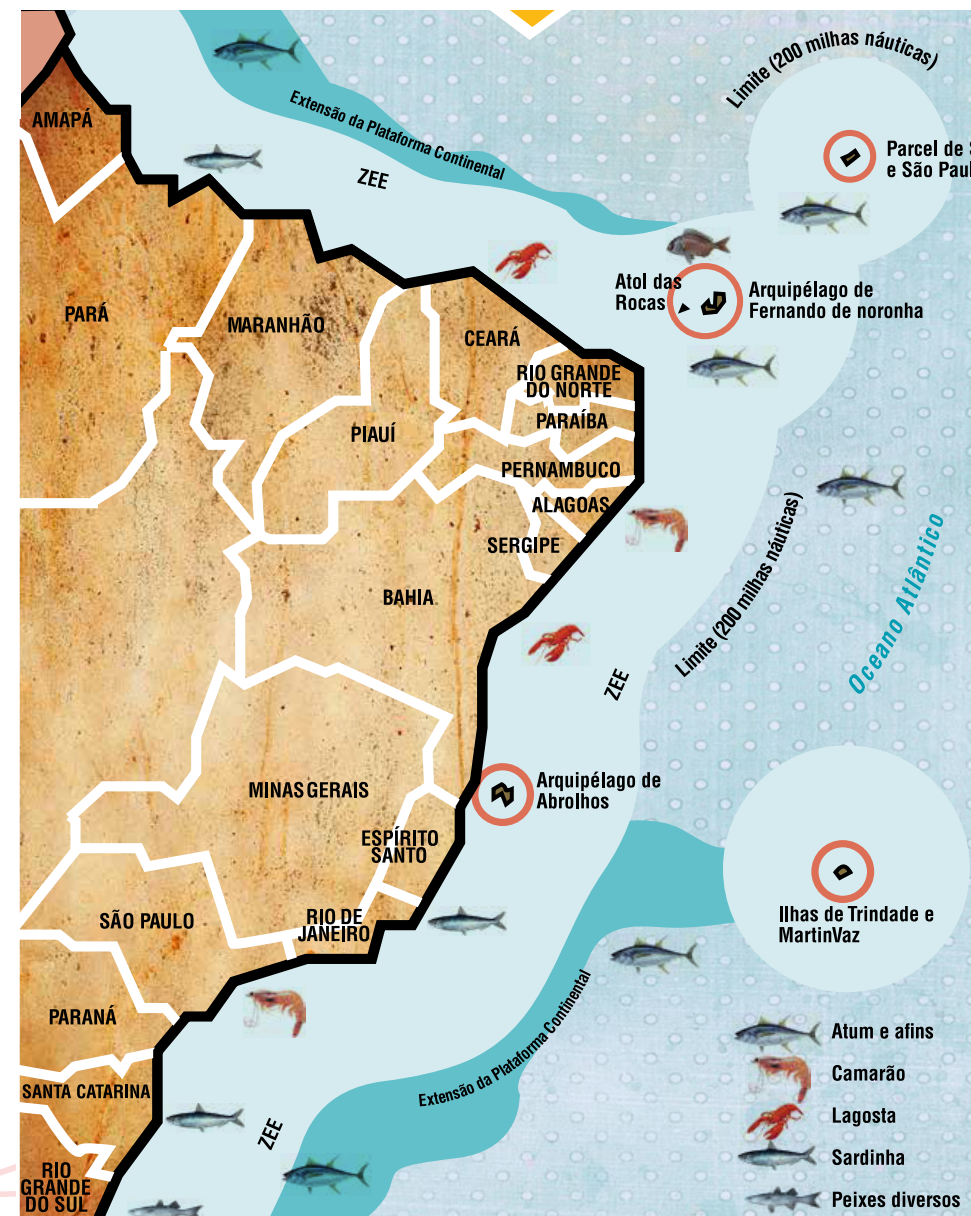
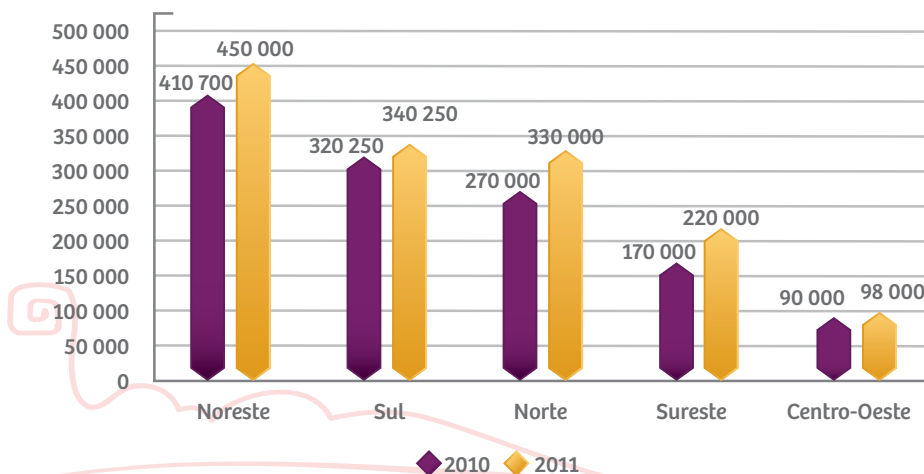


Tabla N° 2: Principales Estados productores de pescados de la Región Norte de Brasil, año 2011

| Estados Federales<br>- Região Norte de Brasil | 2011             |             |              |             |             |             | Total (t)   |
|-----------------------------------------------|------------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                                               | Pesca Extractiva |             |              | Acuicultura |             |             |             |
|                                               | Marina           | Continental | Subtotal (t) | Marina      | Continental | Subtotal(t) |             |
| Acre                                          | 0,0              | 2 002,8     | 2 002,8      | 0,0         | 5 988,3     | 5 988,3     | 7 991,1     |
| Amapá                                         | 6 756,0          | 9 891,2     | 16 647,2     | 0,0         | 1 032,0     | 1 032,0     | 17 679,2    |
| Amazonas                                      | 0,0              | 63 743,3    | 63 743,3     | 0,0         | 27 604,2    | 27 604,2    | 91 347,5    |
| Pará                                          | 87 509,3         | 55 402,7    | 142 912,0    | 140,5       | 10 420,4    | 10 420,4    | 153 332,3   |
| Rondônia                                      | 0,0              | 3 791,3     | 3 791,3      | 0,0         | 12 098,9    | 12 098,9    | 15 890,3    |
| Roraima                                       | 0,0              | 386,2       | 386,2        | 0,0         | 25 162,9    | 25 162,9    | 25 549,1    |
| Tocantins                                     | 0,0              | 1 927,1     | 1 927,1      | 0,0         | 12 411,8    | 12 411,8    | 14 338,9    |
| Norte                                         | 94 265,3         | 137 144,5   | 231 409,8    | 140,5       | 94 578,0    | 94 718,5    | 326 128,3   |
| Brasil                                        | 553 670,0        | 249 600,2   | 803 270,2    | 84 214,3    | 544 490,0   | 628 704,3   | 1 431 974,4 |

Fuente: Anuario del Ministerio de Pesca y Acuicultura – MPA 2011.  
Elaboración: Mincetur

Gráfico N° 2: Producción de pescado por regiones brasileiras, período 2010 - 2011 (en toneladas)



Fuente: Anuario del Ministerio de Pesca y Acuicultura – MPA 2011.  
Elaboración: Mincetur

Tabla N° 3: Producción brasileira de pescados y conservas de pescado, según clases de actividades industriales, período 2005 - 2011 (en toneladas)

| Clases de actividades industriales /productos                          | Año (toneladas) |         |         |         |         |         |         |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|                                                                        | 2005            | 2006    | 2007    | 2008    | 2009    | 2010    | 2011    |
| Pescados congelados                                                    | 103 199         | 89 165  | 48 046  | 52 164  | 63 442  | 73 624  | 80 589  |
| Pescados, filetes y otras carnes de pescado secos, salados o ahumados  | 5 149           | ---     | 3 469   | 3 925   | 10 708  | 15 256  | 10 892  |
| Preparaciones y conservas de pescado, excepto platos listos congelados | 79 918          | 100 642 | 117 864 | 124 604 | 122 196 | 102 747 | 106 370 |

Fuente: Anuario del Ministerio de Pesca y Acuicultura – MPA 2011.  
Elaboración: Mincetur

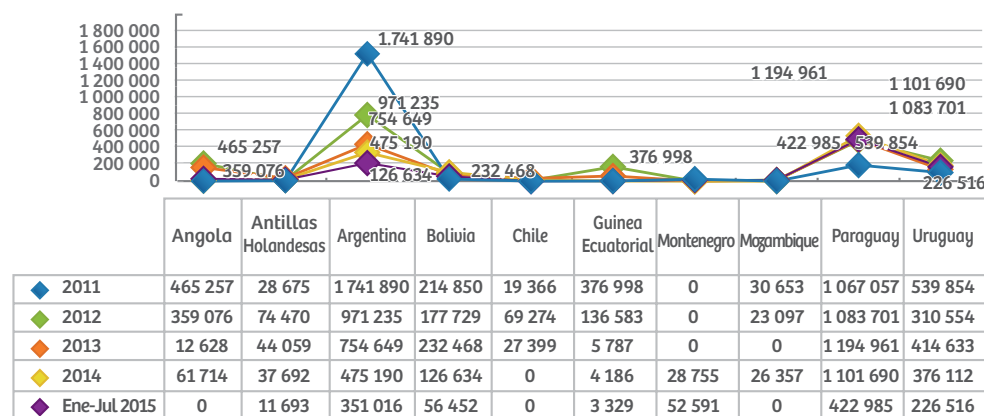
### 1.1.2. Exportaciones brasileiras

En el año 2014 las exportaciones brasileiras de conservas de pescado (clasificadas en la subpartida arancelaria 1604.13) ascendieron a USD 2 341 276, representando un total de 648 toneladas. Es importante mencionar que desde el 2011 el año volumen exportado viene disminuyendo a un ritmo de 15% al año. Los princi-

pales destinos son Argentina, Paraguay y Uruguay. El origen de estas exportaciones está concentrado en un 90% en Santa Catarina, seguido por Rio de Janeiro y Sao Paulo. Las exportaciones a los países de América del Sur se transportaron por vía terrestre, otros por vía marítima o aérea Hacienda Federal del Brasil (RFB).



Gráfico N° 3: Exportaciones de conservas de pescado (incluye sardina, anchoveta, otros), período 2011 - 2015\* (en USD)



Fuente: Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior – MDIC 2015

Elaboración: Mincetur

\* Datos obtenidos hasta julio del 2015

### 1.1.3. Importaciones brasileñas

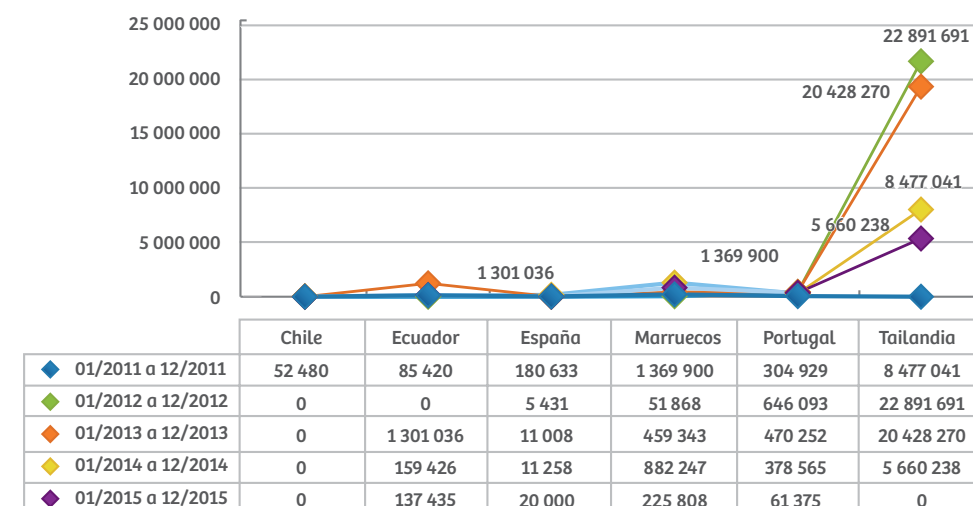
De acuerdo al registro estadístico oficial del comercio internacional brasileiro elaborado por el Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior (MDIC), desde enero hasta julio del año 2015, Brasil ha importado 589 toneladas, de las cuales 412 toneladas (69,9%) son de origen peruano.

En el año 2014, las importaciones totales de Brasil (clasificadas en la subpartida arancelaria 1604.13) registraron un valor de USD 4 709 250, equivalente a 1 263 toneladas. El precio promedio estuvo por debajo de los USD 22/caja (50 unidades). Los principales Estados brasileiros importadores fueron Santa

Catarina, Pernambuco, Bahía y Minas Gerais, siendo todos los envíos por vía marítima, acorde con los datos de Hacienda Federal del Brasil (RFB). El alto flujo comercial se debió a la aceptación de la anchoveta por el mercado brasileiro, como una alternativa a la sardina.

Históricamente, Tailandia ha sido el más grande proveedor de sardina de Brasil, en el 2014 providenció 2 644 toneladas (48%), seguido por Perú con 1 264 toneladas (35%); sin embargo, hasta julio 2015 no ha registrado ninguna exportación. Cabe resaltar que el 98% de la sardina importada ingresa por modo marítimo a territorio brasileiro.

Gráfico N° 4: Importaciones conservas de pescado (incluye sardina, anchoveta, otros), período 2011 - 2015\* (en USD)



Fuente: Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior (MDIC), 2015

Elaboración: Mincetur

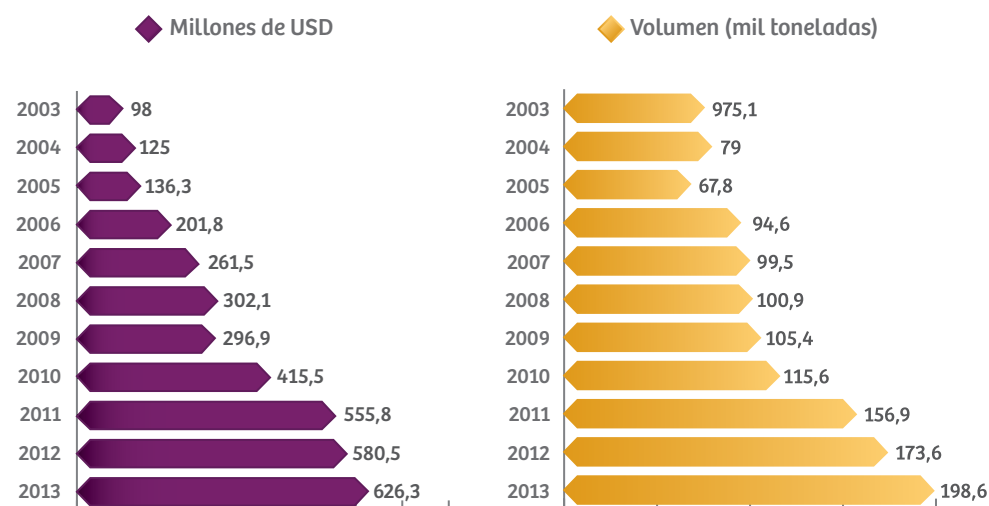
\* Datos obtenidos hasta julio del 2015

En el año 2010, a raíz de la incursión de nuevas empresas al mercado de conserva de sardinas, el Gobierno brasileiro optó por aumentar el arancel (Impuesto de Importación) de dicho producto, pasando de 16% a 32%. Caso contrario sucedió con el arancel de la sardina congelado, puesto que en el mismo período, se redujo de 10% a 2% con una cuota máxima de 30 mil toneladas.

Actualmente, la importación de pescado congelado continúa preocupando a la industria pesquera brasileira, el cual no

logra identificarse con el consumidor brasileiro, que habitualmente dispone de una gran variedad de productos pesqueros provenientes de distintos países. En el caso particular de la industria de conservas de pescado en Brasil, a pesar del aumento de las medidas arancelarias no se logró ralentizar las importaciones de sardina enlatada. Cabe resaltar que la oferta de lata de sardinas en el mercado brasileiro procede en especial de los siguientes países: Brasil, Marruecos, Tailandia, Omán, India, Perú y Ecuador.

Gráfico N° 5: Comercio internacional de conservas de pescado (incluye sardina, anchoveta, otros) en Brasil, período 2003 - 2013



Fuente: Consejo Nacional de Pesca y Acuicultura (CONEPE) y Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior (MDIC), 2013

Elaboración: Mincetur

### 1.1.4. Importaciones desde Perú

Datos del Ministerio de la Producción, indican que en el Perú existen 7 millones de toneladas de biomasa de anchoveta. En el año 2014 fueron capturadas 2,2 millones de toneladas de anchoveta, alcanzado apenas el 68% de la cuota que normalmente se extrae durante la primera temporada.

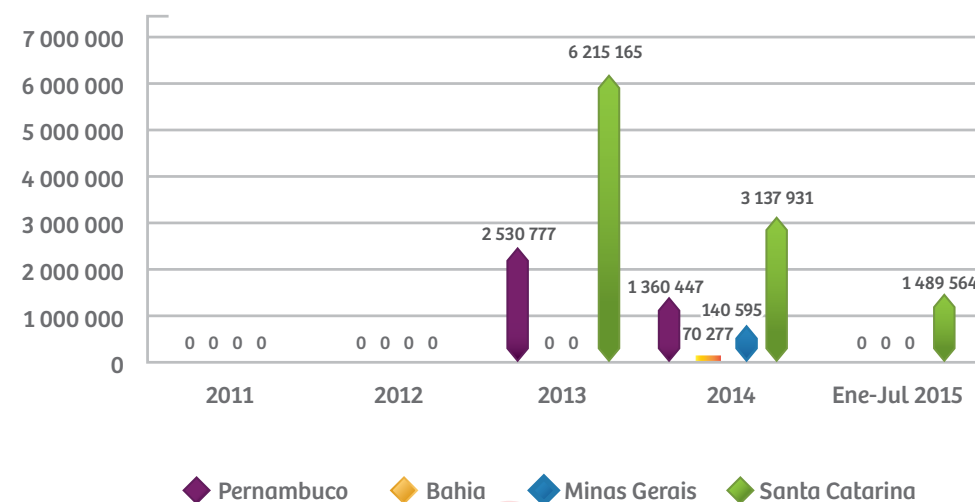
En el Perú, la captura de este pescado sucede a lo largo de la costa central y norte del país, iniciándose en los meses de abril y mayo. Cabe señalar que el Perú responde por el 30% de la producción mundial de harina de pescado y que el 95% de la anchoveta capturada es destinada a este producto.

En ese sentido, se debe considerar que las exportaciones peruanas hacia este mercado son expresivas, actualmente el Perú se encuentra entre los primeros exportadores de conservas de pescado a Brasil "anchoveta y anchoa" y con el ACE 58, que le otorga arancel cero, existe la posibilidad para que las empresas pesqueras del Perú puedan incursionar en la región norte de Brasil, principalmente en la ciudad de Manaos.

Es importante mencionar que se evidenciaron importaciones de conservas de anchoveta realizados por Brasil desde Perú clasificadas en la subpartida NCM 1604.13.10, que comprende a las conservas de sardinas y la subpartida NCM 1604.13.90, donde se identificaron las conservas de anchoveta, las cuales se observan en los gráficos N° 6 y 7, respectivamente.

Ambos valores son representativos, los cuales demuestran la viabilidad y el gran potencial que existe para este producto de origen peruano en el mercado brasileiro.

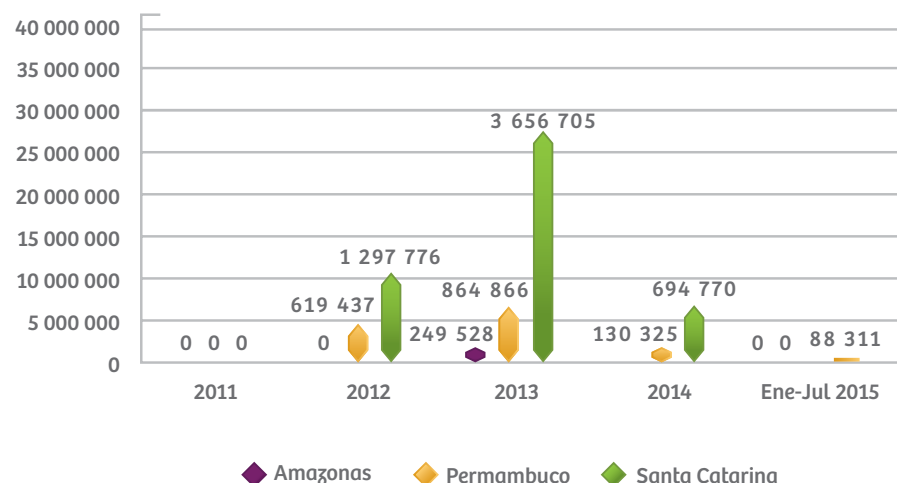
Gráfico N° 6: Importaciones de conserva de sardina, período 2011 - 2015 (en USD)



Fuente: Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior (MDIC), 2015.

Elaboración: Mincetur

Gráfico N° 7: Importaciones de conservas de anchoveta, período 2011 – 2015 (en USD)



Fuente: Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior (MDIC), 2015.  
Elaboración: Mincetur

## 1.2. Características generales

### 1.2.1. Usos y formas de consumo

Una razón para el incremento del consumo de conservas de pescado, puede estar relacionado con la dificultad de preparación del pescado fresco, ya que luego de comprar, se debe limpiar y eliminar las escamas; frente a una alternativa más práctica como los enlatados de atún y sardinas. Las ventajas para consumirlo es que el envase preserva todas las propiedades nutritivas y mantiene el sabor, además no tiene conservantes o aditivos químicos. Otra alternativa de consumo son las conservas

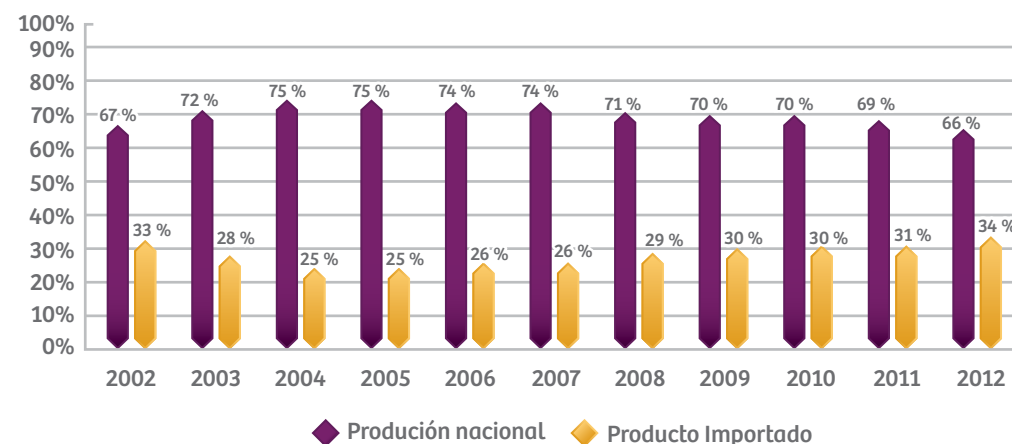
de pescado en aceite de soya o de oliva, por su alto valor nutricional, ricas en omega-3.

El pescado en conserva exhibe diversas formas de presentación, como por ejemplo, desmenuzado o en sólido de atún. Los brasileños acostumbran a consumirlo de forma directa, acompañado de vegetales. La sardina normalmente es consumida en un sándwich con tomate y lechuga o preparada como plato caliente junto al frejol, arroz y papas.

Un gran impulsor del consumo de pescado en Brasil es su Ministerio de Salud, que por medio de la Guía de Alimentos para la población brasileira, recomienda que el pescado se consuma como mínimo dos veces por semana. Del mismo modo,

afirman que en una dieta equilibrada debe estar incluido el pescado, porque sus grasas “buenas” ayudan a bajar los niveles de colesterol, prevenir enfermedades cardiovasculares y activar la memoria.

Gráfico N° 8: Origen del pescado consumido en Brasil, período 2002 - 2012



Fuente: Ministerio de Pesca y Acuicultura (MPA), 2012  
Elaboración: Mincetur

### 1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

La conserva de sardina es almacenada en envases de acero, siendo las más adecuadas para la conservación de pescados y frutos del mar; por este motivo, los fabricantes de latas de acero se muestran cada vez más preocupados en atender las exigencias de las industrias demandantes, proporcionando seguridad, belleza, practicidad y reducción de costos

en el producto. El embalaje de la conserva de sardina tiene su mayor preocupación por el frescor y la higiene, debido a que las industrias garantizan al consumidor una validez de hasta 4 años posterior a su envasado. Son envases bastante delicados, perecibles en espacios menores de tiempo y más propensos a pérdidas por causa de manipulación en el transporte.

Hoy en día, según la Asociación Brasileira de Embalajes de Acero (ABEAÇO), el estándar utilizado en las latas de conservas de sardina es de  $\frac{3}{4}$  de club con capacidad de almacenaje de hasta 125 g de peso neto.

A continuación se destacan los tipos de sardinas ofertados en el mercado consumidor de Amazonas:

- » En aceite de soya
- » En salsa de tomate
- » En salsa de limón
- » En salsa picante
- » En salsa de hierbas finas

» En agua y sal

» En aceite con sabor ahumado

En términos de presentaciones, existen dos tipos que representan el 97% de las ventas, que son las sardinas en aceite de soya y en salsa de tomate. La participación en las ventas de Amazonas, corresponde a 90% en sardina en aceite de soya y 10% para sardina en salsa de tomate; particularmente en Manaos, ciudad referente de consumo de sardinas para todo el Estado de Amazonas. La preferencia se debe principalmente a la utilización del producto en la preparación de salsas como patés, pasteles y condimentos (vatapá y farofa con sardina).

Figura N° 2: Formatos de Lata de Conservas de Sardina



Fuente y Elaboración: Mincetur

Figura N° 3: Presentaciones de conservas de sardina entera



Fuente y Elaboración: Mincetur



### 1.2.3. Auditoría en tiendas

Se realizó una investigación de mercado entre los días 21 y 23 de agosto del 2015, entrevistando a gerentes de compras de distribuidoras de alimentos perecibles, autoservicios y almacenes en las Centrales de Abastecimiento (CEASA) de la ciudad de Manaos.

### Auditoría en principales autoservicios y distribuidoras de Manaos

#### Fortalezas y debilidades en la distribución

» **Fortalezas:** la sardina y anchoveta se demandan todo el año en los autoservicios y centrales de abastecimiento; existe la posibilidad de realizar la exportación directa vía puerto de Manaos y no se identifica ningún productor en la zona.

» **Debilidades:** alto costo logístico y utilización del multimodal (terrestre/ fluvial); algunos autoservicios realizan la importación a través de un trader<sup>1</sup> y mantienen contratos de exclusividad semestrales y anuales.



#### Posicionamiento de la marca/origen

» Se observó que apenas tres marcas dominan el mercado, tales como Gomes da Costa, Coqueiro y Robinson Crusoe. Las tres se abastecen con producción brasileira. Sin embargo, la marca Robinson Crusoe cuenta con stock importado de Marruecos.

» Los directores comerciales de las principales empresas están a favor de trabajar con nuevas marcas, cuyo prestigio pueda ser alcanzado a través del propio distribuidor exclusivo, por lo que las marcas peruanas de conservas podrían obtener un espacio.



#### Oportunidades de precio

» La lata (125g) de sardina Robinson Crusoe es vendida a R\$ 1,99 (USD 0,52); Gomes da Costa a R\$ 2,69 (USD 0,71); Coqueiro a R\$ 2,59 (USD 0,68); y la marca 88 a R\$ 2,49 (USD 0,65). El margen de ganancia es de 23% en promedio.

» Se identificó una escasa cantidad de anchoveta peruana en aceite de girasol en la marca Gomes da Costa (R\$2,99 - USD 0,79). El mercado podría ser más promisorio si se incentiva una campaña de marketing sobre la similitud de la anchoveta con la sardina comúnmente consumida en los autoservicios de Manaos.



#### Compra y venta en autoservicios

» La red de supermercados Hiper DB en Manaos demanda mensualmente 8 500 cajas de sardina; mientras que las cinco distribuidoras interesadas por el producto requieren un promedio de 3 500 cajas cada una. La compra es realizada por intermedio de los representantes de las 06 principales industrias de conservas. (Gomes da Costa, Coqueiro, Robinson Crusoe, Nautique, Palmeira y 88).

» Según información recibida por los gerentes de compras, la mayor época de ventas se lleva a cabo en los meses de marzo y abril. El consumidor opta por la variedad aceite de soja (aceite vegetal).



#### Rotación

» La rotación de la conserva de sardina es mensual y bastante representativa en los principales autoservicios. Las distribuidoras realizan compras bimestrales cuando son de origen extranjero y mensual cuando son nacionales. El 90% de las ventas está orientado a la conserva de sardina en aceite vegetal. El consumo en salsa de tomate representa el 8%.

» La anchoveta en conserva embarcada en Pisco o Lima, descargada en Rio Branco, demoraría 05 días hasta Porto Velho 06 días, y hasta Manaos 12 días (incluyendo el proceso de desaduanaje).



<sup>1</sup> Empresa dedicada exclusivamente a importar/exportar, distribuyendo el producto ya nacionalizado. Cabe señalar que no se dedica a la comercialización directa.

### 1.2.4. Análisis de la competencia

En los autoservicios de Manaos se comercializan conservas de sardina todo el año, principalmente sardina brasileira; sin embargo, también se identifican sardinas de Tailandia y Marruecos, que son comercializadas en la época de pascua.

El principal competidor de la anchoveta y sardina peruana en Manaos es la sardina brasileira, especialmente las marcas Gomes da Costa, 88 y Coqueiro.

A través de la información de los propios consumidores, la sardina tailandesa no posee mucho sabor, el jugo que la acompaña es de baja calidad, sin embargo el precio es sumamente atractivo. Del mismo modo, la sardina de Marruecos es bastante barato para competir directamente; por lo cual para colocar el producto peruano se deben realizar campañas de degustación, enfatizando la calidad y beneficios de consumirlo.

Durante la investigación en los supermercados de Manaos, se logró identificar sardina de Marruecos bajo la marca Robinson Cruseo a R\$ 1,59 (USD 0,42), precio al por mayor, incluyendo todos

los impuestos de nacionalización, costos logísticos y margen de lucro del recinto comercial (aproximadamente 15%).

El empresario peruano podría desarrollar marcas especiales para el mercado de la región norte de Brasil, a fin de no competir directamente con otras marcas que puedan ser posicionadas en regiones más numerosas como el sur y sudeste.

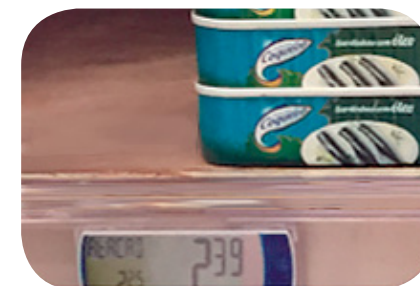
Los directores comerciales de distribuidoras de Amazonas, recomiendan dos estrategias para posicionar el producto:

- » Desarrollar marcas de introducción promocional, donde se priorice el precio o marcas que se consoliden a lo largo de un tiempo determinado (mínimo 06 meses), en la cual se prioricen la calidad y ventajas del producto.
- » Los precios que se brindarían al consumidor del Estado de Amazonas no debería ser mayor a los precios de las marcas líderes, dado que éstas ya son conocidas, ya sea por su excelente calidad y/o prestigio comercial.

Gráfico N° 9: Presentaciones y precios de venta de conservas de sardina en las cadenas de autoservicios de Manaos



Sardina Gomes da Costa  
R\$ 2,69 / USD 0,71



Sardina Coqueiro  
R\$ 2,39 / USD 0,63



Sardina Robinson Cruseo  
R\$ 1,99 / USD 0,53



Sardina 88  
R\$ 2,39 / USD 0,63



Sardina en Salsa de Tomate Beira Mar  
R\$ 2,73 / USD 0,72



Sardina Nautique  
R\$ 1,99 / USD 0,53

1.2.5. Regiones/Sectores de mayor consumo en el mercado

El comercio brasileiro demostró buen desempeño entre 2013 y 2014. Según los datos de la Pesquisa Mensual del Comercio (PMC) realizado por IBGE, el sector creció 4,3% en 2013 y 2,2% en 2014, el Producto Bruto Interno (PBI) en el 2014 fue de 0,1%. La región norte tuvo un crecimiento de 7,1%. Sin embargo, el Estado de Amazonas fue quien registró el menor crecimiento con 0,3% en 2014.

Tabla N° 4: Crecimiento del volumen de ventas del comercio Brasil y de la Región Norte de Brasil, año 2014

| Estado Federal de la Región Norte de Brasil | Crecimiento del volumen de ventas (%) |
|---------------------------------------------|---------------------------------------|
| Rondonia                                    | 9,3                                   |
| Acre                                        | 12,6                                  |
| Amazonas                                    | 0,3                                   |
| Brasil                                      | 2,2                                   |

Fuente y Elaboración: Pesquisa Mensual del Comercio (PMC) - IBGE, 2014

En el primer semestre de 2015, el escenario para las ventas fueron desfavorables, debido a la crisis económica y política que atravesó Brasil, lo que causó una desaceleración en las ventas para todo Brasil y aún mayor para Amazonas

Tabla N° 5: Crecimiento del volumen de ventas del comercio Brasil y de la Región Norte de Brasil, 1er semestre del 2015

| Estado Federal de la Región Norte de Brasil | Crecimiento del volumen de ventas del comercio (%) |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Rondonia                                    | 4,9                                                |
| Acre                                        | 9,7                                                |
| Amazonas                                    | - 3,1                                              |
| Brasil                                      | - 0.8                                              |

Fuente y Elaboración: Pesquisa Mensual del Comercio (PMC) - IBGE, 2015

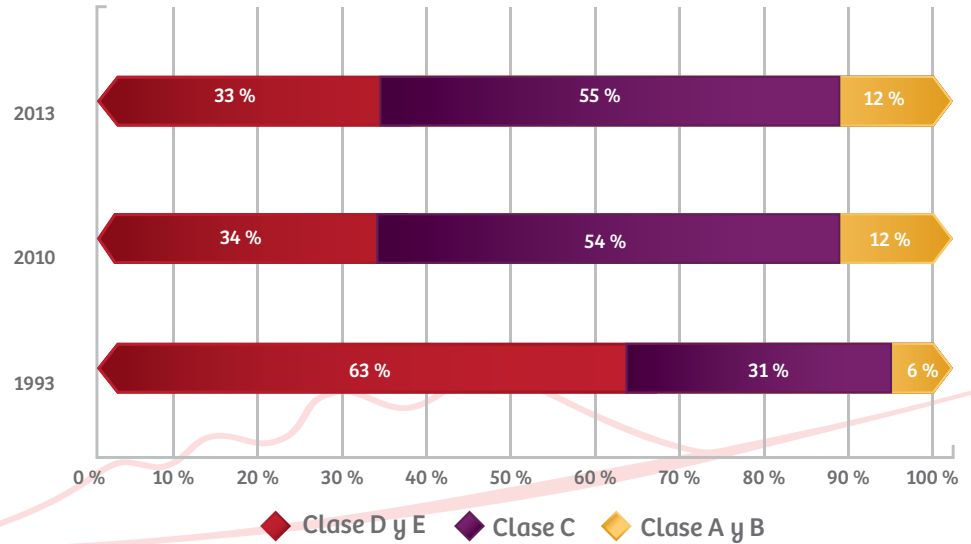
El Grupo DB, la mayor red de supermercados e hipermercados de Manaus, normalmente adquiere todas las conservas de pescado directamente de la industria brasileira, y en algunas ocasiones, importa indirectamente a través de una empresa trader que negocia volúmenes a gran escala, siempre que las condiciones económicas sean más atractivas que el mercado nacional. Generalmente, dichas cargas son transportadas desde Sao Paulo, utilizando la hidrovía del río madeira en el tramo Porto Velho/Rondonia – Manaus (el viaje dura de 06 a 08 días).

Tabla N° 6: Índice del crecimiento del volumen de ventas de supermercados e hipermercados en Brasil, año 2014 y 1er semestre del 2015

| Actividad                                                                 | 2014 | 1er Semestre 2015 (%) |
|---------------------------------------------------------------------------|------|-----------------------|
| Hipermercado, Supermercado, Productos alimenticios, bebidas, entre otros. | 1,3  | - 1,2                 |

Fuente y Elaboración: Pesquisa Mensual del Comercio (PMC) - IBGE, 2015

Gráfico N° 10: Evolución de la distribución de clases socioeconómicas en Brasil, año - 2013





Fuente y Elaboración: Fundación Getulio Vargas, Brasil 2013 y Pesquisa Nacional de Domicilios (PNAD)

Mayoritariamente, la clase C y D consume sardina en conserva, los principales motivos son que no requiere refrigeración, es fácil de almacenar y resulta una alternativa económicamente viable frente a proteínas cárnicas. La clase A consume principalmente conservas, patés y salsas a base de atún. Ya la clase B consume ambos productos de forma no siempre proporcional. Varía de acuerdo a épocas; por ejemplo, en la pascua se demanda mayormente conservas de sardina por la clase B.

### 1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

El consumidor de Amazonas puede identificar cuando la sardina es de buena calidad, ya que lo relaciona con el buen

estado del filete de sardina, su coloración y el número de filetes por lata. Según informaciones recibidas por los gerentes de compra de los principales autoservicios de Manaus, el consumidor prefiere filetes grandes, siendo lo ideal dos o tres por lata.

Según datos de la Asociación de Supermercados Amazonenses (AMASE), el consumidor final amazonense está acostumbrado a comprar vía autoservicio. En Manaus existen alrededor de 300 establecimientos, entre mercados, supermercados e hipermercados, los cuales ofertan productos alimenticios en toda la capital del Estado. En los supermercados de Manaus se encuentran diversas especies, tales como el tambaqui, merluza amarilla, dorada y peces importados como el salmón y el bacalao.

Se realizó una serie de preguntas a los consumidores, a fin de identificar el poder de decisión al momento de seleccionar la variedad de conserva de pescados. De un total de 35 consumidores, 27 optaron por el consumo de sardina en aceite de soja; 05 por atún en aceite comestible y 03 por sardina en salsa de tomate. Igualmente, la sardina más adquirida fue la marca Robinson Crusoe (73%) y en segundo lugar Gomes da Costa con 25% (atún y sardina).

Existe un aumento en el consumo de pescado procesado, principalmente a través de productos elaborados o procesados industrialmente, como los filetes de pescado, apanados y conservas. De esta manera, el consumo de pescado varía según la región. En la región norte, específicamente, en el Estado de Amazonas el consumo per cápita promedio es de 30 kg/año; en Rio de Janeiro es de 16 kg/año.

Según la publicación Panorama de la Acuicultura en Brasil (BNDS Sectorial, 35pp, Sidonio, L.; Cavalcanti, I.; Mungioli R. 2012), en el caso concreto de las conservas de pescado y mariscos, Brasil consume casi exclusivamente atún y sardina, el consumo per cápita anual de atún es de 100 g y de sardina 150 g; para incentivar este mercado las empresas productoras del país están desarrollando nuevos productos, como los patés de atún, sardinas en diferentes salsas o aceites, a fin de incentivar el aumento del consumo de pescados.

Analizando la gama de productos empaquetados, congelados y comidas preparadas a base de pescados, destaca el hecho de que algunas de las especies más frecuentes en productos de la pesca procesados son propios del Estado de Amazonas, como es el caso de la Tilapia, el Pintado y Tambaqui. El producto se suele presentar envasado en bolsas de plástico cuando se trata de productos semielaborados (filetes congelado in natura, entre otros); aunque, el envase más común es la caja de cartón. El peso de los envases de un bajo grado de procesamiento congelado varía entre los 250 g y 1 kg, siendo el más común 0,5 kg.

En ese sentido, las previsiones del Ministerio de Pesca y Acuicultura son muy optimistas; y estiman que el consumo per cápita de pescado, a nivel nacional, en el 2020 se sitúe entre 20 kg y 30 kg.

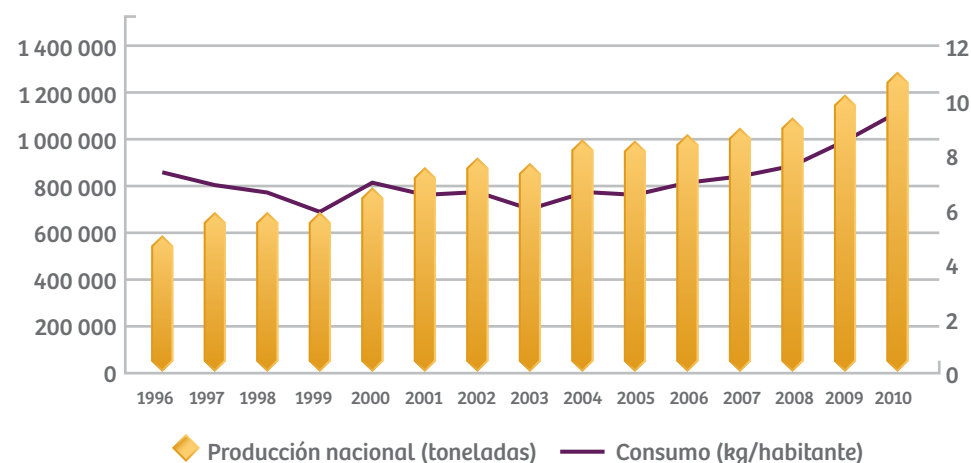
A pesar de este escenario alentador, el consumo de pescado en Brasil sigue siendo bajo, debido a que el brasileiro prefiere la carne bovina antes que el pescado. Vale decir que este hábito de consumo no responde únicamente a razones culturales; lo cierto es que el propio subdesarrollo del sector pesquero en Brasil ha motivado a un gran desconocimiento del consumidor sobre el pescado; sumado a ello, la escasez, poca variedad en la oferta y precios superiores a los de la carne han conseguido disminuir el consumo a gran escala del pescado.



El consumo de pescados está relacionado al volumen producido en Brasil, impulsado y organizado por el MPA a través de campañas de fomento al consumo de pescado a nivel nacional y provincial, así como programas sociales para combatir la desnutrición en deter-

minados segmentos de la sociedad, en el gráfico N° 11 se presentan datos del Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística (IBGE) correspondientes a la evolución del consumo per cápita en comparación con la producción brasileira de pescados.

Gráfico N° 11: Consumo per cápita de pescado vs producción brasileira de pescados



Fuente y Elaboración: Mincetur

Según la Asociación Amazonense de Supermercados (AMASE) de todas las conservas de pescado consumidas en el Estado de Amazonas, el 86% corresponden a sardina en sus diferentes presentaciones y acompañamientos.

En cuanto a la determinación del precio, el exportador peruano debe comprender que las marcas más prestigiosas pueden comercializar sus productos pesqueros a precios más elevados, debido a que poseen un status y han conseguido una reputación sólida dentro del mercado de Brasil. Por lo tanto, el producto peruano debe ingresar con un precio más accesible que las marcas prestigiosas, caso contrario no conseguirá resultados positivos en un corto plazo.

Cada día, palabras como practicidad, sofisticación y sustentabilidad están más presentes en el vocabulario del consumidor brasileiro. Los productos saludables, cuya propuesta traen bienestar y mejoría en la calidad de vida son uno de los principales pilares de los nuevos hábitos de consumo. Los segmentos como los alimentos orgánicos, naturales y funcionales, como las conservas de pescado, sirven para hacer dieta, controlar el peso; por consiguiente, cada vez más está ganando espacio en el mercado. Factores como el envejecimiento de la población, la dinámica de la vida agitada en las ciudades y las innovaciones propuestas por la industria aumentaron la cantidad

de góndolas o anaqueles saludables en el sector de supermercados.

#### 1.4. Ventajas del producto peruano y competencia

Los factores determinantes en el mercado de la sardina importada en Brasil son:

- » El precio FOB también es determinante, debido al ingreso de sardina de otros grandes mercados exportadores en el mundo (Tailandia y Marruecos).
- » El tiempo de tránsito que demora desde su despacho hasta su entrega en el almacén del cliente amazonense.
- » La calidad del producto debe ser de acuerdo al perfil del consumidor al cual se está orientando la conserva a ser exportada.
- » Las condiciones de acceso en materia arancelaria y tributaria. En tal sentido, la conserva de anchoveta peruana se encuentra libre de arancel, lo cual es una ventaja frente a la competencia extranjera.

A menudo los importadores brasileiros de productos hidrobiológicos no logran diferenciar la conserva de anchoveta peruana, ya que esta diferencia no es tan evidente a la vista del consumidor, y menos palpable, en gran parte por la semejanza que muestra con la conserva de sardina.

No obstante, se pudo evidenciar que el producto pesquero peruano ha tenido presencia comercial en el mercado de Amazonas, así lo demuestra la empresa comercializadora BEIRA MAR, que utilizaba las conservas de anchoveta provenientes de Perú hace más de un año. Sin embargo, en la actualidad, casi todas las conservas son de origen nacional y marroquí.

Bajo este contexto, las exportaciones peruanas de conservas de pescado con destino a Brasil, debe tomar en cuenta los aspectos claves, como los precios competitivos (aún muy similar a los de Marruecos y Tailandia) y una disponibilidad de entrega durante todos los meses del año.

En el año 2015, la sardina importada atravesó ciclos de inestabilidad comercial debido al alza de la moneda americana frente al real brasileiro, diversos negocios fueron afectados, entre ellos las conservas de pescado, las cuales perdieron espacio frente al producto nacional, voluiéndose inviables al ser importadas; sin embargo, ciertas industrias extranjeras prefirieron

reducir márgenes de rentabilidad con el fin de permanecer en el mercado y esperar que el dólar se estabilice. En menos de siete meses la moneda americana subió más de 30%. Actualmente está siendo cotizada en R\$ 3,81/USD.

En el escenario económico actual que atraviesa el Brasil, la principal competencia de la anchoveta y sardina peruana es la sardina brasileira, tal como se mencionó anteriormente, cuyos costos de producción no han aumentado y cuya rentabilidad crece debido a los competitivos precios que obtienen en la pesca nacional y en la importación de sardinas congeladas con arancel al 2%.

En la tabla N° 7 se observa claramente la reducción del precio FOB de sardinas marroquíes. Según información de los importadores del Estado de Amazonas, las industrias de dicho país han acompañado la cotización de la moneda americana mes a mes y gradualmente han reducido sus precios para no perder espacio frente al producto nacional.

Tabla N° 7: Precios FOB de conserva de sardinas procedente de Marruecos en Manaos (en USD/kg)

| Año  | Precio (USD/kg) |
|------|-----------------|
| 2014 | 23,50           |
| 2015 | 18,15           |

Fuente y Elaboración: Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior – MDIC 2015

02

Condiciones de Acceso

2.1. Aranceles y otros impuestos

El arancel promedio con el cual Brasil graba a los productos importados es de 11,5%; mientras que para la región sudamericana es de 8,2%. Sin embargo, el Perú posee un Acuerdo Comercial con Brasil (ACE 58) en el marco del Mercosur, que posibilita que en la actualidad un número importante de productos peruanos ingresen al mercado brasileiro con arancel cero.

Medidas arancelarias para las conservas de sardina y anchoveta peruana

En relación a las partidas arancelarias, en Brasil predomina la clasificación oficial del Mercosur denominada Nomenclatura Común del Mercosur (NCM). En algunas ocasiones las partidas arancelarias utilizadas en Perú, bajo la clasificación NALADISA (Nomenclatura de la Asociación Latinoamericana de Integración), difieren de las NCM (Nomenclatura Común del Mercosur).

En este caso, la sardina bajo la clasificación NALADISA: 1604.13.10 y la anchoveta bajo la clasificación NCM 1604.13.90, tienen la misma numeración de clasificación arancelaria utilizada en Brasil.

El Perú junto con los principales miembros permanentes del Mercosur firmó el ACE 58, dicho acuerdo tuvo como finalidad efectuar cronogramas de desgravación arancelarias para promover el comercio bilateral y multilateral entre las repúblicas del Mercosur.

Dentro del ACE 58 en el Apéndice I-A, la república de Argentina y Brasil otorgan al Perú el cronograma aplicable de desgravación a las partidas arancelarias. La sardina en conserva pertenece a la sección C1-e y la anchoveta en conserva pertenecen a C1-g, el cual menciona que a partir del 01 de enero del 2008 el arancel para el ingreso a Brasil es cero (0%). Cabe resalta que antes de la subscripción de este acuerdo, el arancel era de 16% en ambos productos. Actualmente, para un país que no cuenta con acuerdo económico con Brasil, el arancel es de 32%.

Esta reducción arancelaria no cuenta con fecha de caducidad, por lo cual desde enero del pasado 2008 se viene otorgando dicho beneficio arancelario.

Tabla N° 8: Cronograma de desgravación arancelaria de Brasil al Perú para la subpartida 1604.13.10

| Cronograma Aplicable | A partir 01.01.05 | A partir 01.01.06 | A partir 01.01.07 | A partir 01.01.08 |
|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| C1.e                 | 65%               | 75%               | 90%               | 100%              |
| C1.g                 | 100%              | 100%              | 100%              | 100%              |

Fuente y Elaboración: Acuerdo de Complementación Económicas – ACE 58, Anexo II. 2010.

Impuestos de importación

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

Los impuestos que inciden sobre el producto importado se dividen en: el sector federal, recaudado por el país; y sector estadual, recaudada por el Estado federal de destino. Es un tema muy determinante conocer todos los impuestos al momento de elaborar el precio final del producto.

A continuación se detalla la tasa impositiva aduanera para la importación de conservas de sardina.

Tabla N° 9: Tratamiento tributario de la conservas de sardina importada en Brasil

| Nomenclatura Común del Mercosur (NCM) | Impuestos federales |    |       |        | Impuesto Estadual (Acre, Rondonia y Amazonas) |
|---------------------------------------|---------------------|----|-------|--------|-----------------------------------------------|
| 1604.13.10                            | 0%                  | 0% | 2,10% | 10,65% | 17%                                           |

Fuente y Elaboración: Hacienda Federal del Brasil 2012.

2.2. Normas de origen y pruebas de origen

Para verificar el origen de la conserva de anchoveta se debe tener en cuenta los siguientes criterios:

- » Identificar los insumos utilizados
- » Identificar la partida arancelaria de cada insumo utilizado
- » Si los insumos son originarios del Perú o de los países miembros del Mercosur entonces se considera la conserva de anchoveta como originaria bajo el criterio 2 c del artículo 3 del anexo V del ACE 58 Perú-Mercosur.
- » No obstante, si los insumos utilizados en el proceso productivo de la conserva de anchoveta no son originarios entonces tienen que pertenecer a una partida arancelaria diferente al producto final (conserva de anchoveta). Si en todos los insumos no originarios se da el cambio de partida arancelaria respecto a la mercancía final entonces es considerada mercancía originaria.

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](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/MERCOSUR/Anexo_V_Regimen_de_Origen.pdf)

2.3. Requisitos específicos de importadores

A continuación se muestran los principales requisitos exigidos por los importadores de conservas de pescado en el mercado brasileiro:

Embalaje

La comercialización de sardinas y/o anchovetas en conserva se realiza en cajas de cartón que contengan 50 unidades, en algunos casos son de 48. En Brasil no existe una normativa específica para el embalaje secundario del producto, en el caso del embalaje primario, todas las conservas de pescado son envasadas en latas de acero de ¼ de club, con peso neto de almacenaje máximo de 130 g. Las mismas que deben contar con toda la información que exige la legislación vigente (RDC 360/03) del ANVISA.

Etiquetado

De acuerdo a la Instrucción Normativa N°22/05 del MAPA, las etiquetas de alimentos de origen animal deben incluir:

- » Denominación (nombre) de venta del producto.
- » Lista de ingredientes: en orden descendente de cantidad, y los aditivos mencionados con nombre y número INS.

- » Contenido neto.
- » Identificación del origen.
- » Nombre o razón social y dirección del establecimiento.
- » Nombre o razón social y dirección del importador (opcional).
- » Sello oficial de Inspección Federal Categoría del establecimiento, según inscripción en el DIPOA.
- » CNPJ.
- » Conservación del producto.
- » Marca comercial del producto.
- » Identificación del lote.
- » Fecha de fabricación.
- » Fecha de caducidad.
- » Composición del producto.
- » Registro del Ministerio de Agricultura SIF / DIPOA.
- » Instrucciones para la preparación y uso, cuando sea necesario.

### Documentos exigidos por el importador

El importador brasileiro deberá recibir por parte de la industria peruana la siguiente documentación, la cual será necesaria para realizar el proceso de desaduanaje y nacionalización del producto en la Alfándega (Aduana) de ingreso:

- » Factura Comercial original
- » Documento de homologación del establecimiento productor extranjero en el Departamento de Inspección de Productos de Origen Animal (DIPOA).
- » Lista de Empaque
- » Certificado de Origen
- » Documento de Transporte: Carta Porte Internacional en el caso de transporte terrestre.
- » Documento de Transporte: Manifiesto Internacional de Carga en el caso de transporte terrestre.
- » Análisis de Control de Calidad sobre el lote del producto a ser exportado.

### 2.4. Barreras, estándares y normas de ingreso

#### Habilitación sanitaria de la planta para exportar a Brasil

Cualquier industria de conservas de pescado que desee exportar al Brasil, tendrá como requisito inicial solicitar su habilitación de planta a través del Instituto Tecnológico del Perú – ITP. Para ello deberá presentar:

- » Expediente de habilitación, según la normativa vigente.
- » Aprobar la evaluación sanitaria por parte del Organismo Nacional de Sanidad Pesquera - SANIPES

Una vez alcanzada la habilitación de la planta en Perú será necesaria la emisión del Protocolo Técnico de Habilitación Sanitaria por parte del ITP y Oficio al Ministerio de Relaciones Exteriores, quienes comunicarán a la Dirección de Inspección de Productos de Origen Animal (DIPOA) el inicio de la respectiva autorización de exportación. El SANIPES se encargará de informar a la empresa su habilitación mediante un oficio. La habilitación ante el DIPOA tiene una duración de aproximadamente 60 días.

Cabe resaltar que la anchoveta peruana (*Engraulis Ringens*) cuenta con autorización de ingreso por el DIPOA sin ninguna restricción al producto bajo cualquier presentación.

#### Registro de rótulo/etiqueta

La industria de conservas deberá también realizar el registro del rótulo ante el DIPOA a fin de obtener el número de registro del Servicio de Inspección Federal – SIF, para ello será necesario:

- » Presentar Formulario DIPOA (3 ejemplares por producto).
- » Adjuntar proyecto de rótulo o etiqueta (especificando la información en idioma portugués y sus respectivos digeres<sup>2</sup>).
- » Revisión y visaciones por el SANIPES.

» Podrá ser destacado si el producto está registrado para una empresa importadora específica o si desea que el rótulo esté libre de importador, a fin de que pueda ser utilizado por diversas empresas brasileiras.

Las instrucciones para el llenado del Formulario de Registro de Rótulos para Productos de Origen Animal Importados se encuentra en el Oficio Circular DIPOA/SDA N° 14/2010 (Ver Anexo N°2)

### Requisitos o estándares de calidad para productos pesqueros

La comercialización de productos de origen animal en Brasil se encuentra reglamentada por normas de calidad, que exigen la clasificación de productos animales en forma previa a su distribución en el mercado con la finalidad de asegurar la identidad y calidad entre los productos del mercado interno y los importados, de forma tal que satisfagan las expectativas de apariencia y calidad de los consumidores.

Debido a la existencia de esta reglamentación es muy importante que los exportadores peruanos de conservas de pescado cumplan con las disposiciones de apariencia física, limpieza, embalaje y tolerancia de ingredientes que exige Brasil. El incumplimiento puede generar la retención del producto en la Aduana de ingreso y su potencial devolución al país de origen.

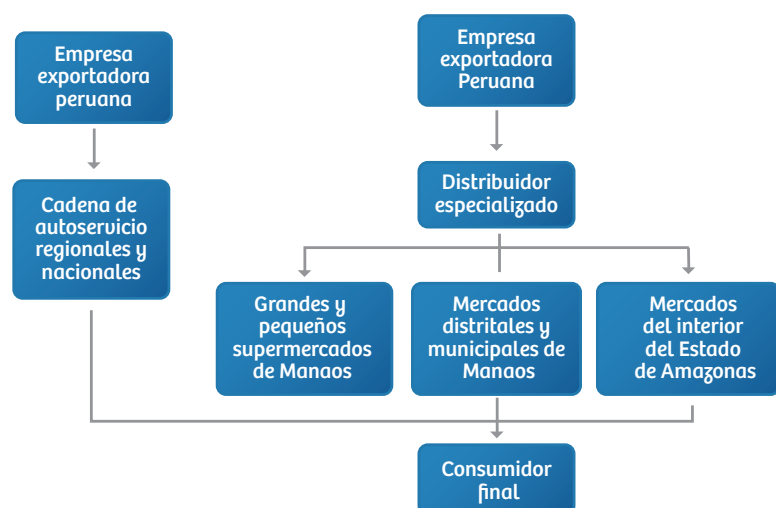
<sup>2</sup> Digeres / diger adu: de la lengua portuguesa, dichos.



## 03

## Canales de Distribución y Comercialización

Gráfico N° 12: Diagrama del canal de distribución en la ciudad de Manaus - Estado Amazonas - Región Norte de Brasil



Fuente y Elaboración: Mincetur, 2014

En el año 2014, las ventas registradas por las 50 empresas más grandes del sector supermercados, hipermercados y distribuidoras de productos en general alcanzaron el valor de R\$ 214,4 mil millones (USD 75,2 mil millones), equivalentes al 3,5% del PBI.

Estos sectores cuentan con más de 85 000

puntos de venta donde diariamente circulan 25 millones de personas. El crecimiento de los supermercados e hipermercados será más acentuado con el crecimiento de la clase C de 33% a 41% y la clase A/B de 23% a 25%. Por ello, es sumamente importante escoger el canal de distribución adecuado para la conserva de anchoveta peruana.

En Brasil se trabajan cinco canales de distri-

bución para el sector de alimentos frescos y/o procesados:

a) **Centrales de abastecimiento:** la relación entre los productores/exportadores y los comerciantes tiene poca formalidad, colocando en riesgo la rentabilidad de los productores; sin embargo, evita procesos burocráticos.

b) **Industrias de alimentos:** la relación es más formal, el productor/exportador participa de contratos pre-establecidos, en especial, precios, plagos de entrega y estándares del producto.

c) **Supermercados:** se establecen estándares de calidad, días de entrega y cantidades bien definidas, tomándose la opción de que el productor/exportador puede defender un cronograma de cumplimiento de pagos y la distribución de grandes volúmenes. El cliente final es el usuario que compra en góndola y la calidad debe ser la acordada, a fin de no generar pérdidas.

d) **Distribuidores especializados:** la relación es similar al supermercado, con la diferencia de la presentación del producto y el peso exacto, debido a que el cliente final compra al por mayor. La calidad también debe ser tomada en cuenta, a pesar no tener un feedback de corto plazo por el consumidor, puede también generar pérdidas en mediano plazo.

e) **Empresas traders:** la relación es extre-

mamente formal y se establecen los días de embarque y cantidades semanales o mensuales. Debido a la oscilación de la cotización del dólar, generalmente no son firmados acuerdos de largo plazo. Se evitan procesos burocráticos y gastos en contactar al cliente final.

El exportador peruano tiene la opción a analizar la selección de uno de los canales individuales o actuar de forma combinada para buscar mayor competitividad.

El principal medio de adquisición de conservas de pescado en general es el autoservicio, que registró ventas nacionales de R\$ 294,9 mil millones (USD 109,2 mil millones) en el año 2014. En segundo lugar están los supermercados mayoristas que registran ventas por cajas y no por unidades. Finalmente, también son adquiridas por el consumidor amazense en ferias y comercios pequeños con 02 y 03 check-outs.

Para las empresas exportadoras peruanas que deseen exportar al Estado de Amazonas es aconsejable operar a través de un socio local, agente de ventas o representante comercial, muy usado en la mayoría de las operaciones en este sector. En tal sentido, las conservas de pescado (sardinas y anchovetas) se pueden vender a través de los siguientes canales:

» **Distribuidoras especializadas:** un agente

Información Adicional

4.1. Empresas importadoras

Tabla N°10: Empresas - Manaus / Amazonas

| Hipermercados DB Ltda. |                                                               |
|------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Nombre                 | Hiper DB                                                      |
| Dirección              | Au. Jornalista Humberto Calderano Filho N°1128 – Adrianópolis |
| Ciudad                 | Manaos                                                        |
| Teléfono de contacto   | (92) 2127-5139                                                |
| Sector                 | Autoservicio                                                  |
| Sucursales             | 21                                                            |
| Productos Importados   | Sardinias en conserva.                                        |

| Atack Distribuição de Alimentos Ltda. |                                              |
|---------------------------------------|----------------------------------------------|
| Nombre                                | Atack                                        |
| Dirección                             | Au. Max Teixeira nº1878 – Barrio Cidade Nova |
| Ciudad                                | Manaos                                       |
| Teléfono de contacto                  | (92) 3581-9253                               |
| Sector                                | Autoservicio y Distribuidora                 |
| Sucursales                            | 03                                           |
| Productos Importados                  | No registra productos                        |

de distribución que compra y vende alimentos industrializados con los cuales puede poseer o no un vínculo (formal o informal) de exclusividad de productos o de territorio. La mayoría de los importadores suelen exigir contratos de distribución exclusiva.

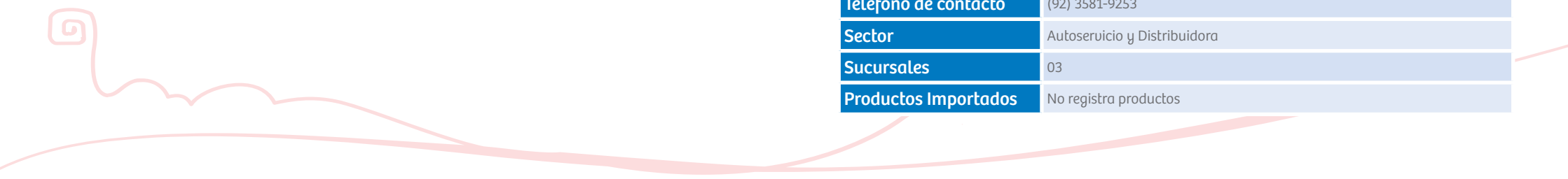
La distribuidora vende los productos a minoristas, cadenas de supermercados medianas, pequeñas y tiendas especializadas como parte de sus funciones; además, se encarga de promocionar el producto mediante campañas publicitarias y utilización de merchandising, siempre con la autorización de la industria peruana.

» **Redes de supermercados:** las diez principales cadenas de distribución del Brasil tienen el 40% de la cuota total del mercado. Normalmente, a excepción de las tres grandes cadenas que tienen cobertura nacional, las pequeñas y medianas cadenas de distribución están localizadas en un Estado, y en algunos casos, en alguna región del país.

Las grandes cadenas de distribución tienen

un departamento de importación. No obstante, no significa que sólo se abastecen de productos importados a través de esta vía, sino también operan a través de importadores/distribuidores y/o empresas traders.

Los supermercados de Manaus comercializan diversas marcas de conservas de pescado, siendo el volumen de importación más restringido y no optando por exclusividad, en casos excepcionales, realizan acuerdos de volúmenes de venta fijos mensuales que garantizan una frecuencia de importación.



### Friotrans Comércio e Transportes de Cargas Ltda.

|                      |                                                          |
|----------------------|----------------------------------------------------------|
| Nombre               | FrioTrans Atacado e Varejo                               |
| Dirección            | Av. Guaruba Nº787, Bloco B, Barrio: Distrito Industrial  |
| Ciudad               | Manaos                                                   |
| Teléfono de contacto | (92) 2127-0000                                           |
| Sector               | Distribuidora de alimentos hortigranjeros y autoservicio |
| Sucursales           | 05                                                       |
| Productos Importados | Cebolla, ajo y uva.                                      |

### Mercantil Nova Era Ltda.

|                      |                                                          |
|----------------------|----------------------------------------------------------|
| Nombre               | Supermercado Nova Era                                    |
| Dirección            | Av. Torquato Tapajós Nº2871                              |
| Ciudad               | Manaos                                                   |
| Teléfono de contacto | (92) 2125-2000                                           |
| Sector               | Distribuidora de alimentos hortigranjeros y autoservicio |
| Sucursales           | 04                                                       |
| Productos Importados | Conservas de Sardina, cebolla y ajo.                     |

### Grupo SB Ltda.

|                      |                                                        |
|----------------------|--------------------------------------------------------|
| Nombre               | Supermercado ROMA                                      |
| Dirección            | Rua Teresina Nº351, barrio: Adrianópolis               |
| Ciudad               | Manaos                                                 |
| Teléfono de contacto | (92) 2121-3535                                         |
| Sector               | Autoservicios especializado en productos seleccionados |
| Sucursales           | 01                                                     |
| Productos Importados | Vinos, frutas, etc.                                    |

### Grupo Tres Rios

|                      |                                             |
|----------------------|---------------------------------------------|
| Nombre               | Distribuidora Três Rios                     |
| Dirección            | Rua Autag Mirim Nº4966 – Zumbi dos Palmares |
| Ciudad               | Manaos                                      |
| Teléfono de contacto | (92) 3633-3551                              |
| Sector               | Distribuidora de productos en general       |
| Sucursales           | 01                                          |
| Productos Importados | Alimentos industrializados                  |

## 4.2. Oficinas/Gremios en el mercado de la Región Norte de Brasil

Tabla Nº11: Oficinas/Gremios en el mercado de la Región Norte de Brasil

### Asociación Acreana de Supermercados

|                      |                                        |
|----------------------|----------------------------------------|
| Representante        | Luis Deliberato Filho                  |
| Dirección            | Av. Ceará Nº2351, Barrio: Dom Giocondo |
| Teléfono de contacto | (68) 3223-0507                         |
| Email                | deliberatofilho@yahoo.com.br           |

### Asociación Comercial, Industrial y de Servicios del estado de Acre - ACISA

|                      |                                        |
|----------------------|----------------------------------------|
| Representante        | Pedro Ferreira                         |
| Dirección            | Av. Ceará Nº2351, Barrio: Dom Giocondo |
| Teléfono de contacto | (68) 3223-0507                         |
| Email                | pedro@acisaac.org.br                   |

### Asociación de Supermercado de Rondonia

|                      |                                                          |
|----------------------|----------------------------------------------------------|
| Representante        | Davi Jardim                                              |
| Dirección            | Rua Alfoso Pena Nº1571, Barrio: Nossa Senhora das Graças |
| Teléfono de contacto | (69) 3229-2055                                           |
| Email                | asmeron_ro@hotmail.com                                   |

| Federación de las Asociaciones Comerciales del estado de Rondonia - FACER |                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Representante                                                             | Gerson Zanato                                          |
| Dirección                                                                 | Au. Presidente Dutra Nº2821 – Centro                   |
| Teléfono de contacto                                                      | (69) 3223-8957                                         |
| Email                                                                     | <a href="http://www.facer.org.br">www.facer.org.br</a> |

| Asociación Amazonense de Supermercados |                                                                      |
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Representante                          | Arieci Gomes                                                         |
| Dirección                              | Au. Torquato Tapajós Nº2871 Barrio da Paz                            |
| Teléfono de contacto                   | (92) 2125-2108                                                       |
| Email                                  | <a href="mailto:arlecigomes@hotmail.com">arlecigomes@hotmail.com</a> |

| Asociación Comercial de Amazonas – ACA |                                                      |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------|
| Representante                          | Ismael Bicharra Filho                                |
| Dirección                              | Rua Guilherme Moreira Nº281 – Centro                 |
| Teléfono de contacto                   | (92) 2129-2052                                       |
| Email                                  | <a href="http://www.aca.org.br/">www.aca.org.br/</a> |

### 4.3. Ferias comerciales

Tabla N°12: Ferias comerciales

| APAS 2016<br>Feria y Congreso de Negocios en Supermercados |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Fecha                                                      | Mayo de 2015                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Línea de Productos                                         | Cámaras de comercio, aves, bazar, bebidas, carnes, equipos livianos y pesados, frutas, legumbres, verduras, automatización, higiene y limpieza, comestibles, perecibles congelados, refrigerados y lácteos, pet shop, salud y belleza, suministros, envases, servicios e importados. |
| Número de Expositores                                      | 600                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Lugar                                                      | Expo Center Norte – São Paulo                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Website                                                    | <a href="http://www.feiraapas.com.br">www.feiraapas.com.br</a>                                                                                                                                                                                                                       |

| FIAM 2015<br>Feria internacional de la Amazonía |                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Fecha                                           | Noviembre de 2015                                                                                                                                                                                                                            |
| Línea de Productos                              | Atracción de inversiones, promoción comercial de productos y servicios de la Amazonia brasilera, muestra de programas y proyectos resultantes de las políticas públicas para desarrollo socioeconómico sostenible y estímulo a exportaciones |
| Número de Expositores                           | 300                                                                                                                                                                                                                                          |
| Lugar                                           | Studio 5 – Manaus                                                                                                                                                                                                                            |
| Website                                         | <a href="http://www.suframa.gov.br/fiam">www.suframa.gov.br/fiam</a>                                                                                                                                                                         |

| RURAL SHOW<br>Feria de Tecnología y Oportunidades de Negocios Agropecuarios |                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Fecha                                                                       | Mayo 2016                                                                                                                                                               |
| Línea de Productos                                                          | Sector agropecuario, máquinas y equipos agrícolas, animales de corte y leche, concurso lechero, piscicultura, artesanía, agroindustria, vitrina tecnológica, vehículos. |
| Número de Expositores                                                       | 180                                                                                                                                                                     |
| Lugar                                                                       | Parque de Exposiciones Herminio Victorelli                                                                                                                              |
| Website                                                                     | <a href="http://www.rondoniaruralshow.ro.gov.br">www.rondoniaruralshow.ro.gov.br</a>                                                                                    |

### 4.4. Links de interés

- » Consumos per cápita en Brasil  
[www.google.com.br/?gws\\_rd=ssl#q=IB-GE+adquisici%C3%B3n+alimentar+per+c%C3%A1pita+anuales+\(kilogramos\)](http://www.google.com.br/?gws_rd=ssl#q=IB-GE+adquisici%C3%B3n+alimentar+per+c%C3%A1pita+anuales+(kilogramos))
- » Integración Agroalimentaria en Brasil  
<https://goo.gl/P4Bbjj>
- » Anuario de la Pesca y Acuicultura 2014 de Brasil  
[formsus.datasus.gov.br/novoimgarq/16061/2489520\\_218117.pdf](http://formsus.datasus.gov.br/novoimgarq/16061/2489520_218117.pdf)
- » Tarifa Externa Común del MERCOSUR  
[www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=3361](http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=3361)
- » Información de la adquisición domiciliar de las familias brasileiras  
[www.ibge.gov.br/estadosat/temas.php?sigla=ame&tema=pofaquisicaaalimentar](http://www.ibge.gov.br/estadosat/temas.php?sigla=ame&tema=pofaquisicaaalimentar)



## 05

## Bibliografía

- » 1º Anuário Brasileiro da Pesca e da Aquicultura, Ministerio de Pesca y Aquicultura, 2014.
- » Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Resolução RDC nº 12, de 2 de janeiro de 2001. Aprova o “Regulamento Técnico sobre padrões de alimentos”. Brasília, D.F.
- » Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (ABIA). Indústria da alimentação Dimensão, Desempenho no 1º semestre de 2014 e Perspectivas, 2015.
- » Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS): [www.abrasnet.com.br](http://www.abrasnet.com.br)
- » Infopesca: [infopesca.org](http://infopesca.org)
- » Associação Brasileira de Criadores de Peixe Nativos y Camarones: [www.abccam.com.br](http://www.abccam.com.br)
- » Catálogo de Importadores Brasileiros: [cib.brasilglobalnet.gov.br](http://cib.brasilglobalnet.gov.br)
- » CARTONILHO, M. M.; JESUS, R. S. Qualidade de cortes congelados de tambaqui cultivado Pesq. agropec. bras., Brasília, v.46, n.4, p.344-350, abr. 2011.
- » Instituto de Pesca do Brasil: [www.pesca.sp.gov.br](http://www.pesca.sp.gov.br)
- » Ministério da Pesca e Aquicultura do Brasil: [www.mpa.gov.br](http://www.mpa.gov.br)
- » FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO (FIESP). Estudo Setorial da Produção de Pescado, 2009. Disponível em: [www.abtilapia.com.br/reportagem/FIESPPescadoApresentacao.ppt](http://www.abtilapia.com.br/reportagem/FIESPPescadoApresentacao.ppt). Acesso em: 22/07/2015.
- » INFOPESCA. Série de Pescado nas Grandes Cidades Latino-Americanas, Vol. 4. TEIXEIRA, Rui Donizete; MADRID, Raul Malvino - O Mercado de Pescado em Brasília, 2009.
- » IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. ([www.ibge.com.br/home/](http://www.ibge.com.br/home/)).
- » SANTANA, L.S.; FERNANDES, J.B.: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE ALIMENTOS, 17. 2000, Fortaleza, Resumos. Fortaleza: SBCTA, 2010, p. 5-272. V. 4.
- » Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Decreto Nº 30691, Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal (RIISPOA). Brasília, D.F.BRASIL.
- » Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Instrução Normativa no 20 de 31 de julho de 2000 – Anexo IV Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Hambúrguer. Brasília, D.F., 31 de julho de 2000.
- » Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Resolução RDC nº 12, de 2 de janeiro de 2001. Aprova o “Regulamento Técnico sobre padrões de alimentos”. Brasília, D.F.
- » Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. Experiências estaduais e municipais de regulamentação da comercialização de alimentos em escolas no Brasil: Brasília, D.F., 2007.
- » Ministério da Pesca e Aquicultura. Boletim da pesca e aquicultura 2011. Brasília, D.F., 2011. Disponível em: [www.mpa.gov.br/](http://www.mpa.gov.br/). Acessado em 22 de julho de 2015.
- » Ministério da Pesca e Aquicultura. Boletim estatístico da pesca e aquicultura: Brasil 2010. Brasília, D.F., fevereiro de 2012. 128 p. Disponível em: [www.mpa.gov.br/](http://www.mpa.gov.br/). Acessado em 22 de julho de 2013.
- » Ministério da Educação. Nota Técnica nº 004/2013 – Coordenação Geral do Programa de Alimentação Escolar – CGPAE/ Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação – FNDE / Diretoria de Ações Educacionais – DIRAE. Inclusão de pescado na alimentação escolar. Brasília, D.F., 11 julho de 2013. Disponível em: [www.mec.gov.br/](http://www.mec.gov.br/). Acessado em 22 de julho de 2015.
- » Ministério da Pesca e Aquicultura. Balanço 2013. Brasília, D.F., 2013. Disponível em: [www.mpa.gov.br/](http://www.mpa.gov.br/). Acessado em 27 de maio de 2015.
- » MENEGASSI, M. Aspectos Nutricionais do Pescado. IN: GONÇALVES, A. A. Tecnologia do pescado: ciência, tecnologia, inovação e legislação. São Paulo: Editora Atheneu, 2011. p. 43-60.
- » Organização para a cooperação e desenvolvimento econômico (OECD) e organização das nações unidas para alimentação e agricultura (FAO) (OECD/FAO). OECD-FAO Agricultural Outlook 2011-2020.

- » OETTERER, M. Tecnologia conservas de Pescado. Notas de aula. Universidade Estadual de São Paulo, Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, Departamento de Agroindústria, Alimentos e Nutrição, 12 p. Disponível em: [www.esalq.usp.br/departamentos/lan/pdf/Tecnologia%20do%20Pescado.pdf](http://www.esalq.usp.br/departamentos/lan/pdf/Tecnologia%20do%20Pescado.pdf). Acesso em: 21/05/2015.
- » Associação brasileira das centrais de abastecimento. Disponível em: [www.abracen.org.br/Lnk01.htm](http://www.abracen.org.br/Lnk01.htm) Acesso em: 10 agosto 2014.
- » Pontiroli, Norberto y Ochoa Paloma. Políticas Comerciales y de Inversiones en ABPU: julio 2014. GPS
- » Rosales Osvaldo. “Integración Regional: hacia una Estrategia de Cadenas de Valor”; CEPAL. 2014.
- » CUNHA, Altivo Roberto Andrade de Almeida. Os paradigmas de uma gestão participativa: a importância das alianças estratégicas para a sustentabilidade dos mercados. Conferência mundial de mercados atacadistas. Disponível em: [minas.ceasa.mg.gov.br](http://minas.ceasa.mg.gov.br). Acesso em: 09 agosto 2015.
- » Leavy S. y Sáez F. “Debilidades en la Armonización de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias en el Mercosur”, INTA, No. 5. 2010.



# 2016



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo