

2016



Chompas de fibras de alpaca para mujeres en la Región Sur de Brasil



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



“Este perfil de producto ha sido realizado en el mercado brasilero 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”.



Chompas de fibras de alpaca para mujeres en la Región Sur de Brasil

Índice

Resumen Ejecutivo	6	1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado	51
Antecedentes	6	1.4. Ventajas del producto peruano y competencia	51
Metodología de estudio	7	02. Condiciones de Acceso	53
01. Mercado - Descripción del Sector	8	2.1. Aranceles y otros impuestos	53
1.1. Tamaño de mercado	8	2.2. Normas de origen y pruebas de origen	55
1.1.1. Producción brasilera	13	2.3. Barreras, estándares y normas	56
1.1.2. Exportaciones de chompas de alpaca para mujeres (subpartida NCM 6110.19.00) de Brasil y los Estados de la Región Sur (Paraná, Santa Catarina y Rio Grande do Sul)	16	03. Canales de Distribución y Comercialización	63
1.1.3. Importaciones de los Estados de la región sur	18	04. Información Adicional	66
1.1.4. Importaciones brasileras desde Perú	21	4.1. Datos de contacto de importadores	66
1.2. Características generales	23	4.2. Oficinas / Gremios en el mercado	68
1.2.1. Usos y formas de consumo	25	4.3. Ferias Comerciales	68
1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación	25	4.4. Links de Interés	70
1.2.3. Auditoría en tiendas	34	Bibliografía	72
1.2.4. Análisis de la competencia	38		
1.2.5. Mercado informal	47		
1.2.6. Regiones/sectores de mayor consumo dentro del mercado	47		

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.

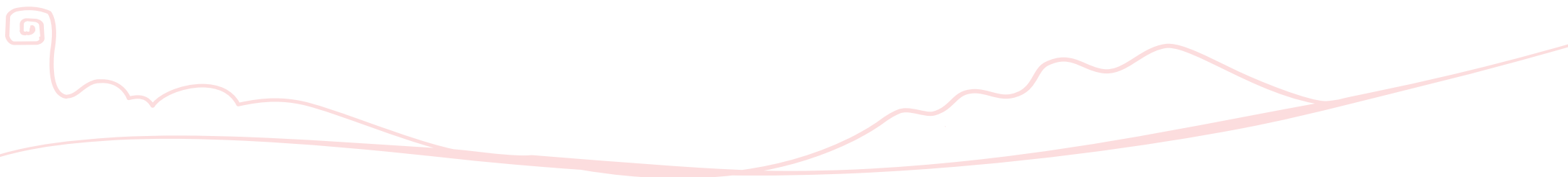
Para tales fines, esta Oficina Comercial programó dentro de sus actividades, la elaboración del Perfil de chompas de fibra de alpaca para mujeres en La Región Sur de Brasil del Mercado de Brasil, que se presenta a continuación.

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 de textiles y confecciones y se enfatiza el comportamiento del mercado de chompas de alpaca de mujer en Brasil; teniendo en cuenta la producción brasilera, las exportaciones brasileras, las importa-

ciones provenientes del mundo y desde Perú. En segundo lugar, se detallan las formas de consumo de chompas de alpaca de mujer 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

1.1. Tamaño de mercado

La región del sur de Brasil durante el invierno presenta la temperatura más baja del país, donde frecuentemente hay nieve en las regiones de montaña, como los Estados de Santa Catarina y Rio Grande do Sul. Por esta razón, existe la necesidad de la población por vestir ropas especiales para abrigarse, sobre todo durante los 4 meses más fríos del año, desde el mes de mayo hasta el mes de agosto. La temperatura media anual en el sur de Brasil se encuentra entre 16 y 22 ° C y durante el invierno 8 ° C. En las elevadas

sierras del Estado de Santa Catarina las temperaturas pueden llegar a cero grados.

Urubici, Langes y Sao Joaquim encabezan la lista de las principales zonas que presentan temporadas de invierno en la sierra de Brasil. Si bien Urubici es la ciudad más fría, la más nevada es Sao Joaquim, situada a unos 1 300 metros sobre el nivel del mar. Este municipio se enriquece de una confluencia multicultural portuguesa, africana, alemana, italiana y japonesa.

Figura N° 1: Estados de la región sur de Brasil

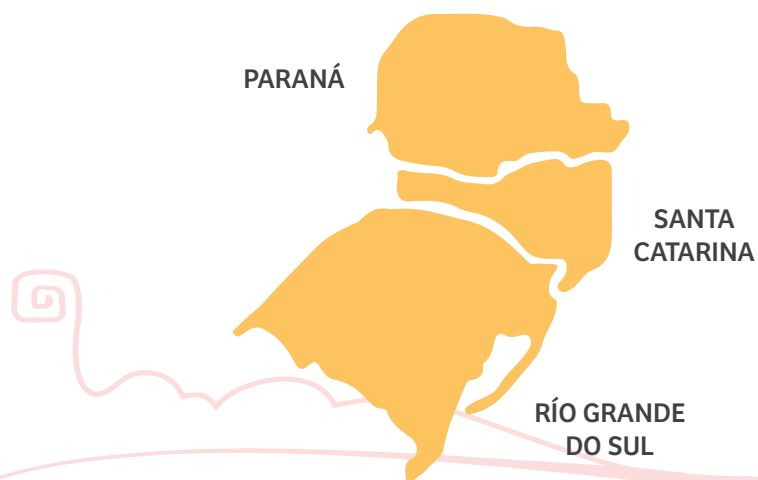


Figura N° 2: Región sur en época de invierno



En este contexto, se identificaron grandes posibilidades en los mencionados Estados del sur de Brasil para el mercado de chompas de alpaca para damas, en donde se estima un mercado potencial de 7,7 millones de mujeres, mayores de 25 años.

La población brasilera es de casi 203 millones de habitantes, siendo la participación de la población de la Región sur con respecto al total de Brasil de la siguiente forma: Paraná (5,50%), Río Grande Do Sul (5,54%) y Santa Catarina (3,36%), los mismos que suman 29,23 millones de

habitantes (14,40%). Asimismo, se estima que el público objetivo en la región del sur (9, 2 millones de habitantes) sería la población del género femenino con edades de 25 años a más, del cual se estima que el 52% es el mercado potencial para este tipo de prendas correspondiente a 4,8 millones de habitantes aproximadamente. Se debe considerar que no todos los productos están hechos a base de lana de alpaca, pueden utilizar alternativamente otros materiales como la cachemira (lana de la cabra Cachemira o Cashmere).

Tabla N° 1: Población de Brasil, por grupos de edades, según sexo (miles de habitantes), año 2015

Grupos de edades	Total Población de ambos sexos		Mujeres	
	Miles de personas	Participación	Miles de personas	%
0 - 4	14 131,00	6,96%	6 922,00	6,70%
5 - 9	15 073,00	7,43%	7 389,00	7,15%
10 - 14	17 193,00	8,47%	8 430,00	8,16%
15 - 19	17 251,00	8,50%	8 479,00	8,21%
20 - 24	16 359,00	8,06%	8 084,00	7,83%
25 - 29	16 946,00	8,35%	8 439,00	8,17%
30 - 34	17 409,00	8,58%	8 739,00	8,46%
35 - 39	15 751,00	7,76%	8 035,00	7,78%
40 - 44	13 860,00	6,83%	7 143,00	6,91%
45 - 49	12 832,00	6,32%	6 638,00	6,43%
50 - 54	12 081,00	5,95%	6 297,00	6,10%
55 - 59	9 911,00	4,88%	5 224,00	5,06%
60 - 64	7 894,00	3,89%	4 217,00	4,08%
65 - 69	5 810,00	2,86%	3 162,00	3,06%
70 - 74	4 030,00	1,99%	2 250,00	2,18%
75 - 79	2 962,00	1,46%	1 709,00	1,65%
80 - 84	1 803,00	0,89%	1 082,00	1,05%
85 - 89	1 050,00	0,52%	659,00	0,64%
90 - 94	441,00	0,22%	290,00	0,28%
95 - 99	140,00	0,07%	96,00	0,09%
Otros	28,00	0,01%	19,00	0,02%
Total	202 955,00	100,00%	103 303,00	100,00%

Fuente: CEPAL – CEPALSTAT

Tabla N° 2: Cálculo estimado de la población objetiva para la comercialización de chompas de alpaca para el invierno de los tres Estados de la región sur (miles de habitantes), año 2015

Descripción	Total Poblacion	Paraná (PR)	Río Grande do Sul (RS)	Santa Catarina (SC)	Total de Los tres Estados
Población total de 25 años a más	122 948	6 762	6 814	4 131	17 707
Población femenina de 25 años a más	63 999	3 520	3 547	2 150	9 218
Total Población	202 955	11 163	11 248	6 819	29 230

Fuente: CEPAL - CEPALSTAT e IBGE

Información general del mercado del sur de Brasil

A continuación se brindan datos generales de los tres Estados que conforman la región sur de Brasil:

Tabla N° 3: Estado Federal de Paraná (PR) – Capital Curitiba

	Capital	Curitiba
Población estimada (2015)		11 163 018
Población (2010)		10 444 526
Área (km ²)		199 307,945
Densidad demográfica (hab./km ²)		52,40
Rendimiento nominal mensual domiciliado per cápita de población residente 2014 (Reais)		1 210
Número de Municipios		399

Fuente: IBGE

Tabla N° 4: Estado de Rio Grande Do Sul (RS) – Capital Porto Alegre

	Capital	Curitiba
Población estimada (2015)		11 247 972
Población (2010)		10 693 929
Área (km ²)		281 731 445
Densidad demográfica (hab./km ²)		37,96
Rendimiento nominal mensual domiciliado per cápita de población residente 2014 (Reais)		1 318
Número de Municipios		497

Fuente: IBGE

Tabla N° 5: Estado de Santa Catarina (SC) – Capital Florianópolis

	Capital	Curitiba
Población estimada (2015)		6 819 190
Población (2010)		6 248 436
Área (km ²)		95 733,97
Densidad demográfica (hab./km ²)		65,27
Rendimiento nominal mensual domiciliado per cápita de población residente 2014 (Reais)		1 245
Número de Municipios		295

Fuente: IBGE

La economía en el sur de Brasil

» **El Estado Rio Grande Do Sul:** se basa en la agricultura (soya, trigo, arroz y maíz), en la ganadería y en la industria (de cueros y calzados, alimenticia, maderera, metalúrgica y química). Hay que resaltar el surgimiento de polos tecnológicos importantes en el Estado en las décadas de 1990 y el inicio del siglo XXI, en las áreas petroquímicas y la tecnología de la información. La industrialización en el territorio riograndense está elevando su participación en el PBI brasilero, trayendo inversiones, mano de obra e infraestructura al Estado. Rio Grande Do Sul no registra con una producción significativa en la industria textil y confecciones.

» **El Estado de Santa Catarina:** es reconocido por la pujanza de su industria, sin embargo cuenta con otros sectores, como el de servicios que emplea más gente que la industria y la de comercio que presenta el mayor número de establecimientos. El Estado también tiene más de 100 mil trabajadores actuando en otros sectores, como agricultura; ganadería; pesca; construcción y producción; y distribución de electricidad, gas y agua.

Florianópolis es la ciudad brasilera ubicada en Santa Catarina, que más ha crecido durante las últimas tres décadas. Su PBI per cápita aumentó en media, 6% por año y actualmente alcanza los USD 7 mil, casi el doble del promedio brasilero.

» **La economía en el Estado de Paraná:** Paraná posee el quinto mayor PBI del Brasil, de los cuales el 9,6% proviene de la agricultura, un 26,4 % de la industria y los restantes 63,9% del sector terciario. El suelo paranaense es muy rico en minerales, por lo que se extrae arena, cal, arcilla, calcio, dolomita, talco y mármol, entre otros. Paraná no registra producción en la industria textil y confecciones.

1.1.1. Producción brasilera

Analizando el índice del volumen físico de la producción del sector textil- confecciones según los indicadores del Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística (IBGE) el movimiento de la producción textil se centró el año 2014 en: Sao Paulo con una variación del IVFP con respecto al año anterior de -4,9%, Santa Catarina (-4,5%), Ceará (-25,8%), La Región Nordeste (-5,7%), Pernambuco (-12,8%) y Minas Gerais (-8,1%), mientras que en el sector confeccionista de artículos de vestuarios y accesorios registró movimiento de producción en: Sao Paulo, Santa Catarina, Ceará y La Región Nordeste; Pernambuco y Minas Gerais, solo tienen producción textil no registrando IVFP en confecciones. En cuanto a la confección de artículos de vestuario y accesorios, la producción de Sao Paulo disminuyó en un 3%; mientras que los demás Estados mantuvieron la misma producción o ligeramente la incrementaron; 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.

La Región Sur lo componen: el Estado de Paraná, Santa Catarina, y Rio grande Do Sul. Como sabemos, el índice de Volumen Físico de la Producción Manufacturera (IVFP), es un indicador estadístico que mide la evolución de los volúmenes de la producción física de los bienes elaborados por la Industria, en el caso del sector textil

confecciones del estado de Paraná y Rio Grande do Sul no registra IVFP, vale decir no tiene producción en este sector.

Analizando el estado de Santa Catarina observamos que en el año 2015 registró una disminución en la fabricación de productos textiles de 12,4%, y en la confección de artículos de vestuario y accesorios de 32,3%, esto principalmente por la crisis que está afrontando Brasil.

Tabla N° 6: Producción de la industria de vestimenta en Brasil (fabricación de productos textiles y confecciones de vestuario y accesorios)

Regiones	Actividad de la Industria	Índice Volumen Físico de la Producción		
		Ene-Dic 2014	Ene-Dic 2015	Var.%
País	Industria general	96,8	91,7	-18,98
	Fabricacion de productos textiles	93,6	85,4	-11,41
	Confeccion de articulos de vestuarios y accesorios	96,8	89,2	-12,74
Paraná	Industria general	94,5	90,4	-23,05
	Fabricacion de productos textiles	--	--	--
	Confeccion de articulos de vestuarios y accesorios	--	--	--
Santa Catarina	Industria general	97,8	92,0	-16,86
	Fabricacion de productos textiles	95,5	87,8	-12,40
	Confeccion de articulos de vestuarios y accesorios	100,2	97,1	-32,32
Rio Grande Do Sul	Industria general	95,7	88,1	-12,59
	Fabricacion de productos textiles	--	--	--
	Confeccion de articulos de vestuarios y accesorios	--	--	--

Fuente: IBGE, Dirección de Pesquisas - Coordinación de Industria en Brasil
ftp.ibge.gov.br/Industrias_Extrativas_e_de_Transformacao/Pesquisa_Industrial_Mensal_Producao_Fisica/Fasciculos/Fasciculo_Indicadores_IBGE_Regional

Por otra parte, según el estudio del 2012 "Textil y Confecciones: Innovar, desarrollar y sustentar- encuentro de la industria para la sustentabilidad" de la Confederación Nacional de Industrias-CNI/ Asociación Brasileira de la Industria Textil y Confecciones- ABIT, señala que el sector textil y de vestido en Brasil ha destacado en el escenario mundial, no sólo por su profesionalidad, creatividad y tecnología, sino también por las dimensiones de su parque de la industria textil.

En ese sentido, Brasil produce 9,8 billones de piezas al año -de fibras textiles aproximadamente, y 6,5 billones en prendas de vestir y la diferencia en trajes de baño, jeans y ropa de hogar. En Brasil, la industria textil y de confecciones es auto-suficiente en la producción de algodón, además realiza importantes inversiones en la producción de fibras químicas (textiles, sintéticas); La región sur del país ocupa el segundo lugar, con el 30.8% de la producción textil. El estado que más se destaca en esta región es Santa Catarina, que tenía más de 2 622 empresas textiles en el 2009, con una generación de 103 500 empleos formales, y con una producción de 413 000 toneladas de textiles y de 777 millones de piezas confeccionadas.

En años recientes, tanto el sureste como el sur han perdido parte de su participación a favor de las regiones noreste y centro-oeste, que producen, respectivamente, el 18.9% y el 1.6%, de la facturación nacional. Estos mercados todavía son

jóvenes y en crecimiento, pero tienen un gran porvenir por estar cerca de la región cultivadora de algodón.

No se ha identificado producción de chompas de alpaca en Brasil.

Polo textil / vestuario en Santa Catarina

La actividad económica de Santa Catarina se caracteriza por estar dividida en polos: uno de ellos es el textil (Valle del Itajaí). Tal concentración no impide que muchas ciudades y regiones desarrollen diferentes especialidades, fortaleciendo otros sectores.

Santa Catarina tiene la mayor concentración de industrias del sector en América Latina (8 321), considerada la segunda mayor del mundo. El sector exporta más de USD 260 millones (3,2% del volumen del Estado) y, de los sectores industriales, es el que emplea más gente: 155 mil personas.

Blumenau además de su multiculturalidad, destaca en diferentes sectores de la economía como industria textil, siendo el municipio pionero de toda la región en este sector y la mayor productora de etiquetas del mundo. Actualmente, en torno al 70% de presupuesto del municipio proviene de este sector.

La principal actividad económica de Blumenau es la industria textil. La ciudad alberga fabricantes de gran porte nacional como Cia. Hering, Dudalina, Karsten y Teka.

1.1.2. Exportaciones de chompas de alpaca para mujeres (subpartida NCM 6110.19.00) de Brasil y los Estados de la Región Sur (Paraná, Santa Catarina y Rio Grande do Sul)

Exportaciones brasileñas de suéters "jersey", "u", cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino (excl. de pelo de cabra de Cachemira, así como los chalecos acolchados), en el año 2011 llegó a exportar USD 20,9 miles, el 2012 subió a USD 29,1 miles, bajando el 2013 a USD 26,3 miles, recuperándose el año 2014 llegando a exportar USD 45,4 mil; sin embargo el 2015 cayó estrepitosamente llegando a exportar USD 7,5 miles. Los principales mercados del año 2015 fueron, Japón, Italia, Estados Unidos, Grecia y Chile

participando con 37,61%, 36,35%, 19,17% y 5,27% y 1,60% respectivamente. Estos 5 mercados destino captaron el 100% del total exportado por Brasil en este rubro.

Brasil decreció el 2015 con respecto al año anterior en -83%, debido a una disminución de sus exportaciones dirigidos a mercados de destino como: Japón (-42%), Italia (-78%), Estados Unidos (-91%), y Chile (91%). Las exportaciones brasileñas dirigidas a los mercados de destino Grecia aumentaron ligeramente en 7%.



Tabla N° 7: Exportaciones de suéters "jersey", "pullovers", cárdigans, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino; excepto, de pelo de cabra Cachemira, así como chalecos acolchados (subpartida NCM: 6110.19.00) de Brasil, por país importador, período 2011-2015

N°	País importador	2011		2012		2013		2014		2015		Part. % valor
		USD	kg	USD	kg	USD	kg	USD	kg	USD	kg	
1	Japón	8 354	18	12 481	52	9 059	45	4 848	20	2 829	18	37,61%
2	Italia	6 133	39	0	0	0	0	12 410	4	2 734	2	36,35%
3	Estados Unidos	4 143	16	8 943	67	5 991	43	15 840	26	1 442	9	19,17%
4	Grecia	412	1	0	0	1 787	6	371	1	396	1	5,27%
5	Chile	0	0	0	0	0	0	1 387	8	120	2	1,60%
6	Arabia Saudita	0	0	0	0	2 980	15	0	0	0	0	0,00%
7	Argentina	0	0	0	0	888	4	1 224	6	0	0	0,00%
8	Australia	485	4	438	1	0	0	0	0	0	0	0,00%
9	Bolivia	0	0	0	0	0	0	119	1	0	0	0,00%
10	Cabo Verde	0	0	0	0	0	0	581	1	0	0	0,00%
Sub Total		19 527	78	21 862	120	20 705	113	36 780	67	7 521	32	100,00%
Total		20 939	79	29 124	343	26 277	136	45 375	81	7 521	32	100,00%

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

Con respecto a las exportaciones por estado, en el año 2015, Rio de Janeiro participó con el 62% del total exportado en este rubro, seguida por mercadería nacionalizada con el 36% y Sao Paulo con 1,6%. Sin embargo Rio de Janeiro ha caído con respecto al año anterior en -53%, la mercadería nacionalizada en -86% y Sao Paulo disminuyó en 79%.

El año 2015, la región Sur (estado de Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul) no exportó, sin embargo Paraná registró exportaciones el año 2014 por un valor de USD 162 y Santa Catarina en el año 2012 con un valor de USD 105. (En el período de análisis).

Tabla N° 8: Exportaciones de suéteres “jersey”, “pullovers”, cárdigans, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino; excepto, de pelo de cabra Cachemira, así como chalecos acolchados (subpartida NCM 6110.19.00) de Brasil, por Estado Federal de origen, período 2011-2015

N°	Estado Federal	2011		2012		2013		2014		2015		2015 Part. % valor
		USD	kg	USD	kg	USD	kg	USD	kg	USD	kg	
1	Rio de Janeiro	18 075	70	29 019	342	22 846	120	9 936	39	4 667	28	62,05%
2	Mercadería nacionalizada	0	0	0	0	451	1	19 239	17	2 734	2	36,35%
3	Sao Paulo	2 864	9	0	0	2 980	15	581	1	120	2	1,60%
4	Paraná	0	0	0	0	0	0	162	0	0	0	0,00%
5	Santa Catarina	0	0	105	1	0	0	0	0	0	0	0,00%
6	Mato Grosso do Sul	0	0	0	0	0	0	119	1	0	0	0,00%
Total		20 939	79	29 124	343	26 277	136	45 375	81	7 521	32	100,00%

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

1.1.3. Importaciones de los Estados de la región sur

Las importaciones brasileiras del mundo de suéteres “jersey”, “pullovers”, cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino (excl. de pelo de cabra de Cachemira, así como los chalecos acolchados), Brasil importó del mundo el año 2014 un valor de USD 278,8 mil, y en el año 2015 un valor de USD 184,8 miles en el cual destacó China como principal mercado proveedor con 68% de participación, seguido por Italia, Turquía, Rumania, principalmente

con 16,01%, 5,84% y 3,88% respectivamente. Casi el 94% de lo importado se concentra en los 4 países mencionados.

En el año 2014, Perú se ubicó en el puesto ocho, como proveedor de chompas de este rubro con un valor de USD 2 090, el mismo que representó el 75% del total importado por Brasil en este rubro, mientras que en el año 2015 no registró importaciones. Sin embargo, según entrevista a empresarios comercializa-

dores al por mayor y menor se sabe que las chompas de alpaca llega a Brasil de contrabando desde Cuzco-Perú y por Bolivia.

El año 2015, respecto a este rubro, las importaciones disminuyeron; de tal modo, las importaciones brasileiras provenientes

de China se redujeron en 40%, Italia presentó un caída de 12%, por su parte Uruguay descendió en 63%; lo contrario sucedió con Turquía y Rumania, dado que sus valores exportados con destino a Brasil se incrementaron en 25% y 185%, respectivamente.

Tabla N° 9: Importación de suéteres “jersey”, “pullovers”, cárdigans, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino; excepto, de pelo de cabra Cachemira, así como chalecos acolchados (subpartida NCM: 6110.19.00) de Brasil, por país exportador, período 2011-2015

N°	País exportador	2011		2012		2013		2014		2015		2015 Part. % valor
		USD	kg	USD	kg	USD	kg	USD	kg	USD	kg	
1	China	23 822	344	122 494	797	321 573	2 650	209 720	9 611	125 450	3 618	67,99%
2	Italia	87 312	121	131 282	598	25 854	101	33 531	63	29 549	70	16,01%
3	Turquía	0	0	1 983	17	523	6	8 619	150	10 772	202	5,84%
4	Rumania	564	4	1 448	1	642	3	2 518	9	7 166	40	3,88%
5	Uruguay	88 272	457	46 208	201	28 791	152	11 989	107	4 430	10	2,40%
6	Francia	0	0	1 994	24	0	0	910	0	2 668	3	1,45%
7	Serbia	0	0	0	0	0	0	0	0	2 039	32	1,11%
8	Croacia	0	0	0	0	0	0	0	0	1 239	17	0,67%
9	Estados Unidos	0	0	0	0	591	2	0	0	899	12	0,49%
10	Bulgaria	0	0	0	0	0	0	101	2	302	3	0,16%
Sub Total		199 970	926	305 409	1 638	377 974	2 914	267 388	9 942	184 514	4 007	100,00%
Total		206 696	994	419 127	2 583	389 242	3 161	278 832	10 205	184 810	4 007	100,16%
22	Perú	6 383	67	102 924	915	1 340	7	2 090	13	0	0	0,00%

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

Estados Federales de Brasil importadores de chompas

Del total de importaciones en el rubro de suéteres (NCM 6110.19.00) realizadas por Brasil, el año 2014 los Estados que más importaciones realizaron fueron: Sao Paulo con USD 103,3 miles, representando el 37,03% del total importado, seguido

de Santa Catarina, Rio de Janeiro, Espírito Santo y Alagoas con 23,26%, 14,33%, 13,12% y 11,01%, respectivamente. Los cinco Estados captaron el año 2014 un total de 98,75% de las importaciones brasileras en este rubro.

Tabla N° 10: Importaciones de suéteres "jersey", "pullovers", cárdigans, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino; excepto, de pelo de cabra Cachemira, así como chalecos acolchados (subpartida NCM: 6110.19.00) de Brasil, por Estado Federal, período 2011-2015

N°	Estado Federal	2011		2012		2013		2014		2015		2015 Part.% valor
		USD	kg	USD	kg	USD	kg	USD	kg	USD	kg	
1	Sao Paulo	57 806	508	111 285	849	110 973	1 766	103 257	1 335	119 738	2 267	64,79%
2	Santa Catarina	10 791	85	85 980	731	6 055	144	64 865	3 789	36 504	1 130	19,75%
3	Mato Grosso do Sul	0	0	0	0	1 920	28	0	0	11 834	518	6,40%
4	Espírito Santo	78 718	98	161 265	625	228 312	848	36 571	305	10 042	75	5,43%
5	Rio de Janeiro	43 039	170	51 583	248	40 041	361	39 954	927	4 909	14	2,66%
6	Distrito Federal	0	0	0	0	0	0	0	0	1 783	3	0,96%
7	Rondonia	1 020	8	1 001	3	0	0	0	0	0	0	0,00%
8	Pernambuco	0	0	0	0	849	2	2 313	200	0	0	0,00%
9	Alagoas	1 564	7	4 969	37	1 092	12	30 703	3 626	0	0	0,00%
10	Minas Gerais	0	0	0	0	0	0	704	1	0	0	0,00%
11	Paraná	13 758	118	3 044	90	0	0	0	0	0	0	0,00%
12	Rio Grande do Sul	0	0	0	0	0	0	465	22	0	0	0,00%
Total		206 696	994	419 127	2 583	389 242	3 161	278 832	10 205	184 810	4 007	100,00%

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

La región del Sur donde se encuentran los estados de Paraná, Santa Catarina, y Rio Grande do Sul importaron un valor de USD 36,5 miles principalmente por el estado de Santa Catarina ya que el año 2015 los otros dos estados no realizaron

importaciones en este ítems. En el período de análisis Rio Grande do Sul realizó importaciones el año 2014 por un valor de USD 0,5 miles, mientras que Paraná registró importaciones el año 2011 y 2012 por USD 13,8 miles y USD 3,0 miles.

Tabla N° 11: Importaciones de suéteres "jersey", "pullovers", cárdigans, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino; excepto, de pelo de cabra Cachemira, así como chalecos acolchados (subpartida NCM: 6110.19.00) de Brasil, por Estados de la Región Sur, período 2011-2015

N°	País exportador	2011		2012		2013		2014		2015		2015 Part.% valor
		USD	kg	USD	kg	USD	kg	USD	kg	USD	kg	
2	Santa Catarina	10 791	85	85 980	731	6 055	144	64 865	3 789	36 504	1 130	19,75%
11	Paraná	13 758	118	3 044	90	0	0	0	0	0	0	0,00%
12	Rio Grande do Sul	0	0	0	0	0	0	465	22	0	0	0,00%
SubTotal		24 549	203	89 024	821	6 055	144	65 330	3 811	36 504	1 130	19,75%
Total		206 696	994	419 127	2 583	389 242	3 161	278 832	10 205	184 810	4 007	100,00%

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

1.1.4. Importaciones brasileras desde Perú

Las exportaciones peruanas al mundo de suéteres "jersey", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino (6110.19.00) el año 2014 alcanzaron USD 19,7 millones. Los 10 principales países de destino de las exportaciones participaron con el 91,91% del total exportado, siendo los principales países de destino de las exportaciones peruanas: Estados Unidos con 40,36%, Japón (12,7%), Alemania (11,02%) y Francia (8,03%) principalmente.

El valor de exportación, se ha incrementado el año 2014 en 14,35% con respecto al año anterior, destacando países como España, Francia, Argentina, Taiwán entre otros; asimismo, ha disminuido las exportaciones a Japón, Reino Unido e Italia, principalmente.

El año 2014 Brasil se encuentra en el puesto 36 como país de destino de las exportaciones peruanas, exportando un

valor de USD 2 090 el año 2014, habiendo disminuido en 92,06% con respecto al año anterior y participando con el 0,01% del total exportado por Perú al mundo.

Las principales empresas peruanas exportadoras a Brasil en este rubro en dicho año, fueron: Mexthon S.A.C. con el 58,95% de participación, Pusero Carsant S.A.C. con 41,05% el año 2014. Otras empresas que los últimos 4 años exportaron a Brasil son: De Export S.A., Kero Design S.A.C.,

Derivados Minka S.R.L., Incagreat Knits S.A.C., Paradigma S.A.C., Group S.A.C.

En el año 2015 Brasil se encuentra en el puesto 43 como país de destino de las exportaciones peruanas de la P.A. 6110.19.00 exportando un valor de USD 100, habiendo disminuido en -95,22% con respecto al año anterior. La principal empresa exportadora peruana al mercado brasilero es Transamerica Import. Export SRTDA.

Tabla N° 12: Exportaciones de suéteres "jersey", "pullover", cárdigans, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino; excepto, de pelo de cabra Cachemira, así como chalecos acolchados (subpartida NCM: 6110.19.00) de Perú, por país importador, período 2011-2015

N°	País importador	USD FOB						
		2011	2012	2013	2014	2015	Var.% 2014-2015	Par.% 2015
1	Estados Unidos	5 881 471	7 216 228	5 849 383	7 952 216	6 366 256	-19,94%	40,02%
2	Alemania	3 166 797	2 545 591	1 935 684	2 171 917	2 361 830	8,74%	14,85%
3	Japón	1 596 308	2 282 317	2 722 917	2 501 376	1 970 828	-21,21%	12,39%
4	Reino unido	1 404 653	1 180 683	1 450 258	1 333 192	1 102 238	-17,32%	6,93%
5	Francia	1 297 893	1 406 082	731 348	1 581 401	1 078 887	-31,78%	6,78%
6	Canadá	303 243	467 624	486 264	456 034	523 643	14,83%	3,29%
7	Italia	1 138 094	497 022	1 256 608	1 066 308	390 873	-63,34%	2,46%
8	Chile	295 815	246 853	275 668	330 106	346 846	5,07%	2,18%
9	Australia	295 057	485 781	534 071	386 905	319 217	-17,49%	2,01%
10	Suiza	285 862	250 660	254 826	222 741	246 798	10,8%	1,55%
43	Brasil	128 316	11 244	26 339	2 090	100	-95,22%	0,001%
Total		17 365 742	18 587 646	17 227 954	19 700 922	15 907 740	-19,25%	100,0%

Fuente: SUNAT

Santa Catarina es el único estado de las regiones del sur que registra importaciones desde Perú. El estado de Paraná y Rio Grande Do Su en el período de análisis no registra importaciones. El 2011 realizó importaciones o un valor de USD 1 891

incrementándose a USD 85 606 para el año 2012, el 2013 no registró importaciones, recuperándose para el 2014 a una importación por un valor de USD 858. El año 2015 ningún estado realizó importaciones en este rubro.

Tabla N° 13: Importaciones de suéteres "jersey", "pullover", cárdigans, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino; excepto, de pelo de cabra Cachemira, así como chalecos acolchados (subpartida NCM: 6110.19.00) de Brasil, por Estados Federales de la Región del Sur, período 2011-2015

N°	Estado Federal	2011			2012			2013			2014			2015		
		USD	kg	Cant.	USD	kg	Cant.	USD	kg	Cant.	USD	kg	Cant.	USD	kg	Cant.
1	Espírito Santo	0	0	0	6 074	120	1 050	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	Rio de Janeiro	0	0	0	11 244	67	323	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	Sao Paulo	4 492	52	112	0	0	0	1 340	7	40	1 232	7	20	0	0	0
4	Santa Catarina	1 891	15	55	85 606	728	2 521	0	0	0	858	6	11	0	0	0
Total		6 383	67	167	102 924	915	3 894	1 340	7	40	2 090	13	31	0	0	0

1.2. Características generales

- Nombre comercial: Chompa de fibra de alpaca, suéter de alpaca

fabricados con materiales naturales (fibras de alpaca).

- Nombre común: Chompa de alpaca

Calidades principales: Superbaby Alpaca, Baby Alpaca, Fs Alpaca, Babysuri Alpaca, Suri Alpaca, Coarse Alpaca.

Las chompas de fibra de alpaca para damas, está registrada en la subpartida 6110.19; son prendas de vestir para dama,

Tabla N° 14: Características técnicas (finura de la fibra de alpaca)

BL-SUPER	SuperBaby Alpaca	19 - 20 micrones
BL	Baby Alpaca	21,5 - 22,5 mic
FS	FS Alpaca	25,5 - 26,5 mic
SU-BL	BabySuri Alpaca	22,5 mic
SU	Suri Alpaca	27,5 mic
AG	Coarse Alpaca	más de 27,5 mic

Figura N° 3: Chompas de fibra de alpaca para damas



Fuente: Lages Garden Shopping www.lagesgardenshopping.com.br (en Santa Catarina)

1.2.1. Usos y formas de consumo

La moda femenina tiene una gama de novedades que diariamente salen al mercado brasileiro, por la variedad que existe muchas veces es difícil escoger. En el caso de las chompas, en primer lugar, el consumidor piensa en el abrigo de la prenda, calidad, moda, comodidad entre otros puntos. Los meses de otoño invierno es entre abril y agosto. En las zonas más altas de la sierra, las heladas invernales son posibles como la nieve.

Dependiendo del modelo, diseño, colores y otras características de la prenda, se puede utilizar, sport, sport elegante, o prenda formal. Las compras se realizan al por menor, al por mayor y virtual. Asimismo, si la compra es al por menor, la chompa es destinada para el consumo personal o familiar o como obsequio, cuando es al por mayor, generalmente es para comercio.

En la temporada de invierno, el consumidor brasileiro se provee de prendas abrigadoras, acostumbrado a proveerse de una o dos por temporada.

1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

En la 6110.19.00 se encuentra los suéteres "jersey", "pullover", cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino (excl. de pelo de cabra de Cachemira, así como los chalecos acolchados), dicha subpartida comprende a los demás pelos finos, es decir otros pelos finos no considerados en las anteriores partidas como de alpaca, y de conejo, entre otros.

La chompa de alpaca para mujer, específicamente, se puede encontrar en la partida arancelaria 6110.19.00.90

Tabla N° 15: Clasificación arancelaria de la chompa

Subpartida arancelaria	Descripción arancelaria de la chompa
6110.19	Los demás:
6110.19.10	Suéteres (jerseys):
6110.19.10.10	Con cuello de cisne ("Sous pull", "turtle neck")
6110.19.10.90	Los demás
6110.19.20.00	Chalecos
6110.19.30.00	Cardiganes
6110.19.90	Los demás:
6110.19.90.10	Con cuello de cisne ("Sous pull", "turtle neck")
6110.19.90.90	Los demás

Subpartida arancelaria	Descripción arancelaria de la chompa
6110	Suéteres (jerseys), «pullovers», cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto.
6110.19.00	Otros

Figura N° 4: Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación



Fuente: www.ciahering.com.br/novo/es/marcas/hering
Tienda Hering

Formas de Presentación

Los productos de invierno tienen diferentes formas de presentación, dependen de donde son exhibidas; de esta manera se cuenta con las siguientes opciones:

Shoppings y tiendas

La venta de chompas de alpaca u otros pelos finos en los shoppings o tiendas, generalmente tienen un formato de venta al por menor, presentándose en maniqués, vitrinas, en colgadores y otros grupos clasificados según modelo, color, tallas y demás. A continuación presentamos como algunas tiendas exponen sus productos de invierno (Ver figura).

Figura N° 5: Forma de exhibición de productos de invierno



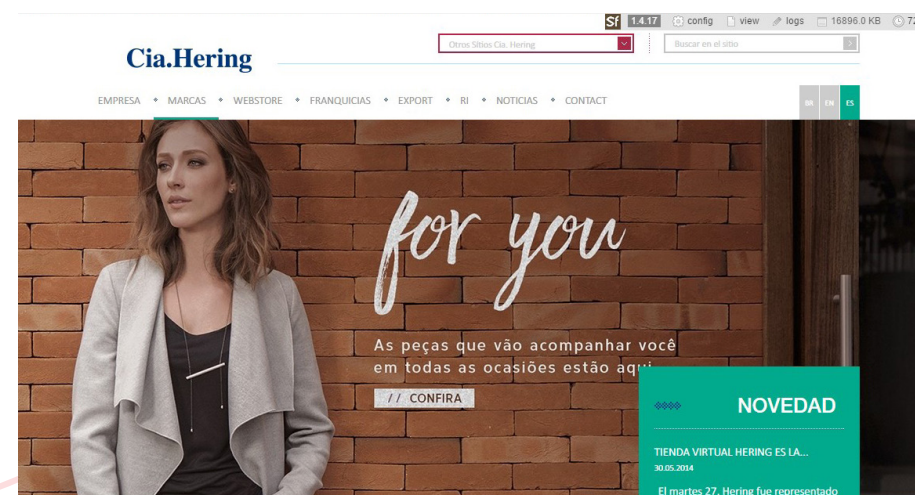
Fuente: TOK - Shopping Pelotas www.shoppingpelotas.com.br/loja.asp

Ventas virtuales

También, se debe tener presente las ventas virtuales que son otras presentaciones del producto, a través de fotos movibles

ampliando los detalles de la prenda y descripciones del producto, con sus precios.

Figura N° 6: Ventas virtuales



Fuente: www.ciahering.com.br/novo/es/marcas/hering

Tallas utilizadas en Brasil

En comparación con las tallas peruanas, las tallas brasileñas son diferentes, en el caso particular de la talla brasileira para suéteres de mujeres se cuenta con lo siguiente: P, M, G, GG, se debe considerar también que la población de la región del sur tiene descen-

dencia alemana, italiana, y étnicos por lo que debe tomarse en cuenta (las mangas mucho más largas), entre otros aspectos. Dado que en Brasil hay diversidad de razas la contextura y tamaños son variados.

Tabla N° 16: Tallas utilizadas en Perú y Brasil

Perú	Brasil
S	P
M	M
L	G
XL	GG

Empaque de las chompas de alpaca u otros productos de pelo fino para mujeres

Existen varias presentaciones (empaques), de acuerdo como quiere el cliente. Por lo general, las chompas se presentan y empaquen en cajas diseñadas para la

ocasión. En el siguiente cuadro se puede observar algunas presentaciones del empaque en cajas.

Figura N° 7: Presentación del empaque en cajas



- Se utilizarán cajas de cartón especiales que contendrán directamente a las chompas.
- Las cajas tienen una dimensión de largo 35 cm, ancho 30 cm y altura de 10 cm.
- El empaque es con bolsas plásticas de polietileno inserto en cajas.
- En cada caja se guardan 35 chompas en total.
- El peso aproximado de cada caja es 15 kg.
- Hay empresas como Posthaus.com.br que es una distribuidora brasileira que reparte a todo Brasil, su canal de venta por excelencia es vía on-line, donde ofrece diferentes marcas.

Diseños

Principales modelos comercializados

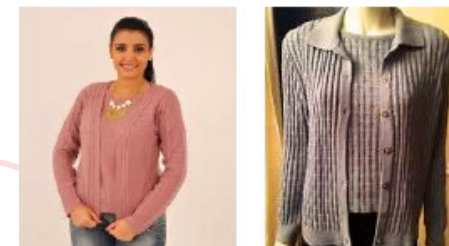
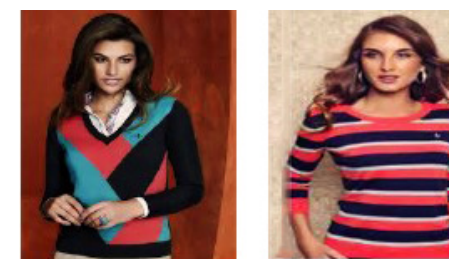
» **Sweater cuello V y Redondo:** Son las prendas más vendidas para el segmento femenino, sin embargo la diversificación de las construcciones de tejido y la alta gama de hilo color aplicados en distintas combinaciones, hacen de esta prenda una prenda moderna y muy elegante para la moda femenina.

» **Sweater tipo cárdigan:** Es el segundo grupo de prendas más consumidas en

el mercado brasileiro, y que aplican recursos de hilandería para generar combinaciones de textura diversificadas, como los diversos tipos de fibras y tonalidades de colores.

» **Sweater twin set:** Es un tipo de prenda muy sofisticada y que combina dos prendas en un set.

Figura N°8: Presentación del producto



Marcas En la Region Sur de Brasil

En Santa Catarina, Paraná y Rio Grande do Sul, también se maneja grandes marcas como Gregory, Renner, Riachuelo, Hering,

Animale, Bonneterie, Dudalina, Tabajara, Tok entre otros.

GREGORY



Loja especializada en ropas femenina
MARINGÁ PARK SHOPPING
Localización: 3º piso do Maringá Park
Teléfono (s): (44) 3041-6835
Site: www.gregory.com.br

RENNER



La tienda Renner es la segunda mayor red de tiendas de departamentos de vestuario en Brasil.
Localización: 1º piso do Maringá Park.
Teléfono(s): (44) 3344-4800
Site: www.lojasrenner.com.br

RCHLO

RIACHUELO

Trabaja con un concepto innovador, el Fast Fashion, que consiste en la rápida producción y distribución de colecciones, difundiendo las mas nuevas tendencias de moda, por todo el Brasil.
Localización: 2º piso do Maringá Park.
Telefone(s): (44) 3344-1600
Site: www.riachuelo.com.br



Hering

Dirigida al publico masculino y femenino, Hering se destaca por su amplia aceptación de todas las clases sociales, produciendo ropas de calidad y confortables.
Localización: 2º piso do Maringá Park.
Telefono(s): (44) 3029-0823/(44) 3026-3738
Site: ciahering.com.br/



ANIMALE

Por mas de 20 años, ANIMALE, uiste a las mujeres brasileiras con prêt-à-porter premium y sofisticado
Localizada 3º piso do Maringá Park
Telefone(s): (44) 3222-4977
Site: www.animale.com.br



tabajara

3º andar
Telefone: (51) 3018-1257



Bonneterie

TRICOT

MOINHOS SHOPPING
2º andar
Telefone: (51) 3028-7131
Site: www.bonneterie.com.br/



TOK

2º andar
Telefone: (51) 3222-5303
Site: tok.com.br/lookbook/



DUDALINA

3ER ANDAR
MOINHOS SHOPPING
Telefono: (51) 2112 8453
Site: dudalina.com.br/feminina/



1.2.3. Auditoría en tiendas

Las tiendas locales son incipiente en este tipo de productos no tiene una cantidad significativa que trabajan con prendas a base de pelo fino (con excepción de las chompas y prendas de cachemir) es necesaria la difusión de las propiedades de la fibra de alpaca ya que no es muy conocida en Brasil por la población general. Sin embargo, la Región Sur es un punto de venta importante para este tipo de prendas a utilizarse en época de invierno, se puede explotar este mercado.

Normalmente el producto es llevado desde Sao paulo a Santa Catarina, pero llega desde Perú y Bolivia en forma informal (de contrabando) durante todo el año, tienen un punto de reunión donde llegan periódicamente en Sao Paulo y los comerciantes se reúnen compran (al por mayor) y el punto desaparece, solo se utiliza como punto de distribución temporal.

Coimbra y Cantuta

También, se detectó, comercio al por menor en el mercado de Coimbra (mercado de los Bolivianos-SP) y en La Cantuta que es su Feria dominguera por Brás en Sao Paulo. En dicho canal de venta, las chompas se encuentran a R\$ 120 (USD 34,5) mucho de ellas son con materia prima combinada y lo venden como 100% alpaca.

El sector de confección de pelos finos en Brasil revela una importante oportunidad para empresas extranjeras, como por ejemplo para la empresa Tricot, que opta por ingresar a Brasil mediante la creación de plataformas virtuales, donde exhibe distintas prendas, estos productos son reconocidos en Brasil por el segmento A por su gran valor agregado y practicidad.

25 de marzo

Es un lugar turístico en el centro de Sao Pablo (por el metro la Luz y San Bento), también encontramos chompas de alpaca de venta al por menor pero muy poca cantidad, al menos la exhibición es muy restringida de uno o dos piezas.

El brasilero gusta mucho de mezclas de material y nuevos diseños, el sector de prendas con mezclas de fibras acrílicas y alpaca componen con seguridad la parte más atrayente del sector de Brasil, puesto que el precio final del producto importado es un factor clave para que los exportadores peruanos puedan competir con la industria de confección brasilera, boliviana y argentina, este último país proveedor competiría con cachemir y otros suéteres con materia prima de pelos finos.

Estamos colocando modelos y precios referenciales de productos similares (ropa abrigadora), dado que el producto no es muy conocido.

Figura N° 9: Modelos y precios referenciales

Sweater Twin Set



Prod. Nacional = 54,6 USD/unid
Prod. Importado = 51,2 USD/unid

Prod. Nacional = 98,3 USD/unid
Prod. Importado = 92,5 USD/unid

Figura N° 10: Algunos diseños de las tiendas TOK con sus respectivos precios



Blusa de Tricot

Precio al público R\$ 229 (USD 63)
mayo 2016
Fuente: Tiendas TOK



Pull de Tricot

Precio al público R\$ 199 (USD 55),
mayo 2016
Fuente: Tiendas TOK

**Blusa De Tricot**

Precio al público R\$ 159
(USD 43,80), mayo 2016
Fuente: Tiendas TOK

**Pull De Tricot**

Precio al público R\$ 229
(USD 63,00), mayo 2016
Fuente: Tiendas TOK

**Poncho De Tricot**

Precio al público R\$ 249
(USD 68,59), mayo 2016
Fuente: Tiendas TOK

Figura N° 11: Algunos diseños de la Tienda Bonneterie

**Poncho**

Fuente: Tienda Bonneterie

**Casaco De Tricot Con Acabados Em Cuerina**

Fuente: Tienda Bonneterie

**Pull De Tricot**

Precio al público R\$ 259
(USD 71,35), mayo 2016
Fuente: Tiendas TOK

**Casaco**

Precio al público R\$ 229
(USD 63,00) mayo 2016
Fuente: Tiendas TOK

Figura N° 12: Algunos diseños de la Tienda CANAL

**Tricot Poa Angora**

Precio al público R\$ 499
(USD 137,46) mayo 2016
Fuente: Tienda Bonneterie

1.2.4. Análisis de la competencia

Precios de importación

En la siguiente tabla se observa los precios unitarios referenciales promedios de importación. En el 2014, las prendas provenientes del mercado italiano registraron un precio promedio de USD 319 por unidad, Rumania un precio medio de USD 120 cada unidad, Francia (USD 152 por unidad), y Suiza (USD 72 por unidad). Si bien es cierto, Perú exportó a Brasil el 2011

con un precio promedio de USD 38, en el 2012 disminuyó a USD 26 y el año 2013 obtuvo un precio medio de USD 34; para el 2014 estos precios mejoraron con un valor unitario de USD 67. Se debe destacar que los suéteres importados por Brasil a precios muy bajos provinieron de la India, China y Turquía con USD 2, USD 5, y USD 15 la unidad, respectivamente.

Tabla N° 17: Precio promedio de importación de suéteres “jersey”, “pullovers”, cárdigans, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino; excepto, de pelo de cabra Cachemira, así como chalecos acolchados (subpartida NCM: 6110.19.00) de Brasil, por país exportador, período 2011-2015

N°	País	2011	2012	2013	2014	2015
		USD/Unid	USD/Unid	USD/Unid	USD/Unid	USD/Unid
1	China	15	30	27	5	10
2	Italia	160	52	62	319	124
3	Turquía	--	38	35	15	10
4	Rumania	47	181	49	120	45
5	Uruguay	37	44	46	40	48
6	Francia	--	59	--	152	534
7	Serbia	--	--	--	--	11
8	Croacia	--	--	--	--	11
9	Estados Unidos	--	--	28	--	24
10	Bulgaria	--	--	--	25	76
Sub Total		45	40	30	7	13
Total		44	36	29	7	13
22	Perú	38	26	34	67	0

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

El año 2015 el precio más alto de la NCM 61101900 fue por las importaciones Brasileras realizadas por el Distrito federal con USD 137/unid, seguido por Rio de Janeiro y Espírito Santo.

El año 2014, Perú vendió este producto a Brasil a un costo de USD 67 / unidad,

mientras que el año 2015 no registra exportaciones de Perú a Brasil en este ítems.

De los estados en Paraná, Santa Catarina y Rio Grande do Sul (regiones del Sur), solo Santa Catarina tiene importaciones a un precio de USD 12 la unidad.

Tabla N° 18: Precio promedio de importación de suéteres “jersey”, “pullovers”, cárdigans, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino; excepto, de pelo de cabra Cachemira, así como chalecos acolchados (subpartida NCM: 6110.19.00) de Brasil, por Estado Federal, período 2011-2015

N°	UF	2011	2012	2013	2014	2015
		USD/Unid	USD/Unid	USD/Unid	USD/Unid	USD/Unid
1	Sao Paulo	25	22	13	21	14
2	Santa Catarina	35	34	11	9	12
3	Mato Grosso do Sul	--	--	16	--	6
4	Espírito Santo	229	64	74	40	36
5	Rio de Janeiro	35	36	27	12	49
6	Distrito Federal	--	--	--	--	137
7	Rondonia	46	40	--	--	--
8	Pernambuco	--	--	142	2	--
9	Alagoas	40	40	38	1	--
10	Minas Gerais	--	--	--	88	--
11	Paraná	33	21	--	--	--
12	Rio Grande do Sul	--	--	--	14	--
Total		44	36	29	7	13

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

Los Shopping Centers

La Asociación de centros comerciales de ABRASCE-brasilera, es el principal órgano representativo del sector en el país.

Tabla N° 19: Perfil del Shopping Center en Brasil

Perfil del Shopping Center en Brasil	
Número total de Shoppings	522
A inaugurar en 2015 (1)	24
Número Previsto para Dic. 2015	546
Área Bruta alquilable (en millones de m ²)	13 889
Área construida (en millones de m ²)	33,23
Estacionamientos para Carros	823 224
Total de tiendas	95,242
Tiendas Âncoras	2 857
Megatiendas	1 905
Tiendas Satélites	70 479
Ocio	952
Alimentación	12 381
Tiendas de servicios	6 667
Salas de Cinema	2 488
Empleos generados	978 963
Números: Brasil diciembre/14	--
Facturamiento estimado 2014 (en R\$ miles de millones)	142,28
Vendas en Relación al consumidor Nacional em 2014 (2)	19%
Tráfico de personas (millones por mes)	430 501

Fuente: La Asociación Brasileira de Centros Comerciales (ABRASCE)

(1) Número Previsto de Inauguraciones

(2) Excluye ventas de combustibles y GLP: Criterio: se considera aqui shoppings con tiendas locadas, tiendas âncoras y estacionamiento, con área igual o superior a 5.000m². facturamiento estimado.

El rendimiento de la industria de los Centros Comerciales en Brasil (Shopping Centers), tiene un promedio de 431 millones de visitas mensuales, los centros comerciales del mercado brasilero regis-

traron en 2014 un crecimiento de 10,1% en las ventas en comparación con el año anterior, alcanzando un total de R\$ 142,27 millones, según ABRASCE.

Figura N° 13: Algunos Shopping de la Región Sur de Brasil



Balneário Shopping



Lages Garden Shopping



Neumarkt Shopping



Moinhos Shopping



Barra Shopping Sul



Shopping Center Iguatemi Porto Alegre



Canoas Shopping



Shopping Gravataí

Ventas virtuales

Es otra vía o canal de comercialización, no solamente en Brasil, sino en el mundo. Aquí se puede enfocar en varios escenarios, como: proveedor de tiendas virtuales, crear de forma directa una tienda virtual, entre otros. En el primer caso el mercado está acostumbrado a tener el producto en el país, por lo que no quiere hacer muchos trámites durante el proceso de importación del producto; en el segundo caso, al momento de conformar una tienda virtual se debe cumplir con la normativa brasileña, que difieren en los distintos Estados del país.

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

» FARFETCH

Tienen chaquetas, tricot, suéteres de marca, por ejemplo la marca proenza schoul der, Dolce & Gabbana, Lanvin a precios de R\$ 7,740, R\$ 3,650 y R\$ 4,190.

Para mayor información ingresar a su portal web: www.farfetch.com/br/pag1985.aspx#FAQs



Blusa Anselmi Pontos Estructurados Decote Redondo 26070 Azul
R\$ 263,90

5 x R\$ 52,78 sem juros
Fuente: www.farfetch.com



Blusa Anselmi Pontos Estructurados Decote Redondo 26070 Verde
R\$ 263,90

5 x R\$ 52,78 sem juros
Fuente: www.farfetch.com



Blusa Anselmi Pontos Estructurados Decote Redondo 26070 Cinza
R\$ 263,90

5 x R\$ 52,78 sem juros
Fuente: www.farfetch.com

Figura N° 14: FARFETCH



Proenza Schouler
Suéter
R\$ 7.740
12 x R\$ 645,00
Fuente: www.farfetch.com



Dolce & Gabbana
Suéter
R\$ 3.650
12 x R\$ 304,17
Fuente: www.farfetch.com



Lanvin
Suéter
R\$ 4.190
12 x R\$ 349,17
Fuente: www.farfetch.com



Proenza Schouler
Suéter
R\$ 3.550
12 x R\$ 295,83
Fuente: www.farfetch.com



Ermanno Scerniuo
Suéter
R\$ 6.820
12 x R\$ 568,33
Fuente: www.farfetch.com



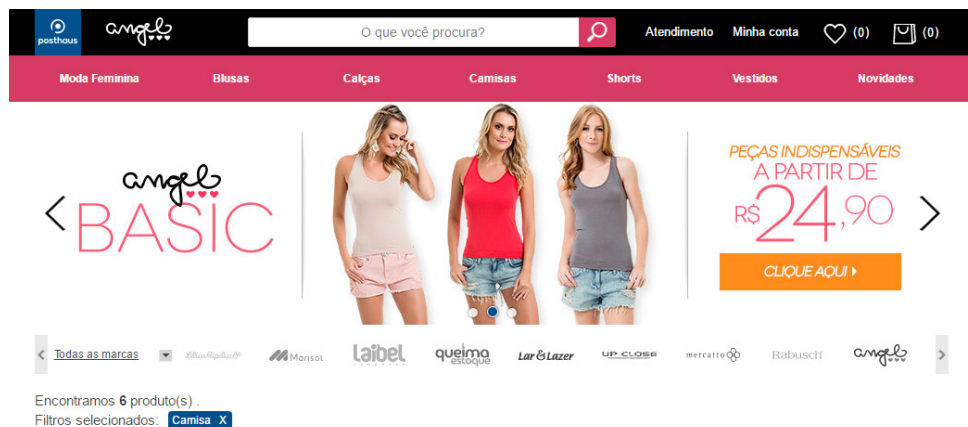
Steffen Schraut
Suéter
R\$ 2.390
12 x R\$ 199,17
Fuente: www.farfetch.com

» Tienda Virtual ANGEL

Presenta las siguientes características:
Sted: Tejidos: Trico

Composición: 70% Viscose, 30% Poliéster
Color: Beige, Tamaños: S-M-L-XL.

Figura N° 15: Tienda Virtual ANGEL



Para mayor información ingresar a su portal web: www.posthaus.com.br

» Tiendas (Lojas)

Como referencia se muestran chompas de las tiendas en Shopping de materiales

algodón 20% y acrílico 80% que son de competencia.

Figura N° 16: Tienda (Lojas)



Fuente: Mincetur

Supermercados

Se pudo observar los modelos y precios referenciales en el mercado al consumidor; principalmente es para el segmento B, C, como por ejemplo Carrefour. Los precios de venta de una chompa de algodón en este canal de venta oscilan entre R\$ 70 a R\$ 90 (USD 20 a USD 25).

1.2.5. Mercado informal

Se ha ubicado un mercado informal en el llamado mercado de los bolivianos "La Cantuta" aquí, venden productos de alpaca, manifiestan que venden 50 piezas al año, pero se estima que es mucho más el volumen de ventas ya que nos comenta que esta semana vendió tres piezas en

alpaca (ellos venden diversos productos de origen boliviano), el precio por ejemplo de un poncho largo es de R\$ 129. Asimismo, vienen turistas que le hacen pedido para llevar a Europa (pedidos al por menor).

1.2.6. Regiones/sectores de mayor consumo dentro del mercado

Considerando que el total de tiendas o "shoppings" en Brasil es de aproximadamente 522; el 55% se concentra en la región sudeste, seguido por la región sur (17%) y noreste (14,2%); mientras que; la región norte y centro oeste son las que concentran un menor número de shopping con 9% y 4,8%, respectivamente (ver tabla N°20). En el caso específico de la región sur de Brasil, posee 89 tiendas.

Tabla N° 20: Cantidad y participación estimada del total de tiendas en Brasil, según región

Región	Participación según N° de tiendas, por región	% del total
Norte	25	4,8%
Nordeste	74	14,2%
Centro-Oeste	47	9,0%
Sudeste	287	55,0%
Sur	89	17,0%
Total	552	100%

Fuente: Asociación Brasileña de Shopping Centers-ABRASCE

Por consiguiente, el mayor consumo del mercado brasileiro en función al número de shoppings se consolida en las siguientes Unidades Federativas: Sao Paulo (33%), Rio de Janeiro (12%), Minas Gerais (8%), captando los 3 Estados el 53% del total de shoppings en Brasil.

En el caso de las regiones del Sur: Rio Grande do Sul cuenta con 37 Shopping en operación representando el 7% de los Shopping a nivel nacional. Santa Catarina tiene 21 Shopping con un 4% y Paraná 31 shopping con 6% del total a nivel nacional.

Tabla N° 21: Participación por Estado

N°	Estados	Nro. de tiendas en operación	Nro. estimado de tiendas inauguradas al 2015	Nro. total estimado de tiendas al 2015	Participación según N° de tiendas, por región
1	Sao Paulo	172	7	179	33%
2	Rio de Janeiro	64	0	64	12%
3	Minas Gerais	43	4	47	8%
4	Rio Grande do Sul	37	1	38	7%
5	Parana	31	0	31	6%
6	Santa Catarina	21	0	21	4%
7	Distrito Federal	17	1	18	3%
8	Bahía	19	2	21	4%
9	Ceará	16	1	17	3%
10	Goías	20	1	21	4%
11	Pernambuco	14	1	15	3%
Sub Total		454	18	472	87%
Otros		68	6	74	13%
Total		522	24	546	100%

Fuente: Asociación Brasileña de Shopping Center-ABRASCE-área Bruta Total (ABL)

Asimismo, el área bruta operativa de shopping en Brasil alcanza 13 888 975, los tres Estados (Sao Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais) utilizan también más del 50%.

Según información de la Asociación Brasileira de Shopping Center (ABRASCE), presentamos el Shopping de la región sur de Brasil, que registran un perfil del consumidor que alcanzan el 60% que están en clase "A" esto es Maringá Park Shopping de Paraná y Moinhos Shopping de Rio Grande Do Sul, los mismos que se encuentra marcas y tiendas renombradas a nivel internacional, con precios de acuerdo a la calidad del producto.

En la clase "B", los que destacan son: Padillium Shopping Center, Catuai Shopping Maringa, Shopping Center Iguatemi, Boulevard Londrina Shopping entre otros. Asimismo en la clase "C" los que destacan

y superan más del 50% de consumidores son: Londrina Norte Shopping, Bella Citta Shopping Center principalmente.

Mientras que en el estrato "D" en los shopping de estudio, los consumidores no superan el 20%, manteniéndose en ese rango pocos shopping, siguen el 15%, 10%, 9%, 3%, 1% y otros no registran consumo en Shopping.

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 shopping de la región Sur de Brasil (Rio Grande Do Sul, Santa Catarina, Paraná predomina el estrato "B", sin embargo hay algunos específicos donde predomina, estratos "A").

Tabla N° 22: Perfil del estrato económico del consumidor del sur de Brasil, según las principales tiendas

N°	Establecimientos Comerciales	Perfil del consumidor			
		Clases socioeconómicas (%)			
		A	B	C	D
Santa Catarina					
1	Balneario Shopping	44	43	10	3
2	Lages Garden Shopping	0	25	0	0
3	Neumarkt	39	48	15	0
4	Shopping Center Iguatemi	37	48	15	0

Nº	Establecimientos comerciales	Perfil del consumidor			
		Clases socioeconómicas (%)			
		A	B	C	D
Rio Grande Do Sul					
5	Barra Shopping Sul	25	61	14	0
6	Bella Citta Shopping Center	12	30	58	0
7	Canoas Shopping	14	61	24	1
8	Lindoia Shopping	15	37	38	10
9	Moinhos Shopping	60	35	4	1
10	Praia de Belas Shopping CE	0	58	0	0
11	Pratauiera Shopping	5	36	49	10
12	Royal Plaza Shopping	15	30	40	15
13	Ruada Praia Shopping	15	30	40	10
14	Shopping Center Iguatemi	16	63	12	9
15	Shopping Center Iguatemi	40	51	9	0
16	Shopping Pelotas	10	45	35	10
17	Shopping Total-Porto Ale	14	38	46	6
Paraná					
18	Boulevard Londrina Shopping	16	62	22	0
19	Catuai Shopping Center	27	58	15	0
20	Catuai Shopping Maringa	27	65	8	0
21	Londrina Norte Shopping	0	20	60	20
22	Maringa Park Shopping	67	24	9	0
23	Mueller Shopping	43	39	18	0
24	Palladium Shopping Center	10	65	20	5

Fuente: Asociación Brasileña de Shopping Centers (ABRASCE)

1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

El consumidor brasilero, gusto mucho de cambios, probar nuevos productos, constantemente nuevos diseños, matizar texturas de telas. Analizando y adecuando estos productos a los diferentes nichos de mercado.

1.4. Ventajas del producto peruano y competencia

La fibra de alpaca tiene atributos comerciales que hacen de esta una fibra de un valor superior con respecto a otras de pelos finos, como la amplia gama de colores naturales y la suavidad que se percibe al tacto, características que no son igualadas por otras, por lo cual va ganando mercado en Brasil por su buena calidad.

El Perú alcanza aproximadamente el 87% de la población de alpacas a nivel mundial, lo que permite obtener diversidad y una gran cantidad de producción de los diversos departamentos del país y, en especial, de Puno que concentra el 59% de la producción nacional.

La demanda mundial de cardigans es la más alta (82,9%) dentro de las prendas de vestir en el mundo. Se ha notado en los últimos años un significativo aumento en el mercado mundial de chompas de alpaca, causado por el prestigio alcanzado por su calidad, diseños, entre otros aspectos. Promocionando el producto se podría lograr captar la tendencia principalmente en la Región sur de Brasil.

Las ferias internacionales Perú Moda y Perú Gift Show, eventos que reúnen lo mejor de la oferta exportable peruana en confecciones, calzado y joyería; permiten apreciar la excelente calidad de los productos peruanos y establecer relaciones comerciales con empresas internacionales.

Asimismo, en la colección invierno 2015 la empresa Tyrol (en Brasil) registra en sus catálogos producto peruano, esta empresa tiene tiendas en Aracaju, Belém, Belo Horizonte, Brasília, Curitiba, Florianópolis, Goiania, João Pessoa, Maceió, Natal, Praia Grande, Recife, Ribeirão, Preto, Rio de Janeiro, Salvador, Santos, Sao Paulo, Vitória.

Figura N° 17: Prendas de baby alpaca para niños



Con una mayor difusión se puede insertar al mercado del sur de Brasil que es una región con altos ingresos per cápita.

02

Sugerencias comerciales

Uno de los problemas del productor local, importador o exportador, son los tiempos en el proceso de desarrollo de producto, comienzan muy tarde por lo tanto el producto no está en la fecha que se necesita.

Proceso de desarrollo de productos para el invierno y su cronograma de trabajo

El desarrollo de nuevos productos para la temporada de invierno en Brasil se lleva a cabo en el ámbito de la ingeniería y el diseño del producto, que consiste en un proceso que ocupa de 6 a 8 meses de trabajo, y por esta razón este proceso de creación es fundamental para la perfecta coordinación de los tiempos entre las áreas de estilo y producción de las empresas involucradas en crear, producir y comercializar las colecciones dentro de cada segmento económico de actuación de diferentes marcas que atienden al mercado.

Cronograma para el desarrollo de producto

- Pesquisa de tendencia en Brasil (considerando la moda europea) por parte del exportador o importador: Mayo - junio
- Diseño de colecciones/compra en el país del exportador o importador : Julio - agosto
- Proceso de producción en el país del exportador: Setiembre-octubre-noviembre
- Importación y distribución en Brasil: Enero-febrero-marzo
- Venta al público en Brasil: Abril-mayo-junio
- 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/.

Condiciones de Acceso

2.1. Aranceles y otros impuestos

Para los suéteres, Brasil cobra un arancel a terceros países de 35%. Sin embargo, Perú con Brasil mantiene vigente el Acuerdo de Complementación Económica (ACE) N° 58 Perú – Mercosur, en el marco de este acuerdo se menciona que a partir de 1ro de enero del 2012 todos los productos peruanos destinados a Brasil tienen una preferencia arancelaria de 100% (incluyendo a la subpartida 1610.19), es decir ingresan con arancel cero al mercado de Brasil.

Impuestos Federales

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

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.

Tabla N° 23: Tasas impositivas de impuestos de importación

Impuestos	Tasas impositivas
Tarifa Externa Común (TEC)	35%
Impuesto sobre productos Industrializados (IPI)	0%
Programa de Integración Social (PIS)	2,10%
Contribución para financiamiento de la seguridad social (COFINS)	10,65%
Impuesto sobre circulación de mercaderías y servicios (ICMS)	18 % para el Estado de Sao Paulo

(IPI) Los artículos Industrializados genera crédito fiscal que pueden ser compensados en 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 valor de impuesto a la importación.

Se ha considerado también un simulador de tratamiento tributario de la Receita

Fazenda esta simulación se realiza en base a la legislación vigente en el momento de su cita (31/05/2016). Inicialmente, los impuestos se calculan sobre la base integral de impuestos gravados a las importaciones. Para simular los beneficios fiscales aplicables, notificar a las tasas impositivas reducción impuestos manualmente y realizan un empujador de cálculo nuevo "Volver a calcular los impuestos". (Ver más detalles en el link de la fuente.)

Tabla N° 24: Simulador de tratamiento tributario y administrativo de las importaciones de Brasil

Subpartida NCM	6110.19.00
Descripción NCM	Suéteres, pullovers, cárdigans, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino
Tipo de cambio del USD (fecha 31/05/2016)	R\$ 3,6168
Valor Aduanero (convertido)	R\$ 3 616,80 (equivalente a USD 1 000)
II (35%)	R\$ 1 265,88
IPI (0%)	R\$ 0,00
PIS (2,1%)	R\$ 75,95
COFINS (10,65%)	R\$ 385,19

Fuente: www.receita.fazenda.gov.br/Aplicacoes/ATRJO/SimuladorImportacao/default.html

Las importaciones pueden ser objeto de recuperación de las CIDE-combustibles y contribución derechos comerciales (Anti-dumping y medidas compensatorias). Si es el caso, habrá sólo esa información en el campo indicado, como datos adicionales

se necesitan para calcular sus valores, como el país de origen, la cantidad de las mercancías, entre otros. Para obtener más información, vea la CIDE-combustibles y derechos vigentes.

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

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 chompa de alpaca califique como originaria y por consiguiente pueda beneficiarse de las preferencias arancelarias de este acuerdo.

El hilado de alpaca con que se elaboró la chompa, debe ser producido en el Perú o en alguno de los países miembros del Mercosur.

En ese sentido, para acreditar que el hilado de alpaca fue hecho en el Perú se debe presentar la factura o declaración jurada del productor del hilado.

Finalmente, con el Registro de producción se debe demostrar que la chompa de alpaca 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

Certificado de Origen

Para solicitar el trato arancelario preferencial previsto en los acuerdos comerciales y/o regímenes preferenciales de los que el Perú es beneficiario, es necesario que el importador cuente con una prueba de origen (certificado de origen o declaración de origen), que cumpla con lo dispuesto en el acuerdo comercial o régimen preferencial bajo el cual se solicitará el trato preferencial en el país de destino de la mercancía.

Esta prueba de origen, va a requerir el importador para poder desaduanar la mercadería y no pagar arancel.

Entidad Certificadora

Es la entidad gremial delegada por el Mincetur quien recibe la información transmitida por el usuario para evaluarla y verificar que cumple efectivamente con las normas de origen del acuerdo y/o régimen preferencial invocado. Concluida la verificación, se procederá a expedir el certificado de origen.

Las entidades autorizadas a emitir los certificados de origen son:

- Asociación de Exportadores (ADEX)
- Cámara de Comercio de Lima (CCL)
- Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ica
- Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque
- Cámara de Comercio y Producción de La Libertad
- Cámara de Comercio, Industria y Producción de Tacna

- Cámara de Comercio e Industria de Arequipa
- Cámara de Comercio y Producción de Piura
- Cámara de Comercio, Producción y Turismo de Sullana
- Cámara de Comercio y Producción de Aguas Verdes y de la provincia de Zarumilla
- Cámara Chinchana de Comercio, Industria, Turismo, Servicio y Agricultura
- Sociedad Nacional de Industrias (SNI)

2.3. Barreras, estándares y normas

La optimización de cualquier industria representa la optimización técnica a favor de productividad, cometer errores se arriesga a ser multado.

Al buscar los estándares disponibles para la fabricación, se debe tener presente las normas relativas a su coloración, resistencia a la tracción, la buena construcción de hecho para el consumidor final y en las normas de la costura, mediciones etc. del cuerpo, complementar las bases técnicas para un producto adecuado la aplicación, no sólo en rendimiento y comodidad, sino también la durabilidad.

Tabla N° 25: Medidas del tamaño de los artículos confeccionados con materias

ABNT NBR 12071/2002	Textiles-determinación de dimensiones de los artículosconfeccionados.
ABNT NBR 12720/1995	Artículo confecc. Tejido de punto- tolerancias medidas tela hecha punto.
Mediciones 13377/1995	Humano cuerpo ABNT NBR para ropa de referencia estándares.
ABNT NBR 15525/2007	Textiles y ropa-tamaños etiquetado normalizaciónde calcetines.
ABNT NBR 15800/2009	Ropa-puntos de referencia de las medidas del cuerpo humano-por-tabilidadropa para bebé y niños y jóvenes.
ABNT NBR 15525/2007	Textiles y ropa-tamaños etiquetado normalización de calcetines.
ABNT NBR 15800/2009	Ropa-puntos de referencia de las medidas del cuerpo humano-por-tabilidadropa para bebé y niños y jóvenes.

Más detalle pueden encontrar en el portal web de la Asociación Brasileira de Normas técnicas: abnt.org.br/paginampe/biblioteca/files/upload/anexos/pdf/d2f9da2dc7058b510ebf8923e474a88d.pdf

Etiquetado del producto fabricado

Se debe mantener una relación con sus clientes a través de información consistente en las etiquetas de la ropa y otras piezas hechas. La norma ABNT NBR NM ISO 3758 pretende establecer un sistema de símbolos gráficos, para poder utilizar en artículos textiles, proporcionando información para evitar un daño irreversible.

Es importante señalar que el consumidor final requiere información y a menudo no cuenta con un acceso SAC (servicio de

atención al cliente), o una etiqueta elaborada que contienen información suficiente para evaluar si el producto cumple con sus expectativas.

Con información sobre tratamientos de conservación: lavado, secado, planchado entre otros. Si se tuviera la información, la prenda tendría un aspecto de mayor durabilidad de su producto, generando una mayor confianza de los consumidores en la marca, ya que mejores guías, conduce a la lealtad. Además de cumplir con los artículos monitoreados, el empresario debe tener como objetivo informar mejor a su consumidor.

Para etiquetar correctamente, la legislación correspondiente es CONMETRO resolución sobre etiquetado textil, la resolución

actualmente en vigor es el n° 2 del 2008, que se define para la ropa la presentación de seis artículos de consumo, ya sea en una sola etiqueta o en varios legible e indeleble (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, del telar jacquar "silkada" directamente en el juego hecho, estampa, transferencia aplicada directamente en el juego hizo etc., que significa, lo más importante es comunicar.

Elementos que declaran en el etiquetado

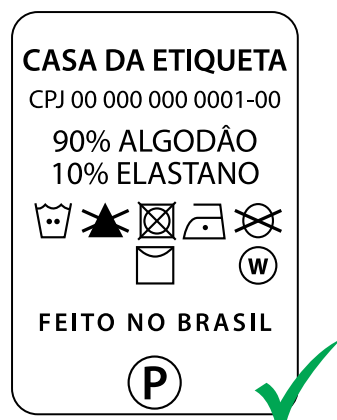
- Nombre corporativo o marca del fabricante o del importador;
- CNPJ respectivos del fabricante o del importador;
- País de origen;
- Composición de las fibras que componen el producto textil;
- Tamaño de la pieza;
- Cuidados de conservación expresado en

símbolos o textos

La altura de la letra debe ser por lo menos 2 mm y los símbolos que deben tener tamaño de menos de 4 mm x 4 mm o 16 mm.

Nunca pueden ser abreviado el país de origen, lo correcto sería: "La industria peruana", Perú, realizado en Perú o Hecho en Perú.

La mayoría de mallas tiene la estructura más sensible a secar en la secadora, pero que no es una regla, hay mallas que pueden secarse en la secadora sin ningún problema. Hay mallas que no se pueden lavar en la máquina, porque tirará varios hilos en la superficie y hay otras mallas que permiten el uso de la lavadora con alta agitación etc.



Simbología del etiquetado

Los símbolos incluyen 5 tipos de tratamientos. (Ver figura N°18)

Figura N° 18: Simbología del e t i - quetado

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

Algunas 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 tragos, 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.






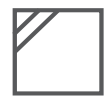
El triángulo de blanqueo cubre los tratamientos con cloro o sustancias con poder del oxígeno, que permiten blanquear o tomar las manchas específicas. Muchos productos textiles tienen la presencia del triángulo corta que no permite ni el uso de cloro o el uso de oxígeno al objetivo o quitar las manchas,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

Tabla N° 26: Algunas otras simbologías

Símbolo	Tipo de tratamiento permitido	Símbolo	Proceso de secado de tambor
	Puede usar agentes oxidantes		Tambor de secado a temperatura
	objetivo solo con oxígeno		Tambor de secado a baja temperatura
	No aplicar		No seque el tambor





En el simbolismo de secado natural hay las ventajas ecológicas de los países como Brasil, bendecido con el maravilloso sol

que hace asepsia seca en la ropa, consumo de sólo viento o energía solar.

Símbolo	Tipo de secado
	Secado en tendedero
	Goteo de secado
	Secado horizontal
	Sombra de sequía

El símbolo para planchado representa la temperatura para el planchado a través de los puntos. Un punto indica planchar hasta

110° c, dos puntos indican una plancha hasta 150° C y los tres puntos indican planchar hasta 200° c.

Símbolo	Proceso de planchado
	Planchar hasta 200° C
	Planchar hasta 150° C
	Planchar hasta 110° C
	No planchar o no rocíe

Flujo de la importación de confecciones

La importación de confecciones peruanas están sujetas a LICENCIA PREVIA Solo se puede embarcar la mercadería luego de la fecha de aprobada la licencia.

Las licencias de importación son un procedimiento administrativo por el cual se presenta una solicitud para la introducción al territorio aduanero de una mercadería que se vaya a importar.

Se dividen en dos categorías y están contempladas en el marco de la Organización Mundial de Comercio (OMC):

- » Las automáticas, denominadas L.A.P.I. (Licencia Automática Previa a la Importación), son las que se aprueban en todos los casos, conforme a la presentación de su solicitud y la reglamentación vigente.
- » En cuanto a las llamadas no automáticas, se prevé un plazo de 30 y 60 días para su aprobación.

Esto le permite al país receptor de la mercadería postergar el ingreso de productos que puede considerar perjudiciales para algún sector productivo en particular.

03

Al registrar la declaración de importación, los contribuyentes deberán prestar atención al requisito de licencia. La legislación prevé la posibilidad de sanciones en el caso de registro de la declaración de importación con la ausencia de licencias cuando la operación está sujeta a licencia. También hay penas pronostica si la licencia se obtiene después del envío de la mercancía, o si el envío se produce después del período de validez del permiso. En

todos estos casos las sanciones se aplicarán por el servicio de rentas internas de auditores fiscales de Brasil en actas de conferencia o revisión de aduana.

idg.receita.fazenda.gov.br/orientacao/aduaneira/manuais/despacho-de-importacao/topicos-1/procedimientos-preliminares/licenciamiento-da-importacao

Canales de Distribución y Comercialización

Características de los Canales

En Brasil, los canales de distribución y comercialización dependen de los segmentos de mercado a cual va destinado, así como los volúmenes, la calidad, entre otros aspectos. El empresario brasileño en la mayoría de los casos está acostumbrado a que el producto sea trasladado específicamente al mercado respectivo (pueder ser una región, Estado o distrito de Brasil) o al punto de venta

(tienda comercial en Brasil). Bajo este contexto, Perú está incursionando a vender el producto a precio CIF y si es posible puerta a puerta ("door to door", por sus sigla en inglés).

Por los volúmenes que actualmente se está manejando estaría direccionado a disminuir los canales de distribución segmentando mercados A-B.



Figura N° 23: Canales de Distribución para importaciones



Elaboración: Mincetur

Los canales de distribución para las empresas de Brasil del rubro textil y confecciones han ingresado peculiarmente a través de cadenas comerciales, tiendas especializadas de ropa, boutiques. Seguidamente se muestran los principales canales:

Tiendas especializadas y boutique

En los segmentos "A" y "B" se debe ingresar con productos de muy buena calidad, gran acabado y con buenos diseños renovando constantemente, es un segmento donde se vende menores volúmenes pero a mejor precio.

Si se quiere ingresar a las cadenas comerciales, Shoppings etc., se recomienda hacer alianzas estratégicas difundiendo la calidad de la alpaca. Las empresas brasileñas están muy bien posesionadas, son grandes.

» Otras modalidades de venta

Las ventas se realizan al por mayor (atacado), al por menor (varejo), y virtual (online). Asimismo, cuando es la compra al por menor, es destinado para el consumo propio, un familiar o para regalo, cuando es al por mayor, generalmente es para comercio.

» Comercio Mayorista (atacado)

Los distribuidores especializados son los que mueven mayor cantidad de

mercancía en el mercado brasilero, mientras que la figura del importador mayorista se dan en grandes marcas con canales propios de distribución. En el caso de suéteres de alpaca, no se podría hablar de grandes cantidades, ya que todavía los volúmenes son bajos, se requeriría de una gran campaña promocional y financiera dado que las bondades del producto no es muy conocido.

» 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, 89 están ubicados en el Sur de Brasil, sin embargo los nombres de las tiendas en gran parte ya tienen una marca posecionada.

Asimismo, este tipo de producto (ropa abrigadora) se venden en tiendas denominadas "lojas", que atienden el mercado del segmento A – B, Así tenemos las tiendas ubicadas en Rúa Oscar Freire (conocidas internacionalmente), y tiendas que atienden segmento B- C que se ubican en Bom Retiro, C – D en Bràs, Pari, 25 de marzo en Sao Paulo, los mismos que realizan venta al público.

A fin de conocer un poco más los canales de comercialización en la región Sur, en el Valle de Itajai en Santa Catarina. Las

empresas están buscando nuevas formas de comercializar sus productos, diferenciándolos en los límites establecidos para las micro y pequeñas empresas. Para ello en un estudio "Pesquisa de Campo" se realizó una encuesta teniendo los siguientes resultados: De los nueve ítems nombrados, solo en tres de ellos (representantes comerciales en Brasil, ventas directas al por mayor y ventas directas al por menor) se concentran el 74% de los canales de comercialización.

Principales canales de comercialización de los productos

- Representaciones comerciales en Brasil 47%
- Ventas directas al por mayor 14%

- Ventas directas al por menor 13%
- Representantes Comerciales en el extranjero 6%
- Vendedor directo contratado por empresas 6%
- Tiendas propias-venta directa al consumidor 5%
- Agentes de exportación-Tradings 4%
- Teléfono – telemarketing – Internet 4%
- Ventas directa de fábrica muestra/ Shows romos 1%

Fuente: pesquisa de campo

04

Información Adicional

4.1. Datos de contacto de importadores

» Adubras-Comercio de Confeccoes Ltda.

Rua Eng.fernando de Abreu P,625 ,1
Andar, Sarandi, Cep: 91130030, Porto
Alegre, RS,
Tel: (51) 3347- 4560
Email: claytonfn@terra.com.br

» Alpelo Confeccoes e Comercio de Roupas Ltda.

Rua Miller, 339, Bras, Cep 03011011, Sao
Paulo-SP,
Tel (11) 2797- 0500,
Email: marketing@alpelo.com.br,
www.alpelo.com.br

» Andean Cotton Importacao e Exportacao Ltda. – EPP

Rodovia Jorge Lacerda 1295, Espin-
heiros, Cep: 88317100, Itajai, SC,
Tel (35) 2101- 2222,
Email: togni.ueendas@togni.com.br,
www.togni.com.br

» Importadora e Distribuidora de Artigos de Vestuario

Rua Helena, 260, Vila Olimpia, Cep:
04552050, Sao Paulo, SP,
Tel (11) 3976- 7709,
Email: mathias.larroca@etiquetanegra-
brasil.com.br

» Brazil Khon Kaen Trading Ltda.

Rua Itajai,325ª, Sao Domingos, Cep:
88375000, Navegantes, SC
Teléfono: (21) 2025-7703

» Brooksdonna Comercio de Roupas Ltda.

Avenida Octalles Marcondes, 390, Juru-
batuba, Cep:04696010, Sao Paulo, SP
www.brooksfeld.com.br

» C M R Industria E Comercio Ltda.

Rua Camocim, 909Vl Cidade Morena,
Cep: 79064030, Campo Grande, MS
Teléfono: (11) 4589- 3538,
Email: erica@cmrcia.com.br,
www.liz.com.br

» C&A Modas Ltda.

Rodovia Raposo Tavares,10167, Butanta,
Cep: 05576200, Sao Paulo, SP
Teléfono: (47) 3028-7041 / (47) 3028-
7044 -(11) 2134- 9231
Email: casa@cagramkow.com.br
www.cea.com.br

» Capricornio S.A.

Rodovia Antonio Heil,1001, Sala 806, 8
Andar, Itaipava, Cep: 88316001, Itajai, SC
Teléfono: (11) 3595- 9997,
Email: joao.marino@capricornio.com.br
www.capricornio.com.br

» Dudalina S.A.

Rodovia Br 470,7109, Km 50, Fortaleza,
Cep: 89058020, Blumenau, SC
Teléfono: (11) 3318-2900/ (47) 3331- 9001
www.dudalina.com.br

» Industria e Comercio de Confeccoes Damyller Ltda.

Rua Cons Pedro Bortolotto,50, Bloco A,
Sao Bento Baixo, Cep: 88867000, Nova
Veneza, SC
Teléfono: (31) 3466-2729 / (48) 3471- 2000
www.damyller.com.br

» Kura Comercio, Importacao, Exportacao e Confeccao de Roup

Alameda Jauaperi, 244 Moema, Cep:
04523015, Sao Paulo, SP
Tel: (11) 3573-1166 / (11) 3573-1166
www.m5textil.com.br

» Lojas Renner S.A.

Avenida Pedra Branca S/N, Esq Com Au
Das Uniu, Pedra Branca, Cep: 88137270,
Palhoca, SC
www.lojasrenner.com.br

» Marisol Vestuario S.A.

Rua Bernardo Dornbusch,1400, Vila
Lalau, Cep: 89256901 Jaraguá Do Sul, SC

» Roupas Profissionais Munoz Acuna Importacao e Exportaca

Avenida Generino Maciel,311, Jagua-
ribe, Cep: 58015700, Joao Pessoa
Teléfono: (61) 3964-4605

» Socinter Sul Comercio Internacional Ltda.

Rua Joaquim Falco Uriarte,515, Sao
Judas, Cep: 88303380, Itajai, SC
Teléfono: (11) 4689-300

» Soueid Comercial e Industrial Ltda. - EPP

Rua Barao de Ladario,897, Bras, Cep:
03010000, Sao Paulo,Sp
Teléfono: (11) 3313- 0346,
www.soueid.com.br

» Zara Brasil Ltda.

Avenida Marginal do Ribeira, 200,
Parque Industrial, Cep: 07760000,
Cajamar, SP
www.zara.com

» GREGORY

Loja especializada em roupas femininas
Localização: 3º piso do Maringá Park
Teléfono: (s): (44) 3041-6835
www.gregory.com.br

4.2. Oficinas / Gremios en el mercado

- » ABNT- Associação Brasileira de Normas Técnicas
- » INMETRO-Instituto Nacional de metrología, calidad y Tecnología
- » IPEM-Instituto de pesos y medidas del estado de Sao Paulo
- » CNI- Confederação Nacional da Industria
- » ABIT- Associação Brasileira de Industria Textil y de Confecciones
- » ABRASCE - Associação Brasileira de Shopping Centers
- » ABRAVEST - Associação Brasileira do Vestuário
- » IEMI - Instituto de estudio e Marketing Industrial
- » MINCETUR - MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO Ferias Comerciales
- » ABDI - AGENCIA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL. Asociacion de shopping en Brasil
- » Servicio de Búsqueda de negocios TRADE-NOSIS.com
- » Receita Federal do Brasil

4.3. Ferias Comerciales¹

» Sao Paulo Prêt À Porter

5ª Feria Internacional de Negocios para La Industria de Moda, Confecciones y Accesorios

11 a 14 de enero de 2015

Feria / Internacional / Anual

Líneas de Productos y/o Servicios:

Colecciones femeninas, masculinas, jeans, camisería, tricot, fiesta, tejido de punto, accesorios y Premium. Con cerca de 500 expositores, será abierto(a) a los empresarios de las 10:00 a 17:00.

Promoción: Sao Paulo Feiras Comerciais Ltda.

Local: Expo Center Norte - Sao Paulo - SP

www.saopaulopretaporter.com

Contacto: comercial@saopaulopretaporter.com.br

» Fenim Gramado

16ª Feria Nacional de la Industria de la Moda

20 a 22 de enero de 2015

Feria / Internacional / Anual

Líneas de Productos y/o Servicios:

Confección femenina, masculina e infantil en los segmentos fiesta, tricot, jeans, ropa interior, accesorios y suministros. Con cerca de 300 expositores, será abierto(a) a los empresarios de las 09:00 a 19:00.

Promoción: Cia das Feiras

Local: Serra Park - Gramado - RS

www.ciadasfeiras.com.br

Contacto: info@ciadasfeiras.com.br

» Festmalhas

37ª FestMalhas

29 de mayo a 14 de junio de 2015

Feria / Nacional / Anual

Líneas de Productos y/o Servicios:

Tejido de punto, colección otoño/invierno 2015. Con cerca de 100 expositores, será abierto(a) al público de las 08:00 a 20:00.

Promoción: Associação Comercial Industrial e Agropecuária de Jacutinga

Local: Palácio das Artes - Jacutinga - MG

www.festmalhas.com.br

Contacto: projectos@jacutinga.org.br

» Fenat

40ª Feria Nacional del Tricot

04 a 22 de junio de 2015

Feria / Nacional / Anual

Líneas de Productos y/o Servicios:

Productos de tejido de punto rectilíneo, femenino, masculino e infantil. Con cerca de 50 expositores, será abierto(a) al público de las 08:00 a 18:00.

Promoción: ACIMS

Local: Centro de Exposições e Lazer - Monte Sião - MG

www.fenat.com.br

Contacto: fenat@montesiao.com.br

» Fenim Gramado Primavera Verão 2015/2016

8ª Feria Nacional de la Industria de Moda

09 a 11 de junio de 2015

Feria / Internacional / Anual

Líneas de Productos y/o Servicios:

Confección femenina, masculina e infantil en los segmentos fiesta, camisetas, jeans,

accesorios y suministros. Con cerca de 300 expositores, será abierto(a) a los empresarios de las 09:00 a 19:00.

Promoción: Cia das Feiras

Local: Sierra Park - Gramado - RS

www.ciadasfeiras.com.br

Contacto: info@ciadasfeiras.com.br

» Fenafashion 2015

2ª Feria Nacional para la Industria de la Moda

28 a 31 de julio de 2015

Feria / Nacional / Bienal

Líneas de Productos y/o Servicios:

máquinas, equipos, fibras y tejidos, acabamientos y uniformes, lavanderías, químicos para serigrafía, moldes, etiquetas, sistemas y softwares, envases, serigrafía, envases y servicios en general. Con cerca de 200 expositores, será abierto(a) al público de las 16:00 a 22:00.

Promoción: Fama Promoções e Eventos Corporativos Ltda. - ME

Local: Pavilhão de Exposições José Ijair Conti - Criciúma - SC

www.fenafashion.com.br

Contacto: fabiola@famafeiras.com.br

¹ Fuente: Calendario Brasileiro de Exposiciones y Ferias

4.4. Links de Interés

- » Asociación Brasileira de La Indústria Têxtil y de Confecciones.
www.abit.org.br
- » Confederación Nacional Da Industria:
www.cni.org.br
- » Guia de Implementación Guia de Normalización para Confeccion, Associação Brasileira de Normas Técnicas, Serviço Brasileiro de Apoio a las Micro e Pequenas Empresas. – Rio de Janeiro: ABNT; SEBRAE.
www.abnt.org.br/bibliotecadearquivos/
- » Disponen sobre la aprobación del Reglamento Técnico Mercosur sobre etiqueta de productos textiles:
www.quepia.org.br/site/portaria/2010_1808/Conmetro022008.pdf
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
- » Centro das Indústrias do Estado de Santa Catarina
ciesc.com.br/centro-das-industrias/guia-da-industria?_ga=1.91685530.1484863648.1464722095
- » Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (FUNCEX)
www.funcef.com.br
- » Ministério da Fazenda (MF):
www.fazenda.gov.br
- » Sistema de IBGE de recuperacion automática – SIDRA
www.sidra.ibge.gov.br/bda/indust/default.asp
- » Balneário Shopping
www.balneariocamboriushopping.com.br
- » Lages Garden Shopping
www.lagesgardenshopping.com.br
- » Neumarkt Shopping
www.neumarktsopping.com.br
- » Iguatemi Florianópolis
www.iguatemiflorianopolis.com.br
- » Barras shopping Sul
www.barrashoppingsul.com.br
- » Bella Città Shopping Center
www.bellacitta.com.br
- » Canoas Shopping
www.canoasshopping.com.br
- » Lindoia Shopping
www.lindoiashopping.com.br
- » Moinhos Shopping
www.moinhosshopping.com.br
- » Praia de Belas
www.praiadebelas.com.br
- » Prataviara Shopping
www.prataviara.com
- » Royal Plaza Shopping
www.royalplaza.com.br
- » Rua da Praia Shopping
www.ruadapraiashopping.com.br
- » Iguatemi Shopping
www.iguatemicaxias.com.br
- » Iguatemi Porto Alegre
www.iguatemiportoalegre.com.br
- » Shopping Pelotas
www.shoppingpelotas.com.br
- » Shopping Total
www.shoppingtotal.com.br
- » Boulevard Londrina Shopping
www.boulevardlondrinashopping.com.br
- » Catuaí Shopping Londrina
www.catuailondrina.com.br
- » Catuaí Shopping Maringá
www.catuaimaringa.com.br
- » Londrina Norte Shopping
www.londrinanorteshopping.com.br
- » Maringa Park
www.maringapark.com.br
- » Shopping Mueller
www.shoppingmueller.com.br
- » Shopping Palladium
www.shoppingpalladium.com.br

05

Bibliografía

- » ABIT- Asociación Brasileña 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.textilspanamericanos.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
www.ibge.gov.br/home/
- » ABRAFAS Brasil – Assoc Bràs 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_cepstat/Perfil_nacional_social.asp?PaiseBRA
- » BANCO Central de Reserva de Brasil
www.bcb.gov.br/pt-br/Paginas/presidente-bc-comenta-pib-2014.aspx
- » E-Sic Sistema Electronico de Servicio de Informacion de la Ciudad
www.acessoainformacao.gov.br/sistema/Pessoa/CadastrarPessoa.aspx
- » Guía de Shopping -Asociación de shopping en Brasil
www.portaldoshopping.com.br/site/guia-de-shoppings/
- » Servicio de Búsqueda de Negocios TRADE-NOSIS.com
trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Brasil/Todos/BR/00?gclid=CMXoxuuh6cQCFYwdg-QodBDwAIA
- » 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



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo