

2016



Cebolla y ajo a Manaos



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



“Este perfil de producto ha sido realizado en el mercado brasileiro por la consultora CEDEX-PERÚ, 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”.



**Cebolla y ajo
a Manaos**

Índice

Resumen Ejecutivo	6	1.3 Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado	33
Antecedentes	6	1.4 Ventajas del producto peruano y competencia	35
Metodología de estudio	7	02 Condiciones de Acceso	37
01 Mercado - Descripción del Sector	8	2.1 Aranceles y otros impuestos	37
1.1 Tamaño de mercado	8	2.2. Normas de origen y pruebas de origen	39
1.1.1 Producción brasilera	9	2.3 Requisitos específicos de los importadores	39
1.1.2 Exportaciones brasileiras	13	2.4 Barreras, estándares y normas de ingreso	46
1.1.3 Importaciones brasileiras	15	03 Canales de Distribución y Comercialización	49
1.1.4 Importaciones desde Perú	18	04 Información Adicional	52
1.2 Características generales	20	4.1 Empresas importadoras	52
1.2.1 Usos y formas de consumo	20	4.2 Oficinas/Gremios de la Región Norte de Brasil	55
1.2.2 Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación	22	4.3 Ferias comerciales	56
1.2.3 Auditoría en tiendas	27	4.4 Links de Interés	57
1.2.4 Análisis de la competencia	30	05 Bibliografía	58
1.2.5 Regiones/Sectores de mayor consumo en el mercado	31		

Resumen Ejecutivo

Antecedentes

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

En ese sentido, como parte de la implementación del Plan Estratégico Nacional Exportador -PENX 2025-, concretamente dentro de las estrategias de oportuni-

dades 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.

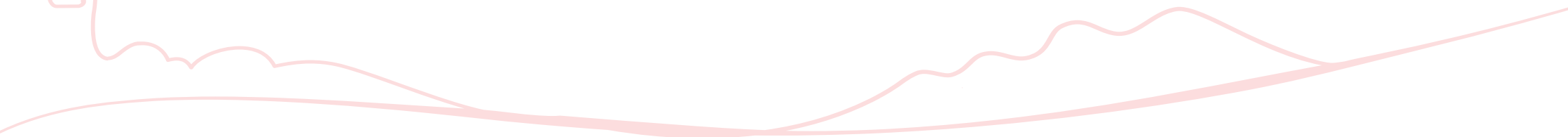
Para tales fines, esta Oficina Comercial programó dentro de sus actividades, la elaboración del Perfil de Cebolla y ajo a Manaus del Mercado de Brasil, que se presenta a continuación.

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 agro y se enfatiza el comportamiento del mercado de cebolla y ajo en Brasil y en Manaus, ciudad del Estado de Amazonas; teniendo en cuenta la producción brasileña, las exportaciones brasileñas, las importaciones

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



01

Mercado - Descripción del Sector

La producción promedio de cebolla es de 1 millón y medio de toneladas anuales, concentradas en las regiones del sur, sureste y noreste; el 90% se destina al consumo directo y atiende principalmente al mercado interno. La productividad promedio es de 20,70 toneladas/hectárea, con diferencias significativas de incremento en productividad entre regiones.

Existen algunas zonas productoras donde la cebolla además de contar con excelente calidad, alcanza una productividad media de 74 toneladas por hectárea, tales como San Gotarado en Minas Gerais, Chapada Diamantina en Bahía y Cristalina en Goiás.

Analizando la oferta de cebolla, los principales Estados productores son: Santa Catarina y Paraná de octubre a mayo; Sao Paulo, Bahía y Pernambuco todo el año; y Goiás ingresa en contraestación. Sin embargo la producción es inestable e intercala periodos de escasez y de exceso de oferta; en los meses entre Abril y Junio en que la producción nacional es insuficiente para el abastecimiento, las importaciones son necesarias.

Al cierre del 2014, la producción de ajo fue de 111,8 mil toneladas, que comparada con la producción de 102,1 toneladas obtenida en el 2013, representó un crecimiento aproximado de 9,5% entre el 2013 y 2014. La mayor concentración se encuentra en el Estado de Goiás con el 33%.

Brasil es el segundo consumidor mundial de ajo con aproximadamente 23 mil toneladas/mes en el 2014. Cabe resaltar, que en los últimos 10 años el crecimiento promedio del consumo de ajo ha sido de 65%. A pesar de que la producción se duplicó, más del 50% del ajo consumido es de origen extranjero.

1.1 Tamaño de mercado

Amazonas es el Estado con mayor área territorial del país, con 1 559 148,890 km²; el índice de densidad demográfica es 2,23 ha/km². La población es de 3 938 336 millones de habitantes, de los cuáles 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 años 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 con 1 802 525 habitantes. El rendimiento nominal mensual per cápita es de R\$ 739,00 (USD 238,4); la distribución social es de 7% clase alta; 32% clase media y 61% clase baja (IBGE 2015 y Secretaria de

Asuntos Estratégicos de la Presidencia de la República).

La producción agrícola está referida a cultivos de arroz, frejol y maíz; por el cual la totalidad de hortalizas frescas y manufacturadas vienen de otros Estados y del extranjero. El consumo per cápita de hortalizas en la región norte es de 19,41 kg y en Amazonas 13,36 kg.

Tabla N°1: Consumo per cápita de cebolla y ajo Brasil – Región Norte – Amazonas

Producto	Consumo per cápita (kg)		
	Brasil	Región Norte	Amazonas
Cebolla	3,23	3,53	2,91
Ajo	0,49	0,41	0,25

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

1.1.1 Producción brasilera

Producción de cebolla

La producción de cebolla en Brasil fue de 1,6 millones de toneladas en el 2014; concentrada en las regiones del noreste, centro oeste, sureste y sur, principalmente en los Estados de Bahía, Pernambuco, Goiás, Minas Gerais, São Paulo, Paraná, Santa Catarina y Rio Grande do Sul.

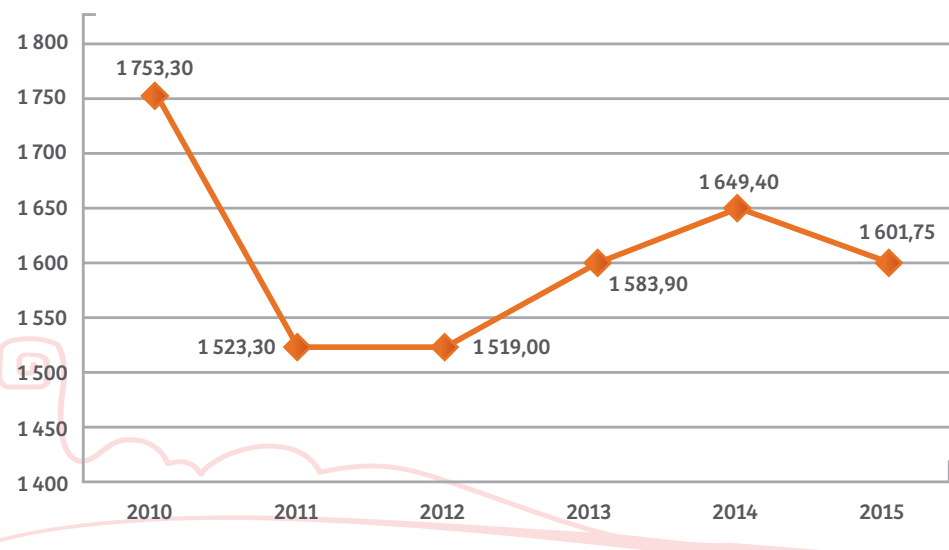
Asimismo, la diversidad climática, topografía del suelo de las diferentes regiones del país, propicia el cultivo de la cebolla a lo largo de todos los meses del año. El Estado con mayor producción, en el 2014, fue Santa Catarina (Asociación de Productores de Cebolla – ANACE) ubicado en la región sur de Brasil, con 474,7 mil toneladas, el cual abarca el 30% del total producido por Brasil, con un rendimiento de 24,5 t/ha; los Estados de Bahía, Minas Gerais y Sao Paulo representan el 20,1%, 10,7% y 11,1% de la producción total de Brasil respectivamente. En la región norte de Brasil no existen plantaciones de cebolla.

Tabla N°2: Principales Estados productores de cebolla, año 2014

Estados	Hectáreas	Producción (tonelada)	Productividad (tonelada/hectáreas)
Santa Catarina	19 351	474 709	24,58
Bahía	9 273	323 120	34,85
Minas Gerais	3 109	171 485	55,16
São Paulo	5 485	178 751	33,41
Goiás	2 400	98 458	41,02
Paraná	5 833	135 609	23,25
Rio Grande do Sul	9 795	171 195	17,48
Otros Estados	2 512	48 430	19,27

Fuente y Elaboración: Asociación Nacional de Productores de Cebolla - ANACE

Gráfico N° 1: Producción de cebolla en Brasil 2010 a 2015 (Miles de toneladas)



Fuente y Elaboración: Producción Agrícola Municipal - PAM 2015.

Producción local de ajo

La producción de ajo en Brasil en el 2014 fue de 93 826 toneladas. , involucrando a diez Estados brasileiros, como Río Grande do Sul, Santa Catarina y Goiás, los que responden por casi el 60% del área de cultivo, seguidos por los Estados de Minas Gerais y Bahía (IBGE 2014). En la región norte de Brasil no existen plantaciones de ajo.

Tabla N°3: Principales Estados productores de ajo, año 2014

Estados	Hectáreas	Producción (tonelada)	Productividad (tonelada/hectáreas)
Paraná	448	2 082	4,6
Bahía	617	6 937	11,3
Goiás	2 268	21 740	9,3
Santa Catarina	2 150	21 109	9,9
Río Grande do Sul	2 188	16 614	7,6
Minas Gerais	1 564	21 173	13,5

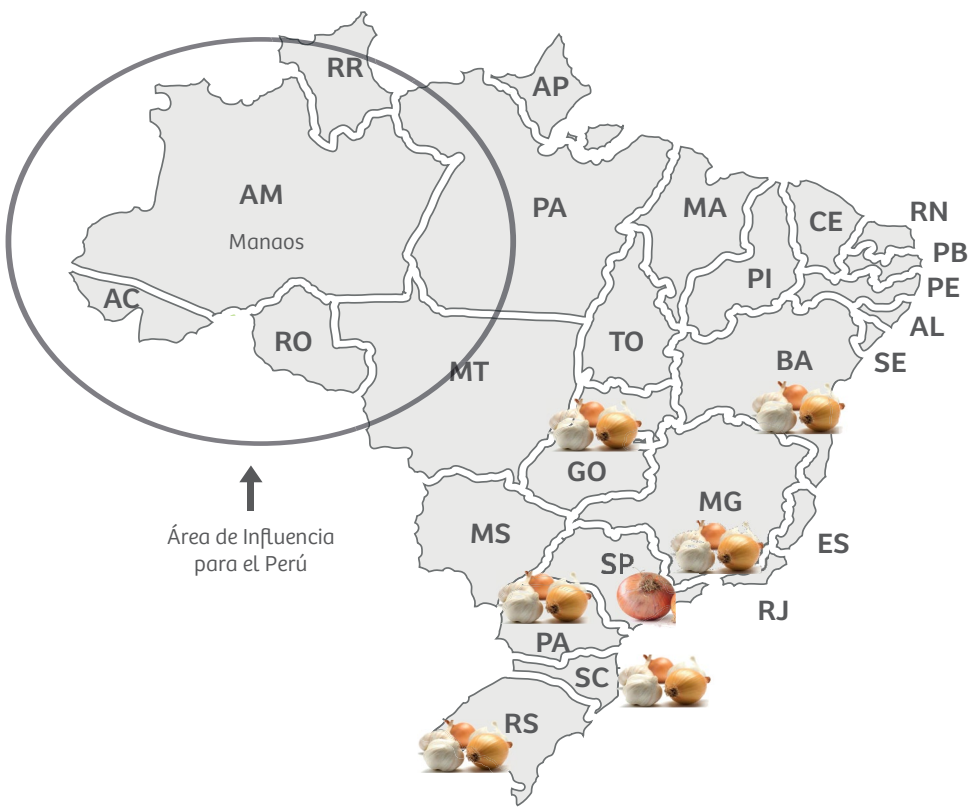
Fuente y Elaboración: Asociación Nacional de Productores de Ajo – ANAPA 2014

El perímetro descrito en el Mapa N°1 representa un mercado de 7 millones de habitantes, una área sin producción de cebolla y ajo, donde logísticamente para llegar al Estado de Amazonas, es necesario embarcar en Porto Velho (Rondonia) a través de la hidrovía del Río Madeira, siendo necesario siete días de trayecto. Asimismo, dicho perímetro está distante de los principales centros productores brasileiros, los cuales atienden principalmente a los grandes centros consumidores (Sao Paulo, Rio de Janeiro, entre otros), dejando

a la región norte en segundo plano.

Informaciones de los gerentes de los principales autoservicios de referida región, la cebolla y ajo que llega no goza de la misma calidad comparada a la oferta en regiones del Sur y Sureste de Brasil. Dicho esto, desde Arequipa (principal región productor de cebolla y ajo de Perú) hasta Rio Branco (Acre) son 1 492 km de distancia, y desde Goiás (región productora más próxima de la región Norte de Brasil) son 2 841 km hasta Rio Branco.

Figura N°1: Ubicación de estados productores de cebolla y ajo en Brasil



Fuente: Producción Agrícola Municipal - PAM 2014.
Elaboración: Mincetur

La cebolla amarilla brasilera es cosechada todos los meses del año, debido a factores climatológicos (exceso o escases de lluvias) los meses de abril, mayo y junio son los menos productivos y los más promisorios para la exportación. Para el ajo, el primer semestre es de alta demanda para el

producto importado, debido a que comienzan los periodos de siembra en las principales regiones productoras. Sin embargo, en el mes de mayo surge una pequeña cosecha en el Estado de Goiás. Históricamente, el segundo semestre del año es marcado por la alta oferta de ajo brasilero.

Gráfico N° 2: Estacionalidad de la oferta de cebolla y ajo en Brasil

Productos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nou	Dic
Cebolla brasilera												
Cebolla Importada												
Ajo brasilero												
Ajo Importado												

Fuente y Elaboración: Compañía de Entrepuestos y Centrales de Sao Paulo – CEAGESP, 2013

Fuerte Mediana Débil

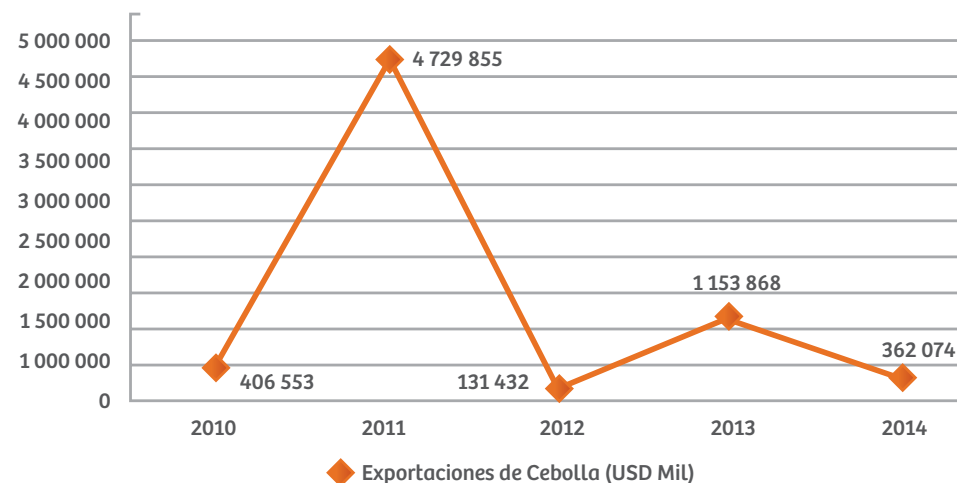
1.1.2 Exportaciones brasileiras

Exportaciones de cebolla

Las exportaciones ascendieron en el 2014 a USD 362 074, representando un total de 995 toneladas. Los principales destinos

de las exportaciones brasileiras fueron Uruguay con el 95% del total; mientras que entre Paraguay y Argentina sumaron un 5%. El origen de estas exportaciones está concentrado en los Estados de Minas Gerais, Goiás, Santa Catarina y São Paulo. Todas las exportaciones fueron realizadas vía terrestre, según Hacienda Federal del Brasil.

Gráfico N° 3: Exportaciones de cebollas frescas o refrigeradas (subpartida NCM: 0703.10.19) de Brasil, en USD, período 2010 - 2014



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

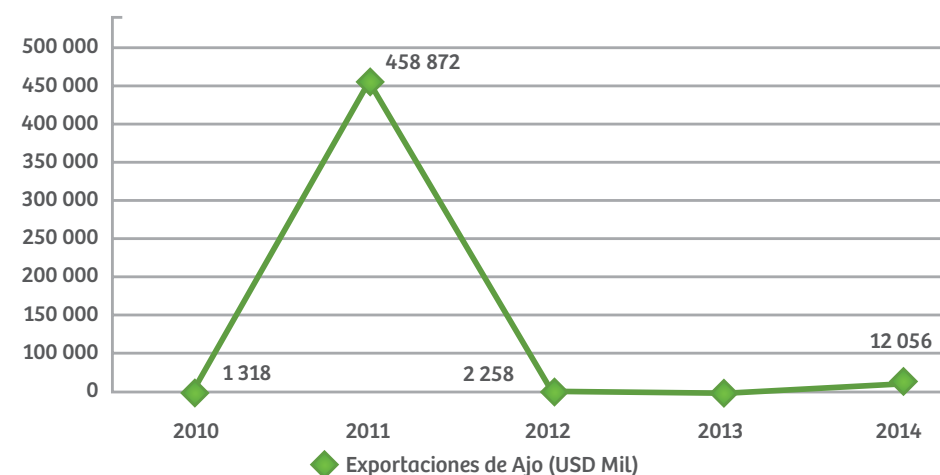
Exportaciones de ajo

Las exportaciones de ajo en el período 2011 – 2014 han sido poco relevantes, en el 2011 se registraron envíos a Italia, representando USD 441 913 que corresponde a 200 toneladas; en el 2014 ascendieron a USD 12 056, equivalente a 1,5 toneladas. El origen de estas exportaciones tuvo como procedencia el Estado de Sao Paulo. Los dos principales países de destino fueron

Estados Unidos y Angola, con el 90% del total, seguido de Japón, Panamá y Paraguay, que en conjunto representaron el 10%.

El decrecimiento de la oferta de ajo brasileiro a mercados extranjeros es producto de la alta demanda interna.

Gráfico N° 4: Exportaciones de ajo fresco o refrigerado (subpartida NCM: 0703.20.90) de Brasil, en USD, período 2010 - 2014



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

1.1.3 Importaciones brasileiras

Importaciones de cebolla amarilla

De acuerdo al registro estadístico oficial del comercio internacional brasileiro elaborado por el Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior, hasta julio de 2015, han sido importadas 3,6 millones de toneladas, de las cuales 3,2 millones de toneladas (88,8%) fueron de origen argentino. Holanda ha sido el segundo proveedor extranjero con 247 000 toneladas (6,8%), país que viene exportando

intensamente a Brasil desde el 2003.

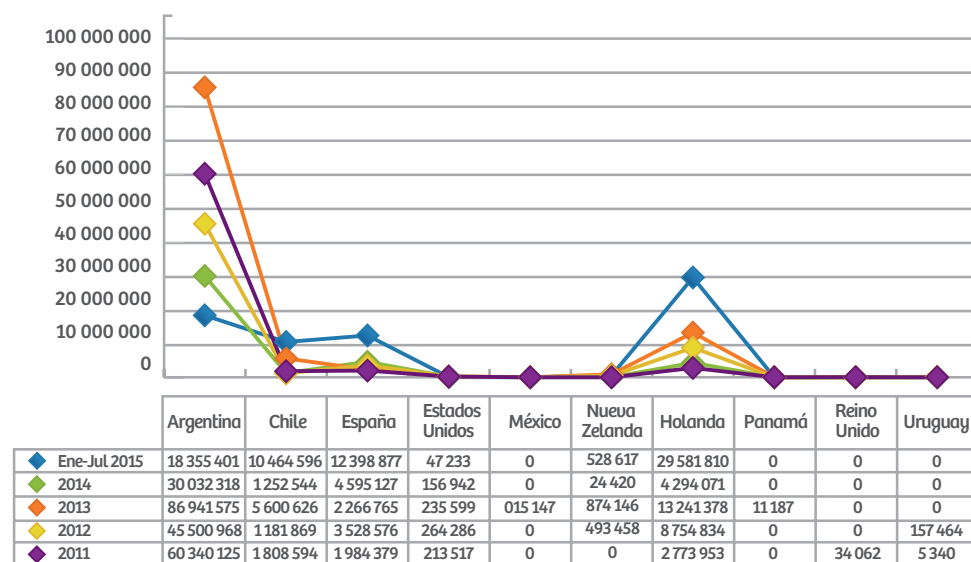
Según datos de la FAO 2013, Holanda es el segundo más grande exportador de cebollas en el mundo y Chile ocupa el tercer lugar con 94 000 toneladas (2,6%), el cual registra exportaciones a Brasil desde 1997.

Las exportaciones de cebolla holandesa a Brasil han causado un efecto psicológico a sus principales competidores, a pesar de no gozar de una calidad promedio, ha ingresado con precios extremadamente agresivos.

Históricamente, el primer exportador

de cebolla a Brasil es Argentina, quien registró en el 2014 un 75% del total importado; sin embargo hasta agosto de 2015, Holanda ya es el primer exportador con 62%. Cabe resaltar que el 87% de la cebolla importada utiliza el modo de transporte terrestre y el 13% el modo marítimo, según Hacienda Federal del Brasil.

Gráfico N° 5: Importaciones de cebollas frescas o refrigeradas (subpartida NCM: 0703.10.19) a Brasil, en USD, período 2011 - 2015



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

Elaboración: Mincetur

Importaciones de ajos

Las primeras importaciones de ajo de China se iniciaron en la década de los noventa, hasta ese momento Brasil contaba con un auto-abastecimiento del 81%, que con el pasar de los años llegó a cubrir apenas con el 20% de la demanda

de ajos en el mercado brasileiro. El ingreso del ajo de China produjo una competencia tan desigual, que se llegaron a levantar hipótesis de la desaparición de la producción brasileira. A raíz de esta invasión en 1995, Brasil realizó las primeras investiga-

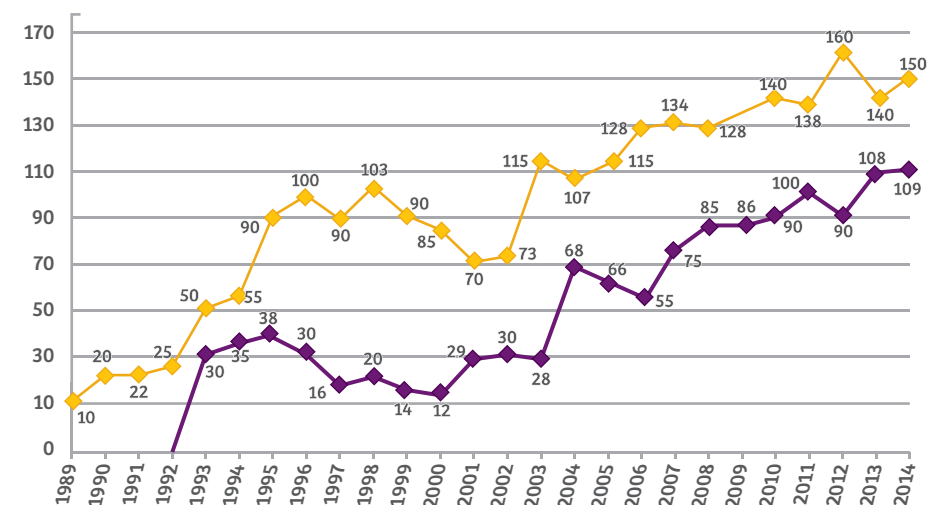
ciones de Dumping para las importaciones de ajo chino y finalmente en 1996, se consideró colocar una medida antidumping exclusivamente para el ajo importado (proveniente de China) por Brasil a una tasa de USD 4,00/caja de 10 kg.

En ese nuevo escenario, surgen las grandes importaciones de ajo argentino, significando

más del 60% del total importado en 1998.

Otro país que también se benefició fue España, pasando a exportar 18 mil toneladas/año; mientras que antes del inicio de la medida anti-dumping impuesta a China exportaba apenas 2,5 mil toneladas/año.

Gráfico N° 6: Evolución de la importación de ajo en Brasil y la participación de China como proveedor (miles de toneladas)



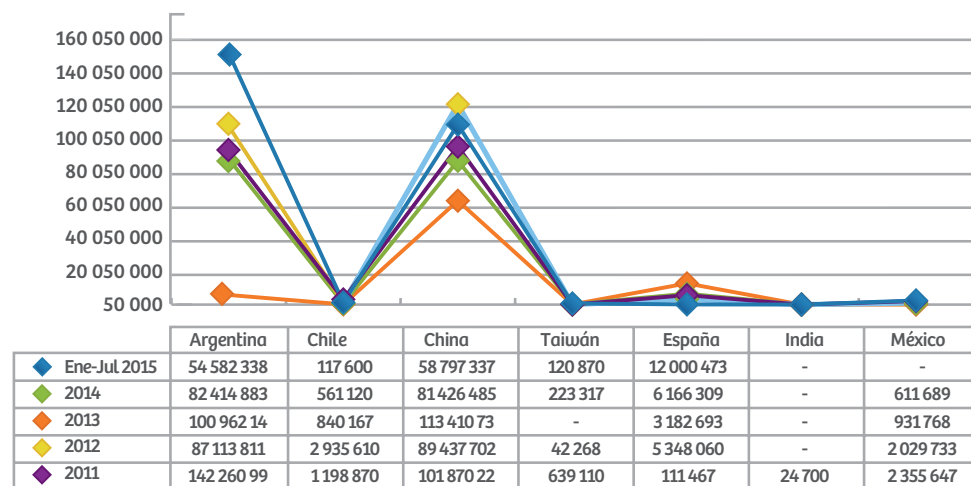
Fuente: Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior – MDIC 2015

Elaboración: Mincetur

En el 2014, el 64% del ajo consumido en Brasil es de origen extranjero. La producción nacional de ajo en el 2014 fue de 94 mil toneladas y la importación de éste, en el mismo año, fue de 167 mil toneladas.

Los principales proveedores fueron Argentina y China, ambos con una participación cercana al 48% del total de ajos importados por Brasil; seguido por España, México, Chile y Perú.

Gráfico N° 7: Importaciones de ajo fresco o refrigerado (subpartida NCM: 0703.20.90) a Brasil, en USD, período 2011 - 2015



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

Elaboración: Mincetur

1.1.4 Importaciones desde Perú

Importaciones de cebolla amarilla desde Perú

La cosecha de cebolla amarilla en Perú comienza generalmente en el segundo semestre, época donde coincide con la cosecha de Minas Gerais, seguida por la de Paraná; ambos Estados se encuentran bastante distantes a la región norte de Brasil.

En el 2013, según el Anuario del Ministerio de Agricultura y Riego, la producción peruana estuvo concentrada en los valles de Ica (133 484 toneladas) y Arequipa

(430 655 toneladas), ambas poseen la logística adecuada y establecimientos de empaque debidamente implementados; de igual forma, cuentan con personal instruido en temas vinculados a la calidad del producto. Las funciones del Servicio Nacional de Sanidad Agraria y Calidad Agroalimentaria (SENASA) han sido claves para regular la actividad y constatar el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Agrícolas (BPA) y demás exigencias internacionales para ingresar al mercado de Brasil.

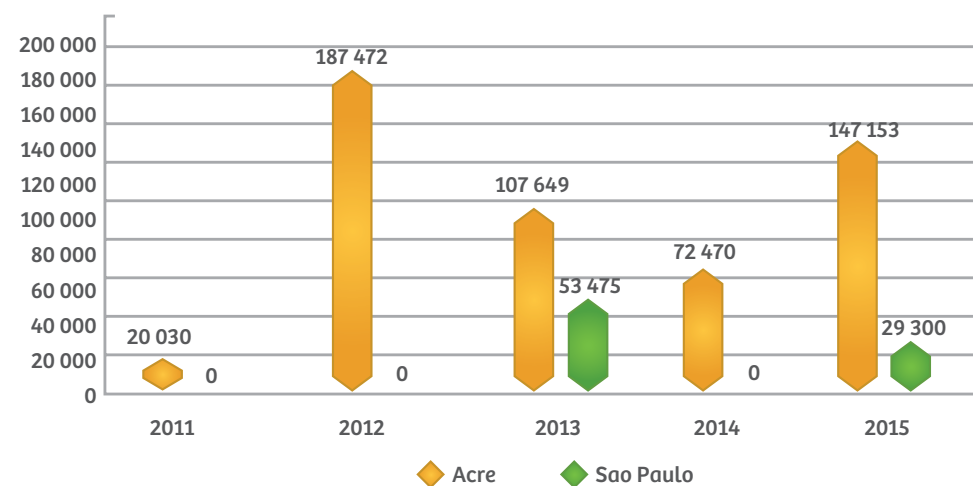
Para el caso de las importaciones brasileras provenientes de Perú, los aspectos que predominan son el precio, la disponibilidad de entrega en los meses donde se

presentan las entre-cosechas (abril, mayo y junio) y la calidad.

En el 2014 se registraron importaciones por un valor de USD 72 470 equivalente a 112 toneladas. El bajo flujo de embarques se debió a la gran cosecha de cebolla brasileras que se registró ese año (58 mil

hectáreas). El precio promedio estuvo por debajo de los R\$ 16 (USD 6,80)/saco de 20 kg (T.C. 01/07/14: R\$ 2,35). Desde la obtención del protocolo fitosanitario (2011) los principales Estados brasileros que importaron desde Perú fueron Acre y Sao Paulo, siendo todos los envíos vía Corredor Interoceánico Sur.

Gráfico N° 8: Importaciones de cebollas amarillas frescas o refrigeradas (subpartida NCM: 0703.10.19) a Brasil desde Perú, USD*, período 2011 – 2015



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

Elaboración: Mincetur

* En valor FCA Iñapari para Acre

** Cifras obtenidas hasta julio de 2015

Importaciones de ajo desde Perú

El ajo peruano exportado a Brasil proviene de las regiones de Lima y Arequipa, esta última es la más grande productora de ajo en Perú; las variedades producidas son Napuri (orientado a la venta nacional) y "Barranquino", de formato uniforme y de

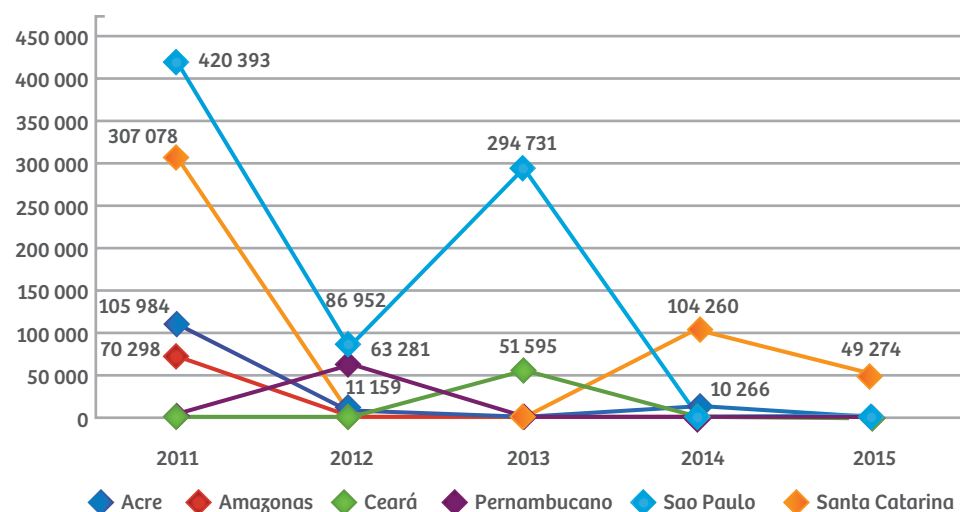
coloración blanca y morada destinado principalmente a la exportación.

Según datos del anuario de producción hortofrutícola 2013, elaborado por el Ministerio de Agricultura y Riego, la producción de ajo peruano es de 81 407 toneladas, y Arequipa contribuye con el 69% del total producido.

Las importaciones brasileiras de ajo peruano han tenido como principal destino a los Estados de Sao Paulo, con un valor aproximado de USD 420 393, debido a que goza de una reducción de impuesto estadual (ICMS) de 0%, siendo más atractiva la exportación de ajos peruanos a este Estado en compara-

ción a otros. Sin embargo, las importaciones procedentes desde Perú han disminuido por falta de precios competitivos y por la desvalorización del real brasileiro frente a la moneda americana, siendo más viable la importación proveniente de Argentina.

Gráfico N° 9: Importaciones de ajo fresco o refrigerado (subpartida NCM: 0703.20.90) a Brasil desde Perú, en USD, período 2011 – 2015



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

1.2 Características generales

1.2.1 Usos y formas de consumo

El consumidor brasileiro está mostrando cambios en sus hábitos de comportamiento alimenticio, motivado por el mejoramiento en sus condiciones de vida y en tal sentido, los hogares que destinaban la mitad de sus

presupuestos para adquirir alimentos; hoy, ese porcentaje se ha reducido debido a que en los últimos años “la nueva tendencia” es comer fuera del hogar; la influencia de los niños es decisiva, junto con la apertura y rápido crecimiento de restaurantes agradables y de precios atractivos, las normas sociales están cambiando.

El crecimiento de las ciudades hace cada vez

más difícil que los empleados de las oficinas puedan almorzar en sus casas. Según datos del Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística (IBGE) a través de la “Pesquisa de Gastos Familiares”, indican que el 18% del gasto mensual de una familia promedio es destinado a la alimentación.

Para determinar los hábitos de consumo en algunas hortalizas de importancia, el Servicio Brasileiro de apoyo a la micro y pequeña empresa (SEBRAE) realizó una investigación con una muestra de 600 entrevistados, donde se formularon una serie de preguntas, a fin de conocer si consumían cebolla y ajo; y en qué tipo de preparaciones.

De esta investigación, se evidenció que la cebolla es incluida de manera obligatoria en el almuerzo y algunas cenas, además, forma parte de la mayoría de recetas culinarias de todas las regiones brasileiras. Los brasileiros suelen consumir cebolla en las salsas, guisos y ensaladas; la cantidad varía de acuerdo al menú de cada familia. La cebolla es consumida tanto por hombres y mujeres, que al margen de sus edades y segmentos económicos lo consumen a diario.

El ajo es aún más esencial para el consumidor brasileiro, abarcando el 95% de la carta del menú de las diversas recetas brasileiras. En el Estado de Sao Paulo destacan con mayor incidencia las presentaciones de cebolla y ajo en polvo, trozado y envasado.

En el caso del consumidor amazonense, este tiende a comprar cuando la cebolla

posee un formato mediano (diámetro de 60mm a 80mm), con buena apariencia, poca cantidad de piel y con una tonalidad amarilla sin muchas señales de madurez; además, el tallo no debe ser muy alargado, como máximo 2cm.

En términos de uso, las cebollas pueden ser divididas en tres tipos:

- Para el consumo en forma cruda (ensaladas); son cebollas generalmente medianas, textura crocante, suaves y dulces con una cantidad de ácido pirúvico 4 mol/g peso fresco y al menos con 6% de azúcar.
- Para procesamiento; son cebollas de alto contenido de materia seca, turgencia, bajo en azúcares, pulpa y escamas blancas, estas características son apreciadas para producir pasta de cebolla, cebolla deshidratadas y en conservas.
- Para consumo en forma cocida o almacenamiento; son cebollas generalmente más pequeñas, firmes, de alta resistencia a diversas temperaturas y son usadas para dar sabor a alimentos cocidos.

En el caso del ajo, la principal exigencia del consumidor de la región norte del Brasil es la uniformidad y buen estado de los dientes de ajo, según la clasificación técnica, los calibres más demandado son el N°6 y N°7. También se utiliza el ajo

molido en conserva de 200 gramos para uso doméstico y en baldes de 1 y 2 kg para el canal de venta Food Service.

Por otro lado, la gastronomía de Brasil es muy diversa, con claras influencias portuguesas, alemanas, árabes, italianas, africanas e indígenas, que por muchos años se han combinado para crear lo que hoy se conoce como la comida brasilera.

La gastronomía de Manaos presenta una variedad de platos típicos, tales como la “Moqueca”, plato típico a base de filetes de pescado, lleva cebollas cortadas y dientes de ajo, junto a tomates maduros, leche de coco, cilantro (culantro) picado, aceite de palma, pimienta, limas (limón) y sal; el “Churrasco”, otro plato típico a base de todo tipo de carnes de res, cerdo, pollo sazonadas principalmente con ajo y otros condimentos, cocidas a la parrilla.

Otros platos son el Acarajé (bolas de crema de camarones secos); el Tacacá con Tucupí, plato muy popular preparado a base de camarones y acompañado con una hierba llamada jambu.

1.2.2 Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

La cebolla es designada por el origen. Provenientes de Europa, Norte América y Asia las cebollas en Brasil son conocidas, como españolas, francesas, italianas, inglesas, americanas, holandesas, japonesas. Provenientes de Brasil, son denominadas: “de Sao Paulo”, “de Pernambuco”, “de Río Grande de Sur”, “de Santa Catarina”, “de Minas Gerais”, “de Paraná”. De Sudamérica, la cebolla proviene de Argentina, Chile y desde el 2011, también desde Perú.

Investigaciones realizadas por el Ministerio de Integración Nacional, mostraron que en los supermercados paulistas la cebolla representa el 25,2% del volumen de las hortalizas comercializadas, y en una cadena de hipermercados de Manaos representa el 21%.

En los autoservicios de Manaos, se observa claramente que el 90% de la cebolla ofertada es la amarilla y apenas un 8% se destina para la venta de cebolla morada y 2% para la blanca. La preferencia por la cebolla amarilla frente a la cebolla roja y blanca se debe a que los compradores de Manaos afirman que esta cebolla se adecúa mejor a la culinaria de Amazonas (de gran consumo de pescado de agua dulce); en tanto, las cebollas roja y blanca son utilizadas en ciertas recetas especiales.

La Asociación Nacional de Productores de Cebolla (ANACE); la Asociación de Productores de Cebolla de Santa Catarina (ACAPROCE); la Asociación de Productores de Cebolla de San Francisco (APROCESF); y la Asociación de Cebolicultores de Valle de Río Pardo de Sao Paulo (ACERVARP), son las instituciones que han construido un sistema confiable de información de mercado, requerido para una adecuada transparencia en la comercialización y promoción del producto; dentro de la diversidad es posible encontrar:

- » Cuatro (04) colores de cebolla.
- » Dos (02) formatos.
- » Tres (03) sabores.
- » Cuatro (04) categorías de calidad.
- » Siete (07) clases de tamaño

Gráfico N°10: Especificaciones de la cebolla en Brasil

Grupo (Color)		Clase (1)	Calibre	Clase (2)
		0	menor que 15 mm	10
Blanco	Morado	1	De 15 hasta 35 mm	15
		2	De 35 hasta 55 mm	35
Roja cobre	Morada	3	De 50 hasta 60 mm	50
Formatos		4	De 60 hasta 70 mm	60
		5	De 70 hasta 90 mm	70
Grupo 1 (redondeada)	Grupo 2 (achatada)	6	Mayor que 90 mm	90

Sabor	Color
Picante	Roja Cobre
Suave	Amarilla
Dulce	Naranja

Principales cebollas plantadas en Brasil	
Aquarius	Superex
Takii	Agrila
Sirius	Luana
Soberana	Primavera

Fuente: Manual de Clasificación de Productos Hortigranjeros – MAPA 2012
Elaboración: Mincetur

Tipos de cebollas consumidas en Manaus

Imagen N°1: Cebolla amarilla seleccionada (importada), presentada en bandejas de cuatro unidades



Fuente: Supermercados HIPER DB – Agosto 2015
Elaboración: Mincetur

Imagen N°2: Cebolla amarilla nacional a granel



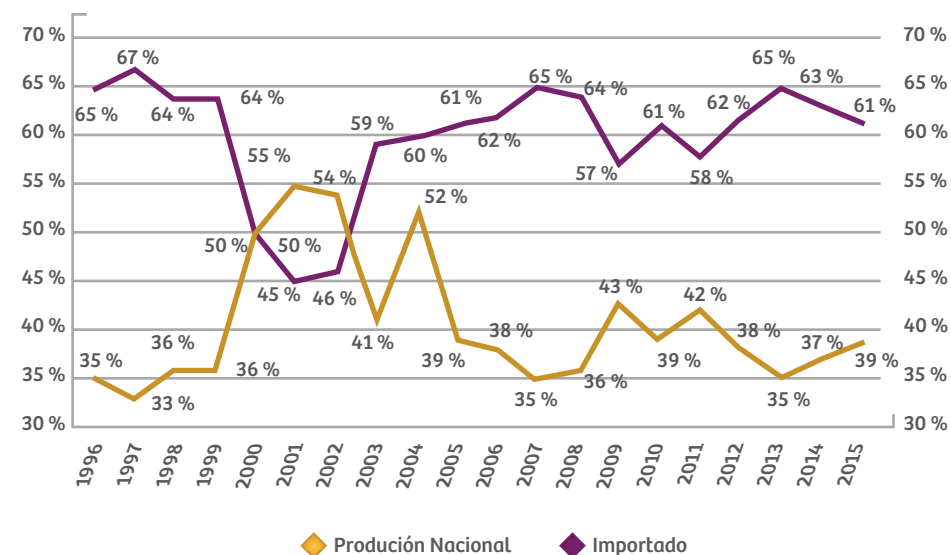
Fuente: Supermercados HIPER DB – Agosto 2015
Elaboración: Mincetur

El ajo es ofertado en color blanco (generalmente importado) y levemente morado (nacional), utilizado en todas las comidas típicas amazenses. Para los consumidores, el uso del ajo tiene la capacidad de realzar el sabor y ayuda en la conservación de las carnes rojas y blancas. Algunos clientes más conocedores del asunto destacan que el ajo morado tiene cuatro veces más eficiencia que el ajo blanco

importado, por lo que el mayor rendimiento compensa el precio más elevado.

Por este motivo, el exportador peruano debe saber vender el producto, no comparándolo solo por apariencia, sino también por las características organolépticas del fruto, sus cualidades nutricionales, las ventajas de la firmeza, poca posibilidad de pérdida, entre otras razones.

Gráfico N°11: Evolución de la Participación (%) del ajo nacional e importado en el consumo brasileiro entre 1996/2015



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

Gráfico N°12: Especificaciones de ajo en Brasil



Subgrupo (clase)	
	
Noble	Comercial

Calibre	Diámetro Transversal (en milímetros)
3	Entre 32mm y 37 mm
4	Entre 37mm y 42mm
5	Entre 42mm y 47mm
6	Entre 47mm y 56mm
7	Más de 56mm

Fuente: Manual de Clasificación de Productos Hortigranjeros – MAPA 2012
Elaboración: Mincetur

Tipos de ajos consumidos en Manaos

Imagen N°2: Ajo blanco a granel



Fuente: Supermercados ATACK – Agosto 2015
Elaboración: Mincetur

Imagen N°2: Ajo morado en empaque de 200 g y en conserva



Fuente: Supermercados ATACK – Agosto 2015
Elaboración: Mincetur

1.2.3 Auditoría en tiendas

Se realizó una investigación de mercado entre los días 03 y 07 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 demanda de cebolla y ajo se da todo el año en los autoservicios y centrales de abastecimiento; posibilidad de exportación directa vía puerto de Manaos y ningún productor en la zona.
- **Debilidades:** alto costo logístico y utilización del multimodal (terrestre/ fluvial); algunos autoservicios repasan el volumen de pérdidas en góndola al proveedor; sin embargo, el precio de venta es más elevado.



Posicionamiento de la marca/origen

- El ajo chino y brasilero se comercializan destacando el origen, debido a que para el comprador (distribuidor) el ajo brasilero tiene más aceptación por el rendimiento. Para el canal autoservicio no presenta diferencias. No existen marcas reconocidas de ajo a granel, pero sí en ajo especial embalado con peso exacto y en presentaciones molido y/o triturado junto con otras especerías. Las marcas son: Alho Real, Gran Alho, Campilar y Alho Bom.
- La cebolla se vende 98% a granel y 2% seleccionada con un peso promedio de 500 g.



Oportunidades de precio

- La caja de 10 kg de ajo chino; brasilero, específicamente desde Sao Paulo, Goiás y Bahía; y español es vendida a R\$ 110 (USD 28,95), R\$ 115 (USD 30,25) y R\$ 113 (USD 29,75), respectivamente. Con respecto al margen de ganancia, en promedio, es de 18%.

- El ajo peruano debería entrar en los meses de enero a agosto, donde el ajo nacional está escaso.
- La cebolla peruana debe ser vendida como "seleccionada" y debería ingresar entre febrero y julio.



Compra y venta en autoservicios

- La red de supermercados DB en Manaus demanda mensualmente 4 000 cajas de ajo y las 03 distribuidoras de alimentos perecibles consultadas tienen una demanda total de 10 000 cajas. La compra de ajo molido en conserva representa apenas el 5% del total consumido. Es importante entregar al importador brasilero el calibre y variedad acordado.
- La demanda semanal de la red de supermercados DB es de 90 toneladas y de la distribuidora Frio Trans es de 150 toneladas. Otras empresas de la CEASA de Manaus demandan aproximadamente 150 toneladas.



Rotación

- La rotación de la cebolla y ajo en los autoservicios y distribuidoras de Manaus es semanal, sin embargo algunas distribuidoras almacenan hasta 02 meses. Se han identificado compras de ajo chino con 03 meses de antigüedad.
- La cebolla y ajo peruano embarcandos en Arequipa o Ica, descargando en Rio Branco demorarían 05 días, hasta Porto Velho 06 días, y hasta Manaus 12 días. (incluyendo el desaduanje).



Tipos de empresas demandantes

Se identificó los principales canales de venta, donde se detalla la forma de presentación de la cebolla y ajo.

Autoservicios: la cebolla amarilla deberá tener el calibre mediano (60mm a 80mm), acondicionada en mallas de polietileno, con capacidad para 20 kg, el precio de compra promedio es de USD 0,67 CPT – Manaus.

El ajo demandando es el tipo barranquino, debido a su uniformidad de dientes y mejor aspecto, el calibre más comercial es el N°7. Deberá estar acondicionado en cajas de cartón con capacidad para 10 kg. El precio de compra promedio es de USD 31,3 CPT – Manaus.

Distribuidoras de perecibles: la cebolla amarilla deberá tener el calibre mediano (60mm a 80mm), acondicionada en mallas de polietileno, con capacidad para 20 kg, el precio de compra promedio es de USD 0,63 CPT – Manaus.

El ajo demandando es el tipo barranquino debido a su uniformidad de dientes y mejor aspecto, el calibre deberá ser N° 6 y N°7. Deberá estar acondicionado en cajas de cartón con capacidad para 10 kg. El precio de compra promedio es de USD 30,3 CPT – Manaus.

1.2.4 Análisis de la competencia

En los autoservicios de Manaus se oferta cebolla todo el año, principalmente procedente del Estado de Minas Gerais; sin embargo, también se identifica cebolla de Holanda que se comercializa en la Central de Abastecimiento de Productos de Manaus (CEASA); a partir de los meses de mayo hasta julio. A través de la información de los propios consumidores se identificó que la cebolla holandesa se caracteriza por tener mucha cáscara, lo cual da una impresión de mayor madurez, siendo un factor determinante por el consumidor brasileiro final.

El principal competidor de la cebolla peruana en Manaus es la cebolla nacional brasileira, dado que el producto argentino no llega al mercado de Manaus por las dificultades logísticas, y principalmente porque el destino de sus exportaciones está localizado en la región sur y sureste.

El empresario peruano debe tener en consideración que en la región norte de Brasil, la temporada donde la oferta (incluyendo las exportaciones) de cebolla es bastante alta corresponde al periodo julio - enero; en consecuencia, los precios por kg no son alentadores. Por ello, se debería exportar la cebolla peruana en los meses más propicios (de menor oferta), es decir de febrero a junio.

Gráfico N°13: Presentaciones y precios de venta por kilogramos de la cebolla nacional e importada en Manaus



Cebolla nacional
R\$ 5,99/ USD 1,58



Cebolla holandesa
R\$ 4,49/ USD 1,18



Cebolla peruana
R\$ 4,99/ USD 1,32

Fuente: FrioTrans e Hipermercados DB – Septiembre 2015
Elaboración y Autoría: Mincetur

Gráfico N°14: Presentaciones y precios de venta por kilogramo del ajo nacional e importado en Manaus



Ajo Nacional
R\$ 22,49/USD 5,92



Ajo Importado (China)
R\$ 19,90/USD 5,24

Fuente: FrioTrans e Hipermercados DB – Septiembre 2015
Elaboración y Autoría: Mincetur

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/IBGE) el sector creció 4,3% en 2013 y 2,2% en 2014, el Producto

Interno Bruto en el último año 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, 0,3% en 2014.

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

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

Fuente y Elaboración: Pesquisa Mensual del Comercio – PMC/IBGE 2014

En el primer semestre de 2015 los indicadores demuestran una desaceleración en las ventas en todo el país y es aún mayor para el Estado de Amazonas.

Tabla N° 5: Crecimiento del volumen de ventas del comercio de Brasil y La Región Norte, primer semestre de 2015

Estado Federal	Crecimiento del volumen de ventas del comercio (%)
Brasil	- 0,8
Rondonia	4,9
Acre	9,7
Amazonas	- 3,1

Fuente y Elaboración: Pesquisa Mensual del Comercio – PMC/IBGE 2015

El principal medio de adquisición de cebolla y ajo en la región norte es el auto-servicio, que registró ventas nacionales de R\$ 294,9 mil millones (USD 109,2 mil millones) en el 2014. En segundo lugar están las Centrales de Abastecimiento (CEASA) y en tercer lugar las ferias y mercados de productores rurales.

Con respecto a Manaus, la mayor red de supermercados es HIPER DB, que adquiere toda la línea de hortigranjeros desde la

Central de Abastecimiento de São Paulo y a través de empresas especializadas en distribución de alimentos hortigranjeros de la región, como es el caso de la empresa FrioTrans, todos los productos vegetales son transportados en camiones (tipo furgón) refrigerados por la hidrovía del río madeira desde Porto Velho/Rondonia hasta Manaus (06 a 08 días de viaje).

El consumidor final amazonense está acostumbrado a comprar vía auto-servicio, datos de la Asociación de Supermercados Amazonenses (AMASE) destaca que en Manaus existen alrededor de 300 mercados, supermercados e hipermercados los cuales ofertan productos alimenticios en toda la capital del Estado.

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

Actividad	2014	1er Semestre 2015 (%)
Hipermercado, Supermercado, Productos Alimenticios, bebidas, etc.	1,3	- 1,2

Fuente y Elaboración: Pesquisa Mensual del Comercio – PMC/IBGE 2015

1.3 Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

Los productos saludables son uno de los principales pilares de los nuevos hábitos de consumo del brasileiro, porque generan mayor bienestar y mejoran su calidad de vida. Asimismo, estos consumidores cada vez más están optando por comprar productos alimenticios que garanticen practicidad, sofisticación y sustentabilidad, atributos que son apreciados por el consumidor y muchas veces pueden determinar el rumbo de la compra.

La cebolla y ajo está presente en la alimentación y preparación de salsas en las cocinas de todo el mundo. Con respecto a la oferta local de cebollas, en los últimos diez años la producción aumentó a una tasa de crecimiento anual de 22%. Actualmente, ofertan cebollas frescas con un sabor regional durante todo el año, incluso en los meses que tradicionalmente son ocupados por la producción argentina (abril y mayo). En el caso de la oferta local del ajo brasileiro, se produce entre los meses de julio y noviembre.

El consumidor de la región norte opta por adquirir cebollas y ajo principalmente

en autoservicios. Esto se debe a que es el medio más confortable al momento de realizar compras del género alimenticio. Sin embargo, reclama por la variación de calidad en los meses donde la cosecha es escasa y/o el producto es importado y no goza de un estándar adecuado. A pesar de la recesión de Brasil, la tendencia de consumo es creciente en ambos productos, motivados por el desarrollo económico regional y porque son cada vez más familias brasileñas las que salen de la pobreza. De otro lado, para el 2016 las empresas y cooperativas agrícolas de la región sur y sureste del Brasil estiman que haya una pequeña reducción de campos de cultivo de cebolla y ajo, debido a la subida del dólar que ha generado el encarecimiento de los fertilizantes importados, resultando inviable la apuesta por siembra de años anteriores. La inflación acumulada del 2015 ha llegado a 10,65%; sin embargo, el consumo por la cebolla y ajo no ha disminuido.

Según la Asociación Amazonense de Supermercados (AMASE) (Julio/2015), la cebolla corresponde el 20% del volumen de hortalizas comercializadas en los autoservicios de Manaus, aproximadamente.

Se pueden encontrar en distintas épocas del año cebollas de tres colores de cáscara, de hasta tres formatos (oval, redonda y achatada), sabores (amargo, muy amargo y levemente dulce) y de distintas calidades.

Actualmente, el mercado de cebollas no ofrece una diferenciación de acuerdo a su origen y características particulares, lo cual significa que al momento de comprar el consumidor brasileño no distingue si la cebolla amarilla proviene de Brasil o es importada.

Por esta razón, la Asociación Nacional de Productores de Cebolla (ANACE) debate la utilización de una norma que permita un sistema confiable de información al usuario, posibilitando la creación de nichos, transparencia y promoción comercial del producto. En tal sentido, los agroexportadores peruanos resultarían beneficiados, ya que podrían indicar en los rótulos el origen de la cebolla y el lugar de producción. Cabe señalar que en la región norte del Brasil, la cebolla peruana goza de una impecable reputación.

Diferente es el caso del mercado de ajos, donde cada vez más se valoriza la producción brasileña, agregando valor y desarrollando investigaciones que comprueben el mejor rendimiento y sabor en comparación con los ajos importados de China y Argentina.

El agroexportador peruano deberá realizar una campaña de marketing e investigación, resaltando su similitud con el ajo brasileño, principalmente en lo que respecta a calidad, rendimiento y sabor. De comparar el ajo peruano con el ajo chino se vería afectado por la desvalorización del precio.

1.4 Ventajas del producto peruano y competencia

Los factores determinantes son el precio y la calidad, este último debido al alto margen de pérdida que los supermercados de autoservicios absorben cuando comercializan cebolla nacional.

En la región norte, los supermercados de Acre y Rondonia tienen un margen de pérdida del 11%, sea por una mala manipulación en góndola, por el consumidor final o por no alcanzar un estado de calidad durante mucho tiempo, lo que termina finalmente en desperdicio.

Algunos supermercados no absorben esta pérdida debido a la contratación de un proveedor de productos hortigranjeros (distribuidor especializado) que se encarga de abastecer la góndola frecuentemente con productos frescos y retirar el desperdicio, en este caso de abastecimiento el producto es un poco más costoso para el autoservicio (Ejemplo: Hiper DB – Manaus).

El caso de las distribuidoras de hortigranjeros es diferente, dichas empresas no tienen márgenes de pérdida mayores a 3%, en algunos casos es 0%, ya que la venta se realiza a un agente de la cadena (cadenas de supermercados) antes del consumidor final, generalmente se comercializa en mallas de polipropileno de 20 kg.

Debido a esto, una de las ventajas es la calidad de la cebolla amarilla peruana, la

cual no presenta pérdidas mayores a 2%, debido a la rigurosa inspección sanitaria de la Vigilancia Agropecuaria (VIGIAGRO) durante el control fronterizo en Brasil y a la buena cosecha que se obtiene todos los años en los valles de Ica y Arequipa.

En Brasil el precio de la cebolla fluctúa todas las semanas, en cambio en Perú generalmente el precio es estable hasta en 1 mes (30 días). Esto permite un abastecimiento seguro y pre-acordado por ambas partes, de igual forma se debe tener cuidado con la cotización del dólar al momento de fijar el precio final de la cebolla puesta en Brasil.

La principal competencia para las exportaciones peruanas es la cebolla nacional, no por calidad ni por frecuencia de abastecimiento, sino por el precio. El 2014 fue un año atípico, debido a la excesiva cosecha alcanzada en todas las regiones productoras del Brasil. Fueron más de 57 mil hectáreas de cebolla con un rendimiento promedio de 28,6 toneladas/hectárea. Los precios pagados al productor fueron muy bajos, ocasionando en algunas regiones pérdidas de 15%. En su mayor nivel de oferta, llegó a costar USD 0,43/kg en Acre y Rondonia, y en Manaus llegó a USD 0,47/kg.

De otro lado, la competencia extranjera es la cebolla holandesa, la cual es de apariencia madura, con bastante cáscara y de color cobre, con un nivel de pérdida aproximado de 9%. A continuación se muestran los precios Free On Board (FOB) por kilogramo de la cebolla de Holanda en el mercado de Manaus:

Tabla N°7: Precios FOB (USD/Kg) de la cebolla holandesa en Manaus, período 2014 - 2015

Año	USD/kg
2014	0,33
2015	0,30

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

Nota: La imputación de cebolla desde Holanda a Brasil ostenta un arancel de 10%.

El ajo peruano podría ingresar en cualquier mes del año, principalmente en los meses de febrero a junio. La proximidad con Manaus vía Corredor Interoceánico Sur hacen competitivo el ingreso de dicho producto, tomando apenas 12 días desde la región Arequipa hasta el Estado de Amazonas. En cambio, el ajo importado desde China demora 37 días sin desaduanaje.

Es importante tener en cuenta que la oferta de ajo chino está presente todo el año. A pesar de no registrarse grandes importaciones directas vía Manaus, brookers y empresas traders localizadas en Sao Paulo ofertan ajo chino, así como ajo argentino y español.

Otra ventaja del ajo peruano es la conservación de la calidad y sabor, según opinión de los importadores, el ajo peruano no presenta dientes podridos, debido a que la cosecha es reciente y no ha sido almacenado durante mucho tiempo. Caso que si sucede con el ajo importado proveniente de China.

En conclusión, la principal competencia es el ajo nacional y chino, cuyo factor determinante es el precio. Por tal motivo, es necesario que el agroexportador peruano demuestre la calidad en todo el lote exportado y la calibración sea como máximo en dos tamaños.

Tabla N° 8: Precios FOB (USD/Kg) del ajo chino en Manaus, año 2015

Año	USD/kg
2014	9,40
2015	11,87

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

Nota: La imputación de ajo desde China a Brasil ostenta un arancel de 35% y una tarifa antidumping de USD 7,80/Caja de 10 Kg.

Una gran ventaja para el Perú es que bajo el marco del Acuerdo de Complementación Económica – ACE N°58, Brasil otorga

arancel de 0% para los ajos peruanos y no existen tarifas antidumping para el Perú.

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 el de la región (América del Sur) es de 8,2%. Sin embargo, nuestro país tiene un Acuerdo de Complementación Económica con Brasil, conocido como el ACE 58, que posibilita que en la actualidad un número importante de productos nacionales ingresen al mercado brasilero con arancel cero.

Medidas arancelarias para la cebolla y ajo

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

de la Asociación Latinoamericana de Integración), difieren de la NCM.

En este caso, a nivel NALADISA, la cebolla y el ajo se clasifican en 0703.10.10 y 0703.20.00, respectivamente; mientras que a nivel NCM, se clasifican en 0703.10.19 y 0703.20.90.

Dentro del ACE 58 en el Apéndice I-A, la república de Argentina y de Brasil otorga al Perú el cronograma aplicable de desgravación a las partidas arancelarias. La cebolla pertenece a la sección C1-g y el ajo pertenecen a C1-d, el cual menciona que a partir del 01 de enero del 2010, el ingreso de la cebolla y ajo peruano disponen de un arancel de cero (0%), esta reducción arancelaria no cuenta con fecha de caducidad. Cabe resaltar que antes de la subscripción de este acuerdo, el arancel era de 10% para ambos productos.

Tabla N°9: Desgravación de Brasil al Perú C1-d y C1-g

Cronograma Aplicable	A partir 01.01.06	A partir 01.01.07	A partir 01.01.08	A partir 01.01.09	A partir 01.01.10
C1-d	65%	75%	85%	95%	100%
C1-g	100%	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, dicho país ha iniciado un proceso paulatino de apertura económica. Se considera que en Brasil existe un alto potencial para 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 carga tributaria para cada producto.

Tabla N°10: Tratamiento tributario de la cebolla importada en Brasil

Nomenclatura Común del Mercosur (NCM)	Impuestos Federales				Impuesto Estadual (Acre, Rondônia y Amazonas)
	I.I (ACE-58)	IPI	PIS	COFINS	ICMS
0703.10.19	0% (Perú)	0%	0%	0%	17%
	10% (demás países)				

Fuente: Hacienda Federal de Brasil 2013
Elaboración: Mincetur

I.I: Impuesto a la importación.
IPI: Impuesto de Productos Industrializados.
PIS: Programa de Integración Social.
COFINS: Contribución para el Financiamiento de la Seguridad Social.
ICMS: Impuesto a la Circulación de Mercancías y Servicios.

Tabla N°11: Tratamiento tributario del ajo importado en Brasil

Nomenclatura Común del Mercosur (NCM)	Impuestos Federales				Impuesto Estadual (Acre, Rondônia y Amazonas)
	I.I (ACE-58)	IPI	PIS	COFINS	ICMS
0703.20.90	0% (Perú)	0%	0%	0%	17%
	35% (demás países)				

Fuente: Hacienda Federal de Brasil 2013
Elaboración: Mincetur

2.2. Normas de origen y pruebas de origen

Según lo señalado en el artículo 3 del anexo V del ACE 58 Perú-Mercosur para que la cebolla y el ajo califiquen como originarios y por consiguiente puedan beneficiarse de las preferencias arancelarias de este acuerdo deben ser recolectados o cosechados en el Perú o países miembros del Mercosur.

En ese sentido, el exportador debe presentar documentos que acrediten que la cebolla y ajos fueron cosechados en un predio agrícola ubicado en el Perú y esto lo deben probar presentando:

- Documentos de registros públicos con los que demuestre que el predio está ubicado en el Perú.
- Planes de riego o cultivo.
- Guías de remisión que acrediten el tras-

lado desde el predio agrícola hasta el local de la empresa (planta de producción).

- Declaración jurada del productor.

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

2.3 Requisitos específicos de los importadores

A través de entrevistas con los gerentes de compras, gerentes de departamento de hortigranjeros, gerentes de almacenaje y distribución, se logró consolidar información precisa sobre los principales requisitos de los importadores de la región norte del Brasil.

Estándares de calidad para las cebollas y ajos

La comercialización de productos agrícolas en Brasil se encuentra reglamentada por normas de calidad, que exigen la clasificación de productos vegetales en forma previa a su distribución en el mercado a fin 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 regulación es muy importante que los exportadores peruanos de cebolla y ajo cumplan con las disposiciones de apariencia física, limpieza y embalaje que exige Brasil. El incumplimiento

puede generar la retención del producto en la Aduana de ingreso y su potencial devolución al país de origen.

Clasificación de la cebolla

La clasificación oficial de la cebolla está reglamentada por el Decreto N°529, con fecha 18/08/95, emitido por el Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento (MAPA), en conformidad con la Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuaria (EMBRAPA). En el cual se especifica que durante el proceso de importación, el producto será fiscalizado (1% del total de la carga) por un “agente clasificador” del MAPA siguiendo los parámetros de la Tabla N°12

Tabla N°12: Límites máximos de defectos de la cebolla, por tipo o categoría (en porcentaje)

Categoría	Defectos Graves (en %)					Total de Defectos	
	Tallo Grueso	Brotado	Podrido	Mancha Negra	Hongo	Graves	Leves
Extra	0	0	0	2	2	2	5
Categoría I (Especial)	3	0	1	3	3	5	10
Categoría II (Comercial)	5	3	1	5	5	10	15

Fuente y Elaboración: Clasificación de Hortalizas, Ministerio de Agricultura de Brasil, 2010

Clasificación del ajo

La clasificación oficial del ajo está reglamentada por el Decreto N° 242, con fecha 17/09/92, emitido por el Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento (MAPA),

en conformidad con la Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuaria (EMBRAPA).

De manera genérica, se puede mencionar que el producto debe tener forma homo-

génea, los dientes de ajo deben ser uniformes, no encontrarse separados o sobrepuestos,

con una maduración adecuada y no deben observarse materiales extraños.

Gráfico N°15: Defectos Leves Cebolla



Fuente: Manual de Productos Horigranjeros – MAPA 2010
Elaboración: Mincetur

Gráfico N° 16: Defectos Graves Cebolla



Fuente: Manual de Productos Horigranjeros – MAPA 2010
Elaboración: Mincetur

Adicionalmente, el ajo debe corresponder a los calibres comercializados en Brasil. El incumplimiento de estos requisitos podría ocasionar el rechazo de la mercancía en frontera. La muestra a ser retirada para la clasificación serán 15 cajas.

El reglamento del ajo define los aspectos relevantes a ser considerados:

- Grupos: según el color del ajo (blanco o morado)
- Subgrupos: según el número de dientes por cabeza de ajo. Sin tiene entre 05 a 20 dientes será considerado ajo noble, más de 20 dientes será ajo común.
- Calibre: según el diámetro transversal del ajo.

Calibre	Diámetro Transversal (en milímetros)
3	Entre 32mm y 37mm
4	Entre 37mm y 42mm
5	Entre 42mm y 47mm
6	Entre 47mm y 56mm
7	Más de 56mm

Fuente y Elaboración: Clasificación de Hortalizas, Ministerio de Agricultura de Brasil. 2010

Durante la clasificación, si se identifica que existe más del 30% de mezcla de calibres, será considerado calibre “mezclado”.

No es permitido que haya calibre nº3 en exportaciones de ajos de calibre nº5, nº6 y nº7; calibre nº4 en exportaciones de

calibre nº6 y nº7; ni tampoco calibre nº5 en exportaciones de calibre nº7.

- Tipo: el ajo, independiente al grupo, subgrupo o calibre, será clasificado en tres tipos: extra, especial y comercial; según sean los porcentajes de defectos encontrados.

Tabla Nº13: Límites máximos de defectos del ajo, por tipo o categoría (en porcentaje)

Categoría	Defectos Graves						Defectos Generales Agregados
	Bulbo marchito (más del 50%)	Bulbo marchito parcial (hasta 50%)	Daño por plaga	Bulbo con crecimiento de hoja	Bulbo con hongo	Bulbo deformado	
Extra	0	2	0	0	0	2	5
Especial	2	6	2	2	2	3	15
Comercial	2	6	2	2	2	3	20

Fuente y Elaboración: Clasificación de Hortalizas, Ministerio de Agricultura de Brasil. 2010

Gráfico Nº17: Defectos Graves Ajo



Bulbo marchito

El ajo que contenga más del 50% de sus bulbos marchitados



Daño por plaga

Bulbo que contengan restos de elementos orgánicos impropios del ajo



Bulbo con crecimiento de hoja

Bulbos que demuestren la presencia de hoja



Bulbo con hongo

Bulbos con descomposición húmeda debido al ataque de hongos



Bulbo deformado

Bulbos pequeños y grandes pero en poca cantidad dentro de un mismo ajo

Fuente: Manual de Productos Horigranjeros – MAPA 2010
Elaboración: Mincetur

Embalaje

Las cebolla deberán estar almacenadas en embalajes nuevos, limpios y secos que no transmitan olor o sabor extraño al producto, siendo sacos que no ultrapasen los 25 kilogramos netos. De preferencia, son utilizados sacos de hilo de polipropileno con capacidad de 20 kg, debido a que

es la unidad de peso más comercial en la región norte del Brasil. Asimismo, deben llevar consigo una etiqueta destacando todas las informaciones informaciones descritas en la sección Etiquetado.

La comercialización en el mercado brasileño, a nivel mayorista, deberá ser en cajas

de cartón con las siguientes dimensiones aproximadas: 500 mm de largo x 305 mm de ancho x 160 mm de altura. Con capacidad para 10 kilogramos.

En el caso de la comercialización minorista, deberá ser en un material apropiado y anti-tóxico, con un lado transparente e incoloro, que permita al consumidor una perfecta visualización, con capacidad de 100g, 200g, 500g o 1kg.

Rotulado (Etiquetado)

Cada saco de cebolla debe contener la siguiente información:

- » Nombre del producto
- » Nombre científico
- » Clase o Calibre
- » Tipo
- » Peso Líquido
- » Nombre y dirección del importador
- » Nombre y dirección del exportador
- » País de Origen
- » Zona de producción
- » Fecha de Producción (Mes/Año)

Cada caja de ajo debe contener la siguiente

información:

- » Identificación del Exportador (nombre, razón social y dirección)
- » Identificación del Importador (nombre, razón social y dirección);
- » Origen del producto
- » Grupo
- » Subgrupo
- » Clase
- » Tipo
- » Peso líquido
- » Fecha de empaque (Mes/Año)

Calibre y Calidad

En la cebolla, la demanda en 95% es por la de calibre mediano (60mm-80mm), con poca piel y con formato similar al resto del producto embarcado. No debe poseer manchas negras, o estar húmeda debido a que demandará tiempo en secarlas (hasta 03 días) y generará más cáscara.

Imagen N°3: Proceso de secado de cebolla húmeda



Fuente: Supermercados Araujo – Agosto 2015
Elaboración: Mincetur



Fuente: Supermercados Araujo – Agosto 2015
Elaboración: Mincetur

Documentos exigidos por el importador

El importador brasilero deberá recibir por el agroexportador peruano la siguiente documentación, la cual será necesaria para realizar el proceso de clasificación y nacionalización del producto en la Alfán-

dega (Aduana) de ingreso:

- » Factura Comercial
- » Lista de Empaque
- » Certificado Fitosanitario
- » 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.
- » Declaración Única de Aduanas.
- » Certificado Fitosanitario emitido por el SENASA.

Nota: El proceso de importación del ajo a Brasil, requiere un licenciamiento previo al embarque (Licencia No Automática) debido a ello debe enviarse antes de la exportación la factura comercial y el certificado de origen (ejemplares originales) al importador brasilero. El mismo, a través del agente aduanero, se encargará de realizar la aprobación del ingreso del ajo peruano importado en el Departamento de Comercio Exterior – DECEX, órgano regulador del Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior – MDIC.

El proceso puede tardar hasta 60 días, sin

embargo en la práctica está tardando 10 días. No se podrán realizar exportaciones de ajo hasta primero no haber alcanzado la liberación del DECEX.

2.4 Barreras, estándares y normas de ingreso

Requisitos Fitosanitarios

Las autoridades brasileras clasifican los productos en secciones y en cada una se describen los productos en categorías. Por ejemplo, en el caso de la sección “vegetales, partes de plantas y sus productos”, se establecen las siguientes categorías:

- » Productos de origen vegetal industrializados.
- » Productos vegetales semi procesados para consumo directo o transformación (que pueden contener plagas).
- » Productos en estado natural para consumo o transformación.

- » Productos para reproducción (semillas u otros).
- » Cualquier otro no considerado en las categorías anteriores.

Cada categoría tiene una lista diferente de requerimientos y documentación exigida para efectos de la importación, dependiendo del grado de riesgo estimado.

El procedimiento consiste en solicitar autorización de importación a la Secretaría de Defensa Agropecuaria – SDA del Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento – MAPA vía Siscomex (www.portal-siscomex.gov.br) a cargo de un agente aduanero. La cebolla y ajo (considerados R1) requieren presentar certificado fitosanitario original y un requerimiento para fiscalización de productos agropecuarios, entre otra documentación. De otro lado, existe un “Manual de Procedimientos de Operaciones de Vigilancia Agropecuaria”, donde se mencionan los requisitos fitosanitarios por categoría de riesgo.

Tabla N°14: Requisitos Fitosanitarios por Categoría de Riesgo

REQUISITOS / CATEGORÍA	0	1	2	3	4	5
RO - Requiere permiso fitosanitario de importación	No	Si	Si	Si	Si	Si
R1 - Requiere inspección fitosanitaria al ingreso	No	Si	Si	Si	Si	Si
R2 - Envío acompañado de CF o CFR Correspondiente, (incluir la(s) siguiente(s) declaración adicional - DA.	No	No	Si	Si	Si	Si
R3 - Emisión de CF respaldada por un procedimiento de certificación fitosanitaria oficial que garantice el lugar de producción.	No	No	No	Si	Si	Si
R4 - Sujeto a Análisis oficial de laboratorio no ingreso	No	Si	Si	Si	Si	Si
R5 - Ingresará a consignación de ONPF del país importador.	No	No	Si	Si	Si	Si
R6 - ingresará para depósito cuarentenario bajo control oficial.	No	Si	Si	Si	Si	Si
R7 - Sujeto cuarentena, pos-entrada (QPE)	No	No	No	No	Si	Si
R8 - La madera debe estar serrada	No	No	Si	Si	No	No
R09 - Las plantas deben estar libres de tierra	No	No	No	Si	Si	No
R10 - Deberá cumplir la cuarentena según el procedimiento específico.	No	Si	Si	Si	Si	Si

Fuente y Elaboración: Ministerio de Agricultura, Pecuaria e Abastecimiento – MAPA 2014

03

Canales de Distribución y Comercialización

Brasil acepta los certificados fitosanitarios expedidos por los servicios sanitarios oficiales de los países que se ajusten a las directrices del Codex, la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF), la Oficina Internacional de Epizootias (OIE) y otras organizaciones científicas internacionales. Asimismo, mantiene acuerdos en estas materias con autoridades de otros países, en el caso de Perú con el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA).

Análisis de Riesgo de Plagas (ARP)

Brasil exige un ARP para los productos vegetales importados por primera vez desde un determinado país de origen, que se aplica con el fin de salvaguardar la 'integridad' sanitaria de la producción local.

El ARP determina el nivel de riesgo que representa la importación de un producto vegetal contaminado con enfermedades o plagas ausentes en el territorio brasileiro.

Actualmente existe una lista de productos de origen peruano que tienen autorizado su ingreso al mercado brasileiro. Apenas estos productos pueden ingresar cumpliendo los requisitos fitosanitarios que establece el Ministerio de Agricultura (MAPA), que generalmente son el certificado fitosanitario de la autoridad sanitaria competente y una inspección sanitaria realizada por un fiscal agrario acreditado por el MAPA, la duración promedio de dicha inspección es de una a dos horas, dependiendo del producto y el estado en el que se encuentre.

Adicionalmente, existe una lista de otros productos de origen peruano que no cuentan con ARP, con ingreso a Brasil adjuntando sólo el Certificado Fitosanitario, debido a que tienen antecedentes de exportación (ver Anexo N°2).

Para el caso de la cebolla y ajo, ambos cuentan con sus respectivos ARP e Instrucciones Normativas que certifican el ingreso y los detalles que deben ser cumplidos al momento de la exportación al Brasil.

En el 2014, las ventas registradas por las 50 empresas más grandes del sector, entre supermercados, hipermercados y distribuidoras de productos, en general, alcanzaron el valor de R\$ 214,4 mil millones (USD 75,2 miles de 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 incremento de los supermercados e hipermercados será más acentuado con conforme al crecimiento de la clase C, de 33% a 41% y la clase A y B, de 23% a 25%.

Por ello, es sumamente importante eleccionar el canal de distribución adecuado para la venta de cebollas y ajos peruanos.

En Brasil se trabajan cinco canales de distribución para hortalizas/vegetales:

- 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.

- Industrias de alimentos: la relación es más formal, el productor/exportador participa de contratos pre-establecidos, precio, plazos de entrega y estándares del producto.
- Supermercados: se establecen estándares de calidad, días de entrega y cantidades bien definidas, tomándose la opción en 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.
- 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.

- **Empresas traders:** la relación es extremadamente formal y se establecen los días de embarque y cantidades semanales o mensuales. Debido a la gran oscilación de los precios en los hortigranjeros, generalmente no se estipulan acuerdos a 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. Para las empresas exportadoras peruanas que deseen exportar a la región norte de Brasil 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. La cebolla y el ajo se pueden vender a través de los siguientes canales:

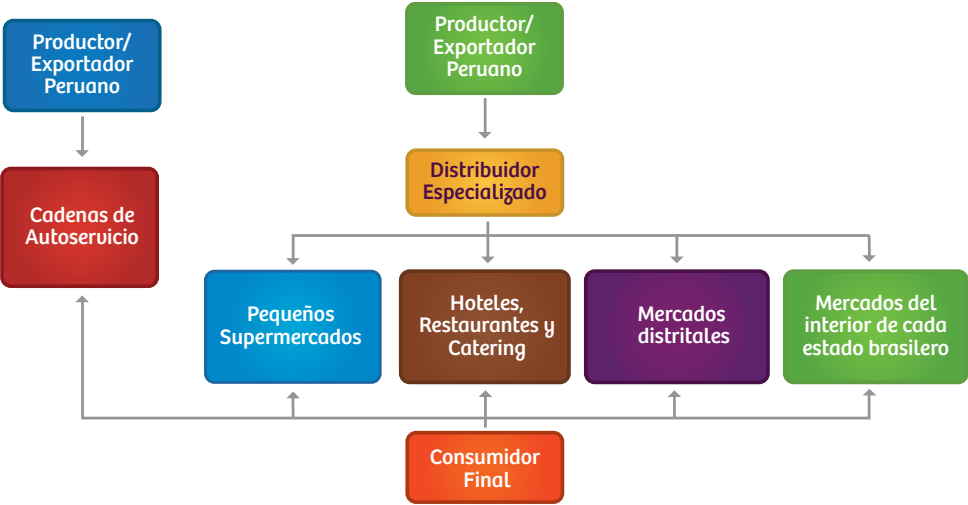
- **Distribuidoras Especializadas** especializadas: un agente de distribución que compra y vende alimentos frescos de productores con los cuales puede poseer o no, un vínculo (formal o informal) de exclusividad de productos o de territorio.

La mayoría de los importadores suelen exigir contratos de distribución exclusiva. La Distribuidora vende los productos a mayoristas, minoristas, cadenas de supermercados, medianas, pequeñas, hostelería y tiendas especializadas.

- **Redes de supermercados:** las diez primeras cadenas de distribución del país cubren el 40% de la cuota total del mercado, a excepción de las tres grandes cadenas que tienen cobertura nacional; en tanto las pequeñas y medianas cadenas de distribución están localizadas solamente 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 compren a través de esta vía, sino que también operan a través de importadores/distribuidores y/o empresas traders.

Es importante tomar en cuenta la estacionalidad de la producción brasilera de cebolla y ajo, ver gráfico N°17.

Gráfico N°18: Diagrama del Canal de Distribución en la región norte de Brasil



Fuente: Mincetur
Elaboración: Mincetur

04

Información Adicional

4.1 Empresas importadoras

Empresas – Rio Branco / Acre

Supermercados pague pouco Ltda.	
Nombre	Supermercados Pague Pouco
Dirección	Rua Leblon Nº 387, Bairro: Floresta
Ciudad	Rio Branco
Teléfono de contacto	(68) 3302-1200
Sector	Autoservicio
Sucursales	02
Productos Importados	No registra productos

A.C.D.A imp. Exp. Ltda	
Nombre	Supermercados Araújo
Dirección	Au. Isaura Parente Nº322, Bairro: Bosque
Ciudad	Rio Branco
Teléfono de contacto	(68) 3216-3100
Sector	Autoservicio
Sucursales	07
Productos Importados	Cebolla y Ajo (Origen: Arequipa e Ica – Perú)

Supermercado gonçalves Ltda.	
Nombre	Supermercado Gonçalves
Dirección	Au. Ceará Nº3301, Bairro: Estação Experimental
Ciudad	Rio Branco
Teléfono de contacto	(68) 3026-2616
Sector	Autoservicio
Sucursales	Filial Rio Branco
Productos Importados	No registra productos

Hernandes acre Ltda.	
Nombre	Distribuidora Hernandes
Dirección	Estrada da Sobral Nº 2003. Ceasa Box. 06 – 09.
Ciudad	Rio Branco
Teléfono de contacto	(68) 3242-3440
Sector	Distribución de productos horti-granjeros
Sucursales	01
Productos Importados	No registra productos

Empresas – Porto Velho/ Rondonia

Supermercado gonçalves Ltda.	
Nombre	Supermercado Gonçalves
Dirección	Au. Almirante Barroso Nº 2240, Bairro: Nossa Sra. das Graças
Ciudad	Porto Velho
Teléfono de contacto	(69) 3025-2733
Sector	Autoservicio
Sucursales	08
Productos Importados	No registra productos

Supermercado com. Irmãos gonçalves Ltda	
Nombre	Supermercado Irmãos Gonçalves
Dirección	Au. Dom Pedro I Nº 2575, St Nº5
Ciudad	Jarú
Teléfono de contacto	(69) 3521-2613
Sector	Autoservicio
Sucursales	12
Productos Importados	No registra productos

Mercantil nova era Ltda.	
Nombre	Atacadao Nova Era
Dirección	Rua da Beira Nº 6671, Bairro: Lagoa
Ciudad	Porto Velho
Teléfono de contacto	(69) 3216-9001
Sector	Distribución de Alimentos y Productos en General
Sucursales	Filial Porto Velho - (Matriz en Manaus)
Productos Importados	No registra productos

Gasparelo & souza Ltda	
Nombre	Gasparelo & Souza
Dirección	Au. Amazonas Nº 3956, Bairro: Agenor de Carvalho
Ciudad	Porto Velho
Teléfono de contacto	(69) 3222-1602
Sector	Distribución de productos horti-granjeros
Sucursales	-
Productos Importados	No registra productos

Rio madeira ind. De alimentos Ltda	
Nombre	Q- Delicia Alimentos
Dirección	Rua. Sucupira Nº 425, Bairro: Odacir Soares
Ciudad	Porto Velho
Teléfono de contacto	(69) 3227-1740
Sector	Fraccionamiento y distribución de especerías.
Sucursales	-
Productos Importados	No registra productos

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

Mercantil nova era Ltda	
Nombre	Supermercado Nova Era
Dirección	Au. Torquato Tapajós Nº2871
Ciudad	Manaos
Teléfono de contacto	(92) 2125-2000
Sector	Distribuidora de alimentos horti-granjeros y autoservicio
Sucursales	04
Productos Importados	Cebolla y ajo.

Empresas – Manaos / Amazonas

Hipermercados db Ltda	
Nombre	Hiper DB
Dirección	Au. Jornalista Humberto Calderano Filho Nº1128 – Adrianópolis
Ciudad	Manaos
Teléfono de contacto	(92) 2127-5139
Sector	Autoservicio
Sucursales	21
Productos Importados	No registra productos

Friotrans comércio e transportes de cargas Ltda	
Nombre	FrioTrans Atacado e Varejo
Dirección	Au. Guaruba Nº787, Bloco B, Barrio: Distrito Industrial
Ciudad	Manaos
Teléfono de contacto	(92) 2127-0000
Sector	Distribuidora de alimentos horti-granjeros y autoservicio
Sucursales	05
Productos Importados	Cebolla, ajo y uva.

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.

4.2 Oficinas/Gremios de la Región Norte de Brasil

Asociación Acreana de Supermercados	
Representante	Luis Deliberato Filho
Dirección	Au. 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	
Superintendente	Pedro Ferreira
Dirección	Au. 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 N°2821 – Centro
Teléfono de contacto	(69) 3223-8957
Email	www.facer.org.br

Asociación Amazonense de Supermercados

Representante	Arieci Gomes
Dirección	Au. Torquato Tapajós N°2871 Barrio da Paz
Teléfono de contacto	(92) 2125-2108
Email	arlecigomes@hotmail.com

Asociación Comercial de Amazonas – ACA

Representante	Ismael Bicharra Filho
Dirección	Rua Guilherme Moreira N°281 – Centro
Teléfono de contacto	(92) 2129-2052
Email	www.aca.org.br/

FIAM 2015 Feria internacional de la Amazonia

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
Email	www.suframa.gov.br/fiam

RURAL SHOW 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
Email	www.rondoniaruralshow.ro.gov.br

4.3 Ferias comerciales

APAS 2016 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
Email	www.feiraapas.com.br

4.4 Links de Interés

- Consumo per cápita en Brasil
goo.gl/rECLP7
- Secretaria de Agricultura de Minas Gerais
www.agricultura.mg.gov.br
- Tarifa Externa Común del MERCOSUR
goo.gl/sufJLT
- Información de la adquisición domiciliar de las familias brasileiras
goo.gl/ofgx2r
- Integración Agroalimentaria en Brasil
goo.gl/tjasdQ
- Requisitos fitosanitarios – Ministerio de Agricultura de Brasil
goo.gl/x48QLK
- Seminario Nacional de Cebolla Mercosur
goo.gl/alz1BH

05

Bibliografía

- Seminario de cebolla del Mercosur, Estado do Goiás, Brasil 2014 Conclusiones.
- Resolución GMC Nro. 09/09: Requisitos Fitosanitarios para *Allium sativum* (ajo), según País de Destino y Origen, para los Estados Partes.
- Delich, Valentina. Mecanismos de monitoreo: el caso de las medidas sanitarias y fitosanitarias en el mercosur. Flacso argentina. 30 De junio de 2010
- Associação brasileira das centrais de abastecimento. Disponível em: www.abracen.org.br/Lnk01.htm Acesso em: 10 agosto 2014.
- O Mundo Rural do Brasil do Seculo 21. EMBRAPA. 2014
- Leavy S. y Sáez F. "Debilidades en la Armonización de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias en el Mercosur", INTA, No. 5. 2010
- 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
- Rogenwurcel Guillermo, Coordinación Macroeconomica en el Mercosur: hoy no existe, ¿la habrá algún día? Julio 2014. GPS
- 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, Acesso em: 09 agosto 2015.
- XLV congresso da sober "Conhecimentos para Agricultura do Futuro", Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural.
- VIDAL, A. J.; Barros, m. H. C.; Boteon, M. Análise da relação comercial entre o horticultor e o supermercado. In: IV Congresso Internacional de Economia e Gestão de Redes Agroalimentares, Ribeirão Preto: USP, 2012.
- 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