



GUÍA DE MERCADO MULTISECTORIAL

Brasil

Contenido

1.	Resumen Ejecutivo.....	2
2.	Información General	3
3.	Situación económica y de coyuntura	3
	3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	4
	3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos.....	4
	3.3. Nivel de Competitividad	5
4.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios.....	6
	4.1. Intercambio Comercial de Brasil con el Mundo	6
	4.2. Intercambio Comercial de Brasil con el Perú	6
5.	Acceso al Mercado	9
	5.1. Medidas Arancelarias	9
	5.2. Medidas No Arancelarias	10
6.	Oportunidades Comerciales	11
	6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	11
	6.2. Productos con Potencial Exportador.....	11
7.	Tendencias del Consumidor	15
8.	Cultura de Negocios	15
9.	Links de Interés.....	16
10.	Eventos Comerciales	16
11.	Bibliografía.....	17

1. Resumen Ejecutivo

Brasil mantiene fronteras con casi todos los países de América del Sur, con excepción de Ecuador y Chile.

Con respecto a la extensión territorial, Brasil ocupa la posición 71 en el mundo y cuenta con una superficie total de 8 515 770 km², que se distribuye en 8 358 140 km² de tierra y 157 630 Km² de agua. Además, tiene una longitud de costa que se extiende a lo largo de 7 408 kilómetros y mide aproximadamente 6.6 veces de la extensión del Perú.

El efecto rebote de la economía brasileña en 2021 se produjo a pesar de un contexto global negativo, persistencia de los efectos del COVID-19 en las cadenas de producción y suministro. El crecimiento acumulado de Brasil superó al de los países del G7, con excepción de Estados Unidos.

La política del Banco Central estuvo en línea con las demás economías de la región al incrementar las tasas de referencia hasta 13.75% para combatir la inflación, que finalmente se redujo a 5.9% al cierre del 2022. El encarecimiento del precio de la energía estuvo en línea con el aumento de los commodities que exporta Brasil. Ello también mejoró los términos de intercambio.

Según las proyecciones para los siguientes años, se espera un crecimiento menor alrededor del 1% de crecimiento del PBI a pesar a que se espera una política fiscal más expansiva en línea con el mayor gasto social por parte del nuevo gobierno de Lula da Silva.

El sector primario mantiene su importancia relativa en la economía brasilera con 8.1% de PBI. Por su parte, la participación del sector industrial (ubicadas al noreste y sudeste) se incrementó alcanzando el 22.2% de PBI. El sector servicios representó aproximadamente el 69.8% del PBI al tercer trimestre del 2022 y se concentra principalmente en las ciudades de São Paulo y Río de Janeiro.

El impulso del sector turismo durante los últimos años se evidencia en una participación del 28% en el mercado sudamericano.

El valor de los bienes exportados por Brasil aumentó aproximadamente una quinta parte durante el año 2022, sustentada en exportaciones de los sectores químicos y minería no metálica. El saldo comercial brasileño viene registrando tradicionalmente resultados positivos. Según los datos publicados por el Ministerio de Industria, Comercio Exterior y Servicios (MDIC), Brasil cerró el 2022 con un superávit de cerca de 61.8 millones de dólares, en línea con el valor registrado en 2021 pero en un contexto de fuerte crecimiento de las exportaciones (19.1%) e importaciones (24.3%) respecto a 2021.

2. Información General

Brasil mantiene fronteras con casi todos los países de América del Sur, con excepción de Ecuador y Chile. Limita al norte, con Venezuela, Colombia, Guyana, Surinam y la Guyana Francesa; al oeste limita con Perú y Bolivia. Por el sur limita con Paraguay, Argentina y Uruguay mientras que por este limita con el océano Atlántico. La frontera más extensa es la atlántica ya que mantiene con una tensión de 7 408 kilómetros.

En cuanto a su distribución administrativa, cuenta con 26 Estados y el Distrito Federal de Brasilia. El Norte está compuesta por los Estados de Roraima, Amazonas, Acre, Rondonia, Pará, Amapá y Tocantins; El nordeste, está formada por Maraón, Piauí, Ceará, Río Grande del Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas, Sergipe y Bahía.

Con respecto a la extensión territorial, Brasil ocupa la posición 71 en el mundo y cuenta con una superficie total de 8 515 770 km², que se distribuye en 8 358 140 km² de tierra y 157 630 Km² de agua. Además, tiene una longitud de costa que se extiende a lo largo de 7 408 kilómetros y mide aproximadamente 6.6 veces de la extensión del Perú.



Asimismo, en términos de población, el país se encuentra en el puesto 7 con aproximadamente 218.7 millones de habitantes, donde la mayoría tiene como lengua materna el portugués. La capital del país es Brasilia y habitan aproximadamente de 3.3 millones de personas. Registra una tasa de crecimiento poblacional anual de aproximadamente 0,6%. Del total de población, el 17,8% se encuentra en el rango de 0 y 14 años, el 69,72% se ubicó entre 15 y 64 años y el restante 10,5% en el rango de 65 años a más. El 87,8% de la población del país reside en áreas urbanas.

La edad mediana es de 33 años y la esperanza de vida es de 76 años. Con respecto a la religión, el 64% de la población son católicos romanos, el 0,4% profesa otro catolicismo, el 22% son protestantes, los cristianos son el 0,7% y otras religiones suman 3,6%. Aquellos que no profesan ninguna religión representan el 8%. El lenguaje oficial es el portugués y español en las fronteras. También se habla Alemán, Italiano, Japonés e Inglés.

3. Situación económica y de coyuntura

El efecto rebote de la economía brasileña en 2021 se produjo a pesar de un contexto global negativo, persistencia de los efectos del COVID-19 en las cadenas de producción y suministro. El crecimiento acumulado de Brasil superó al de los países del G7, con excepción de Estados Unidos.

La política del Banco Central estuvo en línea con las demás economías de la región al incrementar las tasas de referencia hasta 13.75% para combatir la inflación, que finalmente se redujo a 5.9% al cierre del 2022. El encarecimiento del precio de la energía estuvo en línea con el aumento de los commodities que exporta Brasil. Ello también mejoró los términos de intercambio.

Según las proyecciones para los siguientes años, se espera un crecimiento menor alrededor del 1% de crecimiento del PBI a pesar a que se espera una política fiscal más expansiva en línea con el mayor gasto social por parte del nuevo gobierno de Lula da Silva.

3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas¹

Cuadro N° 1
Principales Indicadores Macroeconómicos en Brazil

Indicadores	2019	2020	2021	2022	2023*	2024*
PBI (variación %)	1,22	-3,88	4,62	2,79	1,03	1,91
PBI Percápita (US\$)	8 914	6 841	7 564	8 857	9 572	10 173
Desempleo (variación %)	4,31	4,52	10,06	6,00	4,69	2,98
Inflación (variación %)	11,98	13,78	13,20	9,77	9,46	9,48

Fuente: FMI / Proyectado (*)

Elaboración: PROMPERÚ

a. Producto Bruto Interno Total

El PIB de Brasil creció en 2.79 % durante 2022 y se espera que la economía de Brasil se expanda a una tasa anual media del 1.03% y 1.91% para los siguientes dos años debido al empeoramiento de la economía global y el impacto del incremento de las tasas de interés.

La demanda externa disminuyó como resultado de la caída de los precios de los commodities y al decrecimiento del comercio con las principales economías que comercian con Brasil. Además, las restricciones para el acceso al crédito aumentaron, lo cual afectará el consumo e inversión de cara al 2023. Por ello, se espera que el PBI se expanda en 1.6% promedio anual para los siguientes 5 años.

b. Nivel de empleo

La tasa de desempleo fue del 10.06% durante el año 2021 y decreció a 6.00% al término del 2022. Sin embargo, sobre la base del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística, el desempleo registró su nivel mas bajo desde julio del 2015. Se espera que la tasa de desempleo se disminuya aun mas y alcance alrededor de 4.69%.

c. Inflación²

Durante el 2022, la tasa de inflación se incrementó a 9.7% debido a los altos precios de los alimentos y del combustible debido a las restricciones por el lado de la oferta. Según el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística, los precios de alimentos y de bebidas no alcohólicas se estimaban en 11.6% en diciembre. Las estimaciones de Global Data muestran que la inflación alcanzaría 4.8% y 3.9 para el 2023 y 2024 respectivamente.

3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

El sector primario mantiene su importancia relativa en la economía brasilera con 8.1% de PBI. Por su parte, la participación del sector industrial (ubicadas al noreste y sudeste) se incrementó alcanzando el 22.2% de PBI. El sector servicios representó aproximadamente el 69.8% del PBI al tercer trimestre del 2022 y se concentra principalmente en las ciudades de São Paulo y Río de Janeiro.

El impulso del sector turismo durante los últimos años se evidencia en una participación del 28% en el mercado sudamericano.

¹ Euromonitor: Finlandia country profile. / World Economic Outlook database: October 2022

² Global Data: Macroeconomic Outlook Report: Brazil

3.3. Nivel de Competitividad

El informe Doing Business, elaborado por el Banco Mundial, analiza 10 variables con el objetivo de medir la facilidad para hacer negocios en un país. Se evalúa como la legislación incentiva la creación de empresas y el desarrollo de las mismas.

Según las conclusiones del informe de clasificación global de los datos de Doing Business 2020, las diez economías con mayor puntaje fueron: Nueva Zelanda (86.8), Singapur (86.2), Hong Kong (85.3), Dinamarca (85.3), República de Corea (84), Estados Unidos (84), Georgia (83.7), Reino Unido (83.5), Noruega (82.6) y Suecia (82).

Una normativa sólida y transparente, la aplicación de sistemas electrónicos en la declaración de impuestos, una eficiente transferencia de propiedades y una adecuada concesión de permisos de construcción son características comunes entre las principales economías del ranking. Otra conclusión del reporte muestra que, en los países en desarrollo, el costo de apertura de un negocio ha decrecido desde que el ranking inicio sus publicaciones.

En la región Asia Oriental y Pacífico, el ritmo de las reformas ha disminuido a pasar que es “relativamente fácil” hacer negocios. Pese a ello, cinco economías de la región se encuentran en el top 25 del mundo. Singapur (2), Hong Kong (3), Malasia (12), Taiwán (15) y Tailandia (21) son las principales. Caso contrario se observa en América Latina ya que, salvo Guatemala³, ninguna economía mostró mejoras y tampoco se ubicaron en el top 50 del ranking. Chile y México se encuentran en el puesto 59 y 60 respectivamente.

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de Doing Business 2020, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, para países comparables.

Cuadro N°2
Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2020

Criterios	Brazil	Perú	Argentina	Uruguay	Paraguay	Bolivia	Colombia
Facilidad de hacer negocios	124	76	126	101	125	150	67
Apertura de un negocio	138	133	141	66	160	175	95
Manejo de permisos de construcción	170	65	155	151	75	139	89
Obtención de electricidad	98	88	111	65	109	96	82
Registro de propiedades	133	55	123	119	80	148	62
Obtención de crédito	104	37	104	80	132	144	11
Protección al inversor	61	45	61	153	143	136	13
Pago de impuestos	184	121	170	103	126	186	148
Comercio transfronterizo	108	102	119	150	128	100	133
Cumplimiento de contratos	58	83	97	104	72	109	177
Resolución de Insolvencia	77	90	111	70	105	103	32

Fuente: Doing Business 2020. Banco Mundial

³ Mejoró su posición del puesto 98 al 96.

4. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1. Intercambio Comercial de Brasil con el Mundo

El valor de los bienes exportados por Brasil aumentó aproximadamente una quinta parte durante el año 2022, sustentada en exportaciones de los sectores químicos y minería no metálica. El saldo comercial brasileño viene registrando tradicionalmente resultados positivos. Según los datos publicados por el Ministerio de Industria, Comercio Exterior y Servicios (MDIC), Brasil cerró el 2022 con un superávit de cerca de 61.8 millones de dólares, en línea con el valor registrado en 2021 pero en un contexto de fuerte crecimiento de las exportaciones (19.1%) e importaciones (24.3%) respecto a 2021.

Las exportaciones de manufacturas de los sectores químicos y minería no metálica son las más importante de Brasil durante el 2022, ya que representaron el 17.9 % del valor total de las exportaciones al país. En este contexto de costos logísticos a niveles pre Covid-19, se está incentivando mayores servicios para incentivar el comercio exterior entre países de la región.

Cuadro N° 3
Intercambio Comercial de bienes Brasil – Mundo
(Cifras en millones de US\$)

Información Comercial de Brasil							
Indicadores	2018	2019	2020	2021	2022	Var % 2022/2021	Var% Prom. 2022/2018
Exportaciones	239 889	223 999	209 180	280 815	334 463	19,1	8,7
Importaciones	181 231	177 341	158 787	219 408	272 702	24,3	10,8
Balanza Comercial	58 659	46 657	50 393	61 407	61 761	0,6	-----
Intercambio Comercial	421 120	401 340	367 967	500 223	607 165	21,4	9,6

Fuente: Trade Map - Elaboración: PROMPERÚ

4.2. Intercambio Comercial de Brasil con el Perú

El comercio de bienes entre Perú y Brasil creció en 27.8% en 2022, llegando a US\$ 5 463 millones. Este comercio cambió de tendencia desde el año del inicio de pandemia. Además, en el último quinquenio, las exportaciones peruanas a Brasil mostraron un efecto rebote post pandemia de 47.2% al 2021 y durante 2022 los envíos totalizaron US\$ 1 624 millones. Este comportamiento en las exportaciones peruanas está relacionado con las mayores ventas de minerales como el cobre, el zinc y petróleo. Las exportaciones de petróleo y antracita fueron récord (US\$ 259 millones y US\$ 31 millones, respectivamente). También se incrementó la exportación de químicos en un +43,6%.

Cuadro N° 4
Intercambio Comercial Perú - Brasil
(Cifras en millones de US\$)

Información Comercial de Brasil							
Indicadores	2018	2019	2020	2021	2022	Var % 2022/2021	Var% Prom. 2022/2018
Exportaciones	1 720	1 442	765	1,141	1 624	42,3	- 1,4
Importaciones	2 284	2 290	1 861	3,149	3 839	21,9	13,9
Balanza Comercial	-564	-848	- 1 096	-2008	-2 216	-----	-----
Intercambio Comercial	4 003	3 733	2 625	4,290	5 463	27,3	8,1

Fuente: SUNAT - Elaboración: PROMPERÚ

Según el cuadro No 5, las exportaciones tradicionales han tenido una variación importante, con un crecimiento de 49.7 % debido a que se registraron mayores envíos de productos de cobre (US\$ 389.5 millones / +11.4 %) además de los envíos zinc (US\$ 310.8 millones / +26.7 %).

Por otra parte, las exportaciones por sectores muestran un crecimiento de las exportaciones no tradicionales en 28.8%. Este incremento es consecuencia de mayores colocaciones de productos del sector químico (US\$ 155.5 millones / +42.9%) y minero no metálico (US\$ 134.7 millones / +41.5%).

Cuadro N° 5

Exportaciones por Sectores Económicos (Cifras en millones de US\$)			
Sector	2021	2022	Var, % 22/21
TOTAL TRADICIONAL	733,3	1 098,1	49,7
MINEROS	659,8	744,9	12,9
Cobre	349,6	389,5	11,4
Plata	59,8	41,2	-31,0
Plomo	4,9	3,4	-31,9
Zinc	245,2	310,8	26,7
PESQUERO	6,2	7,1	14,4
Harina de pescado	0,2	0,5	134,1
Aceite de pescado	6,0	6,6	10,2
PETRÓLEO Y GAS NATURAL	67,3	346,0	414,3
Petróleo crudo	46,8	259,0	453,7
Petróleo y derivados	20,5	87,0	324,3
TOTAL NO TRADICIONAL	408,0	525,6	28,8
Agropecuario	64,0	75,0	17,2
Textil	59,0	71,1	20,4
Pesquero	14,1	15,5	10,0
Químico	108,8	155,5	42,9
Metal-mecánico	22,5	21,9	-2,6

Sidero-metalúrgico	39,1	45,8	17,0
Minería no metálica	95,2	134,7	41,5
Artesanías	0,8	0,1	-83,7
Maderas y papeles	0,0	0,0	-99,5
Varios (inc, joyería)	4,5	6,2	36,6
TOTAL	1 141,4	1 623,7	42,3

Fuente: SUNAT - Elaboración: PROMPERÚ

Como se observa en el cuadro No 6, destacan productos no tradicionales de los sectores agro, químico y minero no metálico hacia Brasil. Los primeros 3 productos no tradicionales exportados al mercado brasilero representan el 33.8% de participación mientras que los top 5 productos mostrados representan el 44.0%

Los productos más dinámicos exportados a Brasil fueron las camisetas interiores, las uvas frescas y los neumáticos radiales que registraron crecimientos de 671.8%, 615.5% y 361.8% respectivamente.

Cuadro N°6

Brasil: Principales productos no tradicionales (Cifras en millones de US\$)								
Nro.	Partida	Descripción	2018	2019	2020	2021	2022	Var %
1	2510100000	Fosfatos de calcio naturales	51,4	86,8	26,8	76,8	98,9	28,8
2	2815120000	Hidróxido de sodio en disolución acuosa	31,4	12,0	8,8	15,1	45,9	203,9
3	2005700000	Aceitunas preparadas o conservadas	13,7	25,3	23,5	19,9	32,8	65,1
4	2835250000	Hidrógeno ortofosfato de calcio	17,6	12,3	14,6	15,8	22,1	40,0
5	7214200000	Barra de hierro o acero sin alear	0,2	0,0	0,0	-----	15,4	-----
6	2817001000	Óxido de cinc	10,6	12,2	11,4	14,9	15,2	1,7
7	3920620000	Las demás placas, láminas, hojas y tiras de politereftalato de etileno	18,0	15,9	23,2	14,8	12,7	-13,9
8	6109100039	Los demás t-shirts de algodón	13,7	14,5	13,5	11,5	12,6	10,2
9	3205000000	Lacas colorantes	10,5	7,9	7,0	7,8	11,2	42,5
10	6109100031	T-shirt de algodón para hombres o mujeres	8,7	9,2	6,1	10,9	10,5	-3,7
		Otros	224	214	173	220	248	12,6
		Total	399	410	308	408	526	28,8

Fuente: SUNAT - Elaboración: PROMPERÚ

5. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias

Brasil integra el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) junto con Argentina, Paraguay y Uruguay y adopta el Arancel Externo Común (AEC), el cual fue implementado el 1 de enero de 1995. Ese mismo año Brasil implementó la Nomenclatura Común del Sur (NMC) que es consistente con el Sistema Armonizado para la clasificación arancelaria.

Al formar parte del MERCOSUR, las operaciones que se llevan a cabo entre los países miembros se encuentran libres de aranceles. No obstante, si el producto proviene de un país externo, los derechos de importación se recaudan en base al CIF. La mayoría de productos importados desde terceros países se suelen encontrar afectados por un arancel entre el 10% y 35%. Cabe señalar que el Ministerio de Industria, Comercio Exterior y Servicios de Brasil brinda una lista actualizada de cada producto con su correspondiente Arancel Externo Común (AEC).⁴

A continuación, se detallan algunos de los principales productos importados por Brasil desde Perú, con los respectivos aranceles que este país le aplica a nuestro país y al mundo. También se muestran los competidores para cada producto:

Cuadro N° 7

Brasil: Preferencias arancelarias para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	2510100000	Fosfatos de calcio naturales	1	Perú (53,2 %) Jordania (23,5 %) Marruecos (14,5 %)	0.0%	0.0%
2	2815120000	Hidróxido de sodio en disolución acuosa	3	Estados Unidos (86,2 %) China (6,9 %) Perú (4,3 %)	8.0%	0.0%
3	2005700000	Aceitunas preparadas o conservadas	2	Argentina (53,2 %) Perú (26,9 %) España (10,7 %)	14.0%	0.0%
4	2835250000	Hidrógeno ortofosfato de calcio	3	Federación Rusa (39,7 %) Australia (32,9 %) Perú (9,4 %)	0.0%	0.0%
5	7214200000	Barra de hierro o acero sin alear	8	Turquía (99,0 %)	12.0%	0.0%
6	2817001000	Óxido de cinc	1	México (28,7 %) Canadá (7,5 %) Turquía (5,0 %)	6.0%	0.0%

⁴ <https://www.gov.br/produtividade-e-comercio-externo/pt-br>

7	3920620000	Las demás placas, láminas, hojas y tiras de politereftalato de etileno	2	China (19,9 %) Tailandia (13,2 %) Estados Unidos (7,6 %)	0.0%	0.0%
8	6109100039	Los demás t-shirts de algodón	1	Bangladesh (19,0 %) China (12,8 %) Turquía (6,2 %)	35.0%	0.0%
9	3205000000	Lacas colorantes	1	Estados Unidos (10,4 %) India (3,4 %) México (3,2 %)	0.0%	0.0%
10	6109100039	Los demás t-shirts de algodón	1	Bangladesh (19,0 %) China (12,8 %) Turquía (6,2 %)	35.0%	0.0%

Fuente: Market Access Map - Elaboración:
PROMPERÚ

5.2. Medidas No Arancelarias

El uso de licencias de importación por parte de Brasil tiene como finalidad un uso estadístico y un control regulatorio de las importaciones. Además, de manera general no se exige el trámite de las licencias para el despacho de importaciones, aunque existen cierto tipo de mercaderías que lo requieren de forma obligatorio. Luego, hay tres tipos de regímenes administrativos según las características de importación⁵.

Importaciones dispensadas de licencias de importación: Importadores solo deben presentar la Declaración de Importación en el Sistema Integrado de Comercio Exterior (SISCOMEX) con la finalidad de iniciar el despacho aduanero.

Importaciones sujetas a licencias automáticas: Se encuentran afectos aquellos productos especificados en el "Tratamiento Administrativo" de SISCOMEX y los que se encuentran en el régimen aduanero especial del drawback. Estas licencias se otorgan en un plazo máximo de 10 días.

Importaciones sujetas a licencias no automáticas: Los productos que se encuentran bajo este tipo de licencias son aquellos que se consideran perjudiciales para la integridad de las personas, los animales y/o preservación de los vegetales. Este tipo de licencias se entregan como máximo en 60 días calendario. Los distintos bienes sujetos a licencia o prohibición de importación se pueden obtener en el siguiente link: <http://bit.ly/2j6P6f3>.

Cabe señalar que llevar a cabo las importaciones sin la licencia genera una penalización equivalente al 30% del valor en aduana de la mercadería. Asimismo, existe una penalización entre el 10 y 20% si los productos se envían después que haya expirado la licencia de importación.

Existen otros dos tipos de impuestos en el comercio de ciertos bienes en Brasil y son los siguientes⁶:

Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI): Este impuesto es aplicado a las empresas locales e importadoras durante el despacho en aduanas. No obstante, no se considera como un costo para el importador dado que el valor del impuesto es devuelto una vez que el producto es vendido al consumidor final. La tasa de este impuesto varía en el rango de 0% hasta 15%.

Impuesto a la Circulación de Mercaderías y Servicios (ICMS): Este impuesto se caracteriza por ser del tipo de valor añadido y es aplicable tanto a los importadores como a los productores locales. Este impuesto es aplicado ad valorem

⁵ PDM – MINCETUR - Brasil

⁶ International Trade Administration - Knowledge Product Brazil - Market Overview

del valor CIF, se añade el arancel y el IPI. De manera similar que el IPI, el ICMS no representa un costo para el importador dado que se devuelve al importador cuando se vende al consumidor final.

6. Oportunidades Comerciales⁷

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

El Acuerdo de Complementación Económica (ACE) N° 58 entre Perú y los Estados Parte del Mercosur como es el caso de Brasil se suscribió el 30 de diciembre del 2005 y entró en vigencia el 2 de enero del 2006. Este ACE busca establecer un marco jurídico e institucional que contribuya a un espacio económico ampliado con el fin de facilitar la libre de circulación de bienes y servicios.

En cuanto a los beneficios de este Acuerdo de Complementación Económica se encuentra que busca establecer un marco jurídico e institucional que contribuya en la generación de un espacio económico ampliado con la finalidad de conseguir una libre circulación de bienes y servicios entre Perú y los estados miembros del Mercosur.

6.2. Productos con Potencial Exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, en Brasil. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

A continuación, se presenta una lista de potenciales productos peruanos, de los sectores agro, textil, pesca y manufacturas diversas, para la exportación hacia Brasil.

Cuadro N° 8

Brasil: Productos no tradicionales con potencial exportador Sector Agro					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2022 (US\$ Millones)	Arancel Perú	Principales competidores (% Part.)
220299	Bebidas no alcohólicas	ESTRELLA	193,6	0,0%	Austria (90,8 %) Suiza (8,0 %) México (0,4 %)
200570	Aceitunas, preparadas o conservadas	ESTRELLA	120,3	0,0%	Argentina (53,2 %) España (26,9 %) Egipto (7,9 %)
071333	Judías	ESTRELLA	51,8	0,0%	Argentina (94,7 %) Bolivia (4,2 %) Paraguay (0,6 %)

⁷ www.acuerdoscomerciales.gob.pe

180320	Pasta de cacao	ESTRELLA	47,3	0,0%	Indonesia (50,2 %) Costa de Marfil (33,7 %) Ghana (6,7 %)
180500	Cacao en polvo sin adición de azúcar	ESTRELLA	40,2	0,0%	Uruguay (26,3 %) Canadá (18,7 %) Países Bajos (14,7 %)

Fuente: Market Access Map - Elaboración: PROMPERÚ

Los envíos de productos peruanos del sector agro sumaron US\$ 75 millones durante el 2022. Las exportaciones de productos del sector agro no tradicional representaron el 4.6% del total durante el año 2022 donde destacan los envíos de aceitunas, orégano, tara en polvo, espárragos, aceite de palma, quinua, etc.

Es sector agro es el tercero en importancia con respecto a las exportaciones de producto no tradicionales a Brasil, después del sector químico y el minero no metálico.

Los consumidores en Brasil se preocupan por la obesidad y el control del colesterol. Buscan dietas con productos naturales y productos frescos libre de pesticidas. También buscan productos con bajo contenido de azúcar, gluten, glutamato, lactosa, y aditivos químicos. Prefieren alimentos "funcionales", que reduzcan el estrés, mejoren del estado de ánimo, disminuyan la fatiga y mejoren la apariencia. El etiquetado de alimentos representa una herramienta importante en la comunicación de la empresa.

En línea con lo anterior, se evidencia un aumento la demanda de alimentos naturales y orgánicos. La exigencia del gobierno de Brasil es que todos estos productos tengan la CERTIFICACIÓN ORGANICA BRASIL. Así mismo, la Política Nacional de Alimentación y Nutrición (PNAN) recomienda consumir variedades de cereales.

Cuadro N° 9

Brasil: Productos no tradicionales con potencial exportador Sector Manufacturas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2022 (US\$ Millones)	Arancel Perú	Principales competidores (% Part.)
281512	Soda cáustica	ESTRELLA	1048,1	0,0%	Estados Unidos (86,2 %) China (6,9 %)
380892	Fungicidas	ESTRELLA	745,1	0,0%	Colombia (20,6 %) India (19,3 %) Reino Unido (14,2 %)
390110	Polietileno	ESTRELLA	697,5	0,0%	Estados Unidos (64,4 %) Argentina (10,8 %) Canadá (7,6 %)
392690	Artículos de plástico y manufacturas de las demás materias de las partidas 3901 a 3914	ESTRELLA	694,8	0,0%	China (27,5 %) Estados Unidos (18,9 %) Alemania (10,6 %)
701090	"Bombonas ""damajuanas"" , botellas, frascos, bocales, tarros, envases tubulares y demás recipientes	ESTRELLA	238,4	0,0%	Argentina (15,6 %) Costa Rica (12,9 %) Países Bajos (10,3 %)

Fuente: Market Access Map - Elaboración: PROMPERÚ

Con respecto al sector manufacturas, destacan los envíos de lejías, óxido de cinc, hojas y tiras de poli tereftalato de etileno, lacas colorantes, carmín de cochinilla, ácidos orto bóricos, etc. Los productos mencionados corresponden al sector químico no tradicional que representa el 9.6% de las exportaciones no tradicionales a Brasil y que durante el 2022 sumó US\$ 155 millones.

El segundo sector en importancia es el minero no metálico, donde destacan los envíos de fosfatos de calcio naturales, antracitas, frascos de vidrio, andalucitas, placas y baldosas, vidrios de seguridad, cemento portland, etc. Dicho sector representa el 8.3% de los envíos a Brasil y el sector sumó 135 millones durante el 2022.

Con respecto a la sublima de proveedores a la minería, se priorizan el desarrollo de proyectos que tengan licenciamiento ambiental, considerando bases sustentables, conciliando el desarrollo económico con la responsabilidad ambiental y social. Se busca equipamientos y maquinarias que mejoren sus procesos productivos, especialmente en lo que respecta a la seguridad de las personas y el medio ambiente.

En el mercado de autopartes, se observa que vienen aumentando la venta al sector OEM (Original Equipment Manufacturer), es decir venta de autopartes a fabricas o montadoras instaladas en Brasil. También existe un mercado de más de 75,8 millones de autos usados que demandan autopartes.

El uso de internet para vender más, es una de las mayores tendencias en el sector de materiales y acabados para la construcción. Apostar por el comercio electrónico es una salida para las tiendas de materiales de construcción, especialmente para llegar a los consumidores que se sienten inseguros de salir de sus casas.

La innovación, inversión en ciberseguridad y procesos automatizados, permiten el desarrollo de estrategias y la transformación de procesos más seguros. La adaptación a la Industria 4.0 ha ganado cada vez más fuerza. Se estima que las empresas actualicen su software y adquieran nueva maquinaria con los recursos tecnológicos disponibles, con el fin de optimizar su producción y encajar en los cambios del mercado.

Cuadro N° 10

Brasil: Productos no tradicionales con potencial exportador Sector Pesca					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2022 (US\$ Millones)	Arancel Perú	Principales competidores (% Part.)
030474	Filetes congelados de merluza	ESTRELLA	85,9	0,0%	Argentina (89,9 %) Ecuador (2,9 %) China (2,9 %)
160420	Preparaciones y conservas de pescado	ESTRELLA	21,9	0,0%	Ecuador (32,2 %) Portugal (23,7 %) Tailandia (13,3 %)
030743	Pescado y calamar, congelados	ESTRELLA	17,1	0,0%	China (46,9 %) Argentina (12,2 %) Uruguay (1,3 %)
160414	Preparaciones y conservas de atún y bonito	PROMETEDOR	9,9	0,0%	Ecuador (71,6 %) Tailandia (15,2 %) China (9,1 %)
030389	Pescado congelado	ESTRELLA	9,5	0,0%	Uruguay (36,5 %) Taipéi (32,3 %) Singapur (6,5 %)

Fuente: Market Access Map - Elaboración: PROMPERÚ

Los envíos de productos peruanos del sector pesca sumaron US\$ 15 millones durante el 2022. Las exportaciones de productos del sector pesca no tradicional representaron aproximadamente el 1.0% del total durante el año 2022 donde sobresalen principalmente los envíos de calamares, merluzas, conservas, truchas, caballas y vieiras.

En Brasil, más del 60% de consumo de productos pesqueros es importado. Con un consumo per cápita de pescado creciendo de 6.6 Kg. a 14.4 Kg. Perú participa de este crecimiento con productos congelados como la pota, merluza, perico, caballa y tiburón azul. Productos “semipreparados” congelados son tendencia.

Cuadro N° 11

Brasil: Productos no tradicionales con potencial exportador Sector Textil					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2022 (US\$ Millones)	Arancel Perú	Principales competidores (% Part.)
610620	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres	ESTRELLA	41,2	0,0%	China (48,9 %) Bangladesh (32,2 %) Paraguay (13,1 %)
611120	Prendas y complementos de vestir, de punto, de algodón, para bebés	ESTRELLA	31,1	0,0%	China (32,8 %) Camboya (25,9 %) Myanmar (9,4 %)
610342	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos	ESTRELLA	26,6	0,0%	China (53,5 %) Pakistán (12,6 %) Camboya (8,0 %)
611430	Prendas de vestir especiales, para usos específicos	ESTRELLA	18,1	0,0%	China (62,6 %) Bangladesh (8,0 %) Sri Lanka (7,0 %)
620442	Vestidos de algodón, para mujeres o niñas	ESTRELLA	14,8	0,0%	India (50,8 %) China (25,1 %) Marruecos (6,8 %)

Fuente: Market Access Map - Elaboración:
PROMPERÚ

Los envíos de productos peruanos textiles sumaron US\$ 71 millones y representó el 4.4% de las exportaciones peruanas a Brasil durante el año 2022.

Los principales productos exportados a Brasil fueron los demás t-shirts de algodón para hombres y mujeres (US\$ 12.6 millones); t-shirts de algodón para hombres y mujeres de un solo color (US\$ 10.5 millones); las demás camisas de punto de algodón (US\$ 5.1 millones); fibras acrílicas o modacrílicas cardadas para hilaturas (US\$ 6.2 millones) y camisas de punto de algodón (US\$ 5.2 millones).

En 2022, Perú exportó prendas de vestir por US\$ 1 396 millones, siendo Brasil el 5º mercado más importante (4% del total) después de Estados Unidos, UE, Chile y Canadá. La exportación de prendas a Brasil creció 12,3% en 2022. Perú también destaca como el 6º mayor proveedor de prendas de vestir de Brasil (3% del total) después de China (52%), Bangladesh (9%), Vietnam (5%), Paraguay (5%) y Turquía (3%). Brasil registró 97 proveedores de prendas de vestir durante el 2022⁸.

El consumidor está interesado en consumir las industrias que estén alineadas a temas sociales y ambientales en su cadena productiva. Las empresas que logran diversificar su ecosistema fortalecerán su presencia y liderazgo frente a otras que se encuentran estancadas en los modelos comerciales tradicionales.

⁸ MINCETUR - VMCE - DGIECE

La vestimenta “Tailormade” o hecho a medida es una tendencia en donde las empresas masivas vienen ajustando su modelo de negocio debido a la reducción del inventario.

Las confecciones peruanas de algodón, son consideradas en el mercado brasilero como un producto premium, principalmente por el algodón pima, considerado material de alta calidad. Las principales tiendas y marcas del segmento A-B realizan campañas de marketing de sus vestimentas de algodón, con el concepto “FEITO NO PERU” o FEITO CON ALGODÃO PERUANO (Hecho con algodón peruano).

7. Tendencias del Consumidor⁹

Euromonitor en su reporte “Las 10 principales tendencias globales de consumo para 2023” identifica nuevos hábitos de los consumidores como el gasto emocional, la digitalización, la igualdad femenina y una Generación Z disruptiva. Los factores que definirán las tendencias globales de consumo en 2023 se pueden dividir en las siguientes:

Automatización auténtica: Se presta más atención a las reacciones emocionales y como la tecnología puede ayudar a las interacciones personales. Se busca mayor sincronización entre ambas para mejorar la experiencia.

Presupuesto limitado: Durante el 2022, el 75% de los consumidores planea disminuir el gasto total debido al incremento del costo de vida. Ahorrar es una prioridad.

Controlar el scroll: Se evidencia selectividad en la información que se consume y eficiencia en el tiempo que se dedica a ello.

Eco económicos: Se valora la reducción de la energía y el impacto en el planeta al momento de decidir una compra. El driver del consumo tiene mas que ver con la reducción que con la adquisición.

Que comience el juego: De nicho se convirtió en segmento con oportunidad en mercado masivo debido a la trascendencia generacional del entretenimiento.

Aquí y ahora: Se incrementa la tendencia del compre ahora y pague después por la reducción en las presiones al gastar en “felicidad”. La “alegría” es un motivador de compra.

Rutinas revividas: El 39% de los consumidores realizarían sus actividades en persona durante los próximos cinco años. El efecto post pandemia impulsa a los consumidores a “redescubrir el mundo”.

Ascensión femenina: La equidad de género, así como los temas de inclusión y justicia social están a la vanguardia de las decisiones de compra de las mujeres.

Los prósperos: El 53% de los consumidores establecen límites entre el trabajo y la vida personal, priorizando las necesidades personales debido al agotamiento generado por una vida caótica.

Joven y disruptivo: La Generación Z es inmunes a la publicidad tradicional. Ponderan más la autenticidad y el impacto social.

8. Cultura de Negocios

Tener conocimiento sobre la cultura de un país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y consideración que suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo.

⁹ Euromonitor 2023

Al contar con una diversidad de comunidades de distintos orígenes, las normas de protocolo en los negocios son generalmente flexibles.

Se prefieren llevar las negociaciones con miembros del mismo nivel de jerarquía dentro de la organización.

Es habitual saludar con diciendo “¿como vai?” (¿cómo estás?) o “¿tudo bem?” (¿todo bien?), seguido de un apretón de manos con el Senhor (Señor) y un beso en mejilla con la Senhora (Señora).

No se suele mencionar los títulos académicos (Doctor, director, Ingeniero) como en otros países de América Latina.

Se debe evitar temas como la deforestación, la pobreza y en general comparaciones con Argentina, aunque son muy abiertos en varios temas. Por otro lado, temas como el fútbol y la música (samba y bossa nova) generan otros temas de conversación.

9. Links de Interés

Cuadro N° 12

Entidad	Enlace
Aduana del Brasil	https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/assuntos/aduana-e-comercio-exterior
Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones	http://www.apexbrasil.com.br
Asociación de Comercio Exterior de Brasil	http://aeb.org.br/
Banco Central de Brasil	https://www.bcb.gov.br/
Instituto Brasileño de Geografía y Estadística	https://www.ibge.gov.br/
Ministerio de Hacienda	http://www.fazenda.gov.br/
Ministerio de Industria, Comercio Exterior y Servicios	http://www.mdic.gov.br/
Ministerio de Relaciones Exteriores	http://www.itamaraty.gov.br/es/

10. Eventos Comerciales

Cuadro N° 13

Evento	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Bio Brazil Fair 2023	Alimentos	Sao Paulo	Del 14 al 17 de junio 2023	https://biobrazilfair.com.br/
AGRISHOW 2023	Alimentos	Sao Paulo	Del 01 al 05 de mayo 2023	www.agrishow.com.br

FIAAP, VICTAM & GRAPAS International 2023	Pesca	Sao Paulo	Del 03 al 05 de octubre 2023	https://victam.com/home/i/190
Pesca & Companhia Trade Show 2023	Pesca	Sao Paulo	Del 23 marzo al 25 de marzo 2023	https://pescatradeshow.com.br/
FEBRATEX 2024	Manufacturas	Blumenau	Del 20 al 23 de agosto 2024	https://febratex.com.br/
GO TEX SHOW 2023	Manufacturas	Sao Paulo	Del 12 al 14 de septiembre 2023	https://gotexshow.com.br/
FITMATEXIL	Manufacturas	Santa Catarina	Del 08 al 11 de agosto 2023	https://www.viaapiaeventos.com/
Maquintex 2023	Manufacturas	Fortaleza	Del 12 al 14 de septiembre 2023	https://maquintex.com.br/

Fuente: Auma

Elaboración: PROMPERÚ

11. Bibliografía

Trademap

www.trademap.org

Euromonitor International

www.euromonitor.com

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Perú

www.sunat.gob.pe

CIA, The World Factbook

www.cia.gov

Fondo Monetario Internacional (FMI)

www.imf.org

Global Trade

<http://www.gtis.com/GTA/>

Market Access Map

www.macmap.org

Doing Business

www.doingbusiness.org

Acuerdos Comerciales del Perú

www.acuerdoscomerciales.gob.pe