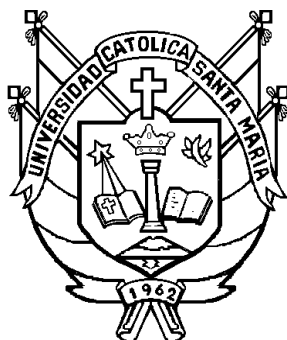


# UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Facultad de Ciencias Económico Administrativas  
Escuela Profesional de Ingeniería Comercial



**“IMPACTO DEL ACUERDO COMERCIAL EN LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO  
DE LA REGIÓN AREQUIPA CON EL MERCADO DE BRASIL, 2009-2014”**

**TESIS PRESENTADA POR LAS BACHILLERES:**

Diandra Alessandra Valencia Gutiérrez

Stephanie Aida Gallegos Berrocal

**Para optar el Título Profesional de:**

**INGENIERO COMERCIAL.**

**AREQUIPA - PERU**

**2016**

**TITULO DE TESIS**

**“IMPACTO DEL ACUERDO COMERCIAL EN LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO  
DE LA REGIÓN AREQUIPA CON EL MERCADO DE BRASIL, 2009-2014”**



## DEDICATORIA

Queremos dedicarle este trabajo a Dios que nos ha dado la vida y la fortaleza para terminar este proyecto de investigación y ser nuestro eterno guía.

A nuestros padres por ser esa columna vertebral llena de amor, comprensión y por su apoyo incondicional.

A nuestros hermanos para que vean en nosotros un ejemplo a seguir.

Porque todo final es un nuevo comienzo y a su lado es un Gusto terminar y volver a empezar..... Para siempre triunfar.

## MIEMBROS DEL JURADO

### **PRESIDENTE DEL JURADO:**

Dr. Mario Oswaldo Siles Neyra

### **MIEMBROS DEL JURADO:**

Dr. Luis Vargas Espinoza

Econ. Víctor Quispe Velásquez



## INDICE

### Contenido

INTRODUCCIÓN .....	12
RESUMEN .....	14
SUMMARY .....	17
CAPITULO I .....	20
ASPECTOS GENERALES Y OPERATIVOS DE IMPORTACIÓN DEL MERCADO DE BRASIL .....	20
<b>1.1</b> <b>Panorama Económico y Político .....</b>	20
<b>1.1.1</b> <b>Población y geografía .....</b>	20
<b>1.1.2</b> <b>Análisis de la Economía.....</b>	21
<b>1.1.3</b> <b>Análisis de los principales sectores económicos .....</b>	22
<b>1.1.4</b> <b>Análisis de competitividad .....</b>	22
<b>1.1.5</b> <b>Acceso a Mercados.....</b>	23
<b>1.1.5.1</b> <b>Medidas Arancelarias .....</b>	23
<b>1.1.5.2</b> <b>Medidas No Arancelarias .....</b>	24
<b>1.1.5.3</b> <b>Tendencias del consumidor .....</b>	25
<b>1.1.5.4</b> <b>Cultura de negocios.....</b>	26
<b>1.2</b> <b>Acuerdos comerciales.....</b>	27
<b>1.2.1</b> <b>Acuerdo de Complementación Económica Perú Mercosur .....</b>	27
<b>1.2.2</b> <b>Acuerdo de Complementación Económica Brasil - CAN.....</b>	28
<b>1.3</b> <b>Regulaciones, normas ambientales y requerimientos.....</b>	29
<b>1.3.1</b> <b>Etiquetado.....</b>	31
<b>1.3.2</b> <b>Prohibiciones .....</b>	31
<b>1.3.3</b> <b>Distribución.....</b>	32
<b>1.3.4</b> <b>Contratos de Distribución.....</b>	32
<b>1.3.5</b> <b>Canales de importación y distribución .....</b>	32
<b>1.3.6</b> <b>Esquemas de negocios .....</b>	32
<b>1.3.7</b> <b>Técnicas de mercadeo .....</b>	33
<b>1.4</b> <b>Operaciones de Importación en el Mercado de Brasil .....</b>	33
<b>1.4.1</b> <b>Requisitos administrativos exigidos para la importación de mercancías.....</b>	33

1.4.2	<b>Gravámenes a la importación .....</b>	<b>35</b>
1.4.3	<b>Despacho de importación .....</b>	<b>37</b>
1.4.4	<b>Regímenes Aduaneros Especiales .....</b>	<b>38</b>
1.5	<b>Tránsito aduanero.....</b>	<b>38</b>
CAPÍTULO II .....		41
LAS RELACIONES ECONÓMICAS ENTRE PERU Y BRASIL DESPUÉS DE LA FIRMA DEL ACE N° 58.		41
2.1	<b>Acuerdo de Complementación Económica entre Perú y los Estados Parte del MERCOSUR (Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay) .....</b>	<b>41</b>
2.2	<b>Análisis de Indicadores con relevancia en los posibles efectos del ACE N° 58 entre Perú y el MERCOSUR .....</b>	<b>42</b>
2.2.1	<b>Principales indicadores económicos de Perú y Brasil .....</b>	<b>43</b>
2.2.2	<b>Evolución del Tipo de Cambio de Perú y Brasil .....</b>	<b>45</b>
2.2.2.1	<b>Tipo de Cambio del Nuevo sol y el Real frente al Dólar .....</b>	<b>45</b>
2.2.2.2	<b>Tipo de Cambio del Nuevo Sol frente al Real .....</b>	<b>46</b>
2.2.3	<b>Acuerdos Comerciales suscritos por Perú y Brasil con otros países.....</b>	<b>48</b>
2.2.3.1	<b>Acuerdos Económicos suscritos por Perú .....</b>	<b>48</b>
2.3	<b>Efectos del ACE N° 58 Perú – MERCOSUR en el flujo Comercial, 2009-2014 .....</b>	<b>53</b>
2.3.1.1	<b>Balanza Comercial de Perú.....</b>	<b>54</b>
2.3.1.2	<b>Evolución de las Exportaciones peruanas al exterior .....</b>	<b>55</b>
2.3.1.2.1	<b>Exportaciones Peruanas por sector .....</b>	<b>56</b>
2.3.1.3	<b>Evolución de las Importaciones al exterior .....</b>	<b>57</b>
2.3.1.3.1	<b>Importaciones Peruanas por tipo de sector .....</b>	<b>58</b>
2.3.2	<b>Perú con Brasil.....</b>	<b>60</b>
2.3.2.1	<b>Participación de las exportaciones peruanas a Brasil respecto a las exportaciones del mundo .....</b>	<b>60</b>
2.3.2.2	<b>Resultados del Comercio Bilateral antes del ACE N° 58 .....</b>	<b>62</b>
2.3.3	<b>Análisis de las Exportaciones Peruanas a Brasil .....</b>	<b>63</b>
2.3.3.1	<b>Exportaciones hacia Brasil en relación con las Exportaciones al Mundo</b>	<b>63</b>
2.3.3.2	<b>Exportaciones a Brasil por sectores productivos .....</b>	<b>64</b>
2.3.3.2.1	<b>Exportaciones por Sector .....</b>	<b>65</b>
2.3.3.2.2	<b>Exportaciones a Brasil por empresas .....</b>	<b>66</b>
2.3.3.2.3	<b>Exportaciones por partida arancelaria .....</b>	<b>69</b>
2.3.3.2.4	<b>Evolución de los Partidas Exportadas a Brasil.....</b>	<b>70</b>
2.3.4	<b>Análisis de las Importaciones de Perú desde el mercado de Brasil .....</b>	<b>72</b>

2.3.4.1 Importaciones desde Brasil con relación a las Importaciones desde el Mundo.....	72
2.3.4.2 Importaciones desde Brasil por Actividad Económica .....	73
2.3.4.3 Importaciones por Empresas y Productos .....	74
2.3.4.3.1 Importaciones por Empresas.....	74
2.3.4.3.2 Importaciones por Productos.....	77
2.4.2.3 Evolución de las Exportaciones de Arequipa al Mundo.....	79
2.4.2.4 Exportaciones hacia Brasil por empresa y producto desde Arequipa ....	80
2.4.2.4.1 Exportaciones Por Empresas.....	80
2.4.2.4.2 Exportaciones por partida arancelaria .....	83
2.4.2.5 Conclusiones.....	88
CAPÍTULO III .....	89
IMPACTOS ECONOMICOS DE LA VIA INTEROCEÁNICA Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EN LA REGIÓN AREQUIPA EN EL MARCO DEL ACE N° 58 .....	89
3.1 Impacto en la producción regional y macro regional.....	89
3.1.1 Capacidad productiva .....	90
3.1.2 Vocación productiva Región Arequipa:.....	90
3.1.3 Cadenas Productivas:.....	91
3.1.4 El conocimiento como eje de consolidación de valor .....	91
3.2 Impacto en la Logística para el Comercio Exterior .....	92
3.2.1 Logística integrada competitiva .....	93
3.2.1.1 Distribución Física Internacional en la Zona de Influencia .....	95
3.2.1.2 Dificultades fronterizas experimentadas en el Intercambio Comercial .	97
3.3 Impacto en el contexto de mercado .....	100
3.4 Impacto en la Integración económica.....	102
3.5 Impacto en medidas sanitarias y en barreras no arancelarias .....	105
3.6 Identificación de la Oferta Exportable en los mercados de Acre y Rondonia .	112
3.6.1 Mercado de Acre .....	112
3.6.1.1 Intercambio Comercial entre el Estado de Acre y el Mundo.....	112
3.6.1.2 Zona de fomentación de exportaciones del Estado de Acre .....	115
3.6.2 Mercado de Rondonia .....	115
3.6.2.1 Intercambio Comercial entre el Estado de Rondonia y el Mundo .....	116
3.7 Oportunidades de Negocio en la región Arequipa en el contexto del ACE N° 58 .....	120
3.7.1 Análisis de viabilidad económica.....	120

3.7.2 Análisis de viabilidad comercial .....	121
3.7.2.1 Identificación de Sectores productivos como Oportunidades de Negocio en los mercados de Acre y Rondonia.....	122
3.7.2.2 Representación de productos de la región Arequipa, en las importaciones de Acre y Rondonia.....	126
3.7.2.2.1 En las importaciones de Acre .....	126
3.7.2.2.2 En las importaciones de Rondonia.....	127
3.7.2.2.3 Capacidad de producción de la región Arequipa, para atender el mercado de Acre y Rondonia .....	128
3.7.2.3 Identificación de Productos como posibilidad de Negocio en los mercados de Acre y Rondonia.....	129
3.7.2.4 Imagen del producto Peruano/Arequipeño.....	131
3.7.2.5 Participación en Ferias .....	132
3.7.2.6 Potenciales importadores .....	133
<b>3.8 La región Arequipa como eje de impulso en comercio exterior de la zona sur del país .....</b>	<b>136</b>
CONCLUSIONES .....	139
RECOMENDACIONES.....	142
BIBLIOGRAFIA.....	144
ANEXOS .....	146
 <b>INDICE DE CUADROS</b>	
Cuadro N°1: Evolución de los Principales Indicadores Macroeconómicos de Brasil.....	21
Cuadro N°2: Ranking de Facilidad para hacer negocios 2015 .....	23
Cuadro N°3: Principales indicadores macroeconómicos de Perú y Brasil, 2006-2014 .....	44
Cuadro N° 4: Intercambio Comercial de Perú por área geográfica, 2009-2014 (Millones de US\$).....	53
Cuadro N° 5: Evolución del comercio del Perú con el mundo en Millones de US\$, periodo 2009-2014.....	55
Cuadro N° 6: Evolución de comercio Perú – Brasil y con el mundo 2005-2014 (Millones de US\$).....	60
Cuadro N° 7: Intercambio comercial Perú – Brasil, 2000-2004 (Millones de US\$).....	62
Cuadro N° 8: Tasas de crecimiento de las exportaciones a Brasil por sector, 2009-2014 .	66
Cuadro N° 9: Evolución de empresas exportadoras a Brasil por tipo vs al mundo, 2009-2014.....	67

Cuadro N° 10: Evolución de partidas exportadas a Brasil vs el mundo, 2004-2014 .....	69
Cuadro N° 11: Evolución de las importaciones de Brasil a Perú, 2009-2014 (Porcentaje) 74	
Cuadro N° 12: Evolución del número de empresas importadoras de Brasil vs el Mundo, 2009-2014.....	76
Cuadro N° 13: Exportaciones de Arequipa por sectores.2009-2014 (Millones de US\$ FOB) .....	80
Cuadro N° 14: Evolución del número de empresas exportadoras de Arequipa a Brasil vs del País.....	81
Cuadro N° 15: Evolución del número de partidas exportadas desde Arequipa hacia Brasil vs el país, 2005, 2006,2009-2014 .....	83
Cuadro N°16: Evolución de las exportaciones de Arequipa por países, 2005-2014 (US\$ Millones FOB).....	87
Cuadro N° 17: Productos que se importan al estado de Acre desde Perú, en kilogramos – Periodo 2009-2014 .....	114
Cuadro N° 18: Productos que se importan al estado de Rondonia desde Perú, en kilogramos –Periodo 2009-2014 .....	118
Cuadro N° 19: Comparación de las exportaciones de Arequipa, en las importaciones de Acre, Periodo 2009-2014.....	126
Cuadro N° 20: Productos importados de Rondonia desde el Perú, periodo 2009-2014 en Kilogramos .....	127
Cuadro N° 21: Volúmenes de producción de los principales productos importados por Acre y Rondonia (kilogramos), periodo 2009-2014.....	128

## INDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1: Evolución del nuevo sol frente al dólar, 2006-2014 .....	46
Grafico N° 2: Evolución del Real brasileño frente al dólar, 2006-2014.....	46
Grafico N° 3: Evolución del Nuevo sol frente al real brasileño, 2006-2014 .....	47
Grafico N° 4: Intercambio Comercial de Perú por área geográfica en termino porcentuales, 2009-2014 .....	54
Grafico N° 5: Exportaciones de Perú al mercado internacional, 2009-2014 (Millones de US\$) . 55	
Gráfico N° 6: Exportaciones de Perú por sector, 2009 y 2014 (Participación) .....	57
Gráfico N° 7: Importaciones de Perú al exterior, 2009-2014 (Millones de US\$) .....	57
Gráfico N° 8: Importaciones de Perú por sector, 2009 y 2014 (Participación).....	59
Grafico N° 9: Intercambio comercial Perú-Brasil-Mundo, periodo 2005-2014(Millones de US\$).....	61

Grafico N° 10: Exportaciones de Perú-Brasil-Mundo, periodo 2005-2014, (Millones de US\$)	63
Grafico N° 11: Exportaciones a Brasil por sector, Periodo 2009-2014 (Participación)	65
Gráfico N° 12: Evolución de empresas exportadoras a Brasil vs el mundo, 2009-2014	68
Gráfico N° 13: Evolución de partidas exportadas a Brasil vs el mundo, 2004-2014	70
Gráfico N° 14: Evolución de las importaciones Peruanas a Brasil vs el mundo, 2005-2014	72
Gráfico N° 15: Importaciones por sector económico, 2009-2014 (porcentaje)	73
Gráfico N° 16: Evolución del número de empresas importadoras de Brasil vs el Mundo, 2009-2014	76
Gráfico N° 17: Evolución de partidas arancelarias importadas desde Brasil, 2009-2014	77
Gráfico N° 18: Evolución del número de empresas exportadoras de Arequipa a Brasil vs del País	83
Gráfico N° 19: Evolución del número de partidas exportadoras de Arequipa a Brasil vs del País	84
Gráfico N° 20: Países proveedores del estado de Acre, periodo 2009-2014	113
Gráfico N° 20.1: Importaciones por Bloques Económicos del estado de Acre, periodo 2009-2014	113
Gráfico N° 21: Países proveedores del estado de Rondonia	116
Gráfico N° 21.1: Importaciones por Bloques Económicos del estado de Rondonia, periodo 2009-2014	117

## INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Preferencias arancelarias para principales productos del sector no tradicional	24
Tabla N°2: Principales Acuerdos comerciales del Perú	49
Tabla N°3: Principales Acuerdos comerciales del Brasil	52
Tabla N° 4: Participación de los principales acuerdos comerciales del Perú, (Exportaciones), periodo 2005,2010 y 2014	64
Tabla N° 5: Principales empresas exportadoras a Brasil, 2009-2014 (Miles US\$)	67
Tabla N° 6: Principales productos exportados a Brasil, 2009-2014 (Miles US\$FOB)	71
Tabla N°7: Principales empresas importadoras de Brasil, 2009-2014	75
Tabla N°8: Principales productos importados, 2009-2014 (US\$ millones CIF)	78
Tabla N° 9: Principales empresas exportadoras de Arequipa a Brasil, 2014	81
Tabla N° 10: Principales productos exportados a Brasil desde Arequipa, 2014 (US\$ Millones)	85

Tabla Nº11: Exportaciones de Arequipa por empresa, hacia Brasil por la carretera Interoceánica, 2014.....	88
Tabla Nº 12: Costos Logísticos para una Exportación en términos DAP Arequipa - Rio Branco, Carga Refrigerada.....	96
Tabla Nº 13: Costos Logísticos para una Exportación en términos DAP Arequipa - Rio Branco, Carga Seca .....	97
Tabla Nº14: Relación de productos agrícolas admisibles en el mercado de Brasil.....	109
Tabla Nº15: Relación de productos agrícolas admisibles en el mercado de Brasil.....	110
Tabla Nº 16: Relación de productos agrícolas con trámite, pendientes de cumplir requisitos	111

## INDICE DE IMÁGENES

Imagen Nº 1: Tramos de la Interoceánica Sur.....	104
--	-----



## INTRODUCCIÓN

El presente tema de investigación se enmarca en un esfuerzo conjunto de las alumnas de la carrera profesional de Ingeniería Comercial por identificar el impacto de los acuerdos comerciales que el país ha firmado; dentro de los cuales se analiza el Acuerdo de Complementación Económica N° 58 Perú-MERCOSUR (Brasil). En ese sentido, los autores, motivados por la especialidad de Negocios Internacionales permiten analizar dicho acuerdo en el ámbito de la región Arequipa.

La investigación está dividida en tres capítulos, en el primero se explica un panorama general de la parte operativa de importación en el mercado brasileño. Información que permite comprender inicialmente su estructura, las condiciones del mercado y como ello influye en el desarrollo de los principales sectores productivos y/o exportadores del país. De tal manera, poner al alcance de potenciales exportadores de la región y del país las bases para el conocimiento del mercado de Brasil.

En el segundo capítulo se analiza las relaciones de carácter económico entre el Perú y Brasil después de la firma del acuerdo (ACE N° 58). Análisis que comprende en primer término de algunos aspectos que pueden repercutir en los resultados del acuerdo firmado en el 2005 y en vigencia a partir del año 2006. En segundo término se estudia el flujo comercial tanto del país como de la región Arequipa y su impacto en la economía peruana; identificando su comportamiento entre el año 2009 y el 2014 tanto con el mercado de Brasil como con el resto del mundo. Flujo comercial que comprende un análisis de exportaciones e importaciones en términos de sectores, empresas y principales productos que forman parte del comercio entre ambos países. Adicionalmente se considera un análisis de inversiones tanto con Brasil como el resto del mundo.

Finalmente en el tercer capítulo se aborda los impactos económicos de la vía interoceánica en la región de Arequipa, impactos que comprende: en la

producción regional, logística, mercado, integración económica, medidas sanitarias y barreras no arancelarias, oferta exportable de la región respecto al mercado de Acre y Rondonia. Así como también la identificación de oportunidades de negocio. Concluyendo en algunas propuestas de desarrollo basada en la relación con el mercado internacional, tanto para la región como la Macro región sur.



## RESUMEN

Desde el inicio de la civilización, los mercados tienden a establecer intercambio comercial entre ellos, situación que hoy en día se conoce como comercio internacional. En el país en los últimos años, el comercio internacional ha evolucionado muy favorablemente, tanto en la apertura de nuevos mercados como en la consolidación de los ya existentes.

Este comportamiento se refleja también en el intercambio comercial de los demás países en el mundo. Con el objetivo de dinamizar aún más el intercambio, los países tienden a reducir sus barreras logrando con ello un proceso de integración de diferentes formas. En Sudamérica, aquellos acuerdos bilaterales que se suscriben en un comercio recíproco de bienes, que se inscriben en el marco jurídico de ALADI y que apuntan a una apertura comercial mayor a los Acuerdos de Alcance Parcial, son los Acuerdos de Complementación Económica (ACE). Un ejemplo del acuerdo, es el ACE N° 58 (Perú-Mercosur) firmado en 2005, acuerdo que constituye el tema de análisis de la presente investigación.

Dada las condiciones, Perú constituye a nivel mundial un mercado pequeño en términos comerciales, por tal motivo, el país no solo ha impulsado una serie de acuerdos comerciales, sino también disminuir las barreras que se pueden presentar en el intercambio comercial. De tal manera generar una mayor fluidez de intercambio. Así mismo la política comercial del país como eje, se enmarca en una mayor apertura comercial. En este contexto, el acuerdo con Brasil suscrito en 2005 constituye una gran iniciativa para fortalecer la presencia y posicionamiento de la oferta exportable de la región y el país.

El intercambio comercial entre Perú y Brasil viene generando un crecimiento sostenido, impulsado generalmente por la mejor integración, tanto física como de tratamiento arancelario progresivo, ya que somos socios con el MERCOSUR.

Desde el año 2004, un promedio de 408 productos a 711 en el 2014, determinan lo importante del presente acuerdo, al generar una tasa de

crecimiento de 74%. Y en términos del número de empresas en el periodo 2009 - 2014, paso de 389 a 528 con una tasa de crecimiento de 36%. En término de valor de exportación se generó una tasa de crecimiento de 213%, lo que trajo como consecuencia la reducción en la brecha del déficit en la balanza comercial.

Respecto a los resultados alcanzados, es conocido que el proceso de apertura comercial y desarrollo económico entre Perú y Brasil no son iguales. Ambas economías presentan situaciones comerciales diferentes, pero sin embargo, las relaciones bilaterales se han incrementado en los últimos años. De ahí el incremento del comercio, no solo de bienes tradicionales, sino también de los no tradicionales (minería no metálica, madera y papeles, siderometalúrgico, agropecuario y textil), por lo que nos lleva a considerar la prioridad en bienes con valor agregado. En ese contexto, la investigación del impacto del acuerdo entre Perú y Brasil busca determinar si la entrada en vigencia del acuerdo le ha permitido a Perú, un mayor crecimiento y desarrollo en el sector industrial, dado el incremento de los envíos de estos sectores a Brasil.

Tras la firma del acuerdo, se observa que la evolución del intercambio comercial entre Perú y Brasil es favorable, reflejándose en el comportamiento de la balanza comercial, la cual muestra una reducción en el déficit comercial en los últimos años. Sin embargo, algo menos positivo, es que todavía la diversificación de la oferta exportable de la región y país es pobre; la existencia de barreras no arancelarias en Brasil (economía proteccionista), aun no permiten generar una mayor fluidez comercial; y el bajo crecimiento de inversiones peruanas (1.82% promedio anual) durante el periodo de análisis.

Otro componente de evaluación respecto al acuerdo comercial, es la presencia de los términos de intercambio. Así tenemos por ejemplo el tipo de cambio: La depreciación sufrida por el nuevo sol frente al real brasileño en los años 2007, 2008, 2010 y 2011 a la actualidad, implica que los productos peruanos se vuelven más atractivos para el mercado brasileño. Por su parte, las importaciones brasileñas desde Perú pueden verse

afectadas, ya que tras la devaluación del nuevo sol, los productos brasileños pueden ser relativamente más caros.

Esperamos a través de la presente investigación que sea una herramienta de información para visualizar el mercado de Brasil, y las posibilidades que ofrece dicho mercado, de tal forma que permita a los productores de la región orientar un mejor uso de sus recursos humanos, económicos y financieros hacia la consolidación comercial con una de las economías más grandes del mundo.



## SUMMARY

Since the beginning of civilizations, markets have tended to establish commercial exchanges between them. Nowadays, this tendency is known as international commerce. Moreover, in the past few years the international commerce in Peru has evolved in a positive way for opening new markets as well as consolidating existing ones.

This behavior can be seen as well in the commercial exchanges of other countries. With the objective of turning the exchange even more dynamic, they tend to reduce their barriers achieving an integration process of several shapes. In South America, those bilateral agreements subscribed in the reciprocal commerce of good that are inscribed in the judicial framework of ALADI and that target a bigger commercial opening to the “Acuerdo de Alcance Parcial”, are the “Acuerdos de Complementación Económica” (ACE). A good example of an agreement is the ACE N° 58 (Perú-Mercosur) signed in 2005, which forms the topic of analysis of the following research.

Given its condition and regarded in commercial terms, Peru constitutes a small market. It is because of this that the country has not only impulsed a series of commercial agreements, but also started to diminish the barriers present at commercial exchange with the goal of generating a higher exchange fluidity. In same way, the commercial politics of the country is now framed towards a bigger commercial opening. In this context, the 2005 agreement with Brazil constitutes a great initiative for strengthening the presence and positioning of the region and country's exportable offers.

The commercial exchange between Peru and Brazil has generated a sustainable growth; generally driven by the best physical and progressive tariff treatments integration, given that Peru is member of the MERCOSUR.

Since 2004 an average of 408 products, and 711 in 2014, determine the importance of the present agreement given that it generates a growth rate of 74%. The amount of companies has also augmented from 389 to 528 between the years of 2009 and 2014, representing a growth rate of 36%. Moreover, the value of export grew at a rate of 213%, which caused a reduction in the commercial deficit gap.

In regards to the achieved outcomes, it is known that the process of commercial openings and economic development between Peru and Brazil are unequal. Both economies present different commercial situations; nevertheless, bilateral relationships have increased during the past few years. This explains the increase in commerce of both traditional and non-traditional goods (non-metallic mining, wood and paper, iron and steel, agriculture and livestock, and textile), which leads us to consider the priority in goods with aggregated value. In this context, the investigation of the impact derived from the agreement between Peru and Brazil aims to determine if the agreement has led to a greater growth and development in the Peruvian industrial sector, given to an increase of the deliveries of this sectors to Brazil.

After the signing of the agreement, a positive evolution of commercial exchange between Peru and Brazil can be observed. This is reflected in the behavior of the commercial balance, which has shown a reduction in the deficit these past few years. However, there are some less positive aspects; the diversification of export goods of the region and country is still very poor, the existence of non-tariff barriers in Brazil (protectionist economy) does not allow generating a higher commercial fluidity and the low growth of Peruvian inversions (1.82% annual average) during the period under analysis.

Another component of evaluation regarding the commercial agreement is the existence of terms of exchange. For instance; the exchange rate: The devaluation of the Peruvian “Nuevo sol” against the “Real” of Brazil in the years of 2007, 2008, 2010 and 2011 to the present, implies that the Peruvian products have become more attractive to the Brazilian market. On

the other side, the Brazilian imports can be affected given that, after the devaluation of the “Nuevo sol”, these products can be relatively more expensive.

We hope that the following research represents a tool of information to visualize the Brazilian market, and the possibilities offered by it, in a way to allow the regional producers to employ human, economical and financial resources towards a commercial consolidation with one of the biggest economies of the world.



## CAPITULO I

### ASPECTOS GENERALES Y OPERATIVOS DE IMPORTACIÓN DEL MERCADO DE BRASIL

#### 1.1 Panorama Económico y Político

##### 1.1.1 Población y geografía

El mercado brasileño se ubica como el quinto país del mundo en extensión geográfica con un total de 8, 511,996 Km<sup>2</sup>. Limita con Guyana, Venezuela, Surinam, Guyana francesa, Colombia, Perú, Bolivia, Paraguay, Argentina y Uruguay.

El territorio tiene cinco regiones de características distintas: norte, noroeste, este, sur y oeste central. La zona norte es la región amazónica, con terrenos bajos, llanos húmedos y cálidos, con densas selvas y grandes ríos; posee grandes reservas minerales y madereras. La zona noroeste es regularmente elevada, incluye zonas semidesérticas y es propenso a sufrir serias sequías. La zona este es un territorio caracterizado por las tierras fértiles y ricas en minerales, con terrenos quebrados y pequeñas montañas, es húmedo en sus costas y fresco al interior. Luego en la zona sur tiene un clima más moderado, con una angosta zona baja y húmeda en la costa y mesetas que van hacia el oeste. Finalmente, el oeste central es donde se localiza la llanura del Paraguay Paraná.

La capital administrativa del país es el distrito federal de Brasilia. Fuera de la capital, Brasil cuenta con 26 estados a lo largo de su territorio: Acre, Alagoas, Amapá, Amazonas, Bahía, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Rondônia, Roraima, Santa Catarina, São Paulo, Sergipe y Tocantins.

Brasil cerró 2014 con una población<sup>1</sup> de 202.769.000 personas, lo que supone un incremento de 1.736.000 habitantes respecto a 2013, en el que la

---

<sup>1</sup> Fuente: <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/brasil>

población fue de 201.033.000 personas. Brasil es el 5º país en población del mundo. En 2013, la población femenina fue mayoritaria, con 101.835.796 mujeres, lo que supone el 50,83% del total, frente a los 98.526.129 hombres que son el 49,17%.

Brasil presenta una densidad de población moderada, con 24 habitantes por Km<sup>2</sup>, está en el puesto 41 en cuanto a densidad se refiere.

### 1.1.2 Análisis de la Economía

Brasil es miembro del Mercado Común del Sur (Mercosur), de la Organización de la Naciones Unidas (ONU), la Organización de Estados Americanos (OEA), la Unión de Naciones Sudamericanas (UNASUR) y del grupo de potencias económicas emergentes (G5).

Se espera que el PBI real crezca en 1,4% en 2015, en gran medida impulsado por el sector servicios, la minería, las manufacturas diversas y el gasto público.

Cuadro N°1: Evolución de los Principales Indicadores Macroeconómicos de Brasil

Indicadores Economicos	2011	2012	2013	2014	2015
Crecimiento Real del PBI (%)	2.70	1.00	2.50	0.30	1.40
PBI per capita (US\$)	14,267	14,537	14,987	15,153	15,519
Tasa de Inflación (%)	6.60	5.40	6.20	6.30	5.90
Tasa de desempleo (%)	6.00	5.50	5.40	5.50	6.10

Fuente:<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/797947483rad1E8C7.pdf> y Banco Mundial

La economía del mercado de Brasil continúa creciendo a pesar del retroceso en la confianza y de la inversión. Sin embargo, la clase media emergente, la cual explicó el 60% de la población en 2014 según Euromonitor Internacional, y un conjunto de medidas adoptadas por el Estado (gasto público, política monetaria que brinda mayor acceso a crédito) están ayudando a impulsar la economía brasileña.

### 1.1.3 Análisis de los principales sectores económicos<sup>2</sup>

Dentro de los sectores de la economía brasileña, el componente agrícola emplea 15,6% de la fuerza de trabajo. Se espera que la producción del café disminuya significativamente entre el 2014 y 2015 debido a la sequía. Brasil domina los mercados mundiales de azúcar, café y jugo de naranja, y compite con los Estados Unidos por ser el exportador más importante de soya del mundo. Sin embargo, los precios crecientes de algunos factores productivos como el trabajo y la tierra han empujado hacia arriba los costos de producción para muchos agro-procesadores.

El componente manufacturero explica 13,1% del PBI y emplea 14,1% de la mano de obra. Los fabricantes más importantes de Brasil incluyen a productores de automóviles, electrodomésticos, computadoras, software e industrias pesadas. La industria de automóvil explica un quinto de la base industrial. Por otro lado los servicios representan 69,3% del PBI. Se espera que el turismo haya crecido en 27,8% para el 2014, según las últimas proyecciones.

La capital administrativa de Brasilia ha lanzado un programa de cuatro años para invertir más de US\$ 500 mil millones en logística, incluyendo transporte, energía y el desarrollo social. Cabe mencionar que Brasil tiene una abundancia en depósitos de minerales (por ejemplo, bauxita, hierro, manganeso, cromo, plomo, zinc, tungsteno y níquel) y es el exportador más grande del mundo en hierro.

### 1.1.4 Análisis de competitividad

El mercado de Brasil se encuentra en la posición número 120 de 189 economías analizadas en el ranking de facilidad para hacer negocios de 2015; y de esta manera mejoró dos posiciones respecto al año anterior, debido principalmente a los avances en comercio transfronterizo (subió 3 posiciones) y cierre de una empresa (subió 5 posiciones).

---

<sup>2</sup> Fuente: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/797947483rad1E8C7.pdf>

Cuadro N°2: Ranking de Facilidad para hacer negocios 2015

Criterios	Brasil	Ecuador	Perú	Colombia	Venezuela	Bolivia	Panamá
Facilidad de hacer negocios	120	115	35	34	182	157	52
Apertura de un negocio	167	165	89	84	182	171	38
Manejo de permiso de construcción	174	59	87	61	152	129	63
Acceso a electricidad	19	120	86	92	155	127	29
Registro de propiedades	138	80	26	42	102	130	61
Obtención de crédito	89	89	12	2	104	116	17
Protección de los inversores	35	117	40	10	178	160	76
Pago de Impuestos	177	138	57	146	188	189	166
Comercio Transfronterizo	123	114	55	93	176	125	9
Cumplimiento de contratos	118	88	100	168	79	111	84
Cierre de una empresa	55	151	76	30	165	96	132

Fuente: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/797947483rad1E8C7.pdf>

### 1.1.5 Acceso a Mercados

El mercado de Brasil se caracteriza por tener un mercado poco abierto al comercio (según el Banco Mundial), y ocupa el puesto 123 entre 189 países en lo referente a apertura comercial. Sin embargo, se debe tener en cuenta que este país ha iniciado un proceso paulatino de apertura, y que brinda importantes oportunidades de realizar negocios internacionales. Según lo confirman también los empresarios y funcionarios ligados al comercio internacional. (Ver Anexo N° 1: Entrevista)

#### 1.1.5.1 Medidas Arancelarias

En cuanto a productos peruanos, un total de 6 524 productos ingresan a Brasil con arancel cero en el marco del ACE N° 58. El Acuerdo de Complementación Económica (ACE) N° 58, fue suscrito el 30 de noviembre de 2005 entre Perú y los cuatro países del MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay), y el año 2013 se cumplió el programa de desgravación previsto en este acuerdo para los mercados de Argentina y Brasil.

Respecto al arancel promedio con el cual Brasil grava a los productos importados es de 11,5%, mientras que el de la región es de 8,2%. Como ejemplo, se muestra los principales productos no tradicionales que el Perú exporta a Brasil, con el arancel general que este país aplica a productos de terceros países y, los aranceles efectivos que deben pagar

los productos peruanos en el marco del ACE N° 58. En el siguiente cuadro mostramos lo mencionado:

Tabla N° 1: Preferencias arancelarias para principales productos del sector no tradicional

Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part. 2014)	Arancel NMF	Arancel preferencial Perú
2510100000	Fosfato de calcio naturales	1	Marruecos (33%) Israel (4%) Senegal (2%)	0%	0%
7408110000	Alambre de cobre refinado con la mayor dimensión	7	Chile (94%) Belgica (5%) Alemania (1%)	10%	10%
2005700000	Aceitunas preparadas o conservadas sin congelar	2	Argentina (75%) España (11%) Portugal (1%)	14%	0%
6109100039	T-shirts de algodón, para hombres o mujeres	1	Bangladesh (25%) China (17%) India (7%)	35%	0%
3920209000	Placas, laminas hojas y tiras de los demas metales	1	Uruguay (10%) Estados Unidos (9%) Alemania (8%)	2%	0%
6105100051	Camisas de punto para hombres y niños	2	China (38%) Bangladesh (10%) India (8%)	35%	0%
5503309000	Fibras sinteticas discontinuas	1	Portugal (25%) Alemania (14%) Japon (3%)	18%	0%
2815120000	Hidroxido de sodio en disolución acuosa	2	Estados Unidos (93%) Argentina (3%) Corea (1%)	-	0%
2207100000	Alcohol etílico sin desnaturalizar	32	Estados Unidos (97%) Jamaica (2%) Alemania (1%)	0%	0%
9619009000	Articulos similares a los pañales para bebes	3	Mexico (23%) Japon (18%) Estados Unidos (12%)	16%	0%

Fuente: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/797947483rad1E8C7.pdf>

### 1.1.5.2 Medidas No Arancelarias

Respecto a las medidas no arancelarias, a pesar de la liberalización del comercio en los últimos años exportar a Brasil puede resultar difícil si no se conoce los procedimientos. Todas las operaciones de importación solamente podrán ser realizadas por personas naturales o jurídicas que estén inscritas en el Registro de Exportadores e Importadores (REI) de la Secretaria de Comercio Exterior (SECEX) que forma parte del Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior (MDIC).

El proceso de importaciones del mercado brasileño está sujeto al régimen de licencias, cuya autorización podrá ser automática y no automática. Las de autorización automática, deberán ser dadas al SISCOMEX en el momento de formular la declaración para fines de despacho aduanero.

Para la situación de las licencias no automáticas, por ejemplo para productos que puedan causar daños a la salud, el medio ambiente o la seguridad pública, el importador deberá ingresar los datos de su solicitud en el SISCOMEX, previamente al embarque de la mercadería en el exterior o antes del desembarco aduanero. Estos procedimientos tienen una validez de 60 días para el embarque de la mercadería en el exterior o para fines de solicitud de despacho, con la posibilidad de alterarse el plazo en función del producto a importar.

En cuanto a la responsabilidad de elaborar normas de carácter voluntario como ISO, ha sido asignada a la Asociación Brasileña de Normas Técnicas -ABNT.

Así mismo, podemos mencionar que según las reglamentaciones en cuanto a los requisitos de etiquetado de los productos textiles, tenemos que el etiquetado es controlado por la resolución N<sup>o</sup>. 2, 06/05/2008, aprobada por el Reglamento Técnico. Sobre Etiquetado Textil.

### **1.1.5.3 Tendencias del consumidor**

Las tendencias de consumo en el mercado brasileño conforme a un estudio reciente de Euromonitor, las actitudes de los consumidores brasileños hacia la moda y formas de vestir toman como referencia a los actores de las telenovelas del país. Estos programas también influyen en los peinados de las personas, las opciones de música, preferencias alimentarias y otras tendencias actuales. También podemos mencionar que en Brasil, la moda tiene diversos medios para obtener y compartir las últimas novedades y tendencias, incluyendo el Internet y revistas, la televisión es el más influyente de todos los medios, en particular entre los consumidores de menores ingresos. El vestido que aparece en las

telenovelas suelen ser las modas que se presentarán en la próxima temporada, y para muchos consumidores se convierten en una fuente de inspiración para los estilos de ropa.

#### **1.1.5.4 Cultura de negocios**

Según información de PROMPERU, el poder ingresar al mercado brasileño, se considera trabajar a través de un contacto local. Esta persona se encargará de los procedimientos burocráticos asociados a la exportación y permitirá conocer la solvencia comercial de la empresa que adquiere los bienes. También se recomienda que el empresario debiera desarrollar una técnica en la cual considera una virtud como es la paciencia, ya que el proceso de negociación es lento. Además el trámite burocrático toma tiempo ya que es más complejo que en países desarrollados.

Por otro lado, se aconseja que el empresario contrate los servicios de un abogado de ese país antes de firmar cualquier contrato. Tenga en consideración que si el lugar de cumplimiento del contrato es Brasil, se exigirá que ese documento se redacte en portugués y en la moneda local. Respecto al idioma, el inglés no es muy hablado en ese país, por lo que es preferible comunicarse en español o portugués. Se debe revisar el cronograma de los días no laborales como son los feriados y festividades en el país. Al momento de hacer negocios en Brasil, es necesario tener en cuenta la parte burocrática a la hora de determinar los precios de oferta. Siempre se debe mostrar interés en mantener la relación comercial aun cuando no se llegue a un acuerdo en el corto plazo. Por último PROMPERU recomienda mostrar interés en los temas planteados para establecer prioridades y consideraciones para que se genere un clima de confianza.

## 1.2 Acuerdos comerciales

### 1.2.1 Acuerdo de Complementación Económica Perú Mercosur<sup>3</sup>

Todos los países que forman parte del MERCOSUR (Mercado Común del Sur) y el Perú firmaron el 30 de noviembre del 2005 el Acuerdo de Complementación Económica N° 58 (ACE N° 58). Éste entró en vigencia a los 30 días de su adopción y tiene como depositaria a la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

Los objetivos del mencionado acuerdo son los siguientes:

- Establecer el marco jurídico e institucional de cooperación e integración económica y física que contribuya a la creación de un espacio económico ampliado que tienda a facilitar la libre circulación de bienes y servicios, así como la plena utilización de los factores productivos, en condiciones de competencia entre las partes signatarias.
- Formar un área de libre comercio entre las partes contratantes, mediante la expansión y diversificación del intercambio comercial y la eliminación de las restricciones arancelarias y de las no arancelarias que afectan el comercio recíproco.
- Alcanzar el desarrollo armónico en la región, tomando en consideración las asimetrías derivadas de los diferentes niveles de desarrollo económico de las partes signatarias.
- Promover el desarrollo y la utilización de la infraestructura física, con especial énfasis en el establecimiento de corredores de integración, que permita la disminución de costos y la generación de ventajas competitivas en el comercio regional recíproco y con terceros países fuera de la región.
- Promover e impulsar las inversiones entre los agentes económicos de las partes signatarias.

---

<sup>3</sup> Fuente: [www.acuerdoscomerciales.gob.pe](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe)

- Promover la complementación y cooperación económica, energética, científica y tecnológica.
- Promover consultas, cuando corresponda, en las negociaciones comerciales que se efectúen con terceros países y bloques de países extraregionales.

En el 2018 se convocará a las partes a una conferencia de evaluación de los resultados y de perfeccionamiento de todos los mecanismos y disciplinas del acuerdo.

### 1.2.2 Acuerdo de Complementación Económica Brasil - CAN<sup>4</sup>

Con excepción de Bolivia, los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y Brasil firmaron el 12 de agosto de 1999 el Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N° 39, que entró en vigencia el 16 de agosto de 1999, y ha sido prorrogado sucesivamente debido a los buenos resultados alcanzados.

El acuerdo incluye el establecimiento de márgenes de preferencias fijos, buscando dar un primer paso a la creación de una zona de libre comercio entre la CAN y el MERCOSUR. Los productos que se negocien deben cumplir las normas establecidas en la resolución N° 78 de la ALADI y algunos deben cumplir cupos anuales no acumulativos.

De los acuerdos adoptados en la Organización Mundial del Comercio y la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) se desprenden las restricciones técnicas y medidas sanitarias y fitosanitarias. Las soluciones de controversias se dan en tres etapas: Consultas y negociación directa entre las partes, mediación a través de la Comisión Administradora del Acuerdo, y mediación por intermedio de un grupo de expertos.

Su duración es indefinida, tal como consta en la revisión del acuerdo efectuada en el 2003. En el 2018 se convocará a las partes a una conferencia de evaluación de los resultados y de perfeccionamiento de todos los mecanismos y disciplinas del acuerdo.

---

<sup>4</sup> Fuente: [www.acuerdoscomerciales.gob.pe](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe)

### 1.3 Regulaciones, normas ambientales y requerimientos<sup>5</sup>

Brasil cuenta con una norma general federal referida al medio ambiente (Ley N°6938/81) que rige para los estados y el Distrito Federal. Los principales aspectos de esa norma son: El licenciamiento de actividades efectivas o potencialmente causantes de polución y la responsabilidad civil por daños ambientales.

Otras regulaciones dentro del mercado brasileño son la comunicación de compra, el examen de similitud con la producción nacional, la exigencia de utilizar una determinada aduana de entrada. La comunicación de compra consiste en un documento previo al embarque de mercadería en el exterior solicitada a cualquier dependencia del Banco de Brasil para la importación de determinados productos agrícolas y minerales como el trigo y la soya.

El examen de similitud con la producción nacional consiste en la comprobación de la existencia en el mercado de productos de fabricación nacional similares a los que se quiera importar. Esto se da para productos que cuenten con beneficios fiscales. Dicho examen es realizado por la Secretaría de Comercio Exterior (SECEX).

Por otro lado, diversas normas exigen la utilización de una determinada aduana de entrada para productos y subproductos de origen animal con destino a los estados de Rio Grande do Sul y Santa Catarina. También para estupefacientes, psicotrópicos, sustancias precursoras de los mismos y medicamentos que las contengan.

Están sujetos a una autorización previa emitida por organismos especializados para poder ser importados al mercado brasileño: el petróleo en bruto, el gas licuado de petróleo, alcohol combustible, productos provenientes de la industria petroquímica, aceites lubricante terminado, aceite diésel, nafta petroquímica, gasolinas automotoras, aceites combustibles, aeronaves civiles y componentes aeronáuticos a importarse por parte de la Administración Federal y empresas de transporte aéreo regular, no regular y de mantenimiento de aeronaves. También el software de computadoras, obras

---

<sup>5</sup> Fuente: [www.acuerdoscomerciales.gob.pe](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe)

audiovisuales publicitarias, armas, municiones, pólvoras, explosivos, elementos y accesorios, productos químicos agresivos, así como máquinas para su fabricación y armas de porte de uso permitido para su venta al comercio, dióxido de circonio, vinos y derivados de la uva y embarcaciones de pesca oceánica.

Deben pasar por normas técnicas y normas de calidad para poder ser importados: los juguetes, medidores de gas, equipos eléctricos para atmósferas potencialmente explosivas, cables y cordones para tensión hasta 750 V, toma de corriente para uso doméstico de hasta 250 V, motosierras, máquinas y equipos, neumáticos nuevos para motocicletas y ciclomotores y cascos para motocicletas. Igualmente los aceites lubricantes básicos, aceites lubricantes, grasas lubricantes y aditivos para aceites lubricantes de aplicación automotriz, gas licuado de petróleo, gasolina para autos, gasolina y kerosene de aviación, kerosene para lámparas, diésel, aceites combustibles, petróleo crudo y sus condensados, alcohol etílico combustible y gas natural.

Están sujetos a la emisión de una autorización de carácter sanitaria previa: los medicamentos, drogas, insumos farmacéuticos y correlativos, productos de higiene, cosméticos, perfumes, productos y aparatos de uso médico y odontológico, productos destinados a la corrección estética, productos hemoderivados, sangre humana y sus derivados, productos de origen animal, porcinos y semen de porcino, especies acuáticas, bambú para cestería o espartería, plantas de coco, granos fermentados y secos de cacao, y ajos frescos o refrigerados para siembra.

Están sujetos a la inscripción en un registro, la presentación de un certificado sanitario u otros requisitos destinados a proteger la salud humana, la sanidad animal o la sanidad vegetal: los productos alimenticios, alimentos y bebidas envasadas, palmitos en conserva, leche de coco, coco rallado, maní, pan, pasta alimenticia, bebidas lácteas, miel destinada al consumo humano directo, queso Petit Suisse, carne de aves y su despojos crudo, enfriado o congelados, bebidas, líquidos alcohólicos y vinagres, yerba mate y medicamentos genéricos.

Adicionalmente, los protectores solares, productos médicos, preservativos masculinos de látex de caucho natural, cepillos dentales, desinfectantes

domésticos, insecticidas, y otros productos desinfectantes, cigarrillos, puros, tabaco para pipa, puritos, tabaco para armar, rapé, productos de uso veterinario, animales y productos de origen animal, vegetales y sus partes, madera y café crudo.

### 1.3.1 Etiquetado<sup>6</sup>

El etiquetado de los productos debe proporcionar información precisa sobre la calidad del producto, la cantidad, la composición, el precio, la garantía, la fecha de vencimiento, el origen y los posibles riesgos para la salud humana. Se debe incluir una traducción al portugués y las unidades deben presentarse de acuerdo con el sistema métrico. Existen regulaciones especiales de etiquetado para las medicinas, textiles y ciertos comestibles.

### 1.3.2 Prohibiciones<sup>7</sup>

Están prohibidas las importaciones de los siguientes productos: Los bienes de consumo usados, harinas, polvos y pellets de carne o despojos, para alimentación de bovinos rumiantes, cuya composición contenga proteína in natura o harinas de carne o de huesos provenientes de rumiantes; desperdicio de asbesto o asbesto en polvo; paratión etílico (ingrediente activo destinado al sector agropecuario); detergentes no biodegradables; desperdicios y desechos de pilas de plomo, baterías de pilas o acumuladores eléctricos de plomo; determinadas drogas o agroquímicos no autorizados por la legislación de Brasil. Igualmente se prohíbe el ingreso de la uva y mosto de uva de procedencia extranjera para la producción de vino y derivados de la uva y el vino, e importación de vinos y derivados de la uva y del vino en recipientes superiores a un litro; juguetes, réplicas y simulacros de armas de fuego; armas municiones y equipos de uso exclusivos de las Fuerzas Armadas, máscaras contra gases (excepto respiradores contra humo y polvos tóxicos, tales como máscaras rudimentarias de uso común en las industrias), neumáticos recauchutados y usados.

---

<sup>6</sup>Fuente: Plan de Desarrollo del Mercado de Brasil Pág. 18

<sup>7</sup>Fuente: Plan de Desarrollo del Mercado de Brasil Pág. 18

### 1.3.3 Distribución<sup>8</sup>

El canal de distribución estará en función a cada tipo de producto. El precio y la calidad son los factores más importantes para la penetración del mercado de productos industriales, y el tema de poseer una marca reconocida y posicionada es un factor clave en el caso del mercado de bienes de consumo. Otros productos se ven influenciados por temas culturales por la preferencia de productos nacionales, estadounidenses o europeos, como en el caso del sector metalmecánica.

La presencia de un agente o distribuidor es esencial para penetrar en el mercado brasileño. Esto debido al tamaño económico y geográfico del país que permite una amplia gama de posibilidades para la distribución que un agente especializado puede manejar mejor y abarcar mayor cobertura.

### 1.3.4 Contratos de Distribución<sup>9</sup>

Se dividen en contratos de distribución comercial y contratos de distribución ordinaria. Los contratos de distribución comercial son utilizados para la distribución comercial del sector automotor. Los contratos de distribución ordinaria están regidos por las disposiciones generales que se encuentran en el Código Comercial Brasileño, que da libertad a las partes de regular sus relaciones por medio del contrato.

### 1.3.5 Canales de importación y distribución<sup>10</sup>

Las características de los canales dependen de factores como el tipo de cambio, el PBI, la agresividad del sector importador en cada segmento, entre otros puntos.

### 1.3.6 Esquemas de negocios<sup>11</sup>

Los principales esquemas de negocio son las franquicias y los Joint ventures.

---

<sup>8</sup> Fuente: Plan de Desarrollo del Mercado de Brasil Pág. 19

<sup>9</sup> Fuente: Plan de Desarrollo del Mercado de Brasil Pág. 20

<sup>10</sup> Fuente: Plan de Desarrollo del Mercado de Brasil Pág. 20

<sup>11</sup> Fuente: Plan de Desarrollo del Mercado de Brasil Pág. 20

### 1.3.7 Técnicas de mercadeo<sup>12</sup>

Las técnicas más utilizadas por los exportadores son la promoción comercial y la publicidad, las cuales manejan sus características de acuerdo con la naturaleza del producto. Para esto se utilizan medios impresos, pues son herramientas importantes en el mercado brasileño.

## 1.4 Operaciones de Importación en el Mercado de Brasil<sup>13</sup>

### 1.4.1 Requisitos administrativos exigidos para la importación de mercancías

- **Registro de exportadores e importadores:** Las operaciones de importación solamente podrán ser realizadas por personas físicas o jurídicas que estén inscritas en el Registro de Exportadores e Importadores (REI), de la Secretaría de Comercio Exterior (SECEX), que integra la estructura del Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior (MDIC). Conforme a lo dispuesto en la Portaria N° 12 de la Secretaría de Comercio Exterior de 15 de diciembre de 1999, la habilitación de toda persona jurídica o física en el REI se realiza, automáticamente, mediante el Sistema Integrado de Comercio Exterior (SISCOMEX), en la primera operación de importación, sin necesidad de presentar ningún documento o exigencia de capital mínimo.
- **Organismos anuentes:** La importación de productos sujetos a procedimientos especiales relacionados con su naturaleza está supeditada a la concesión de licencias no automáticas a cargo de diferentes organismos gubernamentales, tales como:
  - ✓ Instituto Brasileño de Medio Ambiente y de los Recursos Naturales Renovables (Ibama)
  - ✓ Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento (MAPA)
  - ✓ Ministerio de Salud

<sup>12</sup> Fuente: Plan de Desarrollo del Mercado de Brasil Pág. 20

<sup>13</sup> Fuente: Plan de Desarrollo del Mercado de Brasil Pág. 21

- ✓ Ministerio de Defensa
  - ✓ Comisión Nacional de Energía Nuclear (CNEN)
  - ✓ Agencia Nacional del Petróleo (ANP)
  - ✓ Ministerio de Cultura
  - ✓ Empresa Brasileña de Correo y Telégrafos
  - ✓ Ministerio de Ciencia y Tecnología (MCT)
  - ✓ Departamento de Operaciones de Comercio Exterior (Decex)
  - ✓ Comisión de Coordinación de Transporte Aéreo Civil (Cotac)
  - ✓ Ministerio de Minas y Energía
  - ✓ Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (Anvisa)
  - ✓ Ministerio de Justicia (MJ)
  - ✓ Instituto Nacional de Metrología, Normalización y Calidad Industrial (INMETRO).
- **Sistema Integrado de Comercio Exterior (SISCOMEX):** A partir del 1 de enero de 1997 se implementó el módulo importación del Sistema Integrado de Comercio Exterior (SISCOMEX), instituido mediante Decreto N° 660 del 25 de setiembre de 1992. El SISCOMEX es un programa computarizado que integra las actividades de registro y control de las operaciones de comercio exterior; y su utilización es obligatoria. El Departamento de Operaciones de Comercio Exterior (DECEX) es el responsable de la administración del SISCOMEX en lo que se refiere a las actividades de la Secretaría de Comercio Exterior (SECEX). Autoriza las operaciones de importación cuando las mismas están sujetas a licencia no automática y también recoge, analiza, sistematiza y disemina datos e informaciones estadísticas sobre comercio exterior.
  - **Licencias de importación<sup>14</sup>:** Las importaciones brasileñas están sujetas al régimen de licencias en el marco del SISCOMEX, cuya autorización podrá realizarse de forma automática y no automática. En

---

<sup>14</sup> Fuente: Plan de Desarrollo del Mercado de Brasil Pág. 21

los casos de autorización automática, las informaciones deberán ser instruidas al SISCOMEX en el momento de formular la declaración para fines del despacho aduanero.

En las autorizaciones no automáticas, exigidas, por ejemplo, para las importaciones de productos que pueden causar daños a la salud, al medioambiente o a la seguridad pública, el importador deberá ingresar los datos de su solicitud al SISCOMEX, previamente al embarque de la mercancía en el exterior o antes del desembarco aduanero. Los órganos competentes para expedir las licencias son la SECEX y los diferentes órganos anuentes según el producto de que se trate y sus observaciones también se efectúan a través del SISCOMEX.

Las licencias no automáticas tendrán una validez de 60 días para el embarque de la mercancía en el exterior o para fines de solicitud del despacho según el caso, pudiendo alterarse este plazo en función del producto a importar. Asimismo, el despacho aduanero, será procesado por medio del SISCOMEX a través del registro de la declaración de importación, a solicitud del importador y caracteriza el inicio del despacho de importación.

#### 1.4.2 Gravámenes a la importación<sup>15</sup>

En el marco del tratamiento arancelario a la importación, el régimen tributario de las importaciones en Brasil no comprende solamente el impuesto de importación que incide en la entrada de mercancías extranjeras en territorio aduanero. Existe, además, la imposición de otros tributos, que a pesar de no tener como hecho generador la entrada de mercaderías en el país, inciden sobre el precio final del producto importado y acaban por gravar la operación de importación.

La realización de importaciones en Brasil está sujeta a un sistema de liquidación de impuestos en cascada en el que figuran el Impuesto a la

---

<sup>15</sup> Para mayor información sobre el cálculo de cargos a la importación se puede consultar el Portal del Ministerio de Hacienda de Brasil.  
[www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/NormasExecucao/2004/NormaExeCoana0062004.htm](http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/NormasExecucao/2004/NormaExeCoana0062004.htm)

Importación (II) y el Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI) y a los que se añade el Impuesto sobre Circulación de Mercancías y Servicios (ICMS), fijado por cada uno de los estados de Brasil de manera no siempre igual, y, por último, las Contribuciones Sociales PIS/Pasep y Cofins.

- a) Impuesto a la Importación:** La importación definitiva para consumo es la única gravada por los derechos de importación. Incide sobre la mercancía extranjera, naciendo el hecho impositivo de su entrada en el territorio aduanero nacional. A efectos del cálculo del impuesto, se considera que la entrada tiene lugar en el momento del registro de la Declaración de Importación (DI) de la mercancía despachada para consumo. La base de cálculo para el II es el valor en aduana de la mercancía importada: valor CIF expresado en moneda extranjera y convertida a la moneda nacional. El tipo de cambio para la conversión de valores en monedas extranjeras para la tributación de mercancías importadas será el fijado por la Coordinación General del Sistema de Tributación (COSIT) para el mes en curso.
- b) Impuesto sobre Productos Industrializados:** Tiene como hecho imponible el desembarque aduanero si el producto industrial proviene del exterior. En el caso de los productos nacionales, el IPI adopta como base de cálculo el precio de la operación en el acto que lo genera, la salida del producto del establecimiento industrial. El tipo general aplicable varía entre el 10% y el 20%, sobre el valor aduanero más el impuesto de importación.
- c) Impuesto sobre operaciones relativas a la circulación de mercancías y servicios:** Son sujetos pasivos del ICMS las personas físicas o jurídicas que realicen habitualmente operaciones de circulación de mercancías o prestación de servicios de transporte interestatal e intermunicipal y de comunicación, aun cuando las operaciones se inicien fuera de Brasil. En el caso de la importación, la Ley considera contribuyente del impuesto a la persona física o jurídica que importe mercancías del exterior, aunque se destinen al

consumo o al activo fijo de la empresa, o que sea destinataria de servicios prestados en el exterior o que se inicien en el exterior. Toda operación de circulación jurídica o económica de la mercancía, y todo servicio de transporte están sujetos al ICMS. La base de cálculo del ICMS en el caso de la importación es el valor aduanero, más los derechos de importación (II) y el Impuesto sobre Productos Industrializados, a los que se unen el impuesto sobre operaciones de cambio y los gastos aduaneros. Aunque el tipo puede variar de un estado federado a otro, el tipo medio aplicable a las importaciones es el 18%.

- d) PIS/Cofins:** Con fecha 1 de mayo del 2004 entró en vigor la Ley N° 10865/04, la cual determina los cobros de las contribuciones sociales PIS-Pasep y Cofins, y establece las bases de cálculo de dichas contribuciones para incidencia en la importación de mercancías y servicios: PIS/Pasep 1,65% de la base de cálculo del PIS/Pasep Cofins, 7.65% de la base de cálculo de Cofins.

Aparte de estos impuestos para nacionalizar las mercancías en territorio brasileño, se observa que la operatividad final de importación es bastante engorrosa. Influyen negativamente las demás tasas portuarias, los costos de almacenaje, los de despacho, los bancarios y de transporte interno.

### 1.4.3 Despacho de importación<sup>16</sup>

- **Declaración aduanera:** Es el acto mediante el cual las personas interesadas indican qué régimen aduanero pretenden aplicar a las mercancías y suministran los detalles informativos que la Aduana requiere para la aplicación del régimen elegido. La declaración aduanera formulada por el importador constituye la base del despacho aduanero de importación y debe ser procesada por la vía

---

<sup>16</sup> Para mayor información sobre el cálculo de cargos a la importación se puede consultar el Portal del Ministerio de Hacienda de Brasil.  
[www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/NormasExecucao/2004/NormaExeCoana0062004.htm](http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/NormasExecucao/2004/NormaExeCoana0062004.htm)

electrónica utilizando el Sistema Integrado de Comercio Exterior (SISCOMEX). La intervención del Despachante de Aduana es opcional, pudiendo realizar los trámites el importador.

- **Documentación complementaria:** La declaración aduanera de importación debe complementarse con la siguiente documentación:
  - Vía original del conocimiento de carga o documento equivalente;
  - Vía original de la factura comercial;
  - Otros exigidos por acuerdos internacionales o por legislación específica.

#### 1.4.4 Regímenes Aduaneros Especiales

- **Admisión Temporal:** Es el régimen que permite importar bienes que deban permanecer en el país por un plazo determinado, con suspensión total del pago de tributos, o con suspensión parcial y pago proporcional al tiempo de permanencia, en caso de utilización económica.

Este régimen se aplica a bienes:

- ✓ Importados con carácter temporal y sin cobertura cambiaria;
- ✓ Adecuados a la finalidad para la que fueron importados; y
- ✓ Utilizables en conformidad con el plazo de permanencia y con la finalidad que consta en el acto de concesión.

#### 1.5 Tránsito aduanero

Es el régimen que permite transportar mercadería, bajo control aduanero, de un punto a otro del territorio aduanero, con suspensión del pago de tributos.

Son modalidades del régimen especial de tránsito aduanero el:

- ✓ Transporte de mercadería procedente del exterior, desde el punto de descarga en el territorio aduanero hasta el punto donde se deba efectuar otro despacho.

- ✓ Transporte de mercadería nacional o nacionalizada, verificada o despachada para exportación, desde el local de origen al local de destino, para embarque o para almacenamiento en área aduanera para posterior embarque.
- ✓ Transporte de mercadería extranjera despachada para reexportación, desde el local de origen al local de destino, para embarque o almacenamiento en área aduanera para posterior embarque.
- ✓ Transporte de mercadería extranjera de un recinto aduanero a otro ubicado en la zona secundaria.
- ✓ Pasaje por el territorio aduanero, de mercadería procedente del exterior y destinada a él.
- ✓ Transporte por el territorio aduanero, de mercadería procedente del exterior, conducida en vehículo en viaje internacional hasta el punto en que se verifique la descarga.
- ✓ Transporte por el territorio aduanero, de mercadería extranjera, nacional o nacionalizada, verificada o despachada para reexportación o para exportación y conducida en vehículo con destino al exterior.
- **Despacho para tránsito:** La concesión y aplicación del régimen de tránsito aduanero serán requeridas a la autoridad aduanera competente de la Receita Federal, en la unidad de origen. La aplicación del régimen quedará condicionada a la liberación por otros órganos de la Administración Pública, cuando se trate de mercadería que figura en acto normativo específico que la sujete a control previo a la concesión del tránsito.

Al conceder el régimen, la autoridad aduanera en cuya jurisdicción se encuentre la mercadería a ser transportada establecerá la ruta a cumplir, fijará los plazos para efectuar la operación y para comprobar la llegada de la mercadería a destino y adoptará las medidas necesarias para la seguridad fiscal (lacrado y aplicación de otros dispositivos de seguridad, o en casos especiales, seguimiento

fiscal de la carga). Las obligaciones fiscales relativas a la mercadería, en el régimen especial de tránsito aduanero, se constituirán en término de responsabilidad firmado en la fecha del registro de la declaración de admisión en el régimen.



## CAPÍTULO II

### LAS RELACIONES ECONÓMICAS ENTRE PERU Y BRASIL DESPUÉS DE LA FIRMA DEL ACE N° 58

#### 2.1 Acuerdo de Complementación Económica entre Perú y los Estados Parte del MERCOSUR (Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay)<sup>17</sup>

El Acuerdo de Complementación Económica N° 58 (ACE 58) se suscribió entre los Gobiernos de la República Argentina, de la República Federativa del Brasil, de la República del Paraguay y de la República Oriental del Uruguay, Estados Partes del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) y el Gobierno de la República del Perú el 30 de diciembre de 2005 y fue puesto en ejecución mediante el Decreto Supremo N° 035-2005-MINCETUR, publicado en el Diario Oficial El Peruano el 17 de diciembre de 2005. Entró en vigencia a partir del 2 de enero de 2006 con Argentina, Brasil y Uruguay y del 6 de febrero del mismo año con Paraguay.

El ACE 58 tiene entre sus objetivos el de establecer un marco jurídico e institucional de cooperación e integración económica y física que contribuya a la creación de un espacio económico ampliado, a fin de facilitar la libre circulación de bienes y servicios y la plena utilización de los factores productivos, en condiciones de competencia entre Perú y los Estados Parte del MERCOSUR. Una de las obligaciones principales derivadas de este Acuerdo es la eliminación de las restricciones arancelarias y de las no-arancelarias que afectan el comercio recíproco. El intercambio comercial entre el Perú y el MERCOSUR en el año 2005, antes que entrara en vigencia el ACE 58, ascendió a los US\$ 2 179 millones. A fines del 2011 el intercambio comercial alcanzó la cifra de US\$ 5 873 millones, lo que significó un incremento de 169%.

---

<sup>17</sup>Fuente:[http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=100&Itemid=123](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=100&Itemid=123)

Las exportaciones peruanas al MERCOSUR en el año 2011 alcanzaron la suma de US\$ 1515 millones, 34% correspondieron a exportaciones de productos no Tradicionales y 66% a productos tradicionales. Cabe destacar el notorio crecimiento de las exportaciones no tradicionales que entre el 2005 y 2001 aumentó en un 387% aproximadamente.

Los principales productos exportados a MERCOSUR son: minerales y manufacturas de cobre, minerales de cinc, plata, aceitunas, lacas colorantes, fosfatos de calcio, camisas de algodón, tara y materias colorantes. Debe señalarse que el 83% de las exportaciones peruanas son destinadas a Brasil, seguidas del mercado argentino con un 13%, y el 4% restante se dirigen a Paraguay y Uruguay. En cuanto a las importaciones, el principal mercado de procedencia de las importaciones peruanas desde el MERCOSUR es Brasil, que representa un 53%, Argentina representa el 39%, y Paraguay y Uruguay conjuntamente representan el 8%.

Finalmente, a partir del 1 de enero del 2012 todos los productos peruanos destinados a Argentina y Brasil tienen una preferencia arancelaria de 100%, es decir ingresan con arancel cero a dichos países.

El Texto del ACE 58 establece disposiciones en torno a las siguientes disciplinas: Programa de Liberación Comercial, Régimen de Origen, Trato Nacional, Medidas Antidumping y Compensatorias, Prácticas Restrictivas a la Libre Competencia, Aplicación y Utilización de Incentivos a las Exportaciones, Salvaguardias, Solución de Controversias, Valoración Aduanera, Normas y Reglamentos Técnicos, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Medidas Especiales, Promoción e Intercambio de Información Comercial, Servicios, Inversiones y Doble Tributación, Propiedad Intelectual, Transporte, Complementación Científica y Tecnológica, y Administración y Evaluación del Acuerdo.

## **2.2 Análisis de Indicadores con relevancia en los posibles efectos del ACE N° 58 entre Perú y el MERCOSUR**

En la actualidad existen diversos indicadores que pueden afectar el ACE firmado entre Perú y el Mercosur (Brasil). Dentro de estos factores, podemos señalar, en

primer término, la diferencia que presentan sus mercados al momento de la entrada en vigor del ACE, lo que puede generar consecuencias en los patrones de intercambio que se puedan realizar entre ambos países. En segundo término, la situación económica generada por Perú y Brasil durante el quinquenio de análisis, hecho que puede influir directamente en los movimientos de comercio e inversiones bilaterales. En tercer término, es importante considerar las normas y reglas que tienden a estimular la parte comercial y de inversiones establecida en el ACE, con el fin de identificar las diferencias en ambas normas, y su probable impacto en los resultados del presente acuerdo. En cuarto término, podemos mencionar la evolución de las divisas a través del tipo de cambio, factor relevante a la hora de determinar la competitividad de los productos de cada país y, por último, los acuerdos comerciales suscritos por Perú y Brasil con terceros países, que probablemente podrían afectar los intercambios comerciales así como los niveles de inversiones.

### **2.2.1 Principales indicadores económicos de Perú y Brasil**

En un análisis de los mercados en términos económicos, se puede observar que ambos países presentan características no muy concordantes, los cuales influyen en sus niveles de desarrollo. La tendencia económica de ambos países ha estado marcada por decisiones de política económica que de alguna manera han marcado estas diferencias. En algún momento ello se explica por el tratar de fortalecer su industria nacional a través de la sustitución de importaciones y por ende la implementación de barreras comerciales. Sin embargo, en el Perú no tuvo el impacto deseado caso contrario en el mercado de Brasil. Posteriormente ambas economías se enmarcan en la necesidad de reorientar sus medidas económicas, buscando una mayor integración a la economía mundial.

Primero Brasil, hacia los años 70 y luego Perú en los años 90. Ello determina la apertura comercial aunque con algunas restricciones aun, principalmente en el mercado brasileño. Perú en su inserción al mercado mundial toma una serie de medidas tendientes al desarrollo del sector externo de su economía, eliminando

las barreras comerciales (ACE y TLCs) y fomentando la participación del sector privado en la economía.

Cuadro N°3: Principales indicadores macroeconómicos de Perú y Brasil, 2006-2014

Indicador	2006		2014	
	Perú	Brasil	Perú	Brasil
Producto Nacional Bruto per cápita US\$	3,144	5,809	6,458	11,604
Inflación (IPC, variación anual %)	2.00	3.14	3.20	6.30
Desempleo (%)	4.60	8.40	3.90	5.90
Ranking de Desarrollo Humano	82	69	82	79
Coefficiente de Gini	0.52	0.56	0.45	0.53
Exportaciones (% del PIB)	30.00	14.40	22.30	11.50
Importaciones (% del PIB)	20.90	8.65	23.90	10.19
Inversión Extranjera Directa (IED) (% del PIB)	4.70	2.60	4.60	3.00
Participación en el PBI Mundial (%)	0.19	2.19	0.27	2.90

Fuente: Banco Mundial

Como podemos observar en el cuadro anterior, al momento de entrar en vigencia el ACE N° 58 entre Perú y el Mercosur (Brasil), (periodo 2006), los principales indicadores económicos de ambos países son relativamente similares. La mayor similitud se da por el lado del Coeficiente de Gini, con niveles relativamente idénticos, pero que sin embargo Brasil presenta mayores niveles de desigualdad de su sociedad. En cuanto al índice de precios al consumidor (IPC), ambos países experimentaron durante el último año una variación relativa, la cual el Perú la supo manejar adecuadamente.

Respecto al índice de desarrollo humano, ambos países se encuentran en la categoría de Alto, definida por la ONU. Por su parte, la apertura comercial está definida en una mayor proporción en el mercado peruano que en el brasileño, con lo cual se corrobora en una economía proteccionista. El empresario Arequipeño Carlos Lozada menciona: *“Brasil es un país grande pero bastante proteccionista, nosotros llegamos a su patio trasero, Acre y Rondonia, que es una población pequeña, más grande es Arequipa. Llegar por vía terrestre al resto del país es muy costoso. Brasil para ser el volumen de población y economía que es, comercia muy poco con el mundo; esta poco integrado al mundo y es un país que si bien tiene un orden, una*

*estructura normativa, bastante formal, por otro lado es muy burocrático, muy complicado y no tiene una cultura de comercio con el mundo, no es muy fácil entrar a Brasil, tampoco quiere decir que sea muy difícil, prueba de ello es que de 10 años que tenemos la interoceánica no despegó al comercio". Ver entrevista completa en el Anexo N° 1: Entrevista a empresarios y Funcionarios ligados al comercio exterior con Brasil.*

Ello se observa en los porcentajes de exportaciones respecto a su PBI, así como los niveles de inversiones extranjeras directas representan una mayor proporción. Respecto al tamaño de ambas economías, Brasil representaba aproximadamente el 2.19% del PIB mundial y Perú el 0,19%, esta diferencia marca una relación estrecha con las diferencias existentes entre ambos países en cuanto a la población. Esta tendencia se mantiene en el último periodo de análisis, confirmando que Brasil es la primera economía en América Latina y la séptima economía mundial.

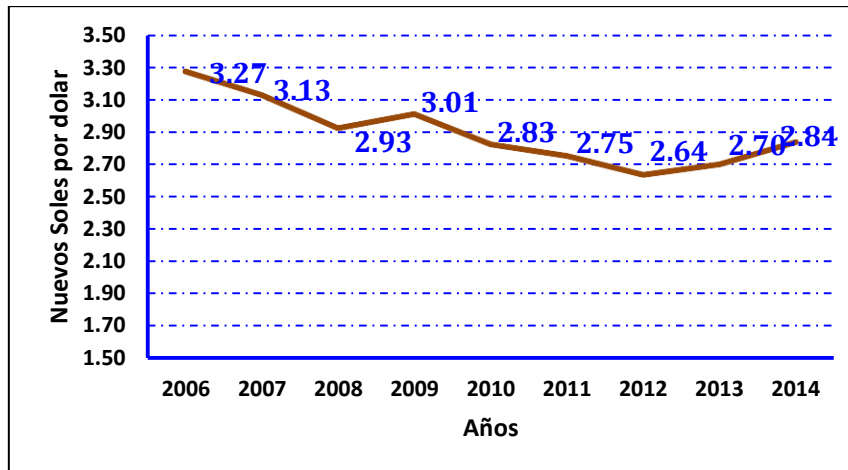
## **2.2.2 Evolución del Tipo de Cambio de Perú y Brasil**

### **2.2.2.1 Tipo de Cambio del Nuevo sol y el Real frente al Dólar**

Hoy en día en el mercado internacional, la moneda que rige en las negociaciones internacionales es el dólar. Por lo que consideramos realizar su análisis en el último quinquenio y ver su evolución de los tipos de cambio tanto del sol como del real, en relación con el dólar. Este análisis permitirá tener una óptica sobre los efectos de las fluctuaciones del tipo de cambio, en los movimientos de comercio hacia el mundo en ambos países.

El nuevo sol frente al dólar, registra entre 2006 y 2014 una ligera apreciación, tal como podemos observar en el Gráfico N° 1. Esta tendencia fue influenciada negativamente en las exportaciones peruanas, con la consecuencia de pérdida de competitividad de los productos peruanos. Situación que se dio por la crisis en Estados Unidos. No obstante, tal como se aprecia en el siguiente gráfico, en los últimos años se muestra un incremento del tipo de cambio depreciándose el nuevo sol y favoreciendo las exportaciones peruanas. Situación que ha sido generada por el mercado de Estados Unidos al generar la expectativa de subir las tasas de interés.

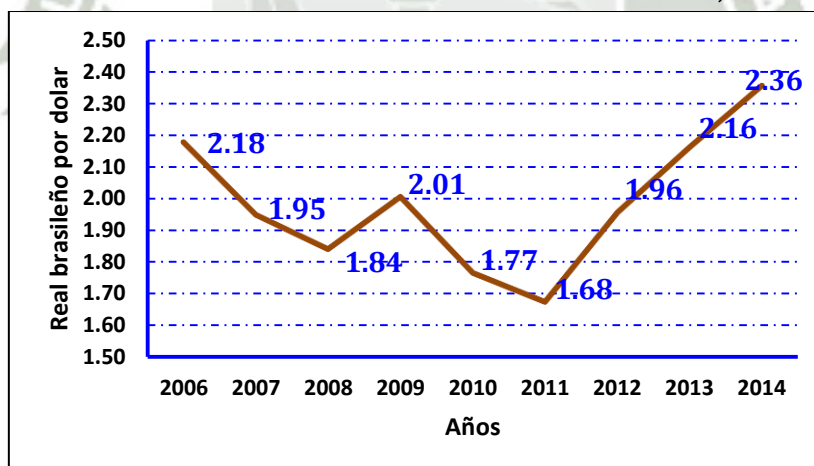
Gráfico N° 1: Evolución del nuevo sol frente al dólar, 2006-2014



Fuente: Elaboración propia en base a datos del BCRP

Por otro lado, el real brasileño a lo largo del periodo tuvo una evolución bien marcada tanto en el año 2008 como 2011, donde el real se apreció respecto al dólar y a partir de ese año se está depreciando. Así la subida del dólar mejora la competitividad de los productos brasileños y deteriora a otros países en situación de intercambio.

Gráfico N° 2: Evolución del Real brasileño frente al dólar, 2006-2014



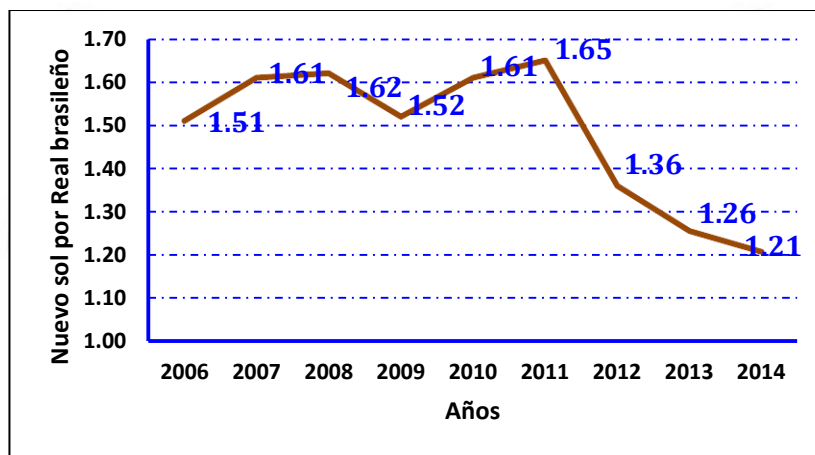
Fuente: Elaboración propia en base a datos del BCRP

### 2.2.2.2 Tipo de Cambio del Nuevo Sol frente al Real

En promedio el nuevo sol experimentó hasta el año 2011 una moderada depreciación respecto al real brasileño. A partir de ese año a la fecha la moneda local muestra una fuerte apreciación. Esta situación de la moneda en Brasil se

presenta por una fuerte desvalorización y la situación de la agencia S&P de retirar el grado inversor al país, la cual no solo se debe a la situación económica que Brasil está enfrentando, sino también a la inmovilidad del gobierno en poder actuar. Situación que por el lado peruano resta competitividad a las exportaciones dirigidas al mercado brasileño. Ver, Gráfico N° 3.

Grafico N° 3: Evolución del Nuevo sol frente al real brasileño, 2006-2014



Fuente: Elaboración propia en base a datos del BCRP

Estas fluctuaciones en la evolución del tipo de cambio entre Perú y Brasil pueden generar un importante impacto en el intercambio comercial entre ambos países. La depreciación sufrida por el nuevo sol frente al real brasileño en los años 2007, 2008, 2010 y 2011 a la actualidad, implica que los productos peruanos se vuelven más atractivos para el mercado brasileño.

Por su parte, las importaciones brasileñas desde Perú pueden verse afectadas, ya que tras la devaluación del nuevo sol, los productos brasileños pueden ser relativamente más caros.

Según el empresario Carlos Lozada, indica que el tipo de cambio del real respecto al dólar influye en las operaciones de comercio exterior, así menciona: *“Cuando estábamos exportando cebolla en el mes de Setiembre las negociaciones fueron exitosas pero luego dejamos de hacerlo, ya que bajo el precio en Brasil y subió el tipo de cambio del real/dólar y entonces hizo más caras las importaciones para ellos y*

*dejaron de comprar; espero que en las próximas semanas se pueda reanudar la exportación de cebolla” según comento.*

Entre tanto Ignacio Rivera, funcionario de PROMPERU-AREQUIPA, menciono que el tipo de cambio es una variable como para tomarla muy en cuenta, así menciona: *“Hay un tema que hay que tomar en cuenta que es el tipo de cambio, Brasil está pasando por una devaluación de su moneda, lo cual hace que nuestro tipo de cambio ya no sea tan conveniente mandar productos a Brasil, en algunos casos en otros si, sin embargo es algo que hay que tomar en cuenta. Si es conveniente o no depende del tipo de producto uno puede ser más competitivo que el otro o simplemente porque no hay”* comento. Ver entrevista completa en el Anexo N° 1: Entrevista a empresarios y Funcionarios ligados al comercio exterior con Brasil.

### **2.2.3 Acuerdos Comerciales suscritos por Perú y Brasil con otros países**

#### **2.2.3.1 Acuerdos Económicos suscritos por Perú**

Otro indicador relevante que puede tener un gran impacto comercial bilateral, son los acuerdos comerciales firmados por Perú y Brasil con otros países.

Puesto que Perú en los últimos años presenta una tendencia de apertura comercial con el exterior, requiere de una participación activa en los mercados internacionales. Ello con el objetivo de mantener en forma permanente e incrementar sus tasas de crecimiento, niveles de empleo, innovación tecnológica y eficacia en la asignación de los recursos.

La fluidez de las negociaciones que está implementando el gobierno peruano a los largo de los últimos años muestra una apertura comercial dinámica, y ello se refleja en las mayores opciones de mercados que tienen a su disposición las empresas peruanas. Actualmente, el país ha suscrito los Acuerdos de Alcance Parcial, AAP, Acuerdos de Complementación Económica, ACE, y Tratados de Libre Comercio, TLC, APEC, ALCA, etc.

Entre los acuerdos comerciales principales suscritos por el Perú son los siguientes:

Tabla N°2: Principales Acuerdos comerciales del Perú

Acuerdo (Parte signataria)	Vigencia	Objetivos
<b>MULTILATERALES</b>		
Miembros de la OMC	01 DE ENERO 1995	Elevar los niveles de vida; lograr el pleno empleo; lograr un volumen considerable y en constante aumento de ingresos reales y demanda efectiva; y acrecentar la producción y el comercio de bienes y servicios.
	(Parte contratante del GATT 1947 desde 07 octubre 1951)	
<b>UNION ADUANERA</b>		
Comunidad Andina - CAN	26 DE MAYO 1969	Promover el desarrollo equilibrado y armónico de los Países Miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social; Facilitar su participación en el proceso de integración regional, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano
<b>ACUERDOS DE LIBRE COMERCIO</b>		
Alianza del Pacífico	20 DE JULIO 2015	Diversificación de las inversiones de los países miembros de la EFTA en el Perú. Fortalecimiento y ampliación de lazos de integración con países de Europa: Perú y los Estados miembros de la EFTA comparten un decidido interés en fortalecer los lazos económicos, de inversión y de cooperación.
Unión Europea	Aplicación provisional - 01 DE MARZO 2013	Como política de Estado, el Acuerdo Comercial con la UE forma parte de una estrategia comercial de largo plazo que busca convertir al Perú en un país exportador, consolidando mayores mercados y creando mejores oportunidades de desarrollo a través de la atracción de inversión.
Japón	01 DE MARZO 2012	El Acuerdo de Asociación Económica Perú - Japón, permite un acceso preferencial a un mercado consolidado a nivel internacional, el cual además cuenta con una gran capacidad de consumo de productos con alto valor agregado.
Costa Rica	01 DE JUNIO 2013	Este Tratado se enmarca dentro de la estrategia comercial de mejorar las condiciones de acceso a mercados; y al mismo tiempo, establecer reglas y disciplinas claras que promuevan el intercambio comercial de bienes y servicios e inversiones.
Panamá	01 DE MAYO 2012	Este Tratado significa una herramienta positiva para fomentar el comercio bilateral entre Perú y Panamá, principalmente, se busca beneficiar a las PYME, que constantemente se encuentran en busca de destinos próximos y afines para colocar sus productos con valor agregado.
México (ACE 8)	01 DE FEBRERO 2012	Incrementar las oportunidades para nuevos productos, particularmente del sector no tradicional, y para la nueva oferta exportable que gozará de acceso real para contribuir con la creación de empleos y con el ingreso de los trabajadores.
Corea del Sur	01 DE AGOSTO 2011	Fortalecer las relaciones comerciales, permitiendo herramientas de control y seguridad tanto para los inversionistas de las Partes como para ambos Estados, lo cual incentivará el desarrollo de más inversiones en el corto, mediano y largo plazo.
China	01 DE MARZO 2010	Permitir un mejor acceso a un mercado cuyas características antes mencionadas involucran una mayor demanda de bienes de consumo, materias primas, bienes intermedios y bienes de capital.
EFTA - Asociación Europea de Libre Comercio	14 DE JULIO 2010	Creación de un área de libre comercio que involucre: acceso a mercados, inversiones, servicios, disciplinas comerciales, mecanismos de solución de controversias, entre otros.

Singapur	01 DE AGOSTO 2009	Promover y facilitar la inversión procedente de Singapur en proyectos de infraestructura en el marco de la implementación del HUB-Perú y los ejes IIRSA, así como en la producción de mercancías de exportación
Canadá	01 DE AGOSTO 2009	Permitir el libre comercio de bienes y servicios e inversiones, también capítulos y acuerdos paralelos sobre el Medio Ambiente y Cooperación Laboral
Chile	01 DE MARZO 2009	Fomentar el establecimiento de una zona de libre comercio de conformidad con lo dispuesto en el Artículo XXIV del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994, el Artículo V del Acuerdo General sobre Comercio de Servicios y el Tratado de Montevideo 1980.
Estados Unidos	01 DE FEBRERO 2009	Creación de área de libre comercio que incluye aspectos como: acceso a mercados, inversiones y servicios.
MERCOSUR (ACE 58)	30 DE NOVIEMBRE 2005	Creación de área de libre comercio, cooperación e integración económica y física
Tailandia	31 DE DICIEMBRE 2011	Creación de área de libre comercio que incluye aspectos como: acceso a mercados, inversiones y servicios.
<b>ACUERDOS COMERCIALES AUN NO VIGENTES</b>		
<b>ACUERDOS DE LIBRE COMERCIO</b>		
Honduras	29 DE MAYO 2015	Mejorar las condiciones de acceso a mercados; y al mismo tiempo, establecer reglas y disciplinas claras que promuevan el intercambio comercial de bienes y servicios e inversiones
Guatemala	06 DE DICIEMBRE 2011	Generar un alto nivel de complementariedad en el intercambio comercial y promover un mayor flujo de comercio de bienes, servicios e inversiones entre Perú y Panamá, dando especial énfasis a una oportunidad para las pequeñas y medianas empresas.
Acuerdo de Asociación Transpacífico-TPP	04 DE NOVIEMBRE 2006	Construir un acuerdo inclusivo y de alta calidad que sea soporte para el crecimiento económico, el desarrollo y la generación de empleo de los países miembros
Programa DOHA	08 DE NOVIEMBRE 2001	Eliminar los obstáculos que impiden una mayor apertura; facilitar la apertura en pro del desarrollo; encargar la apertura con arreglo a las normas de la OMC; y fortalecer la integración mundial y el sistema multilateral del comercio.
Acuerdo de Comercio de Servicios -TISA	06 DE MARZO 2012	Promover la expansión de las exportaciones del Perú en diversos sectores, tales como distribución, diseño de software, franquicias, centros de contacto, ingeniería, consultoría y restaurantes.
El Salvador	08 DE NOVIEMBRE 2010	Generar un alto nivel de complementariedad en el intercambio comercial y promover un mayor flujo de comercio de bienes, servicios e inversiones entre Perú y dichos países, dando especial énfasis a una oportunidad para las pequeñas y medianas empresas.
Turquía	22 DE OCTUBRE 2013	Creación de área de libre comercio que incluye aspectos como: acceso a mercados, inversiones y servicios.
<b>ACUERDOS COMERCIALES PREFERENCIALES VIGENTES</b>		
Venezuela	07 DE ENERO 2012	Otorgar preferencias arancelarias recíprocas aplicables a las importaciones de productos originarios de las Partes, con el fin de promover el desarrollo económico y productivo de ambos países, a través del fortalecimiento de un intercambio comercial bilateral justo, equilibrado y transparente.
Cuba	09 DE MARZO DEL 2001	Facilitar, expandir y fortalecer las relaciones comerciales bilaterales a través del otorgamiento de preferencias arancelarias entre las Partes

Fuente: Elaboración propia en base a: [www.acuerdoscomerciales.gob.pe](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe)

### 2.2.3.2 Acuerdos Económicos suscritos por Brasil

El mercado brasileño tiene la convicción de que los acuerdos comerciales en calidad bilateral y regionales pueden ser un gran complemento útil para su sistema comercial, al profundizar la integración de los mercados, reforzar el papel del comercio en el crecimiento económico que pueda generar y promover incrementos a gran escala para las empresas nacionales. Desde esa óptica, y de acuerdo con las disciplinas de la OMC sobre acuerdos comerciales regionales, el Brasil sigue considerando el MERCOSUR como la piedra angular de su política comercial, y ello lo podemos ver en la siguiente tabla donde los acuerdos comerciales que ha suscrito, lo hace mediante el MERCOSUR.

El mercado de Brasil participa también en otros acuerdos regionales dentro de ALADI. En su condición de miembro del MERCOSUR y en calidad de la unión aduanera, ha estado negociando una serie de tratados comerciales preferenciales (ACP) y de libre comercio (ALC) con interlocutores extra regionales. El MERCOSUR firmó un ALC con Israel en 2007 y un ACP con la India en 2004.

También ha finalizado las negociaciones con el África Meridional (SACU). Como observamos su apertura comercial es importante, pero sin embargo su economía sigue siendo la más proteccionista de América Latina y Caribe.

Ya sea en las barreras no arancelarias - como la exigencia de licencias de importación no automáticas, el mantenimiento de precios mínimos de importación, las estrictas reglamentaciones sanitarias y fitosanitarias, las reglamentaciones técnicas y normas de calidad, barreras relacionadas con la propiedad intelectual. En la siguiente tabla podemos ver claramente sus acuerdos comerciales.

Tabla N°3: Principales Acuerdos comerciales del Brasil

Acuerdo (Parte signataria)	Vigencia	Objetivos
<b>MULTILATERALES</b>		
Miembros de la OMC	01 DE ENERO 1995	Elevar los niveles de vida; lograr el pleno empleo; lograr un volumen considerable y en constante aumento de ingresos reales y demanda efectiva; y acrecentar la producción y el comercio de bienes y servicios.
	(Parte contratante del GATT 1947 desde 07 octubre 1951)	
<b>UNION ADUANERA</b>		
Estados Miembros del MERCOSUR	26 DE MARZO 1991	La libre circulación de bienes, servicios y factores productivos entre los países, a través, entre otros, de la eliminación de los derechos aduaneros y restricciones no arancelarias a la circulación de mercaderías
<b>ACUERDOS DE LIBRE COMERCIO</b>		
MERCOSUR - Israel	18 DE DICIEMBRE 2007	Creación de área de libre comercio que incluye aspectos como: acceso a mercados, inversiones y servicios.
MERCOSUR - Perú (ACE 58)	30 DE NOVIEMBRE 2005	Creación de área de libre comercio, cooperación e integración económica y física
MERCOSUR - Bolivia (ACE 36)	17 DE DICIEMBRE 1996	Formar un área de libre comercio entre las Partes Contratantes en un plazo máximo de 10 años, mediante la expansión y diversificación del intercambio comercial y la eliminación de las restricciones arancelarias y de las no arancelarias
MERCOSUR - Chile (ACE 35)	25 DE JUNIO 1996	Establecer el marco jurídico e institucional de cooperación e integración económica y física que contribuya a la creación de un espacio económico ampliado que tienda a facilitar la libre circulación de bienes y servicios y la plena utilización de los factores productivos
<b>ACUERDOS MARCO</b>		
MERCOSUR - México (ACE N° 54) - Acuerdo marco	05 DE JULIO 2002	Crear un Área de Libre Comercio, mediante la eliminación de gravámenes, restricciones, y demás obstáculos que afecten el comercio recíproco, a fin de lograr la expansión y diversificación de los intercambios comerciales
<b>ACUERDOS COMERCIALES PREFERENCIALES</b>		
Suriname (AAP.A25TM N° 41)	21 DE ABRIL 2005	Otorgar preferencias arancelarias al comercio del arroz,
Colombia - Ecuador - Venezuela - MERCOSUR (AAP.CE N° 59)	18 DE OCTUBRE 2004	Formar un área de libre comercio entre las Partes Contratantes mediante la expansión y diversificación del intercambio comercial y la eliminación de las restricciones arancelarias y de las no-arancelarias
MERCOSUR - India	25 DE ENERO 2004	Creación de un Área de Libre Comercio entre el MERCOSUR y la República de la India.
MERCOSUR - México (ACE N° 55) - Acuerdo sobre el sector automotor	27 DE SETIEMBRE 2002	Sentar las bases para el establecimiento del libre comercio en el sector automotor y de promover la integración y complementación productiva de sus sectores automotores.
México (AAP.CE N° 53)	03 DE JULIO 2002	Estimular los flujos de inversión, para procurar promover un intensivo aprovechamiento de los mercados y de la capacidad competitiva de las Partes
Guyana (AAP.A25TM N°38)	27 DE JUNIO 2001	Promover el incremento de los flujos de comercio bilaterales por medio del intercambio de preferencias arancelarias entre las Partes, cooperación en temas de comercio y participación creciente del sector privado
Argentina (ACE N° 14)	20 DE DICIEMBRE 1990	Promover la complementación económica, en especial la industrial y tecnológica, con el fin de optimizar la utilización y movilidad de los factores de producción

Uruguay (AAP.CE N° 2)	30 DE SETIEMBRE 1986	Creación de área de libre comercio que incluye aspectos como: acceso a mercados, inversiones y servicios.
<b>ACUERDOS COMERCIALES AUN NO VIGENTES</b>		
<b>ACUERDOS DE LIBRE COMERCIO</b>		
MERCOSUR - Egipto	02 DE AGOSTO 2010	Creación de área de libre comercio que incluye aspectos como: acceso a mercados, inversiones y servicios.
<b>ACUERDOS COMERCIALES PREFERENCIALES</b>		
MERCOSUR - Unión Aduanera del África Meridional (SACU)	15 DE DICIEMBRE 2008	Establecer márgenes de preferencias fija como primer paso para la creación de una Área de Libre Comercio.

Fuente: Elaboración propia en base a:

[http://www.sice.oas.org/ctyindex/BRZ/BRZagreements\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/ctyindex/BRZ/BRZagreements_s.asp)

La implementación de estos acuerdos comerciales relativamente no afectaría al intercambio bilateral entre Perú y Brasil, dada la orientación de mercados tanto por parte del país como del mercado brasileño.

### 2.3 Efectos del ACE N° 58 Perú – MERCOSUR en el flujo Comercial, 2009-2014

#### 2.3.1 Comercio de Perú con el mercado mundial, 2009-2014

Entre 2009 y el año 2014, la actividad comercial de los principales socios de Perú presentó tendencias irregulares. Por un lado la economía de Estados Unidos estuvo marcada por la inestabilidad, así como en Europa; repercusión que se vivió también en países del resto de América como Venezuela, Brasil, Bolivia y Ecuador. Si bien es cierto se muestra un leve repunte de la economía estadounidense, aun no es suficiente para nuestras exportaciones, por lo que es favorable la apertura comercial con otros mercados.

Cuadro N° 4: Intercambio Comercial de Perú por área geográfica, 2009-2014  
(Millones de US\$)

Región	2009	2010	2011	2012	2013	2014
América	11,344.93	15,801.21	19,844.68	20,990.60	21,343.98	21,046.70
Asia	6,986.25	9,712.24	12,411.68	14,254.25	14,907.12	15,076.33
Europa	8,313.55	3,321.02	4,281.34	5,180.16	5,387.95	5,171.41
África	144.08	970.21	1,163.10	1,467.06	1,454.88	629.66
Oceania	128.71	132.33	179.69	252.34	213.86	261.43
Resto	156.49	28.71	10.51	18.48	13.85	7.99
<b>TOTAL</b>	<b>27,074.01</b>	<b>29,965.72</b>	<b>37,891.00</b>	<b>42,162.88</b>	<b>43,321.64</b>	<b>42,193.52</b>

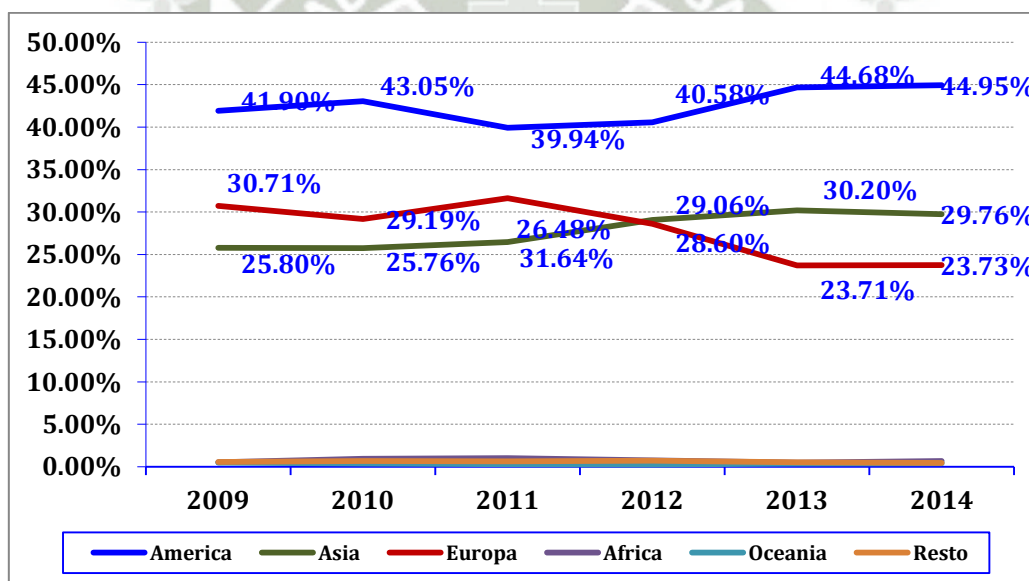
Fuente: Elaboración propia en base a SUNAT.

Así mismo al analizar en términos de participación, el intercambio comercial de Perú, podemos observar claramente que la mayor parte de los envíos al exterior se realizan a mercado de América (Estados Unidos), Asia (China) y Europa (Suiza).

Al realizar un análisis en términos de representación, resulta claro que las mayores transacciones con el exterior se realizan en América, y dentro de este continente, Estados Unidos es el principal socio.

A lo largo del periodo parece mantenerse la tendencia en cuanto al nivel de participación, así tenemos que el continente Americano representa el 42.43%, seguido de Asia con el 28% y Europa en un 27.86%, el resto aporta solo el 1.71%.

Grafico N° 4: Intercambio Comercial de Perú por área geográfica en termino porcentuales, 2009-2014



Fuente: Elaboración propia en base al Cuadro N° 4

### 2.3.1.1 Balanza Comercial de Perú

A lo largo del periodo en análisis, en los dos últimos años se registra un descenso en los envíos al exterior en tanto que se incrementaron las compras internacionales, por lo que trajo como consecuencia un déficit en la balanza comercial. En general esto trajo como consecuencia que el intercambio comercial total disminuyera en un 6.10%, las exportaciones en un 9.65% y las importaciones

en un 2.60% (periodo 2013-2014). Esta situación se podría explicar por la inestabilidad económica de nuestros principales socios comerciales (Estados Unidos, Unión Europea y China).

Cuadro N° 5: Evolución del comercio del Perú con el mundo en Millones de US\$, periodo 2009-2014

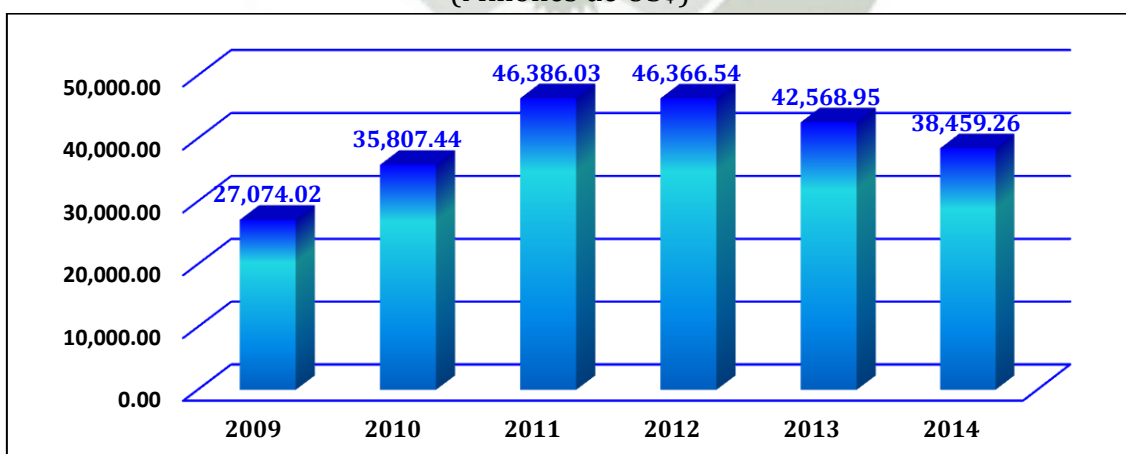
Descripción	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones (FOB)	27,074.02	35,807.44	46,386.03	46,366.54	42,568.95	38,459.26
Importaciones (CIF)	21,812.36	29,965.72	37,891.04	42,162.94	43,321.72	42,193.57
Balanza Comercial	5,261.66	5,841.72	8,494.99	4,203.60	-752.77	-3,734.31
Intercambio Comercial	48,886.38	65,773.16	84,277.07	88,529.47	85,890.66	80,652.83

Fuente: Elaboración propia en base a SUNAT.

### 2.3.1.2 Evolución de las Exportaciones peruanas al exterior

A lo largo del periodo en análisis, podemos observar un decremento de las exportaciones peruanas, situación que se profundiza en los años 2013 y 2014. Esta situación se deriva por la caída de las exportaciones tradicionales (minerales), la gran dependencia en los envíos de commodities y las irregularidades económicas del mercado internacional. Ello nos permite deducir que el país aún no ha logrado diversificar sus exportaciones, y estamos a la expectativa de lo que pueda suceder en el mercado. Así en el último año se registró una disminución del 9.65%.

Grafico N° 5: Exportaciones de Perú al mercado internacional, 2009-2014 (Millones de US\$)



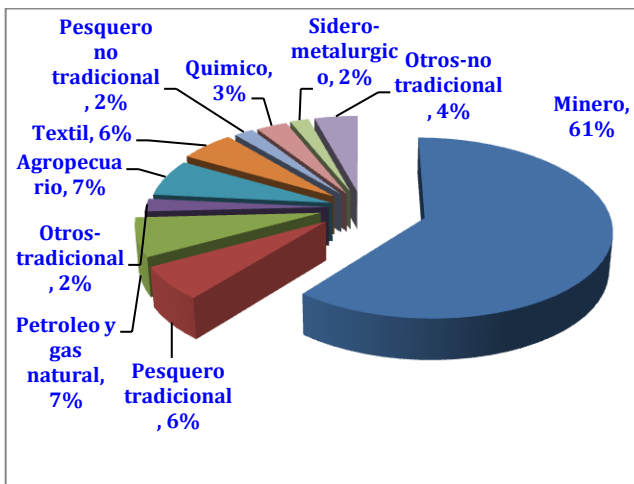
Fuente: Elaboración propia en base al Cuadro N° 6

Durante el año 2013 y 2014, si bien es cierto que las exportaciones tradicionales disminuyeron, sin embargo las no tradicionales siguen manteniendo un gran dinamismo. En términos de países, los mayores envíos se registraron a China (17.75%), Estados Unidos (17.19%) y muy por debajo tenemos al mercado de Suiza (6.99%). En términos de disminución en los envíos al exterior, los países que registraron una mayor caída son: Italia (-33.23%), Japón (-28.88%), Corea del Sur (-22.21%) y Estados Unidos (-20.84%) entre los principales.

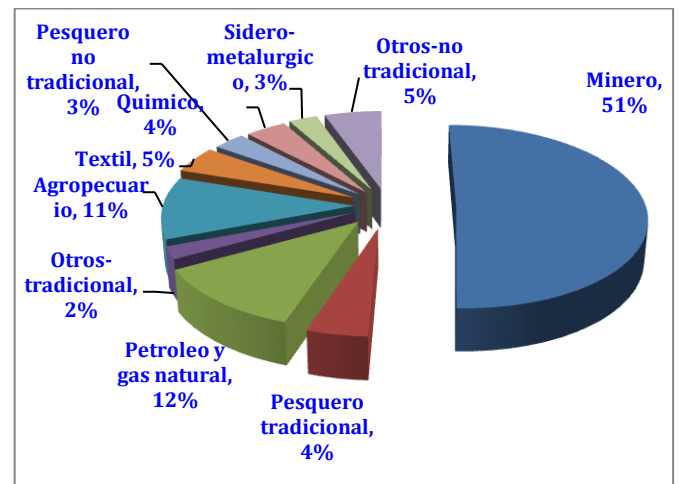
### **2.3.1.2.1 Exportaciones Peruanas por sector**

En el rubro de exportaciones por sector, según información obtenida de SUNAT, vemos que sus envíos al exterior esta principalmente compuesta por materias primas, en vez de productos provenientes del sector industrial y o con valor agregado. Los recursos naturales tienen una gran participación, dentro de los cuales destaca la riqueza minera y en productos como el cobre en primer lugar y en segundo término el oro, conllevando a que este sector se constituya en el principal sector de exportación. Sin embargo, esta realidad en los últimos años trata de cambiarse, generándose un mayor dinamismo en el aporte de las exportaciones no tradicionales, destacando el sector agropecuario con un crecimiento de 22.3% (periodo 2013-2014), seguido del sector pesquero en el orden del 15.6%. Este comportamiento se puede suscitar dada la apertura de nuevos mercados y por consiguiente la mayor diversificación de productos exportados. Las exportaciones por sector para los años 2009 y 2014 se presentan a continuación en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 6: Exportaciones de Perú por sector, 2009 y 2014 (Participación)  
Año 2009



Año 2014

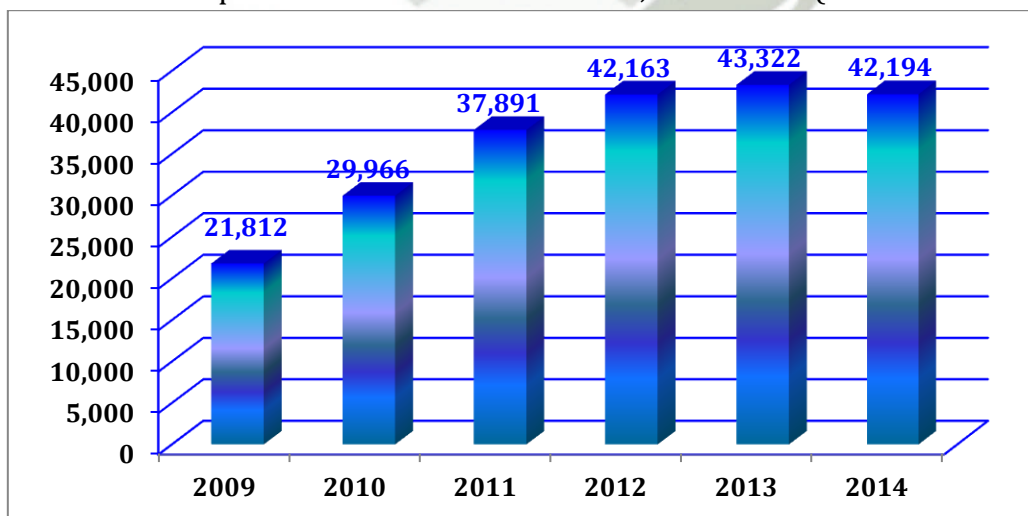


Fuente: Elaboración propia en base a SUNAT.

### 2.3.1.3 Evolución de las Importaciones al exterior

En cuanto a las importaciones de bienes y servicios, tal como vimos en el cuadro N°6, durante el periodo en análisis, esta se han incrementado en el orden del 14.11% promedio anual; donde resalta la tendencia en los dos últimos años, generando que la balanza comercial se muestre deficitaria, por lo que podría definir el comportamiento tanto de la balanza en cuenta corriente como de balanza de pagos. Dicho comportamiento se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 7: Importaciones de Perú al exterior, 2009-2014 (Millones de US\$)



Fuente: Elaboración propia en base al cuadro N° 5.

La procedencia de las importaciones a lo largo del periodo de análisis, se distribuye de la siguiente manera: US\$ 111,113 millones provienen desde países de América, esta cifra equivale en promedio al 51.57% del total importado. Dentro de América, las importaciones provienen en su mayoría de Estados Unidos y Brasil. Asia, en tanto, se constituye en la segunda región que nos provee de bienes al país, representando en promedio el 33.02%, con un total de US\$ 72,685 millones, de estos, el principal proveedor es el mercado de China. El continente Europeo representa el 11.87%, ubicándose como la tercera región proveedora, y destacando el país de Alemania.

#### **2.3.1.3.1 Importaciones Peruanas por tipo de sector**

En el componente de importaciones por tipo de sector, según información obtenida de SUNAT, su estructura en ambos periodos 2009 y 2014 muestran una mayor participación de bienes intermedios (48% y 36% respectivamente), en segundo término se encuentra los bienes de consumo, seguidamente los bienes de capital. Así mismo observamos que en su composición, ésta se ha mantenido entre los años 2009 y 2014. Ver gráfico N° 8.

En cuanto a los bienes de consumo; Al interior de este rubro, el valor importado de bienes de consumo duradero ascendió a US\$ 4316 millones, registrando una caída del 1,9% respecto al 2013. Las importaciones de utensilios domésticos crecieron (5,2%), muebles y otro equipo para el hogar (1,0%), armas y equipo militar (-12,8%), máquina y aparato de uso doméstico (-3,3%), vehículo de transporte particular (-2,5%).

Por su parte, las importaciones de bienes de consumo no duradero ascendieron a US\$ 4716 millones, monto superior en 3,8% respecto al 2013. A nivel desagregado, crecieron las importaciones de productos alimenticio elaborados (10,6%), productos alimenticios primarios (5,1%), bebidas (4,0%), vestuario y otras confecciones textiles (4,3%), otros bienes de consumo no duradero (0,2%); en cambio, disminuyeron las importaciones de tabaco (-6,0%), productos farmacéuticos y de tocador (-0,6%). En cuanto a los productos intermedios; Para la agricultura, éstas ascendieron a US\$ 1455 millones, monto que representó un crecimiento de 8%, respecto de diciembre del 2013.



## 2.3.2 Perú con Brasil

### 2.3.2.1 Participación de las exportaciones peruanas a Brasil respecto a las exportaciones del mundo

Para tener una visión más amplia sobre el impacto del acuerdo comercial con Brasil, es necesario determinar el comportamiento antes y después de la entrada en vigor del presente acuerdo, por lo tanto consideramos el análisis desde el año 2005. Al considerar el porcentaje que representa el intercambio comercial con Brasil, con relación al intercambio con el mundo, Cuadro N° 6, es posible determinar que éste se sitúa en torno al promedio de 5%. Por el lado de las exportaciones, en promedio a lo largo del periodo 2005-2014 registran un incremento del orden de 7.69%. En contraste, las importaciones efectuadas desde Brasil registran una disminución promedio de 4.34%. Este comportamiento, nos hace pensar que pese a la liberalización de las barreras comerciales (Entrada en vigencia del ACE N° 58, Perú Mercosur-Brasil), acontecida en 2006, el mercado peruano tiene preferencia de proveedores de otros países en vez de las provenientes del mercado brasileño.

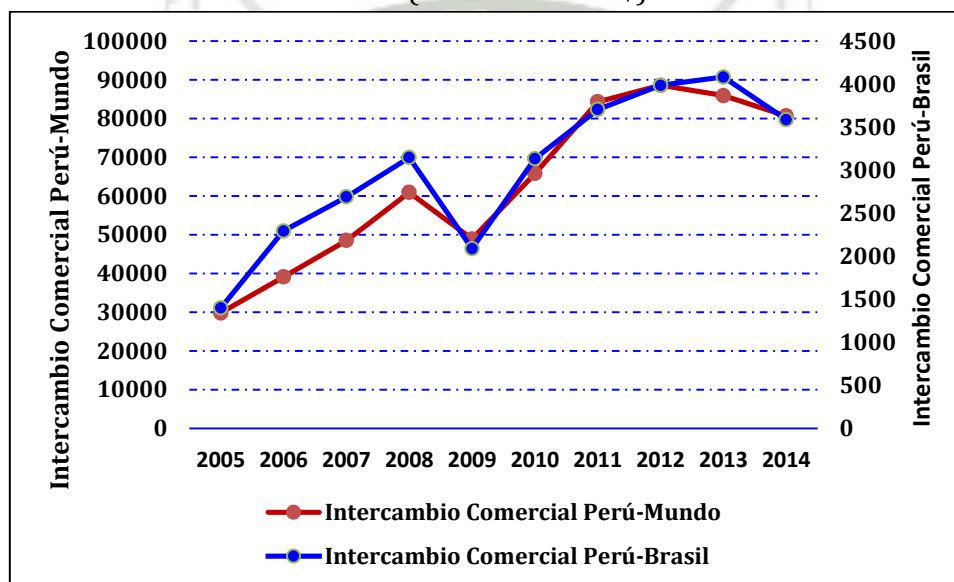
Cuadro N° 6: Evolución de comercio Perú – Brasil y con el mundo 2005-2014  
(Millones de US\$)

COMERCIO BILATERAL	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>COMERCIO PERÚ-MUNDO</b>										
Exportaciones (FOB)	17,300	23,800	28,085	31,008	27,074	35,807	46,386	46,367	42,569	38,459
Importaciones (CIF)	12,488	15,297	20,432	29,881	21,812	29,966	37,891	42,163	43,322	42,194
Balanza Comercial	4,812	8,502	7,652	1,126	5,262	5,842	8,495	4,204	-753	-3,734
Intercambio Comercial	29,788	39,097	48,517	60,889	48,886	65,773	84,277	88,529	85,891	80,653
<b>COMERCIO PERÚ-BRASIL</b>										
Exportaciones (FOB)	458	806	932	874	508	950	1,263	1,405	1,757	1,593
Importaciones (CIF)	941	1,487	1,757	2,272	1,580	2,183	2,440	2,579	2,325	1,994
Balanza Comercial	-483	-681	-825	-1,398	-1,072	-1,233	-1,177	-1,174	-568	-401
Intercambio Comercial	1,398	2,292	2,689	3,145	2,088	3,133	3,703	3,984	4,082	3,587
<b>PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PERÚ A BRASIL RESPECTO AL PERÚ-MUNDO</b>										
Exportaciones	2.65%	3.38%	3.32%	2.82%	1.88%	2.65%	2.72%	3.03%	4.13%	4.14%
Importaciones	7.53%	9.72%	8.60%	7.60%	7.24%	7.28%	6.44%	6.12%	5.37%	4.73%
Intercambio Comercial	4.69%	5.86%	5.54%	5.17%	4.27%	4.76%	4.39%	4.50%	4.75%	4.45%

Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por SUNAT.

Así mismo podemos observar en el cuadro N° 6 que en promedio las exportaciones registran un alza a Brasil respecto al mundo así como una disminución de las importaciones, favoreciendo la disminución del déficit comercial. En consecuencia, es posible señalar que el intercambio comercial con Brasil, en relación con el intercambio con el resto del mundo, se ha visto ligeramente alterado tras la entrada en vigor del ACE N° 58 Perú Brasil, a pesar de la protección del mercado brasileño. Es decir, se ha producido un incremento promedio en la participación del intercambio comercial, como sería de esperar tras la entrada en vigencia del presente acuerdo comercial.

Grafico N° 9: Intercambio comercial Perú-Brasil-Mundo, periodo 2005-2014 (Millones de US\$)



Fuente: Elaboración propia en base al cuadro N° 6

Seguidamente se puede observar en el Gráfico N° 9, dos periodos relevantes de análisis, como es del 2005 al 2008, donde el intercambio Perú Brasil registro una tendencia creciente por encima del intercambio Perú -mundo y a partir de ese año el intercambio comercial con Brasil no ha sido diferente del comportamiento del intercambio comercial de, país con el mundo. Salvo el año 2013, donde el intercambio con Brasil crece, mientras el intercambio con el mundo cae, la tendencia muestra que ambos tipos de intercambio poseen una directa relación.

### 2.3.2.2 Resultados del Comercio Bilateral antes del ACE N° 58

En el año 2006, con el objetivo de profundizar las relaciones comerciales y por ende los lazos entre países, se firma el ACE N° 58 Perú-MERCOSUR (Brasil). Sin embargo, al comparar la evolución de los resultados obtenidos tras la firma del acuerdo, con los resultados alcanzados durante los años de vigencia del ACE, se aprecia que el impacto no ha sido el esperado (en términos de generación de divisas). Esta situación se produjo porque pese a que las exportaciones peruanas hacia Brasil siguieron aumentando, las importaciones se incrementaron aún más generándose un déficit comercial, tal como lo podemos observar en el cuadro N° 7 y 8. En consecuencia, el intercambio comercial pasa de US\$ 599 millones en 2000 a US\$ 1.395 millones en el 2005, y luego a 2.292 millones en el 2006 (año de vigencia del presente acuerdo). Así tenemos que si completamos la información del cuadro N° 7, el comercio bilateral con Brasil antes del ACE N° 58 Perú-MERCOSUR (Brasil) ha evolucionado favorablemente, ello lo podemos corroborar si analizamos la tasa de crecimiento promedio de las exportaciones del año 2000 a 2006 (periodo de vigencia del presente acuerdo) que es de 24.02%; en tanto que la tasa de crecimiento del año 2005 a 2006 fue de 75.91%. En el caso de importaciones la situación parece ser similar, así tenemos que éstas crecieron en un 25.66% (2000-2006) y un 58.06% (2005 a 2006).

Cuadro N° 7: Intercambio comercial Perú – Brasil, 2000-2004 (Millones de US\$)

COMERCIO PERÚ-BRASIL	2000	2001	2002	2003	2004
Exportaciones (FOB)	221	227	194	231	358
Importaciones (CIF)	378	328	489	549	698
Balanza Comercial	-156	-101	-296	-318	-341
Intercambio Comercial	599	555	683	781	1,056

Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por TRADEMAP.

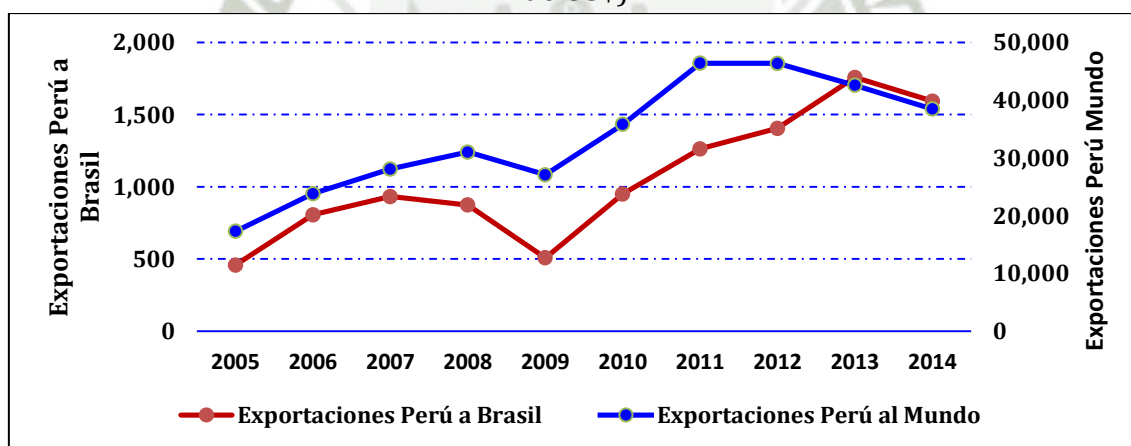
### 2.3.3 Análisis de las Exportaciones Peruanas a Brasil

#### 2.3.3.1 Exportaciones hacia Brasil en relación con las Exportaciones al Mundo

Como se mencionó anteriormente, las exportaciones del Perú hacia Brasil en promedio registraron un alza. Hecho que constituye en un punto favorable a la hora de evaluar la repercusión producida por la firma del ACE.

Si realizamos una comparación de la evolución de las exportaciones peruanas hacia Brasil, ver Gráfico N° 10, con la evolución de las exportaciones peruanas al resto de países (mundo), observamos que las exportaciones a Brasil han registrado un crecimiento menor que las exportaciones al resto de países, sin embargo muestra una tendencia similar durante el periodo de análisis. Por lo que este hecho puede reafirmar lo mencionado anteriormente donde la repercusión de la firma del presente acuerdo aún no muestra lo esperado.

Gráfico N° 10: Exportaciones de Perú-Brasil-Mundo, periodo 2005-2014, (Millones de US\$)



Fuente: Elaboración propia en base al Cuadro N° 7

Para profundizar aún más sobre el análisis del impacto del ACE con el MERCOSUR en las exportaciones de Perú hacia Brasil, se determinó los niveles de participación de los diez principales acuerdos comerciales que presenta el país con el mundo, tomando como referencia 3 periodos de análisis como son el año 2005 (antes del acuerdo), 2010 (en pleno acuerdo) y 2014 (comercio actual). Según ello, se elaboró un ranking que muestra las participaciones de los acuerdos comerciales durante los periodos antes mencionados. Como podemos ver en la Tabla N° 4, dentro de los

principales acuerdos, el ACE entre Perú y Mercosur (Brasil) su participación en las exportaciones se encuentra en el ranking N° 8. Por lo que podemos deducir que aún no se tiene el impacto esperado en el comercio bilateral entre ambos países.

Tabla N° 4: Participación de los principales acuerdos comerciales del Perú, (Exportaciones), periodo 2005,2010 y 2014

RANKING	ACUERDOS COMERCIALES - TLC	2005	2010	2014
1	ACUERDO PERU EEUU	30.9%	3.8%	16.0%
2	ACUERDO PERU CHINA	10.9%	0.8%	18.3%
3	ACUERDO PERU UNION EUROPEA	17.4%	17.0%	16.6%
4	ACUERDO PERU EFTA	4.6%	9.3%	7.1%
5	ACUERDO PERU JAPON	3.5%	15.2%	4.1%
6	ACUERDO PERU CANADA	6.0%	10.8%	6.6%
7	ACUERDO PERU-CHILE	6.3%	18.4%	4.0%
<b>8</b>	<b>ACUERDO PERU BRASIL (ACE)</b>	<b>2.6%</b>	<b>5.0%</b>	<b>4.1%</b>
9	ACUERDO PERU COREA DEL SUR	1.3%	2.5%	3.2%
10	ACUERDO PERU MEXICO	1.9%	2.7%	1.9%

Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por SUNAT.

### 2.3.3.2 Exportaciones a Brasil por sectores productivos

Por el lado de las exportaciones, éstas se clasifican en tradicionales y no tradicionales<sup>18</sup>. Las exportaciones tradicionales según la clasificación, incluyen básicamente productos mineros, agrícolas, hidrocarburos (petróleo y derivados) y harina de pescado. Los cuales fueron determinados por el Decreto Supremo 076-92-EF. Así mismo se considera como exportaciones no tradicionales las demás partidas arancelarias no señaladas en esa norma y son productos que tienden a tener un mayor valor añadido.

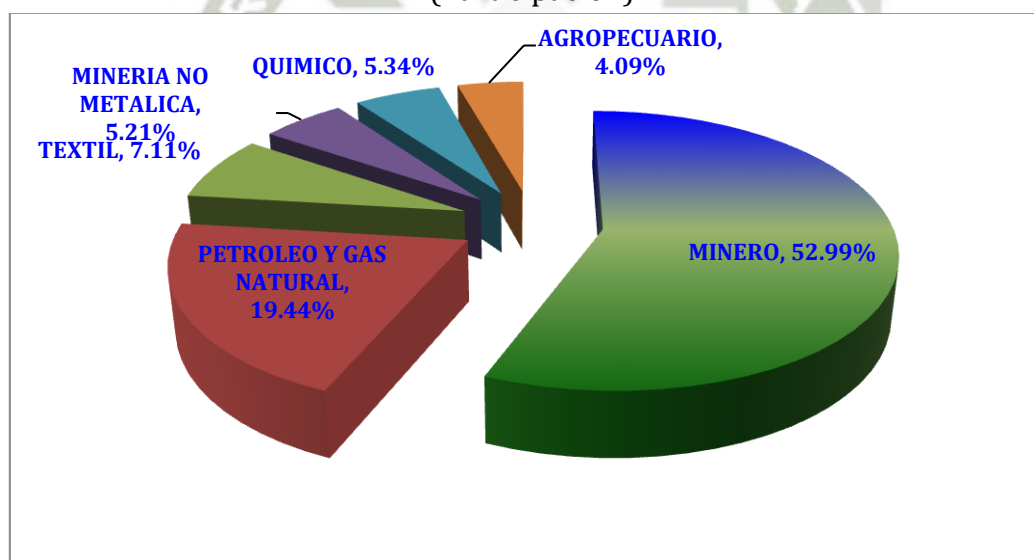
Para fines de análisis el Banco Central de Reserva los agrupa en: Agropecuarios, textiles, pesqueros, maderas y papeles, químicos, metal-mecánicos, sidero-metalúrgicos y joyería, minería no metálica y otros (varios), según dicha clasificación, procederemos a realizar su análisis al mercado de Brasil.

<sup>18</sup>Fuente: <http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/correlacionador-exportaciones-no-tradicionales-por-sector-economico.html>

### 2.3.3.2.1 Exportaciones por Sector

A partir del análisis realizado, es posible determinar la composición de los envíos al mercado de Brasil durante el periodo de análisis (2009-2014). Así tenemos que dentro de los principales sectores exportados, en primer lugar se tienen las exportaciones de productos tradicionales como (minero y petróleo o gas natural) con una participación total de 72.43%, en segundo lugar se tienen las exportaciones no tradicionales, resaltando los envíos del sector textil (7.11%), Minería no metálica (5.21%), químico (5.34%) y agropecuario (4.09%), tal como podemos observar en el siguiente gráfico. Al comparar esta información con el patrón de exportación del país hacia el resto del mundo, es posible señalar que hacia Brasil la tendencia de exportación es similar. Esperemos que dicha situación se revierta e a largo plazo y podamos hablar de un mayor porcentaje de bienes industriales exportados a dicho mercado.

Grafico N° 11: Exportaciones a Brasil por sector, Periodo 2009-2014  
(Participación)



Fuente: Elaboración propia en base a datos del MINCETUR

Considerando el proceso evolutivo de participación de los envíos al Brasil, se puede observar claramente los sectores económicos más resaltantes, como mencionamos anteriormente. Así tenemos que si bien es cierto los productos tradicionales participan en una mayor proporción, sin embargo los sectores más dinámicos en términos de crecimiento son: minería no metálica (465.45%),

madera y papeles (518.33%) y sidero metalúrgico (114.75%) los demás sectores crecieron menos del 50%. Por lo tanto podemos deducir que después del Acuerdo comercial con Brasil, en los últimos años, resaltan los niveles de crecimiento de productos con valor añadido, productos considerados industriales dentro de su clasificación y composición; de ahí, es factible indicar que los nuevos productos que se han incorporado a la oferta exportable han surgido principalmente del sector industrial (productos con valor agregado), permitiendo con ello un mayor desarrollo de este sector que produce bienes con un mayor valor agregado. Ver el cuadro siguiente:

Cuadro N° 8: Tasas de crecimiento de las exportaciones a Brasil por sector, 2009-2014

SECTOR	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>TRADICIONAL</b>	-	<b>77.91%</b>	<b>31.44%</b>	<b>9.56%</b>	<b>28.70%</b>	<b>-13.87%</b>
MINERO	-	70.74%	19.84%	-6.53%	23.86%	-16.32%
PETROLEO Y GAS NATURAL	-	156.62%	115.23%	74.93%	38.82%	-9.41%
PESQUERO	-	0.00%	0.00%	-28.57%	320.00%	33.33%
AGRICOLA	-	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
<b>NO TRADICIONAL</b>	-	<b>114.32%</b>	<b>38.44%</b>	<b>15.40%</b>	<b>0.47%</b>	<b>19.03%</b>
AGROPECUARIO	-	83.87%	-11.62%	43.92%	-7.41%	50.09%
TEXTIL	-	96.40%	57.34%	-0.49%	1.07%	15.07%
QUIMICO	-	122.68%	37.56%	-4.00%	-20.61%	34.87%
PESQUERO	-	2.99%	107.25%	-13.99%	131.71%	-23.16%
SIDEROMETALURGICO	-	388.54%	-12.37%	-48.42%	-26.89%	272.90%
METAL MECANICO	-	-29.19%	6.14%	5.79%	-32.03%	-12.64%
<b>MINERIA NO METALICA</b>	-	<b>2025.00%</b>	<b>206.47%</b>	<b>107.10%</b>	<b>4.91%</b>	<b>-16.25%</b>
MADERA Y PAPELES	-	-50.00%	2500.00%	80.77%	81.91%	-21.05%
PIELES Y CUEROS	-	81.82%	-100.00%	0.00%	0.00%	0.00%
ARTESANIAS	-	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
VARIOS	-	266.67%	63.64%	50.00%	37.04%	14.86%
<b>TOTAL EXPORTACIONES</b>	-	<b>86.46%</b>	<b>33.33%</b>	<b>11.19%</b>	<b>20.49%</b>	<b>-5.90%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos del MINCETUR

### 2.3.3.2.2 Exportaciones a Brasil por empresas

Durante el periodo de análisis (2009-2014), las principales diez empresas que exportaron al mercado de Brasil en total acumularon el 68%, dichas empresas según su rubro de exportación pertenecen en su mayoría a empresas del sector minero. Así podemos mencionar a Southern Perú con una participación cercana al 31% del monto total exportado, Pluspetrol, Compañía Minera Miski Mayo, etc.

Las empresas que concentran la mayor cantidad de montos exportados representan a la minería del cobre y a productos de gasolina sin tetraetilo de plomo, para motores de vehículos automóviles. En el siguiente cuadro podemos

observar dichas empresas. Así mismo se puede deducir como ya se mencionó anteriormente, si bien es cierto se presenta un gran dinamismo de las exportaciones no tradicionales (industrial), al nivel de empresas, son aquellas que están ligadas al sector tradicional (minero, petrolero) las que presentan los mayores montos exportados al mercado brasileño.

Tabla N° 5: Principales empresas exportadoras a Brasil, 2009-2014 (Miles US\$)

RANKING	EMPRESA	MILES (US\$) FOB
1	SOUTHERN PERU COPPER CORPORATION	2,168,186
2	PLUSPETROL PERU CORPORATION S.A	933,427
3	COMPAÑÍA MINERA MISKI MAYO S.R.L	338,313
4	CONSORCIO MINERO S.A CORMIN	318,057
5	XSTRATA TINTAYA S.A	298,064
6	VOTORANTIM METAIS - CAJAMARQUILLA	265,822
7	SOCIEDAD MINERA CERRO VERDE S.A.A	56,733
8	SUDAMERICANA TRADING S.R.L	90,826
9	TEXTILES CAMONES S.A	84,955
10	DEVANLAY PERU S.A.C	104,385
<b>PORCENTAJE DEL TOTAL</b>		<b>67.51%</b>
<b>TOTAL</b>		<b>6,900,842</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos del MINCETUR

En términos del número de empresas que exportan a Brasil, es determinante señalar que su número se ha incrementado en el periodo de análisis. En el año 2009, el número de empresas que realizaron envíos a Brasil fue en el orden de 389, en tanto que en el año 2014, éste número aumento a 528 empresas, logrando un dinamismo acumulado del 35.73% a una tasa promedio anual del 6.30%.

Cuadro N° 9: Evolución de empresas exportadoras a Brasil por tipo vs al mundo, 2009-2014

TIPO DE EMPRESA	2009	2010	2011	2012	2013	2014
GRANDE	9	16	18	17	19	16
MEDIANA	33	47	62	61	60	62
PEQUEÑA	94	119	138	167	160	159
MICRO	253	264	276	284	287	291
<b>BRASIL</b>	<b>389</b>	<b>446</b>	<b>494</b>	<b>529</b>	<b>526</b>	<b>528</b>
<b>MUNDO</b>	<b>6,845</b>	<b>7,749</b>	<b>8,200</b>	<b>8,441</b>	<b>8,419</b>	<b>8,520</b>

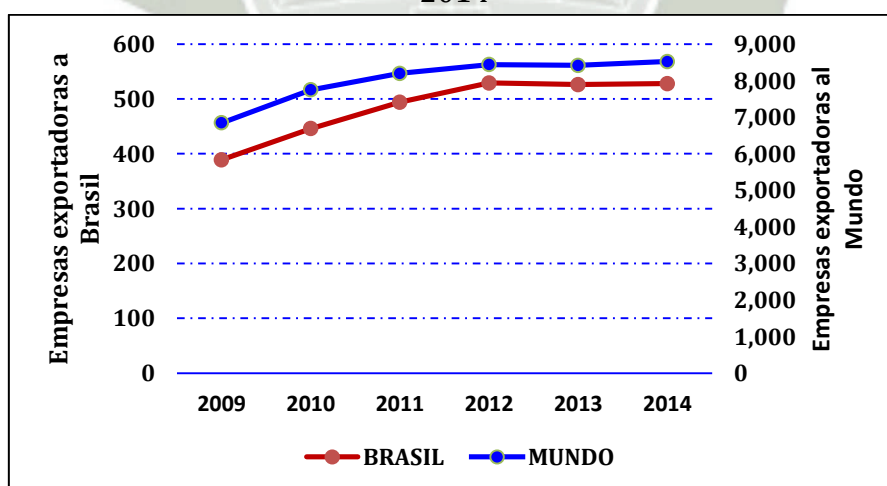
Fuente: Elaboración propia en base a datos del MINCETUR

En términos del tipo de empresa cabe resaltar el dinamismo que registró las exportaciones de empresas consideradas como pequeña y mediana empresa,

registrando envíos con una tasa de crecimiento de 69 y 88% respectivamente, y una tasa promedio anual de 11 y 13%. En cuanto a la microempresa, ésta registro un crecimiento de 15% y una tasa media de 2.84%. Por lo tanto reafirmamos el dinamismo evolutivo que han registrado las exportaciones de productos no tradicionales, las cuales estuvieron representadas por empresas de mediana, pequeña y micro escala, contribuyendo a la generación de valor agregado y por ende los niveles de empleo.

Realizando una comparación en cuanto a las empresas que exportan a Brasil respecto a las exportaciones peruanas al mundo durante el periodo de análisis, es posible detectar que la tendencia hacia Brasil guarda relación con las empresas exportadoras al mundo, a excepción del año 2012 donde resaltan las empresas que exportan a Brasil. En cambio en el último año de análisis, la situación parece revertirse, donde disminuyen las empresas que exportan a Brasil y aumentan las empresas que exportan al mundo, tal como observamos en el gráfico N° 12. En consecuencia, a partir de lo analizado hasta ahora, es posible señalar que tras el ACE N° 58, el comportamiento de las exportaciones hacia Brasil ha mostrado un comportamiento casi similar respecto a la firma de otros acuerdos comerciales que el País sostiene.

Gráfico N° 12: Evolución de empresas exportadoras a Brasil vs el mundo, 2009-2014



Fuente: Elaboración propia en base a cuadro N° 9

### 2.3.3.2.3 Exportaciones por partida arancelaria

El comportamiento favorable de las exportaciones peruanas a Brasil, se observa también en la evolución de las partidas arancelarias exportadas a dicho mercado, encontrando en Brasil y por ende en el MERCOSUR un nuevo mercado de destino. Así tenemos que el número de productos exportados paso de 408 en el periodo 2004 a 429 en el 2006 (entrada en vigencia del presente acuerdo) con una tasa de crecimiento anual de 2.54%, luego en el año 2014 paso a 711 productos, registrando una tasa de crecimiento anual de 6.52%.

El número de partidas exportadas a Brasil se presentan el siguiente cuadro:

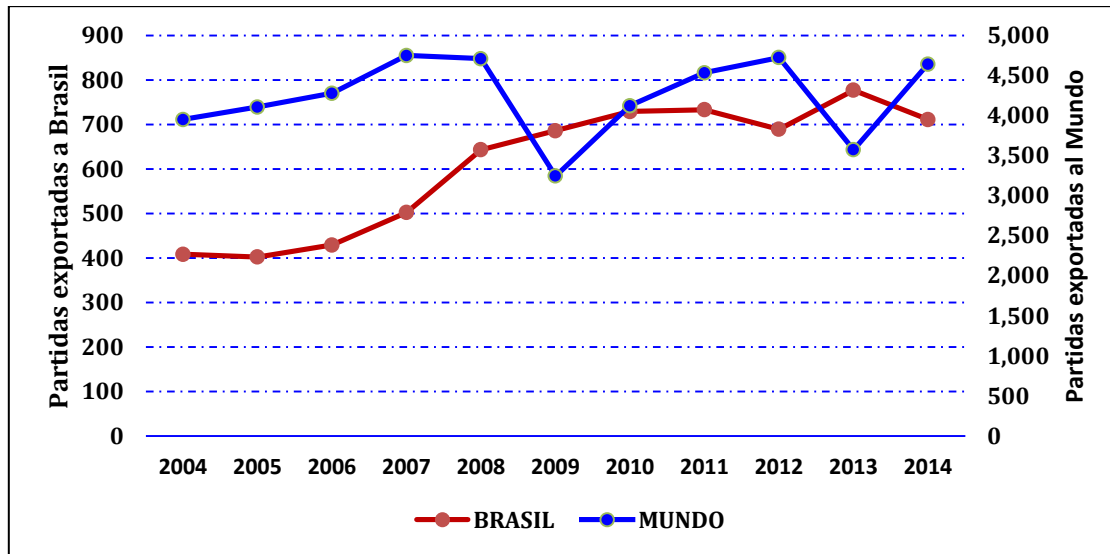
Cuadro N° 10: Evolución de partidas exportadas a Brasil vs el mundo, 2004-2014

DESTINO	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
BRASIL	408	402	429	502	643	686	729	733	689	777	711
MUNDO	3,951	4,107	4,278	4,750	4,710	3,245	4,122	4,534	4,724	3,573	4,642

Fuente: Elaboración propia en base a MINCETUR.

En el Gráfico N° 13, se permite comparar la tendencia de exportación del número de productos exportados a Brasil y al mundo. Tal como podemos observar, la tendencia hacia Brasil es positiva, a excepción de los años 2012 y 2014, pero sin embargo ello no determina la evolución favorable de los envíos a dicho mercado (ver cuadro N°9). En cambio, el número de productos enviados al mundo ha tenido un comportamiento cíclico, comportamiento que se trasluce también en el monto de las exportaciones (ver cuadro N°6) y que se originaron por la crisis en los mercados internacionales.

Gráfico N° 13: Evolución de partidas exportadas a Brasil vs el mundo, 2004-2014



Fuente: Elaboración propia en base al Cuadro N° 10

#### 2.3.3.2.4 Evolución de los Partidas Exportadas a Brasil

En la Tabla N°6 se puede observar la evolución de los veinte principales productos de exportación a Brasil durante el periodo de análisis, información que complementa el punto anterior y que nos permite definir la categoría de productos exportados principalmente a dicho mercado. Así observamos que los productos más dinámicos fueron: MINERALES DE COBRE Y SUS CONCENTRADOS (sector tradicional) con una tasa de crecimiento anual de 345%; FOSFATOS DE CALCIO NATURALES, ALUMINOCALCICOS NATURALES Y CRETAS FOSFATADAS S/MOLER (sector tradicional) con un crecimiento de 232%; LAS DEMAS CAMISAS D'PTO.ALG.CON CUELLO Y ABERTURA DELANTERA PARCIAL PARA HOMBRES (sector no tradicional) con una tasa de crecimiento anual de 175%; LOS DEMAS "T-SHIRTS" DE ALGODON, PARA HOMBRES O MUJERES (sector no tradicional) con un crecimiento de 128%; y LAS DEMAS GASOLINAS SIN TETRAETILO DE PLOMO (sector tradicional) en el orden de 76%).

Productos que dado su dinamismo los podemos considerar con productos con éxito en el mercado brasileño. Sin embargo en los últimos años, se puede apreciar también el posicionamiento de productos textiles y agropecuarios (aceitunas, tara, orégano, cochinilla, cebolla, uva, papa, ajos, etc.). Creemos que este

posicionamiento se puede ampliar aún más, principalmente del sector agropecuario dado el levantamiento de permisos fitosanitarios que aún están pendientes para algunos productos que exige el mercado brasileño, tal como vimos anteriormente.

Tabla N° 6: Principales productos exportados a Brasil, 2009-2014 (Miles US\$FOB)

Nº	SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TASA DE CRECIMIENTO
1	7403110000	CATODOS Y SECCIONES DE CATODOS DE COBRE REFINADO	188,789	379,096	481,189	385,019	415,807	308,609	10.33%
2	2710121900	LAS DEMAS GASOLINAS SIN TETRAETILO DE PLOMO	20,756	47,043	143,804	280,315	466,590	355,374	76.48%
3	2608000000	MINERALES DE CINCO Y SUS CONCENTRADOS.	76,408	106,723	113,560	151,523	117,298	117,551	9.00%
4	2603000000	MINERALES DE COBRE Y SUS CONCENTRADOS	121	42,944	55,948	58,408	177,645	210,321	344.70%
5	2510100000	FOSFATOS DE CALCIO NATURALES, ALUMINOCALCICOS NATURALES Y CRETAS FOSFATADAS S/MOLER	213	16,608	48,238	91,583	106,891	86,435	232.40%
6	7106911000	PLATA EN BRUTO SIN ALEAR	68,280	64,351	78,582	59,638	80,888	43,248	-8.73%
7	2710191510	CARBUREACTORES TIPO QUEROSENO PARA REACTORES Y TURBINAS DESTINADO A LAS EMPRESAS DE AVIACIÓN	11,713	18,461	35,567	33,651	31,333	34,280	23.96%
8	2005700000	ACEITUNAS PREPARADAS O CONSERVADAS, SIN CONGELAR	14,208	24,167	15,502	20,130	14,582	27,834	14.40%
9	7408110000	ALAMBRE DE COBRE REFINADO CON LA MAYOR DIMENSION DE LA SECCION TRANSV. SUP. A 6 MM	2,940	28,655	15,089	12,072	1,143	40,727	69.16%
10	7901110000	CINCO SIN ALEAR, CON UN CONTENIDO DE CINCO SUPERIOR O IGUAL AL 99,99% EN PESO	3,894	5,825	16,891	27,614	29,439	12,863	26.99%
11	7801100000	PLOMO EN BRUTO REFINADO	16,377	6,826	12,738	7,572	23,925	10,719	-8.13%
12	3920209000	LAS DEMAS PLACAS DE POLIMEROS DE POLIPROPILENO	2,995	3,284	8,879	19,828	14,327	14,911	37.86%
13	6109100039	LOS DEMAS "T-SHIRTS" DE ALGODON, PARA HOMBRES O MUJERES	311	3,556	7,610	7,243	15,780	19,177	128.08%
14	6105100051	CAMISAS D'PTO.ALG.C/CUE.Y ABERT.DEL.PARC.P'HOMB.D'TEJ.TENIDO D'UN SOLO COLOR INCL.BL	3,531	6,285	10,365	10,846	8,988	12,958	29.69%
15	5503309000	LOS DEMAS FIBRAS ACRILICAS O MODACRILICAS PARA LA HILATURA	2,491	7,616	19,092	7,076	2,234	10,700	33.84%
16	2815120000	HIDROXIDO DE SODIO EN DISOLUCION ACUOSA (LEJIA DE SODA O SODA CAUSTICA)	8,550	5,385	7,691	6,687	12,105	9,735	2.63%
17	6105100059	LAS DEMAS CAMISAS D'PTO.ALG.CON CUELLO Y ABERTURA DELANTERA PARCIAL PARA HOMBRES	53	5,491	9,230	9,185	8,548	8,337	175.01%
18	9619009000	LOS DEMAS ARTICULOS SIMILARES (COMPRESORAS Y TAMPONES HIGIENICOS)	3,434	5,478	7,920	7,732	9,351	9,154	21.66%
19	6109100031	"T-SHIRT" DE ALGODON P'HOMB.O MUJ.,D'TEJ.TENIDO D'UN SOLO COLOR UNIF.INCL.BLANQUEADOS	2,265	2,256	6,382	8,046	7,682	7,841	28.19%
20	2207100000	ALCOHOL ETILICO SIN DESNATURALIZAR CON GRADO ALCOHOLICO VOLUMETRICO >=80% VOL	2,821	0	14,037	6,669	0	9,654	27.90%
RESTO			78,162	167,586	155,118	193,987	148,087	243,005	25.47%
TOTAL			508,314	947,637	1,263,432	1,404,824	1,692,642	1,593,434	25.67%

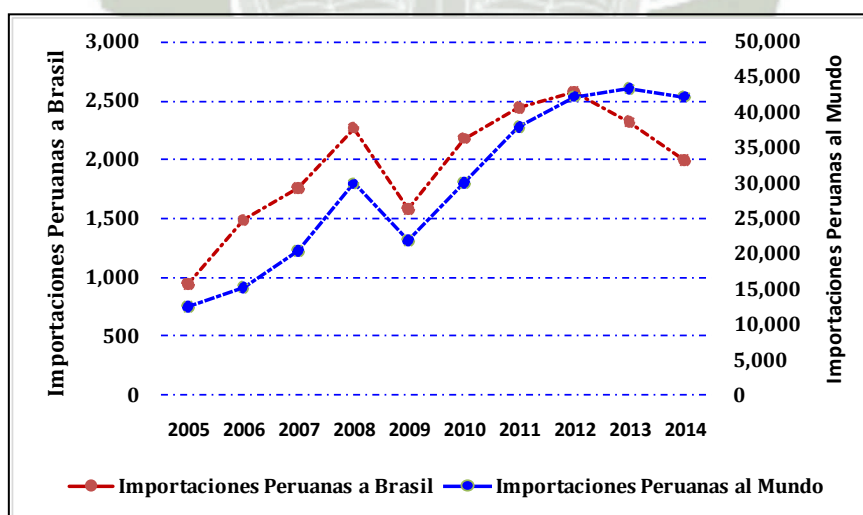
Fuente: Elaboración propia en base a datos de SUNAT.

## 2.3.4 Análisis de las Importaciones de Perú desde el mercado de Brasil

### 2.3.4.1 Importaciones desde Brasil con relación a las Importaciones desde el Mundo

Como observamos en el cuadro N° 6 (Evolución de comercio Perú – Brasil y con el mundo), se observó una alza en el valor de las exportaciones a Brasil. Tendencia similar a las exportaciones al mundo. Este comportamiento también se experimentó a nivel de las importaciones provenientes de ese país como aquellas provenientes del mundo. Sin embargo en los dos últimos años de análisis (2013-2014), las importaciones provenientes de Brasil registran una disminución en el orden del 14%, lo que trajo como consecuencia que disminuya el déficit de la balanza comercial. Este comportamiento se debió a la disminución de las importaciones de bienes de capital y bienes de consumo. Tal como es posible observar en el Gráfico N° 14, la evolución de las importaciones desde el mundo muestra una tendencia similar que las importaciones peruanas desde Brasil, aunque con una menor tendencia a la baja, en los años en que bajaron las importaciones (2013 y 2014).

Gráfico N° 14: Evolución de las importaciones Peruanas a Brasil vs el mundo, 2005-2014



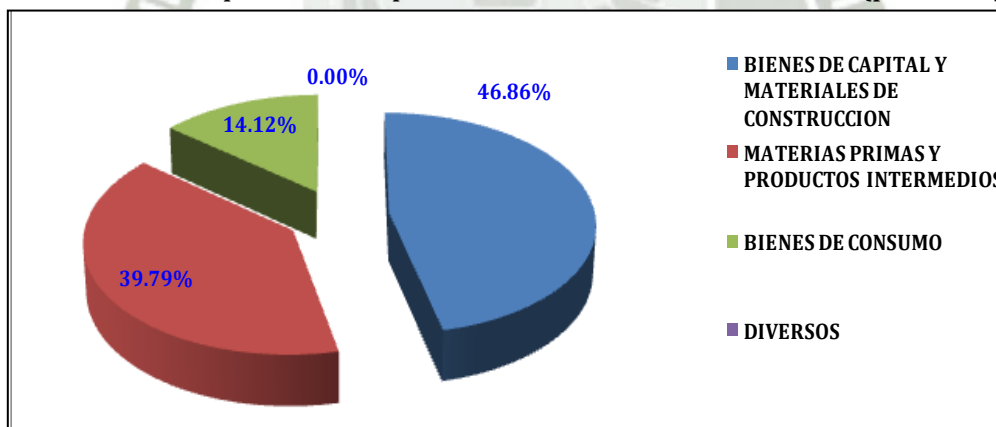
Fuente: Elaboración propia en base a datos del Cuadro N° 11

### 2.3.4.2 Importaciones desde Brasil por Actividad Económica

Según la CEPAL, en el año 1972 clasifico a las importaciones en grandes categorías económicas, denominada: Clasificación del Comercio Exterior según Uso o Destino Económico (CUODE), cuya estructura facilite el análisis comercial en las transacciones internacionales, sobre todo para investigar las posibilidades de sustitución de importaciones a nivel de América Latina. Dicha clasificación la utilizaremos para poder determinar los niveles de importación por actividad económica.

Así tenemos que durante el periodo de análisis, el sector industrial concentra las mayores importaciones desde Brasil. Este sector representa el 46.86%, destacando las importaciones de vehículos, tubos para gaseoductos, teléfonos, transformadores, entre otros. En segundo lugar se ubica las importaciones de materias primas y productos intermedios con un nivel de participación de 39.79%, destacando las importaciones de productos intermedios de hierro y acero, polipropileno, los demás papeles, etc. Los bienes de consumo solo representan el 14.12%.

Gráfico N° 15: Importaciones por sector económico, 2009-2014 (porcentaje)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la SUNAT-Anuario estadístico.

Si realizamos una comparación en el comportamiento de las importaciones con el resto del mundo, observamos que la mayor participación que representa el sector industrial en las compras desde Brasil, no guarda relación con las compras de los demás países del mundo, en donde predomina la importación de materias primas y productos intermedios, con un nivel de participación de 47.06%, en tanto que los

bienes de capital representan el 33.08% (Ver Anexo N° 3). Por otro lado si comparamos los niveles de participación y crecimiento de las exportaciones por sectores (no tradicional), con los niveles de participación de las importaciones coincidimos que el sector industrial representa un mayor porcentaje, por lo tanto se puede deducir que el comercio entre ambos países se ha centrado en bienes provenientes de dicho sector económico.

Si comparamos la evolución de las importaciones provenientes de Brasil, observamos que a lo largo del periodo, ha habido un crecimiento mínimo (0.18%); dentro de los cuales, el único sector en cuanto a significancia que representa un ligero crecimiento es el sector de bienes de consumo, con un crecimiento promedio de 6.77%, en productos como: LOS DEMÁS PAPELES DE SEGURIDAD DE PESO SUPERIOR O IGUAL A 40 G/M2 PERO INFERIOR O IGUAL A 150 G/M2, EN BOBINAS, MAÍZ DURO AMARILLO, POLIPROPILENO, ETC. Por lo tanto se confirma que a lo largo de los últimos años, las importaciones de Brasil hacia el Perú han disminuido, lo que trajo como consecuencia que la balanza comercial disminuya su déficit. No obstante respecto a lo anterior, cabe resaltar que las variaciones solo representan una mínima porción respecto a las importaciones del resto de países.

Cuadro N° 11: Evolución de las importaciones de Brasil a Perú, 2009-2014  
(Porcentaje)

SECTOR	2009	2010	2011	2012	2013	2014	CRECIMIENTO PROMEDIO
BIENES DE CAPITAL Y MATERIALES DE CONSTRUCCION	-45.14%	49.15%	11.13%	9.25%	-7.63%	-16.66%	0.02%
MATERIAS PRIMAS Y PRODUCTOS INTERMEDIOS	-11.61%	9.58%	10.72%	-1.06%	-14.10%	-14.52%	-3.50%
BIENES DE CONSUMO	-26.98%	47.95%	17.41%	13.92%	-6.16%	-5.51%	6.77%
DIVERSOS	-	-	-	100.00%	-	-	100.00%
TOTAL IMPORTACIONES	-30.45%	38.15%	11.77%	5.70%	-9.85%	-14.24%	0.18%

Fuente: Elaboración propia en base a SUNAT- Anuarios Estadísticos

### 2.3.4.3 Importaciones por Empresas y Productos

#### 2.3.4.3.1 Importaciones por Empresas

Durante el periodo de análisis (2009-2014), las diez principales empresas importadoras acumularon en total el 36.46% del total importado de Brasil,

empresas pertenecientes en su totalidad al sector industrial. Destacan las empresas Refinería La Pampilla SAA. (7.86% de participación) del monto total importado, también resalta la empresas Ferreyros Sociedad Anónima (5.55%), Volvo Perú S.A (5.53%) y Scania del Perú S.A (3.23%) entre las principales. En el caso de estas empresas, vale la pena mencionar que la mayor cantidad en valor representan la industria petrolera, automotriz y tecnológica. De ahí podemos mencionar, que las importaciones presentan una mayor variabilidad en cuanto a las empresas, ya que éstas representan un menor monto importado respecto a las exportaciones del país. En el siguiente cuadro podemos observar dicho comportamiento:

Tabla N°7: Principales empresas importadoras de Brasil, 2009-2014

RANKING	EMPRESA	MILES (US\$) CIF
1	REFINERIA LA PAMPILLA S.A.A	1,038,264
2	FERREYROS SOCIEDAD ANÓNIMA	732,795
3	VOLVO PERU S A	730,128
4	SCANIA DEL PERU S A	425,804
5	CONSTRUCTORA NORBERTO ODEBRECHT S.A. SUCURSAL PERU	408,398
6	DIVEIMPORT S.A.	405,676
7	EURO MOTORS S.A.	312,967
8	OPP FILM S.A.	282,962
9	INKAFERRO PERÚ S.A.C.	263,287
10	DISPERCOL S A	213,709
<b>PORCENTAJE DEL TOTAL</b>		<b>36.46%</b>
<b>TOTAL</b>		<b>13,202,175</b>

Fuente: Elaboración propia en base a SUNAT- Anuarios Estadísticos

Entre los años 2009 y 2014, se registró un comportamiento irregular en términos de tasa de crecimiento promedio anual, la cual fue de 0.39% en el número de empresas que registraron compras del mercado de Brasil. Anualmente como podemos observar en el siguiente cuadro, en los dos últimos años se registra una disminución de empresas pasando de 3,082 a 3,027 empresas, lo cual se reflejó también en la cantidad de importación, punto detallado anteriormente. Por otro lado, el número de empresas que importan del resto de países paso de 11,978 a 12,136. Así mismo podemos mencionar que del total de empresas, la mayoría de ellas está representada por las microempresas.

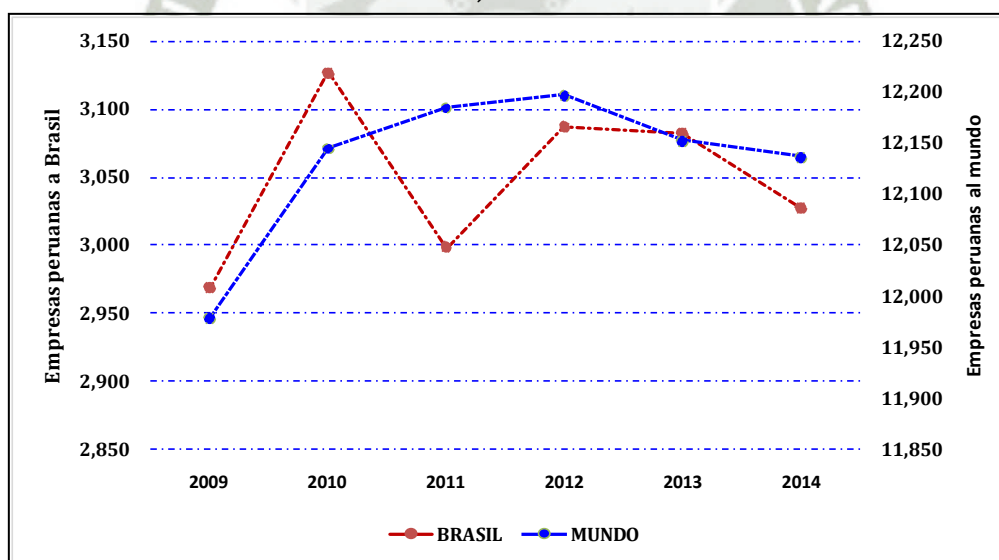
Cuadro N° 12: Evolución del número de empresas importadoras de Brasil vs el Mundo, 2009-2014

ORIGEN	2009	2010	2011	2012	2013	2014
BRASIL	2,968	3,127	2,998	3,087	3,082	3,027
MUNDO	11,978	12,145	12,185	12,197	12,152	12,136

Fuente: Elaboración propia en base a MINCETUR y SUNAT- Anuarios Estadísticos

Como se puede observar en el gráfico N° 16, la tendencia de importaciones muestra un comportamiento cíclico en cuanto a las empresas que realizan compras del mercado de Brasil. Tendencia notoria en los años 2011, 2013 y 2014, situación que se generó por los problemas económicos de Brasil (baja de productividad de la industria, los feriados por la copa mundial, los problemas de corrupción, las fluctuaciones del tipo de cambio, etc.). Ello nos permite reafirmar que las importaciones del país en cuanto al número de empresas, muestran preferencias por otros mercados.

Gráfico N° 16: Evolución del número de empresas importadoras de Brasil vs el Mundo, 2009-2014

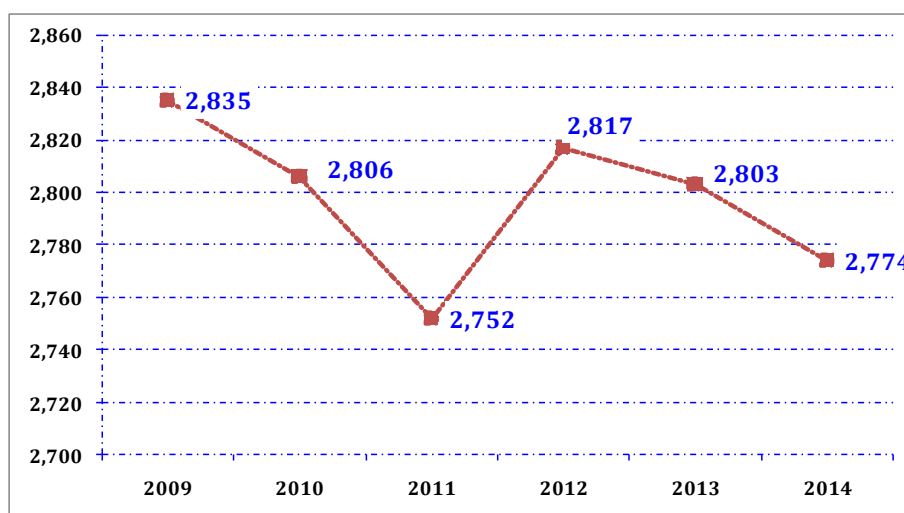


Fuente: Elaboración propia en base al cuadro N° 12.

### 2.3.4.3.2 Importaciones por Productos

En el siguiente gráfico se observa la misma tendencia en los niveles de importaciones, tanto del número de empresas, valor de las importaciones y ahora el número de productos importados desde Brasil. En efecto se registró un total de 2,835 productos en el año 2009 a 2774 en el año 2014, con un punto de quiebre en las compras del año 2011.

Gráfico N° 17: Evolución de partidas arancelarias importadas desde Brasil, 2009-2014



Fuente: Elaboración propia en base a datos de MINCETUR.

En detalle, según la Tabla N°8, los principales productos importados desde Brasil corresponden al sector industrial, dentro de los cuales destacan los productos provenientes de petróleo, automotriz, maquinarias y papeles; que en total representan el 36.13% del monto total importado durante la vigencia del ACE. Este comportamiento es similar a las importaciones del resto del mundo donde destacan las importaciones de máquinas, combustibles, vehículos, etc.

En términos de crecimiento promedio anual, de los diez principales productos, el polipropileno en sus diversas formas se incrementó su compras en 17.71%, seguido de vehículos para el transporte de pasajeros con un 13.02%.

En el anexo N° 2 se detalla la evolución de los principales productos importados.

Tabla N°8: Principales productos importados, 2009-2014 (US\$ millones CIF)

Nº	SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	TOTAL
1	2709000000	ACEITES CRUDOS DE PETROLEO O DE MINERAL BITUMINOSO	1,047.62
2	8704230000	VEHICULOS DIESEL PARA TRANSPORTE DE MERCANCIAS CON CARGA > 20 T	759.00
3	8702109000	VEHIC. AUTOMOV. P' EL TRANSPORTE DE MAS DE 16 PERSONAS, INCL EL CONDUCTOR, DIESEL	501.89
4	8429510000	CARGADORAS Y PALAS CARGADORAS DE CARGA FRONTAL	396.32
5	3902100000	POLIPROPILENO, EN FORMAS PRIMARIAS	302.31
6	8701200000	TRACTORES DE CARRETERA PARA SEMIREMOLQUES	291.09
7	8429520000	MAQUINAS CUYA SUPERESTRUCTURA PUEDA GIRAR 360_	275.11
8	8429110000	TOPADORAS FRONTALES (BULLDOZERS) Y TOPADORAS ANGULARES (ANGLEDZERS), DE ORUGAS	235.90
9	4802569000	LOS DEMÁS PAPELES DE PESO SUPERIOR O IGUAL A 40 G/M2 PERO INFERIOR O IGUAL A 150 G/M2 EN HOJAS	177.71
10	4802559000	LOS DEMAS PAPELES DE SEGURIDAD DE PESO SUPERIOR O IGUAL A 40 G/M2 PERO INFERIOR O IGUAL A 150 G/M2, EN BOBINAS	175.05
SUBTOTAL			<b>4,162.00</b>
PORCENTAJE DEL TOTAL			<b>36.13%</b>
<b>TOTAL</b>			<b>11,520.90</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de SUNAT-Anuarios Estadísticos

Respecto a las importaciones desde Brasil por parte de empresarios de la región Arequipa, Carlos Lozada indica: *“No ha sido sencillo, he tratado de traer maíz pero no encontraba, los precios no justificaban, últimamente estaba ya muy cercano, he viajado, he ubicado proveedores, pero al final la falta de demanda de cebolla hizo que no pueda cerrar el negocio para traer a su vez maíz, pero con el precio de maíz que ellos tienen es casi para pagar el flete y esto, el flete de la cebolla igual tenía que subvencionar el flete del maíz para que el maíz salga a las justas y sea conveniente acá; después siempre se ha hablado la posibilidad de traer carne, pero en ese sentido hay unas mafias y unos problemas internos que hacen que sea difícil traer carne, menudo u otras cosas, en ese sentido hay problemas de comercio dentro de Brasil”.*

*“En el caso particular de la carne, lo que me han contado los ganaderos de Acre es que el negocio de la carne lo manejan desde Sao Paulo y no quieren permitir que salga por la frontera con Perú, que si hay posibilidad de exportar carne quieren hacerlo ellos por vía marítima desde el puerto de Santos, hay grandes empresas,*

*consorcios, que amarran los canales de comercialización e influyen en el gobierno para que no haya salida directa desde ganaderos pequeños, bueno pequeño en Brasil es más grande que lo que hay aquí en Perú, pero relativamente pequeños de Acre o Rondonia no pueden salir por la frontera terrestre de Perú por barreras para-arancelarias”. Ver entrevista completa en el Anexo N° 1: Entrevista a empresarios y Funcionarios ligados al comercio exterior con Brasil.*

#### **2.4.2.3 Evolución de las Exportaciones de Arequipa al Mundo**

A nivel de exportaciones de Arequipa, su comportamiento no deja de ser ajeno al comportamiento nacional. Comportamiento que se refleja en los menores envíos al exterior de los productos tradicionales como son los minerales (cobre, plata, oro, etc.), y que determinaron la reducción de las exportaciones de Arequipa. Ello se determinó por el comportamiento de los principales mercados compradores de éstos productos, como la disminución de precios internacionales, y la crisis generada en el mercado Europeo y Asiático. A nivel interno la caída de la productividad y de la inversión privada también sumaron para dicho comportamiento. Tal como podemos observar en el siguiente cuadro. Así mismo observamos que durante el periodo de análisis, las exportaciones de la región muestran una gran dependencia del sector tradicional, representando el 86.89% en tanto las no tradicionales con solo el 13.11%.

A nivel de sectores que contribuyen al dinamismo de los envíos al exterior, si bien son ciertas las exportaciones tradicionales disminuyeron, sin embargo las no tradicionales muestran un dinamismo como para resaltar; los sectores que registraron un mayor crecimiento son el agropecuario y textil como fuentes generadores de valor. Situación que se refleja por las exportaciones de nuevos productos así como el posicionamiento en nuevos mercados; contribuyendo así a la mayor diversificación de nuestra oferta exportable. Productos como: La uva, la quinua, la palta entre otros. La recuperación del sector textil, también se ve favorable dada una mayor diversificación de los mercados y las reinversiones de algunas empresas locales como INCATOPS, que determinaron de alguna forma los envíos al mercado internacional.

Cuadro N° 13: Exportaciones de Arequipa por sectores.2009-2014 (Millones de US\$ FOB)

SECTOR	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TASA DE CRECIMIENTO	PARTICIPACIÓN
<b>TRADICIONALES</b>	<b>2,093.09</b>	<b>3,148.30</b>	<b>4,081.34</b>	<b>3,333.24</b>	<b>2,975.08</b>	<b>2,512.51</b>	<b>3.72%</b>	<b>86.89%</b>
AGROPECUARIO	1.80	2.06	2.90	3.10	3.09	4.01	17.37%	0.09%
PESQUERO	47.02	52.62	97.30	76.37	77.71	69.90	8.25%	2.32%
MINERO	2,044.27	3,093.61	3,981.14	3,253.75	2,894.23	2,438.10	3.59%	97.58%
PETROLEO Y DERIVADOS	0.00	0.00	0.00	0.02	0.05	0.50	356.44%	0.00%
<b>NO TRADICIONALES</b>	<b>281.81</b>	<b>363.28</b>	<b>441.55</b>	<b>450.35</b>	<b>564.66</b>	<b>636.80</b>	<b>15.06%</b>	<b>13.11%</b>
AGROPECUARIO	71.17	96.18	121.11	114.36	116.55	128.00	12.46%	23.64%
TEXTILES	92.15	117.26	144.28	131.85	139.14	281.10	24.99%	33.08%
PESQUEROS	2.50	4.18	6.96	9.04	9.08	10.60	33.49%	1.55%
MINERIA NO METALICA	7.89	9.97	14.52	29.01	28.42	31.20	31.64%	4.42%
SIDEROMETALURGICO	57.02	53.12	71.80	77.24	191.71	106.20	13.24%	20.34%
METAL MECANICO	6.85	12.59	7.16	8.08	4.95	5.10	-5.72%	1.63%
QUIMICO	38.36	61.82	65.56	72.81	62.68	65.30	11.23%	13.38%
MADERA Y PAPELES	0.95	1.26	1.40	0.79	0.54	1.10	2.95%	0.22%
VARIOS	4.93	6.91	8.77	7.17	11.60	8.20	10.73%	1.74%
<b>TOTAL</b>	<b>2,374.90</b>	<b>3,511.59</b>	<b>4,522.89</b>	<b>3,783.59</b>	<b>3,539.74</b>	<b>3,149.31</b>	<b>5.81%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por BCR-Arequipa

#### 2.4.2.4 Exportaciones hacia Brasil por empresa y producto desde Arequipa

##### 2.4.2.4.1 Exportaciones Por Empresas

En el último año de análisis, las exportaciones de Arequipa a Brasil concentran un total de 18 empresas exportadoras, tanto en el rubro de exportaciones tradicionales como no tradicionales. Así tenemos que las primeras diez empresas exportadoras acumularon un total de 98.19% del total exportado, estas firmas concentran las exportaciones en el sector minero, entre ellas podemos citar a Cerro Verde con una participación de 33.73% del valor total exportado, Consorcio Minero Cormin con un 32.35% y Glencore Perú SAC con un 16.31%; productos como el concentrado de cobre, zinc y minerales de cobre entre otros.

En la Tabla N°7, podemos ver en detalle las principales empresas exportadoras a Brasil, las cuales están ligadas no solo al sector minero, sino también a sectores como el agropecuario, químico, minería no metálica, textil y pesquero.

Tabla N° 9: Principales empresas exportadoras de Arequipa a Brasil, 2014

Nº	EMPRESA	FOB EN MILLONES US\$
1	CERRO VERDE	28.09
2	CONSORCIO MINERO S A CORMIN	26.93
3	GLENCORE PERU S.A.C.	13.58
4	INKABOR S.A.C.	3.55
5	YURA S.A	3.46
6	FRANKY Y RICKY S.A	2.36
7	TECNOLOGICA DE ALIMENTOS S.A	1.24
8	INDUSTRIAL COMERCIAL HOLGUIN E HIJOS S.A.	1.11
9	MICHELL Y CIA S.A.	0.82
10	FUNDO AMERICA S.A.C	0.62
PORCENTAJE DEL TOTAL		<b>98.19%</b>
<b>TOTAL</b>		<b>83.26</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la SUNAT-DUAS

En cuanto al total de empresas exportadoras, se puede decir que su número ha aumentado en los periodos 2005 (firma del acuerdo), 2006 (entrada en vigencia del acuerdo), 2009 y 2014. En el periodo 2005, el número de empresas exportadoras sumaron en total 9, mientras que el 2006 se incrementó a 12, con una tasa de crecimiento de 33%, y al 2014 se incrementó al 100% (2005-2014)

Cuadro N° 14: Evolución del número de empresas exportadoras de Arequipa a Brasil vs del País

REGIÓN/PAIS	2005	2006	2009	2014
AREQUIPA	9	12	15	18
PERÚ	254	289	389	528

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la SUNAT-DUAS y MINCETUR

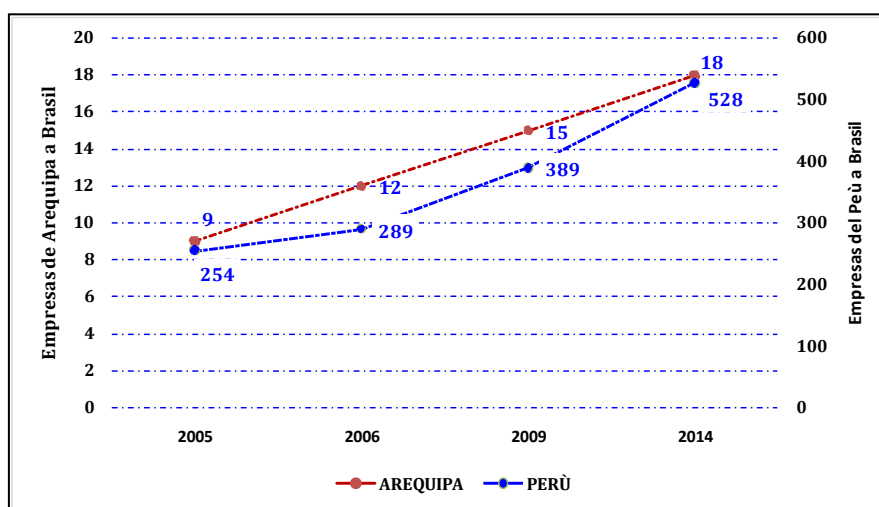
Si comparamos el comportamiento de las exportaciones de Arequipa en términos de empresas respecto a las exportaciones del país hacia Brasil, podemos observar que la tendencia es favorable en todos los años de análisis. Por lo tanto podemos observar que tras la firma del acuerdo con el Mercosur (Brasil), las exportaciones se han incrementado. Sin embargo en términos de valor de exportación las exportaciones de Arequipa respecto del país, en los años de análisis en promedio solo representa el 2.10%, por lo tanto las exportaciones regionales son insignificantes respecto al país. De ahí que la carretera interoceánica como un

factor de análisis, no tiene aún el impacto suficiente para nuestros envíos al mercado de Brasil (Acre, Rondonia, Matogrosso). Al respecto el Ing. Carlos Lozada menciona: *“La carretera Interoceánica si tiene beneficios, siempre hay beneficios pero que justifique el costo no creo, yo creo que fue una mala decisión invertir en la interoceánica, porque es una infraestructura que ha costado un dineral, más de dos mil millones de dólares, y no solamente es lo que ha costado construirla sino también mantenerla ya que es costosísimo mantenerla por lo accidentado de la topografía que atraviesa y la selva que en si siempre es muy agresiva contra las infraestructuras y que el uso legal que hace es muy bajo, el flujo de vehículos de carga o pasajeros es realmente, lamentablemente, muy bajo, mas ha servido para que deforesten la selva a los alrededores de la carretera, para que trafiquen droga, madera ilegal, oro ilegal. Pareciera que las actividades ilegales son las que más usan esta carretera y a mi parecer había muchas otras carreteras mucho más rentables para invertir”.* Menciona.

Entre tanto Ignacio Rivera, funcionario de PROMPERU-Arequipa, indica: *“Siempre es beneficioso tener un acercamiento entre los pueblos sean tanto dentro del Perú como fuera. Hay un impacto ambiental que puede ser negativo, desde el punto de vista económico puede ser positivo siempre y cuando haya mayor flujo. Desde el punto de vista social, de desarrollo humano, la población que se encuentra en la frontera de Brasil no se siente brasilera ni peruana porque no tienen atención de su propio gobierno”.*

Por su parte Eduardo Luna, funcionario de MINCETUR-Arequipa, indica: *“No hay los resultados esperados, por eso el gobierno nacional mediante Promperu está preocupado para aumentar las negociaciones, el crecimiento ha sido mínimo”.* Ver entrevista completa en el Anexo N° 1: Entrevista a empresarios y Funcionarios ligados al comercio exterior con Brasil.

Gráfico N° 18: Evolución del número de empresas exportadoras de Arequipa a Brasil vs del País



Fuente: Elaboración propia en base al cuadro N° 14

#### 2.4.2.4.2 Exportaciones por partida arancelaria

El crecimiento favorable de las exportaciones de Arequipa a Brasil se observa también en el número de partidas exportadas, los cuales han encontrado un nuevo mercado de destino. El número de partidas arancelarias enviadas a Brasil paso de 28 a 45 (2005 y 2014), con una tasa de crecimiento acumulada de 61%. El número de productos exportados se presentan en el siguiente cuadro.

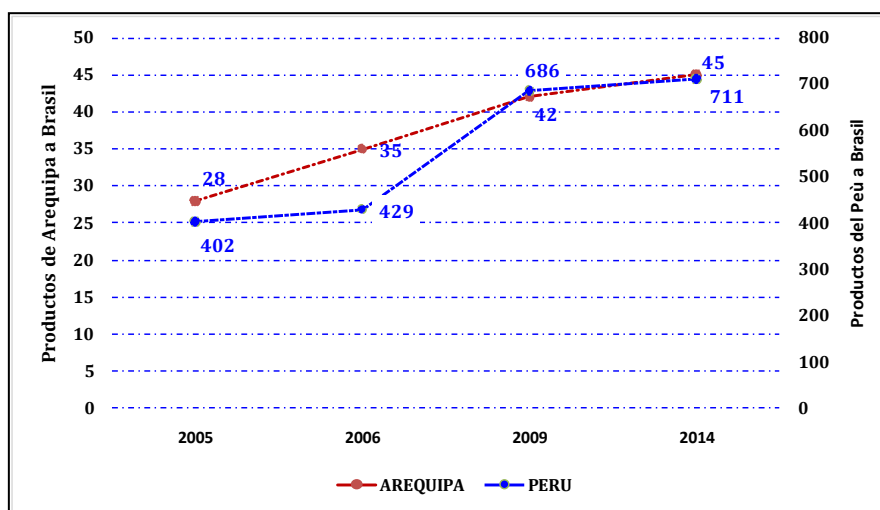
Cuadro N° 15: Evolución del número de partidas exportadas desde Arequipa hacia Brasil vs el país, 2005, 2006, 2009-2014

REGIÓN / PAIS	2005	2006	2009	2014
AREQUIPA	28	35	42	45
PERU	402	429	686	711

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la SUNAT-DUAS y MINCETUR

El siguiente gráfico permite determinar la evolución del número de partidas exportadas a Brasil por parte de la región Arequipa y el país. En ambos casos al igual que el número de empresas y valor exportado, la tendencia hacia Brasil es creciente para los años de análisis. En términos de participación, las exportaciones de la región apenas representan en promedio el 6.89% respecto a las exportaciones totales del país a Brasil.

Gráfico N° 19: Evolución del número de partidas exportadoras de Arequipa a Brasil vs del País



Fuente: Elaboración propia en base al cuadro N° 15

En detalle, tal como se puede observar en el cuadro N°16, los principales productos exportados a Brasil concentran el 96.65% del total enviado hacia ese país por parte de la región durante los años de vigencia del acuerdo. Así tenemos, tal como lo mencionamos anteriormente, que los productos mineros destacan en primer lugar concentrando el 82.39%; en segundo lugar se encuentra el sector minero no metálico (cemento, ácido bórico) con una participación del total de 7.68%. Así también observamos que dentro de los diez principales productos, se encuentran productos textiles, agropecuarios y pesqueros.

A nivel nacional, como se mencionó anteriormente, los envíos a Brasil muestran la misma tendencia.

Tabla N° 10: Principales productos exportados a Brasil desde Arequipa, 2014 (US\$  
Millones)

Nº	SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	TOTAL
1	26.03.00.00.00	CONCENTRADOS DE COBRE	46.31
2	26.08.00.00.00	CONCENTRADO DE ZINC , S/M, S/M	16.50
3	78.01.10.00.00	PLOMO REFINADO LINGOTES	5.79
4	25.23.29.00.00	CEMENTO YURA	3.46
5	28.10.00.10.00	ACIDO BORICO CQ - 25 KG PP BAG	2.93
6	03.03.54.00.00	CABALLA CONGELADA	1.77
7	61.05.10.00.41	KNITTED POLO-SHIRT 100% COTTON FOR MEN, SOLID, SHORT SLEEVE	1.66
8	51.07.10.00.00	HILADO PEINADO LANA OVEJA	0.81
9	12.11.90.30.00	OREGANO	0.62
10	28.40.20.00.00	FERTIBAGRA 21 - 25 KG PAPER BAG	0.62
SUBTOTAL			<b>80.47</b>
PORCENTAJE DEL TOTAL			<b>96.65%</b>
<b>TOTAL</b>			<b>83.26</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la SUNAT-DUAS.

Adicionalmente se realizaron exportaciones de Aceitunas, uvas, entre otros. Al respecto Carlos Lozada (Empresario exportador a Brasil) indica: *“Del 2014 puede haber sido la uva, del sector agro lo que más se ha exportado de Arequipa en valor yo calculo que es uva, pero el principal producto de exportación del sector agro hacia Brasil son las aceitunas, que es el 90%, después está el orégano, cebolla, ajo, uvas. Pero en el caso específico de Arequipa el año pasado se exporto poca cebolla, no hubo posibilidad de mercado y más se exporto uva; en aceitunas no es mi campo, el que más exporta aceitunas es Tacna, pero en Arequipa no sé cuánto exactamente se exporte, principalmente la empresa Novex”.*

Como todo producto agrícola, el requerimiento del mercado está sujeto a la estacionalidad de producción. Así en el caso de la cebolla se realiza en los meses de setiembre a enero. La uva de enero a marzo, etc. En detalle Carlos Lozada indica: *“Con mayor frecuencia he exportado cebolla entre los meses de Setiembre y Enero, hay años en que el precio lo justifica y se puede comenzar esto pero hay años como el año pasado que prácticamente no llevaron cebolla más que dos viajes en diciembre, porque el precio de la cebolla estaba muy barato allá y acá también entonces no justificaba llevarlo desde acá, pero por otro lado la mayor demanda de cebolla ya es en la primera mitad del año, de Enero a Junio, el problema es que no es nuestra época de cosecha, acá nosotros cosechamos la cebolla amarilla de Agosto a Diciembre,*

*entonces es en esa época en la que les vendemos, más por disponibilidad de Perú que por demanda o mayor precio de Brasil. En el caso de uva, ellos también están más interesados en comprar la uva red globe en los meses de Enero, Febrero, Marzo; mientras que la disponibilidad de Arequipa en particular es desde mediados de Octubre hasta mediados de Diciembre, el año pasado compraron desde Noviembre y Diciembre, y después continuaron comprando desde Ica que cosecha en Enero, Febrero pero por ejemplo este año no están comprando, el tipo de cambio se ha elevado mucho y los precios internos en Brasil están bajos y no justifica, el mercado local está pagando más precio por la uva. Y en el caso de otras hortalizas, el año pasado fue un caso extraordinario porque por una inundación, una crecida del río Madeira interrumpió el abastecimiento de Sao Paulo hacia Rondonia y sobre todo hacia Acre, entonces quedaron como aislados y pidieron que se les enviara todo tipo de hortalizas, de las cuales la que más éxito tuvo fue el tomate; ellos podrían ser un mercado interesante de tomate de Arequipa sobre todo en los meses de Enero, Febrero y Marzo que coincide con las cosechas locales pero el problema es que no hay protocolo fitosanitario para exportar tomate peruano a Brasil y es una de los protocolos que debería gestionarse con prioridad.*

Ver entrevista completa en el Anexo N° 1: Entrevista a empresarios y Funcionarios ligados al comercio exterior con Brasil.

En cuanto al destino de las exportaciones regionales según cuadro adjunto, podemos mencionar que el primer país de destino (2005-2014) es Estados Unidos, con un nivel de participación de 20.71%, en tanto que Canadá participa con un 16.55% y Japón con un 14.95%. Brasil participa solo con el 1.40%. En término de crecimiento acumulado, los envíos a Canadá crecieron en 25921%, Suiza con el 18.056% y Brasil con el 10344% a pesar de los menores envíos, pero sin embargo muestra un gran dinamismo. Por lo tanto reafirmamos la presencia de la región en las exportaciones hacia Brasil después del presente acuerdo.

Cuadro N°16: Evolución de las exportaciones de Arequipa por países, 2005-2014  
(US\$ Millones FOB)

PAIS	2005	2006	2009	2014
ESTADOS UNIDOS	337.77	411.08	453.36	283.44
JAPON	60.52	39.75	430.74	541.68
CHINA	88.66	62.50	414.22	425.16
CANADA	3.04	12.84	15.75	790.48
ESPAÑA	27.80	30.95	243.78	157.47
SUIZA	1.40	1.12	0.69	255.09
ALEMANIA	9.28	21.63	104.08	94.48
BOLIVIA	31.76	37.33	51.72	62.47
COREA, REPUBLICA	5.39	12.60	63.68	94.48
PAISES BAJOS	3.77	126.33	3.79	4.25
BRASIL	0.80	2.65	13.64	83.26
COLOMBIA	2.78	3.63	12.62	72.43
CHILE	11.35	20.56	20.05	31.49
INDIA	0.61	1.06	14.80	62.99
ITALIA	10.91	28.23	16.42	17.85
NUEVA ZELANDA	56.32	1.53	1.55	2.37
REINO UNIDO	5.40	22.53	8.55	18.90
BELGICA	0.54	4.38	22.21	10.08
FRANCIA	1.21	9.72	3.92	4.01
MEXICO	3.21	2.49	4.04	4.05
OTROS	69.25	66.20	102.56	132.89
<b>TOTAL</b>	<b>731.77</b>	<b>919.11</b>	<b>2,002.18</b>	<b>3,149.31</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de SUNAT

De acuerdo a información de SUNAT, las exportaciones de la región hacia Brasil, registraron en el último año a empresas como Yura S.A y Fondo América SAC, que exportaron por la aduana de Puerto Maldonado y por ende podemos suponer los envíos a través de la carretera interoceánica.

Así tenemos que Yura S.A, realizo envíos de cemento; en tanto que Fondo América SAC, envió productos íntegramente del sector agrícola, destacando los productos de: papa, tomate. Cebolla, ajo, zanahoria, beterraga, uva red globe y repollo. En el siguiente cuadro podemos apreciar dicho comportamiento. Respecto a los negocios con dicho mercado, Carlos Lozada menciona: *“Brasil es un país grande pero bastante proteccionista, nosotros llegamos a su patio trasero, Acre y Rondonia, que es una población pequeña, más grande es Arequipa, llegar por vía terrestre al resto del país es muy costoso. Brasil para ser el volumen de población y economía que es, comercia muy poco con el mundo; esta poco integrado al mundo y es un país que si bien tiene un orden, una estructura normativa, bastante formal, por otro lado es*

*muy burocrático, muy complicado y no tiene una cultura de comercio con el mundo, no es muy fácil entrar a Brasil, tampoco quiere decir que sea muy difícil, prueba de ello es que de 10 años que tenemos la interoceánica no despegó el comercio". Ver entrevista completa en el Anexo N° 1: Entrevista a empresarios y Funcionarios ligados al comercio exterior con Brasil.*

Tabla N°11: Exportaciones de Arequipa por empresa, hacia Brasil por la carretera Interoceánica, 2014

EMPRESA	PRODUCTO	FOB US\$	PESO NETO	PRECIO US\$/KG
<b>FUNDO AMERICA S.A.C</b>				
07.01.90.00.00	PAPA	19,164	19,900	0.96
07.02.00.00.00	TOMATE	123,500	130,445	0.95
07.03.10.00.00	CEBOLLA ROJA DE PRIMERA CALIDAD	46,293	33,975	1.36
07.03.20.90.00	AJO	10,098	2,650	3.81
07.04.90.00.00	REPOLLO	14,774	21,700	0.68
07.06.10.00.00	ZANAHORIA	25,765	29,700	0.87
07.06.90.00.00	BETARRAGA	13,055	11,950	1.09
08.06.10.00.00	UVA "RED GLOBE" CAT 2-CALIBRE X, XL	367,664	167,797	2.19
<b>YURA S.A</b>				
25.23.29.00.00	CEMENTO YURA	3,461,582	27,001,008	0.13

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la SUNAT-DUAS.

#### 2.4.2.5 Conclusiones

Según el análisis realizado, podemos concluir que la tendencia general de los envíos peruanos y de Arequipa hacia Brasil muestra un comportamiento favorable, puesto que varios productos muestran un dinamismo exitoso, pero aún no tiene el resultado esperado. Otro factor que destaca de la tendencia es que los productos exitosos en el mercado brasileño pertenecen en su mayoría al sector no tradicional (de los veinte, 13 pertenecen al no tradicional), con lo que es posible señalar que este sector ha sido beneficiado por la puesta en marcha del ACE N° 58. A nivel de la región, solo dos empresas en el último año registran exportaciones por la carretera interoceánica, por lo que dicha infraestructura aún no tiene el impacto deseado.

## CAPÍTULO III

### IMPACTOS ECONOMICOS DE LA VIA INTEROCEÁNICA Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EN LA REGIÓN AREQUIPA EN EL MARCO DEL ACE N° 58

#### 3.1 Impacto en la producción regional y macro regional

La región Arequipa forma parte de la Macro Región Sur. En ese sentido tiene que relacionarse y/o desenvolverse orgánicamente dentro de un contexto macro regional sur peruano, para poder enfocar la eficiente y eficaz utilización de la vía Interoceánica, dentro de un marco de desarrollo integral del sur peruano.

En el momento la región Arequipa vive un proceso de incertidumbre en el panorama económico y esto se refleja en los niveles de inversión que se presenta. Variables como políticas del gobierno y el tipo de cambio son muestras en las cuales según la consultora AURUM muestran preocupación los gerentes de las empresas en la región.

A ello podemos sumar el proceso de años atrás que consistía en una estructura de producción rígida y volúmenes insignificantes de producción de la Región Arequipa. Sin embargo también podemos mencionar algunos alcances que podrían favorecer tan importante vía de comunicación con el mercado brasileño; destacando el impulso que se podría dar en la producción industrial selectiva de alta tecnificación de los sistemas productivos, generando transformación de recursos propios, explotando ventajas comparativas y creando ventajas competitivas, con procesos productivos articulados y estandarización de la producción con valor añadido en el proceso, son parte de una estrategia productiva, que acompañe a la existencia de la Carretera Interoceánica.

Para que lo anterior se pueda generar, podemos mencionar la existencia de un desarrollo portuario, los servicios para el comercio exterior y para la promoción del turismo, el despegue de la producción agroindustrial y agro exportadora y el fortalecimiento intelectual de las personas para el mejoramiento de procesos. También resulta de gran importancia el incluir en este proceso, la participación de las Pymes, ya sea por medio de cadenas productivas asociativas en el ámbito macro regional y local como también internacional (Perú, Brasil y Bolivia). Como propuesta podemos considerar el uso de herramientas de financiamiento como es

“El Fondo General de Contravalor Perú-Japón”. Este fondo<sup>19</sup> está constituido con los depósitos provenientes de la monetización de las donaciones otorgadas por el Gobierno del Japón al Gobierno del Perú en el marco de los Programas II Kennedy Round y Non Project.; ello tiene como objetivo evaluar aquellos proyectos regionales que apuntan al crecimiento y desarrollo de determinadas regiones o países y podría lograrse un impulso de sectores productivos importantes en la región y aprovechar al máximo la carretera Interoceánica.

### **3.1.1 Capacidad productiva**

Una capacidad productiva se fomenta en las vocaciones productivas de las regiones y ciudades, identificando especialidades en el ámbito productivo y el intercambio comercial ya sea en espacios menores, centros urbanos y rurales, y definiendo conjuntamente la participación de actores, que dispongan de fortalezas propias y visión compartida, en base a una reingeniería productiva orientada a lo que somos buenos y competitivos y a explotar básicamente nuestros recursos productivos. Esta claramente establecido que existe un común denominador en la producción macro regional como por ejemplo la implementación del Corredor Turístico Productivo del Sur, la Construcción de Gasoducto sur andino y petroquímica, el Proyecto Integral de Camélidos Sud Americanos, la Plataforma Logística del Sur y el Sistema Ferroviario Sur entre otros. Así, el Producto Bruto Interno<sup>20</sup> (PBI) de esta parte del país alcanzó los S/. 32,126 millones al cierre del 2014. La Macro Región Sur contribuye con el 16,3% al PBI nacional y se cuenta con más de 3 millones de habitantes.

### **3.1.2 Vocación productiva Región Arequipa:**

Principal eje de articulación de los servicios, centro procesador de productos industriales, y articulación vial entre capitales de regiones componentes de la MRS. Formula productiva: Servicios Múltiples, Servicios Portuarios, Minería, Industria y Artesanía de cuero, Turismo, Agricultura y Pesquería. Productos agropecuarios

---

<sup>19</sup>Fuente: <http://www.fondoperujapon.com/>

<sup>20</sup>Fuente: <http://www.connuestroperu.com/economia/44749-macro-region-sur-creceria-4-al-cierre-de-este-ano>

como carne, quinua, orégano, hortalizas, verduras, cebolla, ajo, azúcar, arroz, trigo, papa, ají páprika, espárrago, tunas, carmín de cochinilla.

### 3.1.3 Cadenas Productivas:

En el mercado existen procesos productivos que se complementan unos a otros y ello no es ajeno a la macro región sur, complementos en cuanto a recursos o insumos, procesamiento y mercado, las cuales es necesario fortalecer. Las empresas industriales deben integrarse verticalmente para reducir costos, buscando siempre una ventaja competitiva en el segmento de mercado que se atiende. Las pequeñas empresas deben generar clusters, porque las empresas que miran el ámbito internacional (exportaciones) buscan calidad, volumen y continuidad.

Sinergias como:

- Cadena Textil de la Alpaca entre Puno y Arequipa.
- Cadena Turística o Cluster Turístico compuesto por Líneas de Nazca, Machu Picchu, Parque del Manú, Lago Titicaca, Cañón del Colca y Arequipa Monumental, Litoral Sur peruano.
- Cadena Minera o Cluster Minero Toquepala, Quellaveco, Cuajone, Chapi, Cerro Verde, Tintaya, Las Bambas, mediana y pequeña minería de Acarí, Caylloma y La Unión.
- Cadena Pesquera, industrial y de consumo en Ilo, Mollendo, Quilca, Atíco, Chala.
- Sistema agroindustrial de exportación de la costa, de los valles de Acarí-Chala, Cotahuasi-Ocoña, Colca-Majes-Camana, Chili-Siguas, Tambo, Locumba.

### 3.1.4 El conocimiento como eje de consolidación de valor

Años atrás se hablaba de solo cuatro factores productivos (la tierra, la producción, el capital y el trabajo). Actualmente en la era de la globalización, el conocimiento empresarial abarca otro factor en el ámbito empresarial, el cual prima sobre todos

ellos. La cadena del conocimiento está conformada por la formación humana, la información y la inteligencia comercial.

Punto fundamental es la puesta en valor en forma precisa del sistema de educación superior y tecnológica del sur, incidiendo en materia de investigación, desarrollo tecnológico y científico de nuestras potencialidades. Priorización de carreras profesionales y técnicas relacionadas con nuestras ventajas comparativas y competitivas. La información propiamente ofrece una vasta gama de documentación, por lo tanto las empresas tendrán que procesarla e interpretarla de alguna forma, a través de planes de inteligencia comercial.

En cuanto a las PYMES, se puede mencionar que existen altos niveles de desinformación acerca de la importancia del conocimiento y la formación como instrumentos indispensables para abordar con éxito la actividad exportadora. No olvidemos que si hacemos un esfuerzo para que todas las empresas de la macro región sur, principalmente las Pyme, entiendan la importancia del conocimiento y la formación, podremos contribuir a que éstas cambien su visión de negocio, reducida a un mercado local, por el externo, y que aquéllas que ya hayan dado el paso opten por diversificar sus negocios internacionalmente. La generación de competitividad de nuestro país, la consolidación de una cultura exportadora, así como el éxito y rentabilidad de las empresas dependen de ello. Actualmente se ha creado el Programa “Consolida Brasil” donde se brinda toda la información del mercado brasilero en el contexto de la macro región sur, pero sin embargo no existe la suficiente difusión del mismo por parte de las autoridades de comercio exterior del país. Oportunidades que se encuentran ahí pero que no se saben aprovechar.

### **3.2 Impacto en la Logística para el Comercio Exterior**

En un contexto globalizado, la distribución en el comercio internacional está supeditado a lo que se denomina el “Just in Time” o entrega a tiempo, y constituye un desafío permanente para la apertura de nuevos nichos de mercados y para los operadores de las diferentes cadenas logísticas que apoyan las cadenas productivas.

La visión global de los mercados y su conectividad operativa han provocado una fuerte competencia, con gran impacto en el transporte, donde tanto el dueño de carga como el del transporte deben ejercer un control más preciso sobre el proceso operativo. Para ello se requiere que tanto los operadores de la cadena dispongan de información adecuada y oportuna, afín de tomar decisiones adecuadas, el optimizar los tiempos y mejorar la productividad.

Las utilidades que se podrían generar están por el lado de las capacidades de gestión así como en la reducción de los costos del sistema de intermediación.

La tecnología juega un papel importante en todo este proceso. Uno de los campos fundamentales es la tecnología de las comunicaciones, como la radiofrecuencia, señales de radio, datos que viajan por el aire como la comunicación de teléfonos celulares y la satelital en caso de cobertura internacional.

La ubicación geográfica del País permitiría crear un gran centro de distribución para el transporte, ya sea de pasajeros o de carga. Lo que requeriría de grandes inversiones y obras de infraestructura. El Perú tiene la opción estratégica de ser el centro logístico de Sudamérica. Es el punto de encuentro natural entre América del Sur y la Cuenca del Pacífico, así como un lugar desde donde se puede dirigir con cierta facilidad a todos los países sudamericanos.

También podemos mencionar que es posible articular el comercio fluvial en la cuenca del Amazonas con el litoral del Pacífico. Aparte de tender las vías interoceánicas por el norte, centro y sur, se requiere interconectar las vías internas estratégicas como las carreteras Panamericana, Longitudinal de la Sierra y la Marginal de la Selva con los futuros corredores estratégicos viales internacionales hacia Brasil incluyendo al corredor Binacional Perú-Bolivia. Interconectar las vías con los puertos de la costa y fluviales creando bases comerciales centros logísticos con valor agregado.

### **3.2.1 Logística integrada competitiva**

La industria en cuanto al servicio logístico es hoy en día cada vez más directa porque se ha producido la aceleración de la velocidad y el tiempo en toda la cadena logística en base a una mínima intermediación y representa la gran ventaja competitiva en un proceso de exportación. La logística “door to door”

indispensable hoy en día en el comercio exterior aplicable desde el lugar de origen hasta el lugar de destino es muy limitante y deficiente. Según el operador logístico RANSA S.A, el costo logístico de las empresas peruanas<sup>21</sup> bordea de 25 a 30%, en tanto que en Chile es del 15%. Cualquier logro o ganancia en productividad puede no tener el impacto deseado si no se es eficiente en nuestra cadena logística, y es lo que está sucediendo en varios productos de exportación como el espárrago que por problemas en la cadena logística se pierde competitividad afectando las utilidades que podrían generar el negocio.

Como una propuesta en el sector podemos mencionar el hacer esfuerzos a todo nivel para aumentar el volumen de carga y la velocidad de llenado de los barcos así como la calidad del servicio. Con ello se puede mejorar la competitividad mediante la reducción de costos de transporte y servicios portuarios. Por eso se habla que el país necesita de 16 mil millones de dólares<sup>22</sup> para invertir en todo lo que es servicio público e infraestructura.

Los problemas logísticos antes mencionados, se genera fundamentalmente por la falta de medios adecuados de transporte (carreteras), falta de conexiones inter modales (uso de vías marítimas y fluviales, ferrocarriles, cabotaje), además de mayor eficiencia en los puertos de ingreso y salida. No obstante, que en el caso de Matarani<sup>23</sup> se cuenta hoy con un 6.4% de eficiencia sobre un máximo de 7%, pero este comportamiento no representa la realidad de todo el Perú.

Adicionalmente tenemos que tener en cuenta la tendencia de Ecuador y Chile, en promover la participación privada para mejorar todo el sistema de transporte. Sin embargo en el Perú se está retrasando este propósito, lo que origina que nos quedemos relegados en términos de competitividad, pese a la ubicación geográfica estratégica, respecto a las naciones vecinas y al mercado del hemisferio asiático.

En la actualidad, varios importadores o exportadores de Arequipa y el sur del país, movilizan su movimiento exterior por el puerto del Callao. Sin embargo la tendencia del puerto de Matarani en el movimiento comercial se está

---

<sup>21</sup>Fuente: <http://semanaeconomica.com/article/servicios/156162-grupo-ransa-el-retail-en-provincias-cambio-la-logistica-en-el-peru/>

<sup>22</sup>Fuente: [http://www.amcham.org.pe/eventos/presentaciones/2013/Abril/0927/Gonzalo\\_Priale.pdf](http://www.amcham.org.pe/eventos/presentaciones/2013/Abril/0927/Gonzalo_Priale.pdf)

<sup>23</sup> Fuente: <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-puerto-matarani-genera-interes-exportadores-brasil-27886.aspx>

incrementando en los últimos años y ya es considerado el segundo terminal más importante<sup>24</sup>, y es sin duda uno de los más modernos y mejor equipados del país. En el 2014 movilizó carga por 3.4 millones de toneladas (2.8% menos que un año antes), principalmente bajo la forma de granel sólido (78% del total). Además, en el último año su movimiento de contenedores tuvo un incremento considerable (34.3%), llegando a 20,677 TEU<sup>25</sup> (frente a los 15,391 TEU del año 2013), ratificándose como el tercero a nivel nacional. Se prevé que esta última cifra siga mejorando, tanto por la infraestructura que viene incorporando la empresa, como por los importantes planes de ampliación orientados a atender los grandes proyectos (mineros y petroquímicos) próximos a ser ejecutados en el sur.

### **3.2.1.1 Distribución Física Internacional en la Zona de Influencia<sup>26</sup>**

Con el objetivo de incrementar el volumen de carga que permita un tráfico fluido de unidades vehiculares (camiones) que a su vez genere una reducción de los fletes terrestres a las exportaciones peruanas, se debe incentivar que las exportaciones e importaciones de y hacia ultramar de Acre, Rondonia se realicen por la Carretera Interoceánica. En reiteradas oportunidades los gobernadores del estado de Acre, como en su momento el Sr. Arnobio Marques de Almeida y luego el Sr. Jorge Viana ha manifestado su interés en que la Carretera Interoceánica sea la vía de salida de las exportaciones de esa zona de Brasil al Asia. Se ha realizado el análisis de la DFI comparando los costos logísticos para contenedores para exportaciones de Río Branco a Shanghái vía Matarani y vía Santos, así mismo se ha comparado la cadena de DFI de carga boliviana con origen Cobija y destino Shanghái vía Arica y Matarani.

La distancia de Río Branco a Matarani es 1,311 km y de Río Branco a Santos 3,569 km y de Cobija a Matarani 1,270 km mientras que de Cobija a Arica 1,850 km. Esto

---

<sup>24</sup>Fuente: <http://desarrolloperuano.blogspot.com/2015/02/principales-puertos-peruanos-2014.html>

<sup>25</sup>Una TEU es la capacidad de carga de un contenedor normalizado de 20 pies (6,1 m), una caja metálica de tamaño estandarizado que puede ser transferido fácilmente entre diferentes formas de transporte tales como buques, trenes y camiones.

<sup>26</sup> Fuente: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/194969571radDDCC9.pdf>

es un indicador de que es posible captar esta carga para los puertos del sur del Perú.

Es oportuno resaltar que la distancia física no es la única variable logística a considerar cuando se plantea una cadena de Distribución Física Internacional, también es necesario evaluar:

- Tiempo de transito
- Fluidez en el paso de frontera
- Disponibilidad de infraestructura logística
- Frecuencia de buques
- Número de transbordos a realizar
- Experiencia para el manejo de carga en transito

Los exportadores brasileños encontrarán que es atractivo exportar por puertos peruanos cuando el costo logístico sea más competitivo y las variables antes indicadas sean atendidas de manera eficiente.

Seguidamente se muestra el costo logístico a diciembre de 2014 para una exportación desde Arequipa en términos DAP Rio Branco Incoterms 2010®, el cual es de USD 7,353.34 para una carga refrigerada de 25 TN (ajo, cebolla o uva) y de USD 6,156.09 para una carga seca de 30 TN. El costo logístico señalado para carga refrigerada es similar o incluso mayor a los que se incurren en una exportación de Arequipa a New York o a Valencia.

Tabla N° 12: Costos Logísticos para una Exportación en términos DAP Arequipa - Rio Branco, Carga Refrigerada

Costos	US\$
Transporte Arequipa - Puerto Maldonado	6,600.00
Agenciamiento aduanero en Puerto Maldonado	379.31
Costo de certificado de origen	16.55
Costo de SENASA	93.10
Agenciamiento aduanero en Brasil	260.22
Inspección sanitaria del MAPA	4.16
<b>Total costo logístico</b>	<b>7,353.34</b>

Fuente: PROMPERU

Para el caso de una mercadería en carga seca (ver tabla siguiente), debido al costo del flete terrestre, podemos observar que una cadena logística de Puno a Shanghai para una carga de minerales con 26 TN transportada en un contenedor de 20' se

aproxima a los US\$ 4000, con lo cual se confirma que algunos empresarios prefieren orientar sus esfuerzos comerciales a mercados en Europa, Asia o Norteamérica. Los costos anteriores no incluye los sobrecostos que usualmente se presentan por tener un camión detenido (USD 300 por día) o manipuleos por aforo.

Tabla N° 13: Costos Logísticos para una Exportación en términos DAP Arequipa - Rio Branco, Carga Seca

Costos	US\$
Transporte interno desde Arequipa - Puerto Maldonado	5,500.00
Agenciamiento aduanero en Puerto Maldonado	379.31
Costo de certificado de origen	16.55
Agenciamiento aduanero en Brasil o Bolivia	260.22
<b>Total costo logístico</b>	<b>6,156.08</b>

Fuente: PROMPERU

### 3.2.1.2 Dificultades fronterizas experimentadas en el Intercambio Comercial

Entre las principales dificultades en frontera que se debían enfrentar antes de la firma del ACE N°58 se encontraba el poco flexible horario de funcionamiento en la Aduana Brasileña, siendo este solo de 8:00 am a 12:00 pm y de 2:30 pm a 6:00 pm. Además la aduana de Assis Brasil no contaba con auditores fiscales, por lo que todas las cargas ingresaban como tránsito aduanero hasta la ciudad de Epitaciolandia haciendo que el tiempo y burocracia en los procesos de desaduanaje sean lentos y engorrosos.

Otra de las dificultades estaba relacionada con la fiscalización sanitaria de productos vegetales y productos alimenticios industrializados ya que el Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento – MAPA, no contaba con un clasificador permanente en el puesto de control de Assis Brasil y la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria – ANVISA, no contaba con el sistema para aprobar el ingreso de mercancías en la aduana de Assis Brasil debido a esto los productos que se comercializaban debían permanecer mayor tiempo en frontera.<sup>27</sup>

Desde que se culminó la carretera Interoceánica hace 4 años por el lado peruano, poco se ha hecho por mejorar las instalaciones del puesto de control fronterizo, a

<sup>27</sup> Fuente: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/194969571rad1B226.pdf>

pesar de la importancia que este tiene para el flujo de productos tanto para Brasil como para Bolivia.

El puesto en frontera se encuentra en forma provisional con unos 50 m<sup>2</sup>, el cual se encuentra ubicado en un área que está destinada para actividades recreacionales, dentro de ciudad de Iñapari (capital de la provincia Tahuamanu, departamento de Madre de Dios), ello ha generado muchos problemas tanto para los ciudadanos de Iñapari como para los agentes intervinientes en una operación de exportación o importación.

Dicho puesto de control cuenta con instalaciones que aún son precarias, no existe medios de comunicación eficientes con la Intendencia de Aduana en Puerto Maldonado o con otros controles aduaneros del país; a pesar de los ejercicios de comunicación de control integrados realizados por las autoridades de Perú y Brasil. El personal de aduanas (agentes de aduana) con jurisdicción en Iñapari tiene sus oficinas principales en Lima y generalmente tienen que trasladarse desde Puerto Maldonado, lo que perjudica y encarece las exportaciones e importaciones de productos perecederos.

La ubicación es otro de los problemas, pues los camiones tienen que hacer fila, en algunos casos por más de un día en el centro de la ciudad, lo que perjudica el orden y tranquilidad de la misma además de significar un riesgo severo para la población pues por esta carretera circulan bajo régimen de Transito Internacional, camiones de placa boliviana con combustible.

Aun cuando ya se encuentra designado el terreno en el que se ubicará el nuevo complejo policial, de SENASA, migratorio y aduanero de 7 hectáreas, no existen intenciones por parte del gobierno en el corto plazo de poder construirlo. Este puesto de control no tiene zona de estacionamiento vehicular, almacenes.

En el marco del Convenio de Cooperación entre el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú, el Ministerio de Relaciones Exteriores de Brasil y la Corporación Andina de Fomento (CAF) se establece que se realizaran inversiones para desarrollar una “Zona de Integración Fronteriza Perú – Brasil” en el año 2012, sin embargo existe una gran lentitud en realizar coordinaciones y actividades conjuntas para la construcción de esta.

Por el lado brasileño, todo parece indicar que ha desistido de las intenciones de trabajar conjuntamente con el gobierno peruano para el desarrollo de esta zona; ya que en el 2013 decidió mejorar sus instalaciones en Assis, como parte de un programa de Aduanas Modelo, el cual planean construir una mega estructura con todas las tecnologías disponibles, que tendrá incluso viviendas para los funcionarios.

El estado peruano está evaluando construir un Centro de Atención Nacional en Frontera, pero aún no se cuentan con los estudios para iniciar el proyecto y por ende el apoyo aún es incierto. Por lo tanto podemos esperar que en un próximo gobierno se puedan retomar estas iniciativas por el bien del comercio e integración con uno de los más grandes mercados del mundo.

En este punto Carlos Lozada indica: *“Falta de oferta de transporte refrigerado, este no es el único pero es uno de los más graves; otro es la atención en frontera, sobre todo en la peruana, es muy lenta porque debido al bajo flujo comercial no tienen funcionarios de agricultura permanentemente en frontera y cuando llega una carga los hacen llamar de una ciudad que está a dos horas de la frontera y eso hace que se retrasen las inspecciones uno, dos, tres días a veces y hay un solo funcionario que si sale de vacaciones, pide permiso o se enferma no lo reemplazan con anticipación, suelen haber retrasos costosos en pasar frontera y eso es muy delicado con productos perecibles como la uva por ejemplo”*. Respecto al sistema aduanero en Brasil: *“Un poco engorroso, no he tenido problema con corrupción pero si con burocracia pesada, en general la gente manifiesta una voluntad de facilitar cosas pero sus reglamentos no son tan fluidos, no hay tanta diferencia en ese sentido con Aduanas de Perú”*. En cuanto al transporte: *“Por ejemplo una característica que le hace pesadísima es de que todas las veces que he exportado en estos siete años, que habré exportado más de 100 viajes, para la distancia que es, que estamos hablando de 1200 - 1300 km de Arequipa a Rio Branco. Mira ir a Lima es 1000 km y el camión llega de un día para el otro y digamos que en 3 días podría estar de vuelta, siempre que hemos embarcado ha sido un record que llegue en 5 - 6 días y lo más común es que el promedio de tiempo haya tardado 8 días en descargar la mercadería, pasar frontera, llegar hasta el final y descargar la mercadería y a veces ha demorado hasta 12 días, entonces esto también encarece el servicio, el servicio es carísimo para la distancia*

*recorrida, pagamos 7 mil dólares para un viaje de 26 toneladas; si enviara esa carga por vía marítima al puerto de Santos costaría no más de 5 mil dólares, probablemente 4 mil – 4 mil quinientos. La diferencia es que vía marítima se demora 30 días en llegar a destino y por vía terrestre, para estar en Rio Branco me demoro de 5 a 6 días; si quisiera llegar a Sao Paulo, por ejemplo, podría tardar otros 5 días, en 10 días podría estar en Sao Paulo vía terrestre, mientras que por vía marítima no menos de 35 días, esa sería la diferencia, pero el costo por vía terrestre es mucho más alto”.*

*Así mismo Ignacio Rivera comenta: “En la parte logística y sanitaria. En logística por el tema de que no están bien implementadas las oficinas en las zonas en las que deberían estar y por la parte sanitaria porque siguen siendo muy exigentes el mercado brasileño, pone estándares normales pero que no podemos cumplir en el día a día, en el caso de las papas que se envían con tierra para ganar peso o porque no tienen un packing para poder lavar y procesar las papas cuando ellos compran las papas en bolsa, los ajos en bolsas, pelados o desgranados; no como en el mercado local donde se pone todo en un costal tal como salió de la chacra y esto limita el acceso de nuestros productos”.*

*Por otro lado, Eduardo Luna comenta: “Estamos tratando de superar los protocolos fitosanitarios, que recién hace 5 años se pusieron de acuerdo entre el SENASA de Perú y MAPA de Brasil para llegar a un entendimiento y permitir la entrada de nuestros productos y recién el año pasado ha ingreso la mandarina con otros productos , nosotros tenemos un buen contacto como el ingeniero Soto que parece que lo ha contratado Antonio Castillo que es agregado comercial de San Paulo de PROMPERU en Brasil”. Ver entrevista completa en el Anexo N° 1: Entrevista a operadores de comercio exterior con Brasil.*

### **3.3 Impacto en el contexto de mercado**

La internacionalización de la Macro región sur, supone el desarrollo de un mercado ampliado, alternativo y tradicional al mercado de la ciudad de Lima, sobre la base de la vinculación con el centro oeste de América del Sur, compuesto por el oeste brasileño, Bolivia, norte argentino a fin de formar un eje de integración y desarrollo que transforme la economía del sur peruano. Un espacio interno

articulado está en mejor pie de enfrentar el desafío de la interrelación de mercados complementarios, y por consiguiente, enfrentar un proceso de competencia directa con Chile por los mismos objetivos de intermediar y abastecer el mercado meta.

El criterio es poder identificar y establecer estrategias que marquen puntualmente los mercados estratificados o zonas geográficas con potencialidades económicas, así como también es imperativo la información y los estudios de mercado, para un manejo más eficiente del mercado externo porque se convierten en un eslabón fundamental en la actividad exportadora.

Una fuente que se puede considerar en el ámbito de la investigación del mercado internacional es la Inteligencia de mercados, que tienen como objetivo identificar y caracterizar las oportunidades de negocios que puedan existir, analizando las características de la demanda, el patrón de consumo, los principales agentes y canales de comercialización y distribución, las condiciones de acceso al mercado, la logística de exportación al mercado priorizado, entre otros, que permita a la empresa estar al día con la información que necesita para la actividad del comercio internacional.

A continuación podemos nombrar algunos mercados por sectores como para tomarlos en cuenta y que enlacen este proceso de integración:

- **Mercado de Hidrocarburos:** Este mercado representa estratégicamente el de mayor importancia en la zona, por las intenciones en vincularse en un sistema de autoabastecimiento y exportación potencial de hidrocarburos en el futuro. Está conformado por dos ejes productivos principales que son Bolivia y Perú y tres demandantes con grandes necesidades de consumo industrial y doméstico como son Brasil, Argentina y Chile. Están instalados los oleoductos para la vinculación comercial de flujos exportables, pero su mayor importancia está en las exportaciones a los mercados de la parte Norte de América.
- **Mercado de Consumo Energético:** Este sector considera el aprovisionamiento de energía eléctrica dada su alta potencialidad de consumo futuro de energía de Brasil y porque sin energía no se pueden crear polos de desarrollo económico. El mejor ejemplo de integración

energética<sup>28</sup> está en el Corredor del Orinoco entre el norte de Brasil y Venezuela, donde se ha constituido la exportación de energía desde Venezuela hacia el Brasil en el “commodity” más importante de una vinculación que no necesariamente se especializa en el puro comercio. La conexión de la red energética sur peruana con la de Bolivia está en proceso, y será de gran utilidad la dinamización económica de la zona.

- **Mercado de Turismo:** Este sector podríamos decir que sería uno de los sectores más interconectados en el contexto del mercado y por ende dinamizar la economía de la macro región sur, dado que son mercados complementarios en materia de turismo. Tienen a los dos más grandes centros de captación turística en Sudamérica como son Machu Picchu e Iguazu, puntos geográficos que hay que vincular con un sistema ágil de conexión terrestre y aérea para aumentar el consumo en ambos puntos de turistas provenientes de terceros países. El turismo es indudablemente el sector de mayor impulso del sector servicios y se caracteriza por ser el real proveedor de mano de obra y fuente de empleo.
- **Mercado de Pymes:** Este sector podría ser considerado como un punto de partida para la consolidación de sectores productivos nuevos como la industrialización de la madera, la industrialización de productos agrícolas, la piscicultura de peces de agua dulce, la ganadería, las hierbas y plantas medicinales, los nuevos productos alimenticios andinos y selváticos, y la explotación de minerales no metálicos y materiales en el ámbito de la construcción. Este panorama brinda grandes posibilidades para la creación de nuevas empresas en los campos de comercialización, explotación, producción y servicios.

### 3.4 Impacto en la Integración económica

En los últimos tiempos, se ha logrado un avance sustancial en materia de comercio e inversión en la región de América del Sur, y especialmente en el campo de la integración comercial. Además de un conjunto sumamente amplio de acuerdos

---

<sup>28</sup>Fuente:[http://www.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/boletim\\_internacional/110722\\_boletim\\_internacional07\\_cap4.pdf](http://www.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/boletim_internacional/110722_boletim_internacional07_cap4.pdf)

bilaterales, se firmaron TLCs, la consolidación del MERCOSUR, La Comunidad Andina de Naciones, el CARICOM y el Mercado Común Centro Americano.

En ese contexto, un proceso de integración con el mercado brasileño sería fundamental para las aspiraciones de la macro región sur y a partir de dicho mercado es posible construir con las otras macro regiones continentales como el norte argentino, Paraguay y Bolivia, así como con los bloques económicos MERCOSUR, APEC y CAN, la integración esperada entre los dos océanos Pacífico y Atlántico. La vía indiscutible para contribuir con dicho proceso de integración es sin duda la Carretera Interoceánica, y a través de ella, es que se tiene que construir la estrategia de integración económica, comercial y productiva de estas dos partes importantes de los territorios peruano y brasilero.

El corredor de la interoceánica sur cuenta con más de 2,500 KM de carretera asfaltada en el lado peruano, uniendo la ciudad de Iñapari de la región de Madre de Dios con Assis Brasil ciudad fronteriza del estado de Acre.

La zona de interés identificada cuenta con tres formas de acceso, la primera es la Carretera interoceánica que es la única vía de IIRSA que le corresponde desarrollar al Perú que actualmente está en funcionamiento conectando a los tres puertos del Sur (San Juan de Marcona, Matarani e Ilo) con Brasil por el paso de frontera de Iñapari. La carretera interoceánica permite unir los puertos de Matarani e Ilo con río Branco y Porto Velho así como con Cobija. La carretera está pavimentada y no presenta mayores inconvenientes para los transportistas salvo el tramo Assis – Epitaciolandia que requiere ser mejorado. El tramo peruano de Iñapari a Matarani está perfectamente pavimentado y mantenido.

Actualmente el uso de la carretera para el comercio fronterizo, no está siendo aprovechado por todas las regiones que pertenecen al eje interoceánico Sur; el volumen de las exportaciones no está de acuerdo a las necesidades de integración comercial que se requieren.

Es también necesario el poder incrementar el intercambio comercial mediante la implementación de iniciativas que permitan el desarrollo de las exportaciones, la prestación de servicios de información, logística de carga y transporte eficiente, condiciones de control en la frontera de Iñapari y Assis – Brasil; todo ello con la

finalidad de brindar conocimiento y confianza al empresario y la viabilidad de comercializar con éxito a este importante mercado.

Imagen N° 1: Tramos de la Interoceánica Sur



Fuente: PROMPERU

En cuanto a la operacionalización de algunos productos en este proceso de integración, podemos mencionar las rutas de la soya a ultramar, las cuales tienen un peso decisivo en la evaluación de costos de las diversas modalidades de transporte. Estas están sufriendo constantemente modificaciones y por tanto, afectan los estimados de los proyectos basados en su curso hacia los puertos de la costa del Pacífico Sur con destino al Asia. Para tal efecto, es necesario potenciar nuestra opción competitiva en servicios e infraestructura para competir en la ruta de la soya. En la cual el puerto de Matarani está en ese camino de optimización, pero aún falta.

Los brasileños están reformulando vías y formas para abaratar sus costos para llegar al mercado Asia Pacífico en óptimas condiciones. En esta tarea compiten los consorcios tanto público como privados que organizan y ejecutan las salidas de las carreteras, los ferrocarriles y las hidrovías, por los puertos de Santos, Paranaguá, Recife y Victoria en el Atlántico y Porto Velho en la ampliada hidrovía Madera-Amazonas. En relación a ellas, es que se estudian fórmulas alternas y competitivas inter modales de los ejes proyectados por el norte de Chile y por el sur, centro y norte del Perú.

Punto a parte según el contexto anterior, sería el comercio con los Estados fronterizos de Brasil con el Perú como son los Estados de Acre, Rondonia y Amazonas, en relación con la costa sur y la Amazonía peruana. En ese sentido, hay que comprender que Brasil no sólo es gran exportador de Soya y otros productos similares de gran volumen como la castaña y azúcar, sino también es un gran mercado consumidor con una potencialidad de compra-venta impredecible en el futuro, de productos de consumo, industriales y servicios.

El mercado brasileño podemos decir que es una estructura territorial compuesta por dos grandes bloques con diferentes características de consumo, producción, y exportación. Por un lado el mercado de la costa del Atlántico con incidencia en el sur, donde existen niveles de consumo y de industrialización con alta tecnología; y por el otro, el mercado amazónico compuesto por los Estados colindantes con las fronteras de Bolivia y Perú. Estos dos bloques tienen singulares diferencias resaltando las más relevantes en que el mercado del Atlántico es singularmente productor de bienes industriales y de consumo y es donde está concentrada la mayor cantidad de población brasilera y por consiguiente, es el de mayor poder adquisitivo; y el otro bloque que es eminentemente agrícola y agro exportador, donde la densidad poblacional es mucho menor y en materia de potencialidad de mercado es menor así como en la capacidad de consumo.

### **3.5 Impacto en medidas sanitarias y en barreras no arancelarias**

Según declaraciones de la ministra de comercio exterior y turismo del Perú, Dra. Magali Silva informa que Perú y Brasil vienen trabajando en el desarrollo de una agenda que permita profundizar el comercio bilateral y se busca destacar aspectos relacionados a la facilitación del comercio fronterizo, la profundización del acuerdo comercial existente y la solución de los aspectos sanitarios y fitosanitarios pendientes. Por lo tanto podemos ver que aún no hay un gran interés por ambos gobiernos en lo relacionado con los permisos fitosanitarios y zoonosanitarios, así como a la reducción de las barreras no arancelarias de nuestras producciones nacionales. Sabemos que el Brasil exige a los productos perecibles extranjeros que vayan a ingresar a su territorio controles y barreras muy exigentes, por

consiguiente es necesario actuar con la debida anticipación para minimizar cualquier interferencia comercial futura entre nuestros mercados.

Éste es un tema de gran importancia para nuestra oferta exportable, ya que el Perú tiene más del 85% de los microclimas del mundo y por lo tanto tenemos una variedad y calidad de productos agrícolas, frutícolas y pesqueros que el Brasil requiere.

Dentro del proceso de integración con el mercado brasilero, el Perú ha identificado inicialmente algunos productos<sup>29</sup> (20) que son prioritarios en el marco de la macro región sur. Productos en el sector hidrobiológico (8) como agrícola (12) que pueden ser ofrecidos al mercado brasilero y que según la parte sanitaria debería de cumplir lo siguiente:

- **Productos hidrobiológicos:** Estos productos requieren la habilitación bajo las siguientes condiciones para ser exportados. En el caso de Perú, algunas plantas ya poseen su habilitación porque vienen exportando por rutas diferentes a la carretera interoceánica.

Los requisitos de ingreso de estos ocho productos son:

- Cumplir con las Normas sanitarias y calificación del DIPOA (Departamento de Productos de Origen Animal).
  - Certificado sanitario de habilitación como planta exportadora
  - Para productos habilitados solo se requiere la actualización. Para los productos nuevos se solicita a Brasil los requisitos al DIPOA quien en base al informe del ITP (Instituto Tecnológico Pesquero), procede a dar el visto bueno para obtener el “Análisis de riesgo”.
- **Productos agrícolas:** En el caso de los productos agrícolas, el requisito fundamental para el ingreso al mercado brasileño es el Certificado Fito-Sanitario, el cual se obtiene después de haber pasado el “Análisis de Riesgos”. Sin este documento no se puede ingresar a dicho mercado. Es necesario precisar que mediante un Análisis de Riesgos de Plagas, se determinan los requisitos fitosanitarios a ser exigidos para la importación

---

<sup>29</sup>Fuente:

[http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/MERCOSUR/docs/Requisitos\\_barreras\\_de-la\\_oferta\\_exportable\\_sur\\_peruana\\_Brasil.pdf](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/MERCOSUR/docs/Requisitos_barreras_de-la_oferta_exportable_sur_peruana_Brasil.pdf)

de los productos; por lo general, se solicita un Certificado Fitosanitario de Exportación, el cual debe ser emitido para cada embarque del producto.

En la actualidad existe un grupo de productos agrícolas que han sido considerados admisibles por Brasil, pues ya han sido sometidos al análisis de riesgos de plagas correspondientes y se han establecido los requisitos fitosanitarios de ingreso, dado que han cumplido con todos los requisitos fitosanitarios para ingresar al mercado vecino.

De otro lado, hay otro paquete de productos que están en proceso de trámite para la obtención del permiso para ingresar al Brasil. Esta lista de productos pendientes de cumplir los requisitos fitosanitarios está en pleno trámite en el DDIV, el cual está coordinado también por SENASA. Actualmente hay otro paquete de productos “en gestión de establecimiento de los requisitos fitosanitarios” que permitan su exportación desde el Perú. Los productos de esta lista están a la espera de la realización de los respectivos Análisis de Riesgos de Plagas, que determinen los requisitos fitosanitarios.

La situación de los productos vegetales de interés por exportar a Brasil es la siguiente:

- **Productos Admisibles:** Son los productos aprobados por el Brasil y que están autorizados a ingresar a su mercado y que se exportan actualmente por que cuentan con requisitos fitosanitarios establecidos mediante un análisis de riesgos de plagas. Adicionalmente existe también una lista de productos procesados admisibles que también han alcanzado su habilitación para ingresar al mercado de Brasil. La principal característica de estos productos es que, debido al procesamiento, se ha eliminado la posibilidad de transportar plagas con ellos”. Es menester indicar que en el Brasil, existen Categoría de Riesgo Fitosanitario y que en algunos casos, la realización de análisis de riesgos de plagas que exijan certificados fitosanitarios de exportación, no son necesarios.
- **Productos en Proceso:** Son los productos sobre los cuales SENASA ha enviado información técnica al Departamento de Defensa e

Inspección Vegetal DDIV del Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento de Brasil, MAPA, para la realización de los respectivos análisis de riesgos de plagas (ARP) que conlleven a la determinación de los requisitos fitosanitarios de importación al Brasil”.

- **Un tercer grupo de productos considerados nuevos**, requieren que el SENASA envíe la información técnica necesaria para la realización de los análisis de riesgos de plagas, que determinen los requisitos fitosanitarios. Asimismo, es necesario indicar que SENASA gestiona la apertura del mercado brasileño en base a la negociación de cada producto específico, para lo cual hay que solicitar el análisis de riesgos de plagas respectivo por producto.

La relación de productos agrícolas-vegetales los cuales el SENASA solicitó los requisitos fitosanitarios concernientes en el “Análisis de Riesgo” bajo un esquema de priorización al Departamento de Defensa e Inspección Vegetal (DDIV) del Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento de Brasil, MAPA, es la siguiente:

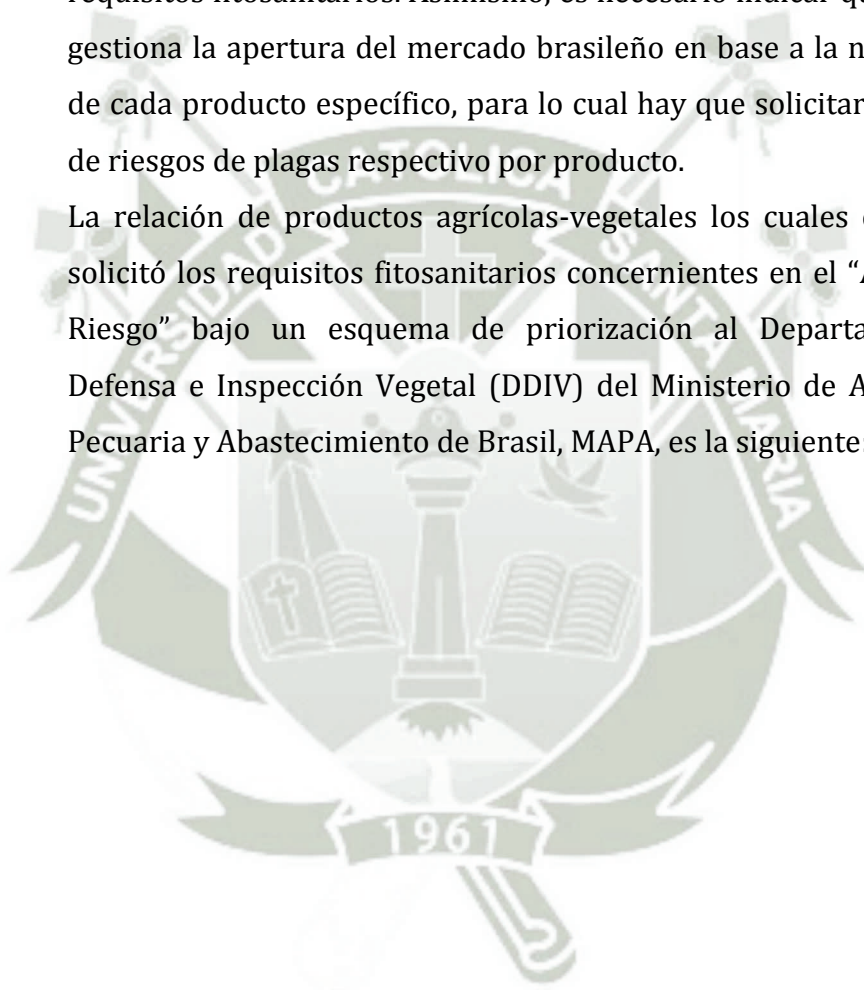


Tabla N°14: Relación de productos agrícolas admisibles en el mercado de Brasil

Partida Arancelaria	Producto	Nombre Científico	Situación Actual
08.06.10.00.00	Uva, fruto fresco	Vitis vinifera	Requiere Certificado Fitosanitario
07.03.20.00.00	Ajo, bulbo	Allium sativum	Requiere Certificado Fitosanitario
12.07.40.90.00	Ajonjolí, grano	Sesamum indicum, Sesamum orientale	Requiere Certificado Fitosanitario
07.06.90.00.00	Betarraga, raíz	Beta vulgaris	Requiere Certificado Fitosanitario
09.01.11.00.00	Café, grano	Cofea arabica	Requiere Certificado Fitosanitario
07.09.20.00.00	Espárrago, fresco	Asparragus officinalis	Requiere Certificado Fitosanitario
07.13.20.90.00	Fréjol, granos	Vigna radiata	Requiere Certificado Fitosanitario
07.13.20.90.00	Fríjol	Vigna radiata	Requiere Certificado Fitosanitario
12.09.10.00.00	Kudzú, semillas	Pueraria phaseoloides	Requiere Certificado Fitosanitario
08.08.10.00.00	Manzana, fruto fresco	Malus domestica	Requiere Certificado Fitosanitario
12.09.91.90.00	Melón, semillas	Cucumis melo	Requiere Certificado Fitosanitario
12.11.90.30.00	Oréganos, hojas secas	Origanum vulgare	Requiere Certificado Fitosanitario
08.04.40.00.00	Palta, fruta fresca	Persea americana	Requiere Certificado Fitosanitario
07.01.90.00.00	Papa, tubérculo	Solanum tuberosum	Requiere Certificado Fitosanitario
08.08.20.10.00	Pera, fruto fresco	Pyrus communis	Requiere Certificado Fitosanitario
12.09.99.90.00	Pijuayo, semilla	Bacris gasipaes	Requiere Certificado Fitosanitario
07.04.90.00.00	Repollo, hoja, tallo	Brassica oleracea	Requiere Certificado Fitosanitario
12.09.91.90.00	Sandía, semilla	Citrullus Lanatus	Requiere Certificado Fitosanitario
12.09.91.90.00	Sandía, semillas	Citrullus Lanatus	Requiere Certificado Fitosanitario
24.01.00.00.00	Tabaco, hojas secas	Nicotiana taacum	Requiere Certificado Fitosanitario
07.02.00.00.00	Tomate, fruto fresco	Lycopersicon esculentum	Requiere Certificado Fitosanitario
12.09.91.50.00	Tomate, semilla	Lycopersicon esculentum	Requiere Certificado Fitosanitario
07.06.10.00.00	Zanahoria, raíz	Daucus carota	Requiere Certificado Fitosanitario
44.15.20.00.00	Madera caoba, paletas	Swietenia Mahogani	Requiere Certificado Fitosanitario
10.05.90.00.00	Maíz, grano	Zea mays	Requiere Certificado Fitosanitario
12.11.90.30.00	Orégano, hoja seca	Origanum vulgare	Requiere Certificado Fitosanitario
07.13.39.92.00	Fréjol castilla, grano	Vigna radiata	Requiere Certificado Fitosanitario
07.09.98.90.00	Tomillo, fresco	Vigna radiata	Requiere Certificado Fitosanitario
44.15.20.00.00	Madera, cajas desarmadas		Requiere Certificado Fitosanitario
06.04.91.00.00	Espárrago follaje fresco	Asparragus officinalis	Requiere Certificado Fitosanitario

Fuente: PROMPERU

En una segunda lista de productos que también han sido declarados admisibles los cuales están relacionados a los anteriores pero que están catalogados bajo la característica de poseer un mayor grado de transformación en base a un valor agregado incrementado en su proceso productivo es la siguiente:

Tabla N°15: Relación de productos agrícolas admisibles en el mercado de Brasil

Partida Arancelaria	Producto	Estado del producto
20.05.60.00.00	Espárrago, conserva	Procesado
05.11.99.10.00	Cochinilla molida	Procesado
32.03.00.21.00	Carmín, líquido	Procesado
32.03.00.21.00	Carmín cochinilla	Procesado
07.12.90.10.00	Ajo en polvo	Procesado
07.12.90.10.00	Ajo, granulado	Procesado
20.05.90.00.00	Pimiento piquillo, en conserva	Procesado
20.05.90.10.00	Alcachofa, conserva	Procesado
09.04.20.00.00	Páprika, triturado o pulverizado	Procesado
09.04.20.00.00	Páprika, seca industrial	Procesado
23.09.90.90.00	Alimento para animales, excepto mezcla de grano	Procesado
12.11.90.90.90	Rotenona, polvo	Procesado
32.03.00.14.00	Achiote, extracto	Procesado
09.10.40.00.00	Tomillo, seco	Procesado
11.01.00.00.00	Harina de trigo	Procesado
09.04.20.00.00	Páprika pepa, seca y entera	Procesado
32.03.00.21.00	Carmín líquido	Procesado
13.01.90.90.00	Tara, goma	Procesado
14.04.10.30.00	Tara, polvo	Procesado
11.06.20.10.00	Maca harina	Procesado
20.05.70.00.00	Aceitunas conservadas o preparadas	Procesado

Fuente: PROMPERU

Cabe indicar que si bien estos productos no son afectos a las regulaciones fitosanitarias, debido a que por su grado de procesamiento han perdido la capacidad de transportar plagas asociadas a los vegetales, son afectos al análisis de riesgos referidos a la inocuidad alimentaria; en los que muchas veces, se hace necesario autorizar los establecimientos que los procesan.

En tercera instancia se tiene a los productos que están en proceso de trámite por SENASA y se espera la pronta respuesta de su aprobación por Brasil. La relación de productos es la siguiente:

Tabla N° 16: Relación de productos agrícolas con trámite, pendientes de cumplir requisitos

Partida Arancelaria	Producto	Nombre Científico	Priorización
07.13.10.90.10	Arveja verde / vainita	Pisum sativum	1
06.01.20.00.00	Cebolla, bulbo	Allium cepa	1
10.05.10.00.00	Maíz, mazorcas, granos	Zea mays	1
08.10.90.10.00	Granadilla, fruta fresca	Pasiflora ligularis	1
07.09.00.00.00	Zapallo, fruto fresco	Cucúrbita pepo	1
10.08.90.10.00	Quinua	Chenopodium quinoa willd	1
10.08.90.92.00	Kiwicha	Amaranthus caudatus Linnaeus	1
08.09.30.00.00	Durazno	Pirus comunis	1
08.11.90.91.00	Mango	Mangifera indica	1
12.09.91.20.00	Semilla de coliflor	Brassica oleracea	1
08.02.90.00.00	Pecanas (por confirmar)	Carya illinoensis	1
09.10.99.91.00	Anís (por confirmar)	Pimpinella anisum	1
08.05.50.21.00	Limón sutil, fruto fresco	Citrus aurantifolia	2
07.14.20.00.00	Camote, raíz fresca	Ipomoea batata	2
08.09.40.00.00	Ciruelo, fruta fresca	Spondias purpurea	2
08.10.10.00.00	Fresas, fruta fresca	Fragaria vesca	2
08.07.19.00.00	Melón, fresco	Cucumis melo	2
07.07.00.00.00	Pepino, fruta fresca	Solanum muricatum	3
09.10.10.00.00	Kión, deshidratado	Zingiber officinale Roscoe	3
07.06.10.00.00	Nabo, raíz fresca	Brassicca napus	3
07.06.90.00.00	Rabanito fresco	Raphanus sativus	3
12.09.91.10.00	Porro, bulbo hojas	Allium porumApium graveolens	3
07.09.40.00.00	Apio, tallos hojas	Apium graveolens	3

Fuente: PROMPERU

Nota: En cuanto a la columna de priorización, los productos señalados con los números 1, 2, y 3, se ha establecido en tres categorías las cuales están identificadas con los números anteriormente nombrados y que se refieren a los productos que Perú está tramitando con mayor prioridad para obtener su ingreso al mercado brasileño.

Vale la pena mencionar que la autoridad sanitaria del Perú (SENASA) gestiona la apertura del mercado brasileño en base a la negociación de cada producto específico. En algunos casos el SENASA ya ha solicitado el análisis de riesgos de plagas respectivo y se encuentra en trámite por la parte brasileña.

En el anexo N° 4 se muestra al 01 de agosto del 2014 la lista de productos ya con autorización al mercado de Brasil.

### **3.6 Identificación de la Oferta Exportable en los mercados de Acre y Rondonia**

Las zonas geográficas de influencia que se consideran y son los mercados más próximos a los que la macro región sur tiene acceso vía la carretera interoceánica y en los cuales se demandan productos peruanos en Brasil son los estados de Acre y Rondonia.

#### **3.6.1 Mercado de Acre<sup>30</sup>**

El mercado de Acre se encuentra ubicado en la Región Norte de Brasil, limita al norte con el estado de Amazonas, al este con Rondonia, al oeste limita con el Perú y al sur con Bolivia. El estado de Acre tiene una superficie de 164, 123,040 km<sup>2</sup> y una población que se estima para el 2014 de 790,101 habitantes, con lo cual podemos determinar que por cada km<sup>2</sup> existen 4.47 habitantes. Su capital es Río Branco y también su ciudad más poblada con 363,928 habitantes. Cuenta con 22 municipios, de los cuales los más poblados son Cruzeiro do Sul (80,953 hab.), Sena Madureira (41,036 hab.), Tarauacá (38,201 hab.), Feijó (32,398 hab.) y Brasiléia (23, 378 hab.). El PBI de Acre al 2012 corresponde al 0.20% del PBI del país. Las principales actividades económicas en la región son la agricultura, industrias (construcción civil, industria extractiva de mineral, industria de transformación, entre otros) y servicios (administración, salud y educación públicas; comercio; transporte almacenamiento y correo y demás); que aportaban en el 2010 en 21.1%, 12.7% y 7.5% respectivamente al PBI. Del total de la población en edad laboral, es decir poco más de 608,000 habitantes, solo el 60.2% es parte de la población económicamente activa. El PBI per cápita de este estado es de USD 4,780.82.

##### **3.6.1.1 Intercambio Comercial entre el Estado de Acre y el Mundo**

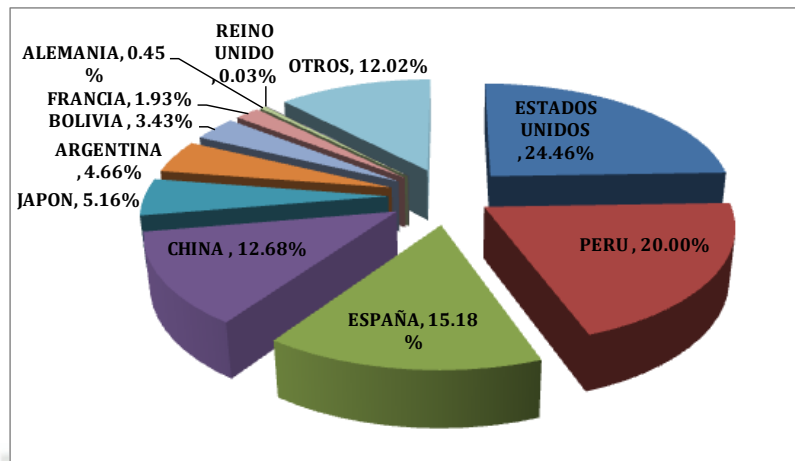
El estado de Acre a lo largo del periodo 2009-2014 importó USD FOB 27,191,147. Sin embargo en el último periodo el valor importado se incrementó en 375%. Este estado tiene como proveedores a 10 países en promedio. El Perú se encuentra como segundo país proveedor, con una participación de 20%, Estados Unidos

---

<sup>30</sup> Fuente: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/194969571radDDCC9.pdf>

aparece como su primer proveedor con el 24.46% y en tercer lugar a España con el 15.18%. De ahí corroboramos la importancia que tiene este estado en las exportaciones de la región Arequipa, como lo detallamos más adelante.

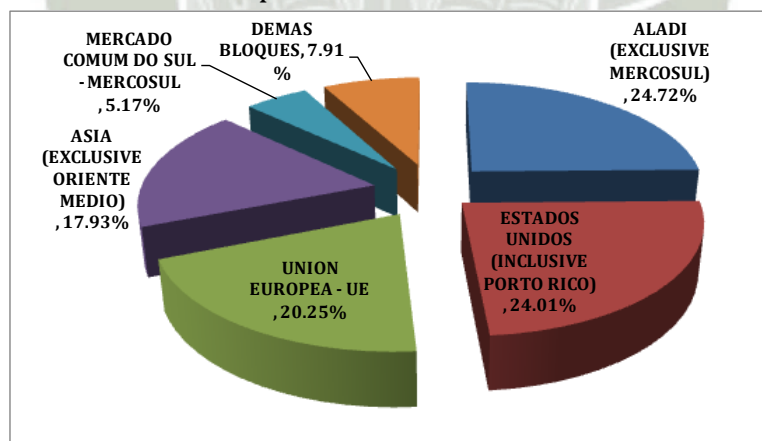
Gráfico N° 20: Países proveedores del estado de Acre, periodo 2009-2014



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Comercio Exterior de Brasil<sup>31</sup>

A nivel de bloques económicos resalta la participación de Latinoamérica (ALADI) con el 24.72% y en segundo lugar a Estados Unidos con el 24.01%.

Gráfico N° 20.1: Importaciones por Bloques Económicos del estado de Acre, periodo 2009-2014



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Comercio Exterior de Brasil

<sup>31</sup> Fuente: <http://www.desenvolvimento.gov.br//sitio/interna/interna.php?area=5&menu=4509&refr=1076>

El Estado de Acre importó en promedio desde el Perú, durante el periodo 2009-2014, 143 partidas, 50 partidas más que en el 2013; el producto más representativo es el cemento con una participación de 90%, muy lejos tenemos las importaciones de harina de trigo y cebollas (4%). Así mismo se puede observar una gran variabilidad en las compras hacia Perú desde Acre, por lo tanto podemos suponer que las compras en su mayoría son esporádicas y donde la mayor representación la tiene las exportaciones de Arequipa, como lo veremos más adelante.

En el siguiente cuadro mostramos las importaciones de los veinte principales productos de importación de Acre desde el Perú, donde resaltan también a nivel de sectores, compras del sector agrícola, minería no metálica y textil.

Cuadro N° 17: Productos que se importan al estado de Acre desde Perú, en kilogramos -Periodo 2009-2014

PRODUCTO	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Cementos portland, normales	0	0	319,944	475,113	0	28,154,001
Harina de trigo	0	0	0	0	0	1,218,000
Uvas frescas	0	1,725	0	0		167,795
Aceitunas	0	0	0	0	0	0
Tomates, frescos o refrigerados	0	0	0	0	0	143,328
Las dem.cebollas frescas o refrigeradas	0	0	37,000	437,123	238,000	112,100
Las demás patatas frescas o congeladas	0	0	0	0	0	32,885
Zanahorias y nabos, frescos o refrigerados	0	0	0	0	0	30,075
Coles, repollos, etc del género brassica,	0	0	0	0	0	21,700
Los demás ajos frescos o refrigerados	0	0	68,150	4,332	0	2,650
Pastas alimenticias, s/cocer n/rellenar,	0	0	50,000	75,000	141,000	200,000
Remolachas, rábanos y dem.raíces, fres	0	1,275	0	0	0	11,950
Oxígeno	0	0	0	0	0	51,770
Camisetas "T-shirts", etc.de punto de al	0	0	2,500	0	0	1,050
Los demás tiovivos, columpios y demás	0	0	50	0	0	1,040
Otras manufacturas de plásticos	0	0	158	0	0	24,654
Faldas y faldas pantalón, de algodón	0	0	0	0	0	450
Camisas, etc.de punto de fibras sint/art	0	0	58	0	0	125
Camisas, blusas, etc.de algodón, para m	0	0	57	0	0	115
Faldas y faldas pantalón, de punto de fi	0	0	32	0	0	100
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>3,000</b>	<b>477,949</b>	<b>991,568</b>	<b>379,000</b>	<b>30,173,788</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ALICEWEB/MDIC (Brasil)<sup>32</sup>

<sup>32</sup> Página web: <http://aliceweb.mdic.gov.br//consulta-ncm/index/type/importacaoNcm>

### 3.6.1.2 Zona de fomentación de exportaciones del Estado de Acre

Según información de PROMPERU, a mediados del año 2007 se crea esta zona industrial con el fin de reducir los desequilibrios regionales y fortalecer la balanza de pagos y promover la difusión de la tecnología y el desarrollo económico y social de Brasil. Esta zona tiene una extensión de 130 hectáreas en la pequeña ciudad de Senador Guiomard, a 22 kilómetros de Río Branco. Esta zona fue destinada para la instalación de empresas dedicadas a la producción de bienes para ser vendidos en el extranjero, se consideran zonas primarias para fines de control por parte de aduanas de Brasil.

En dicha zona se cuentan con algunos beneficios como: la suspensión y reducción de impuestos y contribuciones federales y se benefician de libertad cambiaria, es decir pueden mantener en el exterior el 100% de las divisas obtenidas de las exportaciones, pero para obtener este último beneficio debe destinar por lo menos el 80% de su productos y servicios al exterior. El plazo de vigencia de todos los incentivos es de 20 años, prorrogables por 20 más. En el momento esta área no está siendo utilizada en total capacidad.

### 3.6.2 Mercado de Rondonia<sup>33</sup>

Este mercado se encuentra ubicado en la zona noroeste de Brasil, limita con Bolivia al oeste y sur, al norte con el estado de Amazonas y Matto Grosso al este.

Presenta un área de 237, 590,547km<sup>2</sup>, cuenta con una población estimada para el 2014 de 1.748.531 habitantes, y en la que hay 6,58 habitantes por km<sup>2</sup>. Su capital es Porto Vehló y también su municipio más poblado con 494,013 habitantes. Este estado cuenta con 56 municipios y entre ellos los más poblados son Ji-Para (129,242 hab.), Ariquemes (102,860 hab.), Vilhena (89,797 hab.), Cacoal (86,556 hab.), Rolim de Moura (55,807 hab.), Jaru (55,669 hab.), Guajará-Mirim (46,203 hab.). El Producto Bruto Interno de este estado representó hasta el 2012 el 0,7% del PBI brasileño. Las actividades económicas más representativas son servicios, agricultura e industria, el PBI per cápita de este estado es de USD 6,956.88.

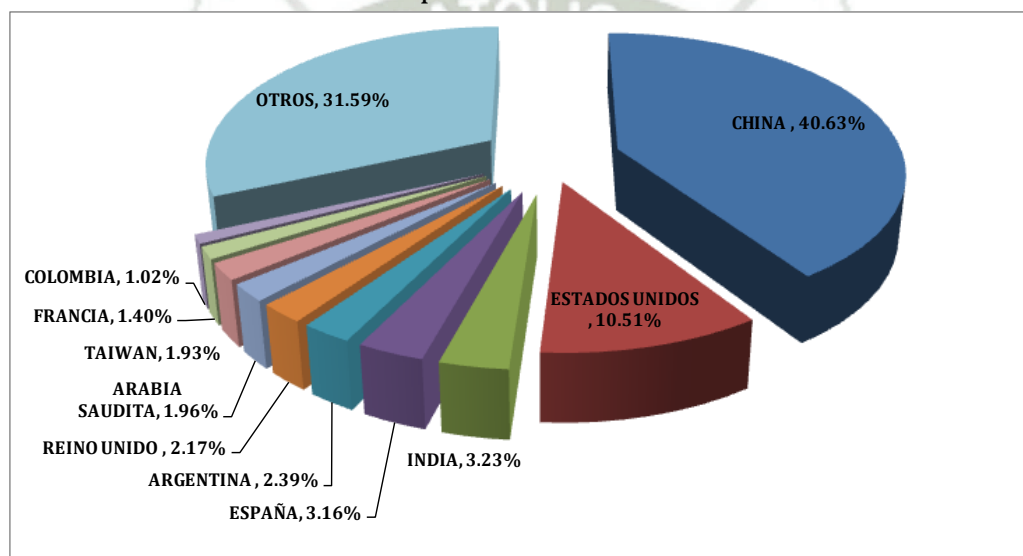
---

<sup>33</sup> Fuente: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/194969571radDDCC9.pdf>

### 3.6.2.1 Intercambio Comercial entre el Estado de Rondonia y el Mundo

El estado de Rondonia a lo largo del periodo 2009-2014 importó USD FOB 2,630,236,582. Sin embargo en términos acumulados, creció en el orden de 295% (2009 al 2014). Este estado tiene como proveedores a 30 países en promedio. El Perú no figura como un principal abastecedor a dicho mercado. China se encuentra en el primer lugar con un 40.63% de representación, Estados Unidos con un 10.51% y muy de lejos a la India con una representatividad de 3.23%. De ahí corroboramos la falta de importancia que tiene este estado en las exportaciones de la región Arequipa, como lo detallamos más adelante.

Gráfico N° 21: Países proveedores del estado de Rondonia

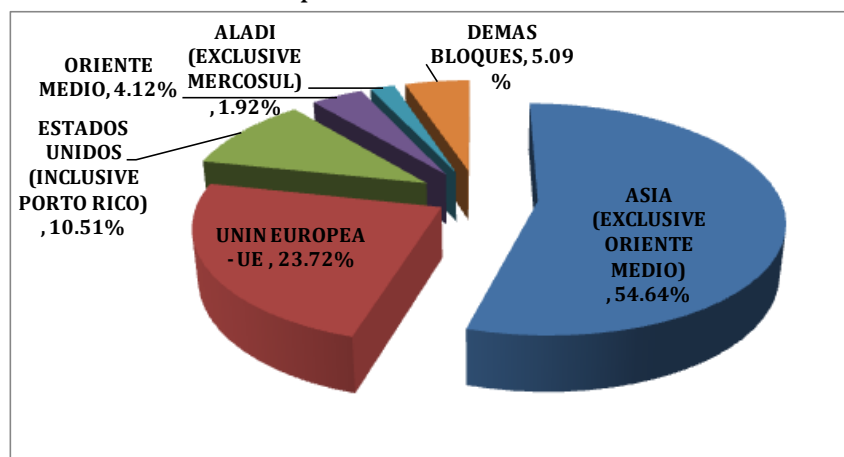


Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Comercio Exterior de Brasil<sup>34</sup>

A nivel de bloques económicos resalta la participación de Asia con el 54.64% y en segundo lugar a Unión Europea con el 23.72.01%.

<sup>34</sup> Fuente: <http://www.desenvolvimento.gov.br//sitio/interna/interna.php?area=5&menu=4509&refr=1076>

Gráfico N° 21.1: Importaciones por Bloques Económicos del estado de Rondonia, periodo 2009-2014



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Comercio Exterior de Brasil<sup>35</sup>

En el año 2013 se importaron productos que pertenecieron a 1,637 partidas arancelarias, sin embargo al 2014 el número de partidas se incrementó hasta 1,668. Resaltan en estado, las compras de productos en sectores como el agrícola y textil.

El producto más representativo en sus importaciones desde Perú, es el orégano con una compra total de 224,500 kilogramos y que representa un 44.25%, en segundo término se encuentra los demás hongos y trufas con una compra total de 69,348 kilogramos y una participación de 13.67%. Así mismo se puede observar al igual que en el estado de Acre, una gran variabilidad en las compras hacia Perú desde Rondonia, por lo tanto podemos suponer que las compras en su mayoría son esporádicas y donde la mayor representación la tiene las exportaciones de otras regiones del país, como lo veremos más adelante.

En el siguiente cuadro mostramos las importaciones de los veinte principales productos de importación de Rondonia desde el Perú, donde resaltan en el sector agrícola, productos como la quinua, aceitunas preparadas, hongos y trufas, pimienta, etc.

<sup>35</sup> Fuente: <http://www.desenvolvimento.gov.br//sitio/interna/interna.php?area=5&menu=4509&refr=1076>

Cuadro N° 18: Productos que se importan al estado de Rondonia desde Perú, en kilogramos –Periodo 2009-2014

PRODUCTO	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Quinoa (chenopodium quinoa), excepto para siera	0	11,800	0	4,000	0	5,500
Pimienta y morrón, secos, triturados o pulverizados	0	0	0	0	0	4,850
Otros productos de origen vegetal, para trenzar	0	0	0	0	0	3,254
Otras naftas, excepto para petroquímica	0	0	0	0	0	4,289
Las demás frutas secas	0	0	0	0	0	5,536
Aceitunas preparadas o conservadas en vinagre, s/condimento	0	0	0	0	0	4,879
Cordeles de polietileno/polipropileno	0	0	0	0	0	48,975
Otros calzados de material textil, suela caucho/plástico	0	0	0	0	0	35,789
Los demás hongos y trufas, secos, incluso cortados, en salmuera	0	0	0	0	45,870	23,478
Los demás cereales, excepto para siembra	0	9,875	0	3,450	0	4,897
Tejidos de punto por urdimbre, teñidos	0	0	0	145	478	587
Hilados filamentos sintéticos, para la venta al por mayor	0	0	0	0	4,117	0
Camisas, etc. de punto de fibras sintéticas/artificiales, para mujeres	0	0	0	0	4,897	0
Otros tejidos de punto, fibras sintéticas/teñidos	0	0	0	0	8,560	0
Partes de prendas o sus complementos, de punto	0	0	0	0	8,740	0
Camisas, blusas, etc. de algodón, para mujeres	0	0	0	0	8,978	0
Otros tejidos de punto, de algodón, c/hilados distintos	0	0	0	0	9,957	0
Orégano fresco o seco, para perfumería, medicina	0	35,000	18,000	133,500	38,000	0
Camisas, etc. de punto de algodón, para mujeres	0	0	1,145	1,210	3,654	0
Camisas de algodón, para hombres	0	1,145	8,450	9,785	15,879	0
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>57,820</b>	<b>27,595</b>	<b>152,090</b>	<b>149,130</b>	<b>142,034</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ALICEWEB/MDIC (Brasil)<sup>36</sup>

El empresario Carlos Lozada, exportador a Brasil, menciona: : *“Se tiene que ver que la cercanía que cuenta no es la física sino la del costo de transportar las mercancías y es más barato transportar las mercancías a China que a Brasil y eso porque el transporte marítimo es muchísimo más barato que el transporte terrestre porque nuestros centros de producción están mirando al océano y porque la población brasilera, la gran consumidora, el gran mercado brasilero está en el sureste, muy lejos de nosotros, atender a Acre y Rondonia es el patio trasero de Brasil, con una población chiquitita, Arequipa tiene más población entonces decir que estamos exportando a Brasil cuando estamos vendiendo a Acre y Rondonia puede ser engañoso e inclusive los costos para llegar, yo exporto cebolla a Estados Unidos y enviar 26 toneladas a Estados Unidos hoy día me cuesta 3800 dólares, desde aquí hasta Estados Unidos, llevándolo al puerto y despachándolo en el barco, esa misma cantidad de cebolla llevarla a Acre me cuesta 7 mil dólares; entonces veras que la distancia es relativa, no estamos hablando de la distancia geográfica sino número uno la del costo de transporte, número dos capacidad adquisitiva de la población, tamaño de la población, hábitos de consumo; como les decía, el gran mercado de*

<sup>36</sup> Pagina web: <http://aliceweb.mdic.gov.br//consulta-ncm/index/type/importacaoNcm>

*Brasil, el sureste de Brasil está a 35 – 40 días de distancia, lo más rápido; a China llegas en 30 días, puedes llegar más rápido a China que a Brasil y eso es por la frecuencia de barcos, el volumen de comercio que hace que como hay tránsito de ida y vuelta facilita y baja los costos de transporte, acelera los servicios, el tamaño de las poblaciones, la capacidad adquisitiva, hábitos.*

*Las razones por las cuales no hay más comercio con Brasil están por su distancia en términos de costo de transporte, por las políticas principalmente de Brasil que son políticas que han promovido su autoabastecimiento en todo, no es un país con una economía tradicionalmente abierta sino al contrario es muy proteccionista, no tiene una cultura de comercio internacional y dentro de eso además siempre tenemos la barrera de cultural, factores como la complementariedad económica que no se ha dado como con otros países”.*

*Así mismo Ignacio Rivera, funcionario de PROMPERU-Arequipa, comenta: “Como yo lo observo, va a depender más del interés del importador que del interés del exportador. La zona de frontera de Brasil es una zona dinámica pero internamente, con relación al comercio internacional todavía es una zona lenta, no ha crecido, no se ha desarrollado, no se le siente como si fuera una zona con mucho potencial de desarrollo, es una zona que se ha quedado medio estancada en el tiempo con relación al resto de Brasil, por lo menos las zonas más importantes como Rio de Janeiro, Sao Paulo y demás, no es que sean retrasados económicamente, cultural o políticamente porque son parte de un país, sino en cuanto a dinamismo, la actividad de los mismos importadores es muy lenta, su forma de hacer negocios es súper lenta, porque si no hace mucho hubieran empezado a salir y hubiera comenzado esta dinámica, pero ellos como importadores no son muy agresivos al querer comprar y es más al querer enviar tampoco, tienen más la costumbre como por ejemplo los supermercados, no de importar, sino comprar productos ya nacionalizados, consiguiendo los productos desde Sao Paulo, que ha habido un importador en Sao Paulo y luego han llevado hasta esta zona los productos y no han ido directamente, esto es porque es más fácil comprar en el mercado interno que ya está nacionalizado por un importador que hacer ellos mismos la importación. El otro elemento es que los importadores necesitan tener una licencia de importación, cosa que cualquiera no*

*puede importar*". En detalle Ver Anexo N° 1 (Entrevista a operadores de comercio con Brasil).

### **3.7 Oportunidades de Negocio en la región Arequipa en el contexto del ACE N° 58**

Para identificar las oportunidades de negocio en la región Arequipa, primero tenemos que conocer cuáles serían las condiciones económicas y comerciales que la región ofrece y por ende las perspectivas de la empresas al momento de su inserción al mercado de Brasil.

#### **3.7.1 Análisis de viabilidad económica**

La región Arequipa se encuentra en un dinamismo de gran desempeño, así en el 2014 produjo S/.31.790 millones, que equivalen a un aporte del 5,8% al PIB nacional, cifra que pone a esta región en el segundo lugar de las economías locales más importantes del país.

En cuanto al clima de negocios, Arequipa ocupó el puesto 33<sup>37</sup> en el ranking de las mejores ciudades para hacer negocios de 2015, elaborado por América Economía Intelligence, en una lista en la que Lima se llevó el décimo lugar. Entre los principales motivos por los que Arequipa no estuvo mejor posicionada en esta lista están su falta de empresas globales (solo 6), sus escasos colegios con bachillerato (solo 3), su falta de bancos de inversión (solo 1), de transporte eléctrico (inexistente) y su cadena hotelera global (que no llega).

Entre la cartera de proyectos hasta 2018, destacan Pampa del Pongo (US\$1.500 millones), Majes-Siguas II (US\$404 millones), central hidroeléctrica de Molloco (US\$600 millones), planta de tratamiento de agua La Enlozada (US\$350 millones), ampliación de Cerro Verde (US\$ 4.600 millones), carretera Uchumayo (US\$74 millones), ampliación del Puerto de Matarani (US\$200 millones), Tía María (US\$1.000 millones) y ampliación del aeropuerto Rodríguez Ballón (US\$80 millones).

---

<sup>37</sup> Fuente: <http://rankings.americaeconomia.com/mejores-ciudades-2015/>

En octubre de 2013, las empresas Interbank, Yura y Southern Peru le encomendaron al profesor Michael Porter, que dirige el Instituto de Estrategia y Competitividad de la Universidad de Harvard, que realizara el Estudio de Competitividad de Arequipa, que sería el primer trabajo que ejecuta Porter exclusivamente para un organismo subestatal. El trabajo, que incluyó entrevistas a 107 empresarios, 26 funcionarios públicos de alto nivel y 32 miembros de la academia, que se agruparon alrededor de 19 meses de trabajo, entre las que destacaron las de energía, ambiente, facilidad para iniciar negocios, servicios financieros, acceso al crédito, desarrollo rural, ordenamiento territorial urbano, valor compartido, organización para la competitividad, sofisticación empresarial, entre otras, arrojó como resultados preliminares que las grandes trabas al desarrollo son la corrupción y debilidad institucional. También se presentan noventa metas al 2025, entre las que destacan la reserva de terrenos en zonas urbanas para clústeres empresariales, así como la elaboración de planes de desarrollo industrial, empezando por mejorar el transporte multimodal, como el ferroviario y el marítimo. De tal manera que Arequipa debe convertirse en la puerta de entrada al Perú y salida hacia Asia –vía Matarani– de productos de Bolivia, Brasil y Chile.

En ese sentido, Arequipa posee enormes oportunidades en diferentes sectores, para seguir aportando al desarrollo nacional, sobre todo el sector agropecuario y sector minería, donde se concentran los grandes proyectos de inversión. No obstante sin un manejo responsable de los recursos, para garantizar la construcción de infraestructura en rubros como carreteras, puertos y aeropuertos, no solo no se llegarán al máximo del potencial regional de crecimiento, sino que empezarán a desacelerar la marcha, tal como ocurre en el resto del Perú.

### **3.7.2 Análisis de viabilidad comercial**

Para identificar las oportunidades de negocio con el Brasil, es necesario conocer el comportamiento de los productos que se exportan a Brasil, los que tienen posibilidades de ingreso y compararlos con las importaciones de los principales estados de Brasil (Acre y Rondonia) inmersos en el área de impacto de la carretera interoceánica, dado el acuerdo comercial ACE N° 58 Perú-Mercosur (Brasil).

La información en un primer momento fue compilada de estudios anteriores del MINCETUR, así como de entrevistas que se adjuntan en el Anexo N° 1.

En el 2014 según información del MINCETUR, las exportaciones peruanas vía corredor interoceánico sur, superaron los US\$ 5.2 millones, representando un incremento de 760% en comparación al año anterior. Los productos exportados que se destacan son: hortalizas frescas como ajos, cebollas, tomates y uvas; harina de trigo y fideos; y cemento, provenientes de Arequipa, Ica y Tacna. También se tiene una lista de productos que ya se encuentran posicionados en Brasil, productos que la región Arequipa produce en su mayoría en el sector agropecuario, como son: Aceitunas (tercer país abastecedor después de Argentina y España al año 2014), Orégano fresco o seco (primer país abastecedor, luego le sigue Bolivia y Turquía al año 2014), Quinoa (primer país abastecedor, luego le sigue Bolivia al año 2014), Espárragos frescos o refrigerados (primer país abastecedor, luego le sigue Estados Unidos y China al año 2014), Espárragos preparados o en conserva (primer país abastecedor, luego le sigue China y Francia al año 2014), Otros productos vegetales preparados o conservados (cuarto país abastecedor, después de Argentina, España, Países Bajos al año 2014), Uvas frescas (tercer país abastecedor, después de Chile y Argentina al año 2014), A demás cebollas frescas o refrigeradas (quinto país abastecedor, después de Argentina, Países Bajos, Chile y España al año 2014), Demás ajos frescos o refrigerados (séptimo país abastecedor, después de Argentina, China, España, Chile, Taiwán y México al año 2014).

### **3.7.2.1 Identificación de Sectores productivos como Oportunidades de Negocio en los mercados de Acre y Rondonia**

Las oportunidades comerciales que se pueden generar entre los empresarios de los Estados de Acre, Rondonia y Mato Grosso son atractivas, pero también son conscientes de los altos costos de transporte y logística que enfrentan en su abastecimiento cotidiano, generalmente realizado desde la costa este del Brasil. Frente a esta alternativa, están ávidos por buscar alternativas competitivas de abastecimiento.

No obstante lo anterior, como consecuencia de que el Perú y Brasil han vivido “de espaldas” uno al otro, separados por la selva amazónica y dependientes en gran medida de los grandes mercados de sus propias costas, existe de ambas partes un desconocimiento de la realidad productiva del otro país y las oportunidades de mercado existentes.

En general, podemos mencionar que existen oportunidades interesantes en cuatro sectores de mercado:

- Alimentos y productos de consumo masivo (mercado gourmet).
- Insumos para la agricultura, ganadería y acuicultura de Brasil.
- Material de construcción e insumos para el desarrollo de grandes obras de infraestructura en los Estados amazónicos de Brasil.
- Servicios portuarios, logísticos, de transporte y de asesoría para la operación del comercio internacional de Brasil a través de los puertos del Pacífico.

**a) Alimentos y productos de consumo masivo (mercado gourmet).**

El Perú está logrando posicionarse como un importante proveedor mundial de una serie de productos gourmet como espárragos y páprika, y cuenta con el potencial de desarrollar una oferta competitiva de aceitunas, aceite de olivo, cebollas, ajos, orégano, uvas de mesa, paltas, entre otros. Muchos de esos productos incluso ya llegan a los Estados amazónicos de Brasil, recorriendo enormes distancias. Tal como pudimos ver anteriormente (ver gráfico N° 5 y 6).

En particular la macro región sur, cuenta con productos agrícolas de primera calidad y la oportunidad de desarrollar cultivos de exportación adecuados a los patrones de consumo y necesidades de Brasil (papa, yuca, tomates, choclo, manzanas, entre otros). Muchos de estos productos son importados por Brasil, pues no se producen masivamente en zonas amazónicas.

Entre los productos con mayor potencial destacan las aceitunas preparadas y conservadas que ya llegan a Brasil por vía marítima. El orégano, la tara en polvo, entre otros.

Por otro lado, el consumidor brasileño conoce la calidad del pescado del Pacífico y de las truchas alto andinas. Así tenemos las exportaciones de

caballa congelada, conservas de pescado y escualos congelados. Igualmente registra potencial en incrementar exportaciones de otros productos marinos como pota congelada y en salmuera, y de truchas alto andinas a Brasil.

Como se puede observar, existe el potencial de incrementar exportaciones de pescado al Brasil a través de la Carretera Interoceánica, aprovechando los camiones frigoríficos que puedan traer la carne de bovino al Perú y a otros puntos del Pacífico.

La mejora en las condiciones de vida de la población de los Estados de Acre, Rondonia y Mato Grosso, donde se vienen reduciendo los sectores D y E, y simultáneamente incrementándose los sectores C y AB, en forma más acelerada que la media de Brasil, genera múltiples oportunidades para productos industriales como confecciones textiles, calzado y productos gourmet, para servicios en particular turismo– y en general para la identificación de nichos de mercado para un gran número de consumidores ávidos de novedades.

Debe tenerse en consideración que actualmente los Estados amazónicos de Brasil son abastecidos principalmente desde la costa este del país (Estado de Sao Paulo), con altos costos de transporte y servicios logísticos. La competitividad de los productos peruanos dependerá de sus posibilidades de llegar a menores precios y en menor tiempo, desde el Perú, siempre que se logre un abastecimiento seguro, capaz de realizar operaciones de comercio exterior con fluidez superando las complicaciones regulatorias de importación que existen en el mercado brasileño.

#### **b) Insumos para la agricultura, ganadería y acuicultura de Brasil**

La economía en los Estados de Acre y Rondonia está concentrada en agricultura y agroindustria extensivas (soya, maíz, algodón, arroz, azúcar, trigo, menestras) y ganadería (bovina, porcina, avícola), con grandes volúmenes de producción, orientada principalmente al consumo interno pero crecientemente a la exportación. Por tal motivo podemos suponer la existencia de una gran demanda por insumos para la producción agrícola y pecuaria como fertilizantes, pesticidas, insumos para alimentos de animales, empaques, maquinarias, etc.

Con solo observar que en Rondonia existen rebaños de 11.5 millones de cabezas de bovinos y 3.2 millones de aves, con toda la capacidad de procesamiento necesaria. Con un volumen tan grande de producción, 12 años libre de fiebre aftosa y con exportaciones crecientes a diversos países del mundo, es evidente que las oportunidades en el mercado de insumos para la ganadería y avicultura son inmensas.

**c) Material de construcción e insumos para grandes obras de infraestructura en los Estados de Acre y Rondonia.**

Para sustentar el crecimiento en el mercado Brasileño y por ende en los estados involucrados, se están desarrollando obras de infraestructura de gran envergadura en las zonas de influencia de la Carretera Interoceánica, que requieren una serie de materias primas y productos manufacturados que el Perú produce, y que pueden significar importantes negocios para empresarios de nuestro país. Es importante identificar tales oportunidades.

Desde esta perspectiva, los Estados amazónicos ofrecen oportunidades para el abastecimiento de materiales de construcción (cemento y fierro), alambres de cobre (para proyectos hidroeléctricos), e insumos industriales para obras de infraestructura realizadas en la zona.

**d) Servicios como transporte, asesoría, puertos para la operación del comercio internacional de Brasil a través de los puertos del Pacífico**

Los empresarios de Brasil están interesados en buscar una salida más corta al Pacífico para el abastecimiento de maquinaria, equipo e insumos desde el Asia y para la exportación de cárnicos y productos agrícolas a la región latino americana y al Asia.

Ello ofrece evidentes oportunidades en servicios portuarios, transporte, logística y asesoría para el operador de comercio exterior brasileño, así como oportunidades de servicios de apoyo al transporte a lo largo de la Carretera Interoceánica Sur actualmente carente de esos servicios.

### 3.7.2.2 Representación de productos de la región Arequipa, en las importaciones de Acre y Rondonia

#### 3.7.2.2.1 En las importaciones de Acre

Como observamos en la Tabla N°11 (Exportaciones de Arequipa por empresa, hacia Brasil por la carretera Interoceánica, 2014), para una mejor comparación dado que en años anteriores casi no se registra importaciones desde el Perú (Arequipa) y en el Cuadro N°19; podemos resaltar la representatividad que tuvieron las exportaciones de la región a dicho estado, así tenemos que el cemento representa en promedio el 98%, la cebolla el 37%, el ajo el 94%. Y los productos que tuvieron exportaciones en el 2014 principalmente, pues representan el 100%. Por lo tanto podemos concluir que las exportaciones del país hacia el estado de Acre en los productos arriba mencionados, en su mayoría son exportaciones de la región Arequipa.

Cuadro N° 19: Comparación de las exportaciones de Arequipa, en las importaciones de Acre, Periodo 2009-2014

PRODUCTO	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Cementos portland, normales	0	0	319,944	475,113	0	28,154,001
<b>Export. de Arequipa (Representación)</b>			<b>98.45%</b>	<b>99.45%</b>		<b>95.90%</b>
Uvas frescas	0	1,725	0	0	0	167,795
<b>Export. de Arequipa (Representación)</b>		<b>25%</b>				<b>100%</b>
Tomates, frescos o refrigerados	0	0	0	0	0	143,328
<b>Export. de Arequipa (Representación)</b>						<b>91.01%</b>
Las dem.cebollas frescas o refrigeradas	0	0	37,000	437,123	238,000	112,100
<b>Export. de Arequipa (Representación)</b>			<b>25.47%</b>	<b>37.49%</b>	<b>54.89%</b>	<b>30.31%</b>
Las demás patatas frescas o congeladas	0	0	0	0	0	32,885
<b>Export. de Arequipa (Representación)</b>						<b>61%</b>
Zanahorias y nabos, frescos o refrigerados	0	0	0	0	0	30,075
<b>Export. de Arequipa (Representación)</b>						<b>98.75%</b>
Coles, repollos, etc del género brassica, frescos, re	0	0	0	0	0	21,700
<b>Export. de Arequipa (Representación)</b>						<b>100%</b>
Los demás ajos frescos o refrigerados	0	0	68,150	4,332	0	2,650
<b>Export. de Arequipa (Representación)</b>			<b>95.78%</b>	<b>85.21%</b>		<b>100.00%</b>
Remolachas, rábanos y dem.raíces, frescas, refrig	0	1,275	0	0	0	11,950
<b>Export. de Arequipa (Representación)</b>		<b>100%</b>				<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.7.2.2.2 En las importaciones de Rondonia

Según el Cuadro N°18, podemos observar los principales productos importados desde Perú, productos que según las estadísticas de exportación desde Arequipa en su totalidad no se registra exportaciones a dicho estado, por lo tanto suponemos que las importaciones de Rondonia provienen de otras regiones del país como: Tacna, Moquegua, Lima, etc.

En el siguiente cuadro mostramos las importaciones de Rondonia, donde se ve claramente los productos importados desde el Perú, y en los cuales como mencionamos anteriormente, las exportaciones de Arequipa no muestran exportaciones en estos productos. Esto no quiere decir que la Región Arequipa no ha exportado a dicho estado, sino que estadísticamente, no se muestra la procedencia de las importaciones de Rondonia (aduana de ingreso o localidad de ingreso).

Cuadro N° 20: Productos importados de Rondonia desde el Perú, periodo 2009-2014 en Kilogramos

PRODUCTO	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Quinoa (chenopodium quinoa), excepto para siera	0	11,800	0	4,000	0	5,500
Pimienta y morrón, secos, triturados o pulverizados	0	0	0	0	0	4,850
Otros productos de origen vegetal, para trenzar	0	0	0	0	0	3,254
Otras naftas, excepto para petroquímica	0	0	0	0	0	4,289
Las demás frutas secas	0	0	0	0	0	5,536
Aceitunas preparadas o conservadas en vinagre, sal o con otros aditivos	0	0	0	0	0	4,879
Cordeles de polietileno/polipropileno	0	0	0	0	0	48,975
Otros calzados de material textil, suela caucho/plástico	0	0	0	0	0	35,789
Los demás hongos y trufas, secos, incluso cortados, en salmuera	0	0	0	0	45,870	23,478
Los demás cereales, excepto para siembra	0	9,875	0	3,450	0	4,897
Tejidos de punto por urdimbre, teñidos	0	0	0	145	478	587
Hilados filamentos sintéticos, para la venta al por mayor	0	0	0	0	4,117	0
Camisas, etc. de punto de fibras sintéticas/artificiales, para mujeres	0	0	0	0	4,897	0
Otros tejidos de punto, fibras sintéticas, teñidos	0	0	0	0	8,560	0
Partes de prendas o sus complementos, de punto	0	0	0	0	8,740	0
Camisas, blusas, etc. de algodón, para mujeres	0	0	0	0	8,978	0
Otros tejidos de punto, de algodón, con hilados distintos	0	0	0	0	9,957	0
Orégano fresco o seco, para perfumería, medicina	0	35,000	18,000	133,500	38,000	0
Camisas, etc. de punto de algodón, para mujeres	0	0	1,145	1,210	3,654	0
Camisas de algodón, para hombres	0	1,145	8,450	9,785	15,879	0
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>57,820</b>	<b>27,595</b>	<b>152,090</b>	<b>149,130</b>	<b>142,034</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ALICEWEB/MDIC (Brasil)<sup>38</sup>

<sup>38</sup> Página web: <http://aliceweb.mdic.gov.br//consulta-ncm/index/type/importacaoNcm>

### 3.7.2.2.3 Capacidad de producción de la región Arequipa, para atender el mercado de Acre y Rondonia

Adicionalmente al análisis mencionado, determinamos también la capacidad de producción de los principales productos importados por Rondonia y Acre de la región Arequipa, productos principalmente en el sector agrícola, textil y minero no metálico. Nos enfocaremos en el estado de Acre, dado el análisis anterior. Según información de la Gerencia Regional de Agricultura y el BCR (reportes mensuales), en el siguiente cuadro mostramos la producción agrícola de la región, donde resalta claramente los volúmenes de producción y que comparando con los cuadros 19 y 20, pues la región no tendría problemas de abastecimiento, según los últimos requerimientos del estado de Acre y Rondonia. Así por ejemplo, el cemento se produce en el 2014 (41,248,973 kg), se exporto (27,001,008 kg ) y el estado de Acre importo (28,154,001 kg), la diferencia es para el mercado local; por lo tanto no se tendría problemas de abastecimiento al mercado. Otro ejemplo, podríamos citar a la cebolla, donde se produce en el 2014 (483,248 tm), se exporto (33,975 kg) y el estado de Acre importo (112,100 kg), la diferencia es para el mercado local; de igual forma no se tendría problemas de abastecimiento. En general los productos mencionados, la oferta exportable cubriría la demanda de los Estados mencionados. En el siguiente punto, el MINCETUR identifica algunos productos más en el sector, como también en el sector textil y de joyería.

Cuadro N° 21: Volúmenes de producción de los principales productos importados por Acre y Rondonia (kilogramos), periodo 2009-2014

PRODUCTO	2009	2010	2011	2012	2013	2014	CRECIMIENTO
ACEITUNAS	45	26,990	13,987	25,916	4,267	13,315	212.05%
UVAS	7,947	8,275	11,085	14,774	18,890	19,457	19.61%
TOMATES	18,287	20,310	19,799	23,597	28,842	28,947	9.62%
QUINUA	473	650	1,013	1,683	5,326	8,457	78.02%
PAPA	260,394	277,971	263,439	297,427	284,323	289,754	2.16%
CEBOLLA	328,384	372,819	394,688	451,494	432,059	483,248	8.03%
AJOS	39,685	43,428	66,112	58,739	56,246	57,369	7.65%
ZANAHORIA	27,051	24,834	35,862	38,478	49,150	50,236	13.18%
BETERRAGA	2,199	2,187	4,483	4,189	3,606	3,512	9.82%
REPOLLO	1,634	2,539	2,116	2,238	2,477	2,965	12.65%
FREJOL	14,429	12,338	10,245	8,651	9,641	9,875	-7.30%
CEMENTO	14,751,438	15,407,521	25,525,224	26,681,531	37,789,365	41,248,973	22.83%
CONFECCIONES TEXTILES	106	109.70	117.90	86.60	85.55	85.51	98.51

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Gerencia Regional de Agricultura de Arequipa

### 3.7.2.3 Identificación de Productos como posibilidad de Negocio en los mercados de Acre y Rondonia

En el sector agropecuario, según MINCETUR se han identificado productos potenciales de exportación:

- Orégano seco triturado (12.11.90) – Se trata de alimento fino, que tampoco se produce en la región. A pesar del bajo consumo per cápita, aparece como altamente competitivo.
- Ajo entero seco (07.03.90) – No hay producción de ajo en la región y todo el producto de consumo procede de otros estados brasileños o, incluso, de otros países, como Argentina.
- Papa blanca (07.01.90) – Tampoco se produce papa en la región y toda la demanda es atendida por productores de la región central de Brasil, a más de 3.000 Km. de distancia. Por lo tanto, en condiciones normales, éste es un producto con buen potencial de importación.
- Maíz verde (07.10.40) – Si bien se produce bastante maíz en la región, el producto procesado, en lata, procede de otros Estados. Por ello, si se lo asocia a otros productos, puede presentar alternativas de negocios.
- Cebolla blanca o colorada (07.12.20) – Este ítem no se produce en la región, es traído de otros estados. Se enmarca en la misma condición de viabilidad de negocios, si se lo asocia a otros productos.
- Maní (12.02.20) – Este ítem prácticamente no se produce en la región, procediendo de otros estados brasileños.
- Uvas frescas (08.06.10) – Los dos Estados dependen totalmente (100%) de proveedores externos (otros estados) para el abastecimiento interno de este producto. Los precios aplicados varían mucho a lo largo del año, en función de la zafra en las regiones productoras.
- Aguardiente de vino ("singani"), envase de 1000ml (22.08.20) – No se produce esta bebida en la región. El consumo local es bastante escaso, por falta de tradición y/o información, difusión. Las posibilidades de negocios son escasas, a pesar de que muestre buen nivel de competitividad en

relación a producto similar disponible en los mercados. Podríamos relacionarlo con el Pisco de la región.

- Sal de mesa e industrial (25.01.00) – El principal abastecedor de Rondonia y Acre se ubica a más de 5.000 Km. de distancia, en el Estado de Río Grande del Norte. Además de la demanda para consumo humano, también es importante su aplicación para el consumo de uso animal, un rebaño de más de 13 millones de cabezas de ganado en los dos Estados. Se hace evidente el potencial de comercialización de la sal en bruto para uso industrial (agropecuaria), debido a la demanda existente, así como la instalación de unidades de procesamiento existentes en ambos Estados, tres de ellas en Rondonia y una en Acre. Siguiendo el razonamiento de esa coyuntura, se hace evidente la viabilidad para negocios de la sal.
- Confecciones en general (61.03.31 a 62.07.91) (chaquetas, blusas, pantalones, camisas de algodón y camisetas) - La producción industrial de confecciones en los dos Estados es casi inexistente en relación a la efectiva demanda; se estima que cubre menos del 2% del mercado local.
- Calzados y productos de cuero (64.03.99 a 64.05.20) (zapatos, calzado deportivo y cartera de cuero, porta documentos) - Se aplica lo mismo que para el ítem anterior. Las fábricas de calzados existentes producen pequeños productos de cuero y arreos para animal. La dependencia de proveedores externos es del 100%.
- Maderas en general – Hay bastante oferta de madera en los dos Estados, siendo más abundante en Acre. No obstante, el excesivo rigor de los organismos ambientales, asociado a la dificultad de explotación de las Reservas Forestales, ha generado cierta deficiencia en la provisión de madera para la industria local.

Según la percepción del Ing. Carlos Lozada (Empresario exportador de Arequipa a Brasil), menciona: *“Del sector agro lo que más se ha exportado de Arequipa en valor yo calculo que es uva, pero el principal producto de exportación del sector agro hacia Brasil son las aceitunas, que es el 90%, después está el orégano, cebolla, ajo, uvas. Pero en el caso específico de Arequipa el año pasado se exporto poca cebolla, no hubo*

*posibilidad de mercado y más se exporto uva; en aceitunas no es mi campo, el que más exporta aceitunas es Tacna, pero en Arequipa no sé cuánto exactamente se exporte, principalmente la empresa Novex”.*

*Por su parte Ignacio Rivera Castillo (Funcionario de PROMPERU-Arequipa) menciona: “Hay oportunidades de negocio con algunos de los productos agrícolas, como granos andinos, frutas frescas, aceitunas. El problema es que muchos empresarios le huyen al mercado brasilero porque no es considerado el mejor pagador en cuanto a precio y tiempos, hay empresarios que se quejan y dicen que los tienen bastante tiempo esperando una factura y no les pagan y necesitan saber con quién hablar para exigir que les paguen, aunque también el empresario brasilero está haciendo todo lo posible para que el retraso sea el menos posible porque les afecta; sin embargo hay otras empresas que dicen no te pago por la crisis, no tengo dinero ahora y la mejor forma es sentarse y negociar formas de pago; aunque también hay excepciones pero es algo que está pesando mucho en el mercado interno, en el mercado nacional al punto que las empresas si están interesadas en buscar un nuevo mercado necesariamente no van a buscar el mercado brasilero, porque también se ha llevado a Brasil empresas de algodón, de aceros e incluso fue Aceros Arequipa; refrescos, a pesar que allá también tienen una gran variedad pero por estaciones y demás si se puede. También un sector interesante es el de servicios que no se ha explorado mucho”. Para mayor detalle ver el Anexo N° 1, entrevistas a funcionarios ligados al comercio exterior en la región Arequipa.*

Por tal motivo, con las versiones anteriores y el levantamiento y cruce de información, se llega a la conclusión, de que el sector agro tiene grandes posibilidades de negocios con el mercado de Brasil en el marco del ACE N° 58.

#### **3.7.2.4 Imagen del producto Peruano/Arequipeño**

Según información del MINCETUR (IV Misión Logística del estado de Acre – Expo Acre 2015), se lograron negocios por un valor de US\$ 5.8 millones, contacto que permitió conocer también sobre la percepción de los productos peruanos. Se constató que no hubo opiniones contrarias, habiéndose verificado que los principales factores que se debe considerar como decisivos en una eventual

negociación se relacionan con la calidad y el precio del producto, no habiendo restricciones en cuanto a la marca o el país de origen.

Sin embargo, un hecho relevante que se deben considerar es el desconocimiento de algunas marcas peruanas y la totalidad de productos que el país y la macro región sur producen dentro de su oferta exportable. Esta constatación induce a entender que, paralelamente a las acciones que tengan el objeto de promover la comercialización, se debe implementar un plan de marketing, con miras a divulgar y posicionar el producto peruano.

Por lo tanto, se verifica que, a pesar de no tener conocimiento de la totalidad de productos ofertados por Perú, no hay preocupación en las empresas consultadas sobre la imagen del producto peruano, hecho muy importante, que deberá verse reflejado positivamente en las posibles negociaciones futuras.

### 3.7.2.5 Participación en Ferias

Con la finalidad de realizar posibles contactos con importadores brasileños, es que los empresarios de la región Arequipa deben de conocer cuáles son las ferias a realizarse en Brasil durante el año 2016, para cada sector, así tenemos por ejemplo:

- **FEIRA DA MODA DE GRAMADO**

17<sup>a</sup> Feria de la Moda de Gramado - Otoño/Invierno 2016

Del 19 al 21 de enero de 2016

Feria / Nacional / Anual

Líneas de Productos y/o Servicios: Confecciones femenina, masculina e infantil en los segmentos de fiesta, tricot, mallas, vaqueros, bisuterías, ropas íntimas y abastecimientos. Con aproximadamente 200 expositores, estará abierto(a) solamente a empresarios, desde las 10:00 hasta las 20:00 horas.

Promoción: Cia das Feiras

Sitio: Serra Park – Gramado – RS

<http://www.ciadasfeiras.com.br>

Contacto: [info@ciadasfeiras.com.br](mailto:info@ciadasfeiras.com.br)

- **APAS 2016**

32º Congreso y Feria de Negocios en Supermercados

Del 02 al 05 de mayo de 2016

Feria / Internacional / Anual

Líneas de Productos y/o Servicios: Cámaras de comercio, aves, bazar, bebidas, carnes, equipos leves y pesados, automatización, higiene y limpieza, mercería, productos perecederos congelados, resfriados y lácteos, pet shop, salud y belleza, abastecimientos, embalajes, servicios e importados. Con aproximadamente 690 expositores, estará abierto(a) solamente a empresarios, desde las 14:00 hasta las 22:00 horas.

Promoción: Promovisão

Sitio: Expo Center Norte - São Paulo - SP

<http://feiraapas.com.br>

Contacto: [secretaria@eventosapas.com.br](mailto:secretaria@eventosapas.com.br)

Por citar algunas, en el siguiente enlace se ofrece la totalidad de ferias a realizarse en Brasil durante todo el año 2016:

[http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/publicacoes/CalendarioFeiras2016\\_E.pdf](http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/publicacoes/CalendarioFeiras2016_E.pdf)

### **3.7.2.6 Potenciales importadores**

Si bien es cierto pueden existir las condiciones para realizar negocios con empresarios brasileños en los estados de Acre y Rondonia, sin embargo es necesario identificar los potenciales compradores para los productos que la región Arequipa ofrece y por ende la posibilidad de poder concretar negocios. Según el Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior de Brasil, muestra un listado de importadores en ambos estados, como por ejemplo:

#### **ESTADO DE ACRE**

- CIMENTEC - TRANSPORTES, EXPORTAÇÃO E COMÉRCIO LTDA

Contato: SANDRO

Av. Chico Mendes, 968 - Triângulo - CEP 69.901-180 – Rio Branco/AC

Telefones: 68 3221 2876 - 68 3221 1097

E-mail: [cimentecrbo@contilnet.com.br](mailto:cimentecrbo@contilnet.com.br)

Producto de interesse: cimento portland

➤ MIRAGINA S/A –INDÚSTRIA E COMÉRCIO

Rrua do Aviário, 448 – bairro Aviário – CEP – 69.909-170

Rio Branco – Acre

Contato: Sr. José Luiz

E-mail : miragina@miragina.com.br Site: [www.miragina.com.br](http://www.miragina.com.br)

Produtos de interesse: farinha de trigo e castanha do Pará

➤ ASSOCIAÇÃO DOS DISTRIBUIDORES ATACADISTAS DO ACRE-ADACRE

Av. Ceará, 2351, Altos da ACISA

CEP – 69.900-460

Presidente: Felipe Gonzales

E-mail: adacre@uol.com.br felipegonzales@uol.com.br

Produtos de interesse: Alimentos e bebidas em geral

➤ MERCANTIL SÃO SEBASTIÃO LTDA

Contato: Edílson Raulino da Silva e Ana Maria Soares Ferreira da Silva

Av. Santos Dumont, s/n – centro

Fones: 55-(68) 3546-3483 e 55-(68)3546-3483

Epitaciolandia / RO – CEP 69934-000

Produtos de Interesse: Diversos-Linha de supermercado

➤ SUPERMERCADO ARAÚJO IMP. E XP. LTDA

Contatos: Adem Araújo da Silva e Aldenor Araújo da Silva

Rua Isaura Parente, 772 – Bosque

Fone: 55-(68) 3216-3100

E-mail: sparaujo@mdnet.com.br; adem@araujosuper.com.br;

aldemor@araujosuper.com.br

Rio Branco / AC – CEP -69908-210

Produtos de Interesse: Diversos-Linha de supermercados

### **ESTADO DE RONDONIA**

➤ FALCÃO CONFECÇÕES E CALÇADOS LTDA

Av. Rio Branco, 4500 – Centro - Rolim de Moura/RO

Contato: Silvano Frutuoso

Fone/Fax: 3442-1847 / 8114-8820

E-mail: leiribonet@yahoo.com.br - [acirm@nettravelrm.com.br](mailto:acirm@nettravelrm.com.br)

Produtos de interesse: Confeções em geral

➤ CIMENTEC - TRANSPORTES, EXPORTAÇÃO E COMÉRCIO LTDA

Contato: Luiz Antônio

Porto Velho: Rua Benjamin Constant, 1018 - Olaria - CEP 78.902-200 -

Telefones: 69 - 3224 3261 e 69 3224 3268

E-mail: cimentecpvh@msn.com

Produto de interesse: cimento Portland

➤ MERCANTIL CONTINENTAL LTDA.

Nome Fantasia - SERVE MAIS

Contato: SR. JOÃO SÉRGIO

Endereço: Rua Raimundo Cantuária, 10082 – Jardim Santana

CEP:78900-970 – Porto Velho / RO Fone / Fax: (69) 3214-4389

CNPJ: 03.617.106/0001-27

Ramo de Atividade: Comércio Varejista – Alimentos e bebidas

➤ ALVES & CIA. LTDA.

Nome do Titular: JORGE FERNANDO ALVES

Endereço: Av. 2 de Junho, 2251 Centro – Cacoal / RO

Fone: 69-3441-4548 / 3441-4063 (Escritório Cacoal)

CNPJ: 63.796.346/0001-68

E-Mail: alvsitana@netravel.com.br

Ramo de Atividade: Supermercado

Principal Produto: Alimentação, secos e molhados e utilidades domésticas

➤ ASSOC. DE SUPERMERCADOS REDE SUPER 10

Nome Fantasia: REDE SUPER 10

Contato: DERLI (69 -9981-4428) / AÉLCIO (69-9981-3837)

Av. José Amador dos Reis Bairro: T. Neves Cidade Porto Velho - RO CEP

78.910-491

Fone: (69) 3226-2217 Fax: (69) 3226-2217 CNPJ: 03.323.988/0001-18

Ramo de atividade: Comércio Varejista de, alimentos e secos e molhados

En el anexo N° 5 detallamos una lista de los potenciales importadores para cada estado al año 2014.

### **3.8 La región Arequipa como eje de impulso en comercio exterior de la zona sur del país**

Una estrategia que se puede proponer como eje básico e impulsor del desarrollo de la macro región sur y especialmente Arequipa, está planteada por la vía del comercio internacional. La ampliación e internacionalización de mercados por la vía del incremento de las exportaciones, es el camino más sensato y consistente para el desarrollo. Este elemento estratégico tiene como factor fundamental el efecto multiplicador sobre la economía, y jala a toda la cadena de valor de la producción regional, desde el punto producción o extracción hasta el punto de comercialización y distribución de los productos.

Ello nos enfoca hacer un replanteo estratégico de nuestra visión y una construcción o reconversión de nuestras potencialidades productivas, con el objeto de alcanzar una mejor utilización de nuestra capacidad industrial instalada y manufacturera, una mejor racionalización de nuestras voluntades y capacidades humanas, un desarrollo de nuestra logística de exportaciones y de marketing internacional, que de viabilidad y sostenibilidad a un proceso de internacionalización de la economía de largo aliento, que provoque decididamente el levantamiento del estándar de vida y bienestar de la Macro Región del Sur.

Para construir este plan es necesario pasar por una lógica de acción que parta de la Construcción de Mapas Estratégicos que respondan articuladamente a una estrategia a seguir, maximizando la creación de valor.

Estos mapas pueden ser:

- Considerar el entorno internacional
- Estar presentes o no en el contexto global
- Considerar la unión territorial como eje de integración y de desarrollo
- Identificar los criterios para el éxito de las exportaciones
- Tener en cuenta la legislación comercial

Una vez identificados nuestros ejes de intervención, podemos considerar en qué situación nos encontramos. Para ello nos fijaremos en las principales características del entorno exportador de la región Arequipa en los últimos tiempos, así tenemos:

- La región Arequipa, cuenta con una gran variedad de recursos naturales y con una infraestructura física y productiva adecuada. Se ha posicionado como la tercera economía nacional, muy cerca de la Provincia Constitucional del Callao, y representa el 5% del PBI nacional<sup>39</sup>.
- Es la única Región del Perú que más ha privatizado sus servicios y fuentes productivas a nivel nacional. Cemento Yura, Cerro Verde, Deshidratadora de Alimentos, Carretera Arequipa –Matarani, Ferrocarril del Sur, Puerto de Matarani, Teléfonos, Tierras del Proyecto Majes y Central Azucarera Chucarapi-Pampa Blanca.
- El sector que más contribuyó a la economía arequipeña fue el minero, con un aporte de 24,4%. Le sigue servicios con 23,1%, manufactura con 15,3% y comercio con 11,4%.
- Cabe resaltar que Arequipa concentra el 25,9% del total de proyectos mineros existentes en el país. Así, la ‘ciudad blanca’ tiene U\$S9, 478 millones en su cartera minera.
- Se proyecta que Arequipa será el departamento con mayor crecimiento, por encima del nacional, con cifras que bordearán 5,5% durante el 2015 y 2016.
- Tiene un PBI per cápita de U\$S7, 000.
- Tiene una experiencia de exportación relativamente significativa (5% del total nacional fuera de Lima y Callao) y ha ido creciendo sostenidamente en los últimos años.
- El 98% de las empresas son micro y pequeñas empresas.
- Durante los últimos cinco años de la evolución de las exportaciones de la región Arequipa, en términos generales ha sido negativa con una caída del 13% en esta se incluye a todos los productos de la región de los sectores tradicional y no tradicional, este indicador fuertemente influenciado por el sector tradicional compuesta por la minería con productos como el cobre refinado, oro, concentrado de cobre, plata refinada, hierro lodos, zinc, metales menores, plomo y otros productos como la harina de los pescados, petróleo, aceite de pescado, entre otros.

---

<sup>39</sup>Fuente: <http://pqs.pe/economia/arequipa-acerca-callao-como-segunda-economia-nacional>

- El mejor año entre estos cinco fue el 2011 que las empresas de la región exportaron US\$ 4.5 mil millones, comparación con el 2014 que se cerró en año con US\$ 3.06 mil millones.
- En cuanto a las exportaciones no tradicionales que comprende el sector textil, agropecuario sidero-metalúrgico, químico, minería, pieles y cueros, joyería, maderas y papeles, artesanías muestran una evolución positiva del 47% equivalente a US\$ 546 millones para ese mismo periodo, habiendo sido el año el mejor de los últimos cinco años el año 2013 con US\$ 619 millones.
- Actualmente el liderazgo por sectores productivos lo lleva el sector textil, consolidándose durante estos últimos cinco años como el sector de mayor contribución a las exportaciones de la región seguido por el sector agroindustria, a excepción del año 2013 que tuvo la segunda mayor participación el sector sidero-metalúrgico con un valor de exportaciones por encima de los US\$ 240 millones.
- Es importante destacar que los 10 principales productos del sector Agroindustria han sido Alcachofas (18%), uvas frescas (18%), Cebolla (13%), Quinua (13%), Nueces Del Brasil (796), Paprika (5%), Paltas (4%) y Hortalizas, Leche Evaporada y Harina (3% en cada caso), es destacable que de los productos de este sector los que más han crecido son los productos procesados, los que tienen un gran potencial en el mercado internacional y que es donde el empresariado de la región puede comenzar a apostar, el mercado internacional está en permanente búsqueda de productos con alto componente de diferenciación y especialización.
- Para finalizar, los destinos más importantes para las 289 empresas que realizaron exportaciones durante el último año fueron en orden de participación. Bolivia, Estados Unidos. China, Italia, España, Chile, Noruega, Alemania, Brasil. Colombia y que junto a los 99 mercados adicionales a los que llegaron los productos regionales de las más de 700 empresas que registraron exportaciones durante los últimos cinco años.

## CONCLUSIONES

### PRIMERA

En cuanto a los beneficios resalta la desgravación arancelaria de productos, el acceso a un gran mercado y el incremento en los niveles de inversiones. A ello se suma que el comercio bilateral entre Perú y Brasil se ha incrementado, pasó de US\$ 599 millones en 2000 a US\$ 1.395 millones en el 2005, y luego a 2.292 millones en el 2006 (año de vigencia del presente acuerdo). A nivel general desde el año 2000 al 2014 el intercambio comercial entre Perú y Brasil en promedio registro un dinamismo de 13.64%.

### SEGUNDA

En términos de sectores, el país exporta productos tradicionales como (minero y petróleo o gas natural) con una participación total de 72.43%, en segundo lugar se tienen las exportaciones no tradicionales, resaltando los envíos del sector textil (7.11%), Minería no metálica (5.21%), químico (5.34%) y agropecuario (4.09%).

A nivel de sectores que contribuyen al dinamismo de los envíos al exterior, si bien es cierto las exportaciones tradicionales disminuyeron, sin embargo las no tradicionales muestran un mayor dinamismo; los sectores que registraron un mayor crecimiento son el agropecuario y textil como fuentes generadores de valor. Situación que se refleja por las exportaciones de nuevos productos así como el posicionamiento en nuevos mercados; contribuyendo así a la mayor diversificación de nuestra oferta exportable. Productos como: La uva, la quinua, la palta, entre otros.

Además podemos deducir que después del Acuerdo comercial con Brasil, en los últimos años, resaltan los niveles de crecimiento de productos con valor añadido, productos considerados industriales dentro de su clasificación y composición.

En cuanto a productos peruanos, un total de 6 524 productos ingresan a Brasil con arancel cero en el marco del ACE N° 58.

### TERCERA

---

Durante el periodo de análisis, las exportaciones de la región Arequipa muestran una gran dependencia del sector tradicional, representando el 86.89% en tanto las no tradicionales con solo el 13.11%.

En cuanto al número de partidas arancelarias enviadas a Brasil paso de 28 a 45 (2005 y 2014), con una tasa de crecimiento acumulada de 61%. Destacan productos como: concentrados de cobre, zinc, plomo, cemento, ácido bórico, caballa congelada, polos Tshirts, hilados, orégano, papa, tomates, cebolla roja, ajo, repollo, zanahoria, beterraga, uva “red globe”

### CUARTA

---

Dentro de las principales dificultades en el intercambio comercial entre la Región Arequipa y la Zona Noroeste de Brasil, podemos citar: Falta de oferta de transporte refrigerado, elevados costos logísticos, ineficiente servicio de aduana en la frontera peruana, la burocracia “*pesada*” de la aduana de Brasil, la existencia de barreras paraancelarias que imponen los mismos empresarios brasileños al proteger su industria.

Aún no hay un gran interés por ambos gobiernos en lo relacionado con los permisos fitosanitarios y zoonosanitarios, así como a la reducción de las barreras no arancelarias de nuestras producciones nacionales. Sin embargo, se debe tener en cuenta que este país ha iniciado un proceso paulatino de apertura, y que brinda importantes oportunidades de realizar negocios internacionales.

En cuanto a las exportaciones de la región Arequipa son bastante modestas y se exporta principalmente a Acre y en segundo lugar a Rondonia.

## QUINTA

---

Ha quedado demostrado que el impacto de la carretera interoceánica no es la esperada, dado que no cumple con las expectativas en los cuales se generó una significativa inversión. Los envíos que se realizan desde Arequipa son mínimos, solo dos empresas en el último año registran exportaciones por la carretera interoceánica. En el año 2014 se exportó un monto de US\$4.08 millones de un total de US\$ 83.26 millones enviados a Brasil. Las exportaciones en su mayoría salen por el puerto del Callao, el flujo de carga y pasajeros es minoritario. Mayormente su uso se da para actividades ilegales como el tránsito en el tráfico de drogas, tala de árboles y tránsito de oro ilegal.

## SEXTA

---

Las oportunidades comerciales que tiene la región Arequipa con respecto al Noroeste de Brasil, principalmente con el Estado de Acre, nos hace percibir que hay un enorme potencial para incrementar el comercio exterior en la región. Sectores como agropecuario (cebolla, zanahoria, aceituna, quinua, entre otros), textil y minería no metálica favorecen un posible intercambio dinámico. Sin embargo en la medida que el Estado no apoye en la parte logística y de negociación, estaríamos percibiendo negocios esporádicos. Y por tanto un comercio incipiente de la región Arequipa con el Noroeste de Brasil.

## RECOMENDACIONES

### PRIMERA

---

Se propone trabajar conjuntamente con las oficinas comerciales en las regiones del Perú (Macro región sur), los planes operativos regionales para fomentar la oferta exportable.

Así mismo por el lado del estado peruano, iniciar negociaciones para un TLC con el mercado de Brasil.

También se propone potenciar la calidad de productos y servicios de las empresas que integran los clusters, mediante la medición continua y divulgación de indicadores de calidad, así como la asesoría permanente de instituciones especializadas, aprovechando fondos públicos y convenios de cooperación interinstitucional. En esta línea, podrían orientarse los esfuerzos de las universidades de la región, para que estén en condiciones de proveer servicios que faciliten el camino hacia la certificación. El objetivo es la sofisticación de las empresas del clúster y el acceso a nuevos mercados y segmentos de mercado.

### SEGUNDA

---

Incentivar las exportaciones de los sectores no tradicionales de la región Arequipa al mercado de Brasil, mediante la implementación de CITES, capacitación y la investigación del mercado Brasileño a través de las oficinas o agregados comerciales en Brasil. Zona de frontera. Esto con el objetivo de desarrollar capacidades que les permitan mirar al futuro, cambiar y adaptarse al entorno de los negocios. Así mismo fomentar aún más el dinamismo de sectores como el textil, minería no metálica, maderas y papeles, artesanías, etc.; de tal manera que se genere mecanismos sólidos donde el encadenamiento productivo este presente, y unido a la generación de microempresas en los sectores mencionados. Así mismo generar negocios en el tema de servicios.

### **TERCERA**

---

Para poder levantar algunas dificultades en el intercambio comercial entre Perú y Brasil se propone acordar lineamientos y estrategias de mercado para iniciar una experiencia que puede ser promisoría entre ambas partes. Así tenemos: Propiciar una atracción de Inversión extranjera vía “Promoción internacional de Arequipa” como centro de negocios, servicios, orientada a mejorar su imagen, incrementar la inversión productiva y sus exportaciones al mercado de Brasil. Asimismo, se propone explorar la posibilidad de generar incentivos para atraer los fondos de inversión o capitales de riesgo internacionales y crear fondos locales (públicos o privados) para el financiamiento de proyectos (start-ups) y empresas en marcha relacionadas a los clusters locales. Estos recursos permitirían financiar nuevos negocios y promovería la innovación y el desarrollo de tecnologías dentro de los clusters regionales; de tal manera agilizar negociaciones con empresarios Brasileños.

### **CUARTA**

---

El impacto de la carretera interoceánica aun no es el esperado, para ello proponemos dinamizar el comercio entre ambos países, fomentando negociaciones para un TLC, de tal manera aperturar el mercado Brasileño y generar confianza entre empresarios. Como complemento, se recomienda evaluar la implementación de una plataforma logística, en donde distintos operadores son responsables de todas las actividades relativas al transporte como la logística y la distribución de mercancías, tanto para el tránsito nacional como para el internacional.

## BIBLIOGRAFIA

### LIBROS

1. Charles W.L.Hill. (2011). Negocios Internacionales, Competencia en el mercado Global (Octava edición). México: Mc Graw Hill.
2. Harold Koonts & Heinz Weihrich & Mark V. Cannice.(2013). Administración, Una perspectiva global y empresarial. (Decimocuarta edición). México: Mc Graw Hill.
3. Philip R. Cateora & Mary C. Gilly & John Graham. (2013). Marketing Internacional. (Decimosexta edición). México: Mc Graw Hill.
4. Cesar Augusto Bernal Torres (2011). Metodología de la Investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales. (Tercera edición). España: Pearson Educación.

### DOCUMENTOS ELECTRONICOS

1. Organización Mundial del Comercio. (2014). Base de datos, publicaciones y herramientas. Dirección electrónica:  
[https://www.wto.org/spanish/res\\_s/statistics/data\\_publications.htm](https://www.wto.org/spanish/res_s/statistics/data_publications.htm)
2. Instituto Nacional de Estadística e Informática (2014). Perú, Serie de cuentas nacionales. Dirección electrónica:  
[http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1160/](http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1160/)
3. Banco Central de Reserva del Perú. (2015). Series Estadísticas. Dirección electrónica: <http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas.html>
4. Banco Central de Reserva del Perú. (2015). Síntesis de Actividad Económica de Arequipa. 2009-2014. Dirección:  
<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Arequipa/2014/sintesis-arequipa-12-2014.pdf>
5. Ministerio de Economía y Finanzas. (2015). Agenda de Competitividad 2014-2018. Dirección electrónica:

- [http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=section&id=30&Itemid=100732&lang=es](http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=section&id=30&Itemid=100732&lang=es)
6. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2015). Planes operativos de mercado. Dirección electrónica:  
<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=799>
  7. Ministerio de la Producción. (2015). Datos estadísticos de comercio interno. Dirección electrónica:  
<http://www.produce.gob.pe/index.php/estadistica/comercio-interno>
  8. PROINVERSION. (2015). Estadísticas generales de IED en el Perú, 1980-2015. Dirección electrónica:  
<http://www.proinversion.gob.pe/modulos/LAN/landing.aspx?are=0&pfl=1&lan=10&tit=proinversi%C3%B3n-institucional>
  9. PROMPERU. (2015). Informe de las exportaciones peruanas por sector, 2014-2014. Dirección electrónica:  
[http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_page\\_=892.42200](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=892.42200)
  10. SUNAT. (2015). Estadísticas de comercio exterior, 2010-2014. Dirección electrónica:  
[http://www.sunat.gob.pe/estadcomExt/modelo\\_web/web\\_estadistica.htm](http://www.sunat.gob.pe/estadcomExt/modelo_web/web_estadistica.htm)
  11. MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR EN BRASIL. (2015). Estadísticas de empresas importadoras y exportadoras en Acre y Rondonia:  
<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=1446&refr=603>

### REVISTAS EN LINEA

1. Cámara de comercio de Arequipa. (2014). Indicadores económicos e informes de coyuntura. Ejes estratégicos de desarrollo para Arequipa. Recuperado de dirección electrónica: <http://www.camara-arequipa.org.pe/?q=publicaciones/revista-institucional>



## ANEXO N° 1

ENTREVISTAS A FUNCIONARIOS Y EMPRESARIOS LIGADOS AL COMERCIO  
EXTERIOR CON BRASIL

## ENTREVISTA N° 1

**NOMBRE DEL ENTREVISTADO:** DR EDUARDO LUNA QUIROZ**PUESTO:** FUNCIONARIO DE MINCETUR – OFERTA EXPORTABLE

**Entrevistador:** Buenos días, mi nombre es Diandra Valencia, bachiller en Ingeniería Comercial estamos realizando nuestra tesis y tenemos algunas preguntas y dudas para dar veracidad a lo que se está proponiendo en el estudio que se está realizando.

**Entrevistado :** Nos indica que no hay ni un problema para ser grabado , tuvo la oportunidad de ir al norte de Brasil en los años 2010 y 2013 hasta Rondonia y Portobelo para las ferias de Feilon que se realizaron en el mes de setiembre por una semana , con un grupo de productores de la ciudad de Arequipa para ver mercados y demanda de productos , tratando de aperturar mercados de ajo , cebolla, maíz morado , uva y aceituna que es lo que más demandan los mercados brasileros. Indica que fue una importante experiencia.

Indica que el anterior año se logró exportar ajo, que el ajo tiene mucho interés Brasil, hubo problemas con el ajo chino por problemas sanitarios o problemas de impuestos y no se contó con las 1500 toneladas que demando Brasil, indica que el ajo chino es grande, de buena calidad. Los agricultores de Arequipa hemos logrado sacar ese ajo de buena calidad, se informaron los brasileros , los únicos que pudieron resolver esta demanda son tres personas de Majes y Sachaca y lograron vender entre 12 y 13 containers y les lograron pagar 2 a 3 dólares por kilo , claro que Brasil facilito toda la logística , el ingreso de la mercadería y les fue bien . Regresaron el año pasado y pidió otra vez ajo pensando que los residentes de Arequipa seguíamos en las mismas condiciones y el Brasil indica que está comprando la caja de ajo de 8 kilos a 1 .5 dólares que ya no podía pagar lo que

pago el año pasado, y se cayó la transacción porque ya no resulto beneficioso, ya no hubo intento de exportar.

Pero también el anteaño pasado justamente el rio madeira que está entre el rio Branco, Acre y Rondonia se desbordo y corto la carretera y no pasaban las verduras y hortalizas a San Paulo por las Zonas de rio Branco entonces vinieron empresarios y se contactaron con los del grupo Copomur del ingeniero Carlos Lozada y llevaron 2 a 3 tráileres de hortalizas para abastecer el mercado, obviamente los precios fueron atractivos. Pero por la temperatura alta que hace en esas zonas llegaron las hortalizas en Regular y mal estado y los brasileros ya no quisieron comprar, por eso en una exposición que hizo Carlos Lozada indica que para exportar a Brasil tiene que ser en containers con cámaras refrigeradas porque si no, no se puede asegurar que las cebollas, las hortalizas, frutas lleguen en buen estado. Por la que no hemos continuado con las agras exportaciones a Brasil. Lo que tiene entendido que lo que se está exportando más en este último año es cemento, diario se envía 3 a 5 tráileres por que Brasil tampoco permite un solo tráiler, ya que tiene que ir mínimo 100 toneladas para que en MAPA de la autorización (es igual que SENASA) que controla todo lo sanitario y en el caso de cemento, fierro controla la SUNAT de Brasil que está en la frontera para ver si cumple y lo que exige .Se empezó con 5 tráileres diarios después lo bajaron a 3 tráileres y encima los retenían de 2 a 3 días en la frontera como eran productos no perecibles no había protestas ni quejas de los transportistas y el otro gran problema sube el flete porque de retorno hay un falso flete los empresarios de Brasil son muy proteccionistas ellos cuidan su mercado y no permiten que el Perú entre hacer negocio allá, recuerda hace 4 a 5 años que fui a esta zona donde fue el gerente de Socosani, los empresarios de Brasil le indica que sus productos son muy buenos de calidad por que las aguas naturales de Brasil no son tan agradable ni buenas como las nuestras le indica que el costo es 1 sol en Perú y en Brasil cuesta 1.5 reales esto significaba entre 4 a 5 soles entonces se plantea para enviar los productos de Socosani y Brasil le indica que no que Brasil iba a recepcionar y realizar la distribución, la ley de Brasil no permite poner la planta o alguna distribuidora, Brasil plantea un negocio con limitaciones que al final no se pudo lograr concretar.

Se sabe hay mucho mercado como el de aceituna, frutas como la mandarina que ha ingresado a este mercado recién el año pasado se han levantado los protocolos de productos sanitarios pero ya son empresas que tienen conexiones con los grandes supermercados de Brasil, San Paulo.

Hay experiencias en la zona de Caraveli donde Promperu como promotor de exportaciones a llevado y lleva a empresarios a muchas ferias del mundo, se presentó dos oportunidades de negocio, donde fueron empresarios arequipeños a la feria de APAS en San Paulo llevando aceituna, lógicamente los empresarios de Caraveli llevaron sus mejores aceitunas, donde los brasileros al ver la calidad del producto dijeron que cuantos containers podían mandar diarios o mensuales. Los peruanos dijeron que tenían que venir a ver y a promover y en conclusión no se logró exportar ni un container porque toda la aceituna grande tiene un precio especial y los productores con la red de intermediarios no se podrían lograr las ganancias. Novex es una gran empresa que tiene Tacna, Moquegua y Caraveli y todas las zonas que producen aceitunas, son los que demandan más del 70% y son los que exportan casi el 80%.

En Arequipa hay empresas tipo la Torre Hermanos, Eduardo Velásquez que tiene su empresa familiar que logran nichos de mercados, logran vender sus productos en sus condiciones a la fecha no hay un consorcio o clusters se hubo un intento como AEBA pero no se logró concretar.

#### **Entrevistador: Como son las distancias de Arequipa a Brasil por carretera**

**Entrevistado:** Si realmente revisamos estudios de ADEX vemos que lo que demanda Brasil es verduras, hortalizas, frutas principalmente en la parte Nor occidental de Brasil, ya que por el calor no hay producción y sabemos que de San Paulo a Acre y Rondonia son 3500 kilómetros lo cual significa una distancia de 3 a 4 días de viaje para ellos es más fácil llevar del sur del Perú por la interoceánica porque de Puerto Maldonado son 500 kilómetros a Rio Blanco y de Rio Blanco a Rondonia y Puerto Velo son otros 500 kilómetros que un camión lo puede hacer en dos días y de ahí a San Paulo son más o menos 5 días es decir de Puerto Maldonado a San Paulo.

Promperu tiene un proyecto especial que todos los años llevan grupos de empresarios justo a estas zonas del norte de Brasil porque pareciera que están muy preocupados de la inversión de Perú ya que son muchos millones en esta carretera interoceánica y que no haya flujo de transporte si viene es cierto que hay dos empresas de buses y 10 empresas de carga que tienen la autorización de Brasil para ingresar pero no hay producto para traer, la soya la traen los camiones brasileros para Matarani pero ningún camión peruano trae de vuelta la carga de soya brasilera. Entonces regresando a consolidar a Brasil, Promperu en julio ha hecho un evento en Rio Blanco ha llevado operadores logísticos de Lima y Arequipa para hacer una negociación o compromisos pactos con empresarios brasileros de Rondonia y Acre de rio blanco y ver cómo podríamos hacer alianzas o estrategias para poder movilizar el comercio y hacer viabilizar en la interoceánica y poner operativa esta ruta ya que no se está dando lo que se esperaba, es el gran reto de Promperu parece que se están superando algunos problemas de protocolo fitosanitario, pero falta mayor promoción, incentivo comercial o laboral.

**Entrevistador: Como funciona el acuerdo N°58**

**Entrevistado:** Con Mercosur sí, pero con Brasil no tenemos complementariedad o no hay mayor interés así como les decía Brasil cuida su economía, su mercado ellos tiene un IGV parecido al de nosotros de 20% y tienen un 12% de impuesto principal y del impuesto del estado federal casi todos los productos llegan al 50% de impuestos que es para desarrollar sus estados por eso es que la moneda es mucho más elevada. Por ejemplo en los mercados de Acre o Rondonia un kilo de cebolla no baja de 10 o 12 soles y aquí está 5 soles más el transporte, los impuestos y utilidad de la empresa muchas veces pensábamos que una alternativa era Brasil porque es 4 o 5 veces el precio pero viendo el costo logístico, transporte y los impuestos y que no haya un tratado que ayude no hay estímulo para que se realice negocio.

**Entrevistador:** ¿Cuál es el producto que se exportó más en el último año 2014, por qué?

**Entrevistado :** Que yo sepa ha sido el cemento Yura sabemos que es el que más ha vendido tal vez por el peso o volumen y como no es un producto perecible es lo que más ha demandado noreste de Brasil para fomentar la construcción.

**Entrevistador:** En caso del cemento no habido un producto que complemente, como se dijo una vez se podría exportar a Brasil hasta piedras

**Entrevistado:** Si había ese comentario, si viajas por la interoceánica vez unas enormes llanuras verdes y vez unas casitas de cabaña y ganado con una mezcla de cebú y una raza brasilera que han sacado, donde no vez piedras y si una gran vegetación porque casi 7 a 8 meses llueve.

Aceros Arequipa han tenido una experiencia de exportar pero todavía no con la continuidad que se esperaba

**Entrevistador:** Sabía que aceros Arequipa exporta a Bolivia, puede ser que de Bolivia exporte a Brasil

**Entrevistado:** Si parece por Arica por ese triángulo, pareciera que llega a Brasil en mejores condiciones o mejor precio también sé que MOLICOP venden a la minería de Brasil.

**Entrevistador:**¿A qué parte del noroeste de Brasil hay mayor frecuencia de exportación cual es el factor que influye?

**Entrevistado:** La mayor parte de negocio que hacemos es con Acre con su capital Rio Branco, porque está a 500 kilómetros, una oportunidad fui en bus con una distancia de 3 días y una inversión de 300 soles hasta llegar a Acre.

**Entrevistador:** ¿Cómo son las condiciones de la carretera?

**Entrevistado:** En perfecto estado con cunetas, no hay problemas de huaico, la carretera de Brasil tiene mejores condiciones ahora por el comercio de rio blanco, Rondonia y Porto Vehlo, lo complicado es el paso del rio de Madeira por que se tiene que pasar en lanchones en frecuencia de noche en un lanchón suben 10 tráileres o buses y a veces te demoras 2 a 3 horas el turno ese es un factor que puede limitar para seguir avanzando.

**Entrevistador:** Entonces en el caso de Brasil no está apoyando a las exportaciones con el tema de infraestructura

**Entrevistado:** Ese rio es inmenso ya que para cruzar demora 20 minutos y tiene un caudal muy elevado y si no se han atrevido hacer un puente es que es casi imposible y estas transbordadoras de lanchones hace mucho tiempo los mantienen.

**Entrevistador:** ¿Cuál ha sido el crecimiento en volúmenes o dólares de Arequipa en relación a Brasil?

**Entrevistado:** En cifras no la tengo exacta pero sería cosa de entrar a la página de SUNAT y ver nuestro crecimiento supongo que con el cemento, la aceituna, ajo y cebolla estamos creciendo pero muy lentamente no como se esperaba.

**Entrevistador:** ¿En qué meses aumenta la exportación?

**Entrevistado:** Es como todos los países se hace más exportaciones desde setiembre hasta enero donde no hay muchas lluvias es más factible que nosotros exportemos y satisfacemos sus necesidades.

**Entrevistador:**¿Cuáles son las dificultades, el principal problema para poder exportar?

**Entrevistado:** Estamos tratando de superar los protocolos fitosanitarios, que recién hace 5 años se pusieron de acuerdo entre el SENASA de Perú y Mapa de Brasil para llegar a un entendimiento y permitir la entrada de nuestros productos y recién el año pasado a ingreso la mandarina con otros productos.

**Entrevistador: ¿Cuan significativo ha sido la liberación de los aranceles para el producto que estamos exportando?**

**Entrevistado:** Como sabemos la ministra Magaly Silva cada vez que anuncia es verdad que teníamos 14 acuerdos comerciales ahora tenemos 18 TLC con diferentes países, tenemos 12 acuerdos comerciales Perú Mercosur, la labor de Mincetur y Promperu está creciendo, hay gente preparara en las instalaciones de las oficinas, profesionales jóvenes seguramente en el APEC que va ver en lima se tomara el tema de comercio en Asia Pacifico, inclusive aquí en Arequipa el APEC va a descentralizar todo lo que es cámara de comercio Pymes.

Brasil demanda prendas de algodón de buena calidad tendríamos que analizar cómo va Franck y Ricky en su producción

**Entrevistador: En todo caso podemos suponer que no hay interés del gobierno de establecer un TLC con Brasil sabiendo que es un mercado potencial y sabiendo que hay la carretera**

**Entrevistado:** Como dije Brasil protege mucho a sus empresarios, inversionistas. Brasil con sus impuestos, recaudación nacional y federal, el impuesto es 50%. Los impuestos y más el transporte logístico por eso el precio llega a ser el triple de Perú y pareciera que el Perú tiene las mejores intenciones, Brasil no quiere entrar a este tipo de tratados pareciera que le perjudica a sus objetivos comerciales.

**Entrevistador: Como van las cosas con Chile que yo sepa hay un acuerdo de TLC con Chile podemos suponer que hay algún interés**

**Entrevistado:** Aquí en Arequipa vinieron como 5 delegaciones de empresarios de Brasil se han ido de Arequipa, Tacna, Moquegua, hasta Arica y Santiago. El chileno como comerciante es más activo que nosotros, Brasil ha podido ver más negocio pero sabemos que para salir al mundo, Matarani o Ilo está más cerca. Chile puede estar ofreciendo mejores condiciones hace un tiempo escuche que estaban comercializando un puerto para que Brasil llegue más rápido al mundo u ofreciéndole mercadería de Perú como si fuera chilena, como sabemos nosotros vendemos a Chile hortalizas, palta y Chile lo exporta a todo el mundo.

**Entrevistador: Que es de las conexiones de Chile a Brasil mediante vía férrea y que la distancia a comparación de la interoceánica es menor.**

**Entrevistado:** Si pareciera que quieren rescatar la que había antes hay bastantes interesados como las mineras para que saquen su mineral.

**Entrevistador: ¿Cuál es la certificación internacional que más se solicita en el proceso de exportación?**

**Entrevistado:** Que tengan certificación internacional, piden en BPM, BPM, las buenas prácticas de agrícolas, el JASAAC, los ISOS, todas las instituciones como Promperu y Mincetur estamos en que toda las empresas que exportan tiene que tener certificación desde el BPM hasta los ISOS, porque cada vez son más exigentes los mercados internacionales.

**Entrevistador: ¿Los empresarios tienen apoyo del gobierno al realizar las exportaciones?**

**Entrevistado:** Es el mínimo, ya que no hay un presupuesto para hacer promoción, asesoría, tratamos de darle información de mercado pero para exportar las mismas empresas se valen de sus propios recursos, contratan sus operadores logísticos, o bróker. En majes hay mucha experiencia hay como 7 empresas que cuentan con máquinas de última tecnología para exportar.

**Entrevistador:** ¿Cuan beneficioso ha sido la carretera interoceánica para Arequipa?

**Entrevistado:** No hay los resultados esperados, por eso el gobierno nacional mediante Promperu está preocupado para aumentar las negociaciones, el crecimiento ha sido mínimo.

**Entrevistador:** ¿Brasil es un mercado interesado en nuestros productos del sur del Perú?

**Entrevistado:** Si analizamos las distancias lo cerca que estamos con todo el norte de Brasil tendríamos que mirar optimistamente como un mercado de exportaciones más que ahora se viene el proyecto de majes siguas II que vamos a exportar el triple, sabemos que hay ciclos de exportaciones donde hay momentos donde no demandan mucho los países desarrollados, debemos mirar también a los mercados latinoamericanos si no podemos acceder a los grandes mercados.

**Entrevistador:** ¿Que oportunidades de negocio observó usted en Brasil?

**Entrevistado:** Si se concretó el negocio del ajo , de la cebolla , del maíz morado pero el único que se mantiene y se va aumentando es de la aceituna , uvas también ha crecido un poco y verduras y hortalizas principalmente en los meses donde tienen problemas agrícolas.

**Entrevistador:** ¿Cuáles son los retos que nosotros debemos afrontar para satisfacer al mercado brasilero?

**Entrevistado:** El problema es bajar los costos de transporte ya que un tráiler cobra 5000 dólares por que cobra el falso flete, que el gobierno llegue acuerdos comercial con Brasil tal vez tratados solo con los países norte de Brasil.

**Entrevistador: ¿Cómo calificaría la situación aduanera de Brasil?**

**Entrevistado:** Es más estricto, en el aspecto de control sanitario, precio, y control por un lado son eficientes, de trato amable, tienen mejor infraestructura a comparación de Perú que son unas cabañas las oficinas, son más eficientes que nosotros .

**Entrevistador :** Entonces ahí se ve la ineficiencia del estado que no se preocupa ni por las condiciones o facilidades de la Aduana , el gobierno debería enfocarse en implementar, capacitar al personal y después pasar a la promoción comercial con Brasil.

**Entrevistado:** Deben ir de la mano ya que la promoción es un proceso de varios años, mayor personal porque cuando es la hora de almuerzo no se encuentra personal en la Aduana de Perú es una recomendación de mi parte.

**Entrevistador:** En todo caso el impacto de la carretera interoceánica hoy en día no ha sido el esperado

**Entrevistado:** Así es, no ha sido lo esperado, no se cumple las expectativas, no hay donde justificar considerable inversión.

**Entrevistador:** Las expectativas de todo lo que conforma la macro región como Tacna, Moquegua, Puno, pensaban también aprovechar esta carretera.

**Entrevistado:** Van en busca de mercado a estas ferias de Brasil, buscando nichos de mercado hay interés de Puno, Cusco, Puerto Maldonado, se hizo el proyecto se Semus, que son centros de distribución en San Paulo de tener productos peruanos como vitrinas de exhibición y también hacer las instalaciones en Puerto Maldonado el problema es quien iba hacer la infraestructura y el gasto a invertir

**Entrevistador:** ¿El transportista que sale de Brasil al puerto de Matarani como regresan?

**Entrevistado:** Pareciera que el ministerio de transporte está involucrado, queriendo lograr negociaciones para trasladar cada país su mercadería a su frontera para no perjudicar, pero parece que al transportista no le conviene, el problema es que los transportistas peruanos no permitan que los camiones de Brasil se vallan cargados de hortalizas, parece que es otra traba que tiene.

**Entrevistador:** Bolivia utiliza la carretera interoceánica

**Entrevistado:** Muy poco no se ha visto transporte de Bolivia

**Entrevistador:** Eso sería todo gracias por su tiempo y por descartar nuestras dudas.

## ENTREVISTA N° 2

**NOMBRE DEL ENTREVISTADO:** Dr. Ignacio Rivera Castillo

**PUESTO:** Coordinador Regional del Centro de Promoción Empresarial de La Macro región Suroeste – PROMPERU

**Entrevistador:** Buenos días, mi nombre es Diandra Valencia, bachiller en ingeniería comercial estamos realizando nuestra tesis y tenemos algunas preguntas y dudas para dar veracidad a lo que se está proponiendo en el estudio que se está realizando, la primera pregunta es:

**¿Cuál considera que es el producto que más se ha exportado en este último año, por qué?**

**Entrevistado:** Esto se puede ver con las estadísticas, entiendo que dentro de los que más se ha estado enviando están los productos agrícolas, su gran variedad, mandaban por camiones, tomates, zanahorias, cebollas, etc.

**Entrevistador:** Nos comentaron que el cemento es lo que ahora se está exportando en mayores cantidades.

**Entrevistado:** Esta zona de Brasil está creciendo, así como también su construcción es por eso que demanda bastantes productos para construcción, agregados para la construcción.

**Entrevistador:** En ese caso, si se está exportando cemento, ¿También se estarían exportando los agregados, como fierros?

**Entrevistado:** No necesariamente porque hay productos que no van a ser rentables al exportar porque va a depender de varios factores uno de ellos es que tengas una oferta mejor y cercana, viendo el caso de Brasil, el fierro por lo mismo que se necesita bastante consumo de energía para poder hacer la fundición y todo lo que está relacionado con esta producción en el Perú somos menos competitivos de lo que son en Brasil, el costo de la energía es mucho más barato en Brasil, por lo tanto el consumo de energía para cualquier producto es más alto, la diferencia con el cemento es que en Brasil no hay tanta oferta y en segundo lugar que el cemento lo encuentras en la tierra botada, lo que hacen es procesar lo que encuentran en la tierra de manera extractiva, al estar libre en el medio hace que sea más fácil procesar, producir y enviar a Brasil, en el caso de fierros no necesariamente porque para el fierro, nosotros importamos materia prima para hacer fierro y nuestro costo de energía es alto, por ello no porque se exporte cemento significa que sea competitivo exportar fierros.

**Entrevistador:** ¿A qué parte del noroeste de Brasil hay mayor frecuencia de exportación? y ¿Cuál considera que es el factor que influye?

**Entrevistado:** Que factores influyen en primer lugar, como yo lo observo, va a depender más del interés del importador que del interés del exportador. La zona de frontera de Brasil es una zona dinámica pero internamente, con relación al comercio internacional todavía es una zona lenta, no ha crecido, no se ha

desarrollado, no se le siente como si fuera una zona con mucho potencial de desarrollo, es una zona que se ha quedado medio estancada en el tiempo con relación al resto de Brasil, por lo menos con las zonas más importantes como Rio de Janeiro, Sao Paulo y demás, no es que sean retrasados económicamente, cultural o políticamente porque son parte de un país, sino en cuanto a dinamismo, la actividad de los mismos importadores es muy lenta, su forma de hacer negocios es súper lenta, porque si no hace mucho hubieran empezado a salir y hubiera comenzado esta dinámica, pero ellos como importadores no son muy agresivos al querer comprar y es más al querer enviar tampoco, tienen más la costumbre como por ejemplo los supermercados, no de importar, sino comprar productos ya nacionalizados, consiguiendo los productos desde Sao Paulo, que ha habido un importador en Sao Paulo y luego han llevado hasta esta zona los productos y no han ido directamente, esto es porque es más fácil comprar en el mercado interno que ya está nacionalizado por un importador que hacer ellos mismos la importación. El otro elemento es que los importadores necesitan tener una licencia de importación, cosa que cualquiera no puede importar.

**Entrevistador: ¿Cómo considera que ha sido el crecimiento de exportación en dólares y en volúmenes en los últimos 4 años?**

**Entrevistado:** En ambos casos ha sido positivo, ahora, hay un tema que hay que tomar en cuenta que es el tipo de cambio, Brasil está pasando por una devaluación de su moneda, lo cual hace que nuestro tipo de cambio ya no sea tan conveniente mandar productos a Brasil, en algunos casos en otros si, sin embargo es algo que hay que tomar en cuenta. Si es conveniente o no depende del tipo de producto uno puede ser más competitivo que el otro o simplemente porque no hay. Hubo un fenómeno importante que fue hace 2 años, hubo una inundación del rio Branco, el cual se desbordó kilómetros de kilómetros, inundando un puente por el cual no podían pasar los camiones; esto puso en emergencia esta zona, su única opción era salir por la frontera para poder conseguir alimentos y regresar, por este motivo comenzaron a pedir muchos productos peruanos y por ello hay una distorsión, en ese momento aceptaron todos los productos como estaban, no iban a ser tan

exigentes y comenzaron a enviar tomates, zanahorias que ni siquiera cumplían con estándares que normalmente tienen y al pasar esto se dispararon las exportaciones, pero al terminar este proceso vuelven a caer las exportaciones. Es por ello que ha crecido, en volúmenes y en valor, pero luego se ha contraído.

**Entrevistador: ¿En qué meses aumenta el nivel de exportaciones?**

**Entrevistado:** En la época que no había carretera las lluvias complicaban mucho, es decir que paraban todo el transporte entre los meses de febrero, marzo y abril que llovía muchísimo y paraba el transporte ya que la trocha se hacía tiras y no había forma de pasar, pero ahora ya no responde a eso porque hay una carretera que está bien construida y que ya no responde a esos fenómenos naturales ósea que en cualquier época del año pueden enviar y traer.

**Entrevistador: ¿Cuáles son las dificultades que se le han presentado en el proceso de exportación?**

**Entrevistado:** En la parte logística, sanitaria. En logística por el tema de que no están bien implementadas las oficinas en las zonas en las que deberían estar y por la parte sanitaria porque siguen siendo muy exigentes el mercado brasileño, pone estándares normales pero que no podemos cumplir en el día a día, en el caso de las papas que se envían con tierra para ganar peso o porque no tienen un packing para poder lavar y procesar las papas cuando ellos compran las papas en bolsa, los ajos en bolsas, pelados o desgranados; no como en el mercado local donde se pone todo en un costal tal como salió de la chacra y esto limita el acceso de nuestros productos.

**Entrevistador: ¿notamos cambios gracias a la firma de Acuerdos Comerciales? Nos ha ayudado en las exportaciones a Brasil**

**Entrevistado:** Si, pero no por el lado de Acre, la relación que se tiene Perú – Brasil es más utilizando el puerto de Santos, es más saliendo productos de diferentes

partes del país pero por el puerto del Callao, no por la frontera. El acuerdo comercial es integral a todo el país, no necesariamente porque hayan acuerdos comerciales van a incrementar las exportaciones porque si hay dificultades logísticas no podrán enviar los productos.

**Entrevistador: ¿Cuál fue el proyecto de hacer tanta inversión en la carretera Interoceánica?**

**Entrevistado:** La IIRSA es un proyecto de integración continental donde lo que se pretende es unir a todos los países de Latinoamérica a través de diferentes vías de comunicación no solamente carreteras, aeropuertos, ríos y trenes, que hay proyectos para hacer vías ferroviarias que son mucho más costosas, también el sistema postal y telecomunicaciones en términos generales. En el sistema postal tenemos el Exporta Fácil que es parte del proyecto IIRSA donde ya Perú y Brasil tienen su Exporta Fácil, que está funcionando bastante bien, funciona mejor con capitales a menos que hayan aeropuertos internacionales y lleguen directo ya que todo vía Serpost es por vía aérea, de Arequipa se envía a Lima, de Lima a Sao Paulo y Sao Paulo lo envía hacia el interior; todo esto en avión demora bastante tiempo, es mucho peligro y riesgo por manipuleo de carga y finalmente no cumple con el tema de los costos, más fácil es enviarlo por la frontera y que cruce la frontera, es lo mismo que pasa en Chile, que funciona también Exporta Fácil con Chile, entonces se han ido cumpliendo varias partes de este proyecto IIRSA por lo que la finalidad más allá de un beneficio económico se pretende un beneficio social, de integración de todo el continente. No es un proyecto político sino es parte de una agenda establecida en este proyecto, la justificación es que habiendo vías de integración es que podemos tener no solo facilidad de transporte de carga sino también de pasajeros, quiere decir que se acerquen unos pobladores a otros.

**Entrevistador: ¿Cuán significativa ha sido la liberación de los aranceles?**

**Entrevistado:** Siempre es muy significativo porque eso le da competitividad en el tema de reducir aranceles, pero eso no lo hace todo ya que tenemos aranceles

bajos pero aun así no hay posibilidad de ingreso del producto, por la parte de facilitación logística. Puede haber un acuerdo que tenga todas las facilidades pero desde el punto de vista sanitario, logístico, de distribución simplemente no funciona muy bien, no es factible para los empresarios.

**Entrevistador: ¿Cuál es la certificación internacional más solicitada en el proceso de exportación?**

**Entrevistado:** Certificado de Origen, que es básico y tiene carácter internacional, Certificado Sanitario, de preferencia Certificados de Contenido con descripción y medición de niveles tóxicos, de contaminación ambiental, de excesos de productos químicos o residuos químicos. Ellos relacionan mucho lo que comen con lo que utilizan para hacerlos crecer sobretodo en alimentos frescos que es lo que más les interesa hay estas descripciones.

**Entrevistador: ¿Cuánto apoyo y orientación percibe del gobierno?**

**Entrevistado:** Yo creo que bastante, lo que pasa es que no se trata de agarrar las cosas y salir corriendo, como algunas veces les he dicho a los empresarios, no es solo cuestión de decidir salir al mercado y cargar el camión, llegar a la frontera y ver qué pasa, es cuestión de prepararse para salir al mercado y muchos de los agricultores no lo están haciendo, se trata de colocar los productos como deben de ser y es un problema que se ha tenido desde precios hasta presentación.

**Entrevistador: ¿Se logra cubrir la demanda de los brasileros?**

**Entrevistado:** Hasta ahora lo poco que se manda es en función de que hay una demanda insatisfecha, se manda aceituna, cebolla, ajo, uvas, clementinas, que vienen del sur. El centro del país también estuvieron enviando productos el tema es que por el calor que hace, para muchos de esos productos frescos se necesita refrigerado y no hay suficientes transportes refrigerados y es costosísimo mandar un transporte refrigerado para que regrese vacío por lo tanto hay mucha gente que

ha desistido de la idea de ir a Brasil. Es una dinámica de doble cara, por lo que el programa Consolida Brasil busca consolidar carga en el Perú y en el Brasil para que haya flujo de ida y vuelta y sea constante, pero aún no hay esta dinámica, por parte del Estado se dan las facilidades pero por parte del empresario no necesariamente se han acogido a la oportunidad porque no siempre hay demanda y no siempre es fácil pasar la frontera. Para mí uno de los obstáculos más fuertes es el tema del paso de la frontera, desde el punto de vista de trámites, lamentablemente parte de lo que pasaba es que no hay agentes de aduanas quienes eran los que tenían diferentes horarios en Perú y en Brasil, la idea era consolidar en un solo espacio una sola zona de paso fronterizo de revisiones para después hacer los trámites para ambos lados, pero todavía no se ha consolidado esto. Primero se debe formalizar la salida en frontera pero al no encontrarse el aduanero, la SUNAT no considera tener una persona para uno o dos camiones que pasan al día, cuando se necesita personal en otras zonas, por lo que no justifica tener un personal hasta que el flujo en esta zona sea más constante. Es difícil desatar el nudo, por donde comenzar a hacer los cambios, ya que si se facilitan el personal de Perú, cuando pasan la frontera no se encuentra el personal en Brasil y ocurre el mismo problema, teniendo que esperar que el aduanero se encuentre y mientras sucede todo esto el camión se queda parado en la frontera, por lo que hay un montón de elementos.

**Entrevistador: Cree que le ha sido beneficioso la implantación de la carretera Interoceánica, ¿de qué manera?**

**Entrevistado:** Siempre es beneficioso tener un acercamiento entre los pueblos sean tanto dentro del Perú como fuera. Hay un impacto ambiental que puede ser negativo, desde el punto de vista económico puede ser positivo siempre y cuando haya mayor flujo. Desde el punto de vista social, de desarrollo humano, la población que se encuentra en la frontera de Brasil no se siente brasilera ni peruana porque no tienen atención de su propio gobierno.

**Entrevistador: ¿Usted cree que las empresas arequipeñas cumplen los requisitos para exportar?**

**Entrevistado:** Es una pregunta demasiado general, en principio los exportadores si por algo exportan a países tan complejos como Japón, pero los que no son exportadores, los que tienen potencial de exportación son los que tienen que trabajar mucho más en eso y desde el punto de vista interno están los que se tienen que preparar y los que no. Desde el punto de vista de relación con el medio ambiente en el que trabajan es más complejo porque todavía no estamos preparados.

**Entrevistador: ¿Qué oportunidad de negocio observó en Brasil?**

**Entrevistado:** Hay oportunidades de negocio con algunos de los productos agrícolas, como granos andinos, frutas frescas, aceitunas. El problema es que muchos empresarios le huyen al mercado brasilero porque no es considerado el mejor pagador en cuanto a precio y tiempos, hay empresarios que se quejan y dicen que los tienen bastante tiempo esperando una factura y no les pagan y necesitan saber con quién hablar para exigir que les paguen, aunque también el empresario brasilero está haciendo todo lo posible para que el retraso sea el menos posible porque les afecta; sin embargo hay otras empresas que dicen no te pago por la crisis, no tengo dinero ahora y la mejor forma es sentarse y negociar formas de pago; aunque también hay excepciones pero es algo que está pesando mucho en el mercado interno, en el mercado nacional al punto que las empresas si están interesadas en buscar un nuevo mercado necesariamente no van a buscar el mercado brasilero, porque también se ha llevado a Brasil empresas de algodón, de aceros e incluso fue Aceros Arequipa; refrescos, a pesar que allá también tienen una gran variedad pero por estaciones y demás si se puede. También un sector interesante es el de servicios que no se ha explorado mucho.

**Entrevistador: Usted sabe de los beneficios del ACE 58.**

**Entrevistado:** Desde el punto de vista de aranceles, también está el tema de integración ya que el ACE 58 es con el MERCOSUR, de lo cual creo que con Brasil es con quien más se está trabajando. Desde el punto de vista arancelario es con Brasil con quien más se está trabajando.

**Entrevistador:** Igual existen algunos productos que no están sujetos a esta reducción de aranceles para poder proteger su mercado interno

**Entrevistado:** Me parece que son pocos, lo que sucede es que con Brasil somos complementarios. Pretender exportar azúcar, desde mi punto de vista, es un poco difícil hacerlo, en primer lugar Brasil tiene muchísima azúcar y ellos son un país exportador de azúcar, es más nosotros en alguna época hemos importado azúcar brasilera, que incluso hacen azúcar de remolacha en Bolivia, nosotros no hemos sido un país exportador de azúcar por mucho tiempo, ahora que se han fortalecido estas azucareras grandes compradas por el grupo Rodríguez Banda están dando un poco un vuelco el tema de la oferta de la azúcar pero tienes muchos países a los cuales puedes mandar esa azúcar y que tienen mucho mejor precio que en Brasil.

**Entrevistador:** ¿Cuáles son los retos que se debe afrontar para satisfacer el mercado brasileño?

**Entrevistado:** La parte legislativa, la parte operativa está dada, se ha hecho el esfuerzo pero la parte empresarial es todavía lo que falta, faltaría más investigación, mas acercamiento, mas relacionamiento, a pesar que nosotros hemos hecho ruedas de negocio acá en Arequipa, hemos hecho ruedas de negocio en Brasil para que se acerquen empresarios peruanos y brasileros no necesariamente ha llevado a algo positivo en cifras, en qué sentido, en que no se demuestra que haya crecido exponencialmente las exportaciones; entonces faltarían más elementos de integración empresarial, porque al final donde el empresario ve la oportunidad hace posibles e imposibles porque vio que era rentable.

**Entrevistador:** ¿Cree que los clusters ayudarían, sobre todo para lo que son volúmenes de exportación?

**Entrevistado:** Si, desde el punto de vista en que todo cluster lo que pretende es la organización en la cadena de valor, en la medida que esto ocurra, que haya más organización, más normalización de la producción, más elementos en la cadena, en teoría debería de ayudar, porque ya entraría el tema de los agentes aduaneros, de empresas de transporte, empresas de servicios, de carga y descarga, ahora el camión peruano no necesariamente pasa la frontera, porque no tiene licencia internacional y los que tienen cobran mucho más dinero y en algunos casos les restringen el paso, porque al ver que es un camión peruano le pueden poner cualquier argumento para que no pasen y tienen que hacer un transbordo en un camión del otro país y esto significa un costo para el empresario.

**Entrevistador:** ¿Cómo calificaría el sistema aduanero en Brasil y en Perú?

**Entrevistado:** El sistema aduanero brasilero es muy estricto, toman en cuenta los estándares de calidad sobre todo en productos frescos mientras que en Perú es mucho más flexible.

**Entrevistador:** ¿Considera que el idioma es un factor importante al momento de realizar la exportación?

**Entrevistado:** No es un factor ya que se puede utilizar el inglés y si aun así no se sabe este idioma con español y portugués o como dicen con el portugués se pueden comunicar.

### ENTREVISTA N° 3

**NOMBRE DEL ENTREVISTADO:** Ing. Carlos Lozada

**PUESTO:** Empresario Exportador

**Entrevistador:** Buenas tardes, mi nombre es Diandra Valencia, bachiller en Ingeniería Comercial estamos realizando nuestra tesis y tenemos algunas preguntas y dudas para dar veracidad a lo que se está proponiendo en el estudio que se está realizando, la primera pregunta es:

**¿Cuál considera que es el producto que más se ha exportado en este último año, por qué?**

**Entrevistado:** Del 2014 puede haber sido la uva, del sector agro lo que más se ha exportado de Arequipa en valor yo calculo que es uva, pero el principal producto de exportación del sector agro hacia Brasil son las aceitunas, que es el 90%, después está el orégano, cebolla, ajo, uvas. Pero en el caso específico de Arequipa el año pasado se exporto poca cebolla, no hubo posibilidad de mercado y más se exporto uva; en aceitunas no es mi campo, el que más exporta aceitunas es Tacna, pero en Arequipa no sé cuánto exactamente se exporte, principalmente la empresa Novex.

**Entrevistador:** ¿A qué parte del noroeste de Brasil hay mayor frecuencia de exportación?

**Entrevistado:** Bastante fluidez no hay, en realidad las exportaciones son bastante modestas y exportamos principalmente a Acre y en segundo lugar a Rondonia

**Entrevistador:** ¿Cuál es el factor por lo que exportamos más a Acre?

**Entrevistado:** Porque está más cerca de nosotros y más lejos de Sao Paulo.

**Entrevistador:** ¿Cómo considera que ha sido el crecimiento de exportación en dólares y en volúmenes en los últimos 4 años? Según su experiencia

**Entrevistado:** Han ido creciendo las exportaciones, pero en cualquier caso los volúmenes son pequeños, no es gran cosa lo que se exporta de Arequipa a Acre y Rondonia.

**Entrevistador:** ¿En qué meses aumenta su nivel de exportaciones? Y ¿Con que frecuencia exporta?

**Entrevistado:** Con mayor frecuencia he exportado cebolla entre los meses de Setiembre y Enero, hay años en que el precio lo justifica y se puede comenzar esto pero hay años como el año pasado que prácticamente no llevaron cebolla más que dos viajes en diciembre porque el precio de la cebolla estaba muy barato allá y acá también entonces no justificaba llevarlo desde acá, pero por otro lado la mayor demanda de cebolla ya es en la primera mitad del año, de Enero a Junio, el problema es que no es nuestra época de cosecha, acá nosotros cosechamos la cebolla amarilla de Agosto a Diciembre, entonces es en esa época en la que les vendemos, más por disponibilidad de Perú que por demanda o mayor precio de Brasil. En el caso de uva, ellos también están más interesados en comprar la uva red globe en los meses de Enero, Febrero, Marzo; mientras que la disponibilidad de Arequipa en particular es desde mediados de Octubre hasta mediados de Diciembre, el año pasado compraron desde Noviembre y Diciembre, y después continuaron comprando desde Ica que cosecha en Enero, Febrero pero por ejemplo este año no están comprando, el tipo de cambio se ha elevado mucho y los precios internos en Brasil están bajos y no justifica, el mercado local está pagando más precio por la uva. Por cebolla comenzamos a exportar en Setiembre y paramos ya que bajo el precio en Brasil y subió el tipo de cambio del real/dólar y entonces hizo más caras las importaciones para ellos y dejaron de comprar; espero que en las próximas semanas se pueda reanudar la exportación de cebolla, no es algo constante y en el caso de otras hortalizas, el año pasado fue un caso extraordinario porque por una inundación, una crecida del río Madeira interrumpió el abastecimiento de Sao Paulo hacia Rondonia y sobre todo hacia Acre, entonces quedaron como aislados y pidieron que se les enviara todo tipo de hortalizas, de las cuales la que más éxito tuvo fue el tomate; ellos podrían ser un mercado

interesante de tomate de Arequipa sobre todo en los meses de Enero, Febrero y Marzo que coincide con las cosechas locales pero el problema es que no hay protocolo fitosanitario para exportar tomate peruano a Brasil y es una de los protocolos que debería gestionarse con prioridad.

**Entrevistador: ¿Cuáles son las dificultades que se le han presentado en el proceso de exportación?**

**Entrevistado:** Falta de oferta de transporte refrigerado, este no es el único pero es uno de los más graves; otro es la atención en frontera, sobre todo en la brasilera, es muy lenta porque debía al bajo flujo comercial no tienen funcionarios de agricultura permanentemente en frontera y cuando llega una carga los hacen llamar de una ciudad que está a dos horas de la frontera y eso hace que se retrasen las inspecciones uno, dos, tres días a veces y hay un solo funcionario que si sale de vacaciones, pide permiso o se enferma no lo reemplazan con anticipación, suelen haber retrasos costosos en pasar frontera y eso es muy delicado con productos perecibles como la uva por ejemplo.

**Entrevistador: Desde que año exporta usted o está relacionado en este rubro ¿qué cambio aprecia gracias a la firma de Acuerdos Comerciales?**

**Entrevistado:** Yo exporto al mercado de Brasil en particular desde hace siete años y la relación comercial con Brasil no ha variado creo el status de la relación comercial en esos años, siempre hemos estado dentro del marco de un acuerdo comercial que minimizaba las barreras arancelarias; cuando comencé ya estaba en vigencia el acuerdo comercial con Brasil entonces no he podido sentir una diferencia.

**Entrevistador: ¿Cuán significativa ha sido la liberación de los aranceles para el producto que usted exporta?**

**Entrevistado:** En lo que nosotros exportamos no hay aranceles y lo hemos estado desde hace 6 o 7 años que hemos comenzado a exportar, si es importante ya que la posibilidad de hacer comercio con Brasil no es constante y cuando hablamos de estos productos perecibles, ajos, cebollas, eventualmente tomates, uvas, solamente se envía producto desde acá cuando el precio del producto allá es más alto y eso es por temporadas, hay años que sí, años que no, años que no sale a cuenta exportar ya que el precio allá es más barato que acá o es más barato que en otros destinos alternativos, porque la cebolla y la uva que se producen en el Perú son para exportar ósea que si un momento dado Brasil no puede pagar el precio que están pagando otro país, otro cliente, pues no se le vende a Brasil, eso es válido para cebolla y tomate, entonces por cierto que un arancel va a disminuir esas posibilidades, solamente eleva la valla y puede ser que haya momentos que solo la presencia del arancel explique la decisión de exportar o importar, pero eso en teoría ya que nosotros no hemos pagado ningún arancel.

**Entrevistador:** ¿Cuál es la certificación internacional más solicitada en el proceso de exportación?

**Entrevistado:** De los productos agrícolas frescos es el Global Cap.

**Entrevistador:** ¿Cuánto apoyo y orientación percibe del gobierno?

**Entrevistado:** En el caso particular de Brasil podría decir que bastante gracias a que tiene buenos funcionarios promotores de comercio con Brasil y residiendo en Brasil y han sido siempre muy atentos, muy claros con su orientación, me parece que en la facilitación de comercio con Brasil el Estado ha cumplido un rol positivo.

**Entrevistador:** Cree que le ha sido beneficioso la implantación de la carretera Interoceánica, ¿de qué manera?

**Entrevistado:** Beneficioso sí, siempre hay beneficios pero que justifique el costo no creo, yo creo que fue una mala decisión invertir en la interoceánica, porque es

una infraestructura que ha costado un dineral, más de dos mil millones de dólares, y no solamente es lo que ha costado construirla sino también mantenerla ya que es costosísimo mantenerla por lo accidentado de la topografía que atraviesa y la selva que en si siempre es muy agresiva contra las infraestructuras y que el uso legal que hace es muy bajo, el flujo de vehículos de carga o pasajeros es realmente, lamentablemente, muy bajo, mas ha servido para que deforesten la selva a los alrededores de la carretera, para que trafiquen droga, madera ilegal, oro ilegal. Pareciera que las actividades ilegales son las que más usan esta carretera y a mi parecer había muchas otras carreteras mucho más rentables para invertir.

**Entrevistador: ¿Usted cree que las empresas arequipeñas cumplen los requisitos para exportar?**

**Entrevistado:** Es una pregunta muy genérica, algunos cumplirán con algunos requisitos, algunos productos, muchos no; si quieres exportar a Brasil tienes que adecuarte a su legislación, registrar a tus productos, los etiquetados, todo es; el que no lo hace no lo cumple, en ese sentido el que no está exportando no cumple esos requisitos, no busca hacerlo tampoco. En el caso de los productos agrícolas en particular, solamente en productos donde tenemos cierta especialización y experiencia exportando a otros mercados llegamos con una calidad adecuada al mercado de Brasil, me refiero a la cebolla, uva, ambos productos son productos de exportación que se envían a otras partes del mundo y ya tenemos estándares de calidad adecuados, pero por ejemplo el año pasado que por efecto de esta inundación enviamos toda la canasta del mercado, repollos, papas, zanahorias, betarraga, un montón de hortalizas en general, se vio que nuestros estándares de calidad eran muy bajos en papa, zanahoria, repollo, betarraga, no tenemos la calidad a la que está acostumbrado el consumidor brasilero.

**Entrevistador: ¿Cree que Brasil es un buen mercado para exportar? ¿Por qué?**

**Entrevistado:** No, es un país grande pero bastante proteccionista, nosotros llegamos a su patio trasero, Acre y Rondonia, que es una población pequeña, más grande es Arequipa, llegar por vía terrestre al resto del país es muy costoso. Brasil para ser el volumen de población y economía que es comercia muy poco con el mundo; esta poco integrado al mundo y es un país que si bien tiene un orden, una estructura normativa, bastante formal, por otro lado es muy burocrático, muy complicado y no tiene una cultura de comercio con el mundo, no es muy fácil entrar a Brasil, tampoco quiere decir que sea muy difícil, prueba de ello es que de 10 años que tenemos la interoceánica no despega el comercio.

**Entrevistador:** ¿Tal vez ha observado otra oportunidad de negocio en Brasil, a parte del agro, tal vez en servicios?

**Entrevistado:** No, es difícil, te podría decir que no.

**Entrevistador:** Usted sabe de los beneficios del ACE 58.

**Entrevistado:** No.

**Entrevistador:** ¿Cuáles son los retos que se debe afrontar para satisfacer el mercado brasileño?

**Entrevistado:** Los mismos que se tienen que afrontar para satisfacer cualquier mercado, ya sea interno o externo, calidad, consistencia, competitividad en precios, estar ajustado a la normativa.

**Entrevistador:** ¿Cuáles son las diferencias qué puede apreciar antes y después de la firma del ACE 58?

**Entrevistado:** No, ya que yo comencé a exportar después de que se implanto el ACE 58, así que no conozco la situación previa

**Entrevistador: ¿Cómo calificaría el sistema aduanero en Brasil?**

**Entrevistado:** Un poco engorroso, no he tenido problema con corrupción pero si con burocracia pesada, en general la gente manifiesta una voluntad de facilitar cosas pero sus reglamentos no son tan fluidos, no hay tanta diferencia en ese sentido con Aduanas de Perú.

**Entrevistador: ¿Cómo calificaría el sistema aduanero en Perú?**

**Entrevistado:** No lo calificaría muy bien ni muy mal, no controla lo que debería controlar y estorban más de lo que deberían estorbar, se ponen muy rigurosos en formalidades y después se les pasan *“las tortugas entre las piernas”*.

**Entrevistador: ¿Considera que el idioma es un factor importante al momento de realizar la exportación?**

**Entrevistado:** Si me parece que es importante, es un Handy cap que siempre he tenido, entiendes a media lengua pero es más difícil dejarte entender si es que no conoces la lengua, como es mi caso, y para negociar es importante comunicarse bien, no es suficiente con entender a medias, puedes sobrevivir en Brasil si vas de turista, te haces entender, vas a un restaurante, a tomar un bus, tomas un taxi, das una dirección, ahí te las arreglas con tu castellano y por ahí con alguna palabrita que vas aprendiendo en portugués, pero a la hora de negociar si es importante conocer mejor el portugués.

**Entrevistador: ¿Cuan cree que ha sido el impacto relacionado al empleo en toda la región de Arequipa?**

**Entrevistado:** Mínimo, imperceptible

**Entrevistador:** Nos comentó que la dificultad es la logística, el transporte, tendría alguna experiencia, la que más le ha marcado, que nos pueda comentar.

**Entrevistado:** Por ejemplo una característica que le hace pesadísima es de que todas las veces que he exportado en estos siete años, que habré exportado más de 100 viajes, para la distancia que es, que estamos hablando de 1200 - 1300 km de Arequipa a Rio Branco, mira ir a Lima es 1000 km y el camión llega de un día para el otro y digamos que en 3 días podría estar de vuelta, siempre que hemos embarcado ha sido un record que llegue en 5 - 6 días y lo más común es que el promedio de tiempo haya tardado 8 días en descargar la mercadería, pasar frontera, llegar hasta el final y descargar la mercadería y a veces ha demorado hasta 12 días, entonces esto también encarece el servicio, el servicio es carísimo para la distancia recorrida, pagamos 7 mil dólares para un viaje de 26 toneladas; si enviara esa carga por vía marítima al puerto de Santos costaría no más de 5 mil dólares, probablemente 4 mil - 4 mil quinientos. La diferencia es que vía marítima se demora 30 días en llegar a destino y por vía terrestre, para estar en Rio Branco me demoro de 5 a 6 días; si quisiera llegar a Sao Paulo, por ejemplo, podría tardar otros 5 días, en 10 días podría estar en Sao Paulo vía terrestre, mientras que por vía marítima no menos de 35 días, esa sería la diferencia, pero el costo por vía terrestre es mucho más alto.

**Entrevistador:** Entendemos que el camión descarga y regresa vacío, usted ha tenido la posibilidad de importar algo de Brasil

**Entrevistado:** No ha sido sencillo, he tratado de traer maíz pero no encontraba, los precios no justificaban, últimamente estaba ya muy cercano, he viajado, he ubicado proveedores, pero al final la falta de demanda de cebolla hizo que no pueda cerrar el negocio para traer a su vez maíz, pero con el precio de maíz que ellos tienen es casi para pagar el flete y esto, el flete de la cebolla igual tenía que subvencionar el flete del maíz para que el maíz salga a las justas conveniente acá; después siempre se ha hablado la posibilidad de traer carne, pero en ese sentido hay unas mafias y

unos problemas internos que hacen que sea difícil traer carne, menudo u otras cosas, en ese sentido hay problemas de comercio dentro de Brasil.

**Entrevistador:** **¿Son cerrados, no quieren realizar negociaciones con nosotros?**

**Entrevistado:** En el caso particular de la carne, lo que me han contado los ganaderos de Acre es que el negocio de la carne lo manejan desde Sao Paulo y no quieren permitir que salga por la frontera con Perú, que si hay posibilidad de exportar carne quieren hacerlo ellos por vía marítima desde el puerto de Santos, hay grandes empresas, consorcios, que amarran los canales de comercialización e influyen en el gobierno para que no haya salida directa desde ganaderos pequeños, bueno pequeño en Brasil es más grande que lo que hay aquí en Perú, pero relativamente pequeños de Acre o Rondonia no pueden salir por la frontera terrestre de Perú por barreras para-arancelarias.

**Entrevistador:** **¿Usted que solicitaría al gobierno para poder aumentar sus relaciones comerciales con Brasil?**

**Entrevistado:** Es muy poco lo que le podría pedir al gobierno peruano, les decía que sus labores de facilitación, promoción, contactos comerciales lo hacen bastante bien, siempre hay que mejorar los servicios de SENASA y sobre todo Aduanas que son muy exquisitos para inspeccionar, hacer los aforos cuando se carga la mercadería al camión, solo trabajan en horario de oficina, es muy difícil traer a los inspectores de Aduanas y tienen que estar en su tiempo como ellos lo quieren y muchas veces en la práctica, en el campo, no sucede así, el camión se retrasó, llego a otra hora o la cosecha esta para tal día y punto, acá no hay fines de semana, día, noche, nosotros tenemos que estar principalmente en función de las Aduanas brasileras y para eso tenemos, por decir, que salir días sábados pero los señores de Aduanas y SENASA no trabajan los días sábados, cositas de ese tipo se podrían mejorar; los sistemas de fiscalización de SENASA y Aduanas son engorrosos e inefectivos a la vez, estorban, piden tonteras que son engorrosas, costosas de

atender, en tiempo y atención, pero con eso no controlan nada y si quisiéramos meter droga u otras cosas, ellos no verían nada; son controles inefectivos tanto sanitarios como aduaneros, pero si engorrosos y costosos porque hay que traer al señor, plantarlo ahí, llevarlo, traerlo, pagar las tasas y si no tienes el papel sellado y firmado como lo requieren no puedes moverte, te hacen perder tiempo, días, eso podría mejorar.

**Entrevistador: Y en relación con Brasil, que les solicitaría usted?**

**Entrevistado:** Lo mismo, en Aduanas, agricultura, también podrían mejorar su atención, sobre todo si hubiera una presencia permanente de funcionarios de Aduana en frontera, pero por otro lado somos conscientes que el volumen comercial es tan bajo que no justifica tener tanta gente en frontera, si pasan dos camiones por semana, tener a los funcionarios ahí esperando, no es practico; ahora eso requeriría una adecuación de las normas brasileras y peruanas; le decía a los brasileros que deberían permitir que la carga pase hasta Rio Branco y que la inspección del aforo aduanero sea en el almacén del cliente, en destino, así se practica en otros países y podrían de esa forma agilizar el tránsito y mantener sus costos de administración bajos pero son pesados, tienen una burocracia muy pesada, muy convencional, es más pesada que la peruana pero también tienen mayores capacidades, está más preparada, es más efectiva pero igual con muchas ineficiencias, con mucha burocracia.

**Entrevistador: ¿Usted cuál cree que es el mayor factor por el cual no podemos lograr una mayor comercialización, como con China o Estados Unidos, que para ser países mucho más lejanos hemos logrado un mayor flujo de comercialización que con Brasil?**

**Entrevistado:** Se tiene que ver que la cercanía que cuenta no es la física sino la del costo de transportar las mercancías y es más barato transportar las mercancías a China que a Brasil y eso porque el transporte marítimo es muchísimo más barato que el transporte terrestre porque nuestros centros de producción están mirando

al océano y porque la población brasilera, la gran consumidora, el gran mercado brasilero está en el sureste, muy lejos de nosotros, atender a Acre y Rondonia es el patio trasero de Brasil, con una población chiquitita, Arequipa tiene más población entonces decir que estamos exportando a Brasil cuando estamos vendiendo a Acre y Rondonia puede ser engañoso e inclusive los costos para llegar, yo exporto cebolla a Estados Unidos y enviar 26 toneladas a Estados Unidos hoy día me cuesta 3800 dólares, desde aquí hasta Estados Unidos, llevándolo al puerto y despachándolo en el barco, esa misma cantidad de cebolla llevarla a Acre me cuesta 7 mil dólares; entonces veras que la distancia es relativa, no estamos hablando de la distancia geográfica sino número uno la del costo de transporte, número dos capacidad adquisitiva de la población, tamaño de la población, hábitos de consumo; como les decía, el gran mercado de Brasil, el sureste de Brasil está a 35 - 40 días de distancia, lo más rápido; a China llegas en 30 días, puedes llegar más rápido a China que a Brasil y eso es por la frecuencia de barcos, el volumen de comercio que hace que como hay tránsito de ida y vuelta facilita y baja los costos de transporte, acelera los servicios, el tamaño de las poblaciones, la capacidad adquisitiva, hábitos.

Las razones por las cuales no hay más comercio con Brasil están por su distancia en términos de costo de transporte, por las políticas principalmente de Brasil que son políticas que han promovido su autoabastecimiento en todo, no es un país con una economía tradicionalmente abierta sino al contrario es muy proteccionista, no tiene una cultura de comercio internacional y dentro de eso además siempre tenemos la barrera de cultural, factores como la complementariedad económica que no se ha dado como con otros países.

ANEXO N° 2

**EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS DESDE BRASIL,  
2009-2014 (US\$ MILLONES)**

N°	SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TASA DE CRECIMIENTO
1	8704230000	VEHICULOS DIESEL PARA TRANSPORTE DE MERCANCIAS CON CARGA > 20 T	53.12	123.00	157.89	179.05	149.01	96.93	12.78%
2	2709000000	ACEITES CRUDOS DE PETROLEO O DE MINERAL BITUMINOSO	283.17	181.57	196.51	203.47	94.52	88.38	-20.78%
3	8702109000	VEHIC. AUTOMOV. P' EL TRANSPORTE DE MAS DE 16 PERSONAS, INCL EL CONDUCTOR, DIESEL	43.54	71.64	85.69	126.95	93.77	80.30	13.02%
4	3902100000	POLIPROPILENO, EN FORMAS PRIMARIAS	28.65	48.15	49.29	60.14	51.34	64.74	17.71%
5	8429110000	TOPADORAS FRONTALES (BULLDOZERS) Y TOPADORAS ANGULARES (ANGLEDZERS), DE ORUGAS	27.46	35.85	32.64	65.92	25.57	48.46	12.03%
6	8701200000	TRACTORES DE CARRETERA PARA SEMIREMOLQUES	38.63	37.80	37.23	65.09	64.59	47.75	4.33%
7	8429520000	MAQUINAS CUYA SUPERESTRUCTURA PUEDA GIRAR 360_	50.45	14.32	40.95	67.55	54.94	46.90	-1.45%
8	8429510000	CARGADORAS Y PALAS CARGADORAS DE CARGA FRONTAL	67.54	63.84	61.14	88.37	72.64	42.79	-8.72%
9	4802559000	LOS DEMAS PAPELES DE SEGURIDAD DE PESO SUPERIOR O IGUAL A 40 G/M2 PERO INFERIOR O IGUAL A 150 G/M2, EN BOBINAS	21.10	26.55	33.85	28.55	31.13	33.87	9.93%
10	4802569000	LOS DEMAS PAPELES DE PESO SUPERIOR O IGUAL A 40 G/M2 PERO INFERIOR O IGUAL A 150 G/M2 EN HOJAS	24.85	29.39	29.54	32.81	27.30	33.82	6.36%
		RESTO	1,041.82	1,429.73	1,680.58	1,599.43	1,660.01	1,410.53	6.25%
<b>TOTAL</b>			<b>1,680.33</b>	<b>2,182.78</b>	<b>2,439.65</b>	<b>2,579.18</b>	<b>2,324.82</b>	<b>1,994.47</b>	<b>3.49%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Aduanas-SUNAT

**ANEXO N° 3****IMPORTACIONES DE PERU DEL RESTO DE PAISES DEL MUNDO, PERIODO 2009-2014**

SECTOR	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TOTAL	PARTICIPACIÓN
BIENES DE CAPITAL Y MATERIALES DE CONSTRUCCION	7,286	9,765	12,495	14,193	14,497	13,667	71,903	33.08%
MATERIAS PRIMAS Y PRODUCTOS INTERMEDIOS	10,473	14,486	18,513	19,501	19,855	19,459	102,288	47.06%
BIENES DE CONSUMO	4,038	5,710	6,852	8,453	8,952	9,032	43,037	19.80%
DIVERSOS	15	4	31	15	18	35	119	0.05%
<b>TOTAL IMPORTACIONES</b>	<b>21,812</b>	<b>29,966</b>	<b>37,891</b>	<b>42,163</b>	<b>43,322</b>	<b>42,194</b>	<b>217,347</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Aduanas-SUNAT

ANEXO N° 4

RELACIÓN DE PRODUCTOS PERUANOS CON AUTORIZACIÓN DE INGRESO  
HACIA BRASIL, 2014

N°	Producto	Nombre Científico	Parte Importada
1	Ajo	Allium sativum	Bulbo
2	Ajonjolí	Sesamum indicum	Grano
3	Ajonjolí	Sesamum orientale	Grano
4	Amaranto	Amaranthus caudatus	Grano
5	Beterraga	Beta vulgaris	Raiz
6	Café	Coffea arabica	Grano
7	Cebolla	Allium cepa	Bulbo
8	Col	Brassica oleracea var. capitata	Hoja y el Tallo
9	Coliflor	Brassica oleracea var. botrytis	Semilla
10	Espárrago	Asparagus officinalis	Tallo
11	Frejol	Vigna radiata	Grano
12	Frijol castilla	Vigna unguiculata	Grano
13	Kudzu	Pueraria phaseoloides	Semilla
14	Lechuga	Lactuca sativa	Semilla
15	Maní forrajero	Arachis pintoi	Semilla
16	Manzana	Malus domestica	Fruto
17	Melón	Cucumis melo	Semilla
18	Orégano	Origanum vulgare	Hoja seca
19	Palta	Persea americana	Fruto
20	Papa	Solanum tuberosum	Tubérculo
21	Pera	Pyrus communis	Fruto
22	Pijuayo	Bactris gasipaes	Semilla
23	Quinoa	Chenopodium quinoa	Grano
24	Sandía	Citrullus lanatus	Semilla
25	Tabaco	Nicotiana tabacum	Folha
26	Tomate	Solanum lycopersicum = Lycopersicon esculentum	Fruto
27	Tomate	Solanum lycopersicum = Lycopersicon esculentum	Semilla
28	Uva	Vitis vinifera	Grano
29	Zanahoria	Daucus carota	Raiz
30	Zapallo Italiano	Cucurbita pepo	Semilla

Fuente: PROMPERU

Nota: Actualizado al 01-08-2014

## ANEXO Nº 5

### PRINCIPALES EMPRESAS IMPORTADORAS DEL ESTADO DE ACRE (US\$-ENERO -DICIEMBRE 2014)

UF	Município	Cadastro	Empresa	Endereço	Número	Complemento	Bairro	CEP	Faixa
AC	RIO BRANCO	63608947000108	SECRETARIA DE ESTADO DE SEGURANCA PUBLICA - SESP	AVENIDA GETULIO VARGAS	232		CENTRO	69900660	Entre US\$ 1 e 10 milhões
AC	RIO BRANCO	01676897000483	GUASCOR DO BRASIL LTDA	RUA SILVESTRE COELHO	465		BAIRRO DO BOSQUE	69900661	Entre US\$ 1 e 10 milhões
AC	RIO BRANCO	63602940000170	FUNDACAO HOSPITAL ESTADUAL DO ACRE	RODOVIA BR 364	SN	KM 2	DISTRITO INDUSTRIAL	69914220	Até US\$ 1 milhão
AC	EPITACIOLANDIA	16920620000189	RONSY COMERCIAL DE FERRAGENS LTDA.	AVENIDA AMAZONAS	390		LIBERDADE	69934000	Até US\$ 1 milhão
AC	RIO BRANCO	08673273000451	CURTUME KOROBRRAS LTDA	RODOVIA BR 364	S/N		CHACARA CANAA	69918340	Até US\$ 1 milhão
AC	RIO BRANCO	12996556000169	HERNANDES ACRE LTDA - EPP	RODOVIA TRANSACREANA	2003		FLORESTA SUL	69912290	Até US\$ 1 milhão
AC	RIO BRANCO	03181007000145	V. J. MAHLE IMPORTACAO E EXPORTACAO - EPP	RUA VALDOMIRO LOPES	914		CONQUISTA	69914460	Até US\$ 1 milhão
AC	RIO BRANCO	15276335000104	JSA IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA	RUA MINAS GERAIS	1186		IVETE VARGAS	69900186	Até US\$ 1 milhão
AC	BRASILEIA	21444687000124	RECO COMERCIAL E INDUSTRIAL LTDA - ME	RODOVIA BR 317 KM 01	403		ZONA RURAL	69932000	Até US\$ 1 milhão
AC	BRASILEIA	11855446000114	JACAMIM MADEIRAS IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA - ME	AVENIDA PEDRO PEREIRA	100		CENTRO	69932000	Até US\$ 1 milhão
AC	RIO BRANCO	84308980000850	A. C. D. A. IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA	RODOVIA AC 40 KM 06	S/N	KM 06	VILA ACRE	69909788	Até US\$ 1 milhão
AC	RIO BRANCO	06122117000124	T L ENGENHARIA EIRELI	RUA ALMIRANTE JACIGUAIAS	168	CONJ MASC. DE MORAE	ISAURA PARENTE	69918288	Até US\$ 1 milhão
AC	EPITACIOLANDIA	34769844000113	J. A. ESMERALDINO IMP & EXP - EPP	AVENIDA AMAZONAS	117/E	SALA - E	LIBERDADE	69934000	Até US\$ 1 milhão
AC	RIO BRANCO	07987265000174	RB DISTRIBUIDORA E COMERCIO DE CONSUMO, MEDICAMENTOS E	VIA CHICO MENDES	1145	PREDIO	VILA DO DNER	69906150	Até US\$ 1 milhão
AC	BRASILEIA	03912939000110	RARO DISTRIBUIDORA IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA - EPP	ESTRADA DO PACIFICO RODOVIA	1500		ZONA RURAL	69932000	Até US\$ 1 milhão
AC	BRASILEIA	70114450218	VLADIMIR HURTADO MENACHO	RUA HILARIO MEIRELES	236	CENTRO BRASILEIA	ACRE	69932000	Até US\$ 1 milhão
AC	RIO BRANCO	15482521000108	TRIUNFO ENERGIA LTDA	RODOVIA BR 364 KM 04	S/N		LOT SANTA HELENA	69908768	Até US\$ 1 milhão
AC	RIO BRANCO	63598577000167	ATACADAO RIO BRANCO EXPORTACAO E IMPORTACAO LTDA	RUA GERALDO MESQUITA	85		ESTACAO EXPERIMENTA	69907410	Até US\$ 1 milhão
AC	RIO BRANCO	19951572000184	S & G IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA - ME	RUA N7	317		CONJUNTO TUCUMA	69919787	Até US\$ 1 milhão
AC	RIO BRANCO	14268700000176	BARRIGA VERDE EMPREENDIMENTOS IMOBILIARIOS LTDA	AVENIDA NOVA AVENIDA CEARA	1377C		JARDIM DE ALAH	69915526	Até US\$ 1 milhão
AC	BRASILEIA	04594370000155	PRETE & PRETE IMP. E EXP. LTDA	AVENIDA MARINHO MONTE	845		BOTEQUINS	69932000	Até US\$ 1 milhão
AC	BRASILEIA	09910992000169	A. M. SOUZA IMP. E EXP. LTDA - ME	AVENIDA JOSE RUY LINO	718		RAIMUNDO CHAAR	69932000	Até US\$ 1 milhão

Fuente: <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=1446&refr=603>

## PRINCIPALES EMPRESAS IMPORTADORAS DEL ESTADO DE RONDONIA (US\$-ENERO -DICIEMBRE 2014)

UF	Município	Cadastro	Empresa	Endereço	Número	Complemento	Bairro	CEP	Faixa
RO	PORTO VELHO	07409820000776	KOMPORT COMERCIAL IMPORTADORA S.A.	AVENIDA CARLOS GOMES	2309		SAO CRISTOVAO	76804037	Acima de US\$ 50 milhões
RO	PORTO VELHO	00398268000204	POLIOTTO IMPORTACAO E EXPORTACAO DE PLASTICOS LTDA	AVENIDA CARLOS GOMES	2309		SAO CRISTOVAO	76804037	Entre US\$ 10 e 50 milhões
RO	PORTO VELHO	07453313000497	ITALORA BRASIL DISTRIBUICAO DE COMPONENTES LTDA.	AVENIDA GOVERNADOR JORGE TE	2686		EMBRATEL	76820892	Entre US\$ 10 e 50 milhões
RO	PORTO VELHO	05421217000270	PROSPERA TRADING IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA	AVENIDA JOAO GOULART	1766		NOSSA SENHORA DAS G	76804126	Entre US\$ 10 e 50 milhões
RO	PORTO VELHO	14344779000258	MATRIX INTERCOM LTDA	RUA TENREIRO ARANHA	2494B		CENTRO	76801114	Entre US\$ 10 e 50 milhões
RO	PORTO VELHO	06311274000269	TEXTIL MN COMERCIO DE TECIDOS E CONFECÇÕES LTDA.	AVENIDA DOM PEDRO II	637		CAIARI	76801151	Entre US\$ 10 e 50 milhões
RO	PORTO VELHO	08553759000294	SUNSET DO BRASIL COMERCIO, IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA	TRAVESSA GUAPORE	556		CENTRO	76801063	Entre US\$ 10 e 50 milhões
RO	PIMENTA BUENO	02513526000281	CICLO CAIRU LTDA	RUA CAIRU	601-A		SETOR INDUSTRIAL	76970000	Entre US\$ 10 e 50 milhões
RO	PORTO VELHO	07385199000162	UNA IMPORTACAO, EXPORTACAO, COMERCIO E REPRESENTACAO LT	RUA DOM PEDRO II	637	CONJUNTO 703	CAIARI	76801910	Entre US\$ 10 e 50 milhões
RO	PORTO VELHO	08375113000264	MACROEX COMERCIAL IMPORTADORA E EXPORTADORA LTDA	AVENIDA CARLOS GOMES	2309		SAO CRISTOVAO	76804038	Entre US\$ 10 e 50 milhões
RO	PORTO VELHO	07426908000453	TRUST - IMPORTACAO E EXPORTACAO EIRELI	AVENIDA BRASILIA	2115		CENTRO	76804490	Entre US\$ 10 e 50 milhões
RO	JL-PARANA	07172668000165	YMIRA IMPORTACAO E EXPORTACAO DE ACESSORIOS LTDA	RUA DOM AUGUSTO	445		CENTRO	76900022	Entre US\$ 10 e 50 milhões
RO	PORTO VELHO	11916306000290	QUATTROR TRADING COMPANY LTDA	AVENIDA CALAMA	1.118		OLARIA	76801308	Entre US\$ 10 e 50 milhões
RO	PORTO VELHO	05323261000409	DRB IMPORTACAO EIRELI	AVENIDA LAURO SODRE	1108		OLARIA	76801284	Entre US\$ 10 e 50 milhões
RO	PORTO VELHO	11138342000270	FLUSH COMERCIO IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA - EPP	AVENIDA CARLOS GOMES	2470		SAO CRISTOVAO	76804021	Entre US\$ 10 e 50 milhões
RO	PORTO VELHO	07987185000380	GANESH LOGISTICA E DISTRIBUICAO LTDA	AVENIDA CAMPOS SALES	2282		CENTRO	76801090	Entre US\$ 10 e 50 milhões
RO	PORTO VELHO	06213450000220	OCEANS COMERCIO IMPORTACAO EXPORTACAO LTDA	RUA CAMPOS SALES	3478		OLARIA	78902080	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	02750988000131	TERMO NORTE ENERGIA S/A	RODOVIA BR 364 KM 7,5 - MAR	S/N	SENTIDO CUIABÁ	CIDADE JARDIM	76815800	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	06952004000237	OCIDENTE COMERCIO EXTERIOR LTDA	AVENIDA CAMPOS SALES	3591		OLARIA	76801281	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	07693822000306	INVICTUS IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA.	RUA DOM PEDRO II	637		CENTRO	76801151	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	09152972000176	BRARON TRADING IMPORTACAO DE VEICULOS E MERCADORIAS EM	AVENIDA CAMPOS SALES	3591		OLARIA	76801281	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	36008274000840	COMMAR COMERCIO INTERNACIONAL LTDA	AVENIDA CARLOS GOMES	2309		SAO CRISTOVAO	76804037	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	10468322000202	MIDAS - IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA	AVENIDA LAURO SODRE	1335		OLARIA	76801289	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	17926143000202	RIO IMPEX COMERCIAL IMPORTADORA E EXPORTADORA EIRELI	AVENIDA CARLOS GOMES	1223		CENTRO	76801123	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	13534309000294	JAVA TRADING IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA	AVENIDA CARLOS GOMES	2651		SAO CRISTOVAO	76804021	Entre US\$ 1 e 10 milhões

Fuente: <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=1446&refr=603>

UF	Município	Cadastro	Empresa	Endereço	Número	Complemento	Bairro	CEP	Faixa
RO	PORTO VELHO	15199829000132	GUARANI IMPORTACAO & EXPORTACAO LTDA	AVENIDA CARLOS GOMES	2309		SAO CRISTOVAO	76804037	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	JI-PARANA	12087295000164	ARAWA IMPORTACAO E EXPORTACAO DE ACESSORIOS LTDA	RUA DOM AUGUSTO	445		CENTRO	76900022	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	01323940000346	M2V COMERCIAL IMPORTADORA & EXPORTADORA LTDA - EPP	AVENIDA CAMPOS SALES	3521		OLARIA	76801281	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	08418382000260	STRATEGOS IMPORTACAO E EXPORTACAO - EIRELI	RUA DOM PEDRO II	1086		CENTRO	76801116	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	08772328000219	IMPERIAL COMERCIO EXTERIOR LTDA	AVENIDA CAMPOS SALES	3591		OLARIA	78902080	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	09029666000490	ENERGIA SUSTENTAVEL DO BRASIL S.A.	RODOVIA BR	S/N		DISTRITO JACI PARAN	76840000	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	03273227000441	VIA IMPORTER COMERCIO EXTERIOR SA	AVENIDA DOS IMIGRANTES	2509		COSTA E SILVA	76803659	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	05630873000363	D&A COMERCIO SERVICOS IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA	RUA MONALISA (RESIDENCIAL P	5718		CUNIA	76824400	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	57149643000542	SERRA MORENA COMERCIAL IMPORTADORA E EXPORTADORA LTDA	AVENIDA CALAMA	1118		OLARIA	76801308	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	11593650000295	YACHT CENTER GROUP COMERCIO E IMPORTACAO LTDA	TRAVESSA GUAPORE	556		CENTRO	76801063	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PIMENTA BUENO	10288920000100	CAIRU INDUSTRIA DE BICICLETAS LTDA	RUA CAIRU	605		SETOR INDUSTRIAL	76970000	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	JI-PARANA	12610996000136	CAMAPU IMPORTACAO E EXPORTACAO DE ACESSORIOS LTDA	RUA DOM AUGUSTO	445		CENTRO	76900022	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	08045287000188	RONDON IMPORTACAO, EXPORTACAO E REPRESENTACAO DE PNEUMA	RUA DOM PEDRO II	637	CONJUNTO 701	CAIARI	76801151	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	10648367000170	AMAZONTRADING IMPORTACAO E EXPORTACAO EIRELI	AVENIDA JOSE VIEIRA CAULA	3883		NOVA PORTO VELHO	76820148	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	19378949000239	DOCASUL ASSESSORIA, CONSULTORIA E COMERCIO INTERNACIO	RUA RAFAEL VAZ E SILVA	3491		LIBERDADE	76803847	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	GUAJARA-MIRIM	04387155002399	TOP INTERNACIONAL LTDA	AVENIDA CONSTITUICAO	650	1 ANDAR	CENTRO	78957000	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PRESIDENTE MEI	84640580000171	GRAMOTOS COMERCIO DE MOTO PECAS EIRELI	AVENIDA TRINTA DE JUNHO	2056		CENTRO	76916970	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	08981232000180	JAH WIN IMPORTACAO E EXPORTACAO DE ARTIGOS TECNOLOGICOS	AVENIDA SETE DE SETEMBRO	1796		NOSSA SENHORA DAS G	76804124	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	68146810000356	S PROCHOWNIK COMERCIAL LTDA	RUA GONCALVES DIAS	732		OLARIA	76801234	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	19380304000230	BRASILCOMEX COMERCIO IMPORTACAO E EXPORTACAO EIRELI	AVENIDA CARLOS GOMES	1223		CENTRO	76801123	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	04718724000207	CASA INOX SAO PAULO LTDA	AVENIDA CAMPOS SALES	3021		OLARIA	76801243	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	77294254001913	AMAGGI EXPORTACAO E IMPORTACAO LTDA	RUA TERMINAL DOS MILAGRES	400	SALA A	BALSA	78918260	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	06194675000448	WM COMERCIAL ATACADISTA LTDA	RUA MEXICO	1045		NOVA PORTO VELHO	76820190	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	02462686000400	YIN'S BRASIL COMERCIO INTERNACIONAL LTDA	AVENIDA CARLOS GOMES	2309		SAO CRISTOVAO	76804037	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	08214494000208	PRIME INTERNACIONAL COMERCIO EXTERIOR EIRELI	AVENIDA CARLOS GOMES	2309		SAO CRISTOVAO	76804037	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	01676897000300	GUASCOR DO BRASIL LTDA	RUA JOSE BONIFACIO	543		CENTRO	78918260	Entre US\$ 1 e 10 milhões
RO	PORTO VELHO	04986182000172	J A BRAZIL EXPORT-COMERCIAL, EXPORTADORA E IMPORTADORA	RUA DUQUE DE CAXIAS	2285	LOJA 02 SALA 0	SAO CRISTOVAO	78901280	Entre US\$ 1 e 10 milhões

UF	Municipio	Cadastro	Empresa	Endereço	Número	Complement	Bairro	CEP	Faixa
RO	PORTO VELHO	77294254006125	AMAGGI EXPORTACAO E IMPORTACAO LTDA	RODOVIA LOTES 01 A 06 PF AM	S/N		PROJETO FUNDIARIO A	76804970	Até US\$ 1 milhão
RO	SAO MIGUEL DO	02916265018026	JBS S/A	RODOVIA RO 010	S/N		SETOR SAO MIGUEL	76932000	Até US\$ 1 milhão
RO	GUAJARA-MIRIM	06225625000219	GONCALVES INDUSTRIA E COMERCIO DE ALIMENTOS LTDA	AVENIDA CONSTITUICAO	148		CENTRO	76850000	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	03993787000209	MICROBUY INFORMATICA LTDA - ME	RUA DOM PEDRO II 637	637		CAIARI	76801910	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	10689013000505	ARLA BRASIL INDUSTRIA, COMERCIO E TRANSPORTE DE PRODUTO	RODOVIA BR-364	9270 A		FLORESTA	76806659	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	10846544000122	L & M RODRIGUES LTDA	AVENIDA GUAPORE	2736		LAGOINHA	76829728	Até US\$ 1 milhão
RO	ARIQUEMES	06131872000175	NORTE PLAST INDUSTRIA, COMERCIO, IMPORTACAO E EXPORTACA	RODOVIA BR 364	S/N		ZONA RURAL	76870970	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	10767105000205	LMI COMERCIAL IMPORTADORA E EXPORTADORA LTDA - ME	AVENIDA CAMPOS SALES	2282		CENTRO	76801090	Até US\$ 1 milhão
RO	ROLIM DE MOUR	02916265020780	JBS S/A	RODOVIA 010 - KM 5,5	S/N		ZONA RURAL	76940970	Até US\$ 1 milhão
RO	JI-PARANA	05967526000240	DIMAM AGROPECAS DISTRIBUIDORA LTDA	AVENIDA TRANSCONTINENTAL	1329		CENTRO	76900093	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	07484642000748	VEIPECAS MOTO TRADING LTDA.	AVENIDA GOVERNADOR JORGE TE	1414		EMBRATEL	76820844	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	22339757000228	IMBRA IMPORTACAO EIRELI	RUA JOAO GOULART	1766		NOSSA SENHORA DAS G	76804126	Até US\$ 1 milhão
RO	JI-PARANA	05788203000108	CENTRAL LAMINACOES LTDA - EPP	RUA PLACIDO DE CASTRO	741		PRIMAVERA	76914824	Até US\$ 1 milhão
RO	PIMENTA BUENO	18243891000172	GOW HELMETS INDUSTRIA E COMERCIO LTDA	AVENIDA RIACHUELO	73		APIDIA	76970000	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	12033844000118	LUMINAX TRADING SERVICOS TECNOLOGICOS EIRELI	RUA ALEGRIA	4494		FLORESTA	76806450	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	03025101000458	COSTA ESMERALDA TRADING IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA	RUA DOM PEDRO II	2143		SAO CRISTOVAO	76804033	Até US\$ 1 milhão
RO	JI-PARANA	900585006000	HUGO SANTANA NETO	AV JI PARANA	1694		JD. DOS MIGRANTES	76900774	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	61522512003128	CONSTRUCOES E COMERCIO CAMARGO CORREA S/A	RODOVIA ROD BR 364 KM 110	S/N		ZONA RURAL	76840000	Até US\$ 1 milhão
RO	JI-PARANA	19732082968	PAULO CANUTO	R 31 DE MARCO	73		JD MIGRANTES	76900799	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	01637814000102	NORTH COMERCIO ATACADISTA LTDA - ME	AVENIDA AMAZONAS	7798		TIRADENTES	76824622	Até US\$ 1 milhão
RO	CACOAL	12056427000190	CENTRO DE ONCOLOGIA E HEMATOLOGIA DE CACOAL LTDA	AVENIDA ROSILENE XAVIER TRA	2200		ELDORADO	76960970	Até US\$ 1 milhão
RO	VILHENA	06020142000105	COOPERATIVA DE TRANSPORTES DE RONDONIA CTR	AVENIDA TANCREDO NEVES	11553		SETOR INDUSTRIAL	76980000	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	13199789000101	TRES AMIGOS & SILVA COMERCIO, IMPORTACAO E EXPORTACAO L	RUA ALEXANDRE GUIMARAES	3831		NOVA PORTO VELHO	76820191	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	00357038003999	CENTRAIS ELETRICAS DO NORTE DO BRASIL S/A ELETRONORTE	RUA MAJOR AMARANTE	SN		ARIGOLANDIA	78902180	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	14566880000334	INTELWAY TRADING DO BRASIL LTDA	AVENIDA SETE DE SETEMBRO	1083		CENTRO	76801028	Até US\$ 1 milhão
RO	VILHENA	05757133000120	J P C AGOSTINI - EPP	AVENIDA CELSO MAZUTTI	6565		PARQUE IND. SAO PAU	76980000	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	21018682000210	LOREM CONSULTORIA EM COMERCIO EXTERIOR EIRELI	RUA RAFAEL VAZ E SILVA	3511		LIBERDADE	76803847	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	12374768000295	TR COMERCIAL ATACADISTA EIRELI	AVENIDA LAURO SODRE	1108		OLARIA	76801284	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	06250494000149	FLORESTAL SUL COMERCIO DE MADEIRAS LTDA	AVENIDA OLAVO BILAC	158	SETOR INDUST	VISTA ALEGRE DO ABU	78926000	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	07238061000130	POWER INK IMPORTACAO EXPORTACAO COMERCIO E SERVICOS EIR	TRAVESSA GUAPORE	001		CENTRO	76801063	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	00735882000133	BRASIL DISTRIBUIDORA INDUSTRIA E COMERCIO DE PRODUTOS A	RODOVIA BR-364	7661		LAGOA	76812317	Até US\$ 1 milhão
RO	GUAJARA-MIRIM	17504897000193	A. R. WINK - ME	AVENIDA COSTA MARQUES	498		CENTRO	76850970	Até US\$ 1 milhão
RO	ARIQUEMES	05632699000126	ANDRADE E ANDRADE COM. DE MAQUINAS E PECAS PESADAS S/A	AVENIDA CANAA	1599		AREAS ESPECIAIS	76870249	Até US\$ 1 milhão
RO	VILHENA	48429252000167	AVIACAO AGRICOLA GAIVOTA LTDA	RUA MARCOS DA LUZ	094	SALA A	CENTRO	78995000	Até US\$ 1 milhão
RO	JI-PARANA	00457252928	LEO KARLO PHILLIPS MARTINS	R CAPITAO SILVIO	383	AP 305	CENTRO	76900126	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	15102288030928	CONSTRUTORA NORBERTO ODEBRECHT S A	ESTRADA CANTEIRO DE OBRA DA	S/N		ZONA RURAL	76805812	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	03975479000331	A&H COMERCIAL LTDA	AVENIDA DOM PEDRO II	637		CAIARI	76801151	Até US\$ 1 milhão
RO	VILHENA	04778961000182	E M SILVA TRANSPORTES	RUA ARACY F. LOPES MANDARIM	172	SALA 01	JARDIM ELDORADO	76980000	Até US\$ 1 milhão
RO	CACOAL	07304055000134	SPEED TRAVEL COMUNICACAO MULTIMIDIA LTDA - ME	AVENIDA SAO PAULO	2929	SALA 02	CENTRO	76963821	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	34151100001293	SOTREQ S/A	RODOVIA BR-364	S/N		AEROCUBE	76816800	Até US\$ 1 milhão
RO	PORTO VELHO	09439801000122	SANTOS COMERCIO, SERVICOS, IMPORTACAO E EXPORTACAO EIRE	RUA PRUDENTE DE MORAES	2450		CENTRO	76801040	Até US\$ 1 milhão
RO	ARIQUEMES	00735882000486	BRASIL DISTRIBUIDORA INDUSTRIA E COMERCIO DE PRODUTOS A	AVENIDA CAPITAO SILVIO	1700		APOIO RODOVIARIO	76870185	Até US\$ 1 milhão
RO	ARIQUEMES	15286401000127	M R SANTORO COMERCIO E DISTRIBUICAO - ME	RUA JOAO PESSOA	2235		SETOR 03	76870498	Até US\$ 1 milhão
RO	ALTA FLORESTA	10872135000109	J. E. COMERCIO DE MADEIRAS LTDA - ME	AVENIDA BRASIL	5190		CIDADE ALTA	76954000	Até US\$ 1 milhão
RO	CACOAL	84713353000129	MEGA IND. E COM. DE MALHAS E CONFECCOES LTDA - ME	RUA CASTRO ALVES	2483		JARDIM CLODOALDO	78976230	Até US\$ 1 milhão
RO	ARIQUEMES	07878736000106	UARLEN ALMEIDA LOPES - EPP	RUA CACAPAVA	4533	QD 11 BL 07 LT	SETOR 09	76876328	Até US\$ 1 milhão
RO	VILHENA	77941490010118	GAZIN INDUSTRIA E COMERCIO DE MOVEIS E ELETRODOMESTICOS	AVENIDA ITAUBA	S/N	LOTE 02, QUAD	SUPRIMENTOS	76980000	Até US\$ 1 milhão
RO	CACOAL	02916265008063	JBS S/A	RODOVIA BR 364 KM 245	S/N		ZONA RURAL	78976970	Até US\$ 1 milhão
RO	ARIQUEMES	30446081809	ADSON LUIS ROSSATO COSTA	R MOGNO	1971		SETOR 01	76870040	Até US\$ 1 milhão
RO	CACOAL	15112476000191	TRINITY WORLDWIDE IMPORT E EXPORT LTDA - ME	RUA DOS PIONEIROS	2020		CENTRO	76963812	Até US\$ 1 milhão
RO	JI-PARANA	15109290000183	IZABEL FERREIRA DA SILVA 39028070249	AVENIDA TRANSCONTINENTAL	4949		SANTIAGO	76901201	Até US\$ 1 milhão

Fuente:

<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=1446&refr=603>

## ANEXO N° 6

**Propuesta de desarrollo para la región Arequipa y la Macro región sur,  
basada en su relación con el mercado internacional**

El proponer estrategias tanto en la región Arequipa como en la Macro región sur, debemos enmarcarlo en función a la realidad económica de la región, y se propone hacerlo en base a ciertos ejes. Así tenemos:

- **Niveles de Inversión:** Se considera a los recursos para generar prosperidad, bienestar y reducción de los niveles de pobreza. Tenemos:
  - Afianzar la Asociación Público-Privada en procesos de inversiones, concesiones y privatizaciones.
  - Generar incentivos para la inversión en la zona.
  - Captar inversiones para conformar un gran frente productivo exportable tipo “plataforma”.
  - Ampliar la producción y exportar en bloque inclusive junto con los países vecinos a las economías de la Cuenca del Pacífico, la Comunidad Europea y Norteamérica, utilizando la capacidad actual y las enormes potencialidades ociosas, especialmente relacionadas con la producción agropecuaria, silvícola, agroindustrial, minera, pesquera, y explotando el turismo.
  - Propiciar una atracción de Inversión extranjera vía “Promoción internacional de Arequipa” como centro de negocios, servicios, orientada a mejorar su imagen, incrementar la inversión productiva y sus exportaciones.
- **Infraestructura:** Se considera un mecanismo dinamizador y articulador del desarrollo. Tenemos:
  - Generar una infraestructura vial, Portuaria, Aeroportuaria, Ferroviaria, Terminales terrestres, Recintos Aduaneros, Depósitos Francos, Playas de Transformación Productiva y Telecomunicaciones.

- Generar una Infraestructura en Educación, Salud, Vivienda, Seguridad, Servicios Sanitarios y Desarrollo Humano.
- Propiciar la generación de información e inteligencia de mercados.
- Fomentar un soporte científico y tecnológico de Universidades.
- **Niveles de integración:** Efecto multiplicador de nuestras potencialidades de intercambio comercial. Tenemos:
  - Fomentar una integración intraregional, Integración macro regional e integración internacional con tendencia hacia los países vecinos.
  - Profundización de la Integración comercial y económica multilateral con grupos económicos como APEC, CAN, MERCOSUR.
  - Lograr la formación de un plan especial de integración trinacional vecinal entre Brasil, Bolivia y Perú.
  - Afianzar la integración sobre la base de Acuerdos Comerciales Bilaterales, Multilaterales promoviendo los Tratados de Libre Comercio.
  - Generar la articulación de Corredores Económicos entre la costa, sierra y selva del país.
- **Niveles de exportación:** Base de nuestro crecimiento y desarrollo tanto comercial y económico. Tenemos:
  - Generar mayor Valor Agregado.
  - Incrementar el comercio internacional en todos los sentidos y en todos los sectores.
  - Generar estrategias para ganar mercados.
  - Lograr aún más la diversificación productiva.
  - Fomentar una diferenciación en el proceso productivo.
  - Fomentar la exportación de productos procesados de gran variedad y complejidad.
- **Logística De Servicios:** Mecanismo para el éxito de las exportaciones. Tenemos:
  - Integrar una logística de servicios de exportación.
  - Lograr una especialización en atención de mercados, segmentos y nichos.

- Generar herramientas para ganar mercados e instrumentos para competir.
- Formar recursos humanos para mejorar el conocimiento y la calidad de los procesos logísticos.
- **Niveles de Competitividad:** Diferenciación que crea la diferencia.  
Tenemos:
  - Promover la investigación y el desarrollo científico y tecnológico en el marco normativo regional.
  - Generar una capacitación y entrenamiento selectivo en el fomento de nuestras vocaciones.
  - Identificar nuevas oportunidades de mercado para alcanzar objetivos.
  - Lograr un seguimiento al plan de Acción para una Arequipa que genere ventajas competitivas.
  - Combinar nuestras capacidades para obtener mayor productividad.
- **Niveles de marketing:** Capturar, competir exitosamente, posicionarnos adecuadamente en los mercados. Tenemos:
  - Promover a la región sobre la imagen de seriedad y seguridad.
  - Fomentar el uso de técnicas de geomarketing
  - Diseñar estrategias sectoriales para segmentos y nichos de mercado.
  - Creación e Innovación de atributos diferenciadores en el productos o servicios
  - Promover los Procesos de Creación de valor de los Activos Marketing de Intangibles basado en el capital humano
  - Fomentar la realización de estudios de oportunidades comerciales reales y crecientes para productos arequipeños en mercados internacionales.

## ANEXO N°7

### **Propuesta de Líneas de acción para mejorar la competitividad de los productos exportables hacia el mercado de Brasil**

En los siguientes párrafos, se propone algunas líneas de acción que se pueden ejecutar para potencializar las exportaciones hacia el mercado brasileño, considerando los lineamientos del PERX de Arequipa. Así tenemos:

- **La consolidación y difusión de los objetivos estratégicos**

Resulta ser un punto más que importante y uno de los pilares críticos en el objetivo estratégico de la región, la fomentación de las exportaciones de Arequipa. Sobre este pilar se debe construir el futuro del sur peruano y hay que seguir preparándose convenientemente para tal propósito. La región Arequipa es una región netamente exportadora, progresista, competitiva y líder, posicionada a nivel internacional como productora de bienes y servicios con alto valor agregado y con cadenas productivas consolidadas.

Así como también en las exportaciones de bienes tradicionales. Sobre estos elementos críticos, se propone el Institucionalizar una cultura exportadora en la Región a través de la creación de un espacio de difusión, diálogo, monitoreo y control que involucre a todos los sectores, como son el público y privado.

- **Participación y compromiso a las regiones por parte del Gobierno Central**

En esta línea de trabajo, podemos mencionar lo crítico que puede ser el poder adoptar medidas que fomenten el apoyo del estado en todas las regiones en el campo de los Planes Estratégicos Exportadores y más aún en el caso de Arequipa. Sin embargo para que ello se pueda lograr, se requiere la voluntad política y el compromiso para el acompañamiento a las regiones en su intención exportadora. Por lo que, el Gobierno Central debe inscribir en su agenda como prioritaria la presencia de sus funcionarios con poder de decisión en todas las discusiones relacionadas al tema, tanto a nivel político como técnico. En el campo político, para construir confianza

entre las regiones y el Gobierno Central y para producir hechos que generen credibilidad en la estrategia nacional exportadora y entusiasmo en el esfuerzo regional que se pretende promover. En el campo técnico, para asesorar y orientar a los Gobiernos Regionales en este nuevo tema que en muchas regiones es aún desconocido.

- **Una política de competitividad que soporte la estrategia de exportación.**

Un tercer elemento a considerar tiene que ver con el clima para hacer negocios. Es fundamental que, se desarrolle en el marco de una Instancia Regional de Competitividad una política orientada a promover la competitividad sistémica regional, incluyendo en este concepto el mejoramiento en el campo de infraestructura, de las competencias laborales, de la gerencia, del fortalecimiento institucional y su articulación al campo nacional, así como de la internacionalización y promoción de las regiones, del financiamiento y del conocimiento en ciencia y tecnología.

En lo concerniente a infraestructura vial, fluvial, energética y de telecomunicaciones, las instancias regionales deben tener en cuenta la Iniciativa de integración en el marco del IIRSA, donde el Gobierno del Perú ha priorizado una serie de proyectos, algunos de los cuales ya se encuentran financiados y están operativos.

- **Una política de desarrollo económico y territorial que complemente la estrategia de exportación de la región Arequipa**

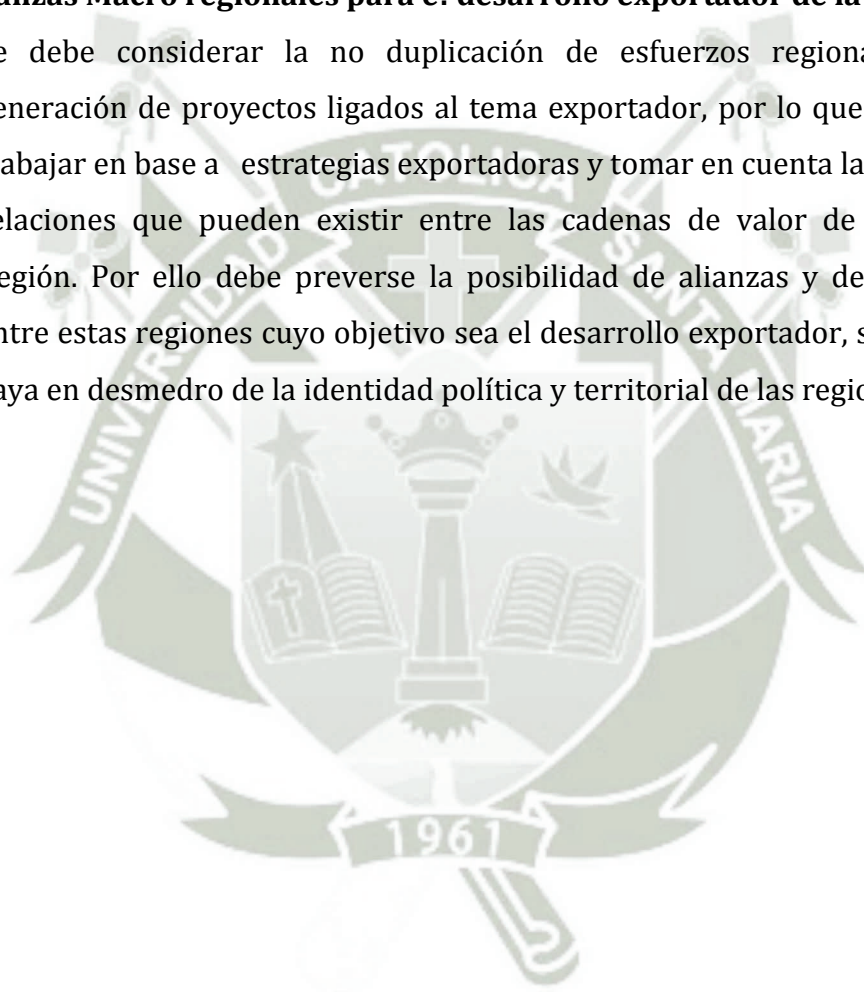
Se propone trabajar en función al Plan de Desarrollo Regional Concertado, de tal manera presentar y priorizar a través del apoyo de las universidades una lista de proyectos existentes en la región y agruparlos en áreas temáticas en periodos de corto, mediano y largo plazo, luego priorizarlos en función de la disponibilidad de recursos. Este grupo de proyectos de desarrollo regional y de competitividad permitirá identificar los temas críticos de las regiones y dará elementos para el desarrollo de la estructura exportadora.

- **Política de unión y descentralización de las capacidades macro regionales**

Un cuarto elemento tiene que ver con las competencias y capacidades de las regiones para diseñar sus propios planes de desarrollo y su estrategia exportadora. Si bien existen bases para ello como la Ley Orgánica de los Gobiernos Regionales; sin embargo, aún existen temas pendientes como el tema fiscal, generación de recursos, acreditación, disposición de activos, y a los procesos de unificación de regiones, entre otros. Todo ello afectará la capacidad de los Gobiernos Regionales para promover el desarrollo exportador en cada región.

- **Alianzas Macro regionales para el desarrollo exportador de la región**

Se debe considerar la no duplicación de esfuerzos regionales en la generación de proyectos ligados al tema exportador, por lo que se sugiere trabajar en base a estrategias exportadoras y tomar en cuenta las múltiples relaciones que pueden existir entre las cadenas de valor de la Macro Región. Por ello debe preverse la posibilidad de alianzas y de proyectos entre estas regiones cuyo objetivo sea el desarrollo exportador, sin que ello vaya en desmedro de la identidad política y territorial de las regiones.



## ANEXO N° 8

## PLAN DE TESIS

## PLANTEAMIENTO TEÓRICO

**1.1 PROBLEMA**

El presente trabajo de investigación se denomina **“IMPACTO DEL ACUERDO COMERCIAL EN LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DE LA REGIÓN AREQUIPA CON EL MERCADO DE BRASIL, 2009-2014”**

**1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

Como es de conocimiento, los procesos de desarrollo económico y apertura comercial entre Perú y Brasil no son similares, mientras que Brasil es la séptima economía del mundo<sup>40</sup>, Perú es un país emergente que está evolucionando favorablemente pero que aún no alcanza en si su desarrollo a nivel de otros grandes países. Ambos países constituyen dos economías con niveles distintos de industrialización y de indicadores de desarrollo económico.

Por el lado de la integración, Brasil y Perú mantienen relaciones diplomáticas desde 1826. Por lo tanto, establecieron relaciones poco después de las respectivas independencias, en 1822 y 1821, respectivamente. Los dos países siempre mantuvieron relaciones cordiales, pero relativamente distantes. El punto de inflexión fue la inauguración del concepto de América del Sur, en 2000, cuando se realizó, en Brasilia, la primera Reunión de Presidentes de los países del subcontinente. A partir de allí, se aceleró la aproximación entre los dos países.

Desde 2003, Brasil y Perú han trabajado conjuntamente para superar décadas de relativo distanciamiento. En ese año fue establecida la llamada “Alianza

---

<sup>40</sup>Fuente: Fondo Monetario Internacional, “Top 10 países con economías más fuertes”<http://www.top10listas.com/2013/12/top-10-paises-con-economias-mas-fuertes.html>

Estratégica” entre ambos países. Esta comprende tres áreas fundamentales: participación progresiva del Perú en el Sistema de Protección y Vigilancia de la Amazonía (SIPAM / SIVAM), comercio (especialmente la firma del acuerdo de libre comercio entre MERCOSUR y el Perú, que se concretó en 2005) e integración física (especialmente la concretización de tres Ejes de Integración y Desarrollo de la Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Sudamericana (IIRSA) que vinculan al Perú y a Brasil en el espacio sudamericano: el Eje del Amazonas, el Eje Transoceánico Central y el Eje Interoceánico del Sur).

Por tal motivo dentro del proceso de integración entre estos dos países, se firma el Acuerdo de Complementación Económica N° 58 suscrito entre Perú y Brasil (ACE-58 MERCOSUR-Perú) con el objetivo de fomentar el comercio. Los gobiernos de turno tratan de fomentar ello con un proceso de integración física dentro del cual resalta el eje interoceánico del Sur, la cual interconectará a las regiones fronterizas de Rio Branco, Porto Velho, Cuiaba y Campo Grande en Brasil y Puerto Maldonado, Arequipa, Cusco, Juliaca y Tacna en Perú generando un mayor comercio transfronterizo.

Entre 2003 y 2012<sup>41</sup>, el flujo comercial entre Brasil y Perú creció más de cinco veces: pasó de US\$ 727 millones para casi US\$ 4 mil millones de dólares. El stock de inversión brasileña en el Perú creció de manera exponencial durante los últimos 10 años. Hoy, el stock de inversión brasileña está en cerca de US\$ 6 mil millones.

En el primer semestre de 2013, Brasil fue el tercer socio comercial del Perú (apenas después de Estados Unidos y China), el tercer mayor proveedor y el séptimo país de destino de las exportaciones peruanas.

En el ámbito del Acuerdo de Complementación Económica N° 58 (ACE-58 MERCOSUR-Perú), ya está concluida la desgravación para entrada de productos peruanos en el mercado brasileño (tarifa cero para todos los productos). En 2019, estará concluida la desgravación para la importación de productos brasileños por el Perú.

En ese sentido resulta de gran interés el comercio entre Perú y Brasil, sin embargo a nivel de la macro región sur y por ende la región Arequipa, la carretera Interoceánica no muestra los resultados que se esperaban. Según Eduardo

---

<sup>41</sup>Fuente: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/opinion/integracion-peru-brasil-10-anos-despues/>

Ferreyros, gerente general de COMEX Perú *“Solo el 2% del comercio con Brasil –que ascendió a US\$1.706 millones en el 2013– se traslada por vía terrestre”*. Entonces la pregunta es qué está pasando con la carretera interoceánica.

En consecuencia, la presente investigación buscará analizar los beneficios, trabas, pros y contras de este proceso de integración en el eje sur del país, así como también las variables que dificultan la consolidación de esta; los cuales se irán explicando en el desarrollo de la presente investigación.

### 1.2.1 Campo y Área de estudio

**CAMPO** : Ciencias Sociales

**ÁREA** : Ingeniería Comercial

**LÍNEA** : Comercio Exterior

### 1.2.2 Tipo de Problema

El problema es **explicativo**; ya que en este estudio se explicara las ventajas de un proceso de integración, porque se dan y porque prosperan, a la vez también es un problema **descriptivo** dado que vamos a describir los acontecimientos actuales en el proceso de integración entre Perú y Brasil, con incidencia en la región Arequipa y la zona Noroeste de Brasil.

### 1.2.3 Variables

Tipo de Variable	Variable	Indicadores
<b>Variable Independiente</b>	Acuerdo de Complementación Económica N° 58 Perú-MERCOSUR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lista de productos con desgravación arancelaria.</li> <li>• Demanda de productos</li> <li>• Infraestructura</li> <li>• Facilitación de comercio</li> <li>• Tipo de cambio</li> <li>• Inversión Extranjera Directa.</li> </ul>
<b>Variable Dependiente</b>	Impacto en las oportunidades de negocio de la región Arequipa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variación de las exportaciones.</li> <li>• Variación de las importaciones.</li> <li>• Niveles de empleo.</li> <li>• Infraestructura</li> <li>• Logística comercial</li> <li>• Facilitación de comercio</li> </ul>

### 1.2.4 Interrogantes Básicas

- ¿Cuáles son los beneficios de una integración económica con el Brasil?
- ¿Cuáles son los sectores productivos, actividades económicas y productos que componen el comercio bilateral entre Perú y Brasil?
- ¿Cuáles son los productos de exportación hacia Brasil de la región Arequipa?

- ¿Cuáles son las principales dificultades experimentadas en el intercambio comercial de Perú y Brasil?
- ¿Cuál es el impacto de la carretera interoceánica en el intercambio comercial entre la región Arequipa y la zona Noroeste de Brasil?
- ¿Qué oportunidades comerciales tiene la región con el Brasil?

### 1.3 JUSTIFICACIÓN ECONOMICO Y SOCIAL

#### **Económica**

A nuestro parecer el proceso de integración con el mercado brasileño es muy importante, ya que nos permite intercambiar nuestros productos con la séptima economía del mundo. Físicamente se ha consolidado con la construcción de la carretera interoceánica, con lo cual los pobladores de la zona tendrán mayores y mejores oportunidades de desarrollo al dinamizarse la comunicación, el comercio y el turismo de la zona; y además se concretará la interconexión del Océano Pacífico con el Atlántico, permitirá el ingreso a nuevos mercados y el aumento del intercambio comercial entre Perú, la región centro occidental de Brasil y el norte de Bolivia. La Macro Región Sur se convertirá en un importante eje de desarrollo. Este mayor dinamismo se traducirá en un crecimiento de 1.5 % en el PBI<sup>42</sup> de la Macro Región Sur y en un incremento significativo del flujo comercial con Brasil, país que podrá acceder a la cuenca del Océano Pacífico para desde allí tener salida hacia el este asiático, a través de los puertos peruanos. Lo mismo sucederá con los productos provenientes de Asia con destino a Brasil y Bolivia, convirtiendo a los tres puertos peruanos del sur conectados por la Interoceánica, en puertas de entrada al continente sudamericano.

#### **Social**

Con este estudio, resaltaremos los impactos sociales que debería de tener el proceso de integración comercial con Brasil, a través de la carretera interoceánica,

---

<sup>42</sup>Fuente: <http://www.mtc.gob.pe/portal/especiales/promesa.htm>

Impacto que según los especialistas repercutirá en los niveles de vida de las zonas involucradas, pues permitirá el libre acceso de productos básicos como medicamentos, productos alimenticios, materiales educativos, y productos industriales al tiempo que solucionará sustancialmente la incomunicación que se vive actualmente. El costo de los productos se reducirá en la zona y en el país, mejorando la capacidad de compra de los más de cinco millones de habitantes de la macro Región Sur.

#### **1.4 OBJETIVOS**

Los objetivos que busca el presente trabajo de investigación son:

##### **1.4.1 Objetivo General:**

“Identificar los impactos del acuerdo comercial en las oportunidades de negocio de la región Arequipa con el mercado de Brasil”.

##### **1.4.2 Objetivos Específicos:**

- Analizar los beneficios del proceso de integración económica con Brasil.
- Analizar los sectores productivos, actividades económicas y productos que componen el comercio bilateral entre Perú y Brasil.
- Identificar los productos de exportación hacia Brasil de la región Arequipa.
- Identificar las principales dificultades experimentadas en el intercambio comercial entre la región Arequipa y la zona Noroeste de Brasil.
- Identificar los impactos de la carretera interoceánica en el intercambio comercial entre la región Arequipa y la zona Noroeste de Brasil.
- Identificar las oportunidades comerciales que tiene la región Arequipa y la zona Noroeste de Brasil.

## 1.5 MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del presente trabajo se deberán tomar en cuenta, las siguientes consideraciones:

**a) Acuerdo de Complementación Económica entre Perú y los Estados Parte del MERCOSUR (Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay)<sup>43</sup>:** El Acuerdo de Complementación Económica N° 58 (ACE 58) se suscribió entre los Gobiernos de la República Argentina, de la República Federativa del Brasil, de la República del Paraguay y de la República Oriental del Uruguay, Estados Partes del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) y el Gobierno de la República del Perú el 30 de diciembre de 2005 y fue puesto en ejecución mediante el Decreto Supremo N° 035-2005-MINCETUR, publicado en el Diario Oficial El Peruano el 17 de diciembre de 2005. Entró en vigencia a partir del 2 de enero de 2006 con Argentina, Brasil y Uruguay y del 6 de febrero del mismo año con Paraguay.

El ACE 58 tiene entre sus objetivos el de establecer un marco jurídico e institucional de cooperación e integración económica y física que contribuya a la creación de un espacio económico ampliado, a fin de facilitar la libre circulación de bienes y servicios y la plena utilización de los factores productivos, en condiciones de competencia entre Perú y los Estados Parte del MERCOSUR.

El intercambio comercial entre el Perú y el MERCOSUR en el año 2005, antes que entrara en vigencia el ACE 58, ascendió a los US\$ 2 179 millones. A fines del 2011 el intercambio comercial alcanzó la cifra de US\$ 5 873 millones, lo que significó un incremento de 169%.

Las exportaciones peruanas al MERCOSUR en el año 2011 alcanzaron la suma de US\$ 1 515 millones, 34% correspondieron a exportaciones de productos no Tradicionales y 66% a productos tradicionales. Cabe destacar

---

<sup>43</sup>Fuente:[http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=100&Itemid=123](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=100&Itemid=123)

el notorio crecimiento de las exportaciones no tradicionales que entre el 2005 y 2001 aumentó en un 387% aproximadamente.

Los principales productos exportados a MERCOSUR son: minerales y manufacturas de cobre, minerales de cinc, plata, aceitunas, lacas colorantes, fosfatos de calcio, camisas de algodón, tara y materias colorantes. Debe señalarse que el 83% de las exportaciones peruanas son destinadas a Brasil, seguidas del mercado argentino con un 13%, y el 4% restante se dirigen a Paraguay y Uruguay.

En cuanto a las importaciones, el principal mercado de procedencia de las importaciones peruanas desde el MERCOSUR es Brasil, que representa un 53%, Argentina representa el 39%, y Paraguay y Uruguay conjuntamente representan el 8%.

Finalmente, a partir del 1 de enero del 2012 todos los productos peruanos destinados a Argentina y Brasil tienen una preferencia arancelaria de 100%, es decir ingresan con arancel cero a dichos países.

**b) Acuerdo de Complementación Económica Perú - Brasil:** El 31 de diciembre de 1993, Brasil y Perú suscribieron el Acuerdo de Complementación Económica N° 25 (ACE 25), en el marco del Tratado de Montevideo de 1980 de ALADI, con el objetivo de intensificar las relaciones económicas bilaterales entre ambos países, incrementar y diversificar el intercambio comercial bilateral a través de la eliminación de las restricciones no arancelarias, de la profundización y de la ampliación de las preferencias acordadas, entre otros. Posteriormente, dicho Acuerdo fue reemplazado por el Acuerdo de Complementación Económica N° 39 (ACE 39), suscrito el 12 de agosto de 1999.

El ACE 39 fue suscrito entre Brasil y Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela (Países Miembros de la Comunidad Andina - CAN) y puesto en ejecución mediante Decreto Supremo N° 011-99-ITINCI. El Acuerdo tenía por objeto el establecimiento de márgenes de preferencia fijos, como un primer paso

para la creación de una zona de libre comercio entre la CAN y el MERCOSUR.

#### **Texto del ACE N° 39**

- Anexo I – Preferencias otorgadas por las Partes Signatarias Miembros de la CAN
- Anexo II – Preferencias recibidas por las Partes Signatarias Miembros de la CAN
- Anexo III – Preferencias que Ecuador recibe de y otorga a Brasil en los productos de su lista especial
- Anexo IV – Requisitos Específicos de Origen
- Anexo V – Régimen de Solución de Controversias

La vigencia del ACE 39 fue prorrogada sucesivamente mediante Protocolos Adicionales, siendo el último el Trigésimo Tercer Protocolo Adicional, suscrito el 22 de diciembre de 2005, mediante el cual se dispuso la prórroga de la vigencia del Acuerdo y las preferencias pactadas entre Brasil y Perú, desde el 1º de enero de 2006 hasta el evento que ocurra primero, sea el 31 de marzo de 2006 o la efectiva entrada en vigor del ACE N° 58, suscrito entre el MERCOSUR y Perú.

**c) Acuerdo de Complementación Económica N° 56:** El 6 de diciembre de 2002, Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay (Estados Partes del MERCOSUR) y Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela (Países Miembros de la Comunidad Andina), en el marco jurídico del Tratado de Montevideo 1980 suscribieron el Acuerdo de Complementación Económica N° 56 (ACE 56).

El ACE 56 constituyó un acuerdo marco para la conformación de un Área de Libre Comercio, cuya negociación debía estar culminada antes del 31 de diciembre de 2003. Con dicho fin las Partes fijarían los plazos de desgravación arancelaria, la eliminación de restricciones y demás

obstáculos que afecten el comercio recíproco, lo anterior con miras a lograr la expansión y diversificación de los intercambios comerciales, y de fortalecer el proceso de integración de América Latina.

Los objetivos del ACE 56 fueron:

- La creación de un Área de Libre Comercio a partir de la convergencia de Programas de Liberación Comercial.
- El establecimiento de un marco jurídico que permita ofrecer seguridad y transparencia a los agentes económicos de las Partes.
- La promoción de las inversiones recíprocas entre los agentes económicos de las Partes.
- La promoción del desarrollo y la utilización de la integración física, que permita la disminución de costos y la generación de ventajas competitivas en el comercio regional y con terceros países fuera de la región.

El ACE 56 sirvió de base para que el Perú suscribiera más adelante el Acuerdo de Complementación Económica N° 58 con los Países Miembros del MERCOSUR.

**d) Objetivos Principales del Acuerdo de Complementación Económica Perú – MERCOSUR:** La finalidad del Acuerdo consiste en establecer un área de libre comercio entre las Partes, mediante la expansión y diversificación del intercambio comercial y la eliminación de las restricciones arancelarias y de las no-arancelarias que afectan el comercio recíproco. Siguiendo este pilar, el ACE 58 contempla como objetivos principales a los siguientes:

- Establecer el marco jurídico e institucional de cooperación e integración económica y física que contribuya a la creación de un espacio económico ampliado que tienda a facilitar la libre circulación de bienes y servicios y la plena utilización de los factores productivos, en condiciones de competencia entre las Partes;

- Formar un área de libre comercio mediante la expansión y diversificación del intercambio comercial y la eliminación de las restricciones arancelarias y de las no-arancelarias que afectan el comercio recíproco;
  - Promover e impulsar las inversiones entre los diversos agentes económicos de las Partes.
  - Promover la complementación y cooperación económica, energética, científica y tecnológica.
- e) Contenido del Acuerdo:** El Texto del ACE 58 establece disposiciones en torno a las siguientes disciplinas: Programa de Liberación Comercial, Régimen de Origen, Trato Nacional, Medidas Antidumping y Compensatorias, Prácticas Restrictivas a la Libre Competencia, Aplicación y Utilización de Incentivos a las Exportaciones, Salvaguardias, Solución de Controversias, Valoración Aduanera, Normas y Reglamentos Técnicos, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Medidas Especiales, Promoción e Intercambio de Información Comercial, Servicios, Inversiones y Doble Tributación, Propiedad Intelectual, Transporte, Complementación Científica y Tecnológica, y Administración y Evaluación del Acuerdo.

#### 1.5.1 MARCO CONCEPTUAL<sup>44</sup>

- a) Acuerdo General sobre Tarifas y Comercio (GATT):** El Acuerdo General sobre Tarifas y Comercio (GATT por sus siglas en inglés) ha sido suplantado por la Organización Mundial del Comercio. Un Acuerdo General actualizado es ahora uno de los acuerdos de la OMC.
- b) Asociación Latino-Americana de Integración (ALADI):** La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) se estableció en agosto de 1980 por medio del Tratado de Montevideo y entró en operaciones en marzo de 1981. La asociación busca promover la cooperación económica entre sus

---

<sup>44</sup>Fuente: [http://www.sice.oas.org/dictionary/gt\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/dictionary/gt_s.asp)

países miembros, incluyendo a través de la conclusión de acuerdos comerciales regionales y acuerdos sectoriales. Sus miembros (12) son: Argentina; Bolivia; Brasil; Chile; Colombia; Cuba; Ecuador; México; Paraguay; Perú; Uruguay; y Venezuela. La ALADI reemplazó a la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC), que se había establecido en 1960 con el objetivo de crear un mercado común en América Latina

- c) Mercado Común del Sur (MERCOSUR):** Se estableció como Mercado Común del Sur (MERCOSUR) mediante el Tratado de Asunción, el 26 de marzo de 1991. Entre 1991 y 1995, los cuatro miembros del MERCOSUR – Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay – mantuvieron una serie de negociaciones tendientes al establecimiento de un arancel externo común, que entró en vigor el 1 de enero de 1995. El 2006 es el plazo para la plena implementación de la unión aduanera por parte de todos los miembros. El proceso de relanzamiento del MERCOSUR, iniciado en el 2000, instó a una coordinación macroeconómica más estrecha y a que se atendiera otros aspectos prioritarios, como el fortalecimiento institucional, el arancel externo común, la solución de controversias, defensa comercial y de la política de competencia, y los incentivos para la inversión. Chile y Bolivia pasaron a ser miembros asociados en 1996 y 1997, respectivamente.
- d) Organización Mundial de Comercio (OMC):** La Organización Mundial de Comercio (OMC) sucede al Acuerdo General sobre Tarifas y Comercio (GATT) el 1° de enero del 1995. Es la única organización multilateral que sirve como foro para las negociaciones comerciales para la liberación del comercio, como órgano que supervisa la implementación de acuerdos multilaterales y reglas de comercio acordadas y como un foro para la solución de controversias de comercio. El objetivo de la OMC es promover la liberalización y expansión del comercio internacional de bienes y servicios bajo condiciones predecibles y de certeza legal. La OMC cuenta con 146 países miembros.

**e) Integración Económica<sup>45</sup>:** El término integración económica hace referencia al proceso mediante el cual dos o más países van eliminando entre ellos —pero no frente al resto de países— las distintas barreras económicas que pudieran tener, de tal forma que las transacciones económicas nacionales y las internacionales tienen cada vez menos diferencias a medida que avanza el proceso de integración.

Aunque teóricamente podría darse un proceso de integración económica mundial que condujera a una economía mundial integrada, los procesos de integración por razones políticas y económicas implican a un número más o menos reducido de países, de ahí que hablemos de procesos de integración económica regional.

**f) Importación<sup>46</sup>:** Régimen aduanero que permite el ingreso legal a consumo de un bien o servicio de origen extranjero.

**g) INCOTERMS: Términos de Comercio Internacional.** Son las reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales fijados por la Cámara de Comercio Internacional. Su objetivo es establecer criterios definidos sobre la distribución de gastos y transmisión de riesgos, entre exportador e importador. Hay 13 términos: EXW, FCA, FAS, FOB, CFR, CIF, CPT, CIP, DES, DEQ, DAF, DDP, DDU. Los Incoterms regulan: la entrega de mercancías, la transmisión de riesgos, la distribución de los costes, los trámites de documentos. Pero no regulan: la forma de pago ni la legislación aplicable.

**h) Jurisdicción Aduanera:** Es la potestad que tiene el Estado en todo el territorio del país para controlar y fiscalizar conforme a derecho las operaciones de comercio exterior, la percepción de gravámenes aduaneros y tributos de importación y exportación cuando corresponda, por medio de la Aduana Nacional. También tiene competencia para conocer y resolver las causas de contrabando y defraudación u otras concernientes a la

---

<sup>45</sup>Fuente. <http://www.expansion.com/diccionario-economico/integracion-economica.html>

<sup>46</sup>Fuente: [http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?scriptdo=cc\\_glosario&pLetra=Z&\\_portletid\\_=SGlosario&\\_page\\_=155.00000](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?scriptdo=cc_glosario&pLetra=Z&_portletid_=SGlosario&_page_=155.00000)

impugnación de los actos de las autoridades aduaneras relacionadas con las operaciones de comercio exterior de acuerdo a disposiciones legales en vigencia.

- i) Legislación Aduanera:** Conjunto de disposiciones legales y reglamentarias relativas a la importación, exportación, circulación y depósito de mercancías, cuya aplicación está expresamente encomendada a la aduana, así como cualquier norma dictada por ésta dentro de sus competencias.
- j) Legislación Fitosanitaria:** Leyes básicas que conceden autoridad legal al servicio oficial establecido por el gobierno, para desempeñar las funciones específicas requeridas para proteger la vida y salud de los vegetales, incluyendo el control del cumplimiento de los requisitos fitosanitarios en las importaciones, exportaciones, tránsito de mercaderías y bienes, a partir de la cual pueden elaborar las reglamentaciones fitosanitarias.
- k) Legislación Zoonosanitaria:** Leyes básicas, decretos y resoluciones oficiales que regulan la sanidad animal, las importaciones y exportaciones de animales y productos animales, salvaguardan la salud pública y dan marco legal a las acciones sanitarias relacionadas con la producción de animales y la industria de procesamiento.
- l) Medidas De Salvaguardia:** Medidas destinadas a proteger a una determinada rama de producción contra un aumento imprevisto de las importaciones. Estas medidas se rigen generalmente por el artículo 19 del GATT.
- m) Medidas No Arancelarias:** Son por ejemplo los contingentes, los regímenes de licencias de importación, las reglamentaciones sanitarias, las prohibiciones de importación, etc.
- n) Medidas Paraarancelarias:** Medidas que aumentan el costo de las importaciones de forma análoga a como lo hacen las medidas arancelarias, es decir, en un determinado porcentaje o suma, calculados respectivamente sobre la base del valor o de la cantidad. Se distinguen básicamente 4 grupos:

recargos aduaneros, gravámenes adicionales, gravámenes internos sobre productos importados y aforo aduanero basado en un precio administrativo.

- o) Sellos Aduaneros:** Marcas, precintos o distintivos de seguridad que pone la aduana para la aplicación de ciertos regímenes aduaneros (tránsito aduanero, en particular) generalmente con el fin de prevenir o de permitir la constatación de cualquier daño a la integridad de los bultos; los ilícitos aduaneros, (la sustitución de los bultos o sus contenidos), o de los dispositivos de cierre de los vehículos o de los equipos de transporte. Pueden también servir de medio de identificación de las mercaderías mismas.
- p) Tránsito Aduanero:** Régimen aduanero bajo el cual las mercaderías sujetas a control aduanero son transportadas de una aduana a otra (ALADI/CR/Resolución 53 (1986).
- q) Unión Aduanera:** Consiste en la sustitución de dos o más territorios aduaneros por un solo territorio aduanero, de tal forma que los derechos de aduanas y demás reglamentaciones restrictivas son eliminados respecto de lo esencial de los intercambios comerciales entre los territorios constitutivos de la unión o al menos en los que concierne a lo esencial de los intercambios comerciales de los productos originarios de dichos territorios. Cada uno de los miembros de la unión aplica al comercio con los territorios que no estén comprendidos en ella derechos de aduana y demás reglamentaciones del comercio que, en substancia sean idénticos.
- r) Vista De Aduanas:** Funcionario técnico aduanero encargado de verificar la exactitud de la declaración de las mercaderías con las mismas.
- s) Zona De Libre Comercio:** El comercio dentro del grupo que la integra se realiza en franquicia arancelaria, pero los miembros establecen sus propios aranceles para las importaciones procedentes de países no miembros (por ejemplo, el TLCAN).

- t) **Zona Primaria:** Área terrestre o acuática, continua o discontinua, ocupada por los puertos, los aeropuertos y el área adyacente a los puntos de frontera, habilitada por la autoridad aduanera, para el control de mercaderías, vehículos y personas.

## 1.6 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

- Tesis: “Análisis del impacto económico y sus efectos, de una probable integración económica latinoamericana”

Autor: Renzo Salazar Carranza (UCSM, 2009)

- Tesis: “Estudio de los Efectos Sobre el Comercio Bilateral y las Inversiones, del Tratado de Libre Comercio entre Chile y México, durante el Periodo 1998 - 2003”

Autor: Daniel Alejandro Fernández Ponce (Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, 2005).

## 1.7 HIPOTESIS

**DADO QUE** aún no se logra evidenciar un proceso de integración comercial entre el mercado de la región Arequipa y la zona Noroeste de Brasil; generado en primer lugar por el poco dinamismo de los empresarios brasileños, el proteccionismo del gobierno de Brasil y los negocios que se realizan no por frontera sino por el puerto de Santos; **ES PROBABLE** que mediante un análisis del impacto de los acuerdos comerciales en las oportunidades de negocio de la región Arequipa con el mercado de Brasil, se proponga soluciones al intercambio comercial y por ende un mayor crecimiento económico en la región.

## PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

### 2.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Las técnicas a emplear son:

Variable	Indicadores	Técnica	Instrumentos
<p><b>1. VARIABLE INDEPENDIENTE</b></p> <p><b>Acuerdo de Complementación Económica Nº 58 Perú-MERCOSUR.</b></p>	<p>a) Lista de productos con desgravación arancelaria.</p> <p>b) Demanda de productos</p> <p>c) Infraestructura</p> <p>d) Facilitación de comercio</p> <p>e) Tipo de cambio</p> <p>f) Inversión Extranjera Directa</p>	<p>a) Observación documental</p> <p>b) Observación documental</p> <p>c) Observación documental</p> <p>d) Observación documental</p> <p>e) Análisis y síntesis</p> <p>f) Análisis y síntesis</p> <p>g) Análisis y síntesis</p>	<p>a) Datos estadísticos</p> <p>b) Datos estadísticos</p> <p>c) Datos estadísticos</p> <p>d) Datos estadísticos</p> <p>e) Documento</p> <p>f) Datos estadísticos</p> <p>g) Datos estadísticos</p>
<p><b>2. VARIABLE DEPENDIENTE</b></p> <p><b>Impacto en las oportunidades de negocio de la región Arequipa.</b></p>	<p>a) Variación de las exportaciones.</p> <p>b) Variación de las importaciones.</p> <p>c) Niveles de empleo.</p> <p>d) Infraestructura.</p> <p>e) Logística comercial</p> <p>f) Facilitación de comercio.</p>	<p>a) Análisis y síntesis</p> <p>b) Observación documental</p> <p>c) Análisis y síntesis</p> <p>d) Análisis y síntesis</p> <p>e) Análisis y síntesis</p>	<p>a) Datos estadísticos</p> <p>b) Datos estadísticos</p> <p>c) Documento y cedula de entrevistas</p> <p>d) Datos estadísticos</p> <p>e) Documento y cedula de entrevistas</p>

## 2.2 ESTRUCTURAS DE LOS INSTRUMENTOS

### 2.2.1 Ficha de observación estructurada

Con esta ficha extraeremos la información de textos que han sido investigados de acuerdo a los objetivos planteados, la cual se establecerá como guía de los ítems a observar.

## 2.3 CAMPO DE VERIFICACIÓN

### 2.3.1 Ámbito

Para esta investigación se tomara en cuenta a los sectores involucrados en el comercio exterior con el mercado de Brasil en la región Arequipa.

### 2.3.2 Temporalidad

La presente investigación se realizará en el presente año 2015, lo que nos indica que es una investigación de tipo coyuntural o actual.

### 2.3.3 Unidades de Estudio

Políticas comerciales entre el Perú y Brasil

## 2.4 ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- Entrevista con empresarios de la localidad.
- Estudios preliminares bibliográficos:
  - Trabajo de biblioteca.
  - Centros de información primaria.
- Selección de bibliografía básica.

- Recopilación, procesamiento y análisis de la información.
- Esquema estructural de la investigación.

## 2.5 RECURSOS NECESARIOS

Dentro de ello tenemos los siguientes requerimientos

### 2.5.1 Humanos

El trabajo y todo lo que engloba está a cargo de las personas de Diandra Valencia Gutiérrez y Stephanie Gallegos Berrocal, las cuales son totalmente responsables de la ejecución y presentación de dicho trabajo.

### 2.5.2 Materiales

- Una PC compatible.
- Una impresora a tinta
- Útiles de escritorio (papel bond de 75 gr. 2 millares, lapiceros, grapas, resaltadores, reglas)
- Conectividad a Internet
- Memoria USB
- Cartucho de tinta
- Folders
- Grabadora

### 2.5.3 Financieros

Honorarios de Tesista: S/. 00.00

PC Compatible: S/ 1500.00

Impresora a tinta S/. 250.00

Útiles de escritorio S/. 100.00

Conectividad a internet S/. 300.00

Pasajes: S/. 450.00

Imprevistos S/. 260.00

**Total S/. 2860.00**

Recursos financieros que serán financiados exclusivamente por los encargados de la investigación.

## 2.6 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

### CUADRO DE GANTT

Actividad	Meses			
	1	2	3	4
1. Preparación de la idea de proyecto	—			
2. Elaboración, presentación y aprobación del ante proyecto		—		
3. Recolección de fuentes primarias y secundarias.		—	—	
4. Procesamiento y Análisis de la información y de los Datos de las fuentes Primarias y Secundarias			—	—
5. Elaboración, presentación y sustentación del trabajo final				—