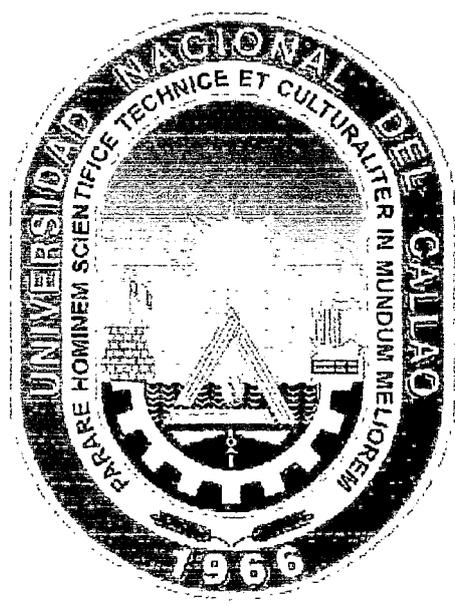


14



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE INGENIERIA PESQUERA Y DE ALIMENTOS
INSTITUTO DE INVESTIGACION DE LA FACULTAD DE INGENIERIA
PESQUERA Y DE ALIMENTOS



R E C I B I D O	UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
	VICE-RECTORADO DE INVESTIGACIÓN
	036 19 MAR 2015
	HORA: R.10
	FIRMA:

114
19 MAR 2015

CENTRO DE DOCUMENTACION
 CIENTIFICA Y TRADUCCIONES

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACION

“EXPORTACION DE PRODUCTOS PESQUEROS
NO TRADICIONAL AL MERCADO DE BRASIL”

Autor: JULIO MARCELO GRANDA LIZANO

(PERIODO DE EJECUCION DEL 01 DE ENERO 2013 AL 31 DE DICIEMBRE 2014)

(Resolución de aprobación N° 164-2013-R)

Callao, 2014

a) INDICE

	PAGINA
a) INDICE.....	1
b) RESUMEN	2
c) INTRODUCCION.....	3
d) MARCO TEORICO.....	4
d.1 Aspectos generales de Brasil.....	4
d.2 Variables macroeconómicas.....	8
d.3 Características de la población y tendencia del consumo	9
d.4 Producción, exportación e importación de Brasil.....	10
d.5 Consumo per cápita de pescado de Brasil.....	15
d.6 Acceso al mercado de Brasil.....	17
d.7 Acuerdos comerciales con Brasil.....	26
d.8 Condiciones de acceso al mercado de Brasil.....	28
d.9 Productos pesqueros comercializados en supermercados de Brasil.....	30
d.10 La Competencia de productos pesqueros en Brasil.....	36
d.11 El Recurso pesquero peruano.....	39
e) MATERIALES Y METODOS.....	40
e.1 Métodos y materiales utilizados en la investigación.....	40
e.2 Identificación de la oferta exportable a Brasil.....	41
e.3 Características de los principales productos pesqueros no tradicionales exportados a Brasil.....	44
e.4 Segmentación y Cuantificación de la demanda del mercado de Brasil.....	52
e.5 Estrategias de exportación de los productos pesqueros no Tradicionales peruanos al Estado de Sao Paulo.....	69
f) RESULTADOS.....	78
g) DISCUSION.....	87
h) REFERENCIALES.....	93
i) APENDICE.....	95
ANEXOS.....	109

b) RESUMEN

Con 192 millones de habitantes, Brasil tiene un mercado consumidor amplio y en desarrollo, con proyecciones optimistas, y con brasileños consumiendo más y buscando mayor calidad y salud en su alimentación, es la región Sureste, conformada por mega ciudades como Sao Paulo (20 millones de habitantes) y Rio de Janeiro (11 millones de habitantes) las que tienen la mayor población de Brasil, la mayoría urbana de fuertes ingresos con incrementos de gastos en alimentación fuera de casa sobre todo de productos *delicatesen o gourmet* en muchos casos a base de pescado de agua salada y con un consumo promedio per cápita de 15 kg por año.

Las importaciones pesqueras de Brasil en 2013 fueron de 1310 millones de dólares FOB (649 miles de Ton), 20 % mayor que 2012, el consumo aparente fue de 1180 miles de ton con crecimiento del 9 % por año y los principales países que más exportaron a Brasil fueron Chile con una participación del 26 % (341 millones US\$FOB) y Argentina con 17 % (223 millones US\$ FOB) del total importado, nuestros principales competidores.

Las exportaciones pesqueras no tradicional de Perú a Brasil en 2013 fueron de 28,6 millones de US\$ FOB (10,2 miles de Ton), 100 % mayor que 2012 (2 % del total importado por Brasil). Los principales productos que se exportaron fueron las conservas de caballa y de anchoveta y los congelados de caballa; el precio promedio de exportación fue de 2.50 a 3.70 US\$/kg.

Para incrementar las exportaciones a Brasil, se ha propuesto llevar a cabo dos estrategias: Penetración de Mercado y Desarrollo de Productos (Kotler) con la primera estrategia se llegaría a 69 millones de dólares FOB para el próximo año en base a conservas y congelado de caballa y anchoveta, con la segunda estrategia se propone desarrollar productos pesqueros con valor agregado del tipo *delicatesen o gourmet*, para el mercado de Sao Paulo, (nicho de mercado: edad entre 25-55 años, NSE A/B), en base a nuestros recursos: merluza, pota, langostinos y atún, encontrándose una demanda de 180 toneladas anuales que espera un ingreso de 2,1 millones US\$ FOB adicionales, la distribución se hará a través importadores-distribuidores, los precios de exportación serán un 180% menos de los precios de venta al público, se recomienda además participar en ferias comerciales para hacer conocer nuestra nueva oferta exportable.

c) INTRODUCCIÓN

El objetivo central de esta investigación es determinar las oportunidades comerciales que ofrece el mercado brasileño para nuestros productos pesqueros no tradicionales.

Tenemos que Brasil, cuenta con una población de 200 millones de habitantes (2013), la quinta más poblada del mundo, con una economía estable y fuerte, una gran población urbana (84% del total) y poder adquisitivo alto, en donde Sao Paulo y Rio de Janeiro son las ciudades más pobladas e importantes en términos comerciales. El pescado nunca disfruto de gran prestigio entre los brasileños, pero la situación comenzó a cambiar en los últimos años, con un salto importante en el consumo per cápita en el país, de 6,6 Kg en 2000 a 9,7 Kg en 2010, y el crecimiento promedio anual es del 2%, debido principalmente al aumento de los ingresos, cambios en los hábitos de consumo y medidas del gobierno brasileño a promover en la población más necesitada el consumo de pescado como recurso alimenticio saludable y nutritivo. Este gran mercado aun es nuevo para nosotros (no más de 5 años), su lejanía, la poca preferencia por consumo de pescado salado, mecanismos de exportación con muchas barreras arancelarias y no arancelarias, etc, no han permitido que el industrial pesquero mirara con mayor atención a Brasil.

El presente trabajo de investigación permitirá identificar la nueva oferta exportable que conquistara este mercado, segmentándola de acuerdo a las variables como población, ingresos y nivel socio económico, para determinar luego la demanda de pescado en los nichos más representativos. Describiremos además los principales productos pesqueros no tradicionales que actualmente se exportan y que están ingresando a este mercado por pertenecer al MERCOSUR según el ACE 58, en donde se identifican las barreras arancelarias y no arancelarias que deben cumplir para una exportación exitosa., también se determinaran los diversos canales de distribución adecuados para la distribución de los productos.

Finalmente, propondremos las estrategias de comercialización que se deben aplicar para una debida exportación de los productos pesqueros no tradicionales a Brasil en relación al Producto, Precio, Distribución y Promoción.

d) MARCO TEÓRICO

d.1 ASPECTOS GENERALES DE BRASIL (1)

Brasil, es el país con mayor territorio en América del Sur. Su extensión alcanza los 8.5 millones de Km², es una república federativa conformada por 26 estados federados y un distrito federal. Con aproximadamente 200 millones de habitantes en el 2013, se ubica en el quinto lugar entre los países con mayor población en el mundo y cuenta con una tasa de crecimiento poblacional del 1.2 por ciento anual. Tiene como idioma oficial al portugués, su unidad monetaria es el real (US\$= 2.506 real, 2013) y la capital es Brasilia.

A pesar de que sus más de 200 millones de habitantes hacen de Brasil el quinto país más poblado del mundo, presenta un bajo índice de densidad poblacional. Esto se debe a que la mayor parte de su población se concentra a lo largo del litoral, mientras el interior del territorio aún está marcado por enormes vacíos demográficos.

La economía brasileña es la mayor de América Latina y del hemisferio Sur, la sexta mayor del mundo por PIB nominal y la séptima mayor por paridad del poder adquisitivo (PPC). Brasil es una de las principales economías con más rápido crecimiento económico en el mundo y las reformas económicas dieron al país un nuevo reconocimiento internacional, tanto en el ámbito regional como global.

Debido a su gran población, Brasil ostenta tres mega ciudades (2008):

- La Región Metropolitana de São Paulo con aproximadamente 19 509 000 habitantes en una superficie de 8.051 km². De esta manera, se convierte en la primera megalópolis más grande en extensión y en población de América Latina.
- La Región Metropolitana de Río de Janeiro también superpoblada, cuenta con 11 513 000 habitantes.
- La Región Metropolitana de Belo Horizonte con aproximadamente 5 054 000 habitantes.

¹ www.es Wikipedia.org/wiki/Brasil

FIGURA N° d.1
MAPA DE BRASIL



REGIONES DE BRASIL (2012)

La división de Brasil por regiones – Norte, Noreste, Centro-Oeste, Sureste y Sur – fue hecha para facilitar la colecta y el procesamiento de las estadísticas nacionales. Los límites de las regiones coinciden con las fronteras de los estados que de ellas forman parte.

Región Norte

La Región Norte tiene un área de casi 4 millones de kilómetros cuadrados (el 45,27% del territorio brasileño). Es formada por los estados de Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima y Tocantins. La región abriga el 7% de la población brasileña, lo que corresponde a cerca de 10,6 millones de habitantes. La mayoría vive en la zona urbana. La Región Norte tiene clima ecuatorial y es bañada por los grandes ríos de la cuenca Amazónica y de Tocantins. Las principales actividades económicas son el extrativismo vegetal (látex, madera etc.) y mineral (fierro y manganeso).

Región Noreste

El área de la Región Noreste supera 1,5 millón de kilómetros cuadrados, correspondiendo al 18,26% del territorio brasileño. De ella forman parte los estados de Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande del Norte, Pernambuco, Paraíba, Sergipe, Alagoas y Bahía. En la Región Noreste, donde predomina el clima tropical, están el 28,9% de la población de Brasil. Son más de 43,7 millones de habitantes, que se concentran en áreas urbanas. La economía del Noreste es basada en la agroindustria del azúcar y del cacao, exploración de petróleo y, más recientemente, fuerte inversión en el sector de turismo.

Región Centro-Oeste

La Región Centro-Oeste ocupa un área de más de 1,6 millón de kilómetros cuadrados, que equivale al 18,86% del territorio nacional. Es formada por los siguientes estados: Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás y Distrito Federal. El clima de la región es tropical y semi húmedo, con frecuentes lluvias de verano. Casi 10 millones de personas habitan el Centro-Oeste, representando el 6,5% de la población brasileña. La mayoría de ellas se concentra en áreas urbanas. Al principio, la economía de la región se basaba en la exploración de minas de oro y diamantes, que a los pocos fue sustituida por la ganadería. El poblamiento y el desarrollo del Centro-Oeste aumentaron tras la transferencia de la capital federal de Rio de Janeiro para Brasilia. El sector de turismo también se desarrolló, debido a las ricas fauna y flora de Pantanal y otros paisajes de la región.

Región Sureste

La Región Sureste tiene un área de más de 920 mil kilómetros cuadrados, lo que equivale al 10,85% del territorio nacional. Es formada por los siguientes estados: Espírito Santo, Rio de Janeiro, Minas Gerais y São Paulo. En el Sureste, región de clima tropical atlántico y tropical de altitud, viven el 42,63% de los brasileños. Con más de 64,6 millones de habitantes, la región tiene el mayor número habitantes del país, que viven en su mayoría en zonas urbanas. La economía de la región se basa principalmente en la actividad industrial, pero también son importantes los rebaños bovinos y la pro-



ducción agrícola (en especial caña de azúcar, naranja y café). Existen, aún, campos de petróleo y reservas de hierro y manganeso.

Región Sur

La Región Sur ocupa más de 570 mil kilómetros cuadrados, correspondiendo al 6,75% del territorio brasileño. Paraná, Santa Catarina y Rio Grande del Sur son los estados que constituyen esta región, de clima predominantemente subtropical. En el Sur viven el 14,95% de la población brasileña. Son más de 22,6 millones de habitantes, en especial en las áreas urbanas, buena parte inmigrantes o descendientes de alemanes, italianos y portugueses. La economía del Sur, antes basada solamente en la agropecuaria, también desarrolló un importante parque industrial en las últimas décadas. El extrativismo vegetal y mineral son otras actividades frecuentes en la región.

**FIGURA N° d.2
REGIONES DE BRASIL**



d.2 VARIABLES MACROECONOMICAS

Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas:

El año 2010, la economía brasileña creció 7.5%, porcentaje superior al promedio regional y mayor a lo proyectado. Estos buenos resultados obedecen a la buena gestión económica de los últimos 20 años, caracterizada por la estabilidad macroeconómica, la apertura de mercado, la reducción de la inequidad en los ingresos, y un entorno favorable para el impulso del sector privado.

La reacción a la crisis internacional que tuvo Brasil fue exitosa. El país tuvo un leve decrecimiento del PBI en 2009 (-0.6%) y el año pasado regresó a la senda del crecimiento. Es por ello que la actual administración de la presidenta Rousseff ha decidido mantener las metas del gobierno anterior, es decir, control de inflación y superávit primario.

La fuerte inversión en infraestructura y el aumento del presupuesto destinado a programas sociales explican una leve disminución en la tasa de desempleo y, a la vez, una tendencia creciente de la inflación en los últimos años. Sin embargo, con las medidas señaladas en el párrafo anterior se espera mantener la inflación dentro de la meta establecida a pesar de los importantes montos asignados a programas sociales e inversión pública.

CUADRO N° d.1

EVOLUCION DE LOS INDICADORES MACROECONOMICOS DE BRASIL 2006–2012

Indicadores	2006	2007	2008	2009	2010	2011*	2012*
PBI (variación %)	4.0	6.1	5.2	-0.6	7.5	4.5	4.1
PBI Per cápita (US\$) (PPP)	9,166	9,900	10,528	10,453	11,239	11,767	12,321
Desempleo (variación %)	9.97	9.29	7.90	8.10	6.70	6.70	6.70
Inflación (variación %)	4.2	3.6	5.7	4.9	5.0	6.3	4.8

Fuentes: World Economic Outlook, FMI. (2014)

A continuación vemos las diferencias económicas entre Brasil y Perú:

CUADRO N° d.2
INDICADORES ECONOMICOS DE BRASIL Y PERU (2013)

	Brasil	Perú
Población (millones de hab.)	199.90	199.9 30.5
PBI (US\$ millones)	2,198,218.00	204,113.00
PBI per cápita (US\$)	10,958.00	6,692.00
Exportaciones (miles de millones US\$)	163.00	29.00
Importaciones (miles de millones de US\$)	145.00	24.00

Fuente: WEO, FMI, 2014

d.3 CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN Y TENDENCIAS DEL CONSUMO

El 84 por ciento de la población brasileña es urbana y las ciudades más pobladas son Rio de Janeiro y Sao Paulo, consideradas las más importantes en términos comerciales.

Del total de la población brasileña el 54 por ciento es principalmente de origen europeo, el 44 por ciento de origen mestizo y africano. En el grupo de edad de 0 a 14 años se encuentra el 24,7 por ciento, entre 15 a 64 años el 64,2 por ciento y de 65 o más el 11,1 por ciento.

El gasto total del consumidor brasileño ha aumentado de 4,1 por ciento a 4,2 por ciento, para los años 2013 y 2014 respectivamente (442265 y 459277 millones de reales respectivamente)

En promedio las familias brasileras gastan 2626 reales al mes (US\$ 1574).

Muchos de los brasileros optan por los alimentos envasados y procesados, especialmente congelados y alimentos semis elaborados.

El pescado y los mariscos ocupan el cuarto lugar en las preferencias de Brasil, detrás de las aves (40 %), carne de res (30%) y de cerdo (13%). Se espera que la nueva tendencia enfocada a productos saludables y el mayor ingreso disponible incrementen el consumo de pescado y mariscos.

A partir del 2012, el gobierno brasileño creó la Semana del Pescado (septiembre de cada año) con el fin de incrementar el consumo de pescado sobre todo en las poblaciones de bajos recursos económicos.

d.4 LA PRODUCCIÓN, EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS DE BRASIL (2)

La Producción Pesquera

La pesca y la acuicultura representan poco menos del 0.5 por ciento del PBI del Brasil, el cual no tiene importancia en la economía nacional. Sin embargo se estima que más de cinco millones de brasileños tienen que ver con la producción y el mercado de los productos pesqueros, actividad que mueve alrededor de 2.7 billones de dólares al año.

La producción pesquera de Brasil al 2010 fue de 1264,765 toneladas, 2 por ciento mayor que 2009, de los cuales el 62 por ciento (785.4 miles de toneladas) fue de la extracción y el 38 por ciento (479.4 miles de toneladas) provino de la acuicultura.

Del total extraído, 536 mil toneladas provino de la extracción marina y 245 mil toneladas de la pesca continental.

Las Regiones más productivas fueron Noreste con 411 mil toneladas (32.5 por ciento), Sur con 312 mil toneladas (24.6 por ciento) y la del Norte con 274 mil toneladas (21.7 por ciento). Los estados de mayor producción pesquera fueron Santa Catarina con 184 mil toneladas, Para con 143 mil toneladas y Bahía con 115 mil toneladas.

La pesca extractiva marina, constituye una de las más importantes productoras de especies al mercado brasileño, al 2010 estuvo conformado por 86,8 por ciento por peces, 10,6 por ciento de crustáceos y 2,6 por ciento de moluscos.

Entre los pescados que más se capturaron están la sardina (62 mil toneladas), corvina (43, mil toneladas), amarela (21 mil toneladas), bonito (20,6 mil toneladas) y entre los crustáceos tenemos al camarón siete barbas (15 mil toneladas).

En cuanto a la producción de la acuicultura continental, las principales especies que se producen son la tilapia y la carpa, representaron el 64 por ciento de lo cultivado.

² Boletín Estadística da Pesca e Acuicultura, 2010- Brasil

Utilización de las capturas

Las capturas de las diferentes flotas así como la producción de la acuicultura se destinan al consumo fresco en el mercado interno y una parte es procesada con destino al mercado doméstico y principalmente al mercado externo. Los desembarques de la flota artesanal abastecen principalmente al mercado interno para consumo directo fresco o enfriado.

La producción de la flota industrial costera abastece principalmente de materia prima las industrias de conservas, de enfriados y congelados, que producen diferentes tipos de filete y pescado descabezado para la exportación y, en menor medida, para el mercado interno.

La producción de la flota industrial de altura se destina a la exportación fresca, enfriada y congelado y en menor medida al mercado interno.

La producción de la acuicultura es comercializada de forma variada y no hay un control sistemático de su destinación. Muchos productores venden el pescado en el momento de la cosecha. El procesamiento del pescado cultivado de agua dulce es limitado, ocurriendo el proceso de evisceración para la venta, el ahumado y el fileteado. En la producción de camarones, ya existen varias industrias de procesamiento de camarones cultivados, inclusive destinados al mercado externo. En la producción de molusco, el mercadeo es hecho de manera similar al que ocurre en la acuicultura y la única forma de procesamiento es el cocinado.

Situación actual de la industria

El parque industrial pesquero es constituido por cerca de 300 empresas que trabajan, sobre todo con los recursos que presentan la más grande producción o valor en la pauta de exportaciones y con diversas líneas de procesamiento. Este parque posee una estructura de procesamiento relativamente nueva con 20 años de funcionamiento, con un nivel tecnológico comparable con los mejores del mundo siendo habilitada con HCCAP.

En las regiones norte y nordeste, predomina la línea de congelados destinadas al mercado externo beneficiando principalmente la cola de langosta, el filete de peces, cola de camarones y, en los últimos años, los atunes. Se destaca, entre otras especies, el procesamiento de productos enfriados principalmente el patudo y el pez espada.

En el sur y las regiones surorientales, la estructura de las industrias está orientada a las sardinas y a la producción de atún en conserva (entre otras especies), y a los productos enfriados y congelados (filetes), la mayor parte destinada al mercado nacional. En particular, el procesamiento de productos enfriados, principalmente el patudo y el pez espada.

Exportaciones e Importaciones

La balanza comercial brasileño de pescado ⁽³⁾ al 2010, está conformado por las exportaciones 263 millones de US\$ FOB, las importaciones de 1011 millones de US\$ FOB, lo que arrojó un déficit de 748 millones de US\$, elevándose en 273 millones de US\$ FOB de déficit en relación al 2009 (475 millones de US\$ FOB).

Desde el 2006, el saldo de la balanza comercial de pescado ha resultado siempre negativo, tanto en valores comerciales como en volúmenes de mercadería.

Las exportaciones de pescado, estuvo representado por 7 ítems, que constituyo el 66 por ciento de los exportado, destacando las langostas congeladas (47 por ciento del total), dirigido especialmente al mercado americano.

Las importaciones de pescado en 2010 fueron de 1011,590 millones de US\$ FOB (286mil toneladas) y según FAO las importaciones de pescado de Brasil vienen incrementándose a un ritmo del 5 por ciento anual. Todos los ítems de pescado están incrementándose tanto en valor como en peso, donde la importación de pescado fresco o congelado representa el 94,6 por ciento del total, seguido por las conservas con 4,4 por ciento.

Los principales países vendedores de pescado a Brasil han sido Chile con 261 millones de US\$ FOB (26 por ciento del total importado) 32 por ciento mayor de 2009 (199 millones de US\$ FOB), pero últimamente tuvo reducciones en la venta del salmón por presentar anemia en la carne, vendiendo mayormente trucha, por lo que la importación en términos de peso se redujo en 8 por ciento. Luego tenemos a Noruega con 217 millones de US\$ FOB, 40 por ciento de incremento, Argentina con 168 millones de US\$ FOB, China con 97 millones de US\$ FOB con 251 por ciento de incremento

³ Pescado: peces, crustáceos y moluscos

y 327 por ciento de incremento en términos de peso, finalmente tenemos a Portugal con 87 millones de US\$ FOB, 65 por ciento de incremento y 49 por ciento de incremento en términos de peso.

En cuanto a los principales productos que importaron tenemos en primer lugar al Bacalao noruego o portugués, que se importó ya sea congelado o seco-salado, represento el 29 por ciento del total importado en términos de valor, luego tenemos al salmón congelado proveniente de Chile, 18,5 por ciento del total, otros filetes de pescado congelado importado de China y Argentina con 14 por ciento del total y un incremento del 117 por ciento en términos de peso, seguido de la merluza congelada proveniente de Chile y Vietnam con 12 por ciento del total y muestra estabilidad en términos de peso, luego tenemos a las conservas de pescado importado de Ecuador y Tailandia con 5 por ciento del total y un incremento de 9000 toneladas en 2009 a 16000 toneladas en 2010, 70 por ciento de incremento, finalmente están las sardinas congeladas provisto de Marruecos, con un 3 por ciento del total, importado especialmente para la fabricación de conservas de pescado.

Analizando los valores monetarios (US\$/Kg) por categoría de pescado importado por Brasil tenemos que los crustáceos muestran un elevado incremento de 192 por ciento, en 2009 fue de 6,38 US\$/Kg y en 2010 18,64 US\$/Kg., luego tenemos al pescado fresco, filete fresco, pescado seco, peces vivos y moluscos con 40 por ciento, 13 por ciento, 14 por ciento, 14 por ciento y 3,4 por ciento respectivamente.

Brasil, en el 2011 sigue registrando un saldo negativo en la balanza comercial de productos de la pesca con cerca de 1,3 millones de USD importados en 2011, frente a 250.902 USD exportados en el mismo año, tal como observamos en los Gráficos siguientes:

GRAFICO N° d.1

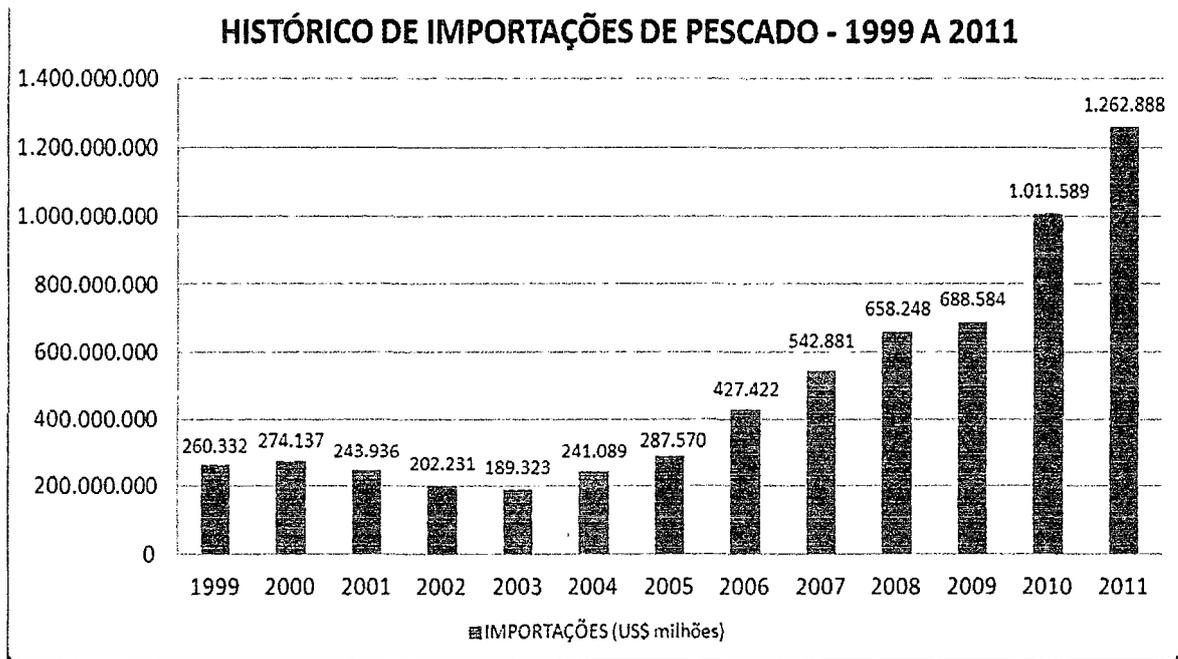
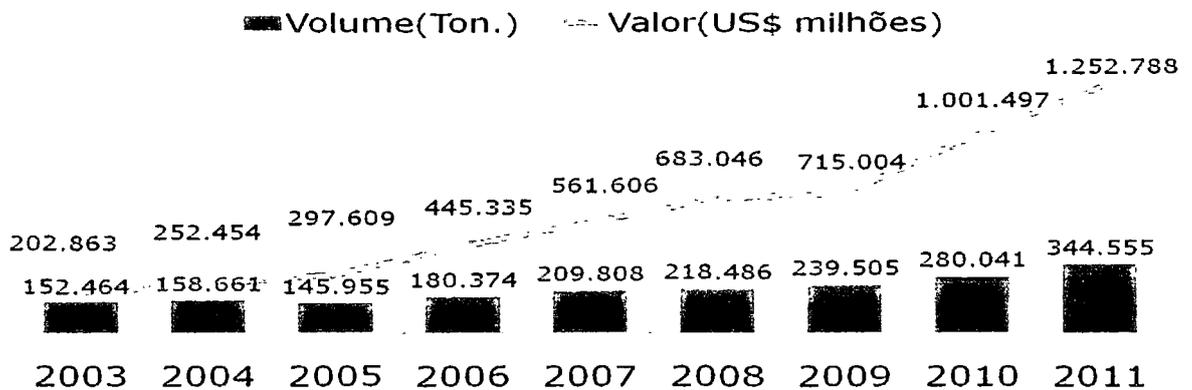


GRAFICO N°d.2



DESEMPENHO DAS IMPORTAÇÕES DE PESCADO DO BRASIL EM VOLUME E VALOR 2003 -2011

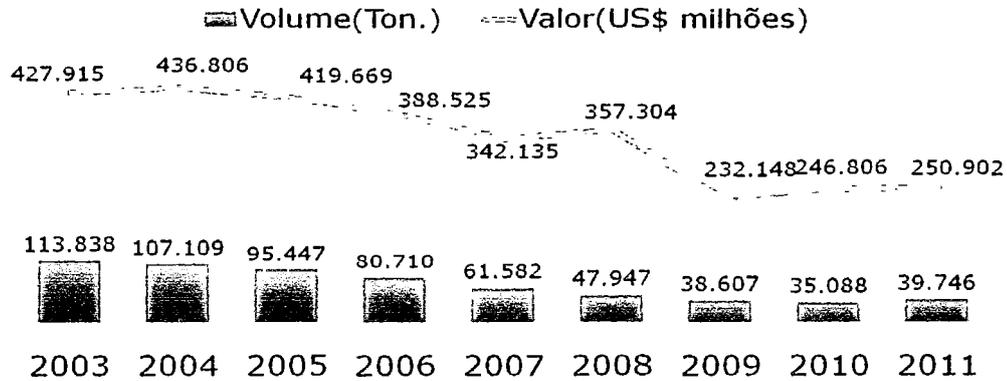


Fonte: Ministério de Pesca y Acuicultura de Brasil, 2012

GRAFICO N°d.3



DESEMPEÑO DAS EXPORTAÇÕES DE PESCADO DO BRASIL EM VOLUME E VALOR 2003 -2011



Fuente: Ministerio de Pesca y Acuicultura de Brasil, 2012

d.5 CONSUMO PER CÁPITA DE PESCADO DE BRASIL

El consumo per cápita aparente de pescado (CPA) de Brasil, está dado por la siguiente formula:

$$\text{CPA} = \frac{\text{PN} + \text{IMP} + \text{EXP}}{\text{POBLACION}}$$

Dónde:

PN: Producción nacional de pescado (peso bruto)

IMP: Importaciones nacional de pescado (peso bruto)

EXP: Exportaciones nacional de pescado (peso bruto)

Se observa que el consumo per cápita de pescado en Brasil viene incrementándose en los últimos años un promedio de 6 a 8 por ciento al año (véase Cuadro N° d.3), reflejándose incrementos en la producción nacional y sobre todo en las importaciones de productos pesqueros en donde crecieron un 20 por ciento del 2009 a 2010.

CUADRO Nº d.3**CONSUMO PER CAPITA APARENTE DE PESCADO EN BRASIL**

Años	Pobalación (miles)	Produc. Nac (miles TM)	Exportación (miles TM)	Importación (miles TM)	Total (miles TM)	Kg/hab/año
2010	190,732	1,265	42	637	1,859	9.75
2009	189,991	1,240	49	524	1,716	9.03
2008	187,886	1,156	60	474	1,570	8.36
2007	185,735	1,072	75	435	1,432	7.71
2006	183,554	1,051	96	381	1,337	7.28
2005	181,341	1,009	115	313	1,207	6.66
2004	179,113	1,016	133	314	1,198	6.69
2003	176,876	990	139	291	1,142	6.46
2002	174,876	1,007	123	297	1,181	6.75
2001	172,386	940	96	327	1,170	6.79
2000	170,143	843	74	373	1,142	6.71

Fuente: Ministerio de Desenvolvimento, Indústria y Comercio Exterior de Brasil, 2012

Por otro lado los factores que están influyendo en el aumento de consumo de pescado en Brasil (4) son:

- ✓ El crecimiento de la economía brasileña y los cambios en los patrones de consumo.
 - El crecimiento de los ingresos de la población
 - Reducción de la desigualdad social
 - Preocupación por las personas con una dieta saludable
- ✓ La apreciación de la moneda brasileña y aumento de las importaciones;
- ✓ Aumento de la producción y
- ✓ Políticas Públicas.

El consumo y la demanda

El consumo de pescado per cápita en Brasil, se estima en 5.5kg, lo que significa un consumo bastante bajo comparado con los 55 kg per cápita de

⁴ Ministerio de Pesca y Acuicultura de Brasil, 2012

Portugal o los 41 kg per cápita de España, dos de los principales consumidores del planeta. Por esta razón el Ministerio de Pesca y Acuicultura de Brasil –MAP- (<http://www.mpa.gov.br/>) desde 2012, viene organizando campañas de publicidad en los medios de comunicación para fomentar el consumo de pescado con la intención de mejorar la dieta nacional ya que según el MAP, existe un déficit de consumo de pescado en el mercado nacional. Lo que supone una oportunidad para la inversión en el sector.

d.6 ACCESO AL MERCADO DE BRASIL

Brasil, se caracteriza por tener un mercado poco abierto al comercio exterior y ocupa el puesto 100 de 183 países en lo referente a apertura comercial. A pesar de ello este país ha iniciado un proceso paulatino de apertura económica considerando en la actualidad a este país con alto potencial de incremento en las oportunidades para los productos importados en general.

d.6.1 Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias

El arancel promedio con el cual Brasil graba a los productos importados es de 11.5%, mientras que el de la región es de 8.2%. Sin embargo, nuestro país tiene un acuerdo comercial con Brasil (ACE 58), que posibilita que en la actualidad un número importante de productos nacionales ingresen al mercado brasileño con arancel cero.

Medidas No Arancelarias ⁽⁵⁾

A pesar de la liberalización del comercio en los últimos años exportar al mercado brasileño puede resultar difícil si no se conoce los procedimientos. Por ejemplo, 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).

Las importaciones brasileñas están sujetas al régimen de licencias, cuya autorización podrá ser automática y no automática. Las de autoriza-

⁵ Acceso al mercado de alimentos de Brasil, Felipe Machado (2010)

ción automática, las instrucciones deberán ser dadas al SISCOMEX (Sistema Integrado de Comercio Exterior) en el momento de formular la declaración para fines de despacho aduanero.

En el caso 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.

Las licencias no automáticas 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.

Estructura Arancelaria

Las importaciones de bienes en Brasil están afectas a aranceles, además de otros impuestos de importación como son el IPI, ICMS, PIS y CONFIS.

El arancel general (NMF) no sujeto a preferencias comerciales que aplica el Brasil tiene múltiples tasas que van desde el 0% hasta el 35%.

Todos los aranceles son ad valorem y se aplican sobre el valor CIF del producto importado.

Los aranceles aplicados son relativamente progresivos, es decir, serán más altos a mayor grado de elaboración de los productos, y más bajos en el caso de materias primas. Los productos pesqueros tienen un arancel del 10 por ciento en promedio.

Clasificación Arancelaria

Brasil aplica el Arancel Exterior Común (AEC) del Mercosur desde el 1 de enero de 1995, expresado en la Nomenclatura Común del Mercosur (NCM), que se basa en el Sistema Armonizado (SA). La clasificación arancelaria correcta es fundamental para asegurar la adecuada aplicación de las preferencias derivadas de los acuerdos comerciales.

Errores en clasificación puede derivar en el pago de menores impuestos de importación y generar fiscalizaciones y sanciones aduaneras.

Las clasificaciones de la Nomenclatura Común del Mercosur pueden no coincidir con la utilizada por el exportador en sus ventas a otros destinos.

El exportador debe proporcionar la más completa información comercial y técnica del producto para facilitar la correcta clasificación de las mercancías y el adecuado cumplimiento de las normas brasileñas. Los exportadores a Brasil normalmente deben enviar facturas proformas con toda la información comercial y financiera referente a la operación asegurándose de que los datos proporcionados sean fidedignos para no generar retrasos en la evaluación.

Más allá de estos niveles arancelarios generales, el Perú a través del Acuerdo Perú-Mercosur (ACE N° 58) acordó preferencias comerciales que vienen aplicándose a una inmensa mayoría de productos de exportación y que permiten un acceso más competitivo a las exportaciones peruanas.

En términos generales, a los seis años de la vigencia del Acuerdo (alrededor de 2012), se espera una reducción muy significativa de aranceles para las exportaciones peruanas a Brasil y Argentina. Incluso, en la actualidad existe un gran grupo de productos que ingresa con arancel cero o con una significativa reducción arancelaria.

Tarifas e Impuestos de Importación

Además de los aranceles, las importaciones de mercancías al Brasil están sujetas a los siguientes impuestos indirectos:

- ✓ Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI).
- ✓ Impuesto sobre Circulación de Mercancías y Servicios (ICMS)
- ✓ Contribuciones PIS (Programa de Integración Social) y CONFIS (Contribución Social para Financiamiento de Seguridad Social).
- ✓ Impuesto sobre la prestación de servicios.

d.6.2 Medidas sanitarias y fitosanitarias

La Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (Anvisa), organismo gubernamental autónomo vinculado al Ministerio de Sanidad de Brasil, es

responsable de la reglamentación, control y fiscalización de productos con impacto en la salud humana, incluyendo los alimentos, el tabaco, los cosméticos, los plaguicidas y los productos farmacéuticos importados o producidos en el país, productos médicos, sangre y hemoderivados, a fin de evitar o reducir los riesgos de introducción, establecimiento o propagación de epidemias de enfermedades humanas.

Anvisa, ejerce su función de control sanitario de productos y servicios incluso inspeccionando los ambientes, procesos, insumos y tecnologías vinculados a su producción o prestación. Está presente en puertos, aeropuertos, fronteras y recintos aduaneros instalados en zonas primarias y secundarias. Además, es responsable del monitoreo de precios de los medicamentos, da anuencia a la concesión de patentes farmacéuticas y controla la propaganda de productos con vigilancia sanitaria.

Los requisitos sanitarios varían de acuerdo a la clase de mercancía, por lo que se recomienda a los exportadores verificar con antelación dichos requerimientos aplicables a los productos de su interés, así como coordinar con el importador el cumplimiento oportuno para no tener complicaciones en frontera. Los requisitos pueden verificarse en la página web de Anvisa (buscando por categoría de producto) o en el sistema de búsqueda de legislación sobre vigilancia sanitaria previsto en dicha página (<http://www.anvisa.gov.br>)

d.6.3 Etiquetado

En relación con el etiquetado, el Código de Protección al Consumidor de Brasil exige que los productos importados proporcionen información correcta, clara, precisa y fácil de leer sobre sus características, calidad y cantidad del producto, composición, precio, garantía, vida útil, riesgos para la salud y seguridad del consumidor. Los productos importados tienen que exhibir esta información en portugués e indicar el país de origen. Además, todas las etiquetas deben contener la marca o el nombre del fabricante.

Los medicamentos, textiles, especialidades farmacéuticas y ciertos productos alimenticios están sujetos a normas de etiquetado específicas.

Las etiquetas de productos alimenticios elaborados, en particular todos los productos de origen animal, requieren la aprobación del Ministerio de Agricultura.

Así, tenemos que los requisitos de etiquetado para los alimentos envasados se encuentran en la Instrucción Normativa N° 22, del 24 de noviembre de 2005. Para más información la norma se encuentra disponible en:

<http://extranet.agricultura.gov.br/sislegis-consulta/consultarLegislacao.do?operacao=visualizar&id=14493>

Respecto a los requisitos para los productos de origen animal, estos han sido reglamentados en la Instrucción Normativa N° 36 del 10 de noviembre de 2006. Ver norma en:

<http://extranet.agricultura.gov.br/sislegis-consulta/consultarLegislacao.do?operacao=visualizar&id=17367>

d.6.4 Carretera Interoceánica

En general, los empresarios 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 ello, están ávidos por buscar alternativas competitivas de abastecimiento.

No obstante ello, 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.

Por lo tanto existe el potencial de incrementar las 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.

d.6.5 Canales de importación y distribución en Brasil

Exportación directa

Existen grandes consumidores finales en Brasil con quienes se puede negociar directamente el abastecimiento desde el Perú. En general, el importador brasileño ve con buenos ojos la aproximación directa del exportador, en tanto ello permite un intercambio más fluido de información técnica y comercial.

Sin embargo, es recomendable realizar una prospección de mercado en el rubro de su interés para tratar con empresas que tienen el perfil adecuado al producto que se quiere ofrecer, tanto con respecto a las características específicas del producto, cuanto a los volúmenes de consumo. Considerando que los clientes finales en Brasil muchas veces se abastecen desde Sao Paulo, no están acostumbrados a realizar los trámites de importación y prefieren que el exportador se encargue del proceso de internamiento de los productos. Es importante realizar una buena verificación de los requisitos regulatorios al mayor detalle posible antes de acordar plazos de entrega en destino.

Debido a que se utilizará una ruta nueva, donde todavía no hay una oferta plena de servicios logísticos, es importante también verificar en la práctica las condiciones del abastecimiento, incluyendo las empresas de transporte que pueden realizar el servicio, si el control de importación se realizará solamente en frontera o a través de los servicios de un puerto seco, si los tonelajes son adecuados a la disponibilidad de transporte y la ruta que se pretende hacer, si existe forma de ahorrar costos de flete asegurando carga de ida y vuelta, entre otros.

Venta a distribuidor o gran importador

Existen grandes importadores y distribuidores que cuentan con el conocimiento del mercado y la logística para importar, transportar y distribuir alimentos y productos de consumo en Brasil.

Para el exportador sudamericano, introducir sus productos por medio de estas empresas es una buena estrategia comercial, pues ellas conocen el mercado y poseen contactos directos para la reventa, siendo capaces

de realizar las actividades de promoción comercial en las plazas donde actúan.

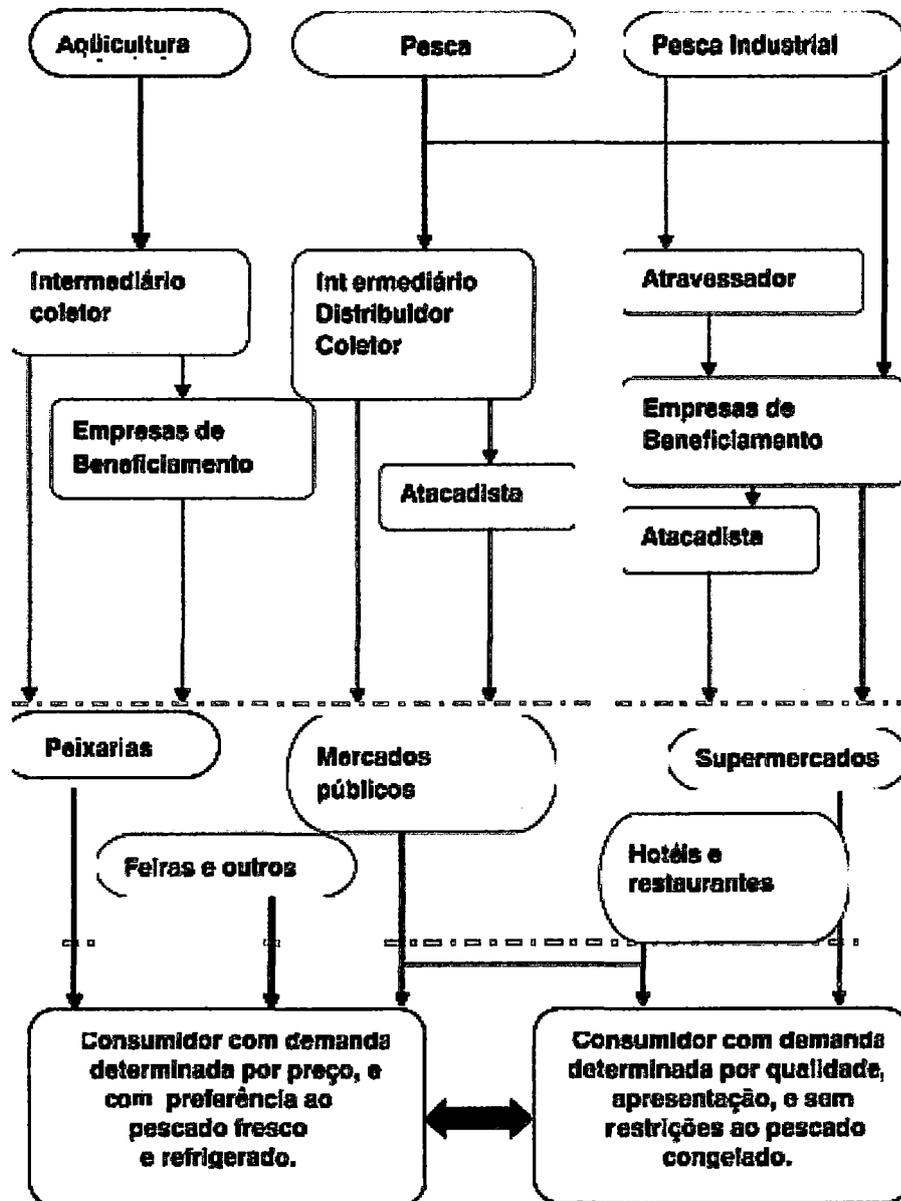
Este canal reduce al exportador los gastos de comercialización en Brasil y el riesgo de que se generen retrasos en las entregas por problemas en el proceso de importación o por el propio manejo logístico de la operación. También facilita la realización de trámites previos como la obtención de autorizaciones sanitarias, licencias de importación, etc., al ser el distribuidor un socio con capacidad y experiencia de gestión ante autoridades brasileñas. Esta vía puede facilitar particularmente operaciones iniciales sobre todo en productos muy regulados o importados por primera vez.

No es poco frecuente que los distribuidores busquen suscribir contratos de exclusividad con los exportadores extranjeros, a fin de recuperar los costos de publicidad, pre y post venta que pueden asumir en la colocación inicial del producto. Esta contratación puede generar un mayor esfuerzo de parte del distribuidor en el posicionamiento inicial de los productos peruanos (sobre todo de marcas específicas).

No obstante, debe tenerse presente que las distancias en Brasil son muy grandes, debiendo verificarse si el distribuidor posee condiciones para manejar los territorios donde opera en forma eficaz. Es ideal proyectarse a trabajar con varios agentes con capacidad probada de abastecimiento logístico en determinadas zonas.

Las empresas traders, debido a su potencial financiero y de distribución, usualmente están interesadas en grandes pedidos de importación, lo cual genera el reto al exportador de disponer de los volúmenes de carga requeridos en los tiempos programados.

CUADRO N° d.4
FLUJOGRAMA DE LA CADENA PRODUCTIVA, DISTRIBUTIVA Y DE
COMERCIALIZACION DEL PESCADO EN BRASIL



Fuente: Ministerio de Pesca y Acuicultura de Brasil, 2012

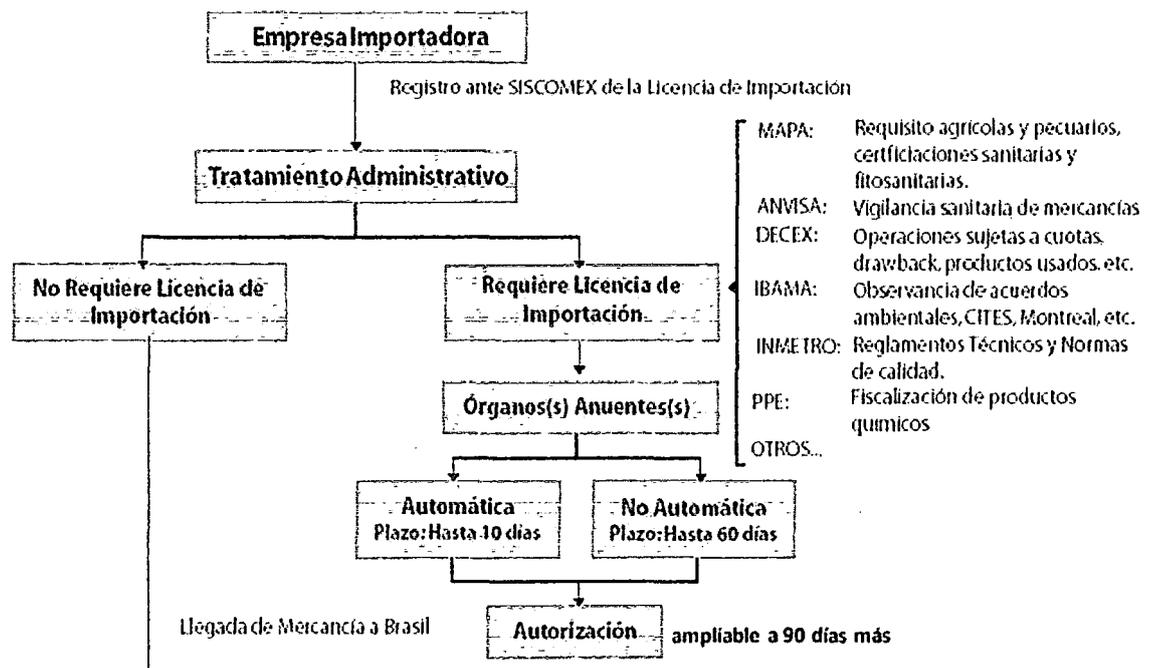
Establecimiento de oficina comercial

El establecimiento de una oficina comercial es una forma de tener un contacto directo y permanente con potenciales compradores en Brasil. Si la oficina fuera responsable de las operaciones de importación, deberá constituirse una empresa comercial conforme a la legislación brasileña.

Handwritten mark

No existen limitaciones de índole contractual, administrativa o cambiaria (remesas de utilidades y dividendos), para el establecimiento de oficinas comerciales en Brasil. Sin embargo, la administración regulatoria y tributaria de una empresa en Brasil puede ser relativamente compleja.

**CUADRO N°d.5
PROCEDIMIENTO DE IMPORTACION DE PRODUCTOS PESQUE-
ROS DE BRASIL**



Fuente: Promperu, 2013

d.6.6 Acceso Marítimo

El transporte marítimo es el más utilizado en comercio internacional y es responsable de gran parte del movimiento de mercancías en América del Sur.

Los principales puertos de Brasil atendidos por esta vía son Rio Grande (Río Grande do Sul), Río de Janeiro, Santos (Sao Paulo), Vitória (Espírito Santo), Salvador (Bahía), Suape (Pernambuco), Fortaleza (Ceará) y Belém (Pará).

El tiempo de travesía varía en función a la localización de los puertos y a la ruta que pueda emplearse. Para destinos sudamericanos típicamente se rodea el continente a través del canal de Panamá por el norte

o del Estrecho de Magallanes por el sur. Entre los puertos del Callao y Santos el tiempo de viaje dura como máximo 15 días.

Entre las principales ventajas del transporte marítimo destaca la posibilidad de transportar mucho volumen de mercancías de variada naturaleza (desde maquinaria pesada, productos perecibles, mercancías peligrosas, etc.). Esto facilita un flujo continuo de mercancías y permite la reducción de costos por el aprovechamiento de la mayor escala.

Dado que el flete incide en la determinación de los derechos de importación (son computados sobre el valor CIF), la reducción de costos de flete es una clara ventaja para los operadores de comercio internacional.

d.7 ACUERDOS COMERCIALES CON BRASIL

Los acuerdos de complementación económica (ACE) son una modalidad prevista en el ámbito de la Asociación Latinoamericana para la Integración (Aladi), creada por medio del Tratado de Montevideo, firmado el 12 de agosto de 1980 y aprobado por Brasil a través del Decreto Legislativo N° 66 el 16 de noviembre de 1981.

El antecedente de integración comercial entre el Perú y Brasil es el acuerdo de complementación económica N° 56 (ACE 56), suscrito el 6 de diciembre de 2002, que tuvo como objetivo la conformación de un área de libre comercio entre la Comunidad Andina y el Mercosur, además de expandir y diversificar las relaciones comerciales e impulsar las inversiones recíprocas entre los agentes económicos de sus países miembros. Esta área de libre comercio fue alcanzada posteriormente mediante los ACE 58 y 59.

El acuerdo de complementación económica N° 58 (ACE 58) fue suscrito el 30 de noviembre de 2005 entre el Perú y los países del Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay), constituyéndose en el principal mecanismo de integración comercial con esta región.

En el marco del ACE 58, Brasil ha permitido el acceso inmediato (0% de arancel) a su mercado al 96% de los productos exportados por el Perú.

Requisitos de origen

Para que los productos peruanos puedan beneficiarse de las preferencias del ACE 58, el exportador debe demostrar que su mercadería tiene la condición de producto "originario" conforme a las reglas del acuerdo.

El ACE prevé criterios de calificación de origen ampliamente convenientes para las exportaciones peruanas. Las reglas generales confieren origen directamente a las mercancías enteramente obtenidas (productos obtenidos del suelo o subsuelo, productos del mar, animales nacidos en una de las partes, etc.), pero también a los productos que incorporen en su elaboración material no originaria bajo los siguientes supuestos:

- ✓ Si resultan de un proceso de transformación (distinto al ensamblaje) que confiera una nueva individualidad al producto final, que se exprese con una clasificación en una partida arancelaria diferente de aquellas en las que se clasifiquen cada uno de los insumos no originarios. El cambio de partida debe ser a 4 dígitos.
- ✓ Si resultan de un proceso de transformación (distinto al ensamblaje) pero no cumplen con el "salto de partida arancelaria" podrá conferirse origen cuando el valor CIF de los materiales no originarios no exceda un porcentaje del valor FOB de exportación del bien final:
 - a) 50% durante los primeros tres años;
 - b) 45% durante el cuarto, quinto y sexto años, y 40% a partir del séptimo año de vigencia del acuerdo.
- ✓ Si resultan de un procedimiento de ensamblaje o montaje y que el valor de los insumos no originarios no exceda los niveles señalados en el punto b). Para algunos productos se ha acordado fijar requisitos específicos de origen que prevalecen sobre las reglas generales antes indicadas. El acuerdo facilita la acumulación de origen, al permitir que se considere originario cualquier insumo adquirido de cualquiera de las partes signatarias (los países del Mercosur) e incluso cualquier insumo originario de países miembros de la CAN (Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela), en la medida en que estos países han suscrito acuerdos similares con el Mercosur (artículo 6 del ACE 58).

d.8 CONDICIONES DE ACCESO DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS PERUANOS A BRASIL (6)

La calidad y frescura de la materia prima utilizada proveniente de agua dulce y agua salada y el diseño adecuado de procesos, instalaciones y procedimientos de control productivo, son los elementos claves para poder obtener productos finales capaces de cumplir consistentemente los más altos requisitos internacionales del comercio de productos hidrobiológicos.

Esto se refleja en la cantidad de certificaciones internacionales de plantas otorgadas por organizaciones tan exigentes como la FDA en Estados Unidos, el DIPOA SEPES en Brasil o SENASA en Argentina. Para ingresar al Brasil se requiere la certificación del DIPOA SEPES, entidad supervisora del ingreso de productos hidrobiológicos a ese mercado.

La referencia principal para el ingreso de este tipo de productos se basa en la expedición del Protocolo Técnico para habilitación sanitaria de planta o registro de procesamiento industrial de productos pesqueros, acuícolas, centros de depuración, procesamiento artesanal o primario. Esta habilitación se extiende a través del DIPOA quien autoriza el ingreso de productos pesqueros, previa supervisión y control del Instituto Tecnológico Pesquero que es la institución contraparte en esta materia en el Perú y con quien el DIPOA de Brasil ha establecido un acuerdo para facilitar el ingreso de estos productos a Brasil.

Requisitos de Ingreso para productos hidrobiológicos peruanos

Se han considerado ocho productos hidrobiológicos importantes de interés en Brasil que son los siguientes:

Lapas
Pota
Calamar
Caballa
Jurel
Merluza
Grated de atún en conserva
Trucha

⁶ www.brasilglobalnet.gov.br

Estos productos requieren la habilitación bajo las siguientes condiciones para ser exportados:

- ✓ Cumplir con las Normas sanitarias y calificación del DIPOA
- ✓ 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, procede a dar el visto bueno para obtener el "Análisis de riesgo"

Normas de Importación

Para exportar estos tipos de productos al Brasil, las plantas productoras deben estar habilitadas por el Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento de Brasil (MAPA). Para tal efecto, el MAPA a través del Departamento de Productos de Origen Animal, DIPOA ha firmado un Convenio con el Instituto Tecnológico Pesquero, ITP a fin de autorizar la expedición del Protocolo Técnico para el ingreso de Productos Hidrobiológicos al Mercado Brasileño.

El DIPOA, mediante un acuerdo, autorizó al ITP, a través del Servicio Nacional de Sanidad Pesquera, para supervisar y visar la expedición del Protocolo Técnico por el DIPOA, para la habilitación sanitaria de planta o registro de procesamiento industrial de productos pesqueros, acuícola, centros de depuración, procesamiento artesanal o primario. Este control es realizado por encargo y está sujeta a una supervisión periódica de las acciones y visaciones del ITP.

La habilitación consiste en el visado por el ITP afín de que el exportador nacional pueda seguir con el trámite de autorización en el DIPOA para la importación de sus productos en Brasil

El proceso a seguir es el siguiente:

- ✓ Habilitación del establecimiento productor
- ✓ Registro de Etiqueta
- ✓ Condiciones de envase y embalaje
- ✓ Trámite de habilitación sanitaria por el ITP en el Perú

- ✓ Requisitos arancelarios para productos hidrobiológicos
- ✓ Procedimiento para internar productos de origen animal comestibles

d.9 PRODUCTOS PESQUEROS COMERCIALIZADOS EN SUPERMERCADOS DE BRASIL

A continuación se lista una serie de principales productos pesqueros, aportando fotografías y precios de venta al público, que han sido identificados en los supermercados brasileños con tienda online.

La mayoría de ellos pertenecen a la gama de productos empanados congelados y comidas preparadas a base de pescados.

Estos productos se comercializan bajo todo tipo de formatos, desde empanados y congelados, hasta en comidas preparadas o congelados. Existen también productos dirigidos a la alimentación infantil que ofrecen formas y formatos más divertidos.

El producto se suele presentar envasado en bolsa de plástico cuando se trata de producto poco procesado (filetes congelado natural, etc.), aunque lo más común es la caja de cartón.

El peso de los envases de producto procesado congelado varía entre los 250 gr. y 1 kg, siendo el más común 0.5kg.

En lo referente al precio al consumidor de estos productos se trata de una gama de precios medio-alto, dirigidos principalmente a un consumidor de ingresos altos. Los precios al consumidor encontrados en Brasil son incluso más altos que los encontrados para productos de características y peso muy similares a los distribuidos por otras marcas.

Cabe destacar, que existe también una gran oferta de pescados y productos del mar congelados en estado natural, como por ejemplo los filetes de tilapia y merluza o las gambas peladas al natural entre otros productos. Se ha realizado una búsqueda en páginas web de los grupos de supermercados más importantes de Brasil, pero no todos disponen de tienda virtual para la distribución de Pescados y mariscos congelados.

En los supermercados brasileños, compartiendo espacio con los productos congelados procesados a base de pescados, se encuentra una amplísima gama de productos de la pesca congelados, siendo el más común el filete de pescado de numerosas especies, entre las que destaca la Tilapia, Mer-

luza y Bacalao. Existe así mismo una gran oferta de anillas de calamar y gambas (camarón) congeladas al natural.

Algunas de las empresas proveedoras de este tipo de producto con más peso en el mercado brasileño son:

- ✓ New Fish : <http://www.newfish.com.br/>
- ✓ Frescatto: <http://www.frescatto.com>
- ✓ Bom Peixe: <http://www.bompeixe.com.br>
- ✓ Emório Kalamares: <http://kalamares.com.br>
- ✓ Rocha Pescados: <http://www.rochapescados.com.br>

A continuación se lista una serie de productos procesados y congelados a base de pescados, localizados en la página tienda online de la cadena de supermercados Pão de Açúcar, identificando las principales marcas y precios:

- ✓ **Producto: Medallón de merluza relleno de tomate y queso, congelado y empanado**

Marca: Gomes da Costa (Brasil)

Peso: 400 gr.

Precio en €: 3,05 €

R\$ 6,99



Ingredientes:

Carne de merluza moída, queijo, concentrado de tomates, mistura para empanas: água, farinha de trigo, farinha de milho, amido de milho modificado, sal, albumina, fermentos (bicarbonato de sódio e pirofosfato ácido de sódio), óleo resina de páprica, óleo vegetal, glutamato monossódico, orégano, cebola e carbonato de sódio (E-500).
CONTÉM GLÚTEN.

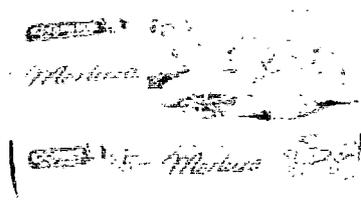
- ✓ **Producto: Merluza empanada**

Marca: Gomes da Costa (Brasil)

Peso 300 gr.

Precio en €: 2,17 €

R\$ 4,99



Ingredientes:

Carne de merluza moída, mistura para empanar: água, farinha de trigo, farinha de milho, amido de milho modificado, sal, albumina, fermentos, bicarbonato de sódio, pirofosfato de ácido de sódio, óleo de resina de páprica, óleo vegetal, carbonato de sódio (E-500), alho e cebola.

CONTÉM GLÚTEN.

✓ **Producto: formas de merluza empanadas, congeladas**

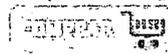
Marca: -

Peso: 500 gr.

Precio en €: 2,52 €



R\$ 5,79



✓ **Producto: hamburguesa de pescado, congelado**

Marca: -

Peso: 400gr.

Precio en €: 2,00€



R\$ 4,59



Ingredientes:

Merluza se espinha, farinha para empanar, água, óleo de girasol, amido de milho, sal, especiarias.

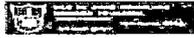
CONTÉM GLÚTEN.

✓ **Producto: filete de merluza congelado**

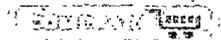
Marca: -

Peso: 500gr.

Precio en €: 2,61 €



R\$ 5,95



1

Ingredientes
Filé de merluza (Alaska).
NÃO CONTÉM GLÚTEN

✓ **Producto: filete de merluza congelado**

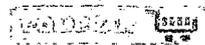
Marca: -

Peso: 1kg.

Precio en €: 6,06 €



R\$ 13,90



1

Ingredientes
Filé de merluza.
NÃO CONTÉM GLÚTEN

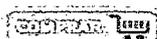
✓ **Producto: tiras de Tilapia empanado congelado**

Marca: NATIV (Brasil)

Peso: 300 gr.

Precio en €: 3,05 €

R\$ 6,99



1

Ingredientes:

Retalho de carne moída de tilápia, farinha de trigo enriquecida com ferro e ácido fólico, farinha de milho fortificada com ferro e ácido fólico, amido, amido modificado, sal, ovo em pó integral, gordura hidrogenada "low trans", cebola em pó, alho em pó, realçador de sabor glutamato monossódico (INS 621), estabilizante tripolifosfato de sódio (INS 451), gengibre, especiaria, antioxidante eritorbato de sódio (INS 316), citrato de sódio (INS 332), fermento químico pirofosfato dissódico, levedura (*saccharomyces cerevisiae*) e bicarbonato de sódio.
CONTÉM GLÚTEN.

Mais imagens:



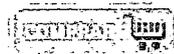
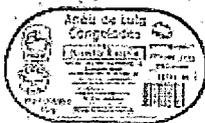
✓ **Producto: anillas de calamar congeladas, en bandeja**

Marca: Santa Luzia (Brasil)

Peso: 500 gr.

Precio en €: 13,74 €

R\$ 31,49



Ingrediente:
Anéis de lula.

✓ **Producto: gamba empanada y congelada**

Marca: Nativ (Brasil)

Peso: 250 gr.

Precio: 5,357€

**Camarão Empanado e Congelado
250gr**



Por: R\$ 12,18

Qtd. → 1 Indisponível

Conservas de pescado

El Grupo gallego Jealsa-Rianxeira a ingresado recientemente a Brasil, con una inversión prevista de aproximadamente 22 millones de euros hasta finales de 2012.

El mercado brasileño de conservas de pescado estaba dominado por las marcas Coqueiro, de la americana PepsiCo, y Gomes da Costa, del grupo español Calvo. Jealsa actuará en Brasil con la marca Robinson Crusoe, con la que pretende alcanzar en 2 años, 5% del mercado nacional:

✓ **Producto: atún sólido light**

Peso: 170 gr.

Precio en €: 1.76 €

Atum 88 Sólido Light



17403 R\$3,99 0

✓ **Producto: trozos de atún light al natural**

Marca: Coqueiro

Atum Coqueiro Pedacos Natural
Light

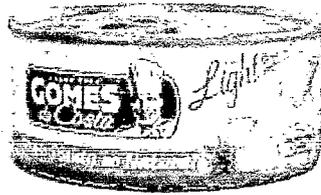


✓ **Producto: atún sólido light**

Peso: 170 gr.

Precio en €: 2.11 €

Atum Gomes da Costa Sólido Light



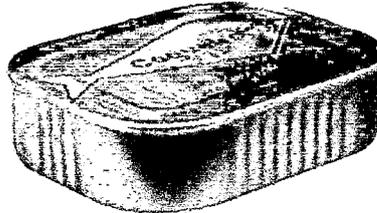
170g RS4,79 0

✓ **Producto: sardinas en aceite de oliva**

Peso: 250 gr.

Precio en €: 2.11 €

Sardinha Coqueiro Óleo



250g RS4,99 0

d.10 LA COMPETENCIA DE PRODUCTOS PESQUEROS EN BRASIL (7)

A continuación se refleja un breve perfil de aquellas firmas y marcas con más presencia en los supermercados y que parecen dominar el mercado brasileño.

Se trata en su mayoría de empresas procesadoras brasileñas de gran tamaño:

✓ **Nativ - Indústria Brasileira de Pescados Amazônicos**

www.nativpescados.com.br

Esta empresa brasileira dedicada al procesado de especies de cultivo de la cuenca amazónica principalmente.

⁷ www.braziltrade.br

Esta empresa cuenta con una producción verticalizada, controlando al 100% la producción, desde la cría de los alevines hasta que el pescado llega a los frigoríficos mediante la técnica de IQF (Individual Quick Frozen).

La especies que procesan son de gran demanda en Brasil, como el pintado, tambaqui, tilapia y el camarão cinza (camarón gris). Estos pescados son procesados en dos líneas diferentes:

- Pescado congelado in natura
- Pescados empanados congelados

Al mismo tiempo, los productos de Nativ son comercializados mediante dos canales: HORECA

Canal directo de distribución a tiendas de alimentación y cadenas de supermercados

✓ **Leardini Pescados do Brasil**

www.leadini.com.br

Empresa fundada en 1988, hoy en día es uno de los mayores proveedores de pescado para el mercado brasileño y exportación. La empresa cuenta con una flota propia y todo tipo de infraestructuras de transporte y producción.

Líneas de productos:

Leardini Tradicional

- Leardini Gourmet
- Leardini Facil
- Leardini Aperitivos (medallones, palitos, formas empanadas de pescado)
- Leardini Individual
- Leardini Pratos Prontos (pescados en salsas, strogonoff de pescado, etc.)
- Leardini Institucional (filetes empanados, medallones empanados, anillas de calamar rebozadas, etc.)

✓ **Bom Peixe**

www.bompeixe.com.br

Bom Peixe es una de las empresas más importantes en la distribución de pescado congelado. Bom Peixe importa pescado desde todas las regiones del mundo, que luego envasa bajo su propia marca en sus instalaciones de procesado en São Paulo.

Cuenta con numerosas empresas de distribución (agentes) en toda la geografía brasileña

✓ **La Rioja**

www.larioja.com.br

Empresa de origen argentina fundada en los años 40, en el mercado do Brás en São Paulo. La gama de productos de esta firma abarca una gran variedad de productos de alta calidad, desde conservas vegetales, aceites, etc. hasta ciertos tipos de pescado congelado, en conservas y refrigerados de varias regiones del mundo.

✓ **Gomes da Costa**

Esta empresa fundada por empresarios del sector pesquero de origen portugués, ya posicionada como uno de los mayores procesadores de pescado de Brasil, es adquirida en 2004 por la española Calvo. Con un nuevo diseño de los envases se convierte en líder de conservas y enlatados de atún y sardina entre otros productos.



d.11 EL RECURSO PESQUERO PERUANO ⁽⁸⁾

Según el Anuario estadístico de Pesca y Acuicultura 2012 del Ministerio de la Producción, el desembarque de pescado y mariscos fue de 4,801 mil TM, descansando principalmente en 8 especies, de los cuales el 80% fueron anchoveta (3,776 mil TM), seguida de la pota 10,4%, jurel 4%, perico 0,9%, concha de abanico 0,8%, merluza con 0,7%, langostinos y caballa 0,6%, panorama que viene ocurriendo lo mismo desde hace varios años.

En cuanto a la anchoveta este recurso mayormente se destinó a la producción de harina y aceite de pescado (98% de lo desembarcado) el resto estuvo destinado a la fabricación de conservas, casi nada en fresco.

La pota, el 92% de lo desembarcado fueron para congelados al igual que la concha de abanico. El jurel es una especie que tuvo diversos usos ya sea en congelados, conservas y estado fresco con 36%, 24% y 39% respectivamente. El perico, se destinó un 48% al fresco y un 52% a la producción de congelados, la merluza el 36% fue utilizado en estado fresco y un 64% a los congelados, los langostinos un 60% fue de congelados y 40 % en fresco, la caballa se utilizó indistintamente tanto para fresco, conservas y congelado.

⁸ www.produce.gob.pe (2014)

e) MATERIALES Y METODOS

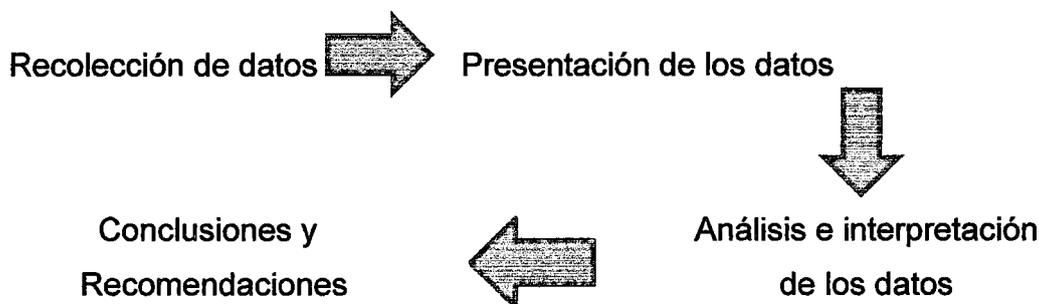
e.1 METODOS Y MATERIALES UTILIZADOS EN LA INVESTIGACION

La investigación desarrollada fue del tipo exploratoria, basándonos en la búsqueda de datos secundarios confiables que han permitido mostrar su comportamiento en base a medidas de tendencia central, visualizándose luego en gráficas.

Posteriormente se ha obtenido también datos primarios a través de las entrevistas de profundidad las que se realizaron vía correo electrónico a las siguientes personas:

- Sr. Antonio Miguel Castillo Garay del Consulado General del Perú en Sao Paulo (acastillo@promperu.gob.pe), teléfono (005511) 3262-2627
- Sr. Augusto Bazán Jiménez del Consulado General del Perú en Rio de Janeiro (abazan@promperu.gob.pe), teléfono (005521) 2551-9596

Con estas dos fuentes de información se obtuvieron los datos cualitativos necesarios que sirvieron de base para la interpretación y el análisis de los resultados según el siguiente esquema:



Preguntas de la

Entrevistas de Profundidad:

- a) ¿Qué opina sobre las actuales exportaciones pesqueras de productos no tradicionales a Brasil?

- b) ¿Cómo ve la participación de nuestros productos en relación a los de la competencia?
- c) ¿Qué opinión tiene sobre las actuales medidas que el gobierno brasileño ha implementado para aumentar el consumo de pescado sobre todo en la población de bajos recursos económicos?
- d) ¿Qué piensa sobre el elevado consumo de productos a base de pescado listos para consumir que se venden en los supermercados de Sao Paulo?
- e) ¿Qué recomendaría al industrial pesquero peruano para mejorar su oferta exportable a Brasil?

Los resultados de las respuestas se encuentran en Apéndices.

Los materiales que se emplearon para desarrollar el trabajo de investigación fueron:

- ✓ Computadora Toshiba Windows Vista Home Premium
- ✓ Impresora HP a color
- ✓ Conexión a internet Claro
- ✓ Software: Office XP
- ✓ Programas usados:
 - Microsoft Word
 - Microsoft Excel
 - Adobe Acrobat 7.0
- ✓ Buscadores de la información: www.google.com
- ✓ Miembro activo de:
 - INFOPECA: Centro para los servicios de información y asesoramiento de los productos pesqueros de América Latina
 - RED-PAN: Red panamericana de inspección y control de calidad de los productos pesqueros.

e.2 IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE A BRASIL

Las exportaciones de productos pesqueros no tradicionales de Perú a nivel nacional han venido decreciendo últimamente, debido a la coyuntura mundial del mercado, que está demandando productos con mayor valor agregado y de fácil preparación y no como materia prima (FAO, OMC).

Sin embargo las exportaciones pesqueras al mercado de Brasil han tenido un crecimiento considerable, de 6,9 millones de US\$ FOB en 2010 a 14,3 millones de US\$ FOB en 2011 y el 2013 alcanzó la cifra de 28,6 millones de US\$ FOB, es decir tuvo un crecimiento de más del 100 por ciento en el último año.

CUADRO N° e.1

TOTAL DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS NO TRADICIONAL DE PERÚ VERSUS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PESQUEROS NO TRADICIONALES A BRASIL

(MILLONES US\$ FOB)

Años	Expt. No Tradicional Total	Expt. No Tradicional a Brasil	% de Participación
2009	495.6	6.77	1.40%
2010	622.7	6.90	1.10%
2011	1,015.7	14.30	1.40%
2012	994.0	12.30	1.20%
2013	875.0	28.60	3.30%

Elaboración: Propia

Se relaciono las exportaciones pesqueras no tradicionales de Perú con las exportaciones pesqueras no tradicionales al mercado brasilero (véase Cuadro N°e.1), se observó que solo se destinaron 3,3 por ciento de las exportaciones totales a dicho mercado en el 2013, por lo queda demostrado que no se le está dando la debida importancia a este gran mercado (alta población, cambios de estilos de vida, incremento del poder adquisitivo, etc., como se indicó en la primera parte) para los productos pesqueros no tradicionales.

CUADRO N° e.2**IMPORTACIONES DE PRODUCTOS PESQUEROS DE BRASIL Y EXPORTACIONES PESQUERAS NO TRADICIONALES DE PERÚ A BRASIL****(MILES US\$)**

	2009	2010	2011	2012	2013
Importaciones de Brasil	722,568	1,011,590	1,261,887	1,248,359	1,295,600
Exportaciones peruanas a Brasil	6,671	6,895	14,296	12,337	28,601
Porcentaje de participación de Perú en las importaciones brasileñas	0.92%	0.68%	1.13%	0.99%	2.21%

Elaboración: Propia

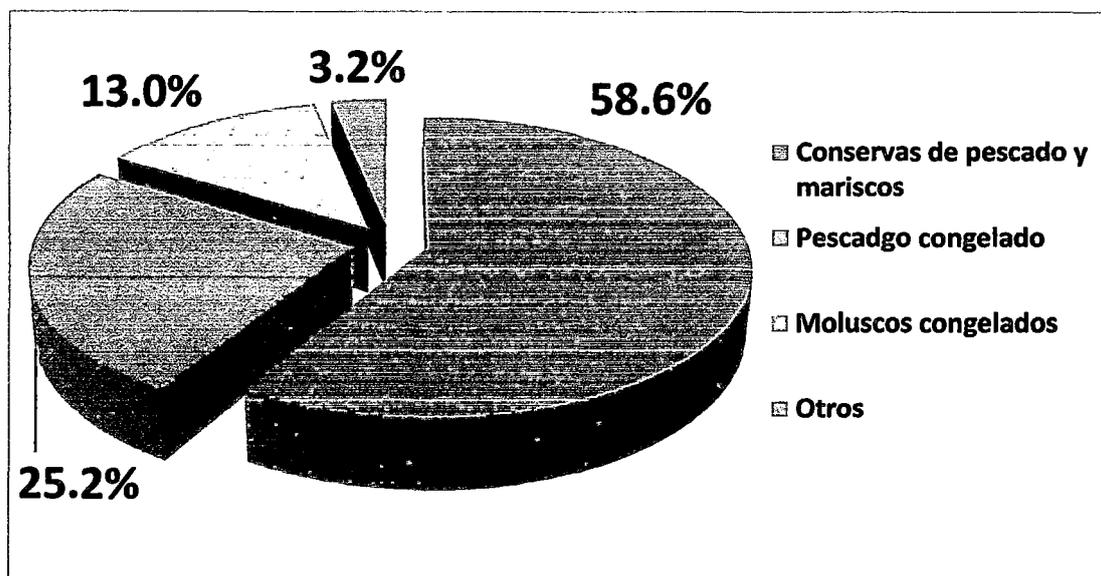
Así mismo, se tiene que nuestras exportaciones pesqueras no tradicionales representaron un 2,21 por ciento del total importado por Brasil en el 2013 (véase Cuadro N° e.2).

Por otro lado, según los Anuarios Estadísticos de Exportación del Ministerio de la Producción, del Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior –SIICEX y de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria-SUNAT, se exportaron un total de 26 productos pesqueros (entre los principales) a Brasil, entre el periodo 2009 - 2013.

Fueron las conservas de diversos pescados y de anchoas (partida arancelaria: 1604200000 y 1604160000 respectivamente) los productos que más se exportaron a Brasil en el periodo 2009-2013 (59 por ciento en valor), antes del 2009 no se registran datos de exportación. Luego tenemos a los pescados enteros congelados (partidas arancelarias: 0303740000, 0303750000, 0303790000, 0303890000, 0303540000 y 0303810000) con 25 por ciento del total y los moluscos congelados con 13 por ciento (véase Cuadro N° i.8 y Cuadro N° i.9 del Capítulo Apéndices).

GRAFICO N° e.1

PRINCIPALES PRODUCTOS PESQUEROS NO TRADICIONALES EXPORTADOS A BRASIL 2009 – 2013 (EN VALOR US\$FOB)

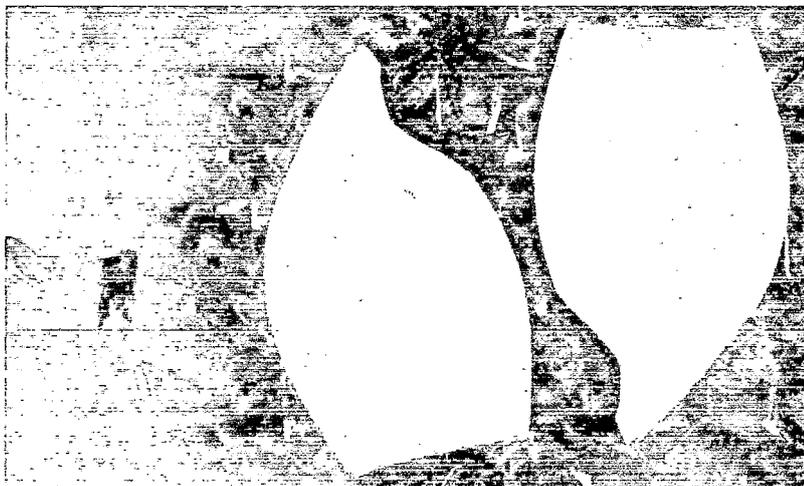


Elaboración: Propia

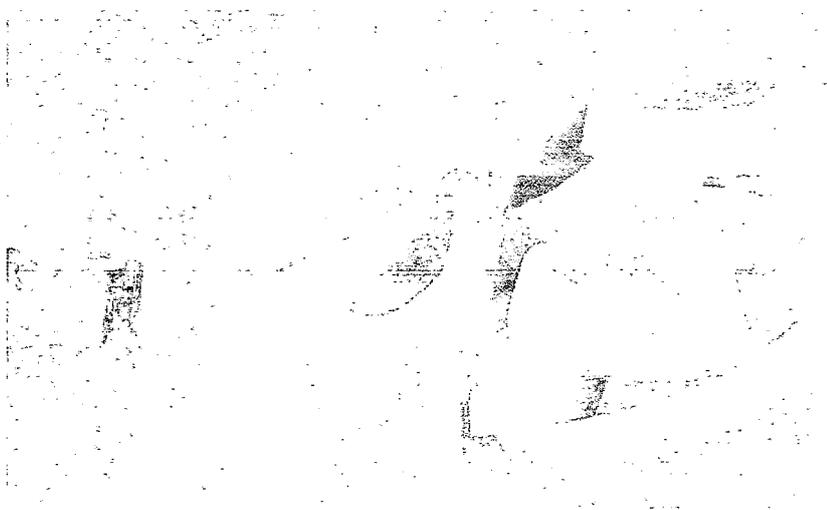
e.3 CARACTERÍSTICAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS PESQUE- ROS NO TRADICIONALES EXPORTADOS A BRASIL

Las características de los principales productos pesqueros no tradicionales que se exportaron a Brasil durante el periodo 2009-2013 fueron:

FIGURA N° e.1
FILETES, TENTÁCULOS, ALAS, ANILLOS Y PULPA CONGELADA
DE POTA

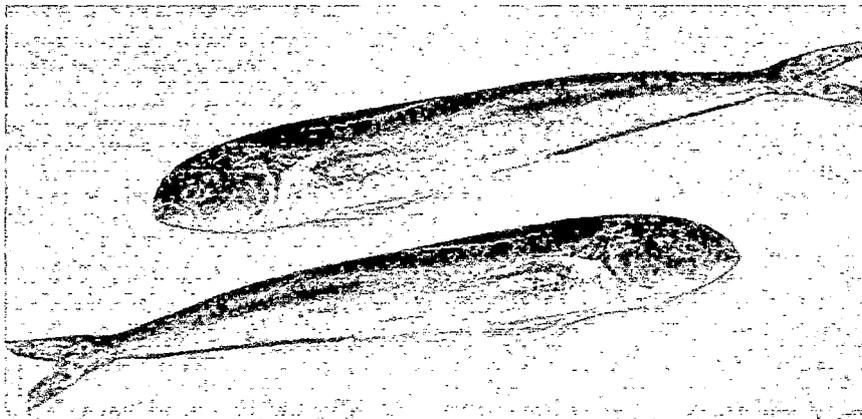


Fuente: www.google.com.pe, 2014



Fuente: www.google.com.pe, 2014

FIGURA N° e.2
LOMO, PORCIONES, MEDALLONES IQF, FILETES CONGELADOS DE
PERICO

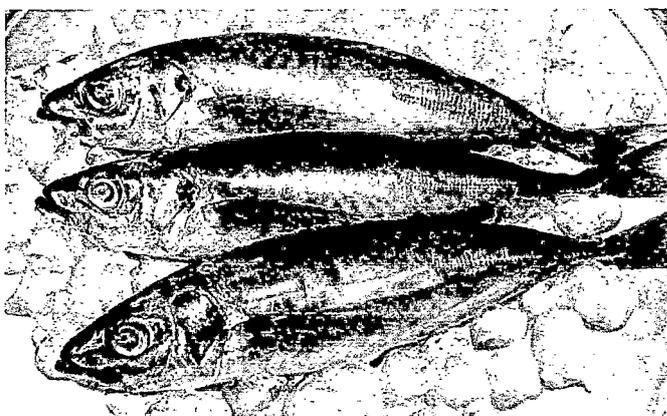


Fuente: www.google.com.pe, 2014



Fuente: www.google.com.pe, 2014

FIGURA N° e.3
JUREL Y CABALLA: ENTERO CONGELADO

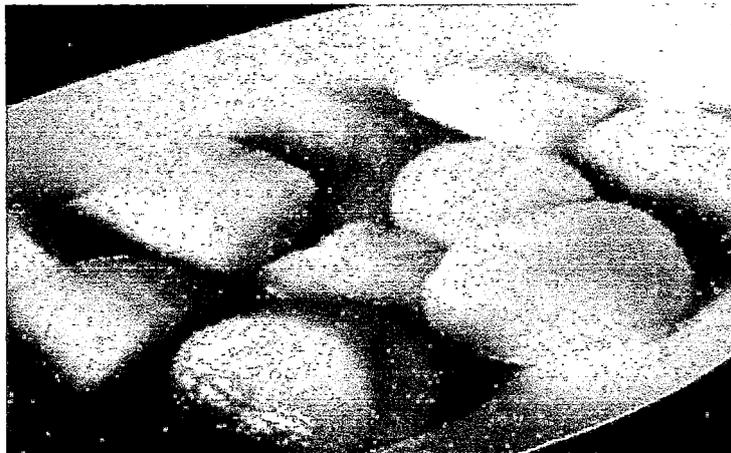


Fuente: www.google.com.pe, 2014



Fuente: www.google.com.pe, 2014

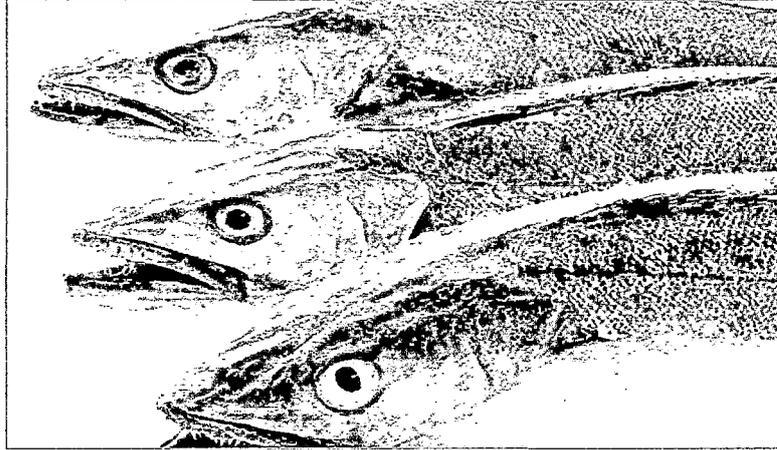
FIGURA N° e.4
CONCHA DE ABANICO CONGELADO



Fuente: www.google.com.pe, 2014

FIGURA e.5

**MERLUZA: HGT, H Y G, FILETES CON O SIN PIEL, CON O SIN ESPINAS
CONGELADA**



Fuente: www.google.com.pe, 2014



Fuente: www.google.com.pe, 2014

A small, handwritten mark or signature in the bottom right corner of the page, consisting of a few stylized, overlapping lines.

FIGURA N° e.6

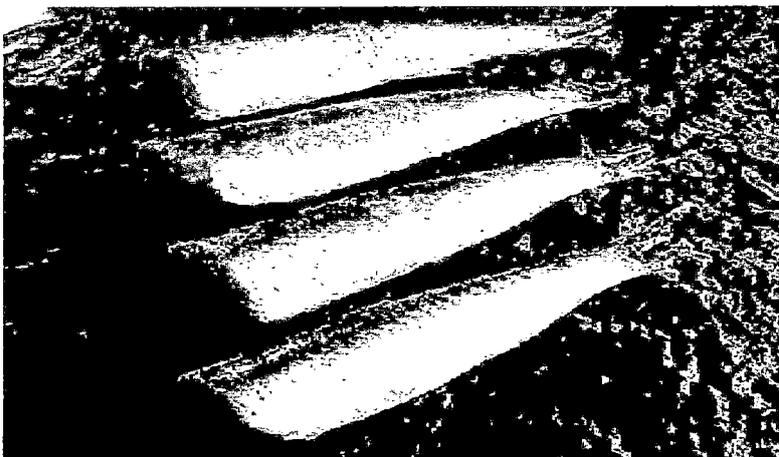
ANCHOVETA: HGT, HG, ENTERA CONGELADA



Fuente: www.google.com.pe, 2014



Fuente: www.google.com.pe, 2014

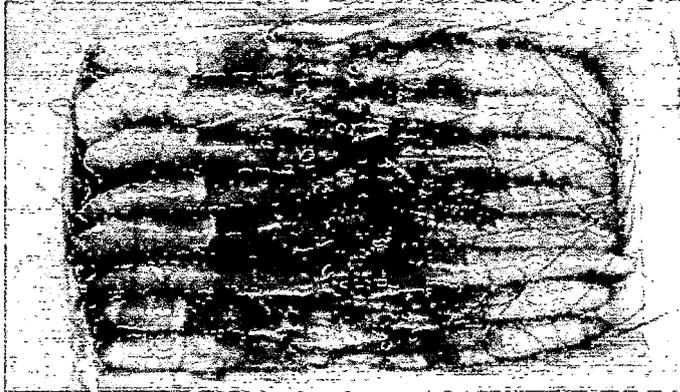


Fuente: www.google.com.pe, 2014

A small, stylized signature or mark, possibly a handwritten initial or logo, located in the bottom right corner of the page.

FIGURA e.7

LANGOSTINOS: COLAS, ENTEROS CONGELADOS



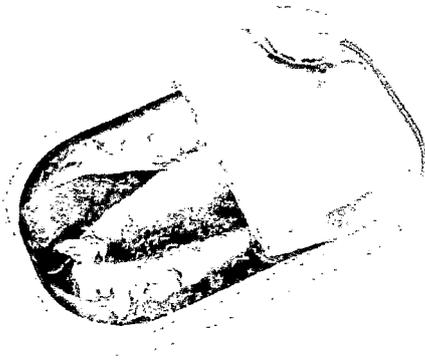
Fuente: www.google.com.pe, 2014



Fuente: www.google.com.pe, 2014

FIGURA N° e.8

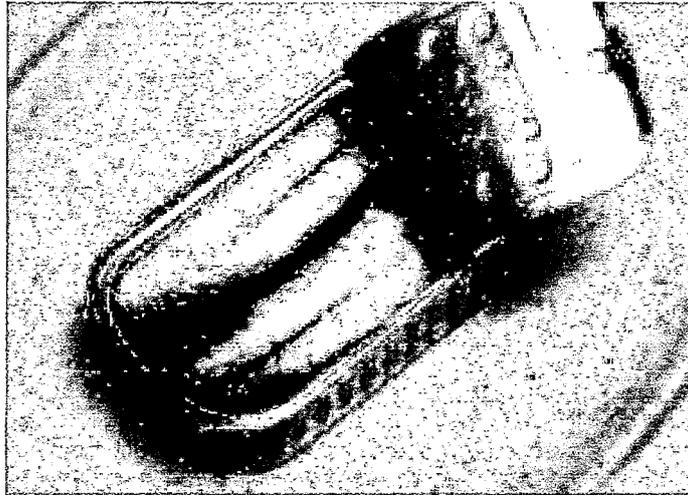
CONSERVAS DE PESCADO: SARDINA, CABALLA Y DE ANCHOVETA (ANCHOAS)



Fuente: www.google.com.pe, 2014



Fuente: www.google.com.pe, 2014



Fuente: www.google.com.pe, 2014

Las empresas pesqueras peruanas que exportaron estos productos al mercado brasilero en el periodo 2009-2013, fueron:

- **Productora Andina de Congelados SCRL - PROANCO**
Empresa que pertenece a Comex Andina SL, española, especializada en la exportación de diversos productos congelados, empleando tecnología de punta en el sistema de empacado automático, opera en Paita. www.comex-andina.com
- **Seafrost SAC**
Empresa de origen italiano que opera en Paita, produce productos congelados de pescado y mariscos para la exportación.
www.seafrost.com.pe
- **Pacific Freezing Company SAC**
Empresa de capitales chinos, opera en Paita produciendo productos congelados diversos.
www.pacificfreezing.com

- **Corporación de Ingeniería de Refrigeración SRL- COINREFRI**
Empresa exportadora de productos congelados, ubicada en Paita, de capitales chinos.
www.coinrefri.com
- **Andina de Desarrollo SAC- ANDESA**
Empresa peruana, ubicada en el Callao, produce conservas de anchoveta, sardina, caballa, etc., así diversos productos congelados.
www.andesac.com
- **Peruvian Sea Food SA**
Empresa ubicada en Paita, dedicada al congelado de pescado y diversos productos.
www.peruseafood.org

e.4 SEGMENTACIÓN Y CUANTIFICACION DE LA DEMANDA DEL MERCADO DE BRASIL

Se verifico que las importaciones brasileñas están relacionadas con las épocas de mayor consumo (navidad y año nuevo) debido a que los productos derivados del pescado son percibidos como productos *delicatessen* para ocasiones especiales y solo al alcance de las personas de mayores ingresos, en las grandes ciudades.

El consumo de pescado y mariscos en Brasil se situó entre 8,4 y 9,8 kg por persona al año (2012), este indicador está muy lejos de la media mundial que se estimó en 16 kg por persona al año (FAO, 2003).

No hay datos de demanda, por lo que se tuvo que recurrir al cálculo del indicador por consumo aparente.

El indicador de consumo aparente o demanda aparente, se obtuvo de restar las exportaciones de la sumatoria entre la producción interna y las importaciones, tal como se mencionó en el Capítulo anterior, es decir la de-

manda aparente de pescado en Brasil se incremento entre 6 y 8 por ciento al año, tenemos que en el 2012 fue de 1180,707 toneladas.

También se ha indicado que Brasil presenta 5 regiones, donde la Región Sudeste, es la que tuvo la mayor población en el 2012 (64,6 millones de habitantes), es la que apporto un mayor porcentaje a la generación del PBI (55% del PBI brasileño) y la que presento una mayor capacidad de gasto (con un PBI per cápita de 4,300 \$), en relación a las otras regiones.

Se ha determinado también que las regiones presentan distintas costumbres y hábitos de consumo, lo cual se refleja en el tipo de alimentación que demanda.

Vemos en el Cuadro N° e.3 en la página 60, los principales estados de Brasil que concentraron el mayor volumen de importación de productos pesqueros, fueron Sao paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina y Pernambuco (Región Sudeste) los que concentraron el 88 por ciento de las importaciones pesqueras en el 2010 de Brasil, fue el estado de **Sao Paulo** el más importante, ya que concentro el 57 % de las importaciones pesqueras en términos de valor y el 38 % en peso para el año 2010 además represento el segundo mayor PBI per cápita del país, después de Brasilia DF y se determinó un mercado de 40 millones de habitantes, es por estos motivos que se eligió a este gran estado como **nicho de mercado** para las exportaciones peruanas de productos pesqueros no tradicionales, sobre todo con valor agregado.

CUADRO N°e.3

PRINCIPALES CIUDADES DE DESTINO DE LAS IMPORTACIONES PESQUERAS EN BRASIL

Años	2009				2010			
	Estados	Toneladas	%	Dólares (miles)	%	Toneladas	%	Dólares (miles)
São Paulo	54 449	35,71	112 035	55,21	60 921	38,40	144 270	57,15
Rio de Janeiro	34 189	22,42	38 509	18,96	37 117	23,39	49 895	19,76
Santa Catarina	38 786	25,43	20 216	9,96	31 869	20,09	14 954	7,11
Pernambuco	6 214	4,07	8 516	4,20	8 955	5,64	10 903	4,32
Espírito Santo	3 012	1,97	7 761	3,82	2 924	1,84	7 641	3,03
Bahía	2 513	1,65	4 789	2,36	2 712	1,71	6 041	2,39
Mato Grosso do Sul	2 021	1,33	3 378	1,66	2 691	1,70	5 277	2,09
Rio Grande do Sul	4 886	3,20	2 772	1,37	4 979	3,14	3 668	1,45
Paraná	3 788	2,48	1 897	0,93	3 969	2,50	3 156	1,25
Otros estados	2 656	1,74	3 056	1,51	2 524	1,59	3 649	1,45
Total general	152 514		202 931		158 661		252 454	

Fuente: Secex, 2010; Alice Web, 2011

e.4.1 Características del Mercado de Sao Paulo

El estado de Sao Paulo, presento un PBI que concentro el 31% del PBI brasileño, cuenta con una extensión territorial de 248,600 km² y una densidad demográfica afines del 2012 de 169 habitantes/km².

Tiene 645 municipios, Sao Paulo es la capital del estado, también es el estado más rico de Brasil. Su economía fue la mayor de Sudamérica. El 68% de su población es blanca (IBGE 2007) compuesto de inmigrantes europeos y sus descendientes son de origen italiano, español, portugués.

Cuenta con 2 puertos principales: Santos y San Sebastián y 2 aeropuertos: Guarulhos y Viracopos (IBGE)

FIGURA N° e.9 ESTADO DE SAO PAULO

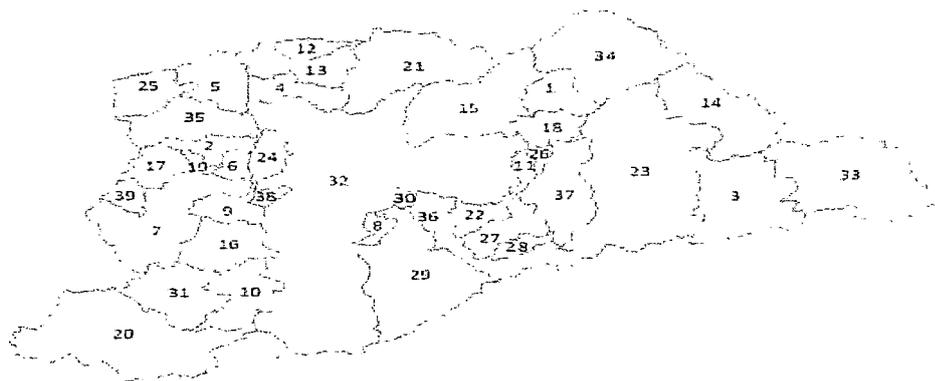


Fuente: Google, 2014

La Región metropolitana de Sao Paulo tiene 39 municipios con una población total de 20 millones de habitantes en el 2010, un PBI de 132 millones de dólares, lo cual la convirtió en la metrópoli más poblada de Brasil y la tercera del mundo después de Tokio y México DF, es considerada la principal ciudad de Brasil.

FIGURA N° e.10 REGIÓN METROPOLITANA DE SAO PAULO

Municípios da Região Metropolitana de São Paulo



- | | | | |
|-------------------|---------------------------|---------------------------|----------------------------|
| 1. Arujá | 11. Ferraz de Vasconcelos | 21. Mairiporã | 31. São Lourenço da Serra |
| 2. Barueri | 12. Francisco Morato | 22. Mauá | 32. São Paulo |
| 3. Biritiba Mirim | 13. Franco da Rocha | 23. Mogi das Cruzes | 33. Salesópolis |
| 4. Caleiras | 14. Guararema | 24. Osasco | 34. Santa Isabel |
| 5. Cajamar | 15. Guarulhos | 25. Pirapora do Bom Jesus | 35. Santana de Parnaíba |
| 6. Carapicuíba | 16. Itapetitinga da Serra | 26. Poá | 36. Santo André |
| 7. Cotia | 17. Itapevi | 27. Ribeirão Pires | 37. Suzano |
| 8. Diadema | 18. Itaquaquecetuba | 28. Rio Grande da Serra | 38. Taboão da Serra |
| 9. Embu | 19. Jandira | 29. São Bernardo do Campo | 39. Vargem Grande Paulista |
| 10. Embu Guaçu | 20. Juquitiba | 30. São Caetano do Sul | |

Fuente: Sempla - Olhar, 2010.

Fuente: Sempla - Olhar, 2010.

La zona metropolitana de Sao Paulo es un mercado de más de 11 millones de habitantes al 2010, con una tasa anual de crecimiento de 0,57%, en donde las mujeres constituyen un 9% superior a la población de los hombres.

La mayor población se presentó entre las edades de 25 a 55 años de edad y en la capital viven 3 personas por casa (SEAPE, 2010).

CUADRO N° e.4
EL CONSUMO DE PER CÁPITA DE PESCADO EN ALGUNAS CIUDADES PRINCIPALES DE BRASIL

Ciudades	Población	Km ²	Consumo per cápita de pescado (kg)	Consumo per cápita de sardinas y pescado	Consumo pescado anual (toneladas)	Consumo de sardinas
Rio Branco	270 140	9 223	31,43	0,73	8 492	198
Porto Velho	311 791	34 082	6,54	0,21	2 040	64
Cuiabá	520 686	3 538	2,60	0,11	1 352	58
São Paulo	11 016 703	1 523	2,45	0,55	26 948	6 084
Total					38 831	6 405

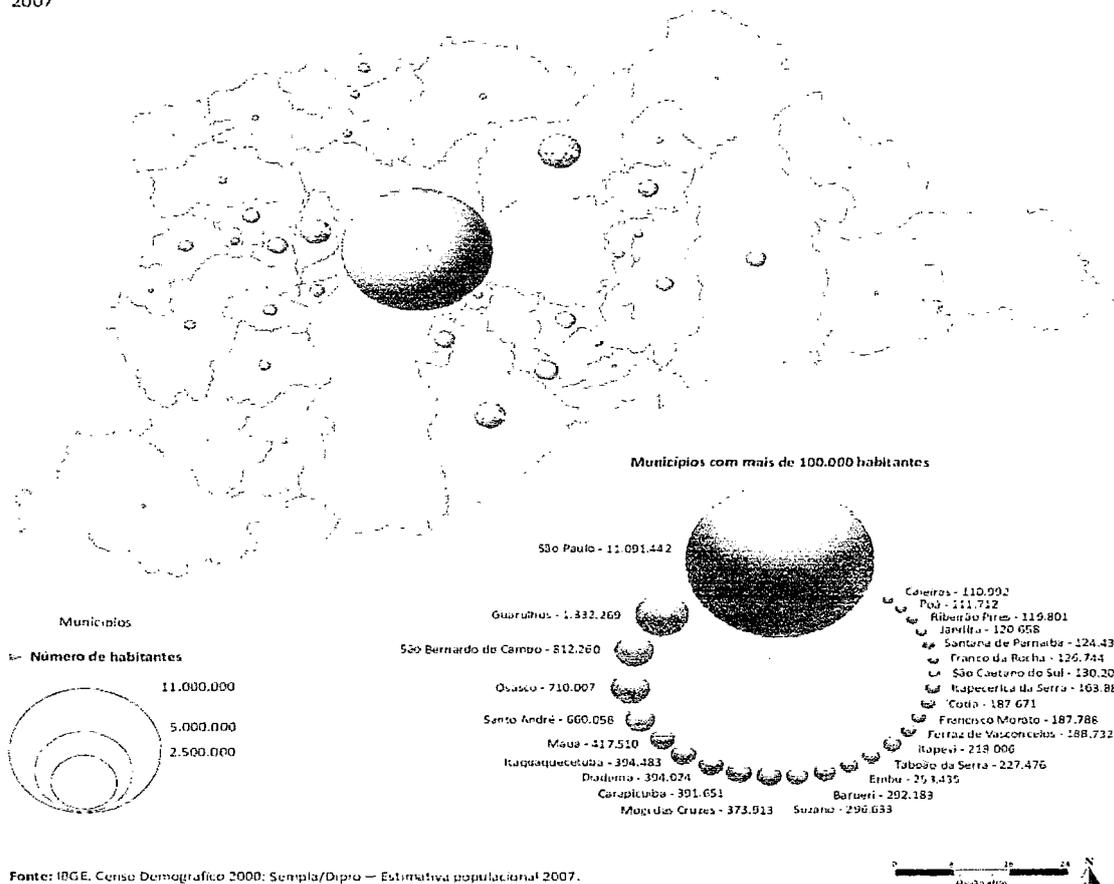
Fuente: IBGE, 2007.

La ciudad de Sao Paulo según un estudio realizado por INFOPECA en el 2010 ("El Mercado de pescado en la Región Metropolitana de Sao Paulo") se precisó que el consumo per cápita es de 15,1 kg/habitante/año, consumo elevado, si consideramos que el consumo per cápita promedio del brasileño es de 8 a 9 kg.

FIGURA N° e.11

POBLACIÓN DE LA REGIÓN METROPOLITANA DE SAO PAULO EN 2010

População dos municípios da Região Metropolitana de São Paulo 2007



CUADRO N° e.5

COMPARACIÓN POBLACIONAL EN EL ESTADO, LA REGIÓN METROPOLITANA Y EL MUNICIPIO DE SÃO PAULO

Indi-		199	200	200	200	200	200	200	
Total del estado de São Paulo	Área (km²)								
	248 600	Densidad demo-	146,2	148,7	151,0	153,3	153,7	158,1	160,7
Región Metropolitana de São Paulo	8 051	Densidad demo-	2	2	2	2	2	2	2
		Población	17 562	17 852	18 095	18 345	18 600	18 862	19 130
Municipio de São Paulo	1 509	Densidad demo-	6	6	6	6	7	7	7
		Población	10 333	10 426	10 489	10 522	10 615	10 679	10 744

Fuente: IBGE, 2007; Censo Demográfico Nacional.

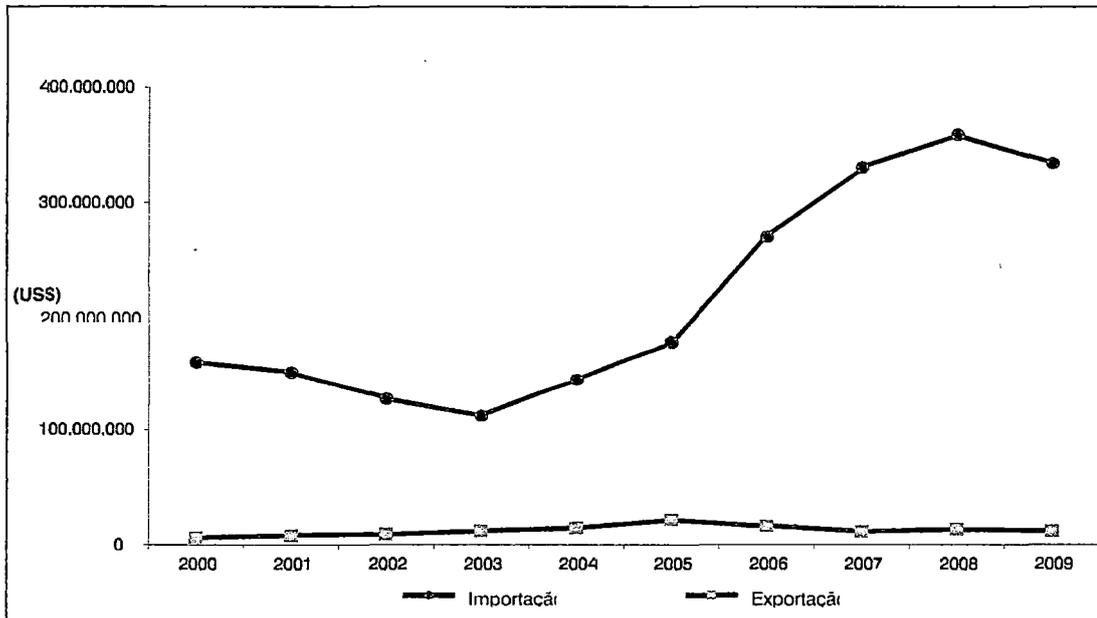
J

e.4.2 Principales características del consumo de alimentos pesqueros en Sao Paulo

Desde el punto de vista de la comercialización de productos de la alimentación de alta calidad, el mercado de Sao Paulo se destacó por las siguientes características:

- ✓ Sao Paulo es un mercado considerado como autosuficiente en el sector de alimentos.
- ✓ Por lo tanto, los productos importados son considerados como un bien de lujo y no una necesidad.
- ✓ Las empresas minoristas incorporaron productos importados para ofrecer variedad en su oferta local y desarrollar nichos de mercado.
- ✓ Las empresas pesqueras europeas que exportaron productos pesqueros a Brasil, han implementado estrategias de marketing muy agresivas y han mantenido un liderazgo en el sector de alimentos Premium (aquellos que ofrecen algún tipo de beneficio para la salud como Omega 3, calcio, propiedades antioxidantes, etc.).
- ✓ Se determinó nichos de mercado para un público que busca beneficios emocionales de estatus, diferenciación y nuevos sabores.
- ✓ Así mismo se verificó que el 80% de los alimentos que se comercializaron en Sao Paulo se realizó a través de hipermercados, supermercados y tiendas independientes.
- ✓ Se encontró que las cadenas de distribución minorista son una pieza clave en el sector de los productos de alimentación de alto valor añadido, empresas como: Carrefour, Zaffari, Pao de Açúcar y Wal Mart.

GRAFICO N° e.2
EVOLUCIÓN DE LA IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES
DE PESCADO DEL ESTADO DE SAO PAULO



Fuente: Alice WEB, 2011

Las importaciones paulista de pescado representaron el 46 % de las importaciones totales de Brasil; en el 2000 de 159 millones de dólares pasaron a 334 millones de dólares en el 2009 (véase Gráfico e.2), representando un aumento de 110 %, debido principalmente al crecimiento económico del país y otros factores ya mencionados.

e.4.3 Segmentación del mercado de Sao Paulo

Según Philip Kotler, "Se define la segmentación del mercado como la selección de los mercados en los que se desea competir mediante la evaluación de determinados parámetros o variables de segmentación permiten establecer un patrón común entre los consumidores".

Las variables de segmentación son: geográfica, demográfica, psicográfica y conductual.

Segmentación geográfica

La segmentación geográfica implica dividir el mercado en diferentes unidades geográficas como naciones, estados, regiones, condados o vecindarios.

La empresa puede operar en un área geográfica o en todas, pero debe fijarse en las variaciones locales.

Segmentación demográfica

La segmentación demográfica divide el mercado en grupos con base en variables como edad, tamaño de la familia, género, ingresos, ocupación, educación, religión, cultura, clase social, etcétera. Son las más utilizadas para distinguir grupos de clientes. Una razón es que los deseos, las preferencias y las tasas de consumo a menudo están más relacionadas con variables demográficas.

Segmentación psicográfica

En la segmentación psicográfica los compradores se dividen en diferentes grupos sobre la base de su estilo de vida, personalidad y valores. Los miembros del mismo grupo demográfico pueden exhibir perfiles psicograficos muy distintos.

Segmentación conductual

En la segmentación conductual los compradores se dividen en grupos sobre la base de su conocimiento de un producto, su actitud hacia él, la forma en que lo usan o responden a él”.

Procedimiento de la segmentación de mercado de Sao Paulo:

Para la segmentación del mercado de Sao Paulo se ha considerado dos variables:

Geográficos: Municipio de Sao Paulo

Demográficos:

Edad: de 25 a 55 años, representaron el 68.5% de la población total, se ha determinado este dato ya que constituye el porcentaje de mayor población (ABGE 2010).

Nivel Socio Económico - NSE: Clase A/B, representaron el 16% de la población al 2010, y el pescado es tratado como un producto gourmet,

por lo tanto su consumo estuvo preferentemente en aquellos consumidores de altos ingresos.

Composición del Hogar: Se determinó conformado por 3 miembros, todos ellos con ingresos económicos para el hogar.

e.4.4 Determinación y Proyección de la Demanda de pescado en el Municipio de Sao Paulo

Se procedió primero a determinar la población de Brasil al 2014, luego se proyectaron los datos de población para los próximos cuatro años (2015-2018), constituyendo nuestro universo de mercado.

Se desarrolló posteriormente el análisis de tres mercados: Potencial, Disponible y Efectivo, según Philip Kotler que indica como determinar la demanda de un nicho de mercado.

Pasos:

a) Proyección de la población del municipio de Sao Paulo:

La población al 2010 del municipio de Sao Paulo fue de 11091,442 de habitantes y la tasa de crecimiento porcentual anual de 0,57 por ciento, entonces la población al 2018 se determinó en 11607,414 de habitantes (véase Cuadro N° e.6).

CUADRO N° e.6

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL MUNICIPIO DE SAO PAULO (PERSONAS)

Años	Población (habitantes)
2010	11,091,442
2011	11,154,663
2012	11,218,244
2013	11,282,187
2014	11,346,495
2015	11,411,170
2016	11,476,213
2017	11,541,627
2018	11,607,414

Elaboración: Propia

b) Determinación del Mercado Potencial (MP)

Este mercado se obtuvo aplicando los criterios de segmentación seleccionados: Edad (68,5%) y NSE (16%)

La fórmula empleada es la siguiente:

$$MP = \text{Población} * \text{Criterios o variables de Segmentación}$$

Al reemplazar los datos para el año 2014, se tuvo la siguiente relación:

$$MP (2014) = 11346,495 * (68,5\%) * (16\%)$$

Sucesivamente se hizo con los demás años, obteniéndose el mercado potencial para el periodo 2015-2018 expresado en habitantes (véase el Cuadro N° e.7).

CUADRO N° e.7

PROYECCIÓN DEL MERCADO POTENCIAL DEL MUNICIPIO DE SAO PAULO (HABITANTES)

Años	Población (habitantes)	Factor	Mercado Potencial
2015	11,411,170	10.96%	1,250,664
2016	11,476,213	10.96%	1,257,793
2017	11,541,627	10.96%	1,264,962
2018	11,607,414	10.96%	1,272,173

Elaboración: Propia

c) Determinación del Mercado Disponible (MD)

Este mercado se determinó aplicando al mercado potencial el porcentaje que representa la cuota del país de origen: importación del

producto del país de origen versus el total importado en el país de destino, y la formula es la siguiente:

$$MD = \text{Mercado Potencial} * \text{Cuota Perú}$$

La cuota Perú se ha calculado dividiendo la cantidad de productos pesqueros no tradicional expresado en toneladas que Perú exporto a Brasil versus las importaciones pesqueras mundiales que realizo Brasil.

En nuestro caso se tomaron los datos del 2013:

Importaciones Mundiales de Pescado de Brasil: 399,018 toneladas

Exportaciones de pescado no tradicional a Brasil: 10,187 toneladas

Se reemplazaron los datos:

$$\text{Cuota Perú: } 10,187/399,018 = 2,55\%$$

Los resultados del mercado disponible para el periodo 2015-2018 expresado en habitantes de observa en el Cuadro N° e.8

CUADRO N° e.8

PROYECCIÓN DEL MERCADO DISPONIBLE DEL MUNICIPIO DE SAO PAULO

(HABITANTES)

Años	Mercado Potencial	Cuota del Perú	Mercado Disponible
2015	1,250,664	2.55%	31,892
2016	1,257,793	2.55%	32,074
2017	1,264,962	2.55%	32,257
2018	1,272,173	2.55%	32,440

Elaboración: Propia

d) Determinación del Mercado Efectivo (ME)

Este mercado se halló aplicando al mercado disponible determinado, el porcentaje que represento la **cuota del proyecto**:

$$ME = MD * \text{Cuota del Proyecto}$$

La cuota del proyecto se calculó dividiendo 100/ 10

Fueron 10 las principales empresas exportadoras peruanas de productos pesqueros no tradicionales a Brasil en el 2013, el resultado fue de 10 % (100/10 = 10%).

Los resultados del mercado efectivo para el periodo 2015-2018 fueron:

CUADRO Nº e.9

PROYECCIÓN DEL MERCADO EFECTIVO DEL MUNICIPIO DE SAO PAULO

(HABITANTES)

Años	Mercado Disponible	Cuota proyectada	Mercado Efectivo
2015	31,892	10.00%	3,189
2016	32,074	10.00%	3,207
2017	32,257	10.00%	3,226
2018	32,440	10.00%	3,244

Elaboración: Propia

e) Determinación de la Demanda futura proyectada del Municipio de Sao Paulo:

Se aplicó primero la estimación de la demanda al 2014, luego se procedió al cálculo de la demanda futura, considerando un consumo per cápita del paulista de 15,1 Kg de pescado al año, entonces:

$$\text{Demanda futura} = \text{ME} * 15,1$$

La demanda futura del municipio de Sao Paulo para el periodo 2015-2018 será en promedio de 49 toneladas por año de pescado cuya

preparación es del tipo *gourmet o delicatessen* (véase Cuadro N° e.10)

CUADRO N° e.10
DEMANDA FUTURA DE PESCADO DEL MUNICIPIO DE SAO PAULO (Kg)

Años	Población (habitantes)	Mercado Potencial (10,96%)	Mercado Disponible (2,55%)	Mercado Efectivo (10,0%)	Demanda Futura (kg)
2014	11,346,495	1,243,576	31,711	3,171	47,882
2015	11,411,170	1,250,664	31,892	3,189	48,154
2016	11,476,213	1,257,793	32,074	3,207	48,426
2017	11,541,627	1,264,962	32,257	3,226	48,713
2018	11,607,414	1,272,173	32,440	3,244	48,984

Elaboración: Propia

f) Determinación de la Demanda futura proyectada del Estado de Sao Paulo

Con los datos de la población del Estado de Sao Paulo de 39950,020 habitantes al 2005, y una tasa de crecimiento porcentual anual de 0,57%, se proyectó la población (véase Cuadro N° e.11).

CUADRO N° e.11
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL ESTADO DE SAO PAULO, BRASIL
(HABITANTES)

Años	Población
2005	39,950,020
2006	40,177,735
2007	40,406,748
2008	40,637,066
2009	40,868,697
2010	41,101,648
2011	41,335,927
2012	41,571,541
2013	41,808,498
2014	42,046,806
2015	42,286,472
2016	42,527,504
2017	42,769,910
2018	43,013,648

Elaboración: Propia

Seguidamente se encontró la demanda futura de pescado del Estado de Sao Paulo para el periodo 2015-2018, considerando el dato del consumo per cápita de 15,1 kg por persona al año, se obtuvo los siguientes resultados (véase Cuadro N° e.12): un promedio de 180 toneladas de pescado al año demandara el estado de Sao Paulo, de productos tipo *gourmet o delicatessen*.

El público objetivo (nicho de mercado) es el mismo con las siguientes características:

“PERSONA COMPRENDIDA ENTRE LAS EDADES DE 25 A 50 AÑOS, PERTENECIENTES AL NSE CLASE A/B y CON PODER ADQUISITIVO ALTO”.

CUADRO N° e.12
DEMANDA FUTURA DE PESCADO DEL
ESTADO DE SAO PAULO

Años	Población (habitantes)	Mercado Potencial (10,96%) (habitantes)	Mercado Disponible (2,55%) (habitantes)	Mercado Efectivo (10%) (habitantes)	DEMANDA FUTURA (KG)
2015	42286472	4634597	118182	11818	178455
2016	42527504	4661014	118856	11886	179472
20 17	42769910	4687582	119533	11953	180495
2018	43013648	4714296	120215	12021	181524

Elaboración: Propia

g) Proyección de las Ventas en el Estado de Sao Paulo (US\$ FOB)

Para la proyección de las ventas en el Estado de Sao Paulo durante el periodo 2015-2018 se consideró un precio promedio de exportación de 12 US\$/Kg de pescado con valor agregado del tipo *gourmet*. Este dato se obtuvo al promediar los precios del pescado, moluscos y crustáceos de los supermercados de Sao Paulo (véase Cuadro N° e.13), del tipo de cambio 1US\$ = 2,5 Real y del margen del importador y gastos de importación (180%, según los resultados de la entrevista a profundidad)

CUADRO N° e.13
PRECIOS DE PRODUCTOS PESQUEROS EN LOS SUPERMERCADOS
DE SAO PAULO

Producto	Precio (Real) 2013
Medallón de merluza apanado (4000 gr)	6,99
Merluza apanada de 500 gr	5,79
Hamburguesa de pescado apanado, 400 gr	4,59
Filete de merluza congelado, 500 gr	5,95
Tiras de tilapia congelado, 300 gr	6,99
Anillas de calamar congelado, 500 gr	31,49
Langostinos empanado congelado, 250 gr	12,18

Fuente: Supermercado Pao de Azucar, 2013

Obtenido la demanda futura del Estado de Sao Paulo de productos pesqueros no tradicionales tipo *gourmet*, para el periodo 2015-2018, se multiplico por 12 US\$/Kg, precio de exportación FOB, encontrándose las ventas proyectadas para este periodo (véase Cuadro N° e.14).

CUADRO Nº e.14

**PROYECCIÓN DE LAS VENTAS DE PRODUCTOS PESQUEROS NO TRADICIONALES
EN EL ESTADO DE SAO PAULO**

Años	Población (habitantes)	Demanda Futura (Kg)	Proyección de las Ventas (US\$ FOB)
2014	42,046,806	177,444	2,129,328
2015	42,286,472	178,455	2,141,460
2016	42,527,504	179,472	2,153,664
2017	42,769,910	180,495	2,165,940
2018	43,013,648	181,524	2,178,288

Elaboración: Propia

e.5 ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS NO TRADICIONAL AL ESTADO DE SAO PAULO

Según Philip Kotler, empleamos la matriz de expansión de productos-mercados para diseñar las estrategias de mercado, esta matriz tiene dos dimensiones: productos y mercados. Sobre estas dos dimensiones, se puede diseñar cuatro estrategias para incursionar de mejor manera en el mercado paulista, según sea su característica principal.

MATRIZ PRODUCTO-MERCADO

		Bajo riesgo	Alto riesgo
		Productos actuales	Productos nuevos
Bajo riesgo	Mercados actuales	Penetración de mercado	Desarrollo del producto
Alto riesgo	Mercados nuevos	Desarrollo del mercado	Diversificación

Fuente: Kotler 2003

Estrategia de penetración de mercado

“Vender más de los mismos productos o servicios en los mercados actuales”

Esta estrategia intenta normalmente convertir clientes fortuitos en clientes regulares, y a los clientes regulares en clientes de volumen. Los sistemas típicos son descuentos por volumen, tarjetas de acumulación de puntos de descuento y gestión de la relación con el cliente. La estrategia es a menudo lograr economías a escala con una fabricación y una distribución más eficiente, mayor poder de compra y márgenes compartidos.

Desarrollo del mercado

“Vender más de los mismos productos o servicios en nuevos mercados».

Esta estrategia a menudo intenta capturar clientes de los competidores o introducir productos existentes en mercados extranjeros o nuevas marcas en un mercado. Los nuevos mercados pueden ser geográficos o funcionales, por ejemplo, cuando se vende el mismo producto para otro propósito.

Puede necesitar modificaciones pequeñas. Se debe tener cuidado con las diferencias culturales.

Desarrollo del producto

“Vender nuevos productos o servicios en mercados actuales”

Esta estrategia intenta a menudo vender otros productos a los clientes (regulares). Estos nuevos productos pueden ser accesorios, agregados o productos totalmente nuevos. Ventas cruzadas. Con frecuencia, se utilizan los canales de comunicaciones existentes.

Diversificación

“Vender nuevos productos o servicios en mercados nuevos”.

Esta estrategia es la más riesgosa. A menudo hay un foco de credibilidad en la comunicación para explicar por qué la compañía incorpora nuevos productos en nuevos mercados. Por otra parte, las estrategias de diversificación también pueden disminuir riesgos, porque una corporación puede dispersar ciertos riesgos si opera en más de un mercado.

e.5.1 Estrategia de Penetración de Mercados

Se ha propuesto adoptar esta estrategia siguiendo con la actual oferta exportable de productos pesqueros no tradicionales a Brasil, ofreciendo los mismos productos del periodo 2009-2013 (véase Cuadro N° e.8), donde las conservas de pescado tanto de sardinas, anchoas o anchoveta, el congelado de pescado entero y/o filetes de caballa y la pota congelada fueron los productos de mayor exportación en el periodo; las principales partidas arancelarias de los productos son: 1604200000, 1604160000, 1604132000, 1604139000, 1604131090, 0307490000, 0303540000, 0303740000 y 0303740000.

Los importadores mayoristas de Brasil han requerido de los productos congelados para su industrialización en productos terminados y de las conservas para ser destinados a consumidores de bajo poder adquisitivo, es decir casi no se comercializan en el Estado de Sao Paulo.

El crecimiento de la oferta exportable se ha debido primero a la creciente demanda en el país por consumo de pescado, segundo al cumplimiento por parte del exportador peruano de las normas y regulaciones de importación que exige Brasil, tercero al apoyo por parte de las Oficinas Comerciales de la Embajada de Brasil en Sao Paulo y Rio de Janeiro principalmente, en la divulgación de las bondades de nuestros productos pesqueros no tradicionales y de la MARCA PERU, finalmente todos los productos pesqueros que se han exportado han entrado al mercado brasilero con un arancel del 0 por ciento, debido a los acuerdos comerciales con Mercosur.

Debido a todas estas consideraciones, las exportaciones de productos pesqueros no tradicionales a Brasil pueden incrementarse en un 100 por ciento en relación al 2013, tanto en términos de valor como de volumen, es decir podría llegar a **56 millones de dólares FOB** en el 2014 y esperar que los próximos años se presente la misma tendencia.

Así mismo, la "Semana del Pescado", acción creada por el gobierno de Brasil para incrementar su consumo de 9 kg/año a 12 kg/año, sobre todo en las regiones de mayor pobreza, abre la posibilidad de vender especie de bajo valor comercial como la **anchoveta**, especie que no se está aprovechando ni el 1 por ciento de lo desembarcado, en el desarrollo de productos pesqueros para consumo humano directo. El conocimiento del mercado

por parte de los exportadores peruanos y los contactos comerciales existentes, va a impulsar esta posibilidad de incrementar la oferta exportable en 20,000 toneladas anuales a un precio promedio de US\$ 1.50 por kilo (precio competitivo), resultando un monto de exportación de **US\$ FOB 13,33 millones** para el 2014.

e.5.2 Estrategia de Desarrollo del Producto

También se ha propuesto esta estrategia, basándonos en el conocimiento del mercado por parte del exportador pesquero peruano, para impulsar la exportación de productos con valor agregado del tipo delicatessen o gourmet, utilizándose la materia prima que disponemos en stocks para los próximos años como la merluza, la pota, los langostinos y el atún.

Para la introducción de estos productos a Brasil, se eligió el mercado del Estado de Sao Paulo, por ser la de mayor población, de gran poder adquisitivo sobre todo en los niveles socioeconómicos A y B, de gran compra de pescado del tipo delicatessen en las cadenas de supermercados.

Los productos que muestra preferencia el consumidor paulista son:

- Merluza en medallones y rellenos
- Merluza apanada congelada
- Hamburguesa de pescado
- Filete de merluza congelada
- Tiras de tilapia apanada y congelada
- Anillas de calamar o de pota congeladas
- Langostinos apanados
- Conserva de sardinas en aceite de olivo y
- Atún solido light

Se ha encontrado que el mercado de Sao Paulo demandara para el próximo año, 180 toneladas de estos productos con ingresos por ventas de **2.1 millones de dólares US\$**.

e.5.3 Estrategia de Distribución

Luego del análisis de la distribución en Brasil, se ha encontrado que es mejor empezar cualquier transacción comercial con el apoyo de un agente o distribuidor, las exportaciones pesqueras con valor agregado se harán a



través de los siguientes importadores mayoristas por ser los que cuentan con mayor cobertura de mercado:

✓ ASA BRANCA

Asa Branca Indl. Coml. e Imp. Ltda.

Av. Asa Branca, 34 INDUSTRIAL Guaribas, Arapiraca, AL

CEP 57303-750

Tel: +55 82 3522-9300

emanuel@asabranca.ind.br
www.asabranca.ind.br

Asa Branca Industrial Comercial e Importadora Ltda, fundada en 1996, se dedica exclusivamente al comercio mayorista. La empresa ha adquirido recientemente un nuevo perfil de mercado que es el de acompañar y innovar con nuevas tendencias de mercado, buscando nuevos socios proveedores a los que representar en exclusiva.

Cuenta con 18.460 m², y un área construida de 7.405 m², generador propio de electricidad y 12 dársenas para cargas y descargas y 40 camiones propios.

Cuenta con una capacidad de almacenaje de 1.500 toneladas de congelados, 400 toneladas de refrigerados, 3.287 toneladas de secos, con un intervalo máximo de almacenaje de 15 días.

✓ ASSAÍ ATACADISTA

Rua Manilha, 42

VI. Carrão, São Paulo, SP CEP 03445-050

Tel: 55 11 3411-5000

perossi@assaiatacadista.com.br

www.assaiatacadista.com.br

Assaí es una de las empresas mayoristas de la alimentación más tradicionales del país, en marcha desde 1974. Dedicada al abastecimiento de pequeños y comerciantes medios en las principales regiones de Brasil. Cuenta con 60 tiendas en todo el país, 40 de ellas en el estado de São Paulo. Assaí pertenece al grupo Pão de Açúcar.

Productos

Pescados congelados entre otros.

✓ NUNES MARTINS

Casa Nunes Martins S/A Importadora e Exportadora

Rua da Cevada, 66/A 68/68A 70/70A Penha Rio de Janeiro RJ

CEP 21011-080

Tel: 55 21 2107-4700

nunesmartins@nunesmartins.com.br

www.nunesmartins.com.br

Empresa con más de 80 años de experiencia dedicada a la distribución de alimentos y bebidas de Rio de Janeiro. Su estrategia consiste en la combinación de una rica gama de productos de importación propia con la distribución de productos de empresas de gran peso internacional como Pernod Ricard y Unilever.

✓ MUFFATO

Irmãos Muffato Cia. Ltda.

Rod. BR-277, Km 597, S/Nº, Térreo Aeroporto Cascavel PR

CEP85813-550

Tel: +55 45 4009-5000

supermuffato@supermuffato.com.br

www.supermuffato.com.br

Se trata de una pequeña cadena de supermercados con unas 40 tiendas en el estado de Paraná y de São Paulo.

Destaca en el sector de la alimentación por contar con una importante oferta de productos importados desde numerosos países del mundo, como aceite, vinos, galletas, chocolates, salsas, conservas, etc.

Producto

Alimentación en general. Importación de comidas del mundo.

✓ IGLU

Iglu Comercial e Importadora Ltda. Pq Rua doViajantes,327

São Jorge Marilia SP

CEP: 17520-220 55 14 3417-5311

andre@iglucongelados.com.br

www.iglucongelados.com.br

Esta empresa inicia su actividad en 1983 en Marilia, São Paulo. Hoy en día cuentan con una importante estructura logística frigorífica en el interior del estado de São Pãulo que la capacita para distribuir productos nacionales e importados a todo el estado con la máxima seguridad y calidad en la cadena del frío.

Productos

Pescados congelados, incluidos los empanados.

✓ TRES PASSOS ALIMENTOS

Três Passos Alimentos Ltda.

Av. Dr. Gastão Vidigal, 1.946, Sala1, Portão 12, Ceagesp, São Paulo SP

CEP: 05314-000

Tel:+55 11 3077-2222

importacao@trespassos.com.brwww.trespassos.com.br

Empresa fundada en 1987 para atender al canal Horeca. Entre sus productos de alimentación figuran los pescados congelados y refrigerados de procedencia nacional e internacional.

Productos

Carnes y pescados, congelados y refrigerados.

e.5.4 Estrategias de Precios

Se ha visto también que el precio de venta de los productos pesqueros al consumidor final en los supermercados o hipermercados muestran variación.

Se tiene que el precio de venta al consumidor final de los productos pesqueros de mayor acogida en los supermercados (Capítulo IV, 4.9)

fueron: para los productos congelados a base de pescado entre US\$ 18 y 20 el kilo, productos a base de pota y calamar en US\$ 29 el kilo, la conserva de atún en US\$ 10.80 el kilo, conserva de sardina US\$ 9.20 el kilo, conservas de anchoas saladas en US\$ 20.00 el kilo, y langostinos apanados congelados en US\$ 22.30 el kilo, por lo que nuestro precio de venta promedio de exportación FOB será de 12 US\$/Kg al importador para los productos congelados y de 5 US\$/Kg para las conservas de atún y de sardinas, permitiendo un margen de utilidad, recuperación de los costos de importación y precio competitivo.

e.5.5 Estrategias de Promoción

Se encontró que la mejor forma para hacer conocer y divulgar nuestra oferta exportable pesquera sobre todo de aquellos productos con valor agregado, es participando en las siguientes ferias comerciales:

✓ **Convención Paulista de Supermercados y Feria de Equipos (Apas)**

Productos y Servicios.

Fecha y lugar: Expo Center Norte (São Paulo), Mayo

Organizadora: Associação Paulista de Supermercados APAS

Teléfono: 55 11 36475000/

5001 Fax: 55 11 36475017

Email:

diretoria@apas.com.br

Web: www.apas.com.br

Contacto: Shirley Silva de Oliveira

✓ **Feria Internacional de Alimentación-Fispal**

Fecha y lugar: Pabellón Anhembi (São Paulo – SP) – Junio.

Organizadora: Grupo Brasil Rio/ Fispal Feiras e Produtos Comerciais Ltda.

Teléfono: (5511) 37580996/

Fax: (5511) 37580165

Email:

alimentos@fispal.com

Web: www.fispal.com

✓ **Seafood Expo Latin América – 2ª FERIA INTERNACIONAL DE NEGOCIOS DE LA PESCA, ACUICULTURA Y FRUTOS DEL MAR**

Fecha y lugar: Expo Center Norte (São Paulo) – Mayo.

Organizadora: VNU Business Media do Brasil

Teléfono: (5511)38730081/

Fax: (5511)38731912

Email:

seafood@vnu.com.br

Web: www.vnu.com.br

✓ **AQUAFAIR FERIA INTERNACIONAL DE ACUICULTURA Y PESCA**

Fecha: Setiembre

Local: Centro de Convenções de Florianópolis

Florianópolis (SC)

Horario: 10 a las 19 horas

Organizador: Gessuli Agribusiness Ltda.

Email:

aquafair@gessuli.com.br) Expo Abras

✓ **CONVENCIÓN NACIONAL DE SUPERMERCADOS Y FERIA INTERNACIONAL DE PRODUCTOS, EQUIPOS Y TECNOLOGÍA PARA SUPERMERCADOS**

Fecha: Setiembre

Ciudad: São Paulo

Horario: 8:00 a las 21:00 horas

Organizador: Associação Brasileira de Supermercados (abras)

Web: www.abrasnet.com.br

f) RESULTADOS

1. Brasil es un mercado de 198 millones de consumidores y ocupa el séptimo lugar entre las economías mundiales con un PBI US\$ 2,425 billones, es decir 12 veces la economía peruana. Además, representa el 42.9% del PBI y el 34.0% de la población de América Latina.

El mercado brasileño tiene un potencial de crecimiento importante, porque los brasileños están ganando poder de compra de forma constante y es uno de los más dinámicos entre los denominados BRIC. De acuerdo a la Fundación Getulio Vargas, actualmente, la clase media brasileña representa aproximadamente el 55% de los consumidores, y en 2014 se estima que lleguen al 60%. Todo ello está generando nuevas y mayores oportunidades de negocios en diferentes líneas de productos y regiones de ese país.

En Brasil hay cerca de 40 millones de personas con ingresos medio-altos y altos, y más de 1.2 millones de familias que anualmente tienen ingresos superiores a US\$ 120,000. Es decir una cantidad importante de consumidores con un alto poder adquisitivo, que demandan productos Premium o gourmet.

2. La demanda aparente de pescado de Brasil fue de 1, 180,707 toneladas de pescado en el 2012, incrementándose entre un 6 y 8 por ciento al año (Ver Cuadro N° f.1).

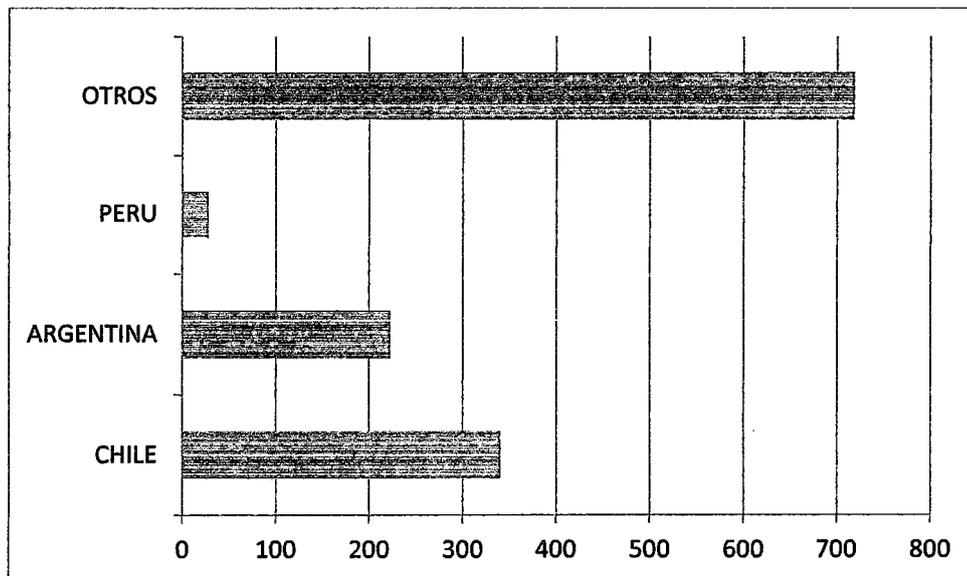
CUADRO N° f.1
DEMANDA APARENTE DE PESCADO DE BRASIL (Ton)

Años	Producción	Importaciones	Exportaciones	Demanda aparente
2008	791,892	228,118	95,561	924,449
2009	825,412	245,345	42,242	1,028,515
2010	785,369	285,592	38,204	1,032,757
2011	803,267	315,428	33,412	1,085,283
2012	842,987	368,015	30,295	1,180,707

Elaboración: Propia

3. El consumo per cápita aparente de pescado en Brasil se viene incrementado en los últimos años, de 7,28 Kg/hab/año en el 2006 a 9,75 Kg/hab/año en 2010, debido principalmente al incremento de los ingresos, a los nuevos hábitos de consumo y nuevos estilos de vida.
4. Las importaciones de pescado (peces, moluscos y crustáceos) de Brasil se han incrementado fuertemente, de 445 millones de dólares en 2006 a 1252,788 millones de dólares en 2011, debido principalmente a la fuerte demanda por productos pesqueros en los estados de Sao Paulo, Rio de Janeiro y Santa Catarina.
5. El 95 por ciento de lo importado por Brasil, se refiere a productos como fresco y congelado, el 5 por ciento restante se compone de conservas y seco salado.
6. Los principales países exportadores de pescado a Brasil en el 2010 fueron: Chile (salmón congelado), Noruega (bacalao congelado), Argentina (merluza congelada), China (merluza en filetes y entera congelada), Portugal (conservas) y Marruecos (caballa congelada).
7. Los precios de exportación de los productos pesqueros que se comercializan en Brasil fueron: pescado entero congelado 1,56/1,96 US\$/kg, crustáceos 6,38/8,60 US\$/Kg, moluscos 2,12/3,20 US\$/Kg, conservas 2,83/2,80 US\$ y filete congelado de pescado 2,7/2,80 US\$/Kg.
8. Si bien se tiene que las exportaciones pesqueras peruanas de productos no tradicionales están decayendo, tanto en volumen como en términos de valor, las exportaciones a Brasil han sufrido un incremento inesperado, de 12,3 millones de US\$ en 2012 a 28,6 millones de US\$ en 2013 y si tomamos en cuenta lo indicado en el punto (a) se tendrán los mismos incrementos para los próximos años, sin embargo si tomamos en cuenta las exportaciones de Chile y Argentina a Brasil en el 2013 (340,7 y 222,7 millones de dólares respectivamente), lo obtenido por Perú es muy inferior para este gran mercado (véase Gráfico N° f.1 en página 80).

GRAFICO N° f.1
IMPORTACIONES DE PRODUCTOS PESQUEROS DE BRASIL 2013
(Millones de dólares)



Elaboración: Propia

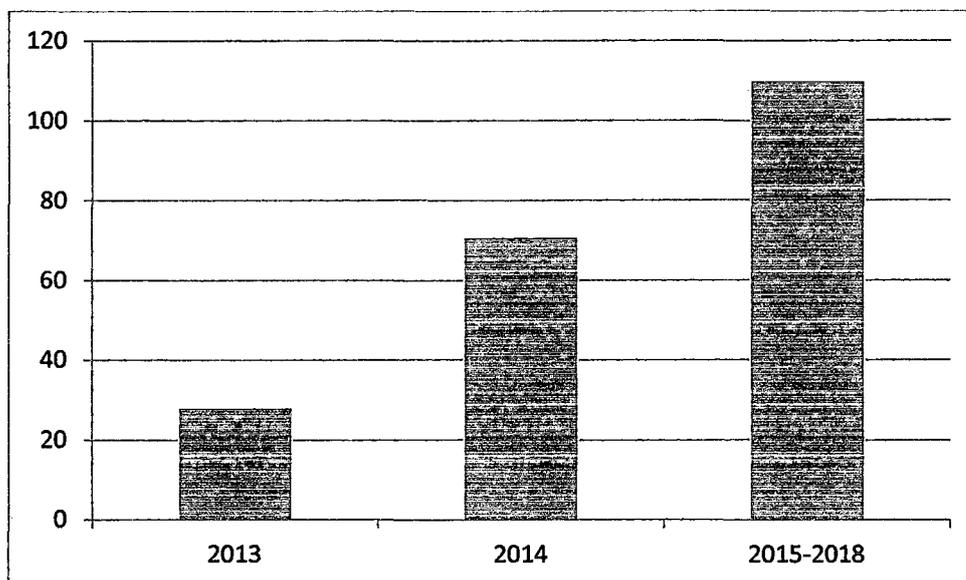
9. Los principales productos pesqueros que se exportaron a Brasil fueron las conservas de caballa, jurel y anchoveta, los congelados de caballa, jurel, perico tanto entero como en filetes, pota congelada en diversas presentaciones y los langostinos congelados.
10. Perú, tiene un acuerdo comercial con la comunidad del Mercosur según ACE N° 58 (2005), que permite el ingreso de los productos pesqueros peruanos a los países integrantes con arancel del 0 por ciento, lo que hace más competitivo nuestros precios de exportación, frente a otros países competidores como: China, Viet Nam, Portugal, Noruega (10% de arancel), Tailandia, Marruecos (24% de arancel).
11. La pesquería peruana descansa en 8 especies, en el 2012 el desembarque de pescado fue de 4,801 miles de TM de los cuales el 80 % fue de anchoveta, 10,4% de pota, 4% de jurel, 0,9% de perico, 0,8% de concha de abanico, 0,7% de merluza y 0,6% de langostinos y caballa.

12. Una de las principales regiones de Brasil es la región Sudeste, por ser la más poblada (64,6 millones de habitantes en 2012), cuenta con tres grandes estados: Sao Paulo, Rio de Janeiro y Pernambuco, estos importaron el 88 por ciento del total de las importaciones de Brasil (252,5 millones de dólares en 2010).
13. El estado de Sao Paulo, es el estado que realizó el mayor volumen de importación de pescado en 2010, 57 por ciento en valor (total de 252,5 millones de dólares) y 38 por ciento en volumen (total de 158,6 miles de toneladas), fue una de las más pobladas (40 millones de habitantes en 2012), con alto poder adquisitivo que permitió el consumo de productos pesqueros con alto beneficio, status y diferenciación.
14. Con las consideraciones indicadas en el punto (m), se eligió el estado de Sao Paulo, como principal mercado para proponer la nueva oferta exportable de productos pesqueros no tradicionales a Brasil.
15. La segmentación del mercado de Sao Paulo, se realizó tomando en cuenta las siguientes variables: Edad entre 25 y 55 años (68% de la población) y Nivel Socioeconómico-clase social A/B (16% de la población), principalmente para los productos pesqueros con valor agregado.
16. Se determinó la demanda futura para el 2014 y el periodo 2015-2018, resultando un promedio de exportación de 179 toneladas anuales y en valor un promedio de 2,1 millones de dólares por año. Los nuevos productos con valor agregado que se proponen son: merluza congelada en medallones, merluza apanada congelada, hamburguesa de pescado, anillas de calamar congelada, langostinos apanados congelados y conserva de atún light; para la introducción de estos nuevos productos se tomara en cuenta la Estrategia de Desarrollo del producto planteado por Kotler, que permite conquistar el mercado de Brasil con nuevos productos basándonos en el conocimiento y experiencia del mismo.
17. Se ha propuesto además adoptar la estrategia de Penetración de mercado, impulsando las exportaciones de los actuales productos pesqueros que ya tienen la acogida en el mercado brasilero como son la caballa, perico, pota y langostinos congelados y la caballa, jurel y anchoveta en conservas, estos productos ya están posicionados en el mercado, que de acuerdo a las proyecciones de exportación se tendrán alrededor de 56

millones de dólares anuales. Así mismo se ha propuesto también aprovechar el recurso pesquero de la anchoveta que contamos con amplios stocks, para la exportación en forma de congelados en la presentación HGT y HG y también en conservas, dirigidos para los sectores donde el gobierno de Brasil se ha propuesto elevar el consumo de pescado, se espera con esta propuesta exportar 20,000 toneladas anuales con un valor de exportación de 13,33 millones de dólares

18. En el Grafico N° f.2, se ilustra como las estrategias de comercialización que se han propuesto incrementa la oferta de exportación de productos pesqueros no tradicionales de 28 millones de dólares en 2013 a 71 millones de dólares en el 2014 y para el periodo 2015-2018 puede tenerse una exportación de 110 millones de dólares al año.

GRAFICO N° f.2
NUEVA OFERTA EXPORTABLE DE PRODUCTOS PESQUEROS NO
TRADICIONALES A BRASIL
(Millones de dólares)



Elaboración: Propia

19. La estrategia de distribución se ha propuesto realizarlo a través de los grandes importadores mayoristas del estado de Sao Paulo como: ASA BRANCA, ASSAI ATACADESTA, NUNES MARTINS, MUFFATO, IGLU y TRES PASSOS ALIMENTOS.

20. Se ha tomado en cuenta los precios de venta al público de los productos pesqueros en los supermercados e hipermercados de Sao Paulo: congelado de pescado 18/20 US\$/Kg, pota y calamar congelado 29 US\$/Kg, conservas de atún 10,8 US\$/Kg, conserva de sardina 9,2 US\$/Kg y langostinos apanados congelados 22,3 US\$/Kg, para plantear la estrategia de los precios de exportación de los productos congelados con valor agregado en 12 US\$/Kg y las conservas de pescado en 5 US\$/Kg, con ello se tiene un margen del 180 por ciento para el importador que cubre los gastos de importación, distribución y margen de utilidad.
21. Para el periodo 2015-2018, nuestras exportaciones deben ser alrededor de los 110 millones dólares anuales, en base a la nueva oferta exportable propuesta, el mercado de Sao Paulo será la puerta de entrada para los productos con valor agregado que son los presentan mejores precios de exportación, y en donde el industrial peruano debe dirigir su máxima atención, más aun si nuestro recurso se encuentra dependiendo solo en 9 especies comerciales.
22. La promoción de la nueva oferta exportable peruana se propone llevarla a cabo participando en las siguientes ferias comerciales: Fispal, Feria Internacional de Alimentos, Feria Internacional de Negocios de la pesca, la acuicultura y frutos del mar, Feria Internacional de acuicultura y pesca, Convención Nacional de supermercados y Feria internacional de productos, equipos y tecnología para supermercados.
23. Es indispensable que las plantas pesqueras peruanas realicen ajustes en sus líneas de producción para dar prioridad a la calidad de los productos. La adopción del concepto HACCP en todas las etapas del proceso productivo es una forma de conquistar nuevos mercados, se ha propuesto que las empresas peruanas que deseen exportar a Brasil tengan en cuenta los siguiente:

✓ **a) Merluza congelada en filetes**

La merluza es uno de los pescados más consumidos en Brasil, principalmente en verano, por ser considerado un alimento ligero. Es fácil y práctico para preparar, especialmente los filetes que son los más consumidos. Los supermercados son los grandes comercializadores de merluza congelada y las ferias libres de merluzas frescas.

En el período 2002-2005, Brasil importó filetes congelados de merluza por US\$32.5 millones en promedio anual, con una tasa de crecimiento de 12% promedio anual. Argentina es el principal proveedor, con una participación del 98%, seguido de Chile con el 1.5%.

El sólido posicionamiento de Argentina en Brasil se debe a que tiene una merluza que posee un sabor más suave que sus competidores, que es de agrado del consumidor brasileño y, evidentemente, ofrece el mejor precio de mercado. Es importante remarcar que el Perú exportó de la misma partida el monto de US\$10.6 millones como promedio anual en el período 2002-2005, con una tasa de crecimiento promedio anual de 17%.

Hay empresas brasileñas interesadas en importar merluza del Perú (la merluza peruana es más pequeña que la argentina, pero tendría mercado si entrara con menores precios); sin embargo, manifiestan que no reciben muchas ofertas o propuestas de firmas exportadoras peruanas. Por ello, el Perú no ha exportado este producto en los últimos años. El precio del paquete de merluza en filetes por 420 gramos es de R\$8.42. De esta manera, el precio de este producto por kilo sería de US\$9.19

b) Filetes de pescado

Los pescados siguen teniendo gran potencial en el mercado brasileño, en especial las especies que el país no produce o que produce en pequeñas cantidades (destacan la merluza y el salmón).

El consumidor (y por consecuencia, el importador) brasileño prefiere el pescado en filetes sin espinas por su practicidad principalmente cuando se trata de congelados. Esto no significa que los pescados enteros no puedan encontrar buena demanda.

Si bien es cierto que los filetes de pescado son muy apreciados por los consumidores brasileños, su principal competencia son los productos procesados con mayor valor agregado como nuggets y las hamburguesas.

Por la manera práctica y presentación durable que se ofrece al consumidor. De todas maneras, los filetes siguen teniendo un fuerte posicionamiento como un producto más sano. Sin embargo, se debe tener cuidado con esta imagen pues, actualmente, existen muchos problemas en la cadena de frío en Brasil.

En el período 2002-2005, Brasil importó filetes congelados de otros pescados por un monto US\$3.4 millones en promedio anual. Con una tasa de crecimiento de 6% promedio anual en el mismo período. Siendo Argentina el principal proveedor con una participación del 80%, Uruguay el segundo proveedor con el 10% de participación.

El precio del paquete de merluza en filetes por 500 gramos es de R\$9.27. De esta manera, el precio de este producto por kilo sería de US\$ 8.5.

c) Demás preparaciones y conserva de pescado (conserva de chicharrón/jurel)

En el período 2002-2005, Brasil importó preparaciones y conservas de pescado por un monto US\$5.3 millones en promedio anual. Con una tasa de crecimiento de 4% promedio anual en el mismo período. El Perú es el principal proveedor, con una participación del 28.2%, seguido de Uruguay con 28% y Ecuador con 19%.

Es importante remarcar que en ese período el Perú exporta de la misma partida el monto de US\$10.8 millones como promedio anual, con una tasa de crecimiento promedio anual de 32%. Siendo el principal proveedor de Brasil en esta partida, ha tenido un crecimiento promedio anual del 50% en el mismo período hacia Brasil.

El precio del producto de cualquier tipo de presentación de 170 gramos es de R\$ 4.00, entonces el precio por kilo sería de US\$ 10.80.

d) Conserva de anchoas, enteras

En el período 2002-2005, Brasil importó conservas de anchoas por un monto US\$767,864 en promedio anual. Con una tasa de crecimiento de 11% promedio anual en el mismo período. Siendo Argentina el principal proveedor con una participación del 51%, seguido del Perú con 25%.

Es importante remarcar que el Perú exporta de la misma partida el monto de US\$2.2 millones como promedio anual en el mismo período, con una tasa de decrecimiento promedio anual de 98%. Sin embargo, la tasa de crecimiento de las exportaciones a Brasil ha sido de 8%.

El precio del producto paté de anchoas por 190 gramos es de R\$8.29. De esta manera, el precio de este producto por kilo sería de US\$20.

e) Otros productos con potencial

El mercado brasileño de pescados y frutos del mar está pasando por un proceso de calidad que envuelve nuevas técnicas de procesamiento, almacenamiento y embalaje. Esos alimentos, que antes eran comercializados en ferias y grandes mayoristas pasaron a venderse en grandes redes de supermercados.

La importancia de los supermercados en la venta de pescado, principalmente en congelados, es significativa. La distribución es 20% de crustáceos y moluscos, 20% de pescados enteros y 60% de potas y filetes.

g) DISCUSION

1. El mercado de Brasil, al tener una gran extensión y alta población, de capacidad adquisitiva diversa, representa un gran mercado que requiere ser estudiado de una forma más específica, es por ello que se ha seleccionado al estado de Sao Paulo (Región Sureste) como el mercado de entrada a Brasil para los productos pesqueros no tradicionales del Perú, así mismo se tiene que el 84 por ciento de la población brasileña es urbana y el gasto por consumir productos alimenticios ha aumentado, sobre todo de aquellos alimentos envasados y procesados especialmente pescados congelados. Es por ello que el presente trabajo propone aprovechar esta coyuntura que presenta el mercado brasileño
2. La iniciativa del gobierno brasileño en elevar el consumo per cápita de pescado de 9 a 14 Kg/año, ofrece oportunidades para los productos pesqueros peruanos, no solo en la exportación de productos enteros o fileteados, sino también en los procesados es decir en aquellos que cuentan con mayor valor agregado y que representan además tener un alto precio de exportación.
3. Lo indicado en el punto (2) obliga a las plantas pesqueras peruanas hacer ajustes en sus líneas de formas para dar prioridad a la calidad de los productos. La adopción del concepto HACCP en todas las etapas del proceso productivo es una forma de conquistar a este gran mercado.
4. El Acuerdo de Complementación Económica N° 58 (ACE 58) suscrito por el Perú y Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, Estados partes del Mercosur, indica que a partir del 01 de Enero 2012, todos los productos peruanos negociados en este acuerdo ingresan a Argentina y Brasil con una preferencia arancelaria de 100 por ciento, es decir con arancel cero, constituye también un argumento para no desaprovechar la oportunidad que ofrece el mercado brasileño de tener mejores precios y competir con más éxito.
5. Para exportar a Brasil se requieren cumplir con requisitos de importación, usualmente el importador brasileño solicita venir a supervisar y aprobar los procesos y las plantas de procesamiento de pescado, pero en el caso peruano, se ha llegado a un acuerdo para autorizar al Instituto Tecnológico



Pesquero, ITP a realizar el análisis microbiológico y la supervisión de plantas de los productos para verificar los requisitos sanitarios. Para tal efecto, el DIPOA de Brasil faculta al ITP para supervisar y calificar los procesos y a extender la habilitación sanitaria de las exportaciones de productos hidrobiológicos a ese país. Se menciona en el trabajo, que ya los exportadores peruanos se están adaptando a estas exigencias para introducir con éxito los productos pesqueros a Brasil, sobre todo cumpliéndose con las normas sanitarias y fitosanitarias así como de las de etiquetado.

6. Si bien es cierto que la carretera interoceánica entre Perú y Brasil va a representar otra vía de salida a nuestros productos, aun no es la adecuada para su comercialización ya que no se cuenta con una flota de camiones frigoríficos y el tiempo de demora serian factores determinantes para su impedimento. En todo caso, sería una oportunidad para aquellos productos pesqueros amazónicos, que bien podrían estar destinados a la región Norte y Centro Oeste de Brasil.
7. En la segmentación del mercado de Brasil, tenemos que la Región de Sao Paulo, constituye el mercado objetivo para la introducción de los productos pesqueros procesados y congelados, tal es así que las grandes cadenas de supermercados existentes demandan diversos productos como los empanizados de merluza, las hamburguesas de pescado, tiras de empanizadas de pescado, langostinos empanizados, las conservas de atún y de sardina entre otros.
8. Las estrategias que se han adoptado para comercializar los productos pesqueros no tradicionales, tanto de Penetración de Mercados como de Desarrollo del Productos son propuestas para una conquista exitosa tanto de los productos que ya se están comercializando en Brasil así como también para la introducción de nuevos productos como es el caso de los procesados con valor agregado (empanizados, hamburguesas, etc.).
9. La determinación de los mercados tanto Potencial, Disponible y Efectivo para el mercado de Sao Paulo, representan los mercados del Proyecto cuyo

resultado está basado en las variables de segmentación como aspectos demográficos, edad y nivel socio económico.

10. No es exitoso tener un programa de exportación que no tenga encuesta para la distribución de los productos pesqueros, el papel que representa los grandes importadores mayoristas de Brasil, ya que ellos tienen mayor cobertura del mercado, capacidad de almacenaje y una amplia logística en la distribución.

11. Cabe indicarse también que la conquista de este gran mercado no solo obedece a contactos desde Perú, como muchos empresarios lo hacen, será necesario como se indicó llevar a cabo todo un plan de mercado teniendo en cuenta los siguientes pasos:

- Realizar estudios de prospección de mercado que identifiquen específicamente la demanda para su producto y el perfil del comprador adecuado para su volumen de operación.
- Participar en ferias y rondas de negocio importantes de la región. Aprovechar las visitas que constantemente realizan los empresarios a distintas ciudades del Perú, para atenderlos y desarrollar una relación personal. Conocerlos personalmente y generar confianza. Es importante conquistar a la persona primero porque los negocios no se deciden dentro de la formalidad.
- Desarrollar estrategias logísticas y de procesos de importación favorables para los importadores brasileños, conociendo las dificultades regulatorias existentes y las vías de minimizar los potenciales riesgos en cada producto específico.
- Contactarse con los consulados y agregadurías comerciales del Perú en Brasil y solicitar orientación sobre el mercado, las experiencias de productores peruanos y los grandes importadores interesados en realizar negocios con el Perú.
- El posicionamiento de nuestros productos en un nuevo mercado es un proceso. Es importante generar experiencias de negocios positivas y continuar conociendo el mercado hasta consolidar relaciones permanentes.

12. El canal de distribución estará en función de cada tipo de producto. Además del precio y la calidad, hay que asegurar la regularidad del abastecimiento. En estas zonas alejadas de los principales centros productivos hay gran sensibilidad por los tiempos y la confiabilidad en la entrega.

Los patrones de consumo, formatos y características de los productos pueden diferir de mercado a mercado. Es importante conocer las características del producto deseado por el consumidor local y adecuarse a ellas en la medida de lo posible. Por ejemplo, si la variedad de papa consumida es blanca, prácticamente lisa y de un tamaño usual, debe ofertarse al mercado ese producto específico para asegurar primero el cumplimiento del patrón exigido en la importación y segundo, su aceptación en la plaza por el consumidor.

Si se trata de productos envasados, es importante elaborar empaques traducidos al idioma portugués y adaptarlos a los requerimientos legales de Brasil. Es esencial tomar el debido cuidado con las regulaciones en materia de publicidad y protección al consumidor y asesorarse con un abogado local antes de lanzar un producto al mercado, pues los competidores y las propias autoridades –de oficio– pueden iniciar procedimientos y solicitar o aplicar sanciones severas a las empresas infractoras.

13. La estrategia publicitaria y los mensajes e imágenes que se buscan difundir deben adaptarse a las particulares necesidades y preferencias de ese mercado (información, presentación, formato, pesos, etc.). Esto facilita la conexión del consumidor con el nuevo producto y le permite comparar más fácilmente sus características físicas y precios.

14. Nuestra biomasa está compuesta de aproximadamente 4 millones de toneladas de pescado al año, donde el 80 por ciento de ello lo constituye la anchoveta, recurso que casi en su totalidad se destinó a la producción de harina y aceite de pescado (productos tradicionales), dejando de lado la oportunidad que representa esta especie por su alto contenido proteico que debería de ser mayormente destinada a la producción de productos pesqueros no tradicionales, como conservas, y congelado. Brasil, estará demandando en los próximos años recursos con estas características con el fin de elevar el nivel nutritivo de la población de bajos recursos económicos,

15. El soporte de nuestra producción nacional de productos pesqueros no tradicionales se encuentra en las siguientes especies: pota, jurel, perico, concha de abanico, merluza, langostinos y caballa; recursos que el Estado Peruano debe proteger ya que existen causas que alteran el ambiente marino y repercuten en sus stocks como los cambios climatológicos, la excesiva explotación, falta de control gubernamental entre otros.
16. En Brasil, el consumo de pescado no es homogéneo en algunas regiones como la Amazonia el consumo per cápita de pescado llega a 35 Kg, y mayormente prefieren pescados provenientes de agua dulce, pero en los estados que colindan con el Océano Atlántico como Minas Gerais, Sao Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Bahía, etc. tienen preferencia por los recursos hidrobiológicos.
17. La competencia más fuerte que tendrán nuestros productos en Brasil serán los que provengan del mercado asiático mayormente, pero para frenarlos es conveniente seguir lo indicado en líneas arriba así como mejorar nuestros costos de exportación en base a una innovación tecnológica en la producción y en la estrategia de fidelización que el empresario peruano debe de llevar a cabo, no pensar en una sola operación de exportación sino en conquistar y retener un cliente.
18. Las exportaciones de productos pesqueros no tradicionales se vislumbra que tenga un fuerte crecimiento, de 28 millones de dólares en 2013 a 71 millones de dólares en el 2014 y para el periodo 2015-2018 estaremos en alrededor de 110 millones de dólares al año, cifra que aún es menor si comparamos con lo que Chile y Argentina exportaron a Brasil en 2013 (341 y 223 millones de dólares respectivamente), se debe tener en cuenta que aparte de ser miembros del Mercosur, tiene lazos comerciales mucho más estrechos que nosotros y cuentan además con el salmón y la merluza entre los recursos de gran aceptación en dicho mercado.
19. El presente trabajo de investigación solo ha tenido en cuenta los productos provenientes de las especies marinas, pero también en el Perú se explota

otros recursos como la trucha, tilapia, paiche, etc. que pueden tener la oportunidad de su explotación con fines de exportación a este gran mercado.



h) REFERENCIALES

1. DE LA PUENTE LEÓN, JOSÉ ANTONIO. Guía práctica para exportar a Brasil. Cámara de Comercio de Lima, Lima 2010.
2. FAO.- El estado mundial de la pesca y la acuicultura. FAO, Roma 2014
3. FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL. Perfil de la industria procesadora de la pesca en Brasil. Unión Europea, 2013.
4. GUARNEZ LIMAY, MARITA KENY. Como exportar a Brasil. Lima 2010
5. INSTITUTO TECNOLÓGICO PESQUERO DEL PERÚ. Requisitos para exportar a la Republica de Brasil. Lima, 2010.
6. INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR. El mercado de conservas de pescado y mariscos en Brasil. ICEX, 2007.
7. KOTLER PHILIP, ARMSTRONG GARY. Fundamentos de marketing. Editorial Pearson Educación, 6ta Edición, México 2010
8. LIMO DEL CASTILLO, RICARDO. Mercosur, un mercado para los productos peruanos. Promperú, 2012
9. MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. Reporte de comercio bilateral Perú-Brasil, Lima 2013.
10. MINISTERIO DE PESCA Y ACUICULTURA. Boletín estadístico de pesca y acuicultura, Brasil 2012.
11. MACHADO, FELIPE. Condiciones de acceso al mercado de alimentos de Brasil, Diciembre 2012.
12. MORÁIS BORGES, ADALMYR. El mercado de pescado en Brasilia, Info-pesca, 2010.
13. MONGO, MARÍA Y GARCÍA, ELSY. Introducción de la anchoa en el mercado brasileño, ESAN, 2010.
14. MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. La interoceánica, oportunidades de negocios con Brasil, Lima, 2012.
15. MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN. Anuarios estadísticos de desembarque, procesamiento y exportación de productos pesqueros. Lima, 2014.
16. PEREIRA DE MELLO, MARIANA. Consumo brasileiro de pescado. Ministerio de Pesca y Acuicultura. Brasil 2011.
17. PROCHILE. Los brasileños se vuelcan al consumo de pescado. Boletín N° 34, Chile, 2012.

18. PROCHILE. Los brasileños se vuelcan al consumo de pescado. Boletín N° 34, Chile, 2012.
19. PROMPERU. Brasil, Gerencia de inteligencia de mercados. Lima, 2012.
20. PROMPERU. Informe del mercado de alimentos de Brasil. Perú 2012.
21. PROMPERU. Guía del mercado de Brasil. Lima 2013.
22. RODRIGUES PINHEIRO NEIVA, CRIATIANE. El mercado de pescado en la región metropolitana de Sao Paulo. Infopesca, Santos 2010.
23. SISTEMA INTEGRADO DE COMERCIO EXTERIOR. Estadísticas de las exportaciones peruanas. SIICEX, Lima 2014.
24. SOCIEDAD NACIONAL DE PESQUERÍA. Boletín de Estadísticas de la pesca y acuicultura 2010, 2011, 2012 y 2013. Lima 2014
25. STANTON, ETZL WALTER. Fundamentos de marketing, Editorial Mc Graw Hill, México 2010.
26. SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA. Estadísticas de exportación 2009,2010, 2011, 2012 y 2013. SUNAT, Lima 2014.
27. <http://www.brasilglobalnet.gov.br>, Portal de promoción de las exportaciones y estudios de mercado de Brasil. Consultada el 20 de Octubre del 2014.
28. <http://www.brasiltrade.br>, Portal de productos de alimentos y comercio de Brasil. Consultada el 11 de Noviembre de 2014.
29. <http://www.produce.gob.pe>, Portal del Ministerio de Producción de Perú. Consultada el 12 de Noviembre del 2014.
30. <http://www.wikipedia.org/wiki/Brasil>, Portal de enciclopedia libre. Consultada el 13 de Noviembre del 2014.

i) APENDICE

CUADRO Nº i.1

PRODUCCIÓN DE PESCADO: BRASIL (TON)

	2008		2009		2010	
	Producción	%	Producción	%	Producción	%
Pesca	791,057		825,164		785,366	
Continental	261,283	33.0%	239,493	29.0%	248,911	31.7%
Marítima	529,774	67.0%	585,671	71.0%	536,455	68.3%

Fuente: Ministerio de Pesca y Acuicultura de Brasil Elaboración Propia

CUADRO Nº i.2

BALANZA COMERCIAL DE PESCADO: BRASIL

Balanza Comercial	Exportación		Importación		Saldo	
	Miles US\$	Ton	Miles US\$	Ton	Miles US\$	Ton
2009	247,082	42,242	722,568	245,345	(475,486)	(203,103)
2010	263,324	38,204	1,011,590	285,592	(748,266)	(247,388)

Fuente: Ministerio de Pesca y Acuicultura de Brasil Elaboración Propia

CUADRO Nº i.3

BALANZA COMERCIAL DE PESCADO Y DERIVADOS: BRASIL (2010)

Clasificación de Pescado y Derivados	Exportación		Importación		Saldo	
	Miles US\$ - FOB	Ton	Miles US\$ - FOB	Ton	Miles US\$ - FOB	Ton
Peces, crustáceos y moluscos	199,374	28,454	956,544	263,977	(757,170)	(235,523)
Seco - Salado	30,395	2,005	3,390	1,715	27,005	290
Conservas	17,043	4,629	44,888	16,039	(27,845)	(11,410)
Otros	16,512	3,115	6,768	3,861	9,744	(746)
Total	263,324	38,203	1,011,590	285,592	(748,266)	(247,389)

Fuente: Ministerio de Pesca y Acuicultura de Brasil

Elaboración: Propia

CUADRO Nº i.4
IMPORTACIÓN DE PESCADO Y DERIVADOS: BRASIL
2009-2010

Clasificación	2009		2010	
	Miles US\$ - FOB	Ton	Miles US\$ - FOB	Ton
Peces, crustáceos y moluscos	685,585	230,174	956,544	263,977
Seco - Salado	2,354	1,168	3,390	1,715
Conservas	26,396	9,330	44,888	16,039
Otros	5,233	4,673	6,768	3,861
Total	719,568	245,345	1,011,590	285,592

Fuente: Ministerio de Pesca y Acuicultura de Brasil

Elaboración Propia

CUADRO Nº i.5
PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE PESCADO A BRASIL

Países	2009		2010		% Δ	
	Miles US\$	Ton	Miles US\$	Ton	US\$	Ton
Chile	198.854	48.891	261.592	45.792	32%	-8%
Noruega	154.871	29.837	217.115	34.903	40%	17%
Argentina	148.525	62.282	167.581	63.155	13%	1%
China	27.655	7.811	96.980	33.340	251%	327%
Portugal	54.401	8.056	86.536	12.020	65%	49%
Marruecos	28.769	31.380	32.774	32.973	14%	5%
Total	613.075	188.257	862.578	222.183	41%	17%

Fuente: Ministerio de Pesca y Acuicultura de Brasil

Elaboración: Propia

CUADRO Nº i.6

PRINCIPALES PRODUCTOS PESQUEROS IMPORTADOS POR BRASIL (2009 - 2010)

			2009		2010	
			US\$	Kg	US\$	Kg
Bacalao	Polares	Noruega y Portugal	103.848.219	24.009.234	135.090.209	25.954.192
	Secos		87.304.180	10.250.599	133.356.163	14.961.917
	Congelados		8.945.522	869.609	23.818.808	2.476.988
Salmones	Pacíficos: frescos	Chile	121.902.044	23.500.358	165.692.614	23.549.197
	Atlántico: congelados		33.309.548	12.479.615	20.182.803	4.943.554
Otros Filetes	Congelados	China, Argentina, Chile y Vietnam	72.605.399	22.205.442	141.314.670	48.240.684
Filete de Merluza	Congelados	Argentina	104.281.649	42.624.569	118.588.489	43.506.250
Conservas de pescado	Conservas	Ecuador, Tailandia, Argentina y Uruguay	26.396.158	9.330.446	44.888.176	16.039.016
Tiburón azul	Congelados	Uruguay	30.688.798	15.293.600	33.592.134	13.600.253
Sardinas Sardinelas	Congelados	Marruecos	29.071.914	31.624.154	30.032.683	31.711.464
Total			618.353.431	192.187.626	846.556.749	224.983.515

Fuente: Ministerio de Pesca y Acuicultura de Brasil

Elaboración: Propia

CUADRO Nº i.7

PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS PESQUEROS IMPORTADOS POR BRASIL

(2009 - 2010)

Categoría	2009			2010		
	US\$	Kg	US\$/ Kg	US\$	Kg	US\$/ Kg
Congelados	134,824,518	86,184,736	1.56	162,480,801	82,868,713	1.96
Crustáceos	710,334	111,388	6.38	752,412	40,363	8.64
Frescos	144,137,023	33,986,715	4.24	203,369,989	34,427,465	5.91
Filetes frescos	2,522,973	319,486	7.90	1,839,774	206,795	8.90
Secos	214,318,216	38,175,240	5.61	305,918,652	47,880,277	6.39
Vivos	179,814	8,537	21.06	267,630	11,102	24.11
Moluscos	8,768,708	4,144,933	2.12	16,108,512	4,694,556	3.43
Conservas	26,396,158	9,330,446	2.83	44,888,176	16,039,016	2.80
Harina	5,233,158	4,672,862	1.12	6,767,719	3,861,152	1.75
Seco-Salado	2,354,424	1,168,105	2.02	3,390,067	1,714,837	1.98
Filetes congelados	183,122,970	67,242,656	2.72	265,806,449	93,847,278	2.83
Total	722,568,296	245,345,104	2.95	1,011,590,181	285,591,554	3.54

Fuente: Ministerio de Pesca y Acuicultura de Brasil

Elaboración: Propia

CUADRO N° i.8

EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS PERUANOS NO TRADICIONALES A BRASIL, SEGÚN PARTIDA ARANCELARIA

Partida Arancelaria	2009		2010		2011		2012		2013		TOTAL FOB (miles)
	Peso neto (Ton)	FOB (miles)	Peso neto (Ton)	FOB (miles)	Peso neto (Ton)	FOB (miles)	Peso neto (Ton)	FOB (miles)	Peso neto (Ton)	FOB (miles)	
1604200000	1.430	3.118	1.162	3.196	2.760	6.362	397	814	1.586	3.979	17.469
0303740000	1.644	1.431	523	1.687	2.349	3.194	0	0	0	0	6.312
0303750000	946	1.209	854	1.320	791	1.414	0	0	0	0	3.943
1604160000	51	355	39	279	26	200	867	3.150	1.726	6.364	10.348
0307490000	87	290	0	0	589	1.926	1.274	3.227	1.298	2.983	8.426
0303790000	98	221	75	258	255	817	0	0	0	0	1.296
2301209000	40	48	0	0	0	0	0	0	618	1.300	1.348
0307291000	0	0	7	80	8	99	10	149	40	487	815
0304299000	0	0	18	74	0	0	0	0	0	0	74
0307590000	0	0	0	0	35	179	0	0	0	0	179
0303210000	0	0	0	0	20	89	0	0	0	0	89
1605909000	0	0	0	0	7	17	0	0	0	0	17
0303890000	0	0	0	0	0	0	249	1.243	164	362	1.605
0303540000	0	0	0	0	0	0	871	1.104	1.593	1.866	2.970
0303810000	0	0	0	0	0	0	1.039	1.102	503	1.126	2.228
1604139000	0	0	0	0	0	0	55	207	743	2.743	2.950
0304820000	0	0	0	0	0	0	21	190	43	370	560
1605540000	0	0	0	0	0	0	68	173	0	0	173
0306171300	0	0	0	0	0	0	2	6	74	187	193
1604132000	0	0	0	0	0	0	0	0	1.240	4.799	4.799
1604131090	0	0	0	0	0	0	0	0	364	1.432	1.432
1604131010	0	0	0	0	0	0	0	0	82	265	265
1604190000	0	0	0	0	0	0	0	0	55	188	188
0304990000	0	0	0	0	0	0	0	0	4	59	59
0302590000	0	0	0	0	0	0	0	0	46	48	48
1605599000	0	0	0	0	0	0	0	0	9	41	41
Otros (Total)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.513
TOTAL	4.296	6.672	2.678	6.894	6.840	14.297	4.853	11.365	10.188	28.599	70.340

Fuente: Siicex Elaboración: Propia

CUADRO Nº i.9

DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS PERUANOS NO TRADICIONALES EXPORTADOS A BRASIL (2009-2013)

Partida Arancelaria	Descripción
1604200000	Demás preparaciones y conservas de pescado
0303740000	Caballa congelada
0303750000	Escualos congelados
1604160000	Preparaciones y conservas de anchoas no picado
0307490000	Demás jibias, calamares y potas congeladas, saladas o de salmuera
0303790000	Demás pescados congelados
2301209000	Harina en polvo de crustáceos, moluscos, etc
0307291000	Conchas de abanico
0304299000	Demás filetes congelados
0307590000	Demás pulpos congelados, secos, salados
0303210000	Truchas congeladas
1605909000	Demás moluscos en conservas
0303890000	Los demás, excepto hígados, huevas de escualos congelados
0303540000	Caballa congelada
0303810000	Cazones y demás escualos congelados
1604139000	Preparaciones y conservas de sardinas
0304820000	Trucha en filetes, congeladas
1605540000	Jibias y calamares en conservas
0306171300	Colas sin caparazón refrigerados de langostinos
1604132000	Sardinas en aceite en conservas.
1604131090	Demás preparaciones y conservas de sardina.
1604131010	Preparaciones de conservas de sardinas en salsa de tomate
1604190000	Demás preparaciones de conservas de pescado
0304990000	Demás filetes de pescado congelados
0302590000	Demás pescados de productos de la familia de bacalo, refrigerado
1605599000	Moluscos, calamares en Conservas

Elaboración: Propia

Handwritten mark

CUADRO Nº i.10

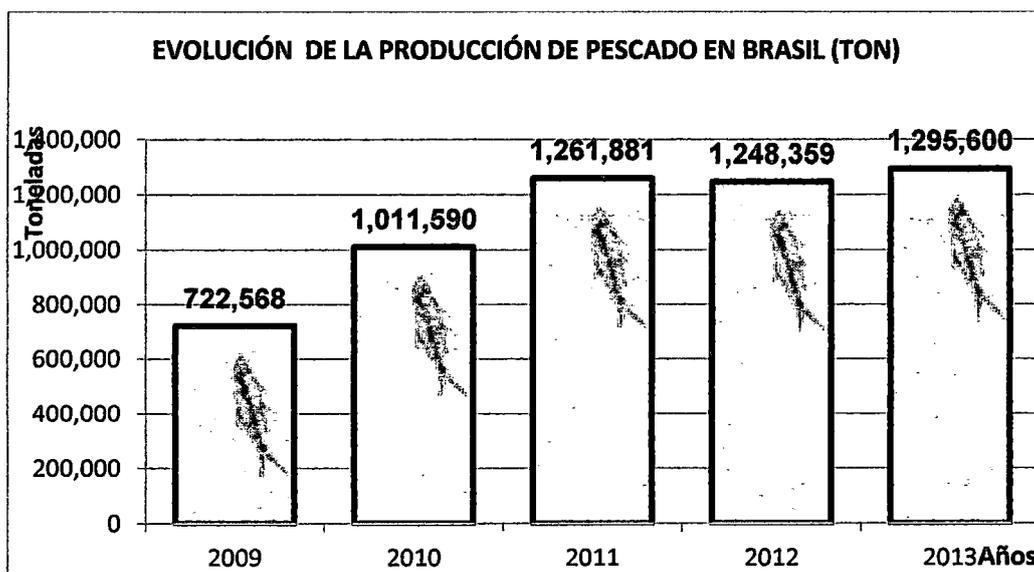
**PRINCIPALES PRODUCTOS PESQUEROS NO TRADICIONALES, POTENCIALES PARA EL
MERCADO DE BRASIL**

Partida Arancelaria	Descripción	Importaciones de Brasil (20129 (US\$ miles)	Arancel Perú (%)	Competidores /arancel
0304990	Otros filetes de pescado congelados (tilapia, perico, trucha)	306.048	0,00%	China (10%) Argentina (0,0%) Vietnam (10%)
03056990	Pescados salados o en salmuera	31.336	0,00%	China (10%) Portugal (10%) Noruega (10%)
16041310	Sardinias en conserva	23.413	0,00%	Tailandia (24%) Portugal (24%) Marruecos (24%)
03074990	Jibias o calamares (secos, congelados)	12.338	0,00%	China (10%) Chile (0,0%) Argentina (0,0%)
03055990	Otros pescados secos, salados sin ahumar	9.584	0,00%	Noruega (6,7%) China (6,7%) Portugal (6,7%)
03031400	Truchas congeladas	7.826	0,00%	Chile (0,0%) Dinamarca (10%) Noruega (10%)
03036600	Merluza congelada	2.556	0,00%	Argentina (0,0%) Uruguay (0,0%) Ecuador (0,0%)

Fuente: SUNAT - Trade MAP

Elaboración: Propia

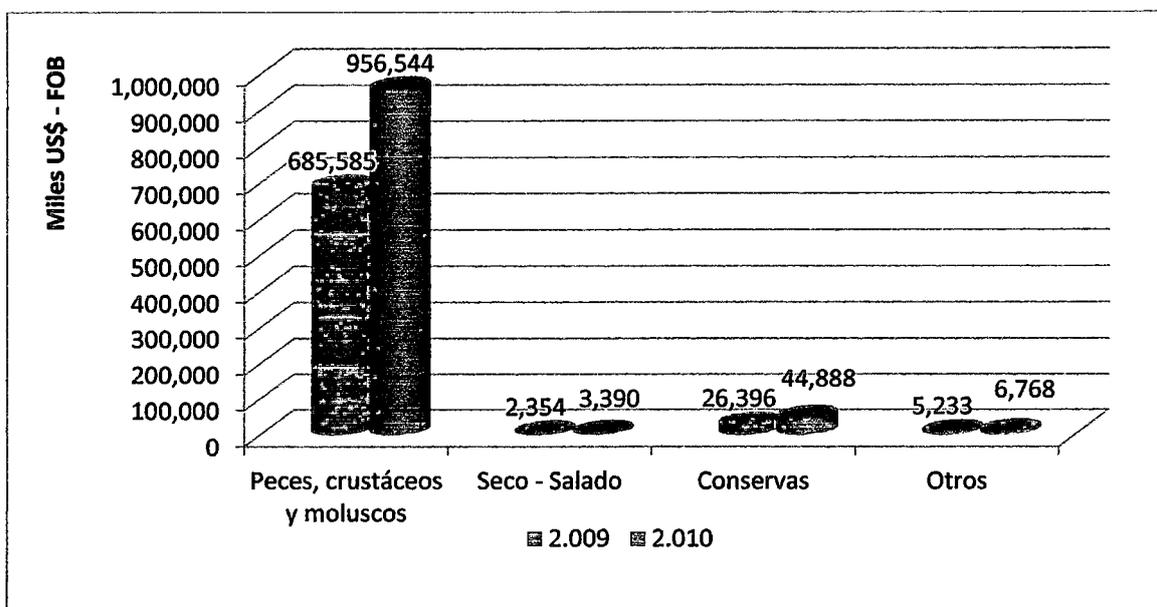
GRÁFICO Nº i.1



Elaboración: Propia

GRÁFICO Nº i.2

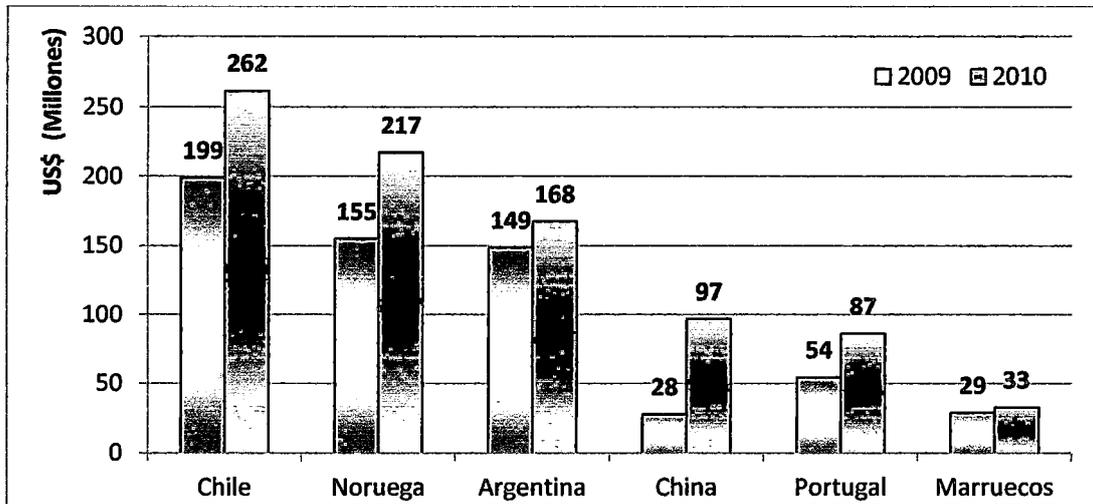
**EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE PRODUCTOS PESQUEROS DE BRASIL
(MILES US\$-FOB)**



Elaboración: Propia

GRÁFICO Nº i.3

PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE PESCADO A BRASIL (MILLONES US\$)

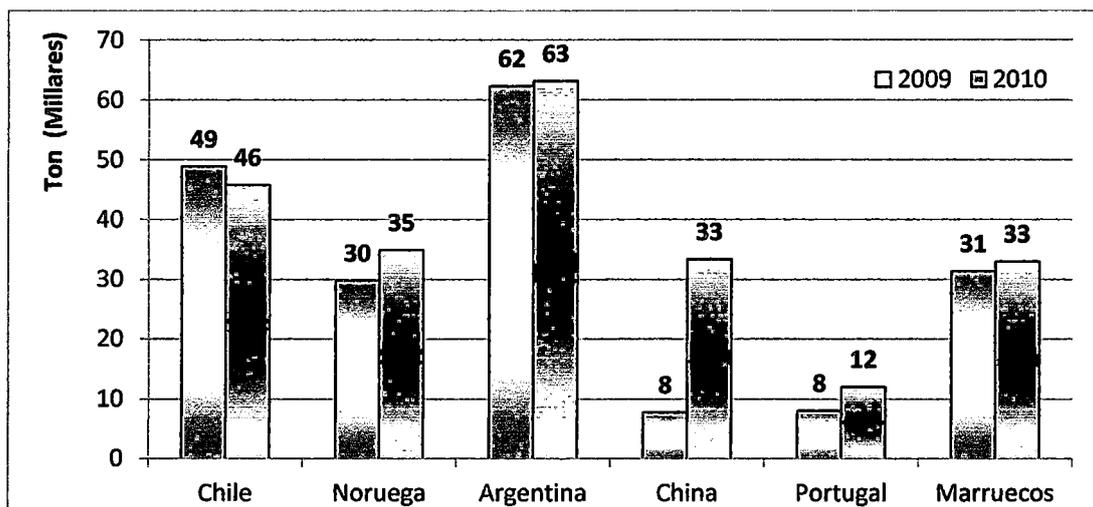


Fuente: Ministerio de Pesca y Acuicultura de Brasil

Elaboración: Propia

GRÁFICO Nº i.4

PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE PESCADO A BRASIL (MILES TON)



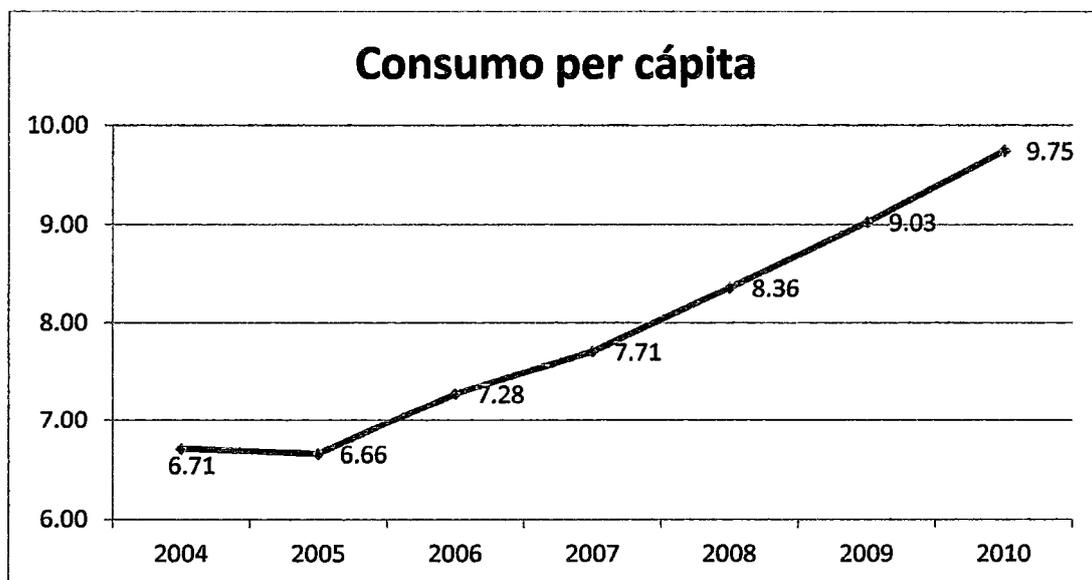
Fuente: Ministerio de Pesca y Acuicultura de Brasil

Elaboración: Propia

h

GRÁFICO Nº i.5

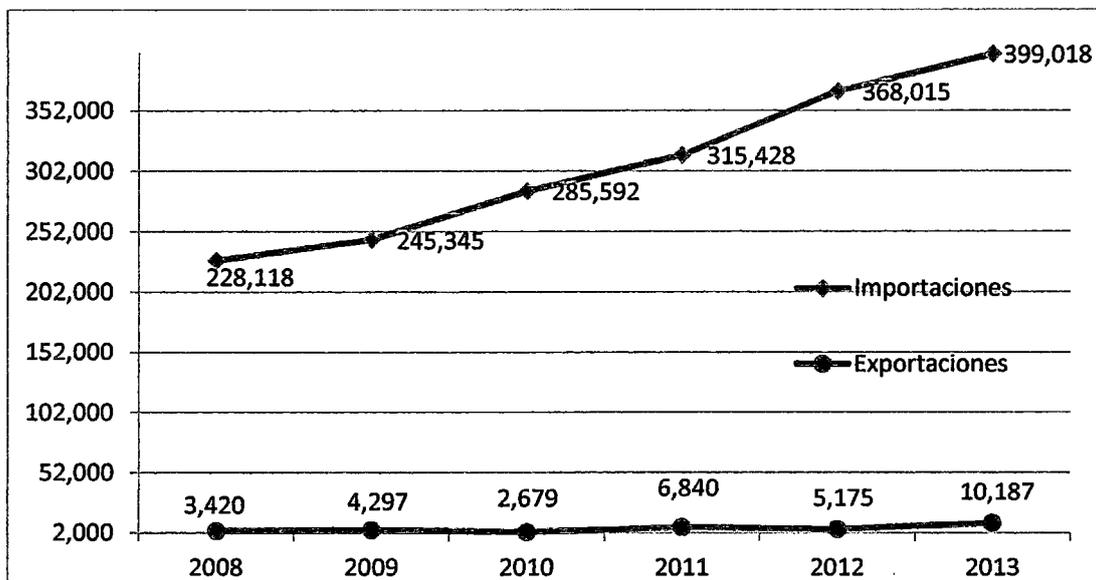
CONSUMO PER CÁPITA DE PESCADO DE BRASIL (2005 - 2010)



Elaboración: Propia

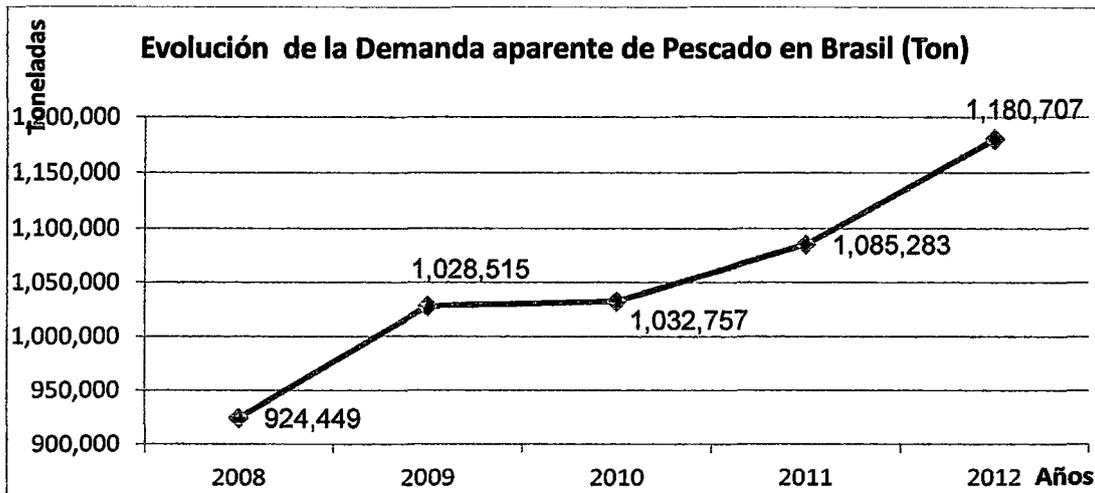
GRÁFICO Nº i.6

RELACIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE BRASIL Y LAS EXPORTACIONES PERUANAS DE PRODUCTOS PESQUEROS (TON)



Elaboración: Propia

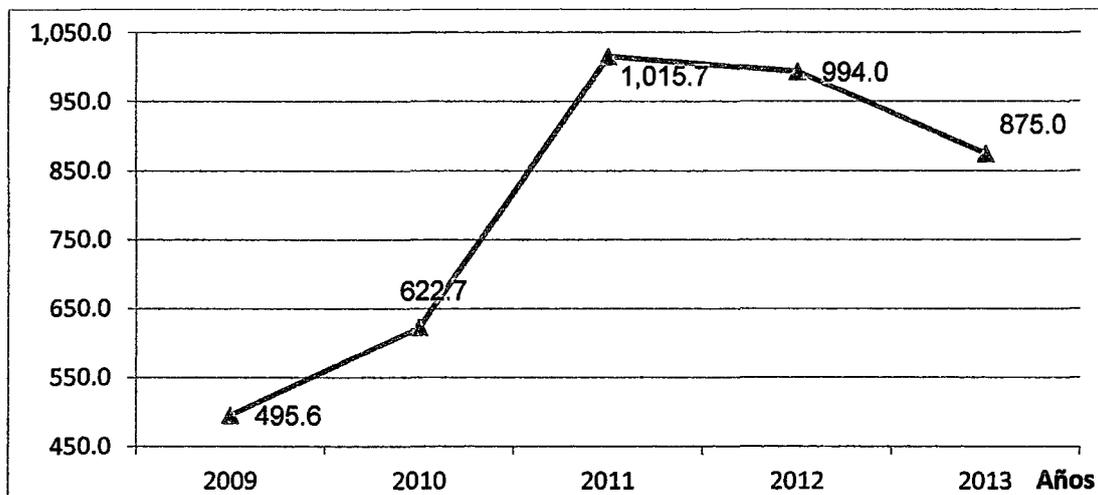
GRÁFICO Nº i.7



Elaboración: Propia

GRÁFICO Nº i.8

**EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS NO TRADICIONAL DE PERU
(MILLONES US\$ FOB)**



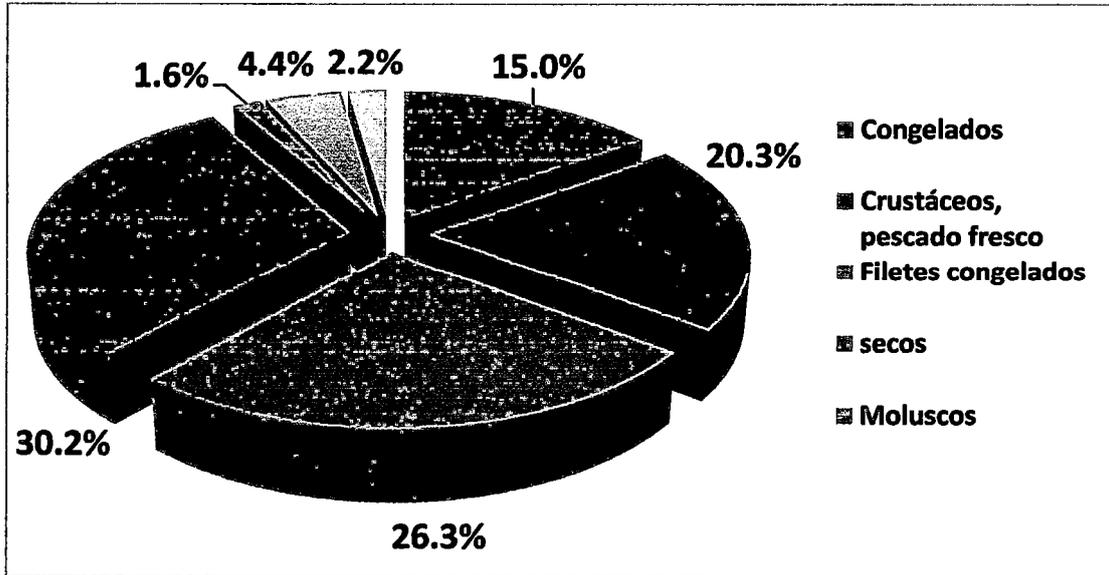
Elaboración: Propia

Fuente: PRODUCE

GRÁFICO Nº i.9

PRINCIPALES PRODUCTOS PESQUEROS IMPORTADOS POR BRASIL 2009 - 2013

(SEGÚN VALOR FOB)



Elaboración: Propia

RESULTADOS DE LAS PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD REALIZADOS AL CONSUL GENERAL DE RIO DE JANEIRO SR. AUGUSTO BAZAN JIMENEZ (BJ) Y AL CONSUL GENERAL DE SAO PAULO SR. ANTONIO MIGUEL CASTILLO GARAY (MC):

RESPUESTAS:

- 1. BJ:** En Brasil, no se tuvo conocimiento que la pesquería peruana era también para el consumo de la población, solo conocían que producíamos harina de pescado, por eso a través de Promperú se promocionó productos pesqueros para este mercado, pero fue muy difícil en sus primeros años, ya que el consumo de por sí es bajo y por lo general prefieren los productos pesqueros de procedencia europea.

MC: Aquí en Sao Paulo, el consumo de pescado es elevado, los productos son considerados de alto valor nutritivo y de comodidad para el consumidor, es decir facilita su preparación ante la vida rápida del paulista, nuestros productos tienen que orientarse en ese sentido a ofrecer beneficios para impulsar su venta, sobre todo en este mercado que es el más importante en Brasil y con una población que no escatima en gastar en alimentos que representen una mejora en su salud.
- 2. BJ:** Los productos pesqueros que mayormente se venden en los supermercados son de procedencia española, portuguesa, italiana, noruega, etc, también se tiene la merluza congelada procedente de Argentina y el salmón de Chile, son productos ya posicionados en este mercado, de Perú no se tiene conocimiento, no existe ningún producto que se esté comercializando en las cadenas e establecimientos, la competencia muestra productos bien presentados en el empaque, con las indicaciones necesarias para que el consumidor sepa lo que va a comprar con todos los registros sanitarios certificados.

MC: Últimamente hemos hecho una divulgación de nuestra marca Perú con el fin de hacer conocer los productos de la pesca de nuestro país, hemos tenido una serie de reuniones con las entidades privadas y comerciantes brasileros, también se les ha hecho llegar catálogos de los productos que se pueden ofrecer, teniendo una buena acogida sobre todo en productos derivados de los langostinos, pota y perico.
- 3. BJ:** El gobierno de Brasil, tiene un compromiso serio en elevar el consumo de pescado sobre todo en la población pobre como son las favelas, es a través de los colegios, centros de abastos, y de los sistemas de distribución masiva que el pescado está llegando a ser consumido mucho más, también se han organizado una serie de eventos como en Perú, las llamadas ferias gastronómicas donde se muestran platos típicos a base del pescado.

MC: Es una buena medida, ya en gobiernos anteriores existen proyectos para elevar el consumo de pescado en este país, es un proceso lento que todavía el brasiler no se despegó del consumo de la carne de res, pero se está orientando al poblador sobre las propiedades nutritivas que reúne el pescado, es por ello que existe una buena alternativa en la exportación de productos pesqueros en base a pescado barato.

4. **BJ:** En Rio, la vida transcurre rápidamente el poblador no tiene tiempo en preparar sus alimentos cotidianos es por ello que se presenta como una buena alternativa los alimentos listos para consumir o preparar, y eso lo podemos ver en las grandes cadenas de supermercados o hipermercados donde se muestran una variedad de opciones para esta necesidad, y el pescado está presente sobre todo en los productos importados de la Unión Europea, existen desde hamburguesas de pescado hasta medallones de merluza y otros.

MC: En esta ciudad todo se mueve por el dinero sobre todo en los alimentos, el paulista no escatima en gastar por algo que le signifique comodidad, bienestar y sobre todo mejora en su salud, acá se tiene especial atención a tener una vida saludable y reconocen que el pescado reúne todas las condiciones que ellos exigen, también como en Rio de Janeiro el paulista gusta mucho de salir de casa a comer y los restaurantes tienen en sus cartas de menú platos a base de pescado.

5. **BJ:** Ya los industriales pesqueros peruanos tiene conocimiento de que este gran mercado exige mucho sobre todo en cumplir con los requerimientos de importación y las normas de calidad, una vez cimentado el contacto comercial las posibilidades de seguir exportándoles es buena, el importador brasilero conoce mucho su negocio y es por lo general renuente en comprar en el primer contacto, van a ver muchas citas hasta que se logre la exportación.

MC: Es necesario que el industrial peruano visite este país antes de llevar a cabo algún tipo de exportación, venga con información de sus productos que nosotros los contactaremos, organizaremos citas, el importador brasilero necesita conocer mejor nuestros productos y la mejor forma es hacerlo personalmente. Como segundo requisito se recomienda que se informe sobre los mecanismos de importación sobre todo de las barreras no arancelarias para no tener sorpresas de devoluciones, el ITP en Perú tienen todo los requerimientos de calidad que deben de reunir los productos pesqueros destinados a este mercado.

ANEXOS



PERÚ: DESEMBARQUE DE RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS MARÍTIMOS POR TIPO DE UTILIZACIÓN SEGÚN ESPECIE, 2012 (TM)

Total general (I+II+III)	1680277	251129	125372	670164	16090	104757	4801034
Pescados (A+B+C+D)	3696277	201275	125372	1071194	16090	104757	4801034
A. Pelágicos	3 696 277	130 442	122 893	105 175	13 099	371 608	4 067 885
Anchoveta	3 693 871	231	64 814	9 879	8 085	83 009	3 776 880
Atún	-	97	1 115	1 140	-	2 352	2 352
Barrilete	-	286	2 558	466	-	3 310	3 310
Bonito	-	22 195	645	502	552	23 893	23 893
Caballa	65	10 411	9 979	3 271	3 121	26 782	26 847
Jurel	2 341	72 930	43,694	67 194	1 133	184 951	187 292
Perico	-	20 170	-	22 047	130	42 347	42 347
Pez Volador	-	2 037	-	423	-	2 460	2 460
Sardina	-	70	88	2	-	160	160
Sierra	-	62	-	122	-	184	184
Tiburón	-	1 953	-	129	78	2 160	2 160
B. Demersales	-	24 443	-	25 039	1 015	50 497	50 497
Ayanque	-	2 838	-	-	-	2 838	2 838
Cabrilla	-	1 547	-	-	3	1 550	1 550
Coco	-	1 476	-	-	-	1 476	1 476
Lenguado	-	624	-	-	-	624	624
Merluza	-	11 974	-	21 055	118	33 147	33 147
Ojo de Uva	-	11	-	-	-	11	11
Peje Blanco	-	128	-	-	-	128	128
Anguila	-	300	-	3 911	-	4 211	4 211
Raya	-	1 310	-	-	711	2 021	2 021
Tollo	-	4 235	-	73	183	4 491	4 491
C. Costeros (Pelágicos y Demersales)	-	38 843	574	2 270	1 156	42 843	42 843
Cabinza	-	1 500	-	-	-	1 500	1 500
Cojinova	-	1 105	-	-	-	1 105	1 105
Liza	-	17 162	-	321	1 155	18 638	18 638
Loma	-	9 021	1	-	1	9 023	9 023
Machete	-	3 486	572	-	-	4 058	4 058
Pejerrey	-	6 278	1	1 949	-	8 228	8 228
Pintadilla	0	291	-	-	-	291	291
D. Otros Pescados	-	14 547	370	4 630	14	19 563	19 563
Moluscos (A+B)	-	80 805	1 535	509 537	25	581 903	581 903
A. Crustáceos	-	9 735	-	22 727	-	32 462	32 462
Cangrejo	-	2 573	-	20	-	2 593	2 593
Langostino	-	7 162	-	22 707	-	29 869	29 869
Otros crustáceos	0	-	-	-	-	0	0
B. Moluscos	-	70 805	1 535	509 537	25	581 903	581 903
Caracol	-	2 787	4	30	-	2 821	2 821
Choro	-	8 451	0	0	-	8 451	8 451
Concha de Abanico	-	745	-	38 933	-	39 678	39 678
Abalon	-	347	759	206	-	1 312	1 312
Almeja	-	643	117	0	-	760	760
Calamar	-	9 207	9	11 267	-	20 483	20 483
Pota	-	39 884	480	457 073	25	497 462	497 462
Otros moluscos	-	8 740	166	2 028	-	10 935	10 935
Otros Especies (A+B+C+D)	-	1 509	-	786	-	2 295	2 295
A. Equinodermos (Erizo y Otros)	-	1 509	-	786	-	2 295	2 295
B. Quelonios	-	1	-	-	-	1	1
C. Cetáceos Menores	-	0	-	-	-	0	0
D. Vegetales (algas)	-	804	-	-	2 781	3 585	3 585

Nota: Excluye lo procedente del ámbito continental. Incluye lo procedente de la maricultura. Comprende curado artesanal e industrial.
 (0) Menos de una tonelada.

Fuente: Empresas Pesqueras y Direcciones Regionales de Producción (DIREPRO).

**PERÚ: DESEMBARQUE DE RECURSOS MARÍTIMOS SEGÚN ESPECIE,
2003-2010 (TM)**

Tipo de Utilización	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total General (Total TM)	669 085	957 423	959 306	6 983 486	7 713 889	6 629 907	6 772 112	22 809 716	6 211 716	6 301 071
Procedente (A-B-C-D)	637 485	928 784	939 699	6 432 631	6 655 128	6 375 514	6 377 269	27 355 811	7 630 839	4 169 743
A. Pelágicos	5 725 839	9 105 041	8 846 310	6 379 061	6 528 190	6 618 310	6 213 579	3 598 421	7 502 502	4 059 525
Anchoveta	5 347 187	8 808 494	8 655 461	5 935 302	6 159 802	6 257 981	5 935 165	3 450 609	7 125 244	3 776 880
Atún	9 592	4 628	12 080	11 429	4 080	3 840	2 520	12 512	7 739	2 352
Bonito	2 191	1 488	3 093	13 365	9 706	42 871	30 648	13 144	14 654	23 893
Caballa	94 384	62 255	52 895	102 322	62 387	92 989	110 605	20 467	46 946	26 781
Jurel	217 734	187 369	80 663	277 568	254 426	169 537	74 694	17 559	257 240	184 951
Perico	35 651	31 456	37 078	33 755	35 333	49 473	57 153	53 359	43 688	42 347
Samasa	5 914	4 080	308	-	7	8	6	26 752	3 520	0
Sardina	8 726	1 541	838	89	56	5	26	17	63	161
Tiburón	4 458	3 730	3 894	5 231	2 393	1 606	2 762	4 002	3 408	2 160
B. Demersales	19 986	49 907	40 976	35 545	40 552	44 185	59 280	55 334	51 515	46 147
Ayanque	4 842	2 483	2 944	1 030	1 983	1 920	2 522	4 138	4 323	2 838
Cabrilla	1 820	1 270	857	712	1 318	1 499	2 481	1 020	1 047	1 550
Coco	1 591	2 395	854	880	1 353	1 234	1 091	2 159	1 207	1 476
Lenguado	466	413	243	302	204	153	234	288	168	624
Merluza	7 665	38 651	30 600	29 441	31 634	34 929	47 162	41 108	37 645	33 147
Raya	2 292	983	672	1 386	974	1 185	1 509	1 440	1 235	2 021
Tollo	1 309	3 712	4 806	1 794	3 086	3 265	4 281	5 181	5 890	4 491
C. Costeros (Pelágicos Demersales)	48 833	40 978	38 128	27 077	43 494	47 581	56 568	38 188	41 142	43 619
Cabinza	5 385	3 532	3 046	2 141	2 451	3 429	4 699	4 142	3 657	1 500
Cojinova	1 472	2 361	867	261	630	764	453	314	638	1 105
Corvina	7	1 009	774	1 767	2 380	429	457	377	774	514
Chita	32	271	274	212	214	114	154	87	103	262
Liza	19 137	12 121	6 975	4 233	10 549	16 185	18 595	10 779	13 335	18 638
Lorna	6 244	4 736	6 001	4 200	6 530	9 399	9 204	9 945	9 049	9 023
Machete	8 018	5 527	9 856	3 483	4 984	7 037	10 008	4 878	1 779	4 058
Pejerrey	8 235	10 992	9 964	10 464	14 867	9 946	12 618	7 406	11 556	8 228
Pintadilla	303	429	371	316	889	278	380	260	251	291
D.- Otros Pescados	32 778	41 828	66 285	40 898	42 887	35 438	47 842	43 368	55 730	31 497
A.- Crustáceos	7 584	9 060	12 366	15 729	20 274	17 484	19 570	22 183	31 041	32 462
Cangrejo	2 631	2 060	2 006	1 256	1 628	1 750	1 894	1 578	1 797	2 593
Langosta	24	6	175	43	2	-	1	2	2	-
Langostino	4 471	6 514	9 881	12 032	14 496	15 562	17 519	20 337	29 221	29 869
Otros crustáceos	458	480	304	2 398	4 148	172	156	266	21	-
B.- Moluscos	216 031	318 636	341 192	481 433	490 581	583 690	470 027	457 915	522 339	581 903
Abalón	710	2 906	3 529	2 359	2 535	2 757	274	2 237	1 195	1 312
Caracol	2 369	2 507	3 124	3 695	2 838	4 061	3 308	2 389	2 894	2 821
Choro	10 408	9 619	9 006	5 253	8 769	8 894	11 072	9 022	9 171	8 451
Conchas de Abanico	14 653	15 476	15 185	18 763	24 768	19 618	26 478	62 827	93 050	39 678
Macha	-	-	2	-	-	-	31	-	-	-
Almeja	407	1 107	1 962	2 899	2 793	1 906	326	765	491	760
Calamar	27 441	12 481	10 205	9 093	14 769	4 654	13 178	4 798	2 251	20 483
Pota 1/	153 727	270 368	291 140	434 261	427 591	533 414	411 805	369 822	404 730	497 462
Pulpo	1 429	1 270	1 077	1 817	1 695	2 921	1 030	2 546	2 511	2 626
Otros moluscos	4 888	2 902	5 962	3 293	4 823	5 465	2 525	3 509	6 046	8 310
A.- Equinodermos o)	2 066	1 388	3 033	281	1 932	2 438	1 866	1 314	1 552	2 295
B.- Quelonios	4	1	2	1	1	-	-	-	22	1
C.- Cetáceos Menores	1	2	14	4	2	2	3	3	72	0
D.- Vegetales (algas)	7 864	7 418	5 000	3 434	10 786	13 779	5 677	4 368	5 801	3 585

Nota: No incluye lo procedente del ámbito continental.

1/ A partir de 1996 no se incluye la captura de Calamar Gigante de las Embarcaciones Calamareras de Bandera Extranjera.

Fuente: Empresas Pesqueras, Direcciones Regionales de Producción (DIREPRO)

PERÚ: EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS HIDROBIOLÓGICOS SEGÚN GIRO INDUSTRIAL, 2003 - 12 (MILES DE TMB)

Total	1 719,3	2 246,7	2 492,0	1 984,8	1 948,8	2 243,1	2 223,9	1 629,9	1 982,7	2 158,5
Consumo Humano Directo	153,1	197,1	192,8	329,4	339,7	376,8	351,8	281,1	494,7	498,4
Enlatado	29,0	21,4	12,4	36,8	38,6	39,5	32,5	20,9	46,0	46,4
Congelado	123,1	175,2	179,7	291,1	299,5	334,6	315,9	256,9	383,3	414,4
Curado	1,0	0,5	0,7	1,5	1,6	1,7	3,4	3,3	5,4	37,6
Consumo Humano Indirecto	1 559,5	2 038,2	2 280,3	1 641,4	1 584,0	1 822,6	1 854,1	1 336,8	1 529,3	1 640,7
Harina	1 372,8	1 753,4	2 001,5	1 342,5	1 263,8	1 564,8	1 547,4	1 085,7	1 295,0	1 334,7
Aceite	186,7	284,8	278,8	288,6	305,7	238,6	288,2	232,2	212,1	271,7
Otros Aceites	-	-	-	10,3	14,5	19,2	18,5	18,9	22,2	34,3
Otros	6,7	11,4	18,9	14	25,1	44,7	18,0	12,0	18,7	19,4

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración tributaria (SUNAT) - Oficina de Estadística.

PERÚ: VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PESQUEROS, 2003 - 12 (MILLONES DE US\$ - FOB)

Total	1 027,1	1 381,3	1 626,4	1 789,0	1 958,4	2 432,4	2 204,7	2 529,5	3 147,1	3 326,6
Consumo Humano Directo	191,1	259,1	307,8	411,4	466,5	580,3	495,6	622,7	1 015,7	994,0
Enlatado	36,0	35,8	31,5	69,6	75,4	91,1	63,7	53,2	98,7	105,4
Congelado	148,3	217,0	267,0	330,2	375,5	473,6	410,7	542,6	877,1	813,7
Curado	6,8	6,3	9,3	11,6	15,6	15,6	21,2	26,9	39,9	75,0
Consumo Humano Indirecto	822,5	1 103,6	1 295,2	1 334,3	1 457,3	1 797,8	1 683,3	1 883,9	2 099,2	2 297,7
Harina	742,4	955,8	1 148,1	1 138,0	1 209,4	1 412,8	1 425,4	1 614,3	1 766,6	1 771,0
Aceite	80,1	147,8	147,1	183,0	225,9	330,5	209,5	227,0	274,9	435,6
Otros Aceites	-	-	-	13,3	22,0	54,5	48,4	42,6	57,7	91,0
Otros	13,5	18,6	23,1	23,3	34,8	54,3	25,8	22,0	32,2	34,9

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración tributaria (SUNAT) - Oficina de Estadística..

A-0(a) World fisheries production, by capture and aquaculture, by country (2012)
Production halieutique mondiale, par capture et aquaculture, par pays (2012)
Producción pesquera mundial, por captura y acuicultura, por país (2012)

1

Country País País	Fish, crustaceans, molluscs, etc. Poissons, crustacés, mollusques, etc. Pescos, crustáceos, moluscos, etc.			Total Total Total	Capture Capture Captura	Aquaculture Aquaculture Acuicultura	Total Total Total	Aquatic plants Plantas acuáticas Plantas acuáticas		Total Total Total
	Capture Capture Captura	Aquaculture Acuicultura Acuicultura	Total Total Total					Capture Capture Captura	Aquaculture Acuicultura Acuicultura	
Afghanistan	1 500 F	1 050 F	2 550 F	-	-	-	-	-	-	-
Albania	5 394	2 054	7 348	-	-	-	-	-	-	-
Algeria	105 553	2 648	108 201	-	-	-	-	-	-	-
Amel Samoa	4 283	-	4 283	-	-	-	-	-	-	-
Angola	277 500 F	450 F	277 950 F	-	-	-	-	-	-	-
Anguilla	1 122	-	1 122	-	-	-	-	-	-	-
Antigua Barb	5 550 F	-	5 550 F	-	-	-	-	-	-	-
Argentina	736 060	2 958	741 018	0	-	-	0	-	-	0
Armenia	591	3 850	4 441	-	-	-	-	-	-	-
Aruba	158	0	158	-	-	-	-	-	-	-
Australia	157 487	60 004	217 491	1 223 F	-	-	1 223 F	-	-	1 223 F
Austria	350 F	2 971 F	3 321 F	-	-	-	-	-	-	-
Azerbaijan	911	358	1 277	-	-	-	-	-	-	-
Bahamas	10 492	0	10 492	-	-	-	-	-	-	-
Bahrain	27 000	1	27 001	-	-	-	-	-	-	-
Bangladesh	1 535 715	1 726 058	3 261 773	-	-	-	-	-	-	-
Barbados	1 383	11 F	1 394 F	-	-	-	-	-	-	-
Belarus	195	15 480	15 675	-	-	-	-	-	-	-
Belgium	24 480	50 F	24 530 F	-	-	-	-	-	-	-
Belize	140 508	5 878	146 386	-	-	-	-	4	-	4
Belize	40 384	500	40 884	-	-	-	-	-	-	-
Bermuda	518	-	518	-	-	-	-	-	-	-
Bhutan	2	78 F	80 F	-	-	-	-	-	-	-
Bolivia	6 500	1 000	7 500	-	-	-	-	-	-	-
Bolivia/East	111 F	0	111 F	-	-	-	-	-	-	-
Bosnia Herzg	305 F	3 808	4 113 F	-	-	-	-	-	-	-
Botswana	378	-	378	-	-	-	-	-	-	-
Brazil	842 657	707 451	1 550 108	-	-	-	-	752 F	-	752 F
Brazil Ce Tr	10	-	10	-	-	-	-	-	-	-
BV Virgin Is	1 200 F	-	1 200 F	-	-	-	-	-	-	-
Burkina Faso	3 538	460 F	4 008 F	-	-	-	-	-	-	-
Bulgaria	9 543	5 975	15 518	-	-	-	-	0	-	0
Burkina Faso	20 300	202	20 502	-	-	-	-	70	-	70
Burundi	12 300	150 F	12 450 F	-	-	-	-	-	-	-
Cabo Verde	20 180	-	20 180	-	-	-	-	-	-	-
Cambodia	586 505	34 000 F	620 505 F	-	-	-	-	0	-	0
Cameroon	140 000 F	570 F	140 570 F	-	-	-	-	-	-	-
Canada	614 648	173 452	788 100	13 233	-	-	-	-	-	13 233
Cayman Is	125	-	125	-	-	-	-	-	-	-
Cent Afr Rep	32 000	140 F	32 140 F	-	-	-	-	42	-	42
Chad	100 000	-	100 000	-	-	-	-	-	-	-
Chad	2 655	852	3 507	-	-	-	-	-	-	-
Chile	2 572 281	1 271 421	3 843 702	436 025	-	-	-	4 128	-	440 153
China	18 167 443	41 103 309	59 270 752	257 640	-	-	-	12 832 000	-	13 089 700
China, H.Kong	155 290	4 000	159 290	0	-	-	-	-	-	-
China, Macao	1 500 F	-	1 500 F	-	-	-	-	-	-	-
China, Taiwan	607 650	344 404	952 054	232	-	-	-	3 408	-	3 236
Colombia	75 000 F	89 854	164 854 F	-	-	-	-	-	-	-
Comoros	52 343	-	52 343	-	-	-	-	-	-	-
Congo Dem R	220 000	2 800	222 800	-	-	-	-	-	-	-
Congo Rep	81 054	28	81 182	-	-	-	-	-	-	-
Cook Is	4 200 F	2 F	4 202 F	0	-	-	-	-	-	0
Costa Rica	20 500 F	27 100	47 600 F	-	-	-	-	-	-	-
Côte d'Ivoire	75 511	3 700	79 211	-	-	-	-	-	-	-
Croatia	63 107	10 657	73 764	-	-	-	-	-	-	-
Cuba	22 200	26 170	48 370	-	-	-	-	-	-	-
Cuba	23 500	-	23 500	-	-	-	-	-	-	-
Cyprus	1 323	4 352	5 675	-	-	-	-	-	-	-
Czech Rep	4 603	20 703	24 306	-	-	-	-	-	-	-
Denmark	502 700	33 588	536 288	-	-	-	-	5 000 F	-	5 000 F
Djibouti	2 187	-	2 187	-	-	-	-	-	-	-
Dominica	591	35 F	626 F	-	-	-	-	-	-	-
Dominican Rep	13 653	1 032	14 685	-	-	-	-	-	-	-
Ecuador	513 424 F	321 853	835 278 F	-	-	-	-	-	-	-
Egypt	354 257	1 017 700	1 371 957	-	-	-	-	-	-	-
El Salvador	52 500 F	4 352 F	57 852 F	-	-	-	-	-	-	-
Eq Guinea	10 754	15 F	10 779 F	-	-	-	-	-	-	-
Eritrea	4 152	0	4 152	-	-	-	-	-	-	-
Eritrea	67 174	371	67 545	430	-	-	-	-	-	430
Ethiopia	28 152	38	28 190	-	-	-	-	-	-	-
Falkland Is	95 088	0	95 088	-	-	-	-	-	-	-
Faroe Is	360 471	76 554	437 025	-	-	-	-	-	-	-
Fin	45 000 F	250 F	45 250 F	125 F	-	-	-	500 F	-	625 F
Finland	188 610	12 650	201 260	-	-	-	-	-	-	-
FR/Cape Verde	240	1 308	1 548	-	-	-	-	-	-	-
France	425 404	204 860 F	630 264 F	43 220	-	-	-	150 F	-	43 370 F
Fr Guinea	3 700 F	25 F	3 725 F	-	-	-	-	-	-	-
Fr Polynesia	14 153	51	14 204	-	-	-	-	-	-	-
Fr South T	470 F	-	470 F	-	-	-	-	-	-	-
Gabon	32 000 F	150 F	32 150 F	-	-	-	-	-	-	-
Gambia	36 262	13 F	36 275 F	-	-	-	-	-	-	-
Georgia	53 670	850 F	54 520 F	-	-	-	-	-	-	-
Germany	207 500	26 260	233 760	-	-	-	-	-	-	-
Ghana	384 640	27 450	412 090	-	-	-	-	-	-	-
Greece	80 000 F	157 554 F	237 554 F	-	-	-	-	-	-	-
Greenland	222 504	-	222 504	-	-	-	-	-	-	-
Grenada	2 250	0	2 250	-	-	-	-	-	-	-

A-0(a) World fisheries production, by capture and aquaculture, by country (2012)
 Production halieutique mondiale, par capture et aquaculture, par pays (2012)
 Producción pesquera mundial, por captura y acuicultura, por país (2012)

1

Country País País	Fish, crustaceans, molluscs, etc. Poissons, crustacés, mollusques, etc. Pescos, crustáceos, moluscos, etc.			Total Total Total	Aquatic plants Plantas acuáticas Plantas acuáticas		Total Total Total
	Capture Captura Captura	Aquaculture Acuicultura Acuicultura	Total Total Total		Capture Captura Captura	Aquaculture Acuicultura Acuicultura	
Algeria	1 000 F	1 050 F	2 050 F	-	-	-	
Albania	5 308	2 034	7 342	-	-	-	
Algeria	105 558	2 648	108 206	-	-	-	
Armenia	4 584	-	4 584	-	-	-	
Angola	277 500 F	450 F	277 950 F	-	-	-	
Anguilla	1 122	-	1 122	-	-	-	
Antigua and Barbuda	3 050 F	-	3 050 F	-	-	-	
Argentina	735 000	2 958	741 018	0	-	0	
Armenia	581	8 550	9 131	-	-	-	
Aruba	138	0	138	-	-	-	
Australia	157 487	80 054	237 541	1 023 F	-	1 023 F	
Austria	350 F	2 971 F	3 321 F	-	-	-	
Azerbaijan	513	368	1 277	-	-	-	
Bahamas	10 482	0	10 482	-	-	-	
Bahrain	27 000	1	27 001	-	-	-	
Bangladesh	1 535 714	1 728 058	3 263 772	-	-	-	
Barbados	1 353	11 F	1 374 F	-	-	-	
Belarus	195	15 420	15 615	-	-	-	
Belgium	24 450	50 F	24 700 F	-	-	-	
Belize	140 000	5 978	155 978	-	4	4	
Benin	40 584	500	41 084	-	-	-	
Bermuda	518	-	518	-	-	-	
Bhutan	2	78 F	80 F	-	-	-	
Bolivia	6 500	1 050	7 550	-	-	-	
Bosnia and Herzegovina	110 F	0	110 F	-	-	-	
Botswana	305 F	3 838	4 143 F	-	-	-	
Brazil	338	-	338	-	-	-	
Brazil	647 187	707 451	1 354 638	-	730 F	730 F	
Brunei Darussalam	10	-	10	-	-	-	
Brunei Darussalam	1 200 F	-	1 200 F	-	-	-	
Bulgaria	3 154	450 F	3 604 F	-	-	-	
Burkina Faso	2 542	5 915	8 457	-	0	0	
Burundi	20 300	202	20 502	-	70	70	
Burundi	12 300	150 F	12 450 F	-	-	-	
Cabo Verde	20 181	-	20 181	-	-	-	
Cambodia	565 000	74 000 F	642 000 F	-	0	0	
Cameroon	140 000 F	570 F	140 570 F	-	-	-	
Canada	674 548	173 452	848 000	12 853	-	12 853	
Cape Verde	125	-	125	-	-	-	
Central African Republic	32 000	140 F	32 140 F	-	42	42	
Chad	100 000	-	100 000	-	-	-	
Chad	2 155	252	2 407	-	-	-	
China	2 572 891	1 071 421	3 644 312	438 025	4 128	442 153	
China	18 187 443	41 109 308	59 296 751	257 640	12 832 083	13 093 723	
China, Hong Kong	155 230	4 059	159 289	0	-	0	
China, Macao	1 500 F	-	1 500 F	-	-	-	
China, Taiwan	107 854	344 404	452 258	232	3 408	3 728	
Colombia	78 500 F	80 654	159 154 F	-	-	-	
Comoros	12 343	-	12 343	-	-	-	
Congo Dem Rep	220 000	2 800	222 800	-	-	-	
Congo Rep	81 054	58	81 112	-	-	-	
Costa Rica	4 200 F	2 F	4 202 F	0	-	0	
Costa Rica	20 500 F	27 150	47 650 F	-	-	-	
Cote d'Ivoire	75 511	3 720	79 231	-	-	-	
Croatia	85 007	10 887	95 894	-	-	-	
Cuba	22 220	26 179	48 399	-	-	-	
Cuba	23 800	-	23 800	-	-	-	
Cyprus	1 329	4 332	5 661	-	-	-	
Czech Rep	4 001	20 780	24 781	-	-	-	
Denmark	507 700	59 538	567 238	-	5 000 F	5 000 F	
Djibouti	2 187	-	2 187	-	-	-	
Dominica	581	35 F	616 F	-	-	-	
Dominican Republic	13 659	3 032	16 691	-	-	-	
Ecuador	513 425 F	323 863	837 288 F	-	-	-	
Egypt	354 297	1 017 738	1 372 035	-	-	-	
El Salvador	52 000 F	5 322 F	57 322 F	-	-	-	
Equatorial Guinea	10 755	15 F	10 770 F	-	-	-	
Eritrea	4 152	0	4 152	-	-	-	
Estonia	87 174	371	87 545	430	-	430	
Ethiopia	25 552	38	25 590	-	-	-	
Falkland Islands	95 000	0	95 000	-	-	-	
Fiji	380 471	30 564	411 035	-	-	-	
Fiji	45 000 F	220 F	45 220 F	115 F	500 F	615 F	
Finland	185 010	12 050	197 060	-	-	-	
Finland	203	1 328	1 531	-	-	-	
France	425 604	204 880 F	630 484 F	43 250	360 F	43 610 F	
French Guiana	3 700 F	25 F	3 725 F	-	-	-	
French Polynesia	54 153	51	54 204	-	-	-	
French Southern Territories	470 F	-	470 F	-	-	-	
Gabon	22 000 F	150 F	22 150 F	-	-	-	
Gambia	36 000	30 F	36 030 F	-	-	-	
Georgia	12 070	630 F	12 700 F	-	-	-	
Germany	207 500	28 250	235 750	-	-	-	
Ghana	364 040	37 450	401 490	-	-	-	
Greece	87 000 F	137 504 F	224 504 F	-	-	-	
Greenland	222 004	-	222 004	-	-	-	
Guatemala	2 354	0	2 354	-	-	-	

ABREVIATURAS

ALICE WEB	: Secretaria de Comercio Exterior del MDIC
SEAPE	: Servicio de Apoyo al Empresario de Brasil.
SEMPLA	: Secretario de Planeamiento de la Prefectura Municipal de Sao Paulo.
OLHAR	: Diccionario Portugués – Español
IBGE	: Instituto Brasileño de Geografía y Estadística.
NSE	: Nivel Socio Económico.
FAO	: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación
SIICEX	: Sistema Integrado de información de comercio Exterior de Perú.
FOB	: Incoterms Franco a Bordo.
PBI	: Producto Bruto Interno.
SECEX	: Portal Brasileño de comercio Exterior.
HGT	: Pescado sin cabeza, ni vísceras, ni cola.
HG	: Pescado sin cabeza ni vísceras.
IQF	: Sistema de congelación rápida.
SUNAT	: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.
OMC	: Organización Mundial de Comercio.
MDIC	: Ministerio de Desenvolvimento, Industria y Comercio Exterior de Brasil.
MPA	: Ministerio de Pesca y Agricultura de Brasil.