

2016



T-shirts de punto de algodón para caballeros

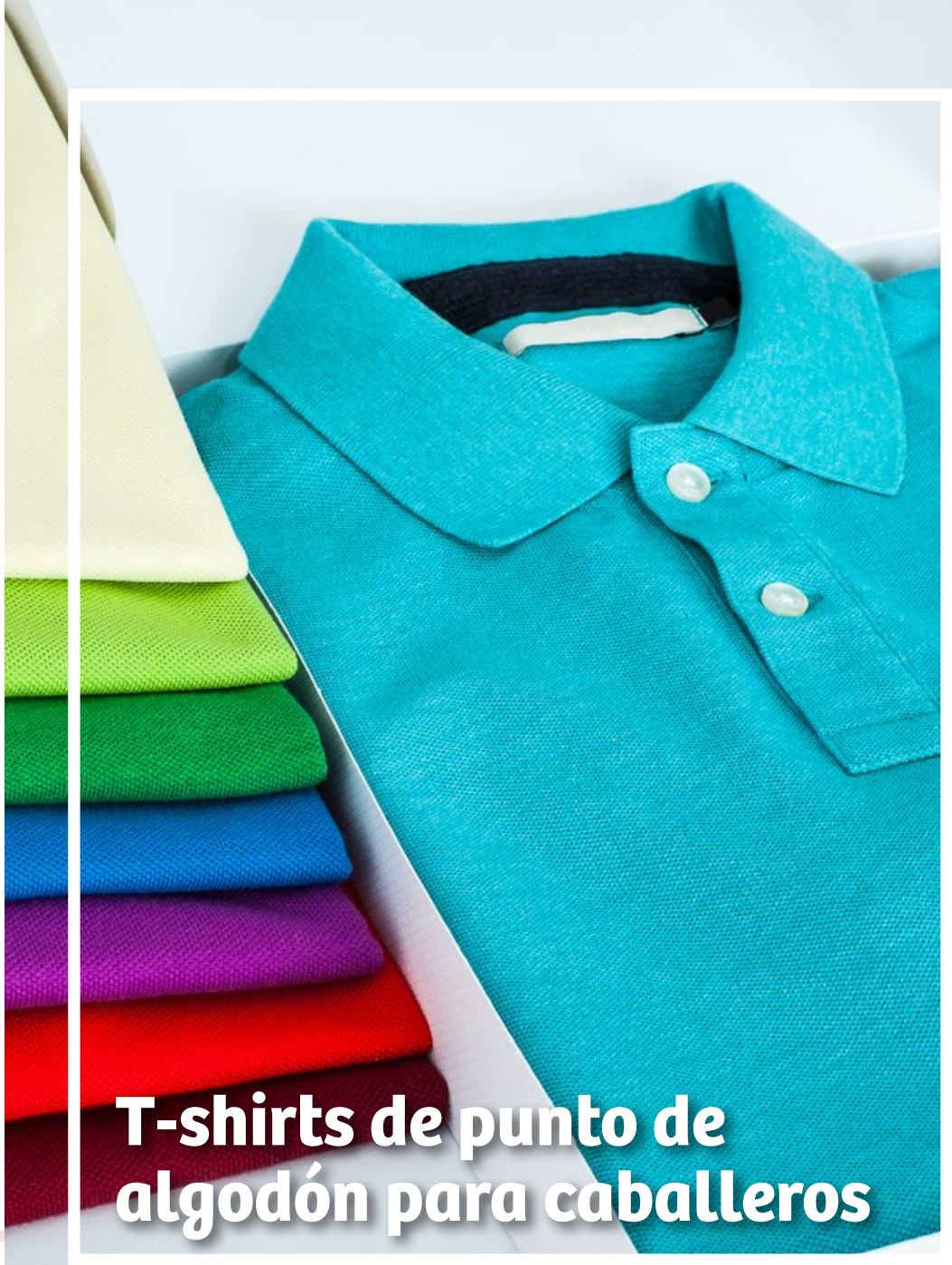


PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



“Este perfil de producto ha sido realizado en el mercado brasileiro por la consultora Business-Sense Consultoria e Treinamento, utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la OCEX Sao Paulo ha contado con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y Promperú. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: MINCETUR. Plan de Desarrollo de Mercado de Brasil”.



T-shirts de punto de algodón para caballeros

Índice

Resumen Ejecutivo	6	1.4. Ventajas del producto peruano y competencia	41
Antecedentes	6	02 Condiciones de Acceso	42
01 Mercado - Descripción del Sector	8	2.1. Aranceles y otros impuestos	42
1.1. Tamaño de Mercado	8	2.2. Normas de origen y pruebas de origen	45
1.1.1. Producción brasilera	10	2.3. Barreras, estándares y normas	45
1.1.2. Exportaciones brasileras	10	03 Canales de Distribución y Comercialización	49
1.1.3. Importaciones brasileras	12	04 Información Adicional	52
1.1.4. Importaciones brasileras desde Perú	16	4.1 Datos de contacto de importadores	52
1.2. Características generales	18	4.2 Oficinas / Gremios en el mercado	53
1.2.1. Usos y formas de consumo	18	4.3 Ferias comerciales	54
1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación	18	4.4 Links de Interés	56
1.2.3. Auditoría en tiendas	25	05 Bibliografía	58
1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado	34		

Resumen Ejecutivo

Antecedentes

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

En ese sentido, como parte de la implementación del Plan Estratégico Nacional Exportador -PENX 2025-, concretamente dentro de las estrategias de oportunidades de negocio identificadas en el Plan

de Desarrollo de Mercado (PDM) de Brasil, se priorizó la elaboración de perfiles de productos específicos susceptibles de comercializarse en dicho mercado, por empresas peruanas.

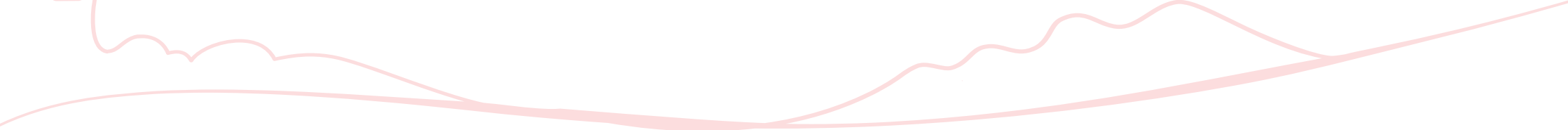
Para tales fines, esta Oficina Comercial programó dentro de sus actividades, la elaboración del Perfil de T-shirts de punto de algodón para caballeros del Mercado de Brasil, que se presenta a continuación.

Metodología de estudio

Para realizar el presente documento se recopilaron datos de fuentes primarias y secundarias, a partir de estadísticas, artículos, publicaciones y documentos, junto con un análisis cuantitativo y cualitativo.

El trabajo se divide en cinco partes. La primera parte realiza una breve descripción del sector alimentos y se enfatiza el comportamiento del mercado de maca en Brasil; teniendo en cuenta la producción brasileña, las exportaciones brasileñas, las

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



01

Mercado - Descripción del Sector

1.1. Tamaño de Mercado

Brasil cuenta con una población cercana a 203 millones de habitantes (2015). El mercado de ropa de hombres en Brasil agrupa un aproximado de 76 millones de varones de 15 años a más, cuyo rango de edad representa el 76,3% del total de población masculina. Asimismo, el mercado de ropa para hombres representa el 49,1% de la población brasilera.

Esta demanda por prendas para hombres, es cubierto principalmente por la producción nacional, restando los volúmenes exportados por Brasil y sumando las importaciones de confecciones que en su mayoría son provenientes de China.

Tabla N° 1: Población de Brasil, por sexo, año 2015 (1er semestre)

Rango de edades	Ambos sexos		Hombres		Mujeres	
	Miles de personas	Participación	Miles de personas	Participación	Miles de personas	Participación
0 - 4	14 131	7,0%	7 209	7,2%	6 922	6,7%
5 - 9	15 073	7,4%	7 684	7,7%	7 389	7,2%
10 - 14	17 193	8,5%	8 763	8,8%	8 430	8,2%
15 - 19	17 251	8,5%	8 772	8,8%	8 479	8,2%
20 - 24	16 359	8,1%	8 275	8,3%	8 084	7,8%

Total edades	Ambos sexos		Hombres		Mujeres	
	Miles de personas	Participación	Miles de personas	Participación	Miles de personas	Participación
25 - 29	16 946	8,4%	8 507	8,5%	8 439	8,2%
30 - 34	17 409	8,6%	8 669	8,7%	8 739	8,5%
35 - 39	15 751	7,8%	7 717	7,7%	8 035	7,8%
40 - 44	13 860	6,8%	6 718	6,7%	7 143	6,9%
45 - 49	12 832	6,3%	6 193	6,2%	6 638	6,4%
50 - 54	12 081	6,0%	5 785	5,8%	6 297	6,1%
55 - 59	9 911	4,9%	4 688	4,7%	5 224	5,1%
60 - 64	7 894	3,9%	3 677	3,7%	4 217	4,1%
65 - 69	5 810	2,9%	2 648	2,7%	3 162	3,1%
70 - 74	4 030	2,0%	1 780	1,8%	2 250	2,2%
75 - 79	2 962	1,5%	1 253	1,3%	1 709	1,7%
80 - 84	1 803	0,9%	720	0,7%	1 082	1,0%
85 - 89	1 050	0,5%	391	0,4%	659	0,6%
90 - 94	441	0,2%	151	0,2%	290	0,3%
95 - 99	140	0,1%	44	0,0%	96	0,1%
Otros	28	0,0%	9	0,0%	19	0,0%
Total	202.928	100,0%	99.645	100,0%	103.283	100,0%

Fuente: CEPAL – CEPALSTAT

1.1.1. Producción brasilera

La producción industrial en Brasil en los últimos tres trimestres del 2014 ha registrado variaciones negativas de 5,4%, 3,7% y 4,2% por cada trimestre de dicho año, dicha tendencia continuó durante el primer mes del 2015.

Esta tendencia negativa se dio principalmente en las regiones de Amazonas, Bahia,

Paraná y Rio Grande Do Sul, incluso, a pesar de los incrementos realizados en las regiones de Espírito Santo 18,2%, Pará 6,4%, Mato Grosso 5,2% y Pernambuco 3,3%.

1.1.2. Exportaciones brasileras

Las exportaciones brasileras de t-shirts y camisetas de punto de algodón (SH6 6109.10), alcanzaron un valor de USD

10,6 millones en el año 2014, concentrando casi el 98% de sus exportaciones en diez países; siendo su principal país de destino Paraguay (24%), Uruguay (22%), Chile (15%), Australia(12%), Bolivia (8%), Estados Unidos (6), Perú (4), Angola(3%), Argentina(2%) y Francia (1%).

La tasa de crecimiento de las exportaciones en este rubro en el 2014 fue

negativa, con una disminución de 0,95%; pese al aumento registrado de 2,10% para algunos de los principales países de destino (no habiendo colaborado de este incremento Francia, Argentina Chile y Paraguay). Asimismo, el precio promedio de exportación en los diez principales mercados de destino oscilaron entre USD 2,6/unidad y USD 9,85/ unidad.

Tabla N° 2: Brasil – Exportaciones NCM BRASILERA SH6 6109.10 de t-shirts y camisetas de punto, de algodón de los 10 principales países

N° Ord.	Descripción del país	2011			2012			2013			2014		
		USD	Kg	Cantidad	USD	kg	Cantidad	USD	kg	Cantidad	USD	kg	Cantidad
1	Paraguay	3 318 646	153 259	1 156 905	2 637 461	141 864	1 134 119	2 759 394	123 480	965 264	2 640	129 453	1.015 699
2	Uruguay	1 362 632	56 156	317 654	1 570 239	58 624	320 999	2 334 513	71 362	398 259	2 424 861	71 281	412 068
3	Chile	1 580 635	38 326	207 553	1 597 895	49 928	268 521	1 782 946	44 999	259 667	1 638 597	39 188	222 955
4	Australia	642 252	13 367	81 016	850 928	15 397	113 029	1 782 946	17 378	128 284	1 319 890	27 359	146 565
5	Bolivia	953 029	44 320	294 193	847 825	36 802	224 386	1 146 486	31 755	199 879	833 980	33 036	218 718
6	Estados Unidos	492 228	5 841	29 782	415 583	11 356	59 775	769 392	7 815	37 853	619 398	14 067	82 103
7	Perú	77 863	1 293	6 737	318 471	1 571	46 448	504 051	6 472	47 119	438 621	10 430	56 877
8	Angola	381 745	12 405	87 950	149 161	7 361	61 506	371 643	6 275	32 352	334 795	10 545	73 124
9	Argentina	2 263 434	97 657	602 085	1 035 270	39 787	249 274	144 998	15 326	91 166	223 579	4 947	45 450
10	Francia	121 339	1 742	12 046	368 22	9 848	54 167	260 299	4 750	29 294	126 652	1 904	12 864
Subtotal		11 193 803	424 366	2 795 921	9 791 185	372 538	2 532 224	10 382 937	329 612	2 189 137	10 601 083	342 210	1 286 423
Otros		2 695 646	63 940	337 563	1 250 680	35 022	140 381	556 178	18 038	76 881	244 458	6 340	39 349
Total		13 889 449	488 306	3 133 484	11 041 865	407 560	2 672 605	10 949 115	347 650	2 266 018	10 845 541	348 550	2 325 772

Fuente: Sistema Alice Web – Ministerio de desarrollo, Industria y Comercio Exterior- Secretaría de Comercio Exterior

1.1.3. Importaciones brasileiras

Las importaciones brasileiras de t-shirts y camisetas de punto de algodón (SH 6109.10) en el año 2014 alcanzaron un valor de USD 98,2 millones, sus impor-

taciones se centraron en diez países con 98%, de los cuales, el 79% se enfocaron solamente en cinco países: Perú (33%), Bangladesh (17%), China (17%), India (8%) y Argentina (4%).

Asimismo, las importaciones brasileiras en los últimos años, se ha incrementado, habiendo registrado un aumento de 18% en el 2014, como consecuencia de un incremento de Perú, con 32%, de la India con 31%, Argentina con 31%, China con

19%, entre otros países. Cabe resaltar que Bangladesh cayó en 19 % respecto al valor importado por Brasil en el año anterior.

Tabla N° 3: Brasil – Importaciones NCM BRASILERA SH6 6109.10 de t-shirts y camisetas de punto, de algodón de los 10 principales países

N° Ord	Descripción del país	2011			2012			2013			2014		
		USD	kg	Cantidad	USD	Kg	Cantidad	USD	Kg	Cantidad	USD	Kg	Cantidad
1	Perú	21 102 675	478 369	3 118 483	19 502 524	430 350	2 897 101	24 518 178	655 329	4 675 703	32 470 723	1 068 990	7 742 127
2	Bangladesh	15 109 331	1 021 826	5 888 059	17 611 817	1 230 517	8 040 199	20 922 358	1 506 173	10 567 126	16 913 166	1 178 924	9 155 992
3	China	11 587 272	670 392	4 057 666	12 921 128	637 791	3 744 248	13 744 280	791 372	4 539 266	16 288 791	868 539	5 609 879
4	India	7 209 994	251 952	1 807 486	6 384 856	269 503	2 007 767	5 907 794	275 402	2 160 368	7 759 400	443 605	3 207 321
5	Argentina	4 150 509	74 455	511 559	4 061 292	68 742	512 999	2 801 320	45 394	381 303	3 678 369	57 208	455 417
6	Turquía	1 467 211	38 056	246 170	1 452 414	35 769	238 319	2 323 336	53 761	387 175	2 742 015	60 181	466 140
7	Egipto	615 167	35 740	206 265	86 825	3 563	20 655	252 891	7 856	53 216	1 797 176	52 777	399 546
8	Viet Nam	278 478	8 371	43 649	591 134	16 594	106 670	1 087 057	31 221	181 856	1 731 102	47 119	354 180
9	Filipinas	133 680	3 284	31 271	139 907	3 574	17 521	204 643	7 349	40 351	1 728 462	33 924	148 068
10	Indonesia	190 265	5 762	34 642	991 827	52 150	368 281	803 241	45 055	427 754	1 565 998	88 551	576 739
Sub total		61 844 582	2 588 207	15 945 250	63 743 724	2 748 553	17 953 760	72 565 098	3 418 912	23 414 118	86 675 202	3 899 818	28 115 409
Otros		10 980 351	294 455	1 871 561	9 764 307	309 320	2 149 767	10 517 585	376 088	2 330 743	11 480 444	382 854	2 379 176
Total		72 824 933	2 882 662	17 816 811	73 508 031	3 057 873	20 103 527	83 082 683	3 795 000	25 744 861	98 155 646	4 282 672	30 494 585

Fuente: Sistema Alice Web – Ministerio Del Desarrollo, Industria y Comercio Exterior – Secretaría de Comercio Exterior

- Importaciones brasileiras procedentes del mundo, realizadas por los Estados Federales del nordeste de t-shirts y camisetas de punto de algodón (SH 6109.10)

La región nordeste de Brasil, está conformado por los Estados de Alagoas, Bahía, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte y Sergipe; región que cuenta con una de las poblaciones más grandes de Brasil.

Las importaciones de t-shirts realizadas por Brasil en el año 2014 ascendieron a USD 98,2 millones; los Estados del nordeste alcanzaron un valor de USD 1,15 millones con una participación de 1,18% del total importado por Brasil.

En dicha región, los Estados que más importaron este producto fueron: Paraíba con una importación de este producto USD 434 mil, Pernambuco con USD 227,7 mil, Ceará USD 210,3 mil y Bahía USD 194 mil principalmente, con una participación del total importado de 0,44%, 0,23%, 0,21% y 0,20%, respectivamente.

Tabla N° 4: Importación NCM Brasileira desde el Mundo – SH6 6105.10 Camisas de punto, de algodón, para hombres o niños (excepto camiones, t-shirts y camisetas)

		2011			2012			2013			2014		
Cod	Descripción del Estado	USD	Kg	Cantidad	USD	Kg	Cantidad	USD	Kg	Cantidad	USD	Kg	Cantidad
41	Sao Paulo	34 579 945	1 351 637	8 509 517	45 137 889	1 796 225	12 392 502	54 477 704	2 193 207	16 167 68	68 477 765	2 591 500	19 453 678
44	Santa Catarina	14 905 522	758 245	4 356 016	12 461 422	699 755	4 210 087	12 505 710	729 578	4 548 756	13 519 136	834 947	5 503 340
34	Espirito Santo	3 713 076	68 564	439 571	4 957 685	175 989	1 088 575	7 450 101	427 433	2 463 049	7 155 388	385 172	2 540 267
36	Rio de Janeiro	10 589 739	433 209	2 906 219	4 735 948	143 799	1 025 404	2 918 046	109 489	743 415	3 783 415	140 175	948 838
17	Tocantins	161 161	11 653	72 422	663 942	72 786	358 473	1 538 835	177 904	802 526	993 609	114 474	596 706
55	Mato Grosso do Soul	3 836 490	97 369	616 469	1 317 889	30 649	215 834	1 155 430	40 431	304 960	967 124	54 889	377 950
45	Rio Grande do Soul	149 480	6 743	35 404	251 289	9 417	64 302	509 699	19 801	121 069	585 976	27 460	185 714
33	Minas Gerais	116 360	3 870	19 401	208 568	7 654	31 326	166 055	7 938	56 900	485 789	33 745	214 155
42	Paraná	2 878 762	87 157	512 154	3 021 228	95 687	540 745	1 044 913	35 638	186 798	462 951	11 598	76 171
25	Paraiba	10 519	693	3 012	194 225	6 183	38 725	336 003	10 042	64 537	434 036	13 279	84 768
53	Goiás	26 338	1 889	10 738	2 038	47	192	0	0	0	327 620	24 110	125 394
26	Pernambuco	43 263	2 413	21 543	201 399	8 793	54 664	491 163	24 481	138 576	227 735	14 311	91 676
23	Ceará	300 540	23 127	110 541	65 913	3 679	17 792	16 682	603	3 934	210 272	8 871	55 303
32	Bahia	13 040	769	5 900	30 023	452	8 963	186 312	4 897	54 215	194 148	12 486	135 453

11	Rondonia	33 548	479	4 024	109 095	2 696	27 515	79 030	5 975	29 675	123 124	10 276	79 625
13	Amazonas	1 361 329	25 980	151 449	105 626	3 055	22 547	9 757	183	1 164	81 346	1 567	9 425
27	Alagoas	75 212	894	5 242	20 209	198	1 337	99 306	2 471	17 042	80 823	2 783	11 807
54	Distrito Federal	6 257	162	783	2 654	8	69	21 332	251	1 078	29 173	271	1 750
31	Sergipe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4 850	260	260
12	Acre	0	0	0	4 057	274	990	0	0	0	4 378	93	396
52	Mato Grosso	2 012	25	166	0	0	0	0	0	0	3 850	317	1 563
21	Maranhao	0	0	0	0	0	0	111	45	170	3 059	71	343
16	Amapá	0	0	0	0	0	0	0	0	0	62	1	6
99	Zona Nao Decla- rada	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	16	7
15	Pará	56 753	6 672	35 364	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22	Piauí	0	0	0	0	0	0	928	14	58	0	0	0
24	Rio Grande do Norte	10 632	112	876	16 932	525	3 485	75 566	4 619	39 171	0	0	0
Total		72 824 933	2 882 662	17 816 811	73 508 031	3 057 873	20 103 527	83 082 683	3 795 000	25 744 861	98 155 646	4 282 672	30 494 585
Subtotal (Nordeste)		453 206	28 008	147 114	528 701	19 830	124 966	1 206 071	47 172	317 703	1 154 923	52 061	379 610
Participación del Total		0,62%	0,97%	0,83%	0,72%	0,65%	0,62%	1,45%	1,24%	1,23%	1,18%	1,22%	1,24%

Fuente: Sistema Alice Web – Ministerio Del Desarrollo, Industria y Comercio Exterior – Secretaría de Comercio Exterior

1.1.4. Importaciones brasileiras desde Perú

En cuanto a las exportaciones peruanas de t-shirts y camisetas de punto de algodón (SH6-6109.10) con destino a Brasil durante el año 2014, se evidenció que Perú alcanzó

a exportar USD 30 millones, con una tasa de crecimiento de 27 % con respecto al año anterior.

Asimismo, los productos que se destacan son: la P.A. 6109.10.00.39 y 6109.10.00.31 con una participación de 62% y 28%,

respectivamente. Estas dos partidas arancelarias crecieron en 19% y 65%.

Entre los principales Empresas exportadoras a Brasil en este rubro se encuentra: Textiles camones SA. Con 57% de participación, Devanlay Perú SAC. 12%, Topy Top

SA. 11%, estas cuatro empresas exportan el 90%, Cabe destacar que los T-shirt de algodón de punto incrementaron sus exportaciones en 27% con respecto al año anterior, las 10 principales empresas exportadoras crecieron en 41% y la empresa Textiles Camones creció en 48%.

Tabla N° 5: Lista de empresas peruanas que exportan a Brasil (2010 - 2014), SH6 - 6109.10

N°	RUC	Razon Social	FOB (USD)					Var. % 2013	Par. % 2014
			2010	2011	2012	2013	2014		
1	20293847038	Textiles Camones S.A	2 984 014	3 362 590	4 152 644	11 635 569	17 234 139	48.12%	57.38%
2	20501977439	Devanlay Perú S.A.C	798 985	2 426 340	4 940 285	3 556 278	3 520 737	-1.0%	11.72%
3	20100047056	Topy Top S.A	1 849 915	4 549 655	2 361 779	2 672 444	3 370 361	26.12%	11.22%
4	20553022275	Algotex Perú S.A.C	0	0	0	67 491	805 401	1093.34%	2.68%
5	20523332024	Textil Latino Sur S.A.C	15 132	160 505	571 196	599 354	716 967	19.62%	2.39%
6	20515207181	U. Nic Brands Perú S.A.C	207 260	407 020	650 080	750 795	657 702	-12.4%	2.19%
7	20264592497	Texgroup S.A	0	196 664	137 019	73 726	560 129	659.75%	1.86%
8	20514357961	Artimoda S.A	404 196	1 593 088	645 692	0	510 655	0.0%	1.7%
9	20507907114	Catalogo S.A.C	0	238 354	308 670	278 615	286 126	2.7%	0.95%
10	20550854393	Esmnam Trading S.A	0	0	0	192 748	252 784	31.15%	0.84%
Subtotal			6 259 504	12 934 216	13 767 364	19 827 020	27 915 001	40.79%	92.94%
Total			9 456 125	19 164 300	19 534 093	23 726 065	30 036 381	26 6%	100 0%

Fuente: SUNAT

1.2. Características generales

1.2.1. Usos y formas de consumo

Los t-shirts y camisetas de punto de algodón para hombres son prendas que no deben faltar en los armarios masculinos, ya que de cualquier modo acabarán formando parte de todo tipo de look, desde los más formales hasta los más casuales.

1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

Los t-shirts y camisetas de punto de algodón para hombres se clasifican en la SH6 6109.10.

A continuación se muestra las subpartidas arancelarias a diez dígitos:



Subpartida arancelaria	Descripción Arancelaria
6109.10.00.39	Los demas "T - Shirts" de algodón, para hombres o mujeres.
6109.10.00.31	T - Shirts de algodón para homb. o muj., de tej. teñido de un solo color unif. incl. blanqueado
6109.10.00.41	T - Shirts de algodón para niños o niñas, de tejido teñido de un solo color uniforme incluyendo blanqueado
610910.00.49	Los demas "T - Shirts" de algodón, para niños o niñas
6109.10.00.32	T - Shirts de algodón para hombre o mujer de tejido c/Hilados de distintos colores c/motiv. de rayas
6109.10.00.50	Camisetas interiores
6109.10.00.42	T - Shirts de algodón para niños y niñas, de tej. c/ hilados de distintos colores, con motivos a rayas

Fuente: Mincetur

Camiseta básica de hombre, super suave, cuello en "V" o "U", en flamé, botones. Perfecto para looks casuales 100% algodón.



Camiseta con estampado exclusivo. Hecho de 100% algodón, tacto suave, que garantiza confort y excelente ajuste. Cuello redondo.

Fuente: Mincetur

Tabla N° 6: Tallas de camisa polos manga larga

Tallas	P	M	G	GG	XG
Longitud de manga (manga solamente)	65 cm	66 cm	67 cm	68,50 cm	69,50 cm
Longitud de la parte posterior	66 cm	68 cm	70 cm	72 cm	76 cm
Torax	53 cm	55 cm	59 cm	64 cm	68 cm

Fuente: Mincetur

Tabla N° 7: Tallas de camisas polos manga corta

Tallas	P	M	G	GG	XG
Longitud de manga corta(manga solamente)	21 cm	22 cm	23 cm	24 cm	25 cm
Longitud de la parte posterior	66 cm	68 cm	70 cm	72 cm	76 cm
Torax	53 cm	55 cm	59 cm	64 cm	68 cm

Fuente: Mincetur

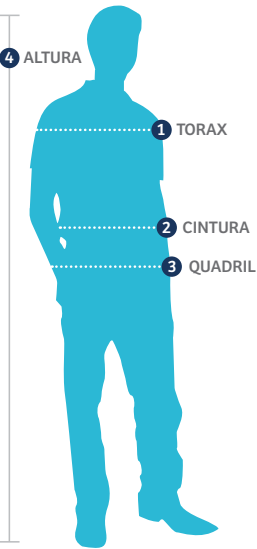
Tabla N° 8: Tallas de t-shirt y camisetas

Tallas	P	M	G	GG	XG
Longitud de manga (manga solamente)	63 cm	64 cm	65 cm	66 cm	67 cm
Longitud de la parte posterior	66 cm	68 cm	70 cm	72 cm	76 cm
Torax	53 cm	55 cm	59 cm	64 cm	68 cm

Fuente: Mincetur

Las tallas muchas veces varían según la confección y las marcas de la prenda.

Figura N° 1: Guía de medidas para el consumidor masculino



Guia de medidas masculino

	PP	P	M	G	GG	GGG
	34	36 38	40 42	44 46	48 50	52 54
1	86	90 94	98 102	106 110	114 118	122 126
2	71	75 79	83 87	91 95	99 103	107 110
3	86	90 94	98 102	106 110	114 118	122 126
4	180	180 180	180 180	180 180	180 180	180 180

Fuente: Mincetur

Tabla N° 9: Marcas de camisa (Polo cuello camisero)

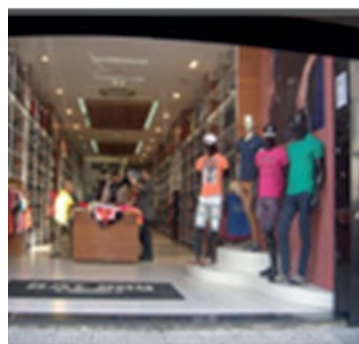
Marca camisas		
A Suprema	Hangar	Renner
AD	Hering Store	Riachuelo
Aleatory	Herrero	Richards
Aramis	Highstil	Sketch
Armazem do Homem	His	Skyler
Arqueria	Hombre	Stalker
Billy Joe	John John	Track & Field
BR Ansk Kids	La Camiceria	Tu Ono
C & A	Leader	Velmond
Calvin Klein Jeans	Linu's Modas	VR
Camisaria Colombo	Lordman	Zip
Cia do Terno	Maxhuas	---
Colcci	Mister's	---
Damyller	Mitchell	---
Dommo	Mr. Kitsch Famiy Store	---
Dudalina	Osklen	---

Fuente: Mincetur

Figura N° 2: Presentación del producto



Polos de algodón



Polos de algodón



Polos de algodón



Polos de algodón

Fuente: Mincetur

1.2.3. Auditoría en tiendas

Generalmente, el segmento de mercado que predomina en los shoppings del nordeste de Brasil son los estratos C y D; sin embargo existen algunos más específicos, donde predomina el estrato "A" (más del 45%), como los Parque Shopping Maceió en Alagoa; Plaza Shoppings Casa Forte y Shopping Paco Alfandega, ambos del Estado de Pernambuco, este último ha llegado a captar el 65% de consumidores pertenecientes al estrato "A".

Durante la auditoría en tiendas se pudo identificar que uno de las dificultades más comunes de los shopping center es con respecto al manejo de inventarios, dado que las tiendas en época de cierre de temporada o en promoción no siempre tienen las tallas, colores o productos solicitados. Cabe indicar que su formato de ventas es venta al por menor.

Figura N° 3: El producto en las lojas



Camisas



Tienda de ropa masculina



Tienda
de ropa
masculina



Tienda
de ropa
masculina



Tienda
de ropa
masculina



Tienda
de ropa
masculina



Tienda
de ropa
masculina



Tienda
de ropa
masculina



Tienda
de ropa
masculina



Tienda
de ropa
masculina

Guía de Shoppings: se puede ubicar la guía de shoppings en Brasil por Estados en la siguiente página web: www.portaldoshopping.com.br/site/guia-de-shoppings/

Shopping Centers

El sector en mención, es uno de los más modernos, dinámicos e innovadores, que impulsan la economía de Brasil. Asimismo, es considerado el principal órgano representativo del sector en el país. Actualmente, la región nordeste cuenta con 74 shopping, los mismos que representan el 14,2% del mercado brasileño.

Imágenes de algunos shoppings en la macro región del nordeste de Brasil

Figura N° 4: Shopping Center Shopping Pátio Maceió - en Alagoa



Figura N° 5: Arapiraca Garden Shopping - en Alagoa



Figura N° 6: Salvador Norte Shopping - en Bahia



Fuente: Mincetur

Los precios en los shopping y tiendas de marca

Las lojas (tiendas) de las diferentes marcas reconocidas usualmente mantienen la política de uniformizar sus precios en todo Brasil, es decir, por política los precios de un producto en las lojas de Sao Paulo son los mismos que en cualquier otra tienda de la misma marca situado en otro Estado y/o en cualquier lugar de Brasil.

Figura N° 7: Los t-shirts, polos de algodón o camisetas cuello redondo o en V



De: R\$ 29.90



De: R\$ 59,95 a R\$ 39,95
Género: masculino
Tipo de cuello: cuello V o Redondo
Largo de Mangas: cortas
Color: azul marino
Tipo: camisetas
Tejido: algodón



De: R\$ 49.99 a vista.
Camisetas
Masculina Regular de algodón con estampado localizado

Fuente: Mincetur

Polos Comerciales

Los principales polos comerciales de moda se sitúan en las ciudades de Caruaru, Toritama y Santa Cruz do Capibaribe. Todos ellos, instalados en el Estado de Pernambuco; centros comerciales que atraen a los consumidores brasileiros en busca de artículos de ropa, principalmente, para la venta al por mayor y menor. Su punto fuerte son las prendas de punto y ropa confeccionada a base de jeans.

A continuación se detalla cada uno de los polos comerciales nombrados:

Polo Comercial de Caruaru

Tomando en cuenta que el área comercial se dedica principal al giro de negocio de prendas de vestir, el comprador podrá encontrar varias opciones de camisetas, polos y t-shirts. Los productos se confeccionan en Santa Cruz Capibaribe (donde la marca del producto también actúa como nombre del shopping center).

El cliente puede adquirir piezas a por mayor o menor, el precio de camisetas de punto y t-shirt cuesta alrededor de R\$ 25 (USD 10, aproximadamente). Durante la Feria de Caruaru en el Estado de Pernambuco, las camisetas se encuentran desde R\$5. En cuanto a la forma de pago, estas pueden realizarse en efectivo o mediante tarjeta de crédito; las personas que prefieren pagar en efectivo reciben un descuento del 5%.

Este polo comercial presenta mayor movimiento de consumidores en los fines de semana. Es común que los meses con mayor flujo de compradores y visitas se den en junio (en nombre de San Juan) y diciembre.



Fuente: Mincetur

Parque Ferial Toritama

En este establecimiento ofrecen todo tipo de prendas de vestir al por mayor y menor; considerado como uno de las zonas comerciales más importantes de la moda en el Estado de Pernambuco. De otro lado, la forma de pago usualmente utilizada es en efectivo.

En los alrededores del Parque Ferial las mercancías son generalmente más baratas.



R\$ 18
Reales la camiseta

Fuente: Mincetur

Moda Center Santa Cruz do Capibaribe

Santa Cruz do Capibaribe es una región bastante árida del Estado de Pernambuco. El centro comercial va más allá de la moda playa, ofreciendo todo tipo de prendas de vestir, como camisetas, entre otras confecciones. Además, es reconocido como uno de los mayores centros de venta al por mayor en Brasil; las formas de pago son a través de tarjetas de débito, crédito y efectivo.

Figura N° 8: Moda Center de Santa Cruz do Capibaribe



Fuente: Diario de Pernambuco

Ventas Virtuales

Este canal de comercialización presenta distintos tipos de enfoques; como proveedor (nacional y/o extranjero) de tiendas virtuales o creando una propia tienda virtual, entre otros formatos de negocio.

En el primer caso, el mercado de Brasil está acostumbrado a tener el producto en el país, ya que no gustan en realizar muchos trámites; mientras que en el segundo caso, se debe tener cuidado con las normativas brasileiras, debido a que difieren en cada Estado del país.

Las ventas virtuales han ingresado con fuerza al mercado brasileiro; y las confecciones textiles no son la excepción. De este modo, se exhiben algunas tiendas como Hering u otras empresas como OSPRECOS, que vende virtualmente diferentes marcas. (www.osprecos.com.br/108101/vestuario-masculino/Roupa%20de%20brasil.htoneladal)

Figura N° 9: Venta por internet y precios



Fuente: Mincetur

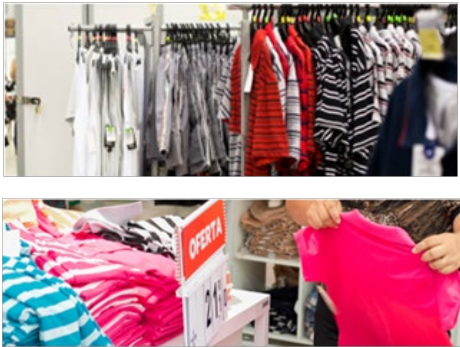
Supermercados

Es otro segmento de mercado para ropa de punto para hombre. Durante la auditoría se pudo observar los modelos y precios referenciales al consumidor, en específico, para el hipermercado Carrefour, que se dirige principalmente a los segmentos B y C.

En el hipermercado Carrefour se evidenció ciertas novedades, como la línea Tex, el

cual, es la nueva colección primavera verano 2015/2016 que se muestran en las lojas (tiendas) de Carrefour a partir del mes de agosto. En cuanto a los precios al por menor de camisa polos para varones se encontraron precios desde R\$ 21.

Figura N° 10: Carrefour (modelos y precios)



Fuente: Mincetur

1.2.4. Regiones / Sectores de mayor consumo dentro del mercado

Considerando el consumo del mercado en la región nordeste de Brasil, teniendo en cuenta el número de shoppings; las Unidades Federativas de mayor consumo son: Bahía (3,6 %), Ceará (3,1%), Pernambuco (2,7%), la participación entre los 3 Estados suma 9,4% del total de shoppings en Brasil.

Igualmente, la región nordeste posee una población de 55,2 millones de habitantes, de los cuales, 15,1 millones están en Bahía, 9,3 millones en Pernambuco y 8,8 millones en Ceará.

Tabla N° 10: Número de shopping por Estados y población

Macro Regiones	Shopping	Población **	ABL EM m² *
Región Nordeste			
Pernambuco	14	9,277,727	495,99
Sergipe	3	1,219,574	117,645
Rio grande do Norte	7	3,408,510	160,695
Ceara	16	8,842,791	415,002
Alagoas	4	3,321,730	150,021
Paraiba	5	3,943,885	157,210
Bahia	19	15,126,371	513,530
Piauí	3	3,194,718	75,103
Maranhao	4	6,850,884	146,582
Sub Total Macro Región	75	55,186,190	2,231,787
Otras Macro Regiones	447	147,613,328	11,614,109
Total General	522	202,799,518	13,845,896

Fuente: Asociación Brasileña de Shopping Centers - ABRASCE
(*) Áreas locales brutas
(**) Estimado IBGE

Asimismo, el área bruta operativa total de los shopping en Brasil alcanza un monto de 13 888 975 m2, correspondiendo al nordeste un área bruta operativa de 2 231 787 m2, con una participación de 16,12% del total.

Estados Federales del nordeste de Brasil que importan t-shirts de algodón para hombres

El año 2014, Brasil importó USD 72,8 millones en t-shirts y camisetas, de punto de algodón, de los cuales, los Estados del nordeste importaron USD 1,15 millones, representando 1,18 % del total importado por Brasil; siendo los principales Estados de destino: Paraíba, Pernambuco, Ceará y Bahia, principalmente.

Asimismo, existen otros cuatro Estados representativos concernientes a la región sudeste y sur de Brasil, como Sao Paulo,

Santa Catarina, Espirito Santo y Rio de Janeiro, los cuales contribuyeron con el 94,7% del total importado.

Tabla N° 11: Importaciones NCM Brasileira – SH 6 6109.10 “t-shirts” y camisetas, de punto, de algodón

Descripción del Estado	2011			2012			2013			2014		
	USD	Kg	Cantidad	USD	Kg	Cantidad	USD	Kg	Cantidad	USD	Kg	Cantidad
Sao Paulo	34 579 945	1 351 637	8 509 517	45 137 889	1 796 225	12 392 502	54 477 704	2 193 207	16 167 768	68 477 765	2 591 500	19 453 678
Santa Catarina	14 905 522	758 245	4 356 016	12 461 422	699 755	4 210 087	12 505 710	729 578	4 548 756	13 519 136	834 947	5 503 340
Espirito Santo	3 713 076	68 564	439 571	4 957 685	175 989	1 088 575	7 450 101	427 433	2 463 049	7 155 388	385 172	2 540 267
Rio de Janeiro	10 589 739	433 209	2 906 219	4 735 948	143 799	1 025 404	2 918 046	109 489	743 415	3 783 415	140 175	948 838
Tocantins	116 116	11 653	72 422	663 942	72 786	358 473	1 538 835	177 904	802 526	933 609	114 474	596 706
Mato Grosso do Soul	3 836 490	97 369	616 469	1 317 889	30 649	215 834	1 155 430	40 431	304 960	967 124	54 889	377 950
Rio Grande do Soul	149 480	6 743	35 404	251 289	9 417	64 302	509 699	19 801	121 069	585 976	27 460	185 714
Minas Gerais	116 360	3 870	19 401	208 568	7 654	31 326	166 055	7 938	56 900	485 789	33 745	214 155
Paraná	2 878 762	87 157	512 154	3 021 228	95 687	540 745	1 044 913	35 638	186 798	462 951	11 598	76 171
Paraíba	10 519	693	3 012	194 225	6 183	38 725	336 003	10 042	64 537	434 036	13 279	84 768
Goiás	26 338	1 889	10 738	2 038	47	192	0	0	0	327 620	24 110	125 394
Pernambuco	43 263	2 413	21 543	201 399	8 793	54 664	491 163	24 481	138 576	227 735	14 311	91 676
Ceará	300 540	23 127	110 541	65 913	3 679	17 792	16 682	603	3 934	210 272	8 871	55 303
Bahia	13 040	769	5 900	30 023	452	8 963	186 312	4 897	54 215	194 148	12 486	135 453
Rondonia	33 548	479	4 024	109 095	2 698	27 515	79 030	5 975	29 675	123 124	10 276	79 625

Descripción del Estado	2011			2012			2013			2014		
	USD	Kg	Cantidad	USD	Kg	Cantidad	USD	Kg	Cantidad	USD	Kg	Cantidad
Amazonas	1 361 329	26 980	151 449	105 626	3 055	22 547	9 757	183	1 164	81 346	1 567	9 425
Alagoas	75 212	894	5 242	20 209	198	1 337	99 306	2.471	17 042	80 823	2 783	11 807
Distrito Federal	6 257	162	783	2 654	8	69	21 332	251	1 078	29 173	271	1 750
Sergipe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4 850	260	260
Acre	0	0	0	4 057	274	990	0	0	0	4 378	93	396
Mato Grosso	2.012	25	166	0	0	0	0	0	0	3 850	317	1 553
Maranhao	0	0	0	0	0	0	111	45	170	3 059	71	343
Amapá	0	0	0	0	0	0	0	0	0	62	1	6
Zona Nao Declarada	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	16	7
Pará	56 753	6 672	35 364	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Piauí	0	0	0	0	0	0	928	14	58	0	0	0
Rio Grande do Norte	10 632	112	876	16 932	525	3 485	75 566	4 619	39 171	0	0	0
Total	72 824 933	2 882 662	17 816 811	73 508 031	3 057 873	83 082 683	83 082 683	3 795 000	25 744 861	98 155 646	4 282 672	30 494 585

Fuente: Mincetur

1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

Según la Asociación Brasileira de Shopping Center (ABRASCE), Brasil cuenta con el 20% de su población en el estrato A, el 41% en el estrato B y el 39% en los estratos C y D.

Con respecto a la región nordeste, el 19% de su población se clasifica en el estrato A, equivalente a 10,5 millones de habitantes, el 38% en el estrato B con un aproximado de 21 millones de habitantes y el 43% en los estratos C y D, con un total cercano a 23,7 millones de habitantes.

Tabla N° 12: Clase social en Brasil, según regiones

Brasil	A	B	C y D
	20%	41%	39%
Centro Oeste	26%	38%	36%
NordEste	19%	38%	43%
Norte	19%	40%	41%
SudEste	20%	43%	37%
Sur	19%	41%	40%

Fuente: Asociación Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE)

No obstante, de acuerdo a información de ABRASCE, algunos shopping de la región nordeste agrupan un considerable público objetivo correspondiente a la clase A, presentando un perfil de consumidor que reúne a más de 45 % de clientes

pertenecientes a dicha clase social. Estos shopping exhiben tiendas y marcas de renombre internacional, donde la calidad del producto está garantizada, cuyos precios varían de acuerdo a la marca.

Tabla N° 13: Perfil del consumidor que supera el 45% que están en clase “A” de los principales shopping de la región nordeste

N°	Nombre de Shopping	Perfil del consumidor			
		Clases socioeconómicas			
		A	B	C	D
Alagoa					
2	Parque Shopping Maceio	45	35	20	0
Pernambuco					
29	Plaza Shopping Casa forte	45	40	15	0
34	Shopping Paco Alfan de GA	65	30	3	2

Fuente: Asociación Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE)

Asimismo, se puede visualizar que gran parte de los consumidores de shopping de la región nordeste corresponden a la clase B, con una participación superior al 37% en cada uno de los principales shopping.

Tabla N° 14: Perfil del consumidor que supera el 37% que están en clase “B” de los principales shopping de la región nordeste

N°	Nombre de Shopping	Perfil del consumidor			
		Clases socioeconómicas			
		A	B	C	D
Alagoa					
1	Arapiraca Garden Shopping	5	40	32	23
Bahia					
4	Boulevard Shopping Feira de Santana	23	53	24	0
6	Shopping Barra	34	55	11	0
8	Shopping Belavista	8	58	33	1
10	Shopping Center Paralela	15	59	26	0
12	Shopping da Bahia	20	47	28	5
Ceara					
14	Cariri Garden Shopping	13	44	38	5
15	North Shopping Fortaleza	4	44	48	4
19	Pátio Dom Luis	15	60	20	5
21	Shopping del Paseo	20	50	25	5
22	Via Sul Shopping	22	45	33	0
Maranhao					
23	Rio Anil Shopping	17	59	24	0
24	Sao Luis Shopping Center	22	45	30	3
25	Shopping da Ilha	17	52	29	2

Paraíba					
26	Manaira Shopping Center	33	37	26	4
Pernambuco					
28	North Shopping Caruaru	44	51	5	0
30	Shopping Boa Vista	7	41	37	15
31	Shopping Costa Dourada	7	49	39	5
32	Shopping Difusora	33	37	28	2
33	Shopping Guararapes	8	48	38	6
35	Shopping Recipe	19	52	26	3
Rio Grande do Norte					
38	Natal Shopping Center	26	51	23	0
42	Shopping Cidade Jardimnatal	10	50	30	10
Sergipe					
43	Riomar Shopping - Aracaju	20	40	35	5
44	Shopping Jardins	14	55	31	0

Fuente: Asociación Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE)

En cuanto al perfil del consumidor de la clase C, también tiene sus preferencias en ciertos shoppings, como North Shopping Joquei y Partage North Shopping Natal, juntos alcanzan a obtener hasta un 80% de consumidores en este estrato, cuyos establecimientos comerciales se encuentran ubicados en los Estados Federales de Ceará y Rio Grande do Norte, respectivamente.

Igualmente, en Partage Shopping Campina Grande localizado en el Estado de Paraíba concurren hasta un 62% de consumidores pertenecientes a dicha clase social.

Tabla N° 15: Perfil del consumidor que supera el 40% que están en clase “C” de los principales shopping de la región nordeste

N°	Nombre de Shopping	Perfil del consumidor			
		Clases socioeconómicas			
		A	B	C	D
Alagoa					
3	Shopping Pátio Maceió	11	41	48	0
Bahia					
5	Salvador Norte Shopping	17	24	59	0
7	Salvador Shopping	29	31	40	0
9	Shopping Center Lapa - Salvador	5	37	56	2
11	Shopping Center Piedade	3	35	59	3
13	Shopping Jequitibá	11	28	60	1
Ceara					
16	North Shopping Joquei	4	15	80	1
17	North Shopping Maracanaú	5	20	50	25
18	North Shopping Sobral	10	30	50	10
20	Shopping Center Iguatemi Fortaleza	20	35	45	0
Paraiba					
27	Partage Shopping Campina Grande	9	29	62	0
Pernambuco					
36	Shopping Tacaruna	15	40	42	3

Piauí					
37	Teresina Shopping	5	32	50	13
Rio Grande do Norte					
39	Partage Norte Shopping Natal	0	10	80	10
40	Partage Shopping Mossoró	10	35	45	10
41	Praia Shopping	21	26	43	10

Fuente: Asociación Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE)

Cabe destacar que a pesar de no ser tan representativo, algunos shopping de la región nordeste cuentan con consumidores de la clase D, como en North Shopping Maracanaú y North Shopping Sobral, ambos situados en el Estado de Ceará, con una participación de 25% y 10%, respectivamente; así como Arapiraca Garden Shopping correspondiente al Estado de Alagoa con 23%; seguido de Shopping Boa Vista ubicado en el Estado de Pernambuco con 15%; Teresina Shopping situado en el Estado de Piauí con 13%; Partage Norte Shopping Natal, Partage Shopping Mossoró, Praia Shopping, Shopping Cidade

Jardim – Natal instaurados en Rio Grande Do Norte, cada uno de los cuatro shopping registran un 10% de consumidores provenientes del estrato D.

Asimismo, en la posterior tabla se observa que en los shopping donde se identificó la presencia de consumidores de la clase D, también cuentan con la concurrencia de clientes de las demás clases sociales, específicamente de las clases C y B. Por lo cual, se puede concluir que la contribución por cada tipo de consumidor según clase social es bastante dispersa.

Tabla N° 16: Perfil del consumidor que supera el 40% que están en clase “D” de los principales shopping de la región nordeste

N°	Nombre de Shopping	Perfil del consumidor			
		Clases socioeconómicas			
		A	B	C	D
Alagoa					
1	Arapiraca Garden Shopping	5	40	32	23

Ceará					
17	North Shopping Maracanaú	5	20	50	25
18	North Shopping Sobral	10	30	50	10
Pernambuco					
30	Shopping Boa Vista	7	41	37	15
Piauí					
37	Teresina Shopping	5	32	50	13
Rio Grande do Norte					
39	Partage Norte Shopping Natal	0	10	80	10
40	Partage Shopping Mossoró	10	35	45	10
41	Praia Shopping	21	26	43	10
42	Shopping Cidade Jardim - Natal	10	50	30	10

Fuente: Asociación Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE)

1.4. Ventajas del producto peruano y competencia

El algodón peruano (Pima y el Tanguis) es reconocido por los especialistas del sector; se recomienda que estos tipos de algodón sean dirigidos al estrato A, ya que es muy apreciado en ese estrato; mientras que en los estratos B, C y D el consumidor no reconoce el valor del producto, en consecuencia, no paga el precio respectivo; en los polos de Caruaru, Santa Cruz, Toritama, se puede encontrar camisetas de punto de algodón a R\$ 5,00 (USD 2,00, aproximadamente).

Para ingresar al mercado brasileiro con algodón Pima, se debe crear alianzas estratégicas con empresas brasileiras para lograr mercados de estratos “A”, sin dejar de promocionar otros estratos, así como otros tipos de algodón peruano, a fin de ser más competitivos.

Cabe destacar que el Perú es el primer país de origen de las importaciones brasileiras de t-shirts y camisetas de punto de algodón, seguidos por Bangladesh, y China, que son sus principales competidores.

02

Condiciones de Acceso

2.1. Aranceles y otros impuestos

El arancel cobrado a terceros países que exportan polos, camisetas y t-shirts de algodón para hombres con destino a Brasil es de 35%. Sin embargo, Perú con Brasil han suscrito el Acuerdo de Complementación Económica N° 58 Perú – Mercosur, el cual, indica que a partir del 1 de enero del 2012 todos los productos peruanos destinados a Brasil se benefician de una preferencia arancelaria de 100%, es decir, pueden ingresar con arancel cero a Brasil.

Impuestos Federales

Son los impuestos que se rigen en el territorio brasilero; en el caso de las confecciones, los impuestos a considerar son cuatro: IPI, PIS, COFINS e ICMS.

A continuación se muestran dichos valores:

El Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI), se refiere a aquellos artículos industrializados que generan crédito fiscal, los cuales, pueden ser compensados en subsiguientes operaciones, salvo en caso donde el impuesto se haya generado por la compra de activos permanentes en que aplican reglas especiales. La base de cálculo es el valor aduanero más valor de impuesto a la importación.
Gastos de importación

Son costos operativos y de desaduanaje generados en los puertos o aeropuertos en Brasil. A la llegada de la mercancía y presentación de los documentos de exportación, el despachante aduanero le enviará al exportador un pre cálculo de los valores necesarios para el pago de los impuestos y gastos generados al momento de nacionalizar la mercancía.

Estos tributos son de ámbitos federales y cobrados a través de débito en cuenta

corriente por el SISCOMEX, al momento del registro de la Declaración de Importación (DI), los gastos en destino están compuestos principalmente por los siguientes conceptos:

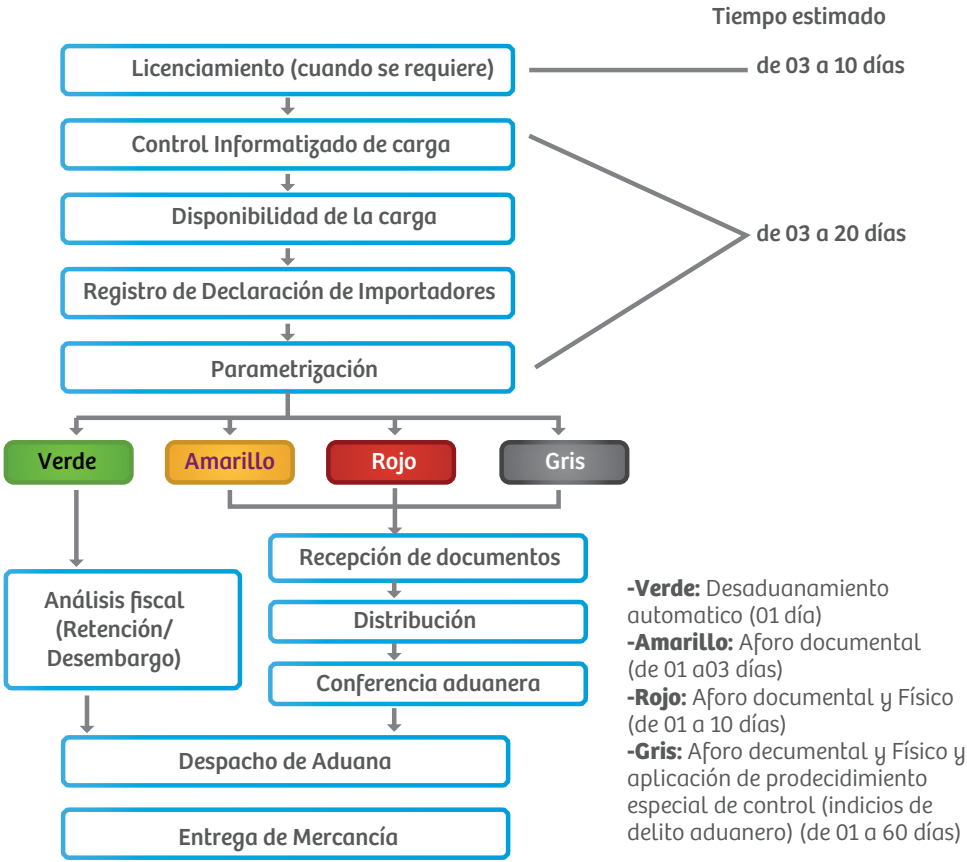
- » Tasa SISCOMEX
- » Licencia de Importación
- » Tasas por emisión de Licencia de Importación
- » Almacenaje
- » Tasas Locales
- » Comisión de sindicato de despachantes
- » Comisión del despachante aduanero
- » Transporte de entrega
- » Gastos de Liberación

Tabla N° 17: Tasas de impuestos de importación

Impuestos	Tasas impositivas
Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI)	0%
Programa de Integración Social (PIS)	2,1%
Contribución para Financiamiento de la Seguridad Social (COFINS)	9,65%
Impuesto sobre Circulación de Mercaderías y Servicios (ICMS)	18 % para el Estado de Sao Paulo y 17% para los Estados del nordeste

Fuente: Mincetur

Gráfico N° 1: Flujo del despacho aduanero de importación en Brasil



Fuente: Mincetur

La importación de confecciones peruanas está sujeta a licencia previa, solo se puede embarcar la mercancía luego de la fecha de aprobada la licencia.

2.2. Normas de origen y pruebas de origen

Según lo señalado en el artículo 4 del anexo V del ACE 58 Perú-Mercosur para que el polo de punto algodón para hombre califique como originario y por consiguiente pueda beneficiarse de las preferencias arancelarias de este acuerdo. El algodón con que lo elaboró, debe ser producido en el Perú o en alguno de los países miembros del Mercosur.

En ese sentido, para acreditar que el algodón es peruano se debe presentar la factura o declaración jurada del productor de algodón.

Finalmente, con el Registro de producción se debe demostrar que el polo de caballero de algodón fue elaborado en el Perú.

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

2.3. Barreras, estándares y normas

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

Tabla N° 18: medidas del tamaño de los artículos confeccionados con materias

ABNT NBR 12071/2002-textiles-determinación de dimensiones de los artículos confeccionados.
ABNT NBR 12720/1995-artículo de tolerancias medidas tela hecha punto.
Mediciones 13377/1995-humano cuerpo ABNT NBR para ropa de referencia estándares.
ABNT NBR 15525/2007-textiles y ropa-tamaños etiquetado normalización de calcetines.
ABNT NBR 15800/2009-ropa-puntos de referencia de las medidas del cuerpo humano-portabilidad ropa para bebé y niños y jóvenes.
ABNT NBR 15525/2007-textiles y ropa-tamaños etiquetado normalización de calcetines.
ABNT NBR 15800/2009-ropa-puntos de referencia de las medidas del cuerpo humano-portabilidad ropa para bebé y niños y jóvenes.

Etiquetado del producto fabricado

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

Es importante señalar que el consumidor final requiere información y a menudo no cuenta con un acceso de SAC (Servicio de Atención al Cliente), o una etiqueta elaborada que contiene información suficiente para evaluar si el producto cumple con sus expectativas.

Con información sobre tratamientos de conservación: lavado, secado, planchado, entre otros. Si se tuviera la información, la prenda tendría un aspecto de mayor durabilidad de su producto, generando una mayor confianza de los consumidores en la marca, ya que mejores guías de uso pueden conducir a la lealtad del consumidor brasileiro.

Además de cumplir con los artículos monitoreados, el empresario debe tener como objetivo informar mejor a su consumidor.

Para etiquetar correctamente, la legislación correspondiente es CONMETRO resolución sobre etiquetado textil, la resolución actualmente en vigor es el n ° 2 del 2008, que se define para la ropa la presentación de seis artículos de consumo, ya sea en una sola etiqueta o en varios legible y indelevel (que no puede ser falsificado).

La forma de comunicar estos seis elementos puede variar entre diversos medios de comunicación: etiqueta impresa, etiqueta bordada, etiqueta de impresión, del telar jacuar "silkada" directamente en el juego hecho, stampa, transferencia aplicada directamente en el juego higo etc., que significa, lo más importante es comunicar.

Los requisitos para el etiquetado de productos textiles están disponibles en el siguiente link:
www2.inmetro.gov.br/eventos/oficina/wp-content/uploads/2011/09/Apresenta_Inmetro_Etiquetagem.pdf

Declaración de elementos en el etiquetado

- » Nombre corporativo o marca del fabricante o del importador.
- » CNPJ respectivos del fabricante o del importador.
- » País de origen.

» Composición de las fibras que componen el producto textil.

» Tamaño de la pieza.

» Cuidados de conservación expresado en símbolos o textos.

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

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

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

Simbología del etiquetado

Los símbolos incluyen 5 tipos de tratamientos, los cuales se muestran a continuación:

Figura N° 50: Simbología del etiquetado

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

Algunas otras simbologías

Se aplica para los tratamientos que no se puede utilizar el símbolo la Cruz de San Andrés.



Para indicar que el tratamiento a aplicar debe ser más suave debe ser utilizado un tablero bajo el símbolo o incluso dos trazos, tal como se observa:



03

Canales de Distribución y Comercialización

En el símbolo de lavadora doméstica, el número indica la temperatura conveniente para el lavado:



Si hay una indicación de la mano dentro de la tina de lavado, significa que puede ser lavado nacional, sin embargo se realiza manualmente.



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



Características de los canales

Los canales de distribución y comercialización dependen de los segmentos de mercado a cual va destinado, volúmenes, calidad, entre otros.

Muchas veces subestimamos el sistema de distribución a pesar que tiene que ver con los volúmenes de venta reflejándose en un mal aprovechamiento del potencial del mercado, así como en acumulaciones excesivas de inventarios que incidirán en la rentabilidad del capital.

Debemos escoger muy bien nuestros canales de distribución, el empresario brasilero en la mayoría está acostumbrado que el producto le lleven al país, al mercado, a su tienda. Perú está incursionando a vender el producto a precio CIF y si es posible "door to door".

Hay empresarios peruanos que se han trasladado a Brasil a producir y comercializar, ingresando al mercado desde el Polo comercial Brás donde se vende al por

mayor y menor a todos las regiones de Brasil, incluyendo el Noreste.

Canales de distribución para importaciones de t-shirts para caballeros

Los canales de distribución para las empresas de este giro de ropa para caballero han ingresado a través de cadenas comerciales, tiendas especializadas de ropa, boutiques entre otras:

- Para las tiendas especializadas y boutique están dirigidas al segmento "A" y "B", se debe ingresar con productos de muy buena calidad, tonelada renovando constantemente. En resumen, es un segmento donde se vende en menores cantidades, pero a mejor precio.
- Si se quiere ingresar a las cadenas comerciales, shoppings u otros establecimientos afines, se recomienda establecer alianzas estratégicas difundiendo la calidad del algodón Pima, o

a través de franquicias. Las empresas brasileras están muy bien posesionadas, son grandes, distribuyendo sus lojas no sólo en los shopping sino también en todo Brasil. Es así que los comerciantes de la región nordeste indicaron que los productos que ellos venden en su mayoría son importados, los cuales son adquiridos en Sao Paulo, Santa Catarina, Porto Alegre y vendidos en el Nordeste.

Modalidades de compra

Las compras se realizan al por mayor (atacado), al por menor (varejo), y virtual (Online).

Comercio mayorista (atacado)

Los grandes distribuidores especializados son los que mueven mayor cantidad de mercancía en el mercado brasiler, mientras que la figura del importador mayorista es muy pequeña y solo se dan

en grandes marcas con canales propios de distribución. En el Nordeste los Polos como Cariaru, Santa Cruz en Pernambuco, es uno de los centros de distribución mayorista de ropa en Brasil.

Comercio minorista (varejo)

El comercio minorista se da principalmente a través de los Centros comerciales (SHOPPING) ubicados en las diversas ciudades. Existen 522 shopping en Brasil, de los cuales el 74 están ubicados en el nordeste de Brasil.

Logística de acceso

Las rutas de acceso al nordeste de Brasil de las importaciones de "t-shirts" y camisetas, de punto, de algodón para caballeros, accedieron el año 2014 principalmente por los puertos Recife- Puerto (Suape)-PE por un valor de USD 570 mil, con un peso de casi 22 Tonelada, sigue Pecem-Puerto-CE con USD 84,2 mil (3,3 Tonelada), Salvador- Puerto-Ba USD 12,1 mil con 0,5 Tonelada y Aeropuerto de Fortaleza USD 8,9 mil con un peso de 0,8 Tonelada.

Tabla N°19: Importaciones NCM brasileras por puerto y aeropuerto – SA6 6109.10

Cod. del Puerto	Ciudad - Puerto	2011			2012			2013			2014		
		USD	Kg	Cantidad	USD	Kg	Cantidad	USD	Kg	Cantidad	USD	Kg	Cantidad
2603	Recife - Puerto (SUAPE) - PE	262 980	4 884	31 572	601 310	25 680	138 941	685 574	31 072	182 558	569 769	21 880	133 980
2324	Pecem - Puerto - CE	297 725	23 017	110 041	44 209	2 404	10 563	0	0	0	84 206	3 302	19 221
3243	Salvador - Puerto BA	126 640	5 643	42 440	0	0	0	228 359	8 460	38 720	12 115	527	5 032
2322	Fortaleza - Aeropuerto - CE	2 815	110	500	0	0	0	9 232	549	2 960	8 992	844	5 641
3244	Salvador - Aeropuerto - BA	0	0	0	198	12	60	0	0	0	5 211	284	380
2504	Joao Pessoa - Puerto	0	0	0	273	15	126	0	0	0	3 906	177	800
2602	Recife - Aeropuerto - PE	2 403	35	328	11 707	486	3 862	1 131	19	135	2 476	5	7
2418	Parnamirim - RN	10 632	112	876	13 067	212	1 565	3 389	43	274	0	0	0
Sub Total		703 195	33 801	185 757	670 764	28 809	155 117	927 685	40 143	224 647	686 675	27 019	165 061
Total		72 824 933	2 882 662	17 816 811	73 508 031	3 057 873	20 103 527	83 082 683	3 795 000	25 744 861	98 155 646	4 282 672	30 494 585
Part, %		0,97%	1,17%	1,04%	0,91%	0,94%	0,77%	1,12%	1,06%	0,87%	0,70%	0,63%	0,54%

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

04

Información Adicional

4.1 Datos de contacto de importadores

Las empresas brasileiras, importadoras de textil y confecciones para el Nordeste, realizan sus importaciones en su mayoría desde Sao Paulo, de donde son reenviadas al nordeste.

Algunas empresas importadoras de textil y confecciones

- C&A MODAS LTDA.
Dirección: RODOVIA RAPOSO TAVARES,10167 BUTANTA,-
CEP:05576200,SAO PAULO,SP,
Tel(47) 3028-7041 / (47) 3028-7044 -(11) 2134- 9231
Web: www.cea.com.br/
- CeA MODAS LTDA.
Dirección: RUA PIRACEMA,1231
TAMBORE,CEP:06460030,BARUERI,SP,
Tel(1 Dirección 1) 3129-9666/ (11) 2134- 9231
Web: www.cea.com.br/
- CIA. HERING
Dirección: RUA HERMANN HERING,1790
,BOM RETIRO,CEP:89010900,BLU-
MENAUI,SC, Tel: (11) 3330- 6700/ (47)

3321- 3544,
Web: www.ciahering.com.br/novo/

- CIRCULO S.A.
Dirección: RUA DR NEREU RAMOS,360
,CAIXA POSTAL 3,CENTRO,-
CEP:89110000,GASPAR,SC,Web: www.circulo.com.br/pt/institucional
- COLUMBIA TRADING S.A.
Dirección: AVENIDA CORONEL MARCOS
KOND,805 ,SALA 02,CENTRO,-
CEP:88301303,ITAJAI,SC,
Tel: (46) 5202-000
- COLUMBIA TRADING S.A.Dirección:
AVENIDA NOSSA SENHORA DOS N,451
,17 ANDAR - SALAS 17,ENSEADA DO
SUA,CEP:29050335,VITORIA,ES,Tel: (11)
3330-3930 / (11) 7619-9297 ,
- DEVANLAY VENTURES DO BRASIL
COMERCIO, IMPORTACAO, EXPOR,
Dirección: AVENIDA BRIGADEIRO FARIA
LI,3311 ,CONJUNTO 13,ITAIM BIBI,-
CEP:04538133,SAO PAULO,SP,
Tel: (11) 3318-2900
- DIZ MODA MASCULINA LTDA. - EPP
Dirección: RUA SOLON,433 BOM RETI-
RO,CEP:01125020,SAO PAULO,SP,

Tel(11) 6731-1194 / (11) 3337- 4016.

- DUDALINA S.A.
Dirección:RODOVIA BR 470,7109 ,KM
50,FORTALEZA,CEP:89058020,BLUME-
NAU,SC,
Tel(11) 3318-2900/ (47) 3331- 9001
Web: dudalina.com.br/
- GEP INDUSTRIA E COMERCIO LTDA.
Dirección: RUA SAMUEL MEIRA
BRASIL,394 ,TAQUARA
II,CEP:29167650,SERRA,ES
Tel: (54) 3317-8800 / (54) 3317-8839 ,
Web: www.gep.com.br/
- GEP INDUSTRIA E COMERCIO LTDA.
Dirección: RUA RAUL SADDI,88
,BUTANTA,CEP:05503010,SAO
PAULO,SP,
Tel: (47) 3036-6401 / (47) 3036-6401 ,
- INBRANDS S.A.
Dirección:RUA CEL. LUIS BARROSO,151
SANTO AMARO,CEP:04750030,SAO
PAULO,SP,
Tel(11) 2186-9000,
Web: www.inbrands.com.br
- INBRANDS S.A.
Dirección: RUA SAO MIGUEL,11,TIJUCA,-

CEP:20530420,RIO DE JANEIRO,RJ,
Tel: (11) 3094-3185 / (11) 3094-6774
Web: www.inbrands.com.br

- INDUSTRIAL ACRILAN LTDA.Dirección:
RUA BLUMENAU,677 ,CENTRO,-
CEP:89120000,TIMBO,SC,
Tel(47) 3382- 4111,
Web: www.acrilan.com.br/
- LOJAS RENNER S.A.
Dirección: AVENIDA PEDRA BRAN-
CA,S/N ,ESQ COM AV DAS UNIV,PEDRA
BRANCA,CEP:88137270,PALHOCA,SC,]
Web: www.lojasrenner.com.br/
- LOJAS RIACHUELO S.A.
Dirección: RODOVIA PRESIDENTE
DUTRA KM,S/N ,SENT. SAO PAULO
- R,JARDIM CUMBICA,CEP:07178580,-
GUARULHOS,SP,
Tel: (011) 3672-8533

4.2 Oficinas / Gremios en el mercado

- » ABNT- Asociación Brasileira de Normas Técnicas
- » INMETRO-Instituto Nacional de metro-

logía, calidad y Tecnología

- » IPEM-Instituto de pesos y medidas del estado de São Paulo
- » CNI- Confederación Nacional da Industria
- » ABIT- Asociación Brasileira de Industria Textil y de Confecciones
- » ABRASCE - Associação Brasileira de Shopping Centers
- » ABRAVEST - Associação Brasileira do Vestuario
- » IEMI - Instituto de estudio e Marketing Industrial
- » MINCETUR - MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO Ferias Comerciales
- » ABDI - AGENCIA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL. Asociación de shopping en Brasil
- » Servicio de Búsqueda de negocios - TRADE-NOSIS.com

la Industria de Moda, Confecciones y Accesorios
11 a 14 de enero de 2015
Feria / Internacional / Anual
Líneas de Productos y/o Servicios: colecciones femeninas, masculinas, jeans, camisería, tricot, fiesta, tejido depunto, accesorios y premium. Con cerca de 500 expositores, será abierto(a) a los empresarios de las 10:00 a 17:00.
Promoción: São Paulo Feiras Comerciais Ltda.
Local: Expo Center Norte - São Paulo - SP
www.saopaulopretaporter.com
Contacto: comercial@saopaulopretaporter.com.br

- FENIM GRAMADO
16ª Feria Nacional de la Industria de la Moda
20 a 22 de enero de 2015
Feria / Internacional / Anual
Líneas de Productos y/o Servicios: confección femenina, masculina e infantil en los segmentos fiesta, tricot, jeans, ropa interior, accesorios y suministros. Con cerca de 300 expositores, será abierto(a) a los empresarios de las 09:00 a 19:00.
Promoción: Cia das Feiras
Local: Serra Park - Gramado - RS
www.ciadasseiras.com.br
Contacto: info@ciadasseiras.com.br

- FESToneladaALHAS

37ª Festoneladaalhas 29 de mayo a 14 de junio de 2015 Feria / Nacional / Anual
Líneas de Productos y/o Servicios: tejido de punto, colección otoño/invierno 2015. Con cerca de 100 expositores, será abierto(a) al público de las 08:00 a 20:00.
Promoción: Associação Comercial Industrial e Agropecuária de Jacutinga
Local: Palácio das Artes - Jacutinga - MG
www.festoneladaalhas.com.br
Contacto: projectos@jacutinga.org.br

- FENAT
40ª Feria Nacional del Tricot 04 a 22 de junio de 2015
Feria / Nacional / Anua
Líneas de Productos y/o Servicios: Productos de tejido de punto rectilíneo, femenino, masculino e infantil. Con cerca de 50 expositores, será abierto(a) al público de las 08:00 a 18:00.
Promoción: ACIMS
Local: Centro de Exposições e Lazer - Monte Sião - MG
www.fenat.com.br
Contacto: fenat@montesiao.com.br
- FENIM GRAMADO PRIMAVERA VERÃO 2015/2016
8ª Feria Nacional de la Industria de Moda
09 a 11 de junio de 2015 Feria / Internacional / Anual

Líneas de Productos y/o Servicios: confección femenina, masculina e infantil en los segmentos fiesta, camisetas, jeans, accesorios y suministros. Con cerca de 300 expositores, será abierto(a) a los empresarios de las 09:00 a 19:00.
Promoción: Cia das Feiras
Local: Sierra Park - Gramado - RS
www.ciadasseiras.com.br
Contacto: info@ciadasseiras.com.br

- FENAFASHION 2015
2ª Feria Nacional para la Industria de la Moda
28 a 31 de julio de 2015
Feria / Nacional / Bienal
Líneas de Productos y/o Servicios: máquinas, equipos, fibras y tejidos, acabamientos y uniformes, lavanderías, químicos para serigrafía, moldes, etiquetas, sistemas y softwares, envases, serigrafía, envases y servicios en general. Con cerca de 200 expositores, será abierto(a) al público de las 16:00 a 22:00.
Promoción: Fama Promoções e Eventos Corporativos Ltda. - ME

4.3 Ferias comerciales

- SAO PAULO PRÊT À PORTER
5ª Feria Internacional de Negocios para

Local: Pavilhão de Exposições José Ijair Conti - Criciúma - SC
www.fenafashion.com.br
 Contacto: fabiola@famafeiras.com.br

4.4 Links de Interés

- Asociación brasileira de La Indústria Textil y De Confecciones.
www.abit.org.br
- Confederação Nacional da Industria
www.cni.org.br
- GUIA DE IMPLEMENTACIÓN GUIA DE NORMALIZACIÓN PARA CONFEC-
 CION, Asociación Brasileira de Normas Técnicas, Serviço Brasileiro de Apoio a
 las Micro y Pequeñas Empresas. – Rio de Janeiro: ABNT; SEBRAE, 2012.
portalmpc.abnt.org.br/bibliotecadearquiuos/
- Disponen sobre la aprobación del Reglamento Técnico Mercosur Sobre Etiqueta de Productos Textiles:
www.quepia.org.br/site/portaria/2010_1808/Conmetro022008.pdf
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO – MINCETUR, Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE, Componente de Origen: www.vuce.gob.pe/manual_uce/manuales/usuarios/MCT001_certificado_origen.pdf

- Ministério das Comunicações (MC)
www.mc.gov.br
- Ministério das Relações Exteriores (MRE) www.itamaraty.gov.br
- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) – Secretaria de Comércio Exterior
www.mdic.gov.br
- Organização Mundial do Comércio (OMC)
www.wto.org
- Receita Federal do Brasil (RFB)
www.receita.fazenda.gov.br
- Seguradora Brasileira de Crédito à Exportação (SBCE)
www.sbce.com.br
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)
www.sebrae.com.br
- Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil)
www.apexbrasil.com.br
- Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB)
www.aeb.org.br
- Banco Central do Brasil (BACEN)

www.bcb.gov.br

- Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES)
www.bndes.gov.br
- Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (FUNCEX)
www.funcex.com.br
- Ministério da Fazenda (MF)
www.fazenda.gov.br
- Sistema de IBGE de recuperação automática - SIDRA
www.sidra.ibge.gov.br/bda/indust/default.asp
- www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/turismo/2014/05/05/interna_turismo,502249/um-guia-completo-de-compras-no-polo-da-moda-do-agreste.shtoneladal

05

Bibliografía

- ABIT- Asociación Brasileira de la Industria Textil y de Confecciones .
"Programa de Internacionalización de la Industria de la Moda Brasileira"
www.texbrasil.com.br/texbrasil/Empresas.aspx?segmento=5
- Textiles panamericanos www.textilspanamericanos.com/Ediciones/2010/Septiembre-Octubre/Art%C3%ADculos/Brasil_Y_Su_Industria_Textil
- Estudio de Mercado Textil Brasil - Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Rio de Janeiro enero 2005 . es.scribd.com/doc/97363927/3/PANORAMA-GENE-RAL-DEL-SECTOR
- IEMI - Instituto de Estudio e Marketing Industrial
www.iemi.com.br/
- IBGE – Instituto Brasileiro
www.ibge.gov.br/home/
- ABRAFAS Brasil - Assoc Bras Produtos Fibras Artificiais,
www.portaldoshopping.com.br
- ABRASCE - Associação Brasileira de Shopping Centers,
www.portaldoshopping.com.br/
- ABRAVEST - Associação Brasileira do Vestuário
www.abravest.org.br
- CEPAL
interwp.cepal.org/cepalstat/WEBcepalstat/Perfil_nacional_social.asp?PaiseBRA
- BANCO Central de Reserva de Brasil
www.bcb.gov.br/pt-br/Paginas/presidente-bc-comenta-pib-2014.aspx
- E-SIC SISTEMA ELECTRONICO DE SERVICIO DE INFORMACION DE LA CIUDAD www.acessoainformacao.gov.br/sistema/Pessoa/Cadastrar-Pessoa.aspx
- Guía de Shopping - Asociación de shopping en Brasil
www.portaldoshopping.com.br/site/guia-de-shoppings/
- Servicio de Búsqueda de negocios TRADE-NOSIS.com
trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Brasil/Todos/BR/00?gclid=CMXoxuuh6cQCFYwdg-QodBDwAIA
- RELATÓRIO DE ACOMPANHAMENTO DAS AGENDAS ESTRATÉGICAS SETORIAIS Outubro 2014
www.brasilmaior.mdic.gov.br/images/data/201411/63060f-4dae4e63a2a399ae33e9ba1426.pdf
- GUÍA CÓMO EXPORTAR A BRASIL, MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DE BRASIL.
www.itamaraty.gov.br
- Plan de desarrollo del mercado de Brasil – POM Brasil, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), mayo 2007
www.mincetur.gob.pe/newweb/.../0/comercio/pom-brasil/.../POM-Brasil.pdf

Anexo 1

Directorio de algunos shopping en la region nordeste

Nº	Nombre De Shopping	Telf	Web	Direccion	Administrad.	Area Total Terreno	Area Construida	Area Bruta Locable	Nº Lojas
Alagoa									
1	ARAPIRACA GARDEN SHOPPING	(82) 3482-0505	www.arapiracagardenshopping.com.br	Avenida Vicente Nunes De Albuquerque, Snº, Caititus Arapiraca - AL, 57311-250	Tenco Shopping Centers	56.570 m2	72.388 m2	30.818 m2	190
3	PARQUE SHOPPING MACEIO	(82) 3021-7575	www.maceioparqueshopping.com.br	Avenida Comendador Gustavo Paiva, 5945, Cruz Das Almas Maceio - AL, 57038-000	Aliansce	104.472 m2	66.293 m2	37.753 m2	66
4	SHOPPING PÁTIO MACEIÓ	(82) 3226-4444	www.patioshoppingmaceio.com.br	Avenida Menino Marcelo, 3800, Cidade Universitaria Maceio - AL, 57073-470	Saphyr Administradora De Centros Comerciais	120.000 m2	73.610 m2	42.000 m2	170
Bahia									
5	BOULEVARD SHOPPING FEIRA DE SANTANA	(75) 3225-3000	www.boulevardfeira.com.br	Avenida Governador Joao Durval Carneiro, 3365, Caseb, Feira De Santana - BA, 44052-064	Aliansce	85.886 m2	49.328 m2	19.996 m2	201
6	SALVADOR NORTE SHOPPING	(71) 3417-6500	www.salvadornorteshopping.com.br	Rodovia Ba-526, 305, Sao Cristovao, SALVADOR - BA, 41510-000		84.454 m2	107.343 m2	41.425 m2	219
7	SHOPPING BARRA	(71) 2108-8222	www.shoppin-gbarra.com	Avenida Centenario, 2992, Barra, SALVADOR - BA, 40140-902	Enashopp	43.783 m2	14.904.048 m2	49.867 m2	361
8	SALVADOR SHOPPING	(71) 3417-6000	www.salvadorshopping.com.br	Avenida Tancredo Neves, 3133, Caminho Das Arvores, SALVADOR - BA, 41820-910	Grupo Jcpm	89.597 m2	298.000 m2	83.968 m2	468

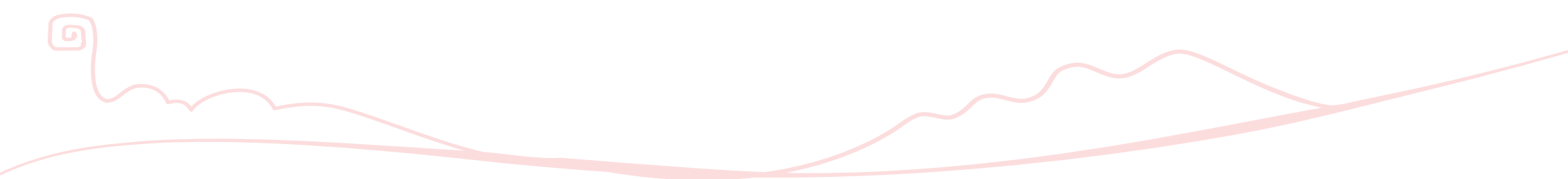
9	SHOPPING BELA VISTA	(71) 3038-8500	www.belavishopping.com.br	Alameda Euvaldo Luz, 92, Horto Bela Vista		74.243 m2	117.370 m2	51.185 m2	199
10	SHOPPING CENTER LAPA - SALVADOR	(71) 3415-8212	www.shoppinglapa.com.br	Rua Portão Da Piedade, 155, Piedade, SALVADOR - BA, 40070-900	Ad Shopping	857.687 m2	32.156 m2	18.000 m2	170
11	SHOPPING CENTER PARALELA	(71) 3617-0951	www.shoppingparalela.com.br	Avenida Luis Viana Filho, 8544, Alphaville I, SALVADOR - BA, 41701-005	Brmalls	75.351 m2	132.398 m2	40.210 m2	298
12	SHOPPING CENTER PIEDADE	(71) 3444-1555	www.shoppingpiidade.com.br	Rua Conselheiro Junqueira Ayres, 165, Barris, SALVADOR - BA, 40070-080	Cmn Empreendimentos	13.581 m2	43.878 m2	20.365 m2	133
13	SHOPPING DA BAHIA	(71) 3350-5050	www.iguatemisalvador.com.br	Avenida Tancredo Neves, 148, Caminho Das Arvores, SALVADOR - BA, 41820-908	Aliansce	146.002 m2	146.002 m2	64.736 m2	537
14	SHOPPING JEQUITIBÁ	(73) 3617-0500	www.shoppingjequitiba.com.br	Avenida Agiz Maron, Snº, Goes Calmon, Itabuna - BA, 45605-415	Aliansce	36.201 m2	30.172 m2	16.387 m2	139
Ceara									
15	CARIRI GARDEN SHOPPING	(88) 2101-5444	www.caririgardenshopping.com.br	Au Padre Cicero, 2555, Triangulo, Juazeiro Do Norte - CE, 63041-140	Tenco Shopping Centers	51.137 m2	23.849 m2	24.640 m2	168
16	NORTH SHOPPING FORTALEZA	(85) 3404-3000	www.northshoppingfortaleza.com.br	Avenida Bezerra De Menezes, 2450, Sao Gerardo, Fortaleza - CE, 60325-902,	Ancar Iuanhoe	32.000 m2	105.646 m2	50.957 m2	182
17	NORTH SHOPPING JOQUEI	(85) 3403-7001	www.northshoppingjoquei.com.br	Au Lineu Machado, 419, Joquei Clube, Fortaleza - CE, 60520-102	Ancar Iuanhoe	57.656 m2	75.413 m2	35.200 m2	196

18	NORTH SHOPPING MARACANAU	(85) 3311-9300	www.northshopping-maracanau.com.br	Avenida Carlos Jereissati, 100, Jereissati II, Maracanaú - CE, 61901-012	Ancar Iuanhoe	18.942 m2	32.000 m2	20.000 m2	151
19	NORTH SHOPPING SOBRAL	(88) 3614-3031	www.norths-hoppingsobral.com.br	Avenida Monsenhor Aloisio Pinto, 300, Dom Expedito, Sobral - CE, 62050-255		37.786 m2	48.444 m2	17.361 m2	168
20	PÁTIO DOM LUIS	(85) 4011-5999	www.patiodo-mluis.com.br	Avenida Dom Luis, 1200, Aldeota, FORTALEZA - CE, 60160-230		10.000 m2	8.500 m2	5.000 m2	62
21	SHOPPING CENTER IGUATEMI FORTALEZA	(85) 3477-3577	www.iguatemi-fortaleza.com.br	Avenida Washington Soares, 85, Edson Queiroz, FORTALEZA - CE, 60811-340		238.103 m2	113.600 m2	60.365 m2	323
22	SHOPPING DEL PASEO	(85) 3456-3131	www.shop-pingdelpaseo.com.br	Avenida Santos Dumont, 3131, Aldeota, FORTALEZA - CE, 60150-162		10.000 m2	36.176 m2	11.200 m2	128
23	SHOPPING PARANGABA	(85) 3308-3590	www.shoppin-gparangaba.com.br	Rua Germano Franck, 300, Parangaba, FORTALEZA - CE, 60740-020	Aliansce	57.650 m2	53.029 m2	32.328 m2	230
24	VIA SUL SHOPPING	(85) 3052-8000	www.shoppin-guiasul.com.br	Avenida Washington Soares, 4335, Sapiranga, FORTALEZA - CE, 60833-005		34.935 m2	61.684 m2	24.500 m2	153
Maranhao									
25	PATIO NORTE SHOPPING	(98) 3235-4377	www.patio-norteshopping.com.br	Est De Sao Jose De Ribamar - Ma 201 - Km 05, 1000, Saramanta, Sao Jose De Ribamar - MA, 65110-000	Sacs Consult Serviços De Engenharia Ltda.	75.000 m2	36.100 m2	25.034 m2	148
26	RIO ANIL SHOPPING	(98) 4009-6900	www.rioanil.com.br	Avenida São Luis Reis De França, 08, Jardim Fátima-Sao Luis - MA, 65065-470	Brmalls	63.061 m2	108.467 m2	37.652 m2	224

27	SAO LUIS SHOPPING CENTER	(98) 3251-3760	www.saoluiss-hopping.com	Avenida Professor Carlos Cunha, 1000, Jara-caty, Sao Luis - MA, 65076-820		149.700 m2	87.449 m2	55.120 m2	204
28	SHOPPING DA ILHA	(98) 2108-4524	www.shop-pingdailha.com.br	Avenida Daniel De La Touche, 987, Cohama, Sao Luis - MA, 65074-115	Sa Cavalcante	176.000 m2	82.000 m2	43.609 m2	250
Paraiba									
29	MANAIRA SHOPPING CENTER	(83) 2106-6565	www.manai-rashopping.com.br	Avenida Governador Flavio Ribeiro Coutinho, 805, Manaira, JOAO PESSOA - PB, 58037-900		92.500 m2	105.000 m2	83.450 m2	412
30	PARTAGE SHOPPING CAMPINA GRANDE	(83) 3337-6000	www.partage-campina.com.br	Au Severino Bezerra Cabral, 1050, Catole, Campina Grande - PB, 58410-185	Partage Empreendimentos E Participações	47.000 m2	24.865 m2	21.760 m2	92
Pernambuco									
31	NORTH SHOPPING CARUARU	(81) 3722-9999	www.northshoppingcaruaru.com.br	Avenida Adjar Da Silva Case, 800, India-nopolis, Caruaru - PE, 55024-740	Sgpar - Sg Participações	103.500 m2	60.000 m2	60.000 m2	254
32	PLAZA SHOPPING CASA FORTE	(81) 3265-8100	www.plazacasaforte.com.br	Rua Doutor Joao Santos Filho, 255, Casa Forte, RECIFE - PE, 52060-904	Grupo Mtone-lada / T-mall	17.552 m2	48.966 m2	15.735 m2	165
33	SHOPPING BOA VISTA	(81) 3423-5666	www.shoppingboavista.com.br	Rua Do Giriquiti, 48, Boa Vista, RECIFE - PE, 50070-010	Imobiliária C M Ltda	888.694 m2	57.668 m2	23.338 m2	256
34	SHOPPING COSTA DOURADA	(81) 3059-2000	www.shoppingcostadourada.com.br	Rodovia Pe 60 - Km 3, 3200, Garapú, Cabo De Santo Agostinho - PE, 54520-600	Própria	78.633 m2	24.000 m2	19.999 m2	120

35	SHOPPING DIFUSORA	(81) 2103-7711	www.shop-pingdifusora.com.br	Avenida Agamenon Magalhaes, 444, Mauricio De Nassau, Caruaru - PE, 55012-290		10.000 m2	50.000 m2	50.000 m2	183
36	SHOPPING GUARARAPES	(81) 2122-2233	www.shopping-guararapes.com.br	Au Barreto De Meneses, 800, Piedade, Jaboatao Dos Guararapes - PE, 54325-000		130.000 m2	79.660 m2	50.258 m2	267
37	SHOPPING PAÇO ALFÂNDEGA	(81) 3194-2100	www.pacoal-fandega.com.br	Rua Da Alfandega, 35, Recife, Recife - PE, 50030-030		9.756 m2	42.605 m2	14.039 m2	45
38	SHOPPING RECIFE	(81) 3464-6000	www.shopping-grecife.com.br	Rua Padre Carapuceiro, 777, Boa Viagem, Recife - PE, 51020-900	Brmalls	18.530.177 m2	17.459.134 m2	71.641 m2	446
39	SHOPPING TACARUNA	(81) 3412-6000	www.shopping-tacaruna.com.br	Avenida Governador Agamenon Magalhaes, 153, Santo Amaro, Recife - PE, 50110-000	Grupo Mtone-lada / T-mall	76.958 m2	137.369 m2	48.969 m2	319
Piaui									
40	TERESINA SHOPPING	(86) 3230-2000	www.teresinas-hopping.com.br	Avenida Raul Lopes, 1000, Noiuvos, Teresina - PI, 64046-902		186.423 m2	86.694 m2	57.694 m2	358
Rio Grande Do Norte									
41	NATAL SHOPPING CENTER	(84) 3209-8199	www.natalshopping.com.br	Avenida Senador Salgado Filho, 2234, Candelaria / Neopolis, Natal - RN, 59064-900	Brmalls	36.330 m2	8.494.215 m2	27.400 m2	170
42	PARTAGE NORTE SHOPPING NATAL	(84) 3674-8200	www.partage-natal.com.br	Au Doutor Joao Medeiros Filho, 2395, Potengi, Natal - RN, 59110-200	Partage Empreendimentos E Participações	6.040.402 m2	35.935 m2	21.873 m2	100
43	PARTAGE SHOPPING MOSSORÓ	(84) 3422-7000	www.partageshop-pingmossoro.com.br	Avenida Joao Da Escossia, 1515, Nova Betania, Mossoro - RN, 59607-330	Partage Empreendimentos E Participações	80.000 m2	33.126 m2	21.364 m2	160

44	PRAIA SHOPPING	(84) 4008-0800	www.praiashopping.com.br	Au Engenheiro Roberto Freire, 3132, Capim Macio, Natal - RN, 59082-400	Própria	10.483 m2	19.961 m2	11.394 m2	124
45	SHOPPING CIDADE JARDIM - NATAL	(84) 3217-1260	www.shoppingcidadejardim.com.br	Avenida Engenheiro Roberto Freire, 2920, Capim Macio, Natal - RN, 59080-900		722.186 m2	999 m2	5.035 m2	111
Sergipe									
46	RIOMAR SHOPPING - ARACAJU	(79) 2104-9750	www.riomara-aracaju.com.br	Avenida Delmiro Gouveia, 400, Coroa Do Meio, Aracaju - SE, 49035-500	Grupo Jcpm	94.020 m2	5.134.331 m2	39.822 m2	157
47	SHOPPING JARDINS	(79) 2107-5555	www.shoppingjardins.com.br	Avenida Ministro Geraldo Barreto Sobral, 215, Jardins, Aracaju - SE, 49026-010		132.674 m2	61.965 m2	50.823 m2	190



2016



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo