

COMO EXPORTAR A BRASIL

Guía práctica
sobre el proceso
de importación
en Brasil

DIVISIÓN DE
**INTELIGENCIA
COMERCIAL**

DEPARTAMENTO DE
PROMOCIÓN COMERCIAL
E INVERSIONES

MINISTERIO DE
RELACIONES EXTERIORES



COMO EXPORTAR A BRASIL

Ministerio de Relaciones Exteriores
Departamento de Promoción Comercial e Inversiones
División de Inteligencia Comercial

Septiembre / 2016

ISBN 85-98712-73-6

Catalogación

Brasil. Ministerio de Relaciones Exteriores. Departamento de Promoción Comercial e Inversiones. Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior.

Como exportar a Brasil: guía práctica sobre el proceso de importación em Brasil / Ministerio de Relaciones Exteriores. – Brasília : MRE : DPR, 2016.

160 p.

1. Exportación – Brasil. 2. Comercio Exterior – Brasil. I. Brasil. Ministério das Relações Exteriores.
II. Título

CDU 339.322

ÍNDICE

Introducción	7
I. ASPECTOS GENERALES DE BRASIL	11
I.1. Geografía.....	13
I.2. Población, centros urbanos y nivel de vida	17
I.3. Transportes y comunicaciones.....	19
I.4. Organización política y administrativa de Brasil	20
I.5. Política exterior y organizaciones internacionales	21
II. PANORAMA DE LA ECONOMÍA BRASILEÑA	23
II.1. Producción	26
II.2. Empleo y renta	28
II.3. Precios y política monetaria y cambiaria	30
II.4. Cuentas públicas.....	34
II.5. Cuentas exteriores	36
II.6. Intercambios comerciales.....	37
II.6.1. Evolución de los flujos de comercio.....	37
II.6.2. Composición y orientación geográfica de los flujos de comercio.....	39
II.6.3. Comercio con américa del sur.....	42
III. IMPORTACIONES: NORMAS Y PROCEDIMIENTOS	45
III.1. Clasificación de las mercancías.....	52
III.2. Siscomex	53
III.3. Representación del exportador/importador ante la aduana	54
III.4. Tratamiento administrativo de las importaciones.....	55
III.4.1. Estructura administrativa	55
III.4.2. Factura <i>pro forma</i>	56
III.4.3. Licenciamiento de las importaciones.....	58
III.4.4. Órganos anuentes	61
III.4.4.1. Departamento de Operaciones de Comercio Exterior (DECEX).....	61
III.4.4.2. Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (ANVISA)	62
III.4.4.3. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento (MAPA).....	63
III.4.4.4. SUFRAMA	63
III.5. El procedimiento de despacho aduanero (desaduanaje).....	64
III.5.1. Despacho aduanero común.....	65

III.5.2. Despacho aduanero simplificado	65
III.5.3. Importación por cuenta y orden de terceros.....	66
III.5.4. Importación por encomienda	66
III.5.5. Declaración de Importación - DI	67
III.5.6. Parametrización (canales verde, amarillo, rojo y gris).....	68
III.6. Tratamiento tributario de las importaciones	70
III.6.1. No acumulación de los tributos.....	71
III.6.2. Impuesto de Importación (II)	71
III.6.3. Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI)	72
III.6.4. Pis-importación y Cofins-importación	73
III.6.5. Cide-combustibles	73
III.6.6. Impuesto sobre Circulación de Mercancías y Prestación de Servicios – ICMS ..	74
III.6.7. Adicional al Flete para Renovación de la Marina Mercante (AFRMM)	75
III.6.8. Tasa de utilización del Siscomex.....	75
III.6.9. Defensa comercial	75
III.6.9.1. Anti-dumping.....	76
III.6.9.2. Medidas compensatorias.....	76
III.6.9.3. Salvaguardias	76
III.6.10. Gastos diversos	77
III.6.11. Importación postal.....	78
III.7. Preferencias arancelarias.....	78
III.7.1. Mercosur.....	79
III.7.2. Asociación latinoamericana de integración (ALADI).....	80
III.7.3. Países Andinos.....	81
III.7.4. Otros acuerdos.....	81
III.8. Pagos internacionales y cambio	82
III.8.1. Modalidades de pago	83
III.8.2. Financiamiento de las importaciones	84
III.9. Regímenes aduaneros especiales	84
III.9.1. DRAWBACK.....	85
III.9.2. Admisión temporaria.....	86
III.9.3. Entrepuesto aduanero	86
III.9.4. Depósito franco	87
III.9.5. Importación triangular	87
III.9.6. Tránsito aduanero.....	88
IV. FORMAS Y PRÁCTICAS DE COMERCIALIZACIÓN	89
IV.1. Prospección de mercado	91

IV.2. Prácticas comerciales	92
IV.3. Compras gubernamentales	94
IV.4. Canales de distribución	94
IV.4.1. Exportación directa	94
IV.4.2. Exportación indirecta.....	95
IV.4.3. Agentes comerciales.....	94
IV.4.4. Apertura de oficina en el Brasil.....	97
IV.5. Logística de importación.....	98
IV.5.1. Modal marítimo	98
IV.5.2. Modal aéreo	99
IV.5.3. Modal carretero	100
IV.5.4. Modal ferroviario	102
IV.5.5. Seguro internacional de carga	102
IV.6. Promoción comercial.....	103
IV.6.1. Ferias y exposiciones	103
IV.6.2. Misiones comerciales.....	103
IV.6.3. Publicidad y marketing.....	104
IV.6.4. Viajes de negocios	104
V. RECOMENDACIONES GENERALES A LOS EXPORTADORES.....	105
V.1. Costumbres comerciales y culturales	107
V.2. Lo que se debe evitar	111
V.I ANEXO	113

INTRODUCCIÓN

Brasil es un mercado naturalmente atractivo para empresas de cualquier país, debido al tamaño de su población y al alto potencial de consumo, comparable al de algunos grandes mercados en el mundo. Al mismo tiempo, el mercado brasileño es bastante complejo y variado, distribuido en un número grande de centros urbanos de relevante importancia, y que también presenta algunas restricciones para el consumo de productos importados. El largo historial de economía cerrada durante el período de sustitución de importaciones – que tuvo vigencia durante sesenta años, entre 1930 y 1990 – y la experiencia, aún corta, de un mercado abierto para las importaciones traen, como consecuencia, la necesidad de que se desarrolle una “cultura importadora”. Además de esto, el sector manufacturero es bastante denso y diversificado, siendo relativamente pequeño el número de productos para los cuales no hay producción nacional.

En ese sentido, hay varios desafíos para una empresa del extranjero que tenga el objetivo de vender para Brasil. Aún cuando se trata de firmas localizadas en países sudamericanos, próximas geográficamente y con más similitud cultural, es necesario tener el conocimiento de todos los procedimientos involucrados en el proceso de exportaciones para el Brasil. La principal finalidad de esta guía es superar las “barreras de información” todavía existentes, revirtiendo la baja participación de productos sudamericanos en el total de las importaciones de Brasil, situación que persiste a pesar de que tales países tienen claras ventajas comparativas, además de acuerdos comerciales en vigor que les conceden ventajas tarifarias en comparación con otros competidores.

Un estudio elaborado por la Fundación Centro de Estudios del Comercio Exterior (Funcex), con el apoyo del Departamento de Promoción Comercial del Ministerio de Relaciones Exteriores de Brasil, procuró identificar, para el caso de los países andinos (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela), los productos para los cuales habría más oportunidades de expansión de sus exportaciones para Brasil. Con base en entrevistas con importadores de Brasil y con instituciones de los países andinos vinculadas al sector exportador, el trabajo identificó algunos problemas que limitan el acceso de los productos andinos a Brasil.

Entre estos problemas, merece destaque el tema del acceso al mercado brasileño, sea por la falta de conocimiento de las normas y procedimientos que regulan las operaciones de importaciones en Brasil, o de informaciones básicas sobre el mercado brasileño, inclusive acerca del funcionamiento de instituciones y organismos públicos y privados en Brasil que pueden ser accionados para facilitar e instrumentalizar las operaciones de comercio. Esos problemas son más relevantes para las empresas de tamaño pequeño y mediano, como es el caso de la mayoría de los exportadores de los

países sudamericanos. Tales empresas tienen más dificultades para pagar los costos de recolección de las informaciones necesarias para el proceso de venta en Brasil y, también, para ajustarse a las exigencias brasileñas.

Con la finalidad de ampliar el nivel de informaciones disponible, el Ministerio de Relaciones Exteriores, por medio de su Departamento de Promoción Comercial e Inversiones, elaboró esta publicación, actualmente en su segunda edición. En efecto, la Guía *Cómo Exportar para Brasil* fue preparada con el objetivo de ayudar en los trabajos de los exportadores sudamericanos en sus procesos de ventas para el mercado brasileño, suministrando informaciones relevantes sobre la estructura de la economía brasileña, acerca de las normas y procedimientos que se deben seguir para internalizar un producto extranjero en Brasil, respecto a las formas y prácticas de comercialización adoptadas normalmente en el país, así como una serie de otras informaciones útiles para facilitar las actividades de los exportadores.

Esta publicación está estructurada de la siguiente forma:

En el **Capítulo I** se presenta una visión general de Brasil, con informaciones sintéticas sobre su geografía, características demográficas y nivel de vida de la población, centros urbanos, sistemas de transportes y comunicaciones, organización política y administrativa del país y también sobre la participación de Brasil en las principales organizaciones internacionales.

El **Capítulo II** muestra un panorama de la economía brasileña, con una descripción breve de las orientaciones actuales de política económica de Brasil y la presentación de datos recientes referentes a la evolución del Producto Interno Bruto, de los niveles de empleo y renta, de la inflación, de la política monetaria, de las cuentas públicas y de las cuentas exteriores. A continuación, se analiza, de manera más detallada, el ritmo del intercambio comercial de Brasil en los últimos años, con la evolución de las exportaciones, de las importaciones y del saldo comercial, así como la distribución de estos flujos según las principales regiones del mundo. Se da especial destaque al intercambio de Brasil con los países sudamericanos, agregándose, inclusive, informaciones sobre los principales productos que componen las pautas de exportaciones e importaciones de Brasil con sus vecinos.

El **Capítulo III** presenta las normas que se deben cumplir en Brasil para la entrada de productos importados, abarcando los procedimientos administrativos, de cambio de divisas, tributarios y aduaneros, que van desde la emisión de la factura *pro forma* hasta el desembarazo completo de las mercaderías y su efectiva nacionalización en el país. Esta sección describe, entre otros ítems, el proceso de licenciamiento de las importaciones, destacando los tributos que inciden sobre estas, su forma de cálculo y cómo se hace el despacho aduanero y cómo la empresa obtiene, finalmente, el Comprobante de Importación y la liberación de las mercaderías.

En el **Capítulo IV** se analizan las formas y prácticas de comercialización que se pueden utilizar, con éxito, en las exportaciones para Brasil, abarcando desde la actividad de prospección de mercados hasta la promoción de los productos en el mercado brasileño, pasando por asuntos como los canales de distribución y la logística, entre otros. Finalmente, el Capítulo V presenta algunas recomendaciones generales, referentes a costumbres comerciales y culturales de los empresarios brasileiros, que pueden facilitar el relacionamiento entre los exportadores de otros países y los potenciales importadores en Brasil, destacando también algunas actitudes que se deben evitar, de modo a no comprometer el éxito de las negociaciones.

Esta publicación es acompañada de un extenso **Anexo**, puesto a disposición en planilla electrónica, con la finalidad de facilitar las búsquedas. En dicho Anexo se encuentran diversas informaciones útiles para el exportador del extranjero, tales como las direcciones y los teléfonos de Embajadas y Consulados de Brasil en los países sudamericanos, Cámaras de Comercio, asociaciones y entidades representativas de sectores de producción en Brasil y, también, los sitios de Internet para consulta de informaciones relativas a las principales ferias y exposiciones realizadas regularmente en Brasil, además de un glosario de términos técnicos utilizados en comercio exterior.

El Ministerio de Relaciones Exteriores espera que esta publicación sea de gran valor para los exportadores sudamericanos en sus esfuerzos para alcanzar, con éxito, al mercado brasileño y que contribuya para la disminución de los desequilibrios de comercio entre Brasil y los demás países sudamericanos, al eliminar las barreras de información que aún impiden que productos competitivos, con origen en el mercado regional puedan abastecer a la demanda brasileña.

Brasil – Informaciones generales

Ítem	Información
Nombre Oficial	República Federativa de Brasil
Superficie	8.514.876 Km ²
Población Estimada (2014)	203.191.000 habitantes
Densidad Demográfica	23,9 habitantes/Km ²
Población Económicamente Activa (2014)	105.175.000 habitantes
Capital	Brasília
Principais Cidades(segundo o número de habitantes)	São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Belo Horizonte, Fortaleza e Brasília
Idioma oficial	Portugués
Religión	Predominantemente católica
Pesos y medidas	Sistema Métrico Decimal
Moneda	Real (R\$)
Cotización	US\$ 1,00 = R\$ 3,40 (junio de 2016)
PBI a precios corrientes (2015)	US\$ 1.768,77 miles de millones
Origen del PBI (2015)	Agropecuaria – 5,2% Industria – 22,8% Servicios – 72,0%
PBI per capita (2015)	US\$ 8.650,52
Comercio Exterior (2015)	Exportaciones – US\$ 191.134 millones Importaciones – US\$ 171.449 millones Saldo – US\$ 19.685 millones Corriente de Comercio – US\$ 362.583 millones

I.

ASPECTOS GENERALES
DE BRASIL

I. ASPECTOS GENERALES DE BRASIL

I.1. Geografía

Brasil es el quinto mayor país del mundo en extensión territorial, tiene una superficie de 8.514.876 km², lo que representa 21% del área total del continente americano y 47,7% de América del Sur. El país tiene fronteras con casi todos los países de América del Sur, con excepción de Chile y Ecuador, y su territorio se divide en cinco grandes regiones – Norte, Nordeste, Sur, Sudeste y Centro-Oeste –, cada una de ellas abarcando Estados (Unidades de la Federación) con características físicas, humanas, económicas y sociales homogéneas.

Su capital es Brasilia, centro político-administrativo del país, que se sitúa en el centro geográfico del territorio brasileño. Sin embargo, los grandes centros económicos, comerciales e industriales se localizan a grandes distancias de la Capital, en general, en ciudades más cercanas al litoral del Océano Atlántico. La mayor de estas es São Paulo, situada en la Región Sudeste de Brasil, a una distancia de 1.015 km de la Capital (**Tabla I.1**). Otras ciudades importantes son Rio de Janeiro, Belo Horizonte (ambas en la Región Sudeste), Porto Alegre (en la Región Sur), Salvador y Recife (en la Región Nordeste).

Tabela I.1
Distâncias rodoviárias entre Brasília e as capitais dos Estados brasileiros

Ciudad	Estado	Distancia (Km)
Región Sudeste		
Belo Horizonte	Minas Gerais (MG)	716
Rio de Janeiro	Rio de Janeiro (RJ)	1.148
São Paulo	São Paulo (SP)	1.015
Vitória	Espírito Santo (ES)	1.238
Región Sur		
Curitiba	Paraná (PR)	1.336
Florianópolis	Santa Catarina (SC)	1.673
Porto Alegre	Rio Grande do Sul (RS)	2.077
Região Nordeste		
Aracaju	Sergipe (SE)	1.737
Fortaleza	Ceará (CE)	2.285
João Pessoa	Paraíba (PB)	2.330
Maceió	Alagoas (AL)	2.013
Natal	Rio Grande do Norte (RN)	2.507
Recife	Pernambuco (PE)	2.220
Salvador	Bahia (BA)	1.531
São Luís	Maranhão (MA)	2.151
Teresina	Piauí (PI)	1.789

Ciudad	Estado	Distancia (Km)
Región Norte		
Belém	Pará (PA)	2.120
Boa Vista	Roraima (RR)	4.275
Macapá	Amapá (AP)	2.465
Manaus	Amazonas (AM)	3.490
Palmas	Tocantins (TO)	973
Porto Velho	Rondônia (RO)	2.589
Rio Branco	Acre (AC)	3.123
Región Centro-Oeste		
Campo Grande	Mato Grosso do Sul (MS)	1.134
Cuiabá	Mato Grosso (MT)	1.133
Goiânia	Goiás (GO)	209

Fuente: Instituto Brasileño de Geografía y Estadística.

La Región **Sudeste** es la más rica del país y concentra poco más de 55% del PBI. Abarca los Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais y Espírito Santo y ocupa cerca de 11% del territorio brasileño. Tiene una estructura industrial muy diversificada, un sector de servicios desarrollado, especialmente en Rio de Janeiro y São Paulo, y también una producción agrícola muy importante, con destaque para el interior de los Estados de São Paulo y Minas Gerais. Su clima es tropical, predominando altas temperaturas en la región litoral y un clima más ameno en el interior (tropical de altitud). La región es conocida por sus playas, especialmente las de Rio de Janeiro, sus festivales de invierno (en las ciudades más altas del interior de São Paulo y de Minas Gerais), sus fiestas típicas (Carnaval, Fiestas del Peón Boyero) y sus ciudades históricas (Ouro Preto, Diamantina, Paratí, etc.). Su población actual (2016) se estima en más de 86 millones de habitantes y su densidad geográfica alcanza, aproximadamente, 93,3 habitantes por km², cerca de cuatro veces el promedio del país (véase **Tabla I.2**).

La Región **Sur**, aunque es relativamente pequeña en extensión territorial (sólo 6,8% del territorio nacional), también tiene gran dinamismo económico y responde por aproximadamente 16% del PBI. Los destaques de la economía regional son la producción de granos (principalmente soja, maíz, frijoles y trigo), la ganadería y las industrias textil, de calzados y automotriz. La Región se compone de los Estados de Paraná, Santa Catarina y Rio Grande do Sul; tiene un clima predominantemente subtropical, registrándose temperaturas relativamente bajas en el invierno (llegando a nevar en algunas localidades). Tiene muchos centros de inmigración, con población originaria de los países más fríos de Europa. Es conocida por sus fiestas típicas que incluyen la Fiesta de la Uva y la Oktoberfest. Su población actual (2016) se estima en poco más de 29 millones de habitantes, con una densidad geográfica de 51,0 habitantes por km².

La Región **Nordeste** ocupa cerca de 18% del territorio nacional, responde por poco menos de 14% del PBI brasileño y se compone de los Estados de Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas, Sergipe y Bahía. El clima se divide entre el tropical (en el litoral) y el semiárido (en la región del interior conocida como *sertão*); también hay una clara dicotomía en términos de desarrollo económico y nivel de vida: el litoral es razonablemente desarrollado, destacándose la industria de la caña de azúcar y otras actividades relacionadas a la agroindustria, así como las industrias textil, química, automotriz y alimentaria; ya el *sertão* es la región más pobre de Brasil, con un clima marcado por largos períodos de seca, habiendo, en algunos lugares importantes, plantaciones irrigadas de frutas tropicales (como banana, mango, acerola, melón, y guayaba). La región se destaca por la gran cantidad de puntos turísticos naturales (incluyendo las playas del Nordeste y la Isla de Fernando de Noronha) y culturales (los centros históricos de las ciudades de Olinda, Salvador y Recife). Su población actual (2016) se estima en 57 millones de habitantes y su densidad alcanza a aproximadamente 36,7 habitantes por km².

Tabela I.2
Indicadores demográficos de Brasil - 2016 (Proyección)

Grandes Regiones y Unidades de Brasil	Población* (millones)	Área (10³ km²)	Densidad (hab./km²)
Brasil	206,1	8.515,8	24,2
Región Sudeste	86,4	924,6	93,4
Minas Gerais	21,0	586,5	35,8
Espírito Santo	4,0	46,1	86,8
Rio de Janeiro	16,6	43,8	379,2
São Paulo	44,7	248,2	180,1
Región Sur	29,4	576,8	51,0
Paraná	11,2	199,3	56,2
Santa Catarina	6,9	95,7	72,1
Rio Grande do Sul	11,3	281,7	40,1
Región Nordeste	56,9	1.554,3	36,6
Maranhão	7,0	331,9	21,1
Piauí	3,2	251,6	12,7
Ceará	9,0	148,9	60,4
Rio Grande do Norte	3,5	52,8	66,3
Paraíba	4,0	56,5	70,8
Pernambuco	9,4	98,1	95,8
Alagoas	3,4	27,8	122,1
Sergipe	2,3	21,9	104,9
Bahia	15,3	564,7	27,1

Grandes Regiones y Unidades de Brasil	Población* (millones)	Área (10 ³ km ²)	Densidad (hab./km ²)
Región Norte	17,7	3.853,7	4,6
Rondônia	1,8	237,6	7,6
Acre	0,8	164,1	4,9
Amazonas	4,0	1.559,1	2,6
Roraima	0,5	224,3	2,2
Pará	8,3	1.248,0	6,7
Amapá	0,8	142,8	5,6
Tocantins	1,5	277,7	5,4
Región Centro-Oeste	15,7	1.606,4	9,8
Mato Grosso do Sul	2,7	357,1	7,6
Mato Grosso	3,3	903,4	3,7
Goiás	6,7	340,1	19,7
Distrito Federal	3,0	5,8	519,0

Fuente: IBGE . **Proyección de la Población de Brasil e de los Estados hasta 2030", IBGE, 2013.

La Región **Norte** es la más extensa de Brasil, con 45% del territorio nacional. Su participación en el PBI es creciente, pero, aún así, responde por una parte reducida del producto del país, en torno de 5%. La región abarca los Estados de Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima y Tocantins. En ella se localiza la mayor parte de la Floresta Amazónica y el clima predominante es el ecuatorial, con altas temperaturas y humedad elevada. La principal actividad económica de la región es la extractiva, siendo los principales productos el látex, el açaí, la madera y la castaña, y en ella también se encuentra la principal área de minería del país, la Sierra de los Carajás. El gran centro industrial de la región es la Zona Franca de Manaus (Capital del Estado de Amazonas), destacándose la producción de electro-electrónicos con alta participación de componentes importados. La densidad demográfica es la más baja de Brasil, en el orden de solamente 4,6 habitantes por km², y la población proyectada para 2016 es de aproximadamente 17,7 millones de habitantes.

La Región **Centro-Oeste** ocupa cerca de 19% del territorio nacional y su participación en el Producto Interno Bruto está en proceso de rápida expansión, respondiendo actualmente por alrededor de 10% del PBI brasileño. Ella se compone de los Estados de Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul y también el Distrito Federal, donde se localiza la Capital de Brasil. Su principal actividad es la agroindustria (produce soja, algodón en pluma y girasol). Su población actual (2016), en consonancia con las proyecciones más recientes, alcanza a 15,7 millones de habitantes, con densidad demográfica estimada en 9,8 habitantes por km².

I.2. Población, centros urbanos y nivel de vida

Brasil es el quinto país más populoso del mundo, con cerca de 206 millones de habitantes en 2016. Siguiendo la tendencia mundial, la tasa de crecimiento demográfico brasileña viene disminuyendo en las últimas décadas, así como la tasa nacional de fecundidad (1,87% en 2010). Aproximadamente 41,5% de la población se encuentra en la Región Sudeste, 27,7% en la Región Nordeste, 14,3% en la Región Sur, 8,6% en la Región Norte y 7,6% en la Región Centro-Oeste. Más de 84% de las personas viven en centros urbanos, entre los cuales se destacan las ciudades de São Paulo (11,2 millones de habitantes), Rio de Janeiro (6,3 millones), Salvador, en el Estado de Bahía (2,7 millones), Belo Horizonte, en Minas Gerais (2,4 millones) y Fortaleza, en Ceará (2,4 millones).

La sociedad brasileña es multirracial, formada históricamente por una mezcla de población indígena nativa, inmigrantes europeos y esclavos africanos. Según datos de la Encuesta Nacional por Muestra de Domicilios PNAD del IBGE (2011), la mayoría de la población es blanca (47,8%), seguida por los pardos (43,1%), los negros (8,2%), los de color amarillo (0,6%) y los indígenas (0,4%). Cuanto a la religión, prevalece en Brasil una gran diversidad, siendo que la creencia católica es seguida por la mayor parte de la población (66,7%). Según los datos del Censo de 2010, cerca de 8,3% de la población declara no tener religión.

La población económicamente activa de Brasil alcanzó 105 millones de personas en 2014 (52% de la población), siendo 59 millones de hombres y 46 millones de mujeres. Según el *Informe de Desarrollo Humano 2015*, con datos referentes al año 2014, Brasil ocupa la 75ª colocación en el ranking mundial, con índice de 0,755, que ubica al país entre las naciones de alto desarrollo humano. Este índice presentó mejora en relación con el año anterior, en el cual el índice fue 0,752. Con respecto a los subíndices, Brasil avanzó en las dimensiones de educación (con expectativa de 15,2 años de estudio de la población y promedio de 7,7 años) y longevidad (con esperanza de vida, al nacer, de 74,5 años), sin embargo, retrocedió en términos del ingreso, registrando un PBI per cápita (medido en dólares de paridad de poder de compra de 2011) de US\$ 15.359.

En relación con los Estados brasileños, de acuerdo con las estadísticas referentes al año 2010 (últimas informaciones disponibles), se verifica una razonable dispersión del IDH (**Tabla I.3**). El mayor índice fue registrado en el Distrito Federal (0,82), que se ubica en la categoría de alto desarrollo humano. São Paulo, Santa Catarina y Rio de Janeiro también presentan IDH relativamente alto. Los menores IDH se refieren a Estados del Nordeste, como Alagoas, Maranhão, Piauí, Paraíba y Bahia, y asimismo del Norte, como Pará y Acre.

Tabela I.3
Índice de Desarrollo Humano de los Estados Brasileños – 2010

Estado de Brasil	IDH	IDH Ingreso	IDH Longevidad	IDH Educación
Brasil	0,77	0,72	0,73	0,85
Distrito Federal	0,84	0,84	0,76	0,94
Santa Catarina	0,82	0,75	0,81	0,91
São Paulo	0,82	0,79	0,77	0,90
Rio Grande do Sul	0,81	0,75	0,79	0,90
Rio de Janeiro	0,81	0,78	0,74	0,90
Paraná	0,79	0,74	0,75	0,88
Mato Grosso do Sul	0,78	0,72	0,75	0,86
Goiás	0,78	0,72	0,75	0,87
Mato Grosso	0,77	0,72	0,74	0,86
Minas Gerais	0,77	0,71	0,76	0,85
Espirito Santo	0,77	0,72	0,72	0,86
Amapá	0,75	0,67	0,71	0,88
Roraima	0,75	0,68	0,69	0,87
Rondônia	0,74	0,68	0,69	0,83
Pará	0,72	0,63	0,73	0,82
Amazonas	0,71	0,63	0,69	0,81
Tocantins	0,71	0,63	0,67	0,83
Pernambuco	0,71	0,64	0,71	0,77
Rio Grande do Norte	0,70	0,64	0,70	0,78
Ceará	0,70	0,62	0,71	0,77
Acre	0,69	0,64	0,69	0,76
Bahia	0,68	0,62	0,66	0,79
Sergipe	0,68	0,62	0,65	0,77
Paraíba	0,66	0,61	0,64	0,74
Piauí	0,66	0,58	0,65	0,73
Alagoas	0,65	0,60	0,65	0,70
Maranhão	0,64	0,56	0,61	0,74

Fuente: Atlas del Desarrollo Humano en Brasil, 2013.

I.3. Transportes y comunicaciones

Las políticas nacionales de transportes ferroviario, carretero y fluvial, así como la regulación e inspección de sus servicios, son definidas por el Ministerio de Transportes, conjuntamente con la Agencia Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), el Departamento Nacional de Infraestructura de Transportes (DNIT) y la Agencia Nacional de Transportes Fluviales (ANTAQ). Ya el transporte aéreo es regulado e inspeccionado por la Agencia Nacional de Aviación Civil (ANAC), subordinada al Ministerio de Defensa.

Con extensión de 1.720.756 km (siendo 211.468 km de carreteras pavimentadas), la red vial es la más utilizada, respondiendo por el desplazamiento de 95% de los pasajeros y más de 60% de las cargas en 2015. Una parte del sector es explotada por la iniciativa privada, bajo la forma de concesión con cobro de peajes, y existen carreteras expresas que vinculan los centros de producción más importantes con los puertos. La flota carretera para el transporte de cargas se compone de 2,65 millones de vehículos y la relación del número de habitantes y de vehículos automotores es cerca de 8 habitantes/vehículo.

La malla ferroviaria totaliza 30.576 km de extensión y es responsable, en términos de transporte de cargas, por 164,6 miles de millones de toneladas por kilómetro útil (tku) y por un total de 491,0 millones de toneladas útiles transportadas en 2015. Aunque en volumen limitado, las inversiones en esta área crecieron en Brasil, buscando transformar las ferrovías en sistemas intermodales de transporte para servir de complemento a otras formas de transporte de cargas pesadas en los corredores de exportación e importación.

El transporte fluvial responde por 13,6% de los movimientos de cargas del país y se divide en navegación marítima, navegación de cabotaje y otras (navegación de interior y off-shore). En el año 2015, los movimientos de cargas en los puertos alcanzaron, aproximadamente, 1.000 millones de toneladas, con 752 millones de toneladas correspondientes a la navegación marítima y 212 millones de toneladas referentes a navegación de cabotaje. Actualmente, Brasil tiene 42 terminales portuarios privados, 37 puertos bajo administración pública y tres puertos bajo administración privada, siendo que todas las operaciones portuarias son realizadas por empresas privadas.

El tráfico aéreo fue responsable, en 2015, por el transporte de 106 millones de pasajeros en los vuelos nacionales y 2 millones de pasajeros en los vuelos internacionales, registrándose un volumen de cargas de 279.000 toneladas en vuelos nacionales y 58.000 toneladas en vuelos internacionales. La red nacional de aeropuertos nacional cuenta con 60 aeropuertos administrados por la INFRAERO (Empresa Brasileña de Infraestructura Aeroportuaria) y 729 aeródromos.

Con una red de comunicaciones muy desarrollada, Brasil tiene sectores muy eficientes de telecomunicaciones, radiodifusión y servicios postales. Esos sectores están subordinados al Ministerio de Ciencia, Tecnología, Innovaciones y Comunicaciones y son regulados por la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL), con la excepción de los servicios postales.

La telefonía fija se compone de operadoras que actúan en régimen de concesión pública; tienen 43,7 millones de líneas fijas instaladas en 2015 y, aproximadamente, 1 millón de teléfonos de uso público en servicio. En la telefonía móvil celular se observa un avance grande en los últimos años en términos del número de líneas (257,8 millones en 2015), mejora de la calidad de servicios y expansión de la área de cobertura. El uso de la Internet en Brasil aumentó mucho, totalizando, a fines del año 2015, un total de 25,5 millones de accesos a la banda ancha.

En términos de radiodifusión, las televisiones abiertas alcanzan a 80,4% de los hogares y la radio a cerca de 90%. Además de esto, los sistemas de TV por suscripción a cable, por satélite y DTH (mini parabólicas) están muy desarrollados y tienen 19 millones de suscriptores.

Los servicios postales de Brasil cuentan con un servicio de Correos muy eficaz y ampliamente difundido, con cerca de 12.325 agencias en el año 2015, siendo 6.471 propias y 5.854 tercerizadas. Entre los servicios locales se destaca el Sedex, que existe en la modalidad “Sedex 10” (servicio de encomiendas expresas con garantía de entrega hasta las 10 horas de la mañana del día laborable siguiente al del despacho) y el “Sedex Hoy” (servicio de encomiendas expresas con garantía de entrega en el mismo día del despacho). Entre los servicios internacionales que se prestan se destacan el “Sedex Mundi” (servicio de remesas expresas internacionales, con plazo garantizado de entrega, para más de 200 países), el “Exporta Fácil” y el “Importa Fácil” (con facilidades para científicos, empresas y personas físicas que quieren exportar o importar productos de poco peso y baja cuantía).

I.4. Organización política y administrativa de Brasil

La República Federativa de Brasil comprende al Gobierno Federal, 26 Estados y el Distrito Federal, además de aproximadamente 5.560 Municipios. Los poderes del Gobierno se dividen entre el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial.

El **Poder Ejecutivo** está representado por el Presidente de la República, con la colaboración de los Ministros de Estado, y por los Gobernadores de los Estados y los Intendentes de los Municipios, con sus respectivos Secretarías.

Los Ministerios de Estado son los siguientes:

- Ministerio de Ciencia, Tecnología, Innovaciones y Comunicaciones (www.mctic.gov.br)
- Ministerio de Defensa (www.defesa.gov.br)
- Ministerio de Planeamiento, Desarrollo y Gestión (www.mpdg.gov.br)
- Ministro-Jefe de la Secretaría de Gobierno (www.secretariagoverno.gov.br)
- Ministro-Jefe del Gabinete de Seguridad Institucional (www.seguranca.gov.br)
- Ministerio de las Ciudades (www.cidades.gov.br)
- Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento (www.agricultura.gov.br)
- Ministerio de Hacienda (www.fazenda.gov.br)
- Ministerio de Educación (www.me.gov.br)
- Ministerio de Cultura (www.cultura.gov.br)
- Ministro-Jefe de la Casa Civil (www.casacivil.gov.br)
- Ministerio de Desarrollo Social y Agrario (www.mdsa.gov.br)
- Ministerio de Deportes (www.esporte.gov.br)
- Ministerio de Salud (www.saude.gov.br)
- Ministerio de Medio Ambiente (www.mma.gov.br)
- Ministerio de Turismo (www.turismo.gov.br)
- Ministerio de Relaciones Exteriores (www.mre.gov.br)
- Ministerio de Trabajo (www.trabalho.gov.br)
- Ministerio de Justicia y Ciudadanía (www.justica.gov.br)
- Ministerio de Transportes, Puertos y Aviación Civil (www.mtpac.gov.br)
- Ministerio de Fiscalización, Transparencia y Control (www.mftc.gov.br)
- Ministerio de Industria y Comercio (www.mic.gov.br)
- Ministerio de Integración Nacional (www.integracao.gov.br)
- Ministerio de Minas y Energía (www.mme.gov.br)

El **Poder Legislativo** es ejercido por los senadores, diputados federales, diputados estaduais y concejales elegidos por el voto directo. Su competencia de actuación es elaborar las leyes en las esferas municipal (mediante las Cámaras de Concejales), estadual (por las Asambleas Legislativas) y federal (por medio del Congreso Nacional, formado por la Cámara de Diputados y por el Senado Federal).

El **Poder Judicial** es representado por el Supremo Tribunal Federal (STF), que vela por la observancia de la Constitución de Brasil, el Superior Tribunal de Justicia (STJ), los Tribunales Regionales Federales, el Tribunal Superior de Trabajo (TST), el Tribunal Superior Electoral (TSE) y los Tribunales Militares, así como sus contrapartes en el nivel de los Estados de la Federación Brasileña: Tribunales de Justicia (TJs), Tribunales Regionales Electorales (TREs) y Tribunales Regionales de Trabajo (TRTs).

I.5. Política externa e organizações internacionais

Marcada por relaciones económicas y comerciales muy diversificadas, en

términos de países y regiones del mundo, la política exterior brasileña se caracteriza por el multilateralismo y por la procura de integración y cooperación con diversos países. Brasil ha dado gran énfasis a las negociaciones comerciales en el ámbito de la Organización Mundial del Comercio - OMC, en las cuales ha ejercido un importante papel de liderazgo entre los países en desarrollo, en especial en el grupo llamado G-20. El país también ha concentrado esfuerzos en los asuntos regionales y bilaterales, buscando establecer alianzas y acuerdos económicos y comerciales con diversos países y regiones del mundo, con destaque para América del Sur, y también con países de África, Medio Oriente, China, India, África del Sur y, asimismo, con la Unión Europea.

En consonancia con su postura multilateralista y guiado por el objetivo de alcanzar mayor justicia social global, Brasil ha adoptado una postura activa en los diversos organismos internacionales en los que participa, como la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Mundial (BIRD) y la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

En el Fondo Monetario Internacional (FMI), Brasil es miembro fundador, tiene 2,32% del poder de voto del organismo y se constituye en el décimo mayor cuotista (accionista) de esa institución, después de la conclusión del reciente proceso de integración de cuotas en el ámbito de la 14ª Revisión General de Cuotas. De otro lado, en el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el país posee 11,19% del capital ordinario y del poder de voto, siendo uno de sus mayores tomadores de recursos. Ya en el Banco Mundial (BIRD), después de la reciente reforma, que aumentó el poder de voto de los países emergentes y en desarrollo en la institución, Brasil pasará a tener 2,24% del poder de voto.

II.

PANORAMA DE LA ECONOMÍA BRASILEÑA

II. PANORAMA DE LA ECONOMÍA BRASILEÑA

La política económica, adoptada por Brasil desde fines de los años 1990, fue orientada por los siguientes objetivos fundamentales: el control de la inflación, el equilibrio de las cuentas exteriores y las cuentas públicas y, principalmente, la promoción del desarrollo económico con inclusión social. El énfasis, dado a cada uno de estos objetivos, no fue el mismo a lo largo de los últimos veinte años, no solamente como resultado de profundos cambios, ocurridos en los escenarios local e internacional, sino también en virtud de la alternancia entre gobiernos con orientaciones políticas e ideológicas diferentes. No obstante, a pesar de las modificaciones hechas en la gestión de la política gubernamental, durante los últimos veinte años, los objetivos citados en líneas anteriores no perdieron vigencia.

En la tentativa de alcanzar esos objetivos, Brasil tuvo éxito en la promoción de diversas medidas de ajustes, inclusive la formulación de una nueva estructura institucional para el ejercicio de la política económica. Entre los cambios, cabe destacar la libre fluctuación de las tasas de cambio de divisas, la adopción de un sistema de metas de inflación y diversas medidas destinadas a obtener el equilibrio de las cuentas públicas, principalmente la promulgación de la Ley de Responsabilidad Fiscal, estableciendo límites para los gastos públicos en todos los niveles de gobierno. Brasil desarrolló, también, importantes políticas de inclusión social, con destaque para programas de transferencias de ingresos, iniciativas tendientes a la valorización del sueldo/salario mínimo y programas de viviendas para segmentos de bajos ingresos.

Hasta 2012, la evolución de los indicadores económicos y sociales mostraba que Brasil estaba obteniendo un razonable grado de éxito en el alcance de los objetivos propuestos. A partir de entonces, sin embargo, Brasil tuvo que enfrentar un escenario exterior especialmente adverso, como resultado del fin del ciclo de valorización de las *commodities*, de la desaceleración de la economía china, del bajo crecimiento de los países más industrializados y de la evolución más lenta del comercio internacional. En ese contexto, sin duda muy desafiador, la política económica intentó propiciar el crecimiento económico con utilización de instrumentos de estímulo de la demanda interna, con destaque para la expansión del crédito, la reducción de la tasa de interés y la concesión de beneficios impositivos y exenciones tributarias en favor del sector productivo. Simultáneamente, las presiones inflacionarias fueron parcialmente frenadas por la vía de impedir la actualización de los precios y tarifas públicas.

La adopción de tales medidas se mostró inadecuada. En efecto, a partir de mediados de 2014, se tornaron evidentes las señales de una crisis económica especialmente grave, caracterizada por la caída del nivel de actividades, elevación de la tasa de inflación, aumento del desempleo, grave desequilibrio de las finanzas públicas y preocupante deterioración de las cuentas exteriores.

Los indicadores económicos, que se presentan a continuación, describen ese escenario, agravado por las incertidumbres resultantes de una crisis política de lenta resolución. Es en ese contexto de dificultades que Brasil intenta reconstruir las bases para la retomada del crecimiento.

En mediados de 2016, comienzan a aparecer las primeras señales de superación de la crisis: la inflación empieza a ceder, las cuentas exteriores tienden al equilibrio y la caída del nivel de actividad parece que se ha interrumpido. Las previsiones actuales apuntan para un crecimiento incipiente del Producto Interno Bruto en 2017, lo que posibilitará la recuperación del empleo.

El objetivo de promover el reequilibrio de las cuentas públicas y de reducir el ritmo de expansión de la deuda pública demandará, no obstante, la concreción de reformas que se muestran impostergables: la reforma del sistema de jubilaciones y la reforma tributaria. Ambas serán relevantes para la promoción del ahorro interno y el aumento de la productividad.

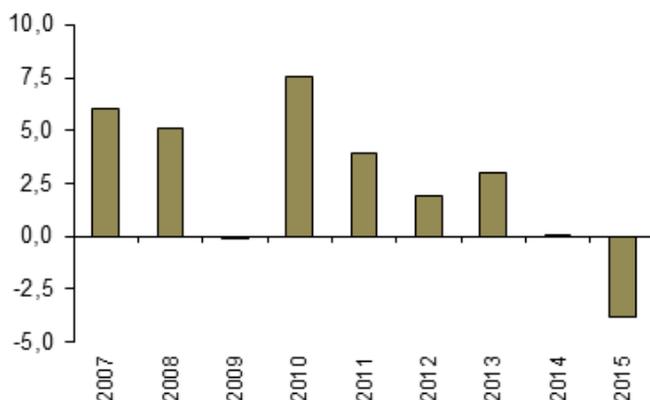
II.1. Producción

El PBI brasileño totalizó R\$ 5.904,3 miles de millones en 2015, el equivalente a US\$ 1.773 billones en dólares corrientes, según la conversión hecha con base en la cotización promedio del dólar divulgada por el Banco Central de Brasil. En ese mismo año, teniendo en cuenta las estimativas del Fondo Monetario Internacional para el PBI de 189 países, Brasil habría ocupado el noveno lugar, atrás de los Estados Unidos de América, China, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, India e Italia. En 2014, Brasil había ocupado el séptimo lugar, pero, en 2015, el país fue sobrepasado por India e Italia, perdiendo dos posiciones.

La caída en el *ranking* se explica por la contracción de la actividad económica en 2015 (-3,8%) y, también, por la fuerte desvalorización de la moneda local, lo que redujo el monto en dólares del Producto Bruto Interno de Brasil. Sin embargo, se debe destacar que, aún según la medición basada en la paridad del poder de compra (PPC), la evolución del Producto Interno Bruto de Brasil mostró retroceso en la comparación internacional, habiéndose reducido, de 3,01% en 2014 para 2,81% en 2015, su participación en el PBI mundial.

El **Gráfico II.1** retrata la evolución del PBI brasileño en el período 2007-2015. Nótese que Brasil registró una abrupta caída de las actividades económicas en 2009, en virtud del impacto de la crisis financiera internacional, pero el país se recuperó rápidamente en 2010, pasando a tener tasas positivas de crecimiento en los tres años siguientes. Brasil se caracterizó, de hecho, por ser una de las economías que salió, más rápidamente, de la crisis financiera internacional de 2008-2009.

Gráfico II.1
Tasa de crecimiento (%) del PIB en el período 2007-2015



Fuente: IBGE - Instituto Brasileño de Geografía y Estadística

Sin embargo, en 2014, la economía brasileña sufrió un virtual estancamiento, creciendo sólo 0,1% en términos reales. En 2015, el escenario se agravó y Brasil entró en fase de recesión, con el producto real registrando grave caída de 3,8%. Las previsiones actuales apuntan para otra reducción del PBI en 2016, con la retomada cíclica del nivel de actividades ocurriendo solamente a partir de 2017.

El análisis de los componentes del PBI, realizado desde la óptica de la oferta, muestra que el peso mayor en la generación de valor es dado por el sector de Servicios, cuya participación creció de forma continua en los últimos años hasta alcanzar 72% en 2015 (Tabla II.1). En compensación, la evolución inversa es registrada por el sector industrial, que pierde participación en la estructura brasileña de producción, representando, actualmente, menos de 23% del valor agregado. Por último, la agropecuaria, el sector brasileño más dinámico en las exportaciones, contribuyó, aproximadamente, con 5% del valor.

Tabela II.1
Crecimiento y participación de los componentes del PBI
en el período 2012-2015

	Crecimiento (%)				Participación en el PBI (%)			
	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015
PIB	1,9	3,0	0,1	-3,9	100,0	100,0	100,0	100,0
Producción								
Agropecuaria	-3,1	8,4	2,1	1,8	4,9	5,3	5,2	5,2
Industria	-0,7	2,2	-0,9	-6,2	26,1	24,9	24,0	22,8
Servicios	2,9	2,8	0,4	-2,7	69,0	69,8	70,8	72,0
Demanda								
Consumo Total	3,2	3,1	1,3	-3,4	79,9	80,6	81,9	83,6
Privado	3,5	3,5	1,3	-4,0	61,4	61,6	62,4	63,4
Gobierno	2,3	1,5	1,2	-1,0	18,6	19,0	19,5	20,2
FBCF ¹	0,8	5,8	-4,5	-14,1	20,7	20,9	20,2	18,2
Exportaciones ²	0,3	2,4	-1,1	6,1	11,7	11,7	11,2	13,0
Importaciones ²	0,7	7,2	-1,0	-14,3	13,1	-14,0	-13,9	-14,3

Fuente: IBGE - Cuentas Nacionales Trimestrales.

1 Formación Bruta de Capital Fijo. 2 Bienes y servicios no factores.

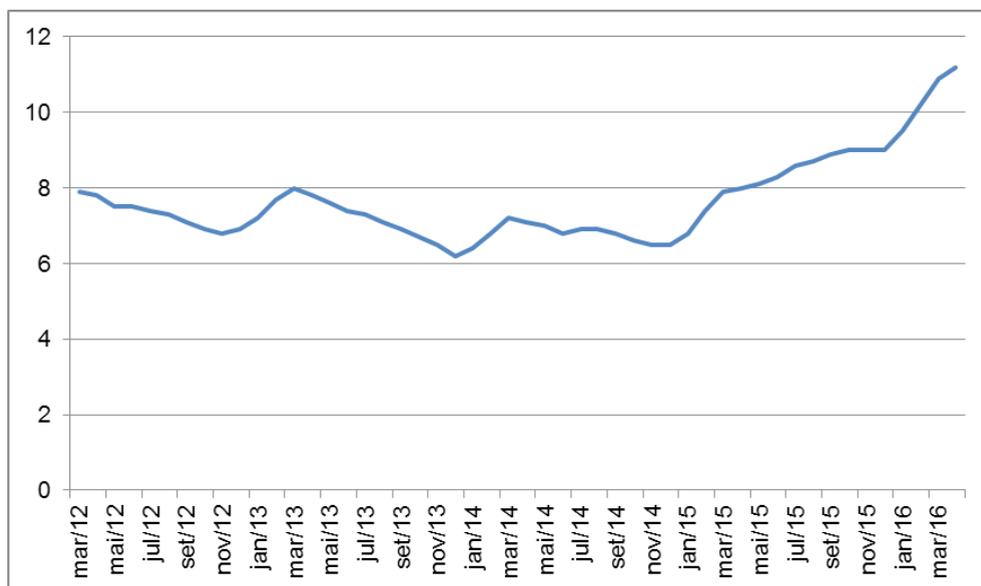
Desde la perspectiva del gasto, el consumo privado y el consumo del Gobierno son los ítems de mayor participación en el PBI, respondiendo por 63,4% y 20,2% del producto en 2015, respectivamente. Las inversiones, a su vez, que fluctuaron en torno del 20% del PBI en el trienio 2012-2014, registraron un fuerte descenso en 2015, como resultado de la recesión, pasando a responder por solamente 18,2% del producto.

II.2. Empleo y renta

En 2012, Brasil comenzó a adoptar una nueva metodología para medir la tasa de desempleo, también conocida como tasa de *desocupación*. La medición se basa en la Encuesta Nacional por Muestras de Domicilios Continua (PNAD - Continua) y registra la proporción entre la población desempleada y la población económicamente activa.

El **Gráfico II.2** retrata la evolución mensual del nuevo indicador de desempleo para el período comprendido entre el inicio de su divulgación (marzo de 2012) hasta el fin del primer cuatrimestre de 2016.

Gráfico II.2
Tasa mensual de desempleo (%) - Marzo de 2012 a Abril de 2016



Fuente: PNAD - Continua, IBGE

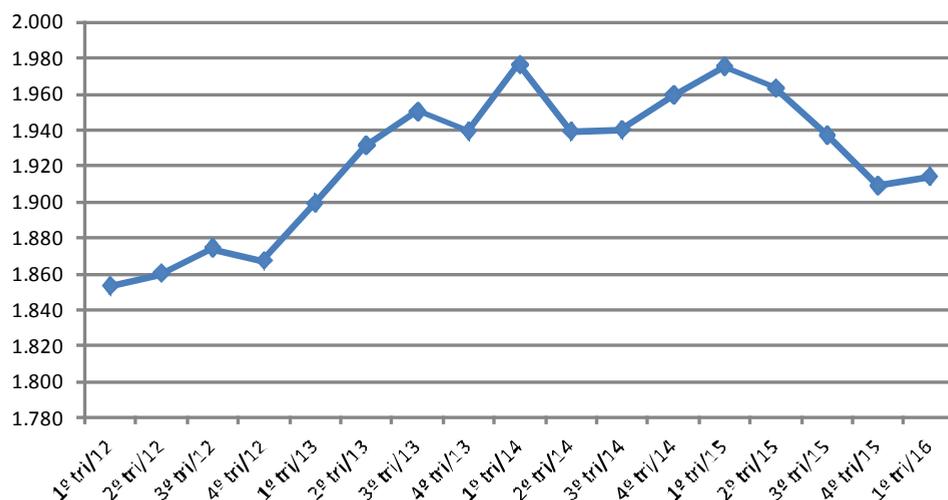
La situación del mercado de trabajo en Brasil registró tendencia declinante en los años 2012 y 2013, con oscilaciones estacionales. A fines de 2013, la tasa de desempleo alcanzó un mínimo (6,2%) y se mantuvo en un nivel muy bajo a lo largo de todo el año 2014, a pesar de que el nivel de actividad ya había desacelerado en la segunda mitad de ese año. El impacto de la contracción de la economía sólo se hizo sentir en el mercado de trabajo a partir del inicio de 2015, cuando la tasa de desempleo comenzó a mostrar una trayectoria de continuo y rápido aumento, que persiste hasta el último registro disponible, en abril de 2016. En consonancia con este último dato, la tasa de desempleo ya habría llegado a 11,2%.

La recuperación del mercado de trabajo todavía deberá demorar. Los datos más recientes ya apuntan para una relativa estabilización de las actividades económicas, pero el inicio de la retomada del crecimiento sólo deberá ocurrir a partir de los primeros meses del año próximo. Las previsiones para la evolución del PBI señalan, de hecho, un crecimiento en el orden de 1,5% en 2017. Confirmándose esa evolución, la tasa de desempleo podrá comenzar a retroceder a partir de mediados del año venidero.

El rendimiento (ingreso) real promedio del trabajo presentó una tendencia de crecimiento entre 2007 y el primer trimestre de 2014, como resultado de la política de valorización de los rendimientos del trabajo y de la mayor ocupación de la población económicamente activa. Los datos de la evolución del nuevo indicador,

basados en la PNAD - Continua del IBGE, muestran, sin embargo, que la trayectoria ascendente se interrumpe a partir del mencionado trimestre y desde el inicio de 2015 es nítida la tendencia declinante de los rendimientos reales del trabajo.

Gráfico II.3
Rendimiento real promedio del trabajo para personas con 14 años o más de edad (en R\$)
Periodo: 1^{er}. Trimestre de 2012 a 1^{er}. Trimestre de 2016



Fuente: PNAD - Continua, IBGE.

La caída no sorprende: la economía está en recesión desde el segundo semestre de 2014, con el desempleo aumentando desde el inicio de 2015. En ese escenario, aunque la inflación haya comenzado a ceder, la recuperación de los rendimientos reales del trabajo sólo podrá ocurrir a partir de 2017, en caso de que se confirmen las previsiones de una retomada, aunque modesta, del nivel de actividades económicas.

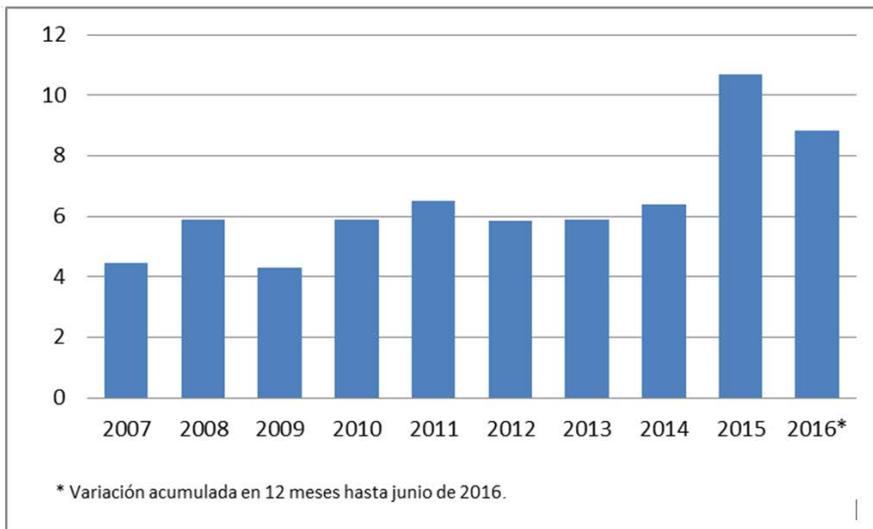
II.3. Precios y política monetaria y cambiaria

A partir del Decreto n° 3.088, del 21 de junio de 1999, se adoptó como directriz, para la determinación del régimen de política monetaria, el sistema de metas de inflación. De acuerdo con ese sistema, el Consejo Monetario Nacional (CMN) define la tasa de inflación a ser alcanzada, así como un margen de error por arriba y por debajo de la tasa estipulada, atribuyendo al Banco Central la responsabilidad por la gestión de la política monetaria, de manera a cumplir la meta establecida por el CMN. El principal instrumento, utilizado para el control de la inflación, es la tasa básica de interés de la economía (Tasa Selic) que es determinada por el Comité de Política Monetaria (Copom). El índice oficial de inflación es el IPCA – Índice de Precios

al Consumidor Ampliado – medido mensualmente por el IBGE.

El **Gráfico II.4** retrata la evolución de la inflación entre 2007 y 2015. En ese período, la meta de inflación permaneció, sin modificación, en 4,5%, con margen de tolerancia de 2 puntos porcentuales para arriba (6,5%) o para abajo (2,5%). La meta de 4,5%, así como el margen de dos puntos porcentuales, deberá tener vigor hasta 2016. Sin embargo, muy recientemente, el CMN reforzó el compromiso del Gobierno con la convergencia de la inflación hacia el centro de la meta de 4,5% y redujo de 2 para 1,5 punto porcentual el margen de error estará en vigencia a partir de 2017 – o sea, el techo de la meta pasará a ser 6% y el piso 3%.

Gráfico II.4
Evolución anual de la inflación medida por el IPCA
Período 2007 a 2016 * (en %)



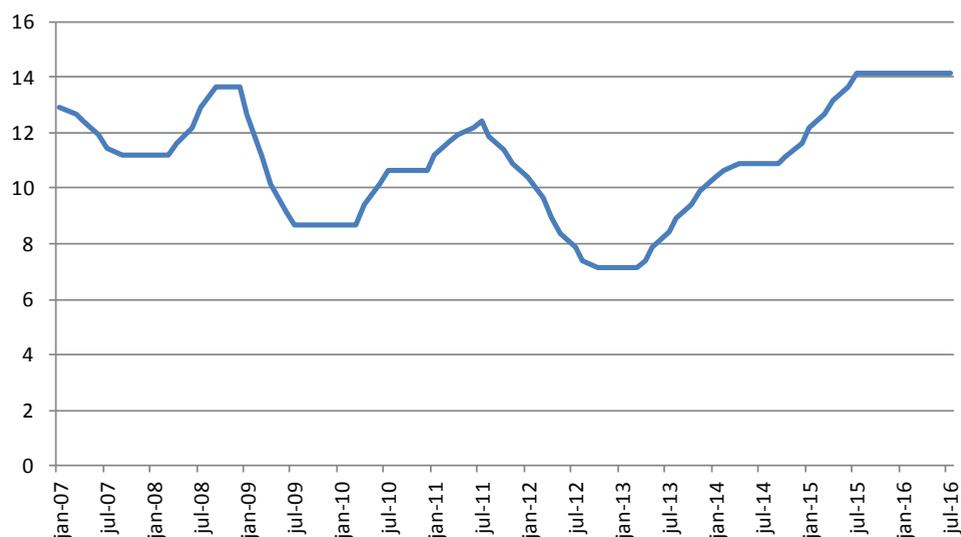
Fuente: IBGE.

Entre 2007 y 2014, la meta fue cumplida, pero solamente en 2007 (4,46%) y en 2009 (4,31%) la inflación fue menor que 4,5%. En los otros años, la inflación superó a la meta, pero quedó dentro del margen de tolerancia, siendo que en 2011 (6,50%) y en 2014 (6,41%) se aproximó al techo.

En 2015, el Gobierno promovió un reajuste importante de los precios administrados, notoriamente de las tarifas de energía eléctrica, cuyos precios habían permanecido frenados en los años anteriores. Al practicar una política más realista de corrección de las tarifas, ocurrió un incumplimiento de la meta de inflación y esta última, en diciembre de 2015, registró una variación acumulada en 12 meses de 10,7%.

Desde fines de 2013, el Banco Central ya venía promoviendo el aumento de la tasa de interés básica de la economía (tasa Selic), pues las presiones inflacionarias, principalmente aquellas resultantes de los precios de los servicios, estaban contribuyendo para que la tasa de inflación fuese muy cercana al límite del margen de tolerancia, como de hecho ocurrió en 2014, aunque en un contexto de contención de las tarifas públicas. En consecuencia, en 2015, después de la corrección de las tarifas, se aceleró la elevación de la tasa de interés (Gráfico II.5).

Gráfico II.5
Tasa de interés SELIC anual*: Período 2007 hasta 2016 (julio)

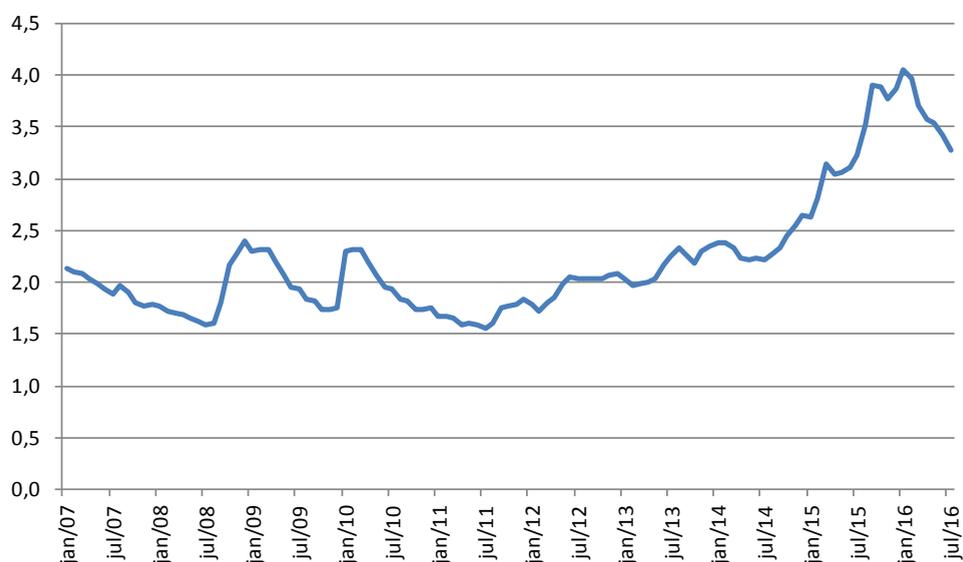


Fuente: Banco Central. Obs.: * Tasa promedio diaria de interés, anualizada con base en 252 días laborales.

En el inicio de 2016, el aumento de los intereses y el cuadro de recesión consiguieron causar una inversión de la tendencia ascendente de la tasa de inflación, que comenzó a ceder, después de alcanzar un nivel máximo anual de 10,7% (enero de 2016). En la actualidad, se estima que la inflación deberá terminar el año 2016 en un nivel cercano a 7%. En consecuencia, la expectativa es que el Banco Central comenzará, también, a reducir la tasa de interés Selic, lo que podrá ocurrir a fines de 2016 o en el inicio de 2017.

En lo que respecta a la política de cambiaria, el régimen de cambio en Brasil es flexible, adoptado oficialmente desde 1999. Aunque, en teoría, la fluctuación del cambio es libre, el Banco Central practica una política de fluctuación “sucia”, vendiendo y comprando divisas tanto en el mercado a vista como, principalmente, en el mercado futuro. El objetivo explícito del Banco Central es limitar la volatilidad del tipo de cambio en el corto plazo, pero sin interferir en las tendencias de plazo más largo, determinadas por los fundamentos de la economía.

Gráfico II.6
Tipo de cambio (R\$ / US\$) nominal mensual
Período: Enero de 2007 a julio de 2016



Fuente: Banco Central.

Entre mediados de 2005 y la emergencia de la crisis del subprime en los Estados Unidos, el tipo de cambio registró un proceso de continua valorización, con el Real brasileño apreciándose de forma casi sin interrupciones hasta alcanzar, en julio de 2008, su menor cotización (R\$ 1,59 / US\$). La desvalorización cambiaria, ocurrida luego después de la eclosión de la crisis, tuvo, no obstante, corta duración, pues se retomó la tendencia a la valorización de la moneda local, así que se hizo evidente la rápida recuperación de la economía brasileña en el período inmediato posterior a la crisis. En consecuencia, en mediados de 2011, la cotización volvió a registrar un nivel mínimo (R\$ 1,56 / US\$).

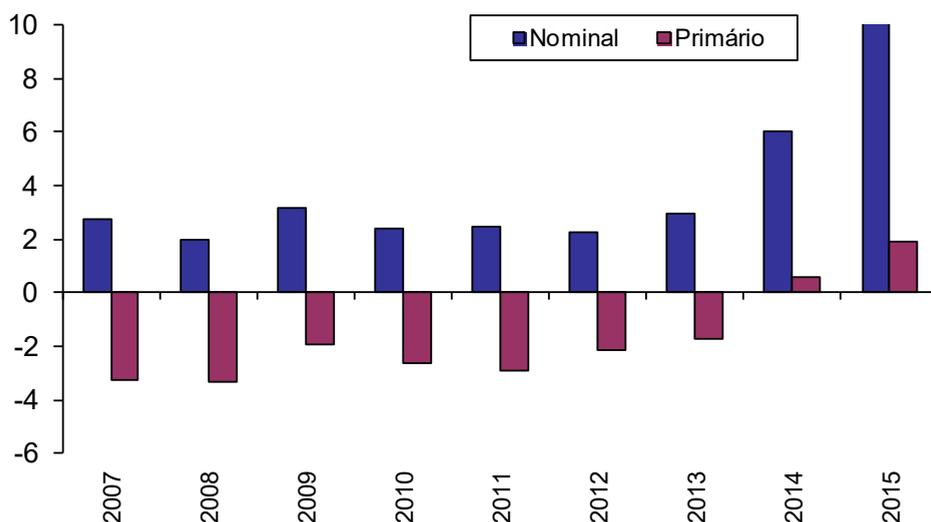
Desde mediados de 2011, hasta el tercer trimestre de 2014, la moneda brasileña mostró una tendencia de desvalorización, pero la cotización del Real siempre fue menor que R\$ 2,40 / US\$, reflejando, aún, una importante apreciación en términos reales.

A partir de fines de 2014, sin embargo, la desvalorización cambiaria se aceleró hasta alcanzar una cotización nominal máxima de R\$ 4,05 por dólar estadounidense en el inicio de 2016. Desde entonces, las presiones para la valorización del cambio han llevado a la moneda local a apreciarse de nuevo, con la cotización cayendo para R\$ 3,40 a fines de julio de 2016. Las expectativas son que el tipo de cambio pueda terminar el año 2016 en torno de una cotización cercana a R\$ 3,20 / US\$, lo que es considerado un valor próximo del equilibrio.

II.4. Cuentas públicas

Hasta 2012, Brasil tuvo éxito en su esfuerzo de ajuste de las cuentas públicas, de modo que el déficit nominal consolidado del sector público (abarcando los gobiernos federal, estatales, municipales y las empresas estatales) se mantuvo en alrededor de 3% del PBI o en nivel poco inferior. Desde el inicio del nuevo siglo, la meta explícita de la política fiscal era la obtención de resultados primarios – resultado nominal excluidos los pagos de intereses de la deuda pública – anuales superavitariorios, de manera a contener o incluso reducir el endeudamiento del sector público. Entre 2007 y 2011, el objetivo fue alcanzado, con los superávits primarios oscilando siempre en torno de un promedio de 3% del PBI. La excepción fue el año de 2009, en el ápice de la crisis financiera internacional, cuando la meta fue relajada y el resultado primario se redujo a 1,9% del PBI (Gráfico II.7).

Gráfico II.7
Necesidades de financiación del sector público de Brasil – Período 1997 - 2006
 En % del PBI



Fuente: Banco Central de Brasil.

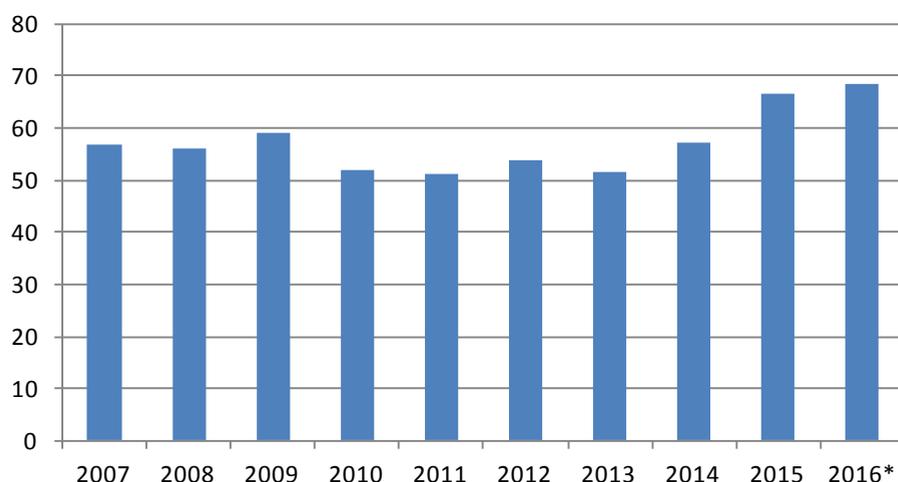
La situación se modificó a partir de 2012, cuando el Gobierno intentó promover el crecimiento del Producto Interno Bruto estimulando la demanda local mediante el recurso a exenciones tributarias y a diversos tipos de subsidios. En consecuencia, el resultado primario disminuyó, cayendo para 1,7% del PBI en 2013. El mal resultado de la política gubernamental se hizo evidente a fines de 2014, cuando el resultado primario se mostró deficitario (0,6% del PBI) y el déficit nominal consolidado del sector público aumentó hasta 6% del PBI. Se debe destacar que el agravamiento del déficit nominal resultó también, en gran medida, del aumento de

la tasa de interés básica de la economía, incidente sobre una parte importante de la deuda pública. En 2015, la evolución de las principales variables económicas mostró un escenario de crisis grave, con la economía en recesión, la inflación muy superior al margen de tolerancia, el resultado primario deficitario (1,9% del PBI) y el déficit nominal del sector público alcanzando 10,4% del Producto Interno Bruto.

La deterioración de las cuentas públicas, a partir de 2014, repercutió en la deuda pública bruta del Gobierno General, concepto que abarca al gobierno federal, a los gobiernos estatales y municipales, pero excluye al Banco Central y a las empresas estatales. El tamaño de la deuda como proporción del PBI, que correspondió a 52% en el trienio 2012-2014, subió primero hasta 57,2% en 2015 y después para 66,5% en junio de 2016, en consonancia con datos preliminares del Banco Central (Gráfico II.8). Se estima que la deuda pública podrá alcanzar cerca de 70% del PBI en diciembre de 2016.

Otra importante repercusión, resultante de la evolución desfavorable de las cuentas públicas, fue la retirada del “grado de inversión” de Brasil por parte de las agencias de clasificación de riesgos. De hecho, entre septiembre de 2015 y febrero de 2016, las tres principales agencias internacionales retiraron el grado de inversión de Brasil en razón del escenario de crisis. Se alegó, inclusive, que la deuda bruta del gobierno podría sobrepasar 80% del PBI en un plazo de dos a tres años.

Gráfico II.8
Deuda bruta del Gobierno General (en % del PBI)
Período 2008 a 2016 * (en diciembre de cada año)



*Hasta junio de 2016

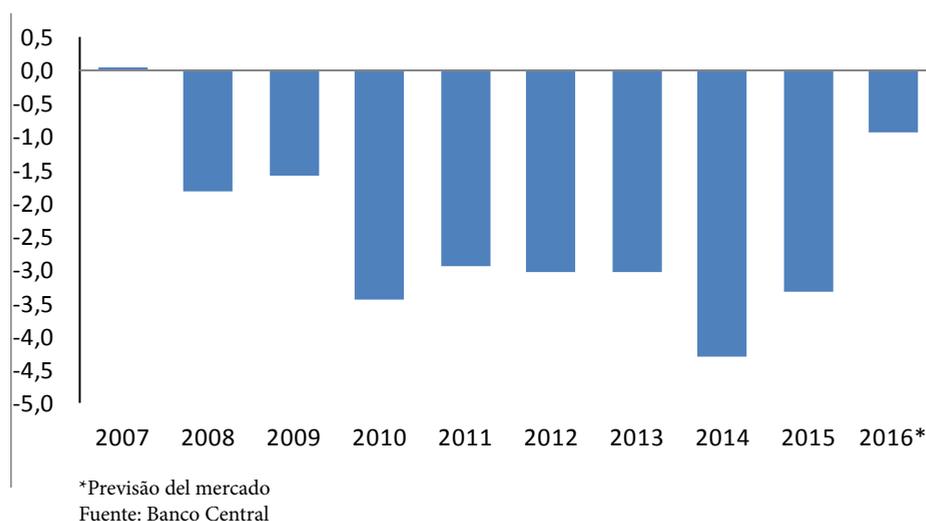
Fuente: Banco Central. Nota: Excluye deuda mobiliaria en la cartera del Banco Central e incluye operaciones comprometidas del Banco Central.

II.5. Cuentas exteriores

Entre 2003 y 2007, Brasil registró resultados positivos en el saldo en cuenta corriente en contraste con los déficits de más de 4% del PBI, observados en el inicio de este siglo. Los sucesivos y altos superávits, obtenidos por Brasil entre 2002 y 2007, contribuyeron decisivamente para ese resultado. De hecho, a lo largo de esos años, los saldos superavitarios de la balanza comercial se mostraron suficientemente altos como para compensar el déficit de la balanza de servicios (viajes, transportes, alquileres de equipos) y rentas (intereses de la deuda externa y remesas de ganancias y dividendos), cuyo resultado es históricamente negativo en Brasil.

Sin embargo, a partir de 2008, el saldo en cuenta corriente se hizo nuevamente deficitario, estabilizándose en el trienio 2011-2013 en torno de un promedio de 3% del PBI (**Gráfico II.9**).

Gráfico II.9
Evolución del saldo en cuenta corriente (% del PBI): Período 2007 - 2016



O reaparecimento do déficit em transações correntes a partir de 2008 ocorreu a despeito da manutenção de saldos comerciais positivos e expressivos até 2012, embora bastante inferiores aos alcançados no triênio 2005-2007. No entanto, além da redução do superávit comercial, que desaparece em 2013 transformando-se em déficit em 2014, ocorre o agravamento dos saldos negativos das contas de serviços e rendas, propiciado pela valorização da taxa de câmbio.

En 2014, el desequilibrio en las cuentas públicas corrientes alcanzó un nivel preocupante (4,3% del PBI), pero, a partir de 2015, el déficit comienza a disminuir en virtud de la desvalorización cambiaria y de la reducción del nivel de actividad económica, propiciando el ajuste de las cuentas exteriores. En efecto, ambos factores contribuyeron para que la balanza comercial volviese a registrar resultados no sólo positivos, sino también crecientes y, al mismo tiempo, para que ocurriese un freno o aún una reducción de los saldos deficitarios en la balanza de servicios y rentas. La expectativa es que el déficit de la cuenta corriente, estimado en menos de 1% del PBI en mediados de 2016 (véase el **Gráfico II.9**), se reduzca para 0,2% del Producto Bruto Interno al final del año.

El ajuste del sector externo fue, probablemente, la primera señal anticipatoria de la superación de la crisis, a la cual siguieron la tendencia de reducción de la inflación y la estabilización del nivel de actividad económica, aunque en un nivel muy bajo.

II.6. Intercambios comerciales

II.6.1. Evolución de los flujos de comercio

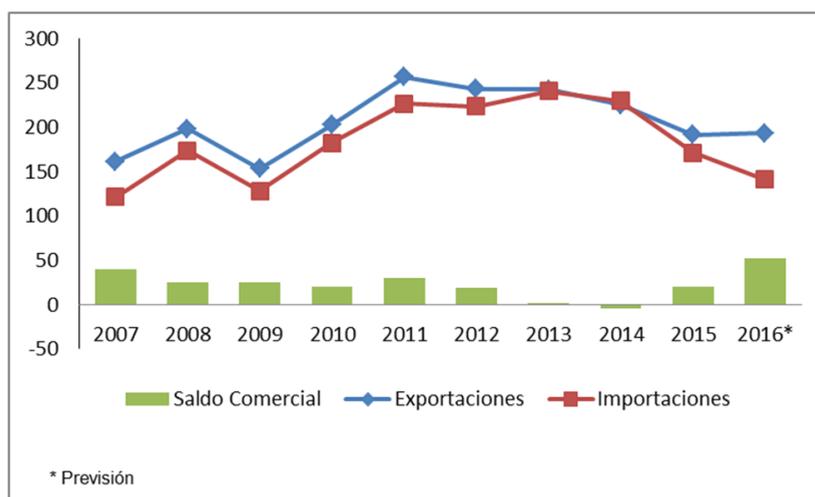
Entre 2002 y 2007, el intercambio comercial brasileño tuvo una fase de rápida expansión, con exportaciones e importaciones registrando récords sucesivos. En ese período, la corriente de comercio de Brasil más que se duplicó, pasando de US\$ 107 miles de millones en 2002 para US\$ 281 miles de millones en 2007. En ese mismo período, el superávit comercial se triplicó, terminando el año 2007 con un saldo positivo de US\$ 40 miles de millones, un poco inferior al resultado del bienio 2005-2006 (US\$ 45 miles de millones).

Una expansión similar tuvieron otros países de América Latina, como resultado del rápido aumento del comercio mundial, del surgimiento de China y, también, de la elevación de los precios de las *commodities*.

En el caso de Brasil, el ciclo de expansión se extendió hasta 2011, registrando sólo una interrupción breve en 2009, en el auge de la crisis financiera internacional, seguida de rápida recuperación en 2010 (**Gráfico II.10**). En 2011, las exportaciones alcanzaron un pico de US\$ 256 miles de millones y lo mismo ocurrió con la corriente de comercio. Sin embargo, a partir de 2012, las exportaciones registraron caídas anuales sucesivas, terminando el año 2015 con ventas externas en el orden de US\$ 191 miles de millones, siendo este monto 25% inferior al récord alcanzado en 2011. Las razones que explican el desempeño desfavorable de las ventas exterior es de Brasil, en los últimos años, son conocidas: evolución cada vez más lenta del comercio mundial, desaceleración del ritmo de expansión de la economía china, apreciación

muy importante del tipo de cambio y, especialmente, el fin del ciclo de aumento de los precios de las *commodities*, con reducción posterior y abrupta de las cotizaciones internacionales de productos (mineral de hierro y petróleo) que tienen fuerte participación en la cesta exportadora de Brasil.

Gráfico II.10
Evolução do intercâmbio comercial brasileiro (em US\$ bilhões)
Período 2007-2016



Fuente: Secex/MDIC.

La evolución de las importaciones muestra un historial diferente. Entre 2011 y 2014, tienden a estabilizarse en torno de una cuantía promedio de US\$ 230 miles de millones, pero, en 2015, sufren una brusca contracción (-25,2%) y Brasil terminó el año con compras exteriores en el orden de US\$ 171 miles de millones, una cuantía inferior a la registrada siete años antes, en 2008.

La reciente caída de las importaciones es el reflejo de dos factores: en primer lugar, de la rápida desaceleración de las actividades económicas en 2014 (crecimiento del PBI de sólo 0,1%), seguida de aguda situación de recesión en 2015 (caída de 3,8% del PBI); en segundo lugar, de la fuerte corrección promovida en el valor del tipo de cambio, que registró una rápida desvalorización a partir de fines de 2014, desalentando la importación.

Nótese, también, que el saldo de la balanza comercial se redujo rápidamente en el bienio 2012-2013 y se hizo negativo en 2014, período cuando las exportaciones se redujeron, mientras que las importaciones permanecieron relativamente estables (véase el **Gráfico II.10**). En 2015, sin embargo, ambos flujos continúan en trayectoria de caída, pero la contracción de las importaciones es mucho mayor, lo que ha contribuido para que el saldo de la balanza comercial volviese a ser positivo.

Las previsiones para 2016 apuntan para un superávit comercial récord, en el orden de US\$ 50 miles de millones. Sin embargo, los factores que fundamentan esa previsión son la persistencia de la contracción de las importaciones, acompañada de una relativa estabilización de las exportaciones.

II.6.2. Composición y orientación geográfica de los flujos de comercio

Entre 2007 y 2015, los flujos de comercio de Brasil tuvieron cambios importantes en su composición. En el caso de las exportaciones, en consonancia con la clasificación por clases de productos, tipología que suministra un retrato compacto del perfil de las ventas exteriores brasileñas, se constata que los productos básicos (bienes primarios) aumentaron su participación, en más de 13 puntos porcentuales, en la pauta exportadora, en detrimento de los productos manufacturados (bienes industriales), cuya participación declinó casi en la misma proporción.

Tabla II.2
Exportaciones brasileñas según clases de productos (en %)
Período: 2007 a 2015

Clase de productos	2007	2009	2011	2013	2015
Básicos	32,1	40,5	47,8	46,7	45,6
Semi-manufacturados	13,6	13,4	14,1	12,6	13,8
Manufacturados	52,3	44,0	36,0	38,4	38,1
Operaciones especiales	2,1	2,1	2,1	2,3	2,5
Memo:					
Total de las Exportaciones (US\$ miles de millones)	160,6	153,0	256,0	242,0	191,1

Fuente: Datos de la Funcex. Datos básicos de la Secex/MDIC.

Nótese que la participación de los productos básicos declina muy moderadamente entre 2011 y 2015, aún en un contexto de caída acentuada de los precios de los productos primarios. La razón que explica ese desempeño es simple: el sector exportador de *commodities* consiguió, en ese período, aumentar mucho las cantidades exportadas, compensando así, en gran medida, la reducción de los precios en dólares de sus productos. Sin embargo, lo mismo no ocurrió en el caso de los bienes industriales, que registraron caída absoluta, en términos de valor en el período más reciente.

Cuando se analizan las exportaciones clasificadas por categorías de uso, se constata que las ventas exteriores brasileñas están fuertemente concentradas en los bienes intermedios, que respondieron en 2015 por dos tercios de las exportaciones (Tabla II.3). En segundo lugar, siguen los bienes de consumo no durable con participación de 15%, en promedio, en la pauta exportadora. Brasil es, de hecho, un gran exportador de

mineral de hierro, petróleo, soja y alimentos, ejemplos de bienes que son clasificados como insumos (bienes intermedios) y, también, de alimentos (bienes de consumo no durables).

Tabela II.3
Exportaciones brasileñas según categorías de uso (en %)

Categoría de Uso	2007	2009	2011	2013	2015
Bienes de capital	12,2	8,8	7,5	10,0	8,2
Bienes intermedios	57,3	61,0	64,9	64,3	66,0
Bienes de consumo durable	4,7	3,4	2,7	3,3	2,9
Bienes de consumo no durable	16,7	17,0	13,8	14,3	15,3
Combustibles	9,2	9,8	11,0	8,1	7,6
Memo:					
Total de las Exportaciones (US\$ miles de millones)	160,6	153,0	256,0	242,0	191,1

Fuente: Datos de la Funcex. Datos Básicos de la Secex/MDIC.

En lo que respecta al perfil de las compras en el extranjero, los cambios, cuando se examinan a la luz de la clasificación por categorías de uso, se muestran menos importantes (**Tabla II.4**). Los bienes intermedios son, de lejos, la categoría más relevante, con una participación en las importaciones en el orden de 55% de la pauta, con los bienes de capital y los combustibles siguiendo en importancia.

Tabla II.4
Importaciones brasileñas según categorías de uso (en %)

Categoría de Uso	2007	2009	2011	2013	2015
Bienes de capital	14,0	17,1	15,6	15,5	15,1
Bienes intermedios	58,4	56,1	53,5	52,8	57,1
Bienes de consumo durable	4,1	6,0	7,0	5,5	4,8
Bienes de consumo no durable	6,6	7,9	7,4	8,3	9,9
Combustibles	16,9	12,9	16,5	17,9	13,2
Memo:					
Total de las Importaciones (US\$ miles de millones)	120,6	127,7	239,6	242,0	171,4

Fuente: Datos de la Funcex. Datos básicos de la Secex/MDIC.

El comercio exterior brasileño puede ser considerado muy diversificado desde el punto de vista de la orientación geográfica de sus flujos (**Tabla II.5**). Brasil siempre se caracterizó por ser un *global trader* y mantiene, de hecho, vínculos comerciales con los principales centros económicos globales. Actualmente, el intercambio comercial es más

intenso con Asia, en función del peso de China como el principal mercado de destino de las exportaciones y, también, el principal proveedor de importaciones. A rigor, la creciente importancia de los países de Asia como mercados de origen de las compras exteriores, superando a proveedores tradicionales de Brasil, como la Unión Europea y el NAFTA, es el resultado de un proceso de cambio estructural que ya lleva algunos años y que también ha sido observado en otros países de América Latina.

Aun considerando lo anterior, la Unión Europea continúa teniendo una posición relevante en el comercio exterior brasileño, considerándose que ocupa el segundo lugar en importancia tanto en las exportaciones como en las importaciones. Sin embargo, su participación en ambos flujos quedó, en los últimos años, 10 puntos porcentuales abajo de Asia.

Tabla II.5
Exportaciones e Importaciones de Brasil según Regiones
(en %): Años 2013, 2014 y 2015

Exportaciones			
Regiones o Bloques	2013	2014	2015
Asia	32,3	32,8	33,2
Unión Europea	19,7	18,7	17,8
América del Sur	17,0	16,3	16,3
NAFTA	13,1	14,7	15,8
América Central y Caribe	0,4	1,1	0,9
África	4,6	4,3	4,3
Medio Oriente	4,5	4,6	5,2
Resto	8,2	7,4	6,6
Importaciones			
Regiones o Bloques	2013	2014	2015
Asia	30,6	31,1	32,6
Unión Europea	21,2	20,4	21,4
América del Sur	18,8	18,9	19,6
NAFTA	13,4	13,0	12,6
América Central y Caribe	7,3	7,4	5,1
África	3,1	3,5	3,1
Medio Oriente	0,6	0,5	0,6
Resto	5,0	5,1	5,1

Fonte: **Fuente:** Datos de la Funcex. Datos básicos de la Secex/MDIC.

Nótese que Asia y la Unión Europea responden, conjuntamente, por más de 50% de los flujos de exportaciones e importaciones, siendo que el NAFTA y América del Sur tienen una participación acumulada de aproximadamente 32%. Los demás mercados (África, Medio Oriente, América Central y Caribe, Resto del Mundo) responden, en conjunto, por los restantes 16%. Se destaca que la ordenación de las re-

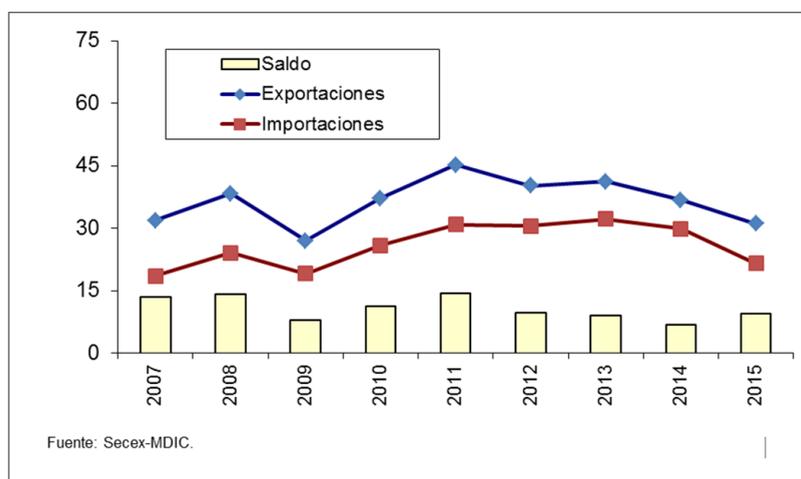
giones y bloques económicos muestra una distribución porcentual muy semejante en las importaciones y en las exportaciones.

II.6.3. Comercio con América del Sur

Los intercambios comerciales con América del Sur siguieron una evolución semejantes al comercio brasileño global. Las exportaciones brasileñas para la Región crecieron mucho entre 2002 y 2008, se redujeron en 2009 en virtud de la crisis internacional, pero retornaron, rápidamente, a su trayectoria ascendente hasta alcanzar un pico en 2011 (US\$ 45 miles de millones) [Gráfico II.11]. En el trienio 2013-2015, sin embargo, ellas caen acentuadamente, terminando el año 2015 con un monto similar al registrado en 2007 (US\$ 31 miles de millones).

El ritmo de expansión de las importaciones provenientes de América del Sur es menos intenso, aunque más duradero, pues se extiende hasta 2013, año en el cual alcanzan un punto máximo (US\$ 32,2 miles de millones). En el bienio 2014-2015, la evolución de las importaciones de la Región es semejante al observado para el total de las compras exteriores brasileñas: reducción moderada en 2014 y caída muy abrupta en 2015. En efecto, en el último año, las importaciones de América del Sur registran una contracción verdaderamente impresionante (-27,8%), cayendo para US\$ 21,6 miles de millones.

Gráfico II.11
Intercambio comercial entre Brasil y países de América del Sur
(US\$ miles de millones) - Período 2007 a 2015



Diferentemente de lo observado en el caso del comercio global brasileño, el saldo comercial con los países de América del Sur registró oscilaciones, pero permaneció superavitario a lo largo de todo el período 2007-2015. En 2011 alcanzó un valor

récord de casi US\$ 14,4 miles de millones, pero el saldo superavitario fue también expresivo en 2015 (US\$ 9,6 miles de millones), así como en los años precedentes.

El mercado regional es importante para Brasil, pues tiene participación relevante en las ventas para el extranjero de productos industriales de Brasil. En efecto, la participación de los productos manufacturados en las exportaciones brasileñas para los países de la región alcanza, con frecuencia, un porcentaje superior a 85% del flujo total. Una participación las exportaciones de productos industriales de esa magnitud no se observa en ningún otro mercado.

A título de ejemplo, se muestra la composición de las ventas brasileñas para el mercado de América del Sur, en el trienio 2013-2015 (**Tabla II.6**). Se destacan las exportaciones de los 15 principales productos (NCM 4 dígitos) en orden decreciente de participación en la pauta exportadora de Brasil para la región. Los productos, así ordenados, responden por casi 43% de las ventas brasileñas en promedio del trienio considerado. Cabe notar que, con excepción de tres productos (aceites brutos de petróleo, minerales de hierro y animales vivos), los demás corresponden a bienes industriales, con destaque absoluto para diversos productos de la industria automovilística, pero con presencia, también, de productos de otros sectores industriales importantes (alimentos, química, farmacéutica, caucho y bienes de capital). Los datos destacan, asimismo, la relevancia del mercado regional para las ventas brasileñas de algunos productos específicos (polímeros de etileno, medicamentos, neumáticos), sin dejar de considerar el caso, mucho más conocido, de los productos del sector automovilístico (autos de pasajeros, piezas y accesorios de automóviles, vehículos utilitarios, tractores, chasis, con motor para automóviles). Se destaca, por último, que los productos seleccionados respondieron, individualmente, por ventas siempre superiores a US\$ 400 millones/año.

Tabela II.6
Principais produtos exportados pelo Brasil para a América do Sul

NCM 4 dígitos	Descripción	Promedio de 2013-15		Part. (%) de América del Sur en las exportaciones brasileñas
		Monto (US\$ Millones)	Part. %	
8703	Automóviles de pasajeros (hasta 10 personas)	3.636	10,0	90,5
2709	Aceite brutos de petróleo o de minerales bituminosos	2.428	6,7	17,7
8708	Piezas y accesorios de los vehículos automotores	1.773	4,9	65,0
8704	Vehículos automotores para transporte de mercaderías	1.351	3,7	76,1
202	Carnes de animales de la especie bovina, congeladas	789	2,2	17,6
8701	Tractores	780	2,1	70,6
2601	Minerales de hierro y sus concentrados	727	2,0	3,0
3901	Polímeros de etileno, en formas primarias	666	1,8	53,0

4011	Neumáticos nuevos, de caucho	651	1,8	55,5
2710	Aceites de petróleo, excepto aceites brutos	592	1,6	17,5
207	Carnes y vísceras comestibles de aves	454	1,2	6,6
8706	Chasis, con motor, para vehículos automotores	452	1,2	70,1
8429	Bulldozers, angledozers, niveladoras, etc.	450	1,2	27,2
3004	Medicamentos	440	1,2	39,8
0102	Animales vivos de la especie bovina	415	1,1	77,1
	Subtotal (15 productos)	15.604	42,9	22,8
	Total	36.344	100,0	16,6

Fuente: Elaborado por la Funcex, con base en datos de la Secex/MDIC.

Una estructura no muy diferente se observa en las ventas de los países vecinos para Brasil. Cerca de la mitad de los 15 principales productos adquiridos por Brasil con origen en América del Sur, en el mismo período, corresponde a bienes industriales (Tabla II.7). Nótese, también, que Brasil concentra en el mercado regional una parte muy importante de sus importaciones en la mayoría de los productos seleccionados. El interés en el vínculo comercial Brasil-Países de América del Sur es, por consiguiente, mutuo.

Tabela II.7
Principales productos importados de América del Sur

NCM 4 dígitos	Descripción	Promedio de 2013-15		Part. (%) de América del Sur en las importaciones brasileñas
		Monto (US\$ Millones)	Part. %	
2711	Gas de petróleo y otros hidrocarburos gaseosos	3.581	12,7	47,7
8703	Automóviles de pasajeros (hasta 10 personas)	3.043	10,8	41,9
8704	Vehículos automotores para transporte de mercancías	2.542	9,0	89,9
2710	Aceites de petróleo o de minerales bituminosos	1.397	5,0	9,5
7403	Cobre afinado y aleaciones de cobre, en formas brutas	1.367	4,9	96,6
1001	Trigo y mezcla de trigo con centeno	1.063	3,8	58,6
2603	Minerales de cobre y sus concentrados	971	3,4	97,2
8708	Piezas y accesorios de los vehículos automotores	837	3,0	12,1
1107	Malta, también torrada	420	1,5	82,8
2701	Hullas, briquetas, bolas	394	1,4	17,4
302	Pescados frescos o refrigerados	392	1,4	100,0
3808	Insecticidas, rodenticidas, fungicidas, herbicidas	374	1,3	11,7
3904	Polímeros de cloruro de vinilo en formas primarias	316	1,1	56,0
3901	Polímeros de etileno, en formas primarias	303	1,1	22,1
402	Leche y nata, concentradas o adicionadas de azúcar	272	1,0	99,1
	Subtotal (15 productos)	17.272	61,4	33,2
	Total	27.864	100,0	12,7

Fuente: Elaborado por la Funcex, con base en datos de la Secex/MDIC.

III.

IMPORTACIONES: NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

III. IMPORTACIONES: NORMAS Y PROCEDIMIENTOS

Brasil es un mercado de grandes dimensiones que ofrece innúmeras oportunidades de negocios. El éxito de las iniciativas exige, sin embargo, que el exportador conozca los procedimientos que deben ser cumplidos para que el producto pueda ser introducido en el mercado de acuerdo con las exigencias y normas administrativas, aduaneras y de cambio vigentes en el País.

La realización de una importación en el Brasil presenta nivel de complejidad similar al proceso importador existente en los demás países del mundo. Todos los procedimientos están informatizados en un sistema denominado Siscomex – Sistema Integrado de Comercio Exterior (www.portalSiscomex.gov.br), en el cual los órganos gubernamentales están interligados a todos los agentes que, de alguna u otra forma, participan activamente en los procesos de exportación e importación.

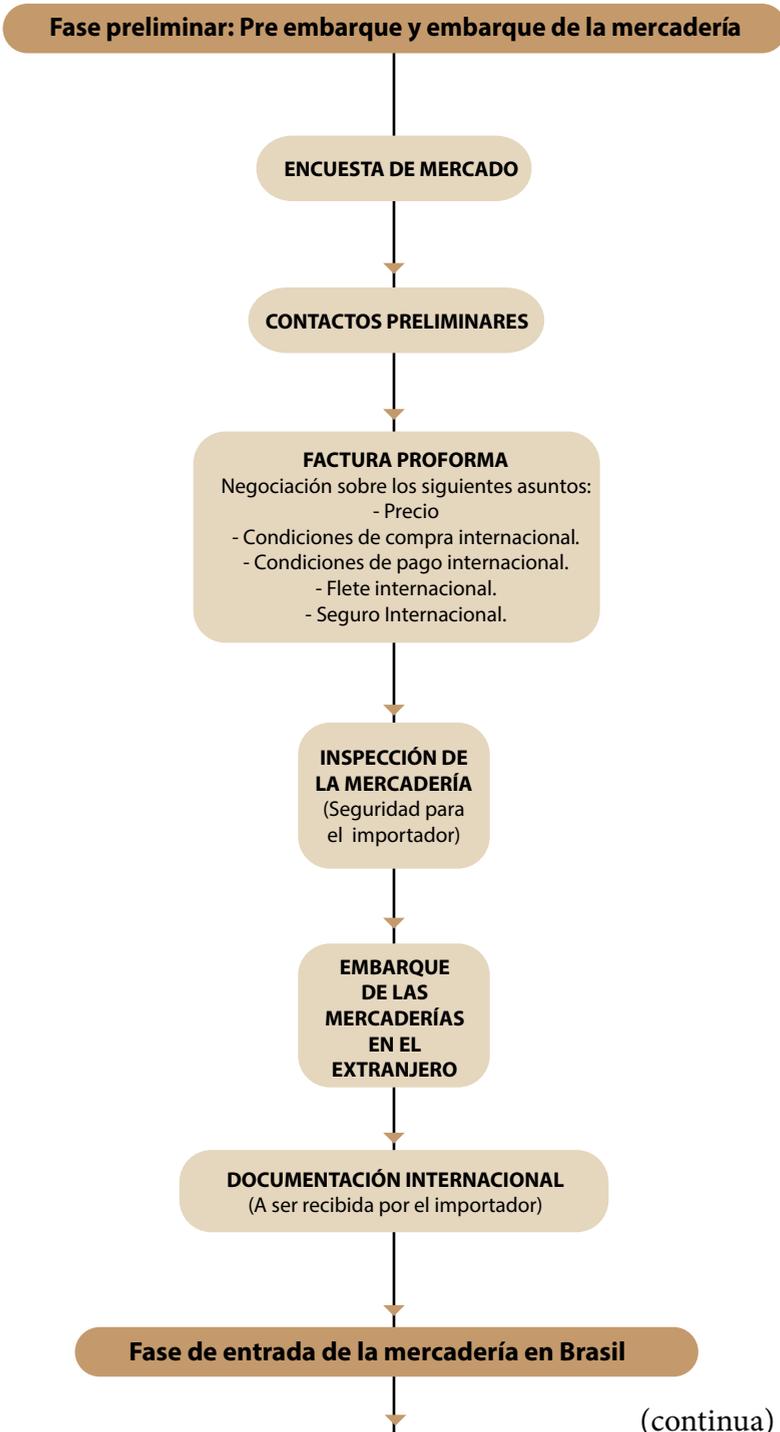
Para la importación de servicios, existe un sistema similar denominado Siscoserv - Sistema Integrado de Comercio Exterior de Servicios, Intangibles y Otras Operaciones que Produzcan Variaciones en el Patrimonio, de la Secretaría de Comercio y Servicios del Ministerio de Industria y Comercio (www.siscoserv.mdic.gov.br).

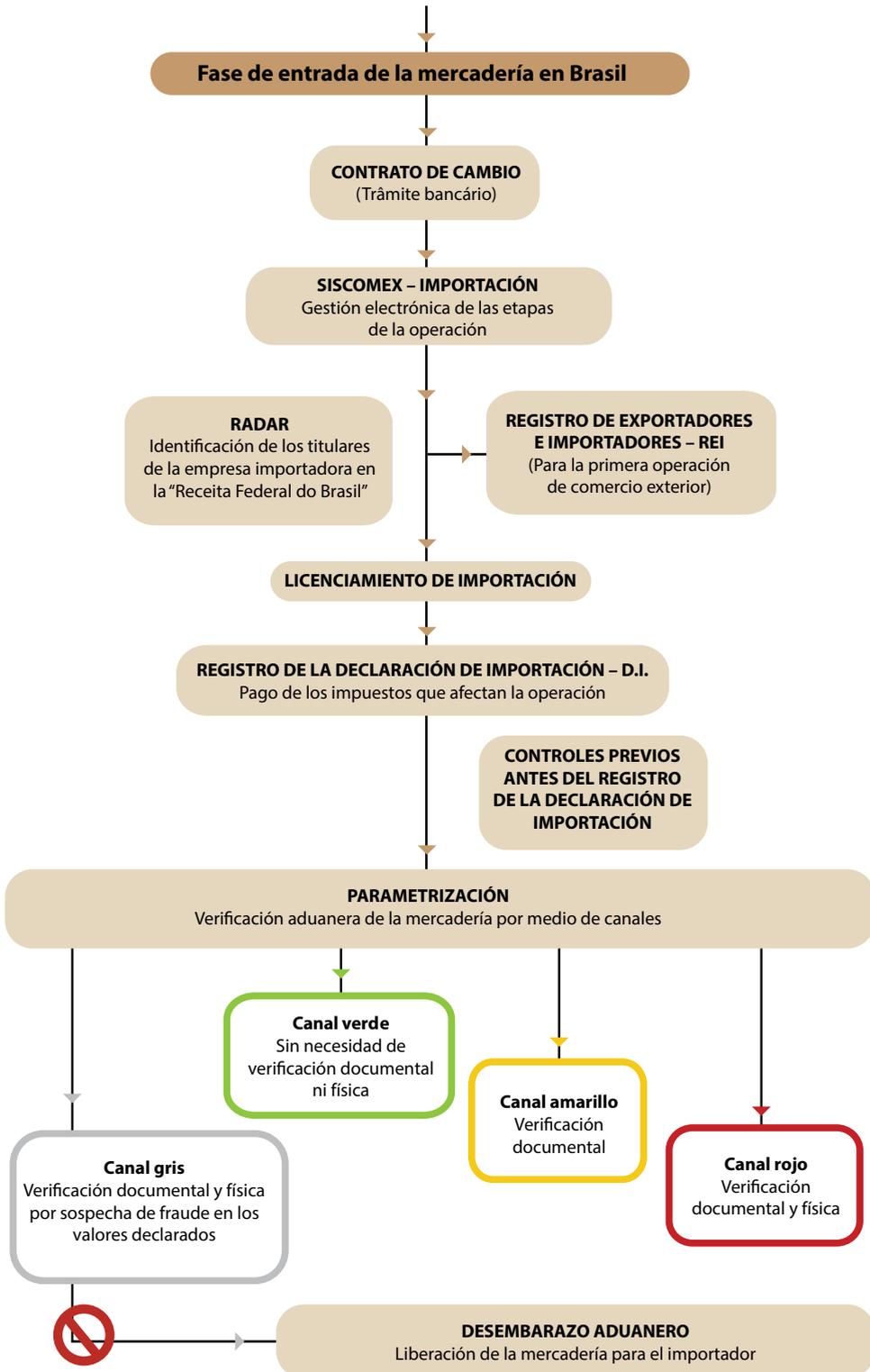
Las siguientes sub secciones detallan las principales normas y procedimientos referentes a las importaciones en Brasil, tratando, secuencialmente, de los siguientes asuntos:

- La clasificación de mercancías adoptada en el país.
- La descripción del Siscomex.
- La representación del exportador/importador brasileño ante la aduana.
- El tratamiento administrativo de las importaciones, dando énfasis a los órganos intervinientes y anuentes, y al proceso de licenciamiento de las importaciones
- El procedimiento de desaduanaje aduanero.
- El tratamiento tributario de las importaciones, con informaciones sobre los tributos que pueden incidir en una importación.
- Las preferencias arancelarias otorgadas por el País a algunos de sus socios comerciales, destacadamente a los países de América del Sur.
- El tratamiento financiero de las importaciones.
- Tratamientos aduaneros especiales existentes en el País, que tienen por objetivo simplificar cierto tipo de operaciones y estimular el desarrollo y el crecimiento económico del País.

Para una visión general sobre cómo funciona el sistema brasileño de importaciones de mercaderías, se presenta, a continuación, el flujo administrativo y aduanero de las importaciones en Brasil, seguido de breves comentarios.

Figura 1. FLUJO ADMINISTRATIVO Y ADUANERO DE LA IMPORTACIÓN EN BRASIL





→ **Comentario: antes del embarque de la mercadería**

La empresa extranjera que desea entrar en el mercado brasileño deberá, como paso inicial, hacer los contactos preliminares con la finalidad de formatear la operación de venta con el importador de Brasil. Esta negociación va a generar la emisión del primer documento internacional denominado Proforma Invoice cuyo modelo estándar se presenta en la Figura 2.

Dos puntos son esenciales en esta fase de negociación preliminar, antes del embarque de las mercaderías:

- Condiciones de Venta Internacional definiendo la sigla de los Incoterms.
- Modalidad de pago acordada con el cliente de Brasil.

Es importante señalar que Brasil no exige la obligatoriedad de inspeccionar la mercadería en el país de origen, antes del embarque, y esta exigencia queda a criterio del comprador.

Otra recomendación que precisa ser tenida en cuenta dependerá del tipo de mercadería que se está exportando a Brasil. En efecto, dependiendo de la mercadería, el comprador de Brasil tendrá que conseguir una licencia de importación, que podrá requerir aprobaciones previas de organismos gubernamentales, razón por la cual el embarque en el extranjero precisará aguardar la realización de esos trámites. En consecuencia, es importante que el exportador aguarde hasta recibir del importador brasileño la información de que el embarque puede ser efectuado.

Hecho el embarque de las mercaderías, cabe al exportador obtener con la máxima rapidez posible, la documentación original y enviarla por medio de la red bancaria, dependiendo de la forma de pago acordada, dando especial atención cuando se trate de una carta de crédito irrevocable.

Los documentos internacionales originales, que la *Receita Federal do Brasil* exige para efectuar la internación de la mercadería importada son:

- Factura Comercial
- *Bill of Lading* (B/L) en caso de entrada por vía marítima
- *Air waybill* (Awb) en caso de entrada por vía aérea
- CRT (Conocimiento de Transporte por Carretera) en caso de entrada por frontera terrestre
- Packing List (Lista de Despacho)
- *Certificate of Origin*
- *Inspection Certificate* en caso que el comprador brasileño exija tal documento
- *Insurance Certificate* (en el caso de CIF/CIP)

El importador, por determinación de las normas vigentes recibirá del banco en Brasil la documentación internacional mediante la formalización del contrato de cambio, cuando los Reales equivalentes a la moneda extranjera (dólar de los Estados Unidos de América o Euro, de forma preferencial) serán convertidos en divisas y remitidos al exportador, de forma inmediata o en la fecha de vencimiento, si la venta fue realizada a plazo.

→ **Comentario: después del embarque de las mercaderías:**

- Procedimientos da nacionalización

Una vez que las mercaderías extranjeras se encuentran en territorio aduanero brasileño le corresponde al importador iniciar todos los procedimientos para conseguir la nacionalización de la carga, siguiendo rigurosamente las normas de la *Receita Federal do Brasil*¹.

El primer paso para que una empresa importadora brasileña comience a actuar en el ramo de las compras internacionales consiste en que haga su registro catastral en el Sistema de Rastreo de la Actuación de los Intervinientes Aduaneros, conocido con la sigla **RADAR**, donde la *Receita Federal do Brasil*, en cumplimiento de sus funciones de autoridad aduanera, examinará la real situación financiera y de registro de la empresa, así como de sus titulares, concediendo, de este modo, un permiso para que la importadora brasileña pueda efectuar operaciones de compras internacionales, respetando los límites de cantidades y cuantías de dinero que fueren determinados.

La empresa estará entonces automáticamente registrada en el Siscomex [Sistema Integrado de Comercio Exterior] mediante el Registro de Exportadores e Importadores – REI y en condiciones de solicitar la emisión de la Licencia de Importación, exigible, si fuere el caso, para las compras del extranjero.

Estando habilitada a operar, la empresa puede iniciar sus contactos con el exportador extranjero mediante la formalización de la Proforma Invoice y cerrar el negocio, que se concretiza con el embarque posterior de la mercadería en el extranjero, conforme comentado anteriormente.

Estando la mercadería localizada en territorio brasileño y habiendo recibido la documentación del Banco, al efectuar el contrato de cambio, el importador podrá dar inicio al proceso de nacionalización, que en Brasil, se denomina “desembarazo aduanero”, procedimiento que está sujeto a la autoridad de la *Receita Federal do Brasil*.

La inspección, tanto de la mercadería como de la documentación, se hace mediante una selección de canales de control, denominada “parametrización”, como veremos de manera detallada más adelante.

¹ Receita Federal do Brasil (RFB) = Administración de Recaudación de Impuestos Federales y Contribuciones para la Seguridad Social.

Todo el proceso aduanero de importación y exportación está informatizado y es considerado, desde su implantación en 1993, por medio del Siscomex, como uno de los más modernos en el mundo. Actualmente, está vinculado a la Internet bajo la denominación de **Novoex**.

Uno de los puntos cruciales del proceso de importación brasileño es la clasificación de mercaderías. Brasil, como país miembro del Mercosur, utiliza la clasificación de mercancías establecida por la **Nomenclatura Común del Mercosur, NCM/SH**, asunto que será analizado en detalle a continuación.

III.1. Clasificación de las mercancías

Las mercancías comercializadas internacionalmente por el País son clasificadas, desde 1996, de acuerdo con la **Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM)**, que también es adoptada por Argentina, Paraguay, Uruguay y Venezuela. Los códigos de clasificación de la NCM son formados por ocho dígitos, siendo tal clasificación basada en el Sistema Armonizado (SA)². La inclusión de dos dígitos, después de los seis del código numérico del SA, tiene por objetivo obtener una caracterización más detallada de las mercancías y de sus respectivas clasificaciones y satisfacer a los intereses de todos los países miembros del Mercosur.

Es importante que el importador clasifique correctamente los productos adquiridos, con la finalidad de evitar la aplicación de sanciones por parte de las autoridades aduaneras y, por otro lado, utilizar las ventajas arancelarias que resultan de los acuerdos bilaterales y multilaterales que Brasil mantiene en el ámbito de su comercio internacional. Es recomendable, también, que el exportador, con el objetivo de perfeccionar la clasificación de la mercancía que pretende exportar al Brasil, informe al cliente brasileño la clasificación que utiliza en sus negocios externos, puesto que no siempre la clasificación de la NCM/SA coincide con la codificación utilizada por el exportador en las dos últimas posiciones numéricas (ocho dígitos).

Las ventajas derivadas de la correcta clasificación se traducen esencialmente en la reducción del Impuesto de Importación o, inclusive, en su exención, en función de los acuerdos comerciales vigentes. Por lo tanto, es necesario que el exportador conozca los beneficios tributarios de su producto en relación al mercado brasileño, a fin

² El Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, o simplemente Sistema Armonizado (SA), es una nomenclatura internacional de clasificación de mercancías basada en una estructura de códigos y respectivas descripciones. Tal Sistema fue creado para promover el desarrollo del comercio internacional y perfeccionar la recolección, comparación y el análisis de las estadísticas de comercio exterior. Además, el SA facilita las negociaciones comerciales internacionales, la elaboración de las tarifas de fletes y la confección de las estadísticas relativas a los diferentes medios de transporte de mercancías y de otras informaciones utilizadas por los diversos participantes en el comercio internacional. La composición de los códigos del SA, formados por seis dígitos, permite que sean atendidas las especificaciones de los productos, tales como origen, materia constitutiva y aplicación, en un ordenamiento numérico lógico, creciente y de acuerdo con el nivel de sofisticación de las mercancías.

de ganar competitividad frente a los competidores de otros países que eventualmente no sean favorecidos por los tratados comerciales que Brasil mantiene en su comercio exterior.

Esa ventaja tributaria será efectivamente formalizada durante el proceso del despacho aduanero, cuando el importador deberá estar en posesión del Certificado de Origen, para su eventual presentación ante las autoridades aduaneras. Ese documento es emitido por la entidad autorizada en el país del exportador y en él deben constar los fundamentos legales del acuerdo comercial que está siendo aprovechado en esa operación. La falta de presentación del certificado de origen ocasiona la pérdida de esas ventajas, implicando el pago por el importador del Impuesto de Importación con los aranceles normales.

Es importante destacar que la clasificación incorrecta de las mercancías en la NCM/SH genera, además del pago de eventuales diferencias de alícuota de importación, la imposición de multas que serán aplicadas sobre el importador brasileño y cuyo valor corresponde, como mínimo, a 1% del valor aduanero, dependiendo del tipo de infracción.

En el caso de exportaciones de países que no son parte del Mercosur o que no mantienen acuerdos comerciales con Brasil, los productos se clasifican y pagan tributos de acuerdo con la Tarifa Externa Común – TEC.

III.2. Siscomex

El **Sistema Integrado de Comercio Exterior – Siscomex**, instituido por el Decreto n° 660/92, es el instrumento administrativo que integra las actividades de registro, seguimiento y control de las operaciones de comercio exterior, mediante un flujo único y computadorizado de informaciones.

El Siscomex es una herramienta facilitadora que permite la adopción de un flujo único de informaciones y torna más ágil el proceso administrativo, pues elimina los controles paralelos y disminuye significativamente el volumen de documentos involucrados en las operaciones. Su implementación aumentó la confiabilidad del proceso y generó diversos beneficios, como la reducción de los costos, la eliminación de documentos, la automatización, el rápido acceso a las informaciones estadísticas y la agilización de los procedimientos.

El Siscomex promueve la integración de las actividades de todos los órganos gestores del comercio exterior, permitiendo el acompañamiento, orientación y control de las diversas etapas del proceso exportador e importador.

Las operaciones registradas vía Sistema son analizadas en tiempo real tanto

por los órganos gestores cuanto por los órganos anuentes, que establecen reglas específicas para la nacionalización de las mercancías dentro de su área de competencia.

El usuario, por intermedio de terminal conectado al Sistema, puede hacer el registro y el acompañamiento de sus exportaciones e importaciones, recibir mensajes e intercambiar informaciones con los órganos responsables por autorizaciones y fiscalizaciones.

El acceso al Siscomex puede ser efectuado a partir de cualquier punto conectado (bancos, corretoras, despachantes aduaneros o el propio establecimiento del usuario), así como por medio de terminales instalados en los órganos federales encargados del control del comercio exterior.

Los órganos gubernamentales intervinientes en el Siscomex se clasifican como:

i) Gestores: responsables por la administración, mantenimiento y perfeccionamiento del Sistema dentro de sus respectivas áreas de competencia. Son ellas:

- Secretaría de la Receita Federal do Brasil (SRFB), responsable por las áreas aduanera, fiscal y tributaria;
- Secretaría de Comercio Exterior (SECEX), responsable por las áreas administrativa y comercial; y
- Banco Central de Brasil (BACEN), responsable por las áreas financiera y cambiaria.

ii) Anuentes: Son todos aquellos órganos que efectúan análisis, dentro de su área de competencia, sobre determinadas operaciones de exportación o importación para ciertos tipos de mercancías, sea en razón del producto que se pretende comercializar, sea debido a la naturaleza de la operación en cuestión. Están interconectados al Siscomex, de modo a volver más ágil tal análisis. Así, para que la operación se haga efectiva, es necesario, en algunos casos, el cumplimiento de normas específicas establecidas por esos órganos.

III.3. Representación del exportador/importador ante la aduana

Para que sea viabilizada la exportación o importación de mercancías por medio del Siscomex, la primera providencia a ser tomada por los intervinientes en el comercio exterior es su habilitación, por medio de contraseña, para operación en el Siscomex y la acreditación de sus representantes para la práctica de actividades relacionadas al desaduanaje.

El interesado, persona física o jurídica, sólo puede ejercer actividades relacionadas con la aduana:

- a. por intermedio del gestor o despachante aduanero;
- b. personalmente, si es persona física;
- c. si es persona jurídica, por medio de:
 - dirigente;
 - empleado;
 - empleado de empresa coligada o controlada;
 - funcionario o empleado público específicamente designado, cuando se trate de órgano de la administración pública, misión diplomática o representación de organización internacional.

La actuación de la persona jurídica en operaciones de comercio exterior (importación, exportación y tránsito aduanero) depende del análisis previo de las informaciones catastrales y fiscales realizado por la SRFB en el sistema **RADAR** anteriormente comentado. Autorizada la empresa a operar en el comercio exterior, la SRFB catastra la misma y efectúa la habilitación de su responsable legal (dirigente, director, socio-gerente). Esta persona física habilitada acreditará los representantes de la empresa (apoderados o despachantes aduaneros) en el Siscomex, para que puedan actuar como representantes de la empresa para la práctica de los actos relacionados con el despacho aduanero.

III.4. Tratamiento administrativo de las importaciones

III.4.1. Estructura administrativa

Para un eficaz control de las actividades de importación, el Gobierno brasileño cuenta con una estructura administrativa diversificada, siendo el Ministerio del Desarrollo, Industria y Comercio Exterior – MDIC, el responsable directo por estas actividades. El órgano más importante es la Secretaría de Comercio Exterior – SE-CEX, que posee diversos objetivos y atribuciones, entre los cuales se destacan:

- Administrar los mecanismos e instrumentos de seguimiento y control de las operaciones de exportación e importación;
- Formular propuestas de políticas y programas de comercio exterior y establecer normas para su implementación;
- Coordinar la aplicación de defensa contra prácticas desleales de comercio, así como brindar apoyo al exportador brasileño cuando es sometido a una investigación de defensa comercial en el exterior;
- Participar de las negociaciones en acuerdos o convenios internacionales relacionados al comercio exterior; y
- Elaborar y diseminar informaciones de comercio exterior.

El Ministerio de Relaciones Exteriores

O Ministério das Relações Exteriores – MRE desempenha papel importante na área de comércio exterior no Brasil, tendo como uma de suas competências a promoção comercial dos produtos brasileiros fora do país.

III.4.2. Factura *Pro Forma*

Para facilitar los trámites administrativos por parte del importador brasileño, el exportador extranjero debe proporcionar la más completa información comercial y técnica del producto, que permita hacer la correcta clasificación de las mercancías y, consecuentemente, el encuadramiento de la compra dentro de las exigencias administrativas y aduaneras brasileñas. El proceso comienza con el envío de la *Factura Pro Forma* con todas las informaciones comerciales y financieras referentes a la operación. Nótese que las informaciones que se brinden deben ser precisas, pues cualquier cambio ocasionará atrasos en los procesos administrativo y aduanero. Es importante que este documento llegue al importador con todas las informaciones solicitadas, de forma clara y objetiva, para que se pueda dar inicio al proceso de importación ante los órganos brasileños, destacándose las siguientes:

- Identificación del importador y del exportador: los datos deben ser escritos de forma correcta, con la dirección completa, pues a partir de esas informaciones serán providenciados los trámites administrativos, cambiarios y aduaneros.
- Descripción de la mercancía: aunque sea hecha de forma objetiva, la descripción debe incluir las características del producto, con la finalidad de facilitar la clasificación aduanera y, consecuentemente, el tratamiento tributario. Debe ser hecha en portugués o en cualquier otro idioma oficial. Algunos importadores proporcionan al vendedor la versión en portugués y solicitan que el vendedor escriba de esa forma, indicando también la clasificación en la NCM.
- País de origen: información fundamental para que el importador pueda invocar y solicitar la concesión de eventual preferencia arancelaria.
- Precio unitario: este dato debe indicar la moneda extranjera previamente acordada y la forma de venta de acuerdo con el Incoterm negociado y, además, la unidad de medida convenida, que puede ser kilo, pieza, tonelada, metro cúbico, metro cuadrado etc.
- Valor total: para efectos del control aduanero es importante que exista coherencia entre la cantidad y el precio unitario que genera el valor total de la propuesta y, aún, dependiendo del Incoterm pactado, el destaque, en separado, del flete y del seguro internacional.
- Plazo de validez: es necesario que el vendedor, caso lo desee, establezca un plazo de validez para la propuesta.

- Pesos (neto y total): este dato es importante para que el comprador pueda informarlo en el Siscomex. informá-la no Siscomex.
- Embarque y desembarque: de acuerdo con lo previamente combinado, la denominación de los puertos y aeropuertos de origen y destino debe ser precisa y, si fuere transporte viario, el local fronterizo por donde la mercancía deberá ingresar.
- Forma de pago: de acuerdo con la negociación, debe ser informado si la operación será realizada con pago anticipado, cobro bancario o carta de crédito, a fin de que el comprador brasileño pueda iniciar los trámites financieros en la red bancaria.

Figura 2. FACTURA PRO FORMA

FACTURA PRO FORMA
PRO FORMA INVOICE

EMPRESA MODELO PROJEXPORTES
Rua do Navegador, 2230
Recife - PE, CEP: 51121-181
Nº

IMPORTER IMPORTADOR	
TERMS OF PAYMENT CONDICIONES DE PAGO	MARKS/MARCAS
PORT OF SHIPMENT PORTO DE EMBARQUE	- MADE IN BRAZIL
MEANS OF TRANSPORTATION MEDIOS DE TRANSPORTE	NET WEIGHT PESO NETO
PORT OF DESTINATION PUERTO DE DESTINO	GROSS WEIGHT PESO BRUTO
NUMBER OF CASES NÚMERO DE VOLÚMENES	DIMENSIONS DIMENSIONES

QUANTITY CANTIDAD	DESCRIPTION OF GOODS DESCRIPCIÓN DE LAS MERCADERÍAS	UNIT PRICE PRECIO UNITARIO	AMOUNT MONTO

→ **Comentario:**

El modelo precedente de Factura Pro forma obedece a un formato aceptado internacionalmente, con informaciones logísticas y comerciales que reflejan lo que fue negociado entre el exportador extranjero y el importador brasileño. **Dos asuntos son esenciales en esta fase: las formas de pago y la aplicación de las siglas de los Incoterms.** Ambas informaciones son obligatorias en la Licencia de Importación, la cual permitirá al comprador iniciar sus compras externas.

INCOTERMS 2010

Los Incoterms son siglas utilizadas para definir las condiciones de compra y venta establecidas entre exportadores e importadores, que tienen en cuenta la repartición de costos y responsabilidades en una operación de comercio exterior.

En Brasil, los más utilizados son FOB, CIF y CFR en las operaciones por vía marítima. En las operaciones aéreas y terrestres los más practicados son el FCA, CPT y CIP. El DAT es aplicado en operaciones fronterizas, principalmente con Mercosur y países andinos.

Es importante recordar que la práctica de los Incoterms no es obligatoria. Sin embargo, si los términos son adoptados de común acuerdo durante la negociación, ellos adquieren fuerza contractual.

Vale también resaltar que en la importación Brasil no acepta la condición DDP -*Delivered Duty Paid* (entregado con derechos pagos), porque desde el punto de vista legal el exportador extranjero no puede asumir la responsabilidad por los tributos relativos a la importación. Por consiguiente, al momento de efectuar la nacionalización el Siscomex no permite la utilización de la condición de venta DDP. En consecuencia, tanto en el proceso del despacho como en las instancias siguientes, el importador es el responsable por cualesquiera tributos, penalidades y adicionales por demora a los que la operación esté sujeta.

III.4.3. Licenciamiento de las importaciones

El sistema administrativo de las importaciones brasileñas está cumple las normas de la denominada Consolidación de las Normas de Comercio Exterior y comprende las siguientes modalidades:

- a) Importaciones dispensadas de Licenciamiento;
- b) Importaciones sujetas a Licenciamiento Automático; y
- c) Importaciones sujetas a Licenciamiento No Automático.

Como regla general, las importaciones brasileñas están dispensadas de Licenciamiento, debiendo el importador, o su representante legal, providenciar únicamente el registro de la **Declaración de Importación (DI)** en el Siscomex con el objetivo de dar inicio a los procedimientos de nacionalización de la mercancía en la unidad local de la *Receita Federal do Brasil*. Salvo excepciones previstas en la legislación, la DI sólo puede ser registrada después de la llegada de la mercancía a Brasil.

Las importaciones estarán sujetas a Licenciamiento en los casos en que la legislación exija la autorización previa de órganos específicos de la Administración

Pública de Brasil para la importación de determinadas mercancías, o cuando condiciones específicas deban ser observadas. En esos casos, el importador debe llenar un formulario de **Licencia de Importación (LI)** en el Siscomex, conteniendo las informaciones de naturaleza comercial, financiera, cambiaria y fiscal pertinentes a la operación que se pretenda realizar. La LI debe ser registrada con la antecedencia estipulada en la legislación, debiendo ser observado que el embarque de la mercancía en el exterior sólo puede ocurrir a posteriori de la autorización del Licenciamiento, salvo excepciones previstas en la legislación. Vía de regla, ambos licenciamientos tienen validez por 90 días para fines de embarque de la mercancía en el exterior.

El listado de productos/operaciones sujetas a licenciamiento puede ser encontrado en el módulo “Tratamiento Administrativo” del Siscomex Importación. Además, en la dirección electrónica del MDIC (<http://www.desarrollo.gov.br>) puede ser encontrado el listado de los productos sujetos a licenciamiento, en función de su clasificación fiscal en la Nomenclatura Común del Mercosur (NCM).

Aunque esta responsabilidad le corresponda al importador brasileño, es importante que el exportador extranjero conozca estas exigencias.

Después de efectuado el registro, la LI asume el status “para análisis”, lo que significa que ella se encuentra disponible para ser repasada al órgano anuente responsable. Después de repasada, la LI asume el status “en análisis”, indicando que ella ya se encuentra bajo examen del órgano. Las exigencias eventualmente formuladas por el órgano anuente son registradas en el Siscomex para conocimiento y providencias del importador, que, mientras no las cumpla, encontrará su LI clasificada con el *status* “en exigencia”. Concluido el análisis, el órgano anuente registra su decisión en el Sistema, con la indicación de Aprobación o Desaprobación. En el caso de la LI estar sujeta a la anuencia de más de un órgano, el importador debe aguardar la autorización de todos ellos. Posterior a la autorización de todos los órganos anuentes, la mercancía puede ser embarcada en el exterior y, a su llegada a Brasil, deberá ser elaborada la Declaración de Importación (DI).

Cuando se elabore la DI, el importador deberá informar el número de la Licencia de Importación aprobada en la adición que esté sujeta a Licenciamiento, de forma que el Siscomex realice la vinculación de la LI con la DI. De esa forma, al registrar la DI en el Sistema, los datos ya digitados por ocasión de la elaboración de la LI serán automáticamente transferidos para la respectiva adición de la DI.

Debido a las aprobaciones previas exigidas en el caso de algunos productos es importante que antes del embarque de las mercaderías el exportador le informe al importador brasileño todas las características técnicas de las mercaderías que sean necesarias para su correcta clasificación y posterior licenciamiento. Es conveniente, por lo tanto, que el exportador conozca las diversas aprobaciones previas

exigidas en el proceso de importación, tema que será tratado en la sección siguiente.

En algunos casos será necesaria la inspección física de la mercancía en el país de origen y la emisión del respectivo **certificado de conformidad**.

Extremo cuidado debe ser tomado también con la emisión del Certificado de Origen, para que sea correctamente elaborado respetando los procedimientos previstos en los acuerdos comerciales celebrados por Brasil, como veremos más adelante.

Procedimientos de embarque y trámite documental

Caso el importador brasileño tenga que obtener la autorización de la LI previamente al embarque en el exterior, el exportador extranjero deberá ser avisado para no embarcar la mercancía antes de conseguir la autorización. Caso contrario, el importador estará sujeto a las multas previstas en la legislación brasileña.

En el caso de pago anticipado, con la Factura Pro Forma en manos, el comprador deberá providenciar el contrato de cambio para efectuar el envío de las divisas. Tratándose de cobro bancario, el proceso se invierte, de forma que el exportador deberá embarcar primero la mercancía y después remitir la documentación vía banco. Cuando se trata de carta de crédito, el comprador utilizará la Factura Pro Forma para providenciar el trámite ante el banco brasileño. Las características de cada una de estas formas de pago son discutidas en la sección III.8.

En cualquier hipótesis, los documentos originales necesarios, básicamente el conocimiento de embarque (documento que comprueba la posesión o propiedad de la mercancía y la contratación de la operación de transporte), la factura comercial (documento similar a la Factura pro forma, pero emitida posteriormente al embarque de la mercancía, reflejando la operación efectivamente realizada entre el exportador extranjero y el importador brasileño), el romaneo de carga ("packing list" – lista que entrega el exportador al transportador conteniendo la descripción, cantidad, marcas, números y modelos de las mercancías que serán transportadas) y el Certificado de Origen (si fuese pleiteado el tratamiento tarifario preferencial) deben llegar al importador vía banco o directamente a su dirección lo más rápido posible, a fin de que se pueda dar inicio al proceso aduanero de nacionalización.

Se recomienda que el exportador envíe copias de estos documentos escaneados vía e-mail, pues algunos procedimientos pueden ser aplazados mientras la mercancía está viajando a su destino, principalmente si es por vía aérea o terrestre.

Con los documentos originales en manos y la mercancía en local aduanero de zona primaria o zona secundaria, el importador brasileño puede dar inicio al proceso denominado despacho aduanero de importación, vía Siscomex, con el objetivo de nacionalizar la mercancía.

III.4.4. Órganos anuentes

Para fiscalización y autorización de la entrada de productos específicos en territorio aduanero brasileño, operan en Brasil diversos órganos de control, cuya función es justamente la de analizar y autorizar la importación del bien por medio de la emisión de Licencia de Importación en el Siscomex, siempre que el producto examinado cumpla todos los requisitos necesarios. Tales órganos actúan concediendo anuencia de importación de productos a ellos pertinentes, pudiendo, de acuerdo con el bien, verificarse la actuación simultánea e independiente de más de un órgano en una misma LI. Os órgãos anuentes, entre outros, com participação mais expressiva no comércio exterior brasileiro são Secex/Decex, Anvisa, Mapa e Suframa.

III.4.4.1. Departamento de Operaciones de Comercio Exterior (DECEX)

El Decex, además de ser el organismo responsable por la gestión y la actualización del tratamiento administrativo del Siscomex, actúa como órgano anuente de algunos productos sujetos a procedimientos especiales, así como en la concesión de anuencia a ciertas operaciones de importación que están sujetas a licenciamiento independientemente del producto comercializado:

- a) **Importaciones amparadas en el Régimen Aduanero Especial de *Drawback*:** Tales importaciones, en las modalidades “suspensión” y “exención”, están sujetas a Licenciamiento Automático, que puede ser posterior al embarque de la mercancía en el exterior. El importador deberá registrar la LI cuando vaya a realizar las importaciones previstas en el Acto de Concesión de *Drawback*;
- b) **Importaciones sujetas a la obtención de Cuota Arancelaria:** Las importaciones amparadas en Acuerdos celebrados en el ámbito de la ALADI (Asociación Latinoamericana de Desarrollo e Integración) o Mercosur están sujetas a Licenciamiento No Automático previamente al embarque de la mercancía en el exterior. En estos casos, la LI tiene por objetivo monitorear la distribución de la cuota entre las empresas brasileñas interesadas;
- c) **Importaciones sujetas a Examen de Similitud:** Están sujetas al previo examen de similitud las importaciones que conllevan la solicitud de beneficios fiscales (exención o reducción del Impuesto de Importación) previstos en legislación específica. Tales importaciones están sujetas a Licenciamiento No Automático previamente al embarque de los bienes en el exterior. Cuando se realice el análisis de la LI será verificado si existe en Brasil un producto similar al importado, observados los parámetros de precio, plazo y calidad. Caso sea verificada la existencia de producto similar nacional, el beneficio no será concedido, pero la importación aún podrá ser realizada con la recaudación integral del Impuesto de Importación.

- d) **Importaciones de Material Usado:** En regla, están prohibidas las importaciones de bienes de consumo usados, salvo algunas excepciones previstas en normas específicas. Tales importaciones están sujetas a Licenciamiento No Automático previamente al embarque de la mercancía en el exterior. Como regla general, sólo son autorizadas importaciones de bienes que no sean producidos en Brasil, siendo exigida la presentación de laudo técnico de inspección y evaluación del material que se desea importar.

III.4.4.2. Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (ANVISA)

La Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (ANVISA) es el órgano responsable por el control sanitario de productos y servicios, inclusive de los ambientes, procesos, insumos y tecnologías a ellos relacionados. Ejerce, aún, el control de puertos, aeropuertos, fronteras y recintos aduaneros instalados en zonas primarias y secundarias, y actúa en las cuestiones internacionales afectas a la vigilancia sanitaria.

En el ámbito de sus actividades, la Anvisa es responsable por la reglamentación, control y fiscalización de productos con impacto en la salud humana – medicamentos, reactivos para diagnóstico, cosméticos, saneantes, alimentos, derivados del tabaco, productos médicos, sangre y hemoderivados –, así como por servicios de salud; además, se responsabiliza por el monitoreo de precios de medicamentos, por la anuencia previa en el proceso de concesión de patentes de productos y procesos farmacéuticos y por el control de la propaganda de productos sujetos al régimen de vigilancia sanitaria.

La legislación sanitaria brasileña exige que las empresas interesadas en importar mercaderías sujetas a vigilancia sanitaria se regularicen en la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria - Anvisa antes de efectuar la importación. Tal regularización consiste en la obtención de una licencia sanitaria, a ser emitida por el organismo estadual o municipal de la Anvisa, donde la empresa está instalada.

Las informaciones sobre cómo proceder para obtener la licencia sanitaria, así como cuál documentación debe ser presentada, que varía de acuerdo con el tipo de producto que la empresa tiene interés en importar, se pueden encontrar en la dirección electrónica: www.anvisa.gov.br. Es importante que las importaciones con fines industriales y comerciales sean planeadas con antelación, ya que las exigencias sanitarias en vigor están diferenciadas por clases de mercancías.

De modo a evitar el rechazo de la mercancía, se recomienda que sean brindadas las necesarias aclaraciones (conocimientos de carga y facturas comerciales) a los prestadores de servicio y a las autoridades fiscales sobre las condiciones apropiadas para el embarque, transporte, desembarque y almacenaje, de modo a garantizar el mantenimiento de la integridad de la mercancía y, consecuentemente, su calidad, seguridad y eficacia.

III.4.4.3. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento (MAPA)

El MAPA es el órgano responsable por la fiscalización y control del tránsito internacional de productos e insumos agropecuarios en los aeropuertos, puertos, puestos de frontera y aduanas especiales, con el objetivo de cohibir el ingreso de plagas y enfermedades que puedan representar amenaza a la sanidad de los vegetales y rebaños nacionales. Cabe al MAPA garantizar el ingreso de productos de origen animal y vegetal e insumos agropecuarios en conformidad con los patrones establecidos y a emitir la certificación fitosanitaria y sanitaria de los productos que son exportados.

Las reglamentaciones brasileñas determinan que las actividades de vigilancia agropecuaria de animales, vegetales, insumos (inclusive alimentos para animales), productos de origen animal y vegetal, y embalajes y soportes de madera importados, en tránsito aduanero y exportados por Brasil, son de responsabilidad privativa del MAPA.

Las autorizaciones para importación de animales, vegetales, sus productos, derivados y partes, subproductos, residuos de valor económico y de los insumos agropecuarios deberán ser objeto de solicitud previa a los sectores técnicos competentes de la Secretaría de Defensa Agropecuaria – SDA/Mapa, o de la Superintendencia Federal de Agricultura en la jurisdicción del interesado, observándose las normas para registro en el Siscomex.

La fiscalización y la inspección se realizarán en el momento de la llegada de las mercaderías, correspondiendo a los inspectores, ubicados en los aeropuertos, puertos, puestos de frontera y aduanas especiales, la ejecución de las actividades de vigilancia agropecuaria, tales como realizar exámenes de animales e inspección de productos y derivados de origen animal y vegetal, de vegetales y partes de vegetales, de materiales genéticos vegetal y animal, de productos para alimentación animal, de productos veterinarios, agrotóxicos, sus componentes y afines, de fertilizantes, así como de forrajes, boxes, cajas y materiales de acondicionamiento y embalajes de madera.

Visite el sitio de Internet: www.agricultura.gov.br para obtener informaciones más específicas.

III.4.4.4. SUFRAMA

La Superintendencia de la Zona Franca de Manaus actúa como anuente de las importaciones realizadas por empresas ubicadas en la Zona Franca de Manaus. Tales importaciones están sujetas a Licenciamiento No Automático, siendo que la Licencia de Importación puede ser obtenida posteriormente al embarque de la mercancía en el exterior.

Finalmente, para que el exportador extranjero conozca los diferentes organismos de la administración pública brasileña, que emiten aprobaciones de acuerdo con el producto a ser exportado, puede consultar el sitio de Internet: www.desenvolvimento.gov.br o, en último caso, solicitar informaciones al comprador brasileño sobre las exigencias que las mercaderías deberán cumplir para que puedan entrar en el territorio aduanero.

III.5. El procedimiento de despacho aduanero (DESADUANAJE)

El despacho aduanero tiene por finalidad verificar la exactitud de los datos declarados por los importadores en relación a la mercancía importada, a los documentos presentados y a la legislación vigente, con miras a la nacionalización y entrega de la mercancía al importador.

Toda mercancía procedente del exterior, importada a título definitivo o no, sujeta o no al pago del Impuesto de Importación, debe ser sometida al desaduanaje de importación, que es realizado con base en Declaración presentada a la unidad aduanera bajo cuyo control esté la mercancía.

En general, el despacho de importación es procesado por medio de la Declaración de Importación (DI), registrada en el Sistema Integrado de Comercio Exterior (Siscomex), según la normativa vigente. Entretanto, en algunas situaciones, el importador puede optar por el despacho aduanero simplificado, que se puede dar por medio del Siscomex o por formularios específicos, conforme el caso.

Antes de iniciar su operación de importación, el interesado debe verificar si su habilitación para utilizar el Siscomex será necesaria y si ella se encuentra en vigor. El despacho aduanero de importación es dividido, básicamente, en dos categorías: el despacho para consumo y el despacho para admisión en régimen aduanero especial o aplicado en áreas especiales.

El despacho para consumo ocurre cuando las mercancías ingresadas en el País son destinadas al uso, por el aparato productivo nacional, como insumos, materias primas, bienes de producción y productos intermedios, así como cuando son destinadas al consumo propio y a la reventa. El despacho para consumo tiene como objetivo, por lo tanto, la nacionalización de la mercancía importada y a él se aplica el régimen común de importación.

El despacho para admisión en regímenes aduaneros especiales o aplicados en áreas especiales tiene por objetivo el ingreso en el País de mercancías, productos o bienes provenientes del extranjero, que deberán permanecer en el respectivo régimen por un plazo definido y de acuerdo con la finalidad a la que se destinan, sin

sufrir la incidencia inmediata de tributos, los cuales permanecen suspendidos hasta la extinción del régimen. Se aplica a las mercancías en tránsito aduanero (para un otro punto del territorio nacional o con destino a otro país) y en régimen de admisión temporaria, en cuyo caso las mercancías deben retornar al exterior después de haber cumplido con su finalidad.

La mayoría de las mercancías exportadas o importadas es sometida al despacho aduanero común. En algunas situaciones, entretanto, el interesado puede optar por el despacho aduanero simplificado.

III.5.1. Despacho aduanero común

Por regla general, el despacho aduanero es procesado en el Siscomex después que el interesado haya providenciado su habilitación para utilizarlo y la acreditación de sus representantes legales. Existen, sin embargo, ciertas excepciones en razón de la naturaleza de la mercancía, del tipo de operación y/o de una condición específica del exportador o importador, en cuyo caso es realizado el proceso del despacho aduanero sin registro en el sistema, por medio de formularios propios, específicos para cada caso.

Para operaciones específicas, tales como importaciones realizadas por representaciones diplomáticas, muestras sin valor comercial y bienes destinados a ayuda humanitaria, son utilizados los formularios para Declaración Simplificada de Importación.

En determinadas situaciones también pueden ser utilizados formularios específicos para el despacho aduanero de bienes que serán sometidos al Régimen Especial de Admisión Temporaria, como por ejemplo, en eventos internacionales realizados en Brasil.

De la misma forma, el despacho aduanero de remesas expresas es efectuado sin registro en el Siscomex, con base en la Declaración de Remesas Expresas de importación o exportación.

Para registro de las operaciones de Comercio exterior en el Siscomex, en razón de la naturaleza de la operación, de la mercancía y/o de la calidad del importador, se pueden utilizar las declaraciones de importación común o simplificada (DI o DSI).

III.5.2. Despacho aduanero simplificado

El despacho aduanero simplificado puede ser procesado en el Siscomex, en las situaciones previstas en las normas vigentes, por medio de la Declaración Simplificada de Importación (DSI-Electrónica), después que el importador brasileño haya obtenido su habilitación para utilizar el Siscomex.

Entre las operaciones que pueden ser realizadas por medio de DSI electró-

nicas se encuentran: mercancías cuyo valor total sea igual o inferior a US\$ 3.000,00; donaciones; admisión temporaria; equipaje no acompañado; y operaciones sin registro en el Siscomex.

El despacho aduanero simplificado puede también ser realizado sin registro en el Siscomex, por medio de los formularios para Declaración Simplificada de Importación (DSI-Formulario). Entre las operaciones posibles de ser realizadas por medio de formularios de DSI se encuentran: muestras sin valor comercial; mercancías cuyo valor total sea igual o inferior a US\$ 500.00; importaciones realizadas por representaciones diplomáticas; bienes destinados a ayuda humanitaria; y libros y documentos sin finalidad comercial.

En determinadas situaciones también pueden ser utilizados formularios específicos para el despacho aduanero de bienes que serán sometidos al Régimen Especial de Admisión Temporaria, como, por ejemplo, en eventos internacionales realizados en Brasil.

III.5.3. Importación por cuenta y orden de terceros

Entende-se por operação de importação por conta e ordem de terceiros aquela em que uma pessoa jurídica promove, em seu nome, o despacho aduaneiro de importação de mercadoria adquirida por outra, em razão de contrato previamente firmado, que pode compreender, ainda, a prestação de outros serviços relacionados à transação comercial, como a realização de cotação de preços e a intermediação comercial.

O controle aduaneiro relativo à atuação de pessoa jurídica importadora que opere por conta e ordem de terceiros é exercido pela autoridade aduaneira brasileira de acordo a procedimentos alfandegários vigentes.

O registro da Declaração de Importação (DI) pelo contratado é condicionado à sua prévia habilitação no Siscomex, para atuar como importador por conta e ordem do adquirente, pelo prazo previsto no contrato.

III.5.4. Importación por encomienda

Se entiende por operación de importación por encomienda aquella en que una persona jurídica promueve, en su nombre, el despacho aduanero de importación de mercancías por ella adquiridas en el exterior, para reventa a empresa adquirente predeterminada, en razón de contrato firmado entre ellas.

No es considerada importación por encomienda la operación realizada con recursos suministrados total o parcialmente por la empresa adquirente.

El control aduanero relativo a la actuación de la persona jurídica importado-

ra que opera por encomienda es ejercido conforme a lo establecido por las normas vigentes de la Receita Federal do Brasil.

El registro de la Declaración de Importación (DI) queda condicionado a la previa habilitación en el Siscomex, tanto de la empresa adquirente cuanto del importador que opera por encomienda, y a la previa vinculación entre ellos realizada en este sistema.

III.5.5. Declaración de Importación - DI

Como ya comentado anteriormente, el despacho aduanero de importación es procesado por medio de la Declaración de Importación (DI), que debe presentarse a la unidad aduanera bajo cuyo control se encuentren las mercaderías.

La Declaración de Importación (DI) debe contener, entre otras informaciones, la identificación del importador y del adquirente, caso no sean la misma persona, así como la identificación, clasificación, valor aduanero y origen de la mercancía.

La DI es formulada por el importador o su representante legal en el Siscomex, de acuerdo con el tipo de declaración y la modalidad de despacho aduanero. Tales informaciones están separadas en dos grupos:

- **Generales:** correspondientes a la operación de importación;
- **Específicas:** conteniendo datos de naturaleza comercial, fiscal y cambiaria sobre cada tipo de mercancía.

El tratamiento aduanero que será aplicado a la mercancía importada es determinante para la elección del tipo de declaración a ser llenada por el importador.

El acto que determina el inicio del despacho aduanero de importación es el registro de la DI en el Siscomex, salvo en los casos de Despacho Anticipado. Es en el momento de efectuar ese registro que ocurre el pago de todos los tributos federales debidos en la importación.

Los documentos que sirven de base para las informaciones contenidas en la DI son:

- Vía original del conocimiento de carga o documento equivalente;
- Vía original de la factura comercial, firmada por el exportador;
- Remito de carga (packing list), cuando aplicable; y
- Otros, exigidos en virtud de acuerdos internacionales o de legislación específica.

Los documentos de instrucción de la DI deben ser entregados en caso de fiscalización de la RFB, siempre que solicitados. Por esa razón, el importador debe guardarlos por el plazo estipulado en la legislación, que puede variar conforme el caso, pero que nunca es inferior a cinco años.

Si el despacho de importación, en alguna de sus modalidades, no es iniciado en el plazo establecido en la legislación, que varía entre 45 a 90 días a partir de la llegada de la mercancía al País, la misma será considerada abandonada, lo que acarreará la aplicación de la pena de pérdida y la destinación de la mercancía a uno de los fines previstos en la legislación. Lo mismo sucede con la mercancía cuyo despacho de importación tenga su curso interrumpido, por acción o por omisión del importador.

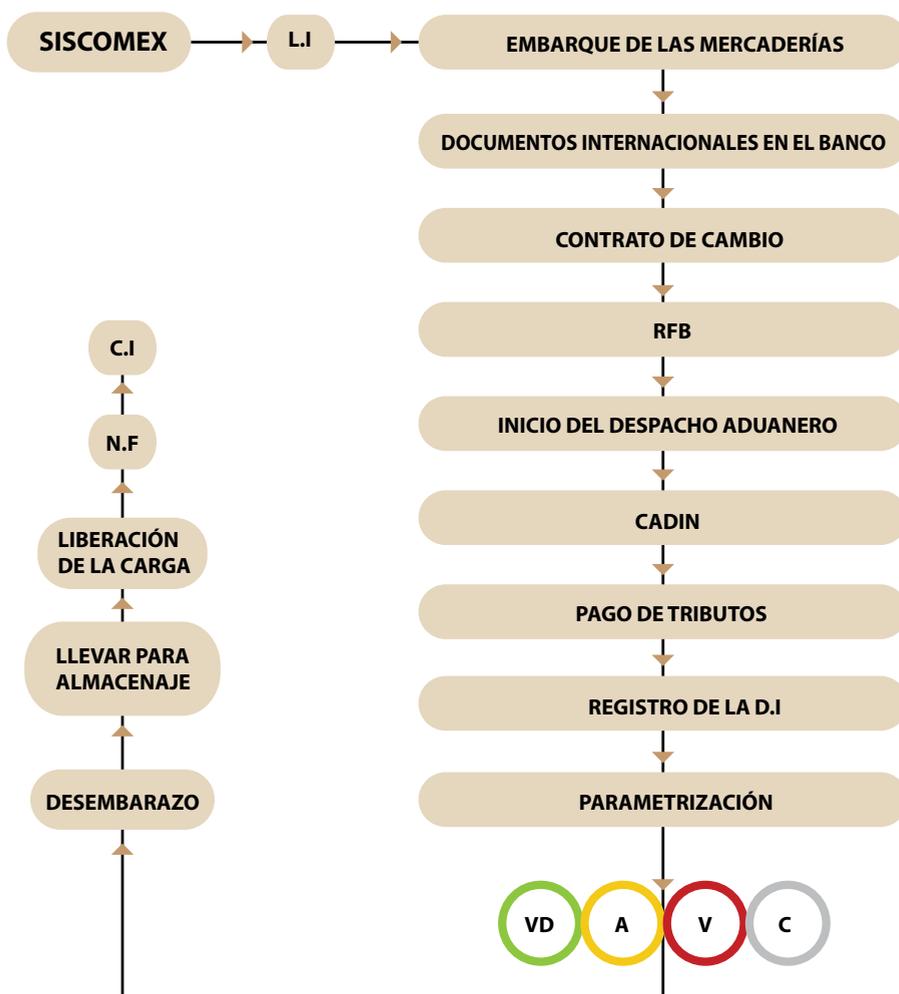
III.5.6. Parametrización (canales verde, amarillo, rojo y gris)

Una vez registrada la Declaración de Importación e iniciado el procedimiento de despacho aduanero, la DI es sometida al análisis fiscal y seleccionada para uno de los canales de verificación. Tal procedimiento de selección recibe el nombre de parametrización. Los canales de verificación son cuatro: verde, amarillo, rojo y gris.

La importación seleccionada para el canal verde es desembarazada automáticamente sin cualquier verificación. El canal amarillo implica la verificación de los documentos de instrucción de la DI y de las informaciones constantes en la Declaración. Si la importación es seleccionada para el canal rojo, además de la verificación documental es requerida la verificación física de la mercancía. Finalmente, cuando la DI es seleccionada para el canal gris, se realiza el examen documental, la verificación física de la mercancía y la aplicación de procedimiento especial de control aduanero, para verificación de indicios de fraude, incluso en lo que se refiere al precio declarado de la mercancía.

El despacho aduanero concluye con el desembarazo aduanero (nacionalización), acto por el cual es registrada la conclusión de la verificación aduanera. Es por medio del desembarazo aduanero que se autoriza la efectiva entrega de la mercancía al importador. En otras palabras, las mercaderías están nacionalizadas e integradas a la economía brasileña. La **Figura 3** muestra los procedimientos a ser seguidos:

Figura 3. Fluxograma Despacho Aduaneiro de Importação



Legenda:

CADIN = Cadastro de Inadimplentes onde aparecem empresas brasileiras devedoras de tributos e que, a rigor, não poderiam importar

L.I = Licença de Importação (autorização para importar)

D.I = Declaração de Importação (documento tributário)

C.I = Comprovante de Importação (extrato do processo aduaneiro)

NF = Nota Fiscal que acompanha a carga nacionalizada, até o local do importador

VD (cor verde) = Canal Verde (mercadoria nacionalizada)

A (cor amarela) = Canal Amarelo (revisão documental e verificação da NCM)

V (cor vermelha) = Canal Vermelho (conferência física da mercadoria)

C (cor cinza) = Canal Cinza (verificação de eventuais ilícitos aduaneiros)

Desembaraço: Momento final do processo, mercadoria nacionalizada

→ **Comentarios**

El proceso aduanero brasileño de importación es considerado como uno de los más avanzados debido a su informatización y agilidad, inclusive en los canales rojo y gris, cuando la verificación física de la carga se hace mediante equipos que fotografían y escanean las mercaderías sin necesidad de abrir el contenedor o el volumen.

Esa modernidad posibilita que la nacionalización se haga en un día, cuando el proceso está en el Canal Verde o, dependiendo del tipo de inspección, en dos días, cuando las mercaderías son enviadas al Canal Rojo.

En el caso del Canal Gris puede llevar más tiempo para concluir la nacionalización, porque la Autoridad Aduanera abrirá un proceso de investigación de valoración, focalizado en el precio unitario utilizado en la factura del exportador extranjero.

Podemos resaltar que el punto principal del procedimiento aduanero es el momento del registro de la Declaración de Importación (DI), lo que se hará solamente con el debido pago de los Impuestos de Importación que recaen sobre las mercaderías.

¿Cuáles son los impuestos que inciden en las importaciones en Brasil?
Es nuestro siguiente tema.

III.6. Tratamiento tributario de las importaciones

El régimen tributario aplicable a las importaciones brasileñas no se limita al Impuesto de Importación (I.I.). Como explicado a seguir, el sistema tributario brasileño presenta moderada complejidad, habiendo, además del II, varios tributos que, directa o indirectamente, gravan la operación de importación.

Esos tributos inciden, en el mercado interno, sobre los bienes en general y, vía de regla, no son acumulativos (o sea, son del tipo “sobre el valor agregado”). Para no gravar sólo a los comerciantes nacionales y conceder igualdad de trato respecto a los bienes producidos en el País, tales tributos inciden también sobre los bienes importados y son cobrados en el momento de la importación. Sin embargo, pueden ser posteriormente compensados por ocasión de su comercialización en el mercado interno.

El cálculo de los tributos que inciden sobre las mercancías importadas puede, en algunos casos, no ser trivial. De todas maneras, el cálculo es realizado automáticamente por el propio Siscomex, bastando, en la mayoría de los casos, informar la clasificación de la mercancía y su valor aduanero para que el sistema efectúe la conversión de la moneda de comercialización a la moneda brasileña, calcule todos los tributos y proceda a debitar automáticamente el total calculado en la cuenta corriente bancaria indicada por el importador.

III.6.1. No acumulación de los tributos

La sistemática para evitar la acumulación de tributos es similar a la empleada en el caso del Impuesto sobre el valor agregado (IVA) adoptado en otros países, permitiendo que el valor del tributo, pago en el momento de la importación, genere un crédito en favor del importador, que podrá ser compensado con el impuesto debido en operaciones posteriores, realizadas por el importador y tributadas con ese mismo impuesto. Así el impuesto incide, en la práctica, sólo sobre el valor agregado al bien. A continuación se encuentra una explicación sucinta de cada tributo y la forma de calcular su monto.

III.6.2. Impuesto de Importación (I.I.)

El **Impuesto de Importación (I.I.)** es un impuesto federal, cuya finalidad es puramente económica (reguladora) y de protección. Dicho impuesto grava los productos adquiridos en el exterior para que no haya competencia desleal con los productos brasileños.

El Impuesto de Importación es selectivo, pues varía de acuerdo con el país de origen de las mercancías (debido a los acuerdos comerciales) y con las características del producto. Sus alícuotas están definidas en la Tarifa Externa Común (TEC), que es la tarifa aduanera utilizada por los países del Mercosur, basada en la Nomenclatura Común del Mercosur (NCM). La NCM, por su vez, está basada en el Sistema Armonizado, conforme mencionado anteriormente.

La base de cálculo del impuesto es el valor aduanero de la mercadería calculado de acuerdo a las normas vigentes en la **Organización Mundial del Comercio – OMC**, en el caso que la alícuota sea ad valorem. Cuando la alícuota es específica, la base de cálculo es la cantidad de mercadería expresada en la unidad de medida establecida para esa mercadería. El Impuesto de Importación se calcula por la aplicación de las alícuotas determinadas en la TEC sobre la base de cálculo que, en el caso brasileño, deberá ser el valor CIF informado en la DI.

Han sido establecidos seis métodos diferentes para la determinación del valor aduanero de las mercaderías importadas, de tal manera que en caso de no ser posible la utilización del primer método de valoración se debe pasar sucesivamente a los métodos siguientes hasta que se llegue al primero que permita determinar el valor aduanero. El método establece, también, en su Artículo 1o, que el valor aduanero de las mercaderías importadas sea determinado, preferencialmente, según el primer método, o sea, el valor de la operación, que es el precio efectivamente pagado o a pagar por la mercadería. Cabe recordar que esa sistemática es de carácter internacional y es adoptada por todos los países.

El precio efectivamente pago comprende todos los pagos efectuados o a efectuar como condición de la venta de las mercancías y no necesariamente aquellos realizados en dinero. Así, toda y cualquier forma de pago indirecto que eventualmente sea realizado es parte integrante del valor aduanero, conste él o no de la factura comercial presentada a la autoridad aduanera.

De esa forma, el valor aduanero de la mercancía no se confunde con el valor facturado ni con el valor para fines de licenciamiento de las importaciones, aunque muchas veces ellos puedan tener el mismo valor. El valor aduanero de las mercancías importadas determina el valor de las mercancías para fines de incidencia de los derechos aduaneros *ad valorem* sobre las mercancías importadas.

En general, el valor aduanero de la mercadería se calcula a partir de su valor FOB (*Free on Board*), aumentado por los montos del flete y del seguro internacional, componiendo el valor CIF.

Las alícuotas previstas en la TEC actualmente son todas *ad valorem* y el Impuesto de Importación debido obedece a la siguiente fórmula:

$$II = \text{TEC (\%)} \times \text{Valor Aduanero}$$

III.6.3. Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI)

El **Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI)** es un tributo de competencia federal e incide sobre las mercancías listadas en la correspondiente tabla de incidencia – TIPI, basada en la Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM), independientemente del proceso de industrialización haber ocurrido dentro de las fronteras del país o en el extranjero. Se justifica el cobro de ese impuesto sobre las mercancías importadas en razón de la necesidad de promover la equiparación de los costos de los productos industrializados importados en relación a los de fabricación nacional.

El IPI atiende al principio de la no acumulación. De esta forma, el valor pago en el momento de la importación es acreditado por el importador para posterior compensación con el impuesto debido en futuras operaciones que él realice y que estén sujetas a ese tributo.

El IPI atiende también al principio de selectividad. En otras palabras, el gravamen es diferente en razón de la esencialidad del producto, pudiendo la alícuota llegar a cero en el caso de productos muy esenciales.

La base de cálculo del IPI es el valor aduanero de la mercancía acrecido del

valor del impuesto de importación. Algunos productos de los capítulos 21 y 22 de la NCM (bebidas) se sujetan al impuesto por unidad o cantidad de producto, conforme el caso.

El impuesto es calculado por la aplicación de las alícuotas fijadas en la TIPI a la base de cálculo. En la casi totalidad de los casos, la alícuota del IPI es *ad valorem* y el impuesto debido es igual a:

$$\text{IPI} = \text{TIPI} (\%) \times (\text{Valor Aduanero} + \text{II})$$

III.6.4. Pis-Importação e Cofins-Importação

La **Cofins-Importación** y el **PIS-Importación** son contribuciones sociales de competencia federal para el financiamiento de la seguridad social, incidentes sobre la importación de productos extranjeros. Esas contribuciones dan tratamiento tributario igual a los bienes producidos en el País, que sufren la incidencia de esas contribuciones, y los bienes importados, que son tributados con las mismas alícuotas que los bienes nacionales.

Tales contribuciones sociales atienden también al principio de no acumulación, de tal manera que los valores pagos en el momento de la importación pueden ser acreditados por el importador para posterior compensación con las contribuciones por él debidas.

En la casi totalidad de las importaciones, la alícuota aplicable del PIS es de 2,1% y la de Cofins es de 9,65%. La base de cálculo para ambas contribuciones es el valor aduanero de las mercancías importadas.

$$\begin{aligned} \text{PIS} &= 2,1\% \\ \text{Cofins} &= 9,65\% \end{aligned}$$

III.6.5. CIDE-Combustibles

La Contribución de **Intervención en el Dominio Económico (CIDE)** es un tributo de competencia federal que posee carácter regulador, para ajuste de los precios de los combustibles. La CIDE-Combustibles incide sobre la importación y comercialización de derivados de petróleo.

Por ley, los recursos recaudados deben ser usados fundamentalmente para financiar: subsidios a los precios o al transporte de alcohol combustible, gas natural y sus derivados, y derivados de petróleo; programas de infraestructura de transportes; y proyectos ambientales relacionados con la industria del petróleo y del gas.

La CIDE-Combustibles también cumple con el principio de no acumulación. De esta forma, el valor pago en el momento de la importación es acreditado por el importador para compensación con las contribuciones debidas en operaciones posteriores realizadas con las mercancías.

La base de cálculo de la Cide-Combustibles es la cantidad comercializada del producto expresada unidades de medida. La Contribución se calcula por la aplicación de las alícuotas establecidas sobre la base de cálculo. Así, la Contribución debida obedece a la siguiente fórmula:

$$\text{CIDE-Combustibles} = \text{Alícuota CIDE} \times \text{Cantidad del producto}$$

III.6.6. Impuesto sobre Circulación de Mercancías y Prestación de Servicios – ICMS

El **Impuesto sobre Circulación de Mercancías y Prestación de Servicios** (ICMS) es un tributo de competencia estadual que incide sobre el movimiento de productos en el mercado interno y sobre servicios de transporte interestatal e intermunicipal y de comunicación. Ese impuesto incide también sobre los bienes importados en general, a fin de promover tratamiento tributario igual a los productos importados en relación a los nacionales.

El ICMS también es un tributo no acumulativo, siendo el valor pago en el momento de la importación acreditado por el importador para compensación con el impuesto debido en operaciones que realice posteriormente y que estén sujetas a ese tributo. Cumple, también, con el principio de la selectividad, pues el gravamen del impuesto es diferente en razón de la esencialidad del producto. Eso hace con que las alícuotas sean variables, pudiendo variar entre cero, en el caso de productos esenciales, y 25%.

Brasil es una República Federativa y, por no existir una legislación única para ese impuesto, cada uno de los 26 Estados y el Distrito Federal tienen su propia legislación, lo que origina 27 legislaciones diferentes del ICMS, con diversas alícuotas y tratamientos tributarios diferenciados. De esa forma, para que se pueda estimar el monto del impuesto, es necesario que se sepa a priori el Estado donde ocurrirá el consumo del bien.

La base de cálculo del ICMS es la sumatoria del valor aduanero, del II, del IPI, del propio ICMS (cálculo “por dentro”), de cualquier otro tributo incidente sobre la importación y de los gastos aduaneros referentes a la importación, que son los demás gastos efectuados para el despacho de importación, tales como el almacenaje, *capatazía*, etc. Solamente después de la llegada de la mercancía será posible determinar el total exacto de los gastos aduaneros. Por lo tanto, recién en ese momento será

posible hacer una estimativa del impuesto, que puede ser calculado por medio de la siguiente fórmula:

$$\text{ICMS} = \frac{\text{Alícuota ICMS (\%)} \times (\text{VA} + \text{II} + \text{IPI} + \text{otros tributos} + \text{gastos aduaneros})}{[1 - \text{Alícuota ICMS (\%)}]}$$

III.6.7. Adicional al Flete para Renovación de la Marina Mercante (AFRMM)

El AFRMM es una contribución social de intervención en el dominio económico, de competencia federal, que incide sobre el valor del flete internacional o de cabotaje y que se destina a financiar los gastos de la intervención del Gobierno federal en apoyo al desarrollo de la marina mercante y de la industria brasileña de construcción y reparación naval.

El AFRMM debe ser pago antes del registro de la Declaración de Importación, con auxilio del sistema Mercante, Departamento del Fondo de la Marina Mercante, Ministerio de los Transportes. El adicional es calculado por la aplicación de un porcentual sobre la remuneración del transporte acuático puerto a puerto, incluidos los gastos portuarios y demás gastos constantes del conocimiento de embarque. Las alícuotas del adicional varían de acuerdo con el tipo de navegación:

- 25% en la navegación de marítima;
- 10% en la navegación de cabotaje; y
- 40% en la navegación lacustre y fluvial.

El AFRMM no incide sobre el flete de mercancías originarias de países miembros del MERCOSUR y aquellas amparadas en compromisos internacionales firmados por Brasil, que contengan cláusula expresa de exención del adicional, como en el caso de los Acuerdos con países de la ALADI y de la Comunidad Andina, siendo necesario presentar el Certificado de Origen.

III.6.8. Tasa de utilización del Siscomex

La tasa de utilización del Siscomex, como el propio nombre indica, tiene por objetivo cubrir los costos de utilización del Sistema Integrado de Comercio Exterior por el importador para registro de su Declaración de Importación. El valor de la tasa es variable, de acuerdo con el número de clasificaciones NCM que sean registradas en la DI.

III.6.9. Defensa comercial

Las medidas de defensa comercial, que tienen la finalidad de proteger a la industria local, pueden ser aplicadas como resultado de prácticas desleales (*dumping*

y subsidios) o en razón de dificultades enfrentadas por determinadas industrias en Brasil frente a los aumentos repentinos de importaciones (medidas de salvaguardia). Los acuerdos de la Organización Mundial de Comercio prevén la necesidad de investigación, en la cual se asegure derecho de defensa a las partes interesadas, debiendo ser demostrada la práctica desleal en cuestión, el daño y el nexo causal, siempre con base en hechos y con la debida comprobación. En Brasil, el órgano responsable por el análisis de la procedencia y del mérito de peticiones para la apertura de investigaciones de *dumping*, de subsidios y de salvaguardias, con miras a la defensa de la producción doméstica, es el Departamento de Defensa Comercial (DECOM), que integra la estructura de la Secretaría de Comercio Exterior (Secex).

É importante esclarecer que, embora as medidas de defesa comercial estejam tratadas nesta seção, apenas as salvaguardas têm natureza tributária.

III.6.9.1. Anti-dumping

Se considera práctica de *dumping* la introducción de un bien en el mercado doméstico, inclusive bajo las modalidades de drawback, a precios inferiores al valor normal. El derecho *antidumping* consiste en un monto igual o inferior a la margen de *dumping* calculado, cobrado con el fin exclusivo de neutralizar los efectos perjudiciales de las importaciones objeto de *dumping*. El derecho *antidumping* puede ser calculado mediante la aplicación de alícuotas *ad valorem* o específicas, fijas o variables, o por la conjugación de ambas. En el caso de la alícuota *ad valorem*, ella es aplicada sobre el valor aduanero de la mercancía.

III.6.9.2. Medidas compensatorias

Pueden ser aplicados derechos compensatorios con el objetivo de compensar un subsidio concedido, directa o indirectamente, en el país exportador, a la fabricación, producción, exportación o al transporte de cualquier producto, cuya exportación a Brasil cause daño a la industria doméstica. El derecho compensatorio consiste en un monto igual o inferior al subsidio accionable calculado, cobrado con el fin de neutralizar el daño causado por el subsidio. El derecho compensatorio es calculado mediante la aplicación de alícuotas *ad valorem* o específicas, fijas o variables, o por la combinación de ambas. En el caso de la alícuota *ad valorem*, la misma es aplicada sobre el valor aduanero de la mercancía.

III.6.9.3. Salvaguardias

Pueden ser aplicadas medidas de salvaguarda si se constata que las importaciones de un producto aumentaron en tales cantidades, en términos absolutos o en relación a la producción nacional, y en tales condiciones, que causen o amenacen causar perjuicio grave a la industria doméstica de bienes similares o que compitan

directamente con él. Las medidas de salvaguarda son aplicadas, en la extensión necesaria, para prevenir o reparar el perjuicio grave y facilitar el ajuste de la industria doméstica, de la siguiente forma: (i) aumento del Impuesto de Importación, por medio de adicional a la TEC, bajo la forma de alícuota *ad valorem*, de alícuota específica o de la combinación de ambas; (ii) aplicación de restricciones cuantitativas.

No se aplican medidas de salvaguarda a productos procedentes de países en desarrollo cuando la parcela que le corresponde en las importaciones del producto considerado no es superior a 3%, desde que la participación del conjunto de los países en desarrollo no represente, en conjunto, más de que 9% de las importaciones del producto considerado.

III.6.10. Gastos diversos

Además de los tributos listados arriba, la operación de importación está sujeta a otros gastos, inherentes al comercio internacional y cobrados en prácticamente todos los países.

Algunos de esos gastos varían conforme el puerto, aeropuerto o el local de frontera utilizado para la entrada de la mercancía en el País, pudiendo ser mayores o menores de acuerdo con la eficiencia de la gestión del despacho de importación. Es importante estar atento para el hecho de que la falta de una información o de un documento requerido por el despacho puede atrasar la liberación de una mercancía, acarreando mayor gasto de almacenaje.

Entre esos gastos podemos citar:

- “Capatazía” (servicio de movimiento de mercancías en los puertos);
- Almacenaje;
- Gastos con (eventual) licenciamiento de importación;
- Gastos con el gestor o despachante aduanero;
- Transporte interno de la mercancía hasta el establecimiento;
- Gastos bancarios con la apertura de crédito, etc.

Observe a planilla siguiente para visualizar, de forma genérica, el costo impositivo y otros gastos involucrados en una importación en Brasil. Cabe aclarar que el Impuesto de Importación será cero o sufrirá una reducción significativa si el país de origen de la importación tuviera un acuerdo comercial con Brasil.

Producto: Motores		
NCM: 4812.02.00		
País de Origen: China		
Valor aduanero	(CIF)	R\$ 70.000,00
Impuesto de Importación	6%	R\$ 4.200,00
IPI	4%	R\$ 2.800,00
ICMS	18%	R\$ 12.400,00
PIS	(fórmula específica)	R\$ 600,00
COFINS	(fórmula específica)	R\$ 800,00
AFRMM	(Tasa de la Marina Mercante) - 25% do frete	R\$ 900,00
Tasa Siscomex		R\$ 70,00
"Capatazías"	(tabla portuaria)	R\$ 400,00
Almacenaje	(tabla portuaria)	R\$ 600,00
Agente de Aduanas	(opcional)	R\$ 300,00
Flete interno		R\$ 450,00
Seguro interno		R\$ 150,00
Total		R\$ 93.670,00

III.6.11. Importación postal

La Empresa Brasileña de Correos y Telégrafos (ECT) administra un sistema simplificado de importación denominado **“Importa Fácil”**, que se destina a pequeñas compras cuyo tamaño no exceda el de una caja de hasta 1 (un) metro cúbico de volumen y peso máximo de 30 kilos. El impuesto cobrado en este caso es el Impuesto Único (IU), cuya alícuota de 60% se calcula sobre el valor aduanero + ICMS.

El valor aduanero postal se define así:

Valor de la mercadería + despacho postal en el extranjero (flete) + seguro

El impuesto no es cobrado en el caso de compras realizadas entre una persona física y otra persona física - limitadas a U\$ 50,00 -, siempre que no se demuestre habitualidad comercial. Para obtener informaciones adicionales, se debe consultar el sitio de Internet: www.correios.com.br.

III.7. Preferencias arancelarias

La globalización y la interdependencia económica, al abarcar tanto los mercados financieros cuanto a la producción de bienes y servicios, provocaron el aumento de los flujos de inversión y la mejoría general de la infraestructura relacionada a los intercambios internacionales de bienes, servicios e informaciones. Este nuevo

contexto provocó un cambio significativo en la forma como son realizados los negocios, pasándose de una base eminentemente nacional a un ambiente de intercambios en ámbito mundial. En este nuevo contexto, la economía brasileña creó mecanismos y estableció acuerdos con distintos países y bloques económicos con la finalidad de incrementar sus relaciones económicas y comerciales.

El proceso de creación del MERCOSUR, del cual Brasil es miembro pleno, constituyó un paso decisivo y fundamental para la madurez de nuestras relaciones comerciales. Después de su ingreso en el bloque, el País buscó incrementar su política de integración, firmando acuerdos bilaterales y regionales y, consecuentemente, concediendo preferencias arancelarias en virtud de esos compromisos. En la práctica, gozar de una preferencia arancelaria significa poder exportar en condiciones más favorables (con menor impuesto de importación), en relación a competidores de otros países.

Para que un producto pueda ser exportado a Brasil con preferencia arancelaria, es necesario que se cumplan tres condiciones básicas:

- 1) Que exista acuerdo o tratado bilateral o multilateral firmado por Brasil;
- 2) Que el producto esté incluido en el acuerdo o tratado;
- 3) Que el producto cumpla las condiciones mínimas de requisitos de origen exigidas por el acuerdo o tratado, para efecto de caracterización del mismo como efectivamente originario del país exportador, evitando operaciones triangulares.

Es importante recordar que las preferencias arancelarias contemplan únicamente al Impuesto de Importación, no implicando reducción de los demás tributos incidentes en la importación.

La expresión numérica de la preferencia arancelaria, o sea la diferencia entre el tratamiento normal y el especial, es llamado de “margen de preferencia”. Así, por ejemplo, si el producto es favorecido por un margen de preferencia de 20% y la alícuota del impuesto de importación normal es de 10%, el importador podrá retirar la mercancía de la aduana pagando sólo 8%.

Los principales acuerdos firmados por Brasil tienen como contraparte otros países sudamericanos, y son descritos a seguir.

III.7.1. Mercosul

Creado en 1991 mediante la firma del Tratado de Asunción, el Mercosur es integrado por Brasil, Argentina, Uruguay, Paraguay y Venezuela. Nació no solamente como un acuerdo relativo a tarifas, sino también como un ambicioso proyecto destinado a crear, a medio plazo, un espacio económico integrado entre sus socios.

El Mercosur está basado en la reciprocidad de derechos y obligaciones entre los Estados Parte y prevé:

1. La libre circulación de bienes, servicios y factores productivos entre los países, a través de la eliminación de las tarifas de importación, de las restricciones no arancelarias y de cualquier otra medida de efecto equivalente;
2. El establecimiento de una Tarifa Externa Común – TEC y la adopción de una política comercial común en relación a terceros países;
3. La coordinación de políticas macroeconómicas y sectoriales entre los Estados Partes con el objetivo de asegurar condiciones adecuadas de competencia en el mercado intrazona; y
4. El compromiso de los países miembros en armonizar sus legislaciones en las áreas pertinentes, para lograr el fortalecimiento del proceso de integración.

El proceso de liberalización comercial del Mercosur está basado en el Acuerdo de Complementación Económica 18 (ACE 18), que engloba todo el universo arancelario de los países miembros.

Para aprovechar las preferencias arancelarias del acuerdo, el importador deberá presentar, en el momento del desaduanaje, el Certificado de Origen, emitido por entidad autorizada en el país exportador.

Exportar para Brasil dentro del ambiente Mercosur es siempre una óptima opción, debido a la proximidad geográfica, a la semejanza de los idiomas y al inmenso potencial consumidor representado por la población brasileña.

III.7.2. Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

Establecida por el Tratado de Montevideo el 12 de Agosto de 1980, fue creada para dar continuidad al proceso de integración económica de América Latina, iniciado en 1960 por la antigua Asociación Latinoamericana de Libre Comercio – ALALC.

Reúne los países de América Latina, clasificados en tres categorías, de acuerdo con su desarrollo económico relativo, para efecto de concesión de preferencias arancelarias. Así, cuanto menor el grado de desarrollo relativo, mayor el margen de preferencia recibida; y, en contrapartida, menor el margen otorgado.

- Países de menor desarrollo relativo: Bolivia, Ecuador y Paraguay.
- Países de desarrollo intermediario: Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela.
- Países de mayor desarrollo relativo: Argentina, Brasil y México

Los beneficios (reducción del impuesto de importación) también son concedidos a través de márgenes preferenciales aplicables al impuesto de importación y negociadas en acuerdos firmados entre los países miembros de la ALADI, que pueden ser bilaterales o multilaterales (los llamados Acuerdos de Complementación Económica).

Los productos negociados en los acuerdos están indicados en la respectiva clasificación de la Nomenclatura Aduanera para la ALADI – NALADI/SH. Cabe recordar que el importador brasileño sólo podrá aprovechar las ventajas (preferencias) si se presenta el Certificado de Origen emitido por entidad acreditada en el país exportador.

III.7.3. Países Andinos

Son diversos los acuerdos que Brasil mantiene con los países andinos. Es importante que el exportador investigue en esos acuerdos si su producto está favorecido con preferencias arancelarias en Brasil. Cabe resaltar, una vez más, que la formalidad de estas ventajas tributarias será concedida al importador brasileño, durante el proceso de desaduanaje, con la debida presentación del Certificado de Origen.

Los Acuerdos de Complementación Económica vigentes entre Brasil y los países andinos son los siguientes:

Os Acordos de Complementação Econômica vigentes entre o Brasil e os países andinos são os seguintes:

- ACE 02: Brasil – Uruguay
- ACE 14: Brasil – Argentina
- ACE 18: Mercosur - Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay
- ACE 35: Mercosur – Chile
- ACE 36: Mercosur – Bolivia
- ACE 41: Brasil – Surinam
- ACE 53: Brasil – México
- ACE 54: Mercosur – México
- ACE 55: Mercosur – México (automovilístico)
- ACE 58: Mercosur – Perú
- ACE 59: Mercosur – Colombia, Ecuador y Venezuela
- ACE 62: Mercosur – Cuba
- ACE 69: Mercosur – Venezuela

III.7.4. Otros acuerdos

Brasil tiene también los siguientes acuerdos:

- Preferencia Tarifaria Regional entre Países de la ALADI (PTR 04)
- Acuerdo sobre Semillas entre Países de la ALADI (AG 02)
- Acuerdo sobre Bienes Culturales entre Países de la ALADI (AR 07)
- Brasil – Guyana – San Cristóbal y Nieves (AAP.A25TM38)
- Mercosur – India (Acuerdo de Preferencias Tarifarias Fijas)
- Mercosur – Israel (Acuerdo de Libre Comercio)
- Mercosur – SACU - Unión Aduanera de África Austral (Acuerdo de Comercio Preferencial)

Brasil considera la ampliación de sus acuerdos comerciales con otros bloques económicos y países como siendo una prioridad de su política comercial.

Se han dado los primeros pasos para el establecimiento de un acuerdo comercial entre el Mercosur y la Alianza del Pacífico, que abarca a los países latinoamericanos de Chile, Perú, Colombia y México.

Es importante, por lo tanto, que el exportador consulte con regularidad el sitio de Internet del MDIC: <http://www.desenvolvimento.gov.br>.

III.8. Pagos internacionales y cambio

La entrada o salida de divisas de Brasil involucra, obligatoriamente, un contrato de cambio, que debe cumplir con las normas establecidas por el Banco Central de Brasil. Para firmar un contrato de cambio, una empresa brasileña no precisa dirigirse a una institución bancaria, pues dicho contrato puede ser hecho con firma electrónica. La negociación del tipo de cambio del día se hace con los corredores del respectivo banco.

En Brasil la moneda circulante obligatoria es el Real. Por consiguiente, la entrada y salida de divisas precisará ser formalizada mediante un contrato de cambio firmado en cualquier banco brasileño.

En el caso de una importación, el Banco Central obliga que el comprador vincule el contrato de cambio a la respectiva Declaración de Importación, probando que el pago al exportador extranjero fue realizado, lo que en Brasil se denomina cobertura cambiaria.

Cuanto a la negociación de la tasa de conversión de reales en moneda extranjera, cabe recordar que el régimen cambiario brasileño es de libre fluctuación. Es decir, son las propias fuerzas participantes en el mercado, inclusive el Banco Central, las que definirán la tasa cambiaria que será practicada el día de la firma del contrato de cambio.

La forma de pago al exportador extranjero dependerá de las modalidades acordadas con el importador brasileño.

III.8.1. Modalidades de pago

No existen restricciones cambiarias en Brasil cuanto a las formas de pago a ser practicadas en la importación.

En el caso de pago anticipado, el contrato de cambio será hecho ante la red bancaria, sin límites de valor, siendo que el riesgo financiero pasa a ser del importador brasileño, caso no reciba las mercancías.

Cuando el pago se hace mediante las modalidades de cobranzas documentarias a vista o a plazo, los bancos brasileños entregarán los documentos originales al importador solamente cuando este formalice el respectivo contrato de cambio y convierta los reales en moneda extranjera a fin de efectuar el pago al exportador, en la forma de pago al contado o mediante consentimiento para la retirada del dinero, cuando es a plazo.

Si la forma de pago es por medio de carta de crédito emitida por banco brasileño, el pago estará garantizado al exportador extranjero, siempre que la documentación presentada esté en rigurosa concordancia con las exigencias del crédito. En este caso, el contrato de cambio pasa a ser un arreglo financiero entre el importador y el banco que ha emitido la carta de crédito.

Es importante destacar la existencia del Convenio de Créditos Recíprocos – CCR, sistema pactado entre los bancos centrales de los países latinoamericanos, principalmente en operaciones con carta de crédito, y que da mayores garantías al recibimiento de los recursos.

El comercio fronterizo entre Brasil y los países vecinos también puede ser hecho en reales, dispensando el uso contrato de cambio por el importador brasileño.

Convenio de Créditos Recíprocos - CCR

Hace muchos años que está en vigencia en América Latina el Convenio de Créditos Recíprocos – CCR. El CCR, que es practicado en los pagos internacionales, principalmente cuando se trata de carta de crédito, facilita el relacionamiento financiero entre los importadores y exportadores de la región.

Por este convenio bancario, el banco central del país importador se compromete a rembolsar al banco central del país exportador a través de un pago escritural, concediendo respaldo a la responsabilidad financiera que el importador tiene con el exportador. Periódicamente, la cuenta escritural es equilibrada entre los bancos centrales de los diversos países latinoamericanos, haciendo la compensación y ajustándose los débitos y créditos existentes.

En el caso de la importación brasileña, el banco brasileño que emite la carta de crédito solicita al Banco Central do Brasil la vinculación del crédito al CCR, lo que será formalizado a través de un número de registro.

La ventaja de este sistema es que las cartas de crédito brasileñas no necesitan ser confirmadas por un tercer banco, generalmente de un país desarrollado, pues están amparadas por la garantía de reembolso escritural que los bancos centrales latinoamericanos mantienen dentro del CCR.

Así, los costos bancarios para apertura de una carta de crédito en Brasil son reducidos en beneficio del importador, en razón de la no necesidad de intervención de un banco confirmador, que actuaría como avalista del banco que emite el crédito documental.

III.8.2. Financiamiento de las importaciones

Se define la “importación financiada” como la adquisición de bienes y servicios para pago a plazo. Se clasifica como una operación comercial asociada a una operación financiera, que puede ser en la modalidad de *Supplier's Credit* (cuando el financiador es el propio proveedor) o el de *Buyer's Credit* (cuando el financiamiento es efectuado por un tercero para pago a la vista al exportador).

El importador brasileño dispone de una serie de líneas de financiamiento oficiales y privadas. El Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social – BNDES, por ejemplo, concede financiamiento a importadores, principalmente para productos e insumos que hagan parte de un producto terminado a ser exportado, operación conocida como *drawback*.

La red bancaria privada ofrece a los compradores una serie de líneas de crédito, desde la apertura de la carta de crédito hasta financiamientos de corto, medio y largo plazos.

Cuanto a los costos de financiamiento de importación, ellos son pactados de acuerdo con la tasa de interés internacional (Libor + *spread*), y sobre ellos incide el impuesto a los réditos. Si el financiador fuera un banco privado, podrán ser cobrados otros encargos además de la corrección cambiaria sobre el principal.

III.9. Regímenes aduaneros especiales

Los regímenes aduaneros especiales constituyen excepciones a las reglas generales establecidas en el régimen aduanero común de importación/exportación. Dichos regímenes han sido creados con el objetivo de estimular el desarrollo y el crecimiento

económico del País, proporcionando a sus beneficiarios la posibilidad de promover la entrada de bienes en el territorio aduanero, o la salida de estos del País, sin el pago de los gravámenes incidentes sobre el comercio exterior. Las mercancías sometidas a esos regímenes ingresan en el País sin la exigencia inmediata de cobro de los tributos incidentes en la importación. De modo general, la aplicación del régimen está asociada a un control aduanero estricto y al cumplimiento de determinadas condiciones.

El Brasil adopta diversos regímenes aduaneros especiales. A continuación se describen las características de los regímenes más importantes.

III.9.1. DRAWBACK

El régimen de *drawback* es aplicado a través de la suspensión, exención o restitución de tributos incidentes en la importación de mercancías utilizadas en el proceso de industrialización de productos destinados a la exportación. El régimen de *drawback* está reglamentado por la Secex mediante normas específicas. La legislación brasileña prevé tres modalidades de aplicación del *drawback*: suspensión, exención y restitución.

- **Suspensión:** El régimen es aplicado bajo la forma de suspensión del pago de tributos exigibles en la importación de mercancía a ser exportada después de efectuado el proceso de industrialización. El régimen es concedido por la Secretaría de Comercio Exterior (Secex) y se dá con la emisión de Acto de Concesión de *drawback* por medio electrónico. La comprobación es realizada mediante el confronto de las importaciones realizadas con las exportaciones vinculadas al respectivo Acto de Concesión, conforme los datos constantes del Siscomex.
- **Exención:** El régimen es aplicado bajo la forma de exención de tributos exigibles en la importación de la mercancía, en cantidad y calidad equivalente a la utilizada en la industrialización de producto cuya exportación ha sido efectuada y comprobada. El régimen también es concedido por la SECEX mediante Acto de Concesión. Para habilitación al régimen, las empresas deben comprobar las operaciones de importación y exportación ya realizadas mediante identificación de los documentos electrónicos registrados en el Siscomex.
- **Restitución:** Esta modalidad se refiere a la restitución, total o parcial, de los tributos pagos en la importación de mercancía exportada después de efectuado el proceso de industrialización. El régimen es concedido por la *Receita Federal do Brasil*.
- **Drawback Integrado:** Sistema que combina la operación con la compra de insumos en el mercado interno.

III.9.2. Admisión temporaria

La Admisión Temporaria es el régimen aduanero que permite la entrada en el País de ciertas mercancías, con finalidad y por período de tiempo determinados, con la suspensión total o parcial del pago de tributos aduaneros incidentes en su importación y el compromiso de ser reexportadas.

Tal régimen está reglamentado por la *Receita Federal do Brasil* y tiene por objetivo facilitar el ingreso temporario en el País de:

- Bienes destinados a la realización/participación en eventos de naturaleza cultural, artística, científica, comercial y deportiva, para asistencia y salvamento, para acondicionamiento y transporte de otros bienes y para ensayos y tests, con la suspensión total de tributos.
- Máquinas y equipamientos para utilización económica (prestación de servicios o producción de otros bienes), bajo la forma de arrendamiento operacional, cesión o préstamo, con suspensión parcial de tributos y pago proporcional al tiempo de permanencia en el País; y
- Bienes destinados a operaciones de perfeccionamiento activo (montaje, renovación, reacondicionamiento, reparación o restauración, aplicados al propio bien), con suspensión total del pago de tributos.

Hay que resaltar que la entrada en el territorio aduanero de bienes objeto de arrendamiento mercantil, contratado con entidades arrendadoras domiciliadas en el exterior, no se confunde con el régimen de admisión temporaria y está sujeto a las normas generales que rigen el régimen común de importación.

Excepto en los casos previstos en la legislación, el beneficiario del régimen debe firmar un término de responsabilidad asumiendo el pago de los tributos suspensos en el caso de incumplimiento del régimen. En el caso de no ser llevados en consideración las condiciones, los requisitos o los plazos establecidos para la aplicación del régimen, se impondrá también una multa de 10% del valor aduanero de la mercancía.

Dependiendo de la finalidad y del valor de los bienes, puede ser necesaria, además de la firma del acta de responsabilidad, la presentación de garantía bancaria para eventualmente cubrir el pago de los tributos suspendidos.

III.9.3. Entrepuesto aduanero

El régimen especial de entrepuesto aduanero en la importación es el que permite el almacenaje de mercancía extranjera en recinto aduanero de uso público, con suspensión del pago de los impuestos incidentes en la importación. El régimen

permite, aún, la permanencia de mercancía extranjera en feria, congreso, muestra o evento semejante, realizado en recinto de uso privativo, previo almacenaje aduanero certificado.

La gran ventaja de ese régimen es la posibilidad de nacionalización de las mercancías de forma parcial, es decir, a medida que las mercancías van siendo comercializadas.

Además de la operación de almacenaje, las mercancías admitidas en el régimen, en la importación o en la exportación, podrán ser sometidas, aún, a las siguientes operaciones:

- Exposición, demostración y test de funcionamiento;
- Industrialización; y
- Mantenimiento o reparo.

III.9.4. Depósito Franco

El régimen aduanero especial de depósito franco es el que permite el almacenaje de mercancía extranjera en recinto aduanero (Almacenaje Aduanero Certificado) para atender al flujo comercial de países vecinos con terceros países.

El régimen sólo es concedido cuando autorizado en acuerdo o convenio internacional firmado por Brasil. Aunque ya existan convenios firmados por Brasil con Paraguay y Bolivia, se encuentra en operación los depósitos francos del Puerto de Santos y del Puerto de Paranaguá, utilizados por Paraguay y Bolivia para mercancías exportadas o importadas de otros países.

III.9.5. Importación triangular

Conocida como *back-to-back credits*, esta operación permite que el importador compre la mercancía del exportador con instrucciones de que sea embarcada con destino a un tercer país, sin que la mercancía transite por el territorio brasileño.

La compra, conocida como *triangular*, ocurre por cuenta y orden del importador brasileño y deberá ser debidamente autorizada por el Banco Central y por el Departamento de Comercio Exterior – Decex, por tratarse de operación financiera sin el tránsito físico de la mercancía por Brasil.

Las ventajas de la importación triangular en favor del comprador son:

- Logística, con la reducción del costo del flete, seguro y demás gastos.
- Reducción de los plazos de entrega.
- Reducción de costos financieros y cambiarios.

III.9.6. Tránsito aduaneiro

El régimen especial de tránsito aduanero es aquel que permite el transporte de mercancías, bajo control aduanero, de un punto a otro del territorio brasileño, con suspensión de tributos.

Este régimen es utilizado para el transporte de mercancías importadas y que aún no fueron nacionalizadas desde el puerto, aeropuerto o punto de frontera de entrada en el País hasta el local donde deberá ser efectuado el despacho aduanero.

De la misma forma, es aplicado para el transporte de mercancías exportadas del local donde fueron despachadas para exportación hasta el puerto, aeropuerto o punto de frontera de donde deberán salir del País.

IV.

FORMAS Y PRÁCTICAS DE COMERCIALIZACIÓN

IV. FORMAS Y PRÁCTICAS DE COMERCIALIZACIÓN

Brasil es un mercado naturalmente atractivo para empresas de cualquier país debido al tamaño de su población y a su elevado potencial de consumo, comparable al de algunos grandes mercados mundiales. Al mismo tiempo, el mercado brasileño es bastante complejo y diversificado, distribuido por un gran número de centros urbanos de gran porte, pero que cuenta todavía con una reducida “cultura importadora”. Además, el sector productivo es bastante denso y diversificado, siendo relativamente pequeño el número de productos para los cuales no hay producción nacional.

En este cuadro, la tarea de vender sus productos en el mercado brasileño no parece fácil, especialmente cuando se trata de firmas sudamericanas, que, en general, son de pequeño porte y poseen una escala de producción reducida en comparación con el tamaño del mercado brasileño. ¿Cómo hacer, por ejemplo, para que una buena cosecha de aceituna peruana alcance al consumidor brasileño? El trabajo pasa por algunas tareas fundamentales, como prospección de mercado, conocimiento de las prácticas comerciales en el Brasil, conocimiento del sistema de compras gubernamentales del país, identificación de los mejores canales de distribución disponibles, promoción comercial e, incluso, el conocimiento de las costumbres comerciales y culturales del país.

IV.1. Prospección de mercado

El exportador debe recoger el máximo de informaciones posible sobre los gustos y preferencias del consumidor brasileño, así como sobre los mejores locales en el País para colocar sus productos, estableciendo una puerta de entrada de acuerdo con la realidad mercadológica existente.

Por ejemplo, si se trata de vender una mercancía de uso o consumo humano, lo más conveniente es comenzar por los mercados de las regiones Sur y Sudeste, compuestos por los estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio Grande do Sul, Paraná y Santa Catarina. Son regiones en las cuales se verifican los mayores niveles de consumo per cápita de Brasil y, también, donde el poder adquisitivo de la población es más alto.

Lo ideal es escoger uno de estos estados como primera puerta de entrada y, posteriormente, de acuerdo con el curso de los negocios, expandir los contactos hacia el resto de la región. Así, por ejemplo, los contactos iniciales pueden ser hechos con potenciales importadores de São Paulo y, más adelante, después de la concretización de las primeras exportaciones, avanzar hacia las ciudades de Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre y Florianópolis, que son las capitales de los estados arriba mencionados.

En esas grandes ciudades brasileñas existen millones de consumidores que los estrategias de *marketing* estratificaron como pertenecientes a las clases A, de alto poder adquisitivo, B, divididas en media alta y baja, y las clases denominadas C y D, de menor poder adquisitivo pero que representan también un excelente mercado para determinados productos de consumo.

Por otro lado, si se trata de productos intermedios o bienes de capital, cuyos consumidores son empresas, la estrategia del exportador deberá ser enfocada en los importadores brasileños que muestran interés por el producto, independientemente del estado donde se localicen. Para eso, el exportador puede hacer uso del **Catálogo de Importadores Brasileños**, ofrecido por el Ministerio de Relaciones Exteriores de Brasil a todas las Embajadas y Sectores de Promoción Comercial en los demás países sudamericanos y también en el sitio electrónico www.investexportbrasil.gov.br.

IV.2. Prácticas comerciales

Hacer negocios con importadores brasileños exige del exportador extranjero una postura firme en cuanto a las condiciones de venta y pago que se pretende obtener durante las tratativas preliminares, sea vía e-mail, WhatsApp, Twitter, Skype o personalmente. El comprador brasileño suele hacer una detallada encuesta sobre los proveedores existentes en el mercado mundial y seguramente irá conocer empresas de otros países que pueden ofertar el producto.

Es común el intercambio de muchas informaciones técnicas y comerciales sobre la operación. Solamente después de analizada la viabilidad de la propuesta, el importador solicitará el envío de la denominada Factura *Pro Forma*. Aún así, esta formalidad documental no significa el cierre de un pedido, pues el importador normalmente utilizará la Factura *Pro Forma* solamente para cumplir con los procedimientos internos de la empresa. La efectiva aprobación de la compra de un determinado proveedor tendrá lugar a *posteriori*.

Tres puntos son esenciales durante las negociaciones preliminares entre las partes: el precio unitario, el plazo de entrega y las formas de pago. En cuanto al precio unitario, además de negociar el tradicional pedido de descuento, será definida la condición de venta representada por las siglas de los Incoterms actualmente vigentes en el comercio internacional.

El plazo de entrega de la carga en el país de origen es otro punto importante para el comprador. El tiempo de viaje hasta la llegada de la mercancía al territorio brasileño, que depende básicamente del medio de transporte utilizado, y el período de nacionalización en la aduana son factores que influirán en la decisión de importar de un país vecino o de algún proveedor de otra región.

Con relación a las formas de pago, no existen restricciones cambiarias en la importación brasileña, de acuerdo con el reglamento vigente del Banco Central. Por otra parte, se debe destacar que el importador brasileño es poco propenso a cerrar compras con la modalidad de pago anticipado, aunque algunos compradores exijan la garantía bancaria denominada *Refundment Bond*, que permite al importador recuperar el dinero adelantado, en caso de que el exportador no embarque las mercancías.

La preferencia de las empresas importadoras brasileñas es por la forma de pago denominada **cobro documentado**, que puede ser a la vista o a plazo, y por la cual el comprador evita los costos bancarios de apertura de una carta de crédito. La práctica de esta modalidad depende del grado de confianza que el exportador deposita en el cliente, ya que los bancos no ofrecen garantías financieras sobre la mercancía embarcada.

En cuanto al uso de la carta de crédito, el importador brasileño habitualmente trata de convencer al exportador a evitar esta forma de pago, pues los costos bancarios y las exigencias de garantías locales en bancos brasileños son muy rigurosos, lo que puede hacer inviable la concretización del negocio.

En el caso del exportador sudamericano, la modalidad de carta de crédito posee una ventaja: no hay necesidad de solicitar la confirmación del crédito en razón del Convenio de Créditos Recíprocos – CCR vigente en América Latina con la participación de los bancos centrales. Se necesita solamente las garantías del banco emisor y de la irrevocabilidad del documento.

Cabe destacar que las exigencias e instrucciones colocadas por el importador brasileño en las cartas de crédito son objetivas, directas y sin mayores complicaciones, destacando el plazo de embarque y los documentos que el exportador debe presentar al banco, así como, eventualmente, la inspección de la carga antes del embarque a ser realizada por una empresa de inspección de reconocida idoneidad internacional. La inspección previa de la mercancía antes del embarque en puerto de origen no es, sin embargo, obligatoria en el Brasil.

Es importante subrayar que el exportador sudamericano debe seguir rigurosamente las exigencias del crédito documentario, pues cualquier discrepancia, además de ocasionar la suspensión del pago, puede perjudicar al importador del punto de vista logístico y aduanero, incluso con multas y penalidades previstas en el reglamento aduanero a ser aplicado por la *Receita Federal do Brasil* durante el proceso de nacionalización.

En casos de litigios y controversias entre las partes, dependiendo de la forma de pago, la cuestión puede ser resuelta a la luz de las legislaciones de la Cámara de Comercio Internacional – CCI o, caso no se llegue a un acuerdo, por la vía judicial en la jurisdicción del Fuero elegido, que puede ser el país del proveedor o del comprador.

IV.3. Compras gubernamentales

En cualquier país, el gobierno es un cliente de gran importancia, lo que no es diferente en el Brasil, donde, además del Gobierno Federal, hay los gobiernos de los 26 Estados de la federación, del Distrito Federal y más de 5.500 municipios, algunos de ellos de gran porte. En cualquier instancia de gobierno, las compras gubernamentales son regidas por las normas vigentes, que establecen la necesidad de procesos de licitación para estas compras, tanto de bienes cuanto de servicios, inclusive los provenientes del exterior.

Los Ministerios, empresas mixtas, autarquías y demás órganos estatales son obligados a conducir las importaciones por medio de la publicación de un pliego llamando a los interesados a participar de una licitación con tomada de precios. El criterio de selección depende del contenido del pliego, prevaleciendo normalmente el criterio de menor precio, desde que atienda a las exigencias técnicas del producto y a las condiciones de abastecimiento. En el caso de empate entre las propuestas presentadas por una firma nacional y otra extranjera, la ley asegura la preferencia por el producto de la empresa nacional.

Normalmente se exige una fianza bancaria a ser providenciada junto con la propuesta, con la finalidad de cubrir los costos de una nueva licitación, caso la empresa vencedora desista de firmar el contrato de abastecimiento o ejecución.

Todas las licitaciones son publicadas en la Internet.

IV.4. Canales de distribución

El exportador puede optar por tres caminos para colocar sus productos en el Brasil, de acuerdo con sus conveniencias comerciales y también con las necesidades del mercado consumidor.

IV.4.1. Exportación directa

En este caso, el exportador negociará directamente con los importadores, usuarios finales o no de su producto. Se recomienda que, antes del primer contacto, sea realizada una minuciosa investigación de mercado para identificar los potenciales compradores, evitando así pérdida de tiempo con empresas brasileñas que, aunque vinculadas al producto, no representen una real perspectiva de negocio.

Esta estrategia exige del exportador un esfuerzo constante y considerable dispendio financiero representado por los constantes viajes que deberá realizar a Brasil para tratar de sus negocios directamente con los compradores.

El importador brasileño ve con buenos ojos la aproximación directa del proveedor, pues lleva en cuenta el poder de decisión del exportador, que permite elucidar dudas técnicas en relación al producto y, concomitantemente, conducir negociaciones sobre las demás condiciones de venta y de precios más competitivos.

Para evitar elevados gastos de comercialización es necesario que el exportador tenga en mente una estrategia dirigida al real interesado en su mercancía, lo que puede exigir muchos desplazamientos por los diversos Estados brasileños.

IV.4.2. Exportación indirecta

La ventaja de este canal de distribución es que permite al exportador reducir considerablemente sus gastos de comercialización en el Brasil, en razón de la tercerización del esfuerzo de venta para una empresa especializada.

En Brasil estas empresas intermediarias asumen dos formas de organización:

- *Trading Company*
- Empresa Comercial

En Brasil, las **Trading Companies** son empresas comerciales constituidas al amparo del Decreto-Ley n° 1.248, de 29 de noviembre de 1972, que requiere que las empresas interesadas obtengan registro especial en la SECEX y en la *Receita Federal do Brasil*, que sean constituidas bajo la forma de sociedad por acciones y que posean capital mínimo fijado por el Consejo Monetario Nacional.

El exportador debe llevar en cuenta que *las tradings*, por fuerza de su propia actividad y potencial financiero, están más interesadas en grandes pedidos de importación. Así, es necesario que el exportador sea capaz de ofrecer volúmenes expresivos de su producto, muchas veces para embarque inmediato o programado.

Estas empresas están localizadas en todo el territorio nacional, principalmente en las capitales. Así, el exportador podrá contar con este canal comercial en cualquier estado.

Sin embargo, las **empresas comerciales** existen en gran número en el mercado, pues son organizaciones cuya constitución es simplificada, pudiendo ser empresas de responsabilidad limitada con capital reducido. Son compañías intermediarias entre el proveedor extranjero y el comprador final o consumidor. Sin embargo, no dejan de ser empresas importadoras, pues la actividad comercial que desarrollan es la reventa del producto en el mercado nacional.

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 reventa. Además, los gastos de comercialización son menores, ya que las importadoras comerciales se encargan de todo el proceso comercial y aduanero relativo a la entrada de la mercancía y mantienen, además, una estrecha relación con el mercado comprador, facilitando las actividades de promoción comercial del producto en las plazas en donde actúan.

Sí el volumen de negocios se hace considerable, es necesaria la firma de un contrato de exclusividad. En este caso se recomienda al exportador realizarlo siempre llevando en cuenta la capacidad comercial y financiera de la empresa intermediaria. No sería conveniente, por ejemplo, dar exclusividad nacional a una empresa cuya actividad se restringiese a algunos estados de la federación brasileña, a no ser que ella esté dispuesta a realizar inversiones que posibiliten ampliar sus horizontes comerciales parapara el resto del país.

Algunos exportadores prefieren trabajar con varias firmas importadoras, localizadas en las diversas regiones geográficas brasileñas, evitando así pérdida de tiempo con una única importadora que, muchas veces, no posee condiciones mercadológicas para abarcar todo el territorio nacional.

Otros proveedores prefieren la estrategia de negociación sólo con intermediarias localizadas en las grandes capitales, concediendo exclusividad a empresas importadoras que realmente tengan potencial en la región donde actúan.

IV.4.3. Agentes comerciales

Outra forma de atingir o mercado brasileiro é através de representantes comerciais, quOtra forma de alcanzar el mercado brasileño es por medio de representantes comerciales, que pueden ser profesionales autónomos o empresas que, por motivos financieros y comerciales, prefieren actuar con base en comisiones sobre el volumen de ventas.

En este caso, la negociación no involucra la importación por parte del representante, sino una intermediación cuyo objetivo es la búsqueda de clientes brasileños que estén dispuestos a comprar los productos del exportador sudamericano.

Existe en el Brasil un gran número de profesionales con experiencia en comercio exterior, particularmente en importación, dispuestos a representar empresas extranjeras que deseen introducir sus productos en el mercado brasileño. Es necesario, sin embargo, que el exportador tenga criterio en la selección de este agente comercial, para evitar pérdida de tiempo y gastos operacionales desnecesarios.

Como en cualquier lugar del mundo, existen representantes que aceptan trabajar con cualquier producto, no especializándose en ninguno de ellos, y abordan el mer-

cado sin la debida preparación técnica, lo que puede ocasionar resultados comerciales abajo de las expectativas del exportador.

Se recomienda, por lo tanto, que la empresa exportadora haga la correcta selección del candidato a representante y que restrinja su actuación al mercado local en donde actúa, sea por región, estado o ciudad, considerando las grandes dimensiones del mercado brasileño.

Normalmente se concede exclusividad al representante solamente después de un período de actuación y desde que él haya logrado negocios concretos de venta. Se debe evitar los contratos de exclusividad al nivel nacional, más aún si el agente comercial es persona física o empresa de pequeño porte.

En lo que se refiere al pago de las comisiones, el exportador puede combinar tres modalidades practicadas en el Brasil:

- **Cuenta Gráfica:** el valor de la comisión a ser pago al agente comercial queda retenido en el banco brasileño, el cual, después de pagar al exportador, se encarga de repasar la comisión al representante. Normalmente, esta es la opción preferida por los agentes comerciales, pues el banco separa el dinero de cada uno, evitando tratar este asunto directamente con el exportador.
- **A Expedir** el banco brasileño paga al exportador el valor total de la factura y la comisión es repasada al representante directamente por el exportador. En este caso, es necesario que exista relación de confianza financiera entre las partes.
- **Deducir de la Factura:** en este caso el importador retiene el valor de la comisión y se encarga de repasarla al representante, lo que exige también confianza comercial entre las partes.

En lo que se refiere al valor de las comisiones, las partes pueden combinar un porcentual a ser calculado sobre el valor FOB de la operación...En el momento de registrar la Declaración de Importación en el Siscomex, se debe informar la forma de pago escogida para las comisiones y el porcentual pactado entre las partes.

IV.4.4. Apertura de oficina en el Brasil

Dentro de una estrategia comercial más amplia, es posible que el exportador desee montar una estructura propia en el mercado brasileño, abriendo una oficina para el contacto con los potenciales importadores directos o indirectos. Caso deseen que esta oficina sea responsable también por la operación de importación, debe ser constituida como una empresa comercial.

No existen impedimentos administrativos, cambiarios o aduaneros para abrir una sucursal de la empresa extranjera en territorio nacional, que puede tener participación societaria de ciudadanos brasileños o extranjeros. La sucursal, para todos los efectos de responsabilidad comercial, fiscal, legal y de registros públicos, es considerada una empresa nacional.

Los funcionarios brasileños estarán amparados por la legislación laboral vigente, así como los extranjeros que establezcan residencia fija en el Brasil. Lo mismo vale para extranjeros que estén en el país en carácter temporario, exclusivamente para desarrollar actividades profesionales de acuerdo con los objetivos comerciales de la sucursal.

Del punto de vista cambiario, dentro de las normas del Banco Central, no existen impedimentos para la entrada de divisas para manutención de la oficina, o para salidas al efecto de remesas de utilidades y dividendos, obedeciendo a los procedimientos vigentes para cada caso.

Cabe destacar que es usual en el Brasil el funcionamiento de oficinas en edificios comerciales, normalmente localizados en el centro de la ciudad o en zonas residenciales debidamente autorizadas. De esa forma, el alquiler de una oficina debe observar esta norma, obedeciendo además a otras restricciones específicas, en el caso de haber trasiego de mercancías en el local.

IV.5. Logística de importación

La logística practicada en la importación brasileña es primordialmente marítima. Los medios aéreos y de transporte vial también tienen una razonable importancia. El modal ferroviario es todavía incipiente.

IV.5.1. Modal marítimo

Gran parte del movimiento de mercancías entre los países de América del Sur se desarrolla por vía marítima, utilizando rutas que cubren los principales puertos: La Guaira (Venezuela), Barranquilla (Colombia), Guayaquil (Ecuador), Callao (Perú), Valparaíso (Chile), Buenos Aires (Argentina), Montevideo (Uruguay) y los puertos brasileños de Rio Grande (Rio Grande do Sul), Rio de Janeiro, Santos (São Paulo), Vitória (Espírito Santo), Salvador (Bahia), Suape (Pernambuco), Fortaleza (Ceará) y Belém (Pará).

Esas rutas son utilizadas por las empresas de transporte habilitadas. El tiempo de viaje varía de acuerdo con la localización del puerto de origen en relación al destino (transit time) de la carga en puerto brasileño. Por ejemplo, entre los puertos de Callao y Santos el tiempo de viaje es a lo máximo de 15 días.

Naturalmente, la preferencia de los exportadores e importadores del área sudamericana por el modal marítimo se basa en ventajas como la posibilidad de transporte de gran cantidad de mercancías, reduciendo el costo del flete. Este costo es de gran importancia en las decisiones de importación, incluso porque el valor del flete, como vimos anteriormente, hace parte del valor aduanero, base de cálculo de los tributos de importación.

La modernidad de este modal permite también el transporte de todo tipo de mercancías, desde las peligrosas y frágiles hasta las perecederas, favoreciendo a los países sudamericanos, que se destacan por la exportación de comestibles agrícolas, carne, pescado, entre otros productos del género.

Además, los buques que navegan en las rutas de la región no hacen trasbordos, garantizando así el tiempo de viaje determinado entre los puertos de origen y destino.

Las empresas armadoras brasileñas son representadas por una red de agentes, que en el Brasil se denominan agencias marítimas, localizadas en las principales capitales, y que están autorizadas a negociar los fletes con los exportadores e importadores y a emitir los conocimientos de embarque y los documentos relativos a las mercancías embarcadas.

No existen restricciones en el Brasil en cuanto al pago del flete internacional que, dependiendo del Incoterm pactado, podrá ser *collect* o *prepaid*.

IV.5.2. Modal aéreo

La utilización de este modal se relaciona normalmente con la urgencia en recibir la carga, lo que no es diferente en el espacio sudamericano. Obviamente, la gran ventaja es la rapidez, sin embargo, el costo del transporte aéreo, cuya tarifa es calculada por kilo, es alto en relación al marítimo, donde el flete es calculado por tonelada, metro cúbico o unidad de transporte (*container*).

Existen diversas compañías aéreas que hacen el servicio de carga aérea entre las capitales de los países sudamericanos y prácticamente cualquier destino dentro del territorio brasileño, destacándose también las empresas de encomienda expresa (*courier*) que, además de documentos, también pueden transportar pequeñas encomiendas.

Dentro de esta logística, el exportador puede negociar la tarifa con los denominados agentes aéreos, empresas autorizadas por las transportadoras para hacer la intermediación comercial, lo que no impide que un exportador o importador pueda tratar directamente con la compañía aérea.

La tarifa, calculada por peso o volumen, es negociable y puede ser formalizada tanto por el exportador cuanto por el importador junto al agente aéreo en el país de origen o de destino de la carga.

La mayoría de las empresas aéreas brasileñas es miembro de la International Air Transport Association – IATA o de la International Civil Aviation Organization – ICAO, razón por la cual son obligadas a cobrar las tarifas de flete convenidas y que deben ser mencionadas en el conocimiento de embarque, denominado Airway Bill – AWB.

Existen otras, no asociadas a estas entidades, que hacen el transporte aéreo con tarifa de flete negociable, y que no son obligadas a mantener una ruta regular, razón por la cual la tarifa es establecida con valores inferiores en relación a las practicadas por la IATA.

El tiempo promedio de viaje entre un país de la costa del Pacífico y las ciudades brasileñas localizadas en el sur y sudeste brasileño es de 6 horas.

Para destinos localizados al norte, nordeste y centro-oeste habrá necesariamente trasbordo en los aeropuertos de Viracopos o Guarulhos (Estado de São Paulo), o Galeão (Estado do Rio de Janeiro), con un tiempo de viaje mayor, dependiendo de la logística de la conexión y de las horas de vuelo hasta el destino final de la carga.

Dependiendo del volumen de la carga disponible, algunas empresas aéreas pueden hacer la ruta directa entre las capitales de los países sudamericanos y cualquier ciudad brasileña, en la modalidad de fletamento (*charter*).

Los aeropuertos brasileños son administrados por la empresa estatal de Infraestructura Aeroportuaria – Infraero y el control nacional de la aviación y de los acuerdos internacionales de los cuales Brasil es signatario están bajo la responsabilidad de la Agencia Nacional de Aviación Civil - ANAC.

IV.5.3. Modal carretero

Considerando que casi todos los países sudamericanos poseen fronteras terrestres con Brasil, el transporte vial surge como una opción natural en el comercio de la región. Existen diversas rutas terrestres y empresas especializadas que transportan cargas entre los países de la costa del Pacífico y los destinos brasileños.

Partiendo de **Chile**, por ejemplo, la ruta sigue de Santiago a la Ciudad de los Andes, frontera con Argentina, pasando por Mendoza y, a partir de esa ruta, la carga puede seguir en dirección a las fronteras brasileñas de la región Sur por los puntos fronterizos de Chuí (frontera con Uruguay), Uruguayana (frontera con Argentina) o Foz de Iguazú (Triple frontera con Argentina y Paraguay), llegando al destino final que puede ser Porto Alegre (Estado do Rio Grande do Sul), Florianópolis (Santa Catarina), Curitiba (Paraná), Belo Horizonte (Minas Gerais), Rio de Janeiro, São Paulo y Vitória (Espírito Santo), distribuyendo la carga en ciudades intermediarias o siguiendo la ruta hacia los estados del Norte y Nordeste.

El tiempo de viaje normal entre la ciudad chilena y la frontera brasileña es de aproximadamente 15 días, dependiendo de las condiciones de la ruta.

Partiendo del Perú, saliendo de las ciudades de Lima, Arequipa o Tacna, la ruta sigue por la carretera del Pacífico, pasando por Puno (frontera Perú – Bolivia) en dirección a La Paz, Cochabamba y Santa Cruz de la Sierra, llegando a Corumbá (región Centro-Oeste de Brasil, en la frontera con Bolivia) y, desde ese punto, la carga se distribuye a los estados de Acre, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Amazonas, Rondônia, Roraima y otros destinos en las regiones Norte y Nordeste del país. Puede seguir además por el camino inverso, hacia los estados del Sur y Sudeste.

Otra ruta alternativa consiste en aprovechar la moderna estructura de la **Carretera Interoceánica** que interconecta los países fronterizos con la ciudad de Rio Branco (Acre). Además del transporte de mercaderías, la ruta es usada por empresas de transporte de pasajeros, que contribuyen para intensificar el turismo regional.

Viniendo de Ecuador, Colombia o Venezuela, la ruta sigue el trayecto amazónico hasta Tabatinga y otros puntos fronterizos en la región Norte del país, siguiendo hacia los destinos de Manaus (Estado do Amazonas, donde hay una importante Zona Franca), Boa Vista (Roraima), Macapá (Amapá), Porto Velho (Rondônia) y hacia las capitales de los estados del Nordeste: João Pessoa (Paraíba), Natal (Rio Grande do Norte), Belém (Pará), Teresina (Piauí), São Luís (Maranhão) y Fortaleza (Ceará).

En el ámbito del Mercosur, el avance de la unión aduanera entre los países miembros facilita la logística de transporte entre Brasil, Argentina, Uruguay, Paraguay y Venezuela, siendo que las empresas transportadoras autorizadas transitan con un documento denominado Manifiesto Internacional de Carga – MIC, que permite el transporte de cargas en las carreteras de los países miembros.

Es importante destacar que, en el modal carretero, el importador brasileño puede hacer el desembarazo de la mercancía en la frontera, donde existen puestos avanzados de la Receita Federal do Brasil con el sistema Siscomex funcionando para atender a los importadores.

Todas las empresas transportadoras que exploran las rutas terrestres sud-americanas deben tener la debida autorización, siguiendo las normas del Acuerdo sobre Transporte Internacional Terrestre – ATIT, firmado por los países de América Latina. En Brasil, el órgano regulador y fiscalizador de esta actividad es la Agencia Nacional de Transportes Terrestres - ANTT.

IV.5.4. Modal ferroviario

El transporte internacional de cargas por vía ferroviaria en el Brasil es poco desarrollado y se limita a los países limítrofes de Argentina, Paraguay y Bolivia.

A partir de la década de 1990, los ferrocarriles brasileños fueron privatizados por medio de concesiones operacionales y actualmente el país posee una malla de aproximadamente 50.000 Km., con trocha de 1,0 m a 1,6 m.

Los vehículos son construidos de acero o aluminio y su capacidad de transporte depende de la fuerza de tracción, tamaño de los vagones y composición, pudiendo cada vagón transportar casi 100 toneladas de carga pesada o en contenedores. El flete es calculado en la base de una tonelada igual a 3,5 metros cúbicos, pero puede ser también colocado en la forma de vehículo cerrado con flete único.

En este modal se utiliza el conocimiento de carga denominado Transporte Internacional Ferroviario – TIF.

La ruta internacional más frecuente es Santa Cruz de la Sierra – Corumbá (Frontera Brasil – Bolivia), siguiendo por los estados de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul y distribuyendo la carga por los estados del Sur y Sudeste brasileño.

IV.5.5. Seguro internacional de carga

La contratación del seguro internacional de carga por parte del importador brasileño no es obligatoria, sin embargo, por razones de seguridad comercial y financiera, las empresas prefieren providenciar la contratación del seguro y la emisión de la respectiva póliza con aseguradoras brasileñas.

Independientemente del modal de transporte, el importador habitualmente prefiere contratar el seguro en la modalidad de *House to House*, acrecida de algunas cláusulas extraordinarias del tipo *Strike o Act of God* que cubren, respectivamente, los riesgos de huelga o desastres naturales.

La contratación puede ser hecha directamente con la compañía aseguradora, sin intermediación de corredor, que en este mercado desempeña un papel opcional. El exportador sudamericano debe informar al importador, antes del embarque de las mercancías, todos los datos de la carga, para que sean formalizadas junto a la aseguradora las informaciones relativas a las coberturas de la carga, dependiendo de los modales de transporte.

Hay que considerar que el valor del premio del seguro, junto con el flete y el valor FOB, componen el valor aduanero que va servir como base de cálculo para el pago de los tributos de importación.

IV.6. Promoción comercial

El éxito de la exportación depende, en gran medida, de una adecuada estrategia de promoción de los productos en el mercado brasileño, especialmente cuando se trata de bienes manufacturados, cuyos atributos de calidad, marca, tecnología etc. ejercen un papel importante en la selección de los consumidores. En este aspecto, algunas informaciones relativas a las formas de promoción comercial más efectivas dentro del mercado brasileño son esenciales para la definición de una buena estrategia de promoción.

IV.6.1. Ferias y exposiciones

Es uno de los mecanismos tradicionalmente más difundidos y usados en todo el mundo para divulgar, de forma eficiente, productos extranjeros dentro de un mercado. En el Brasil se realizan ferias y exposiciones de los más diversos productos y sectores durante prácticamente todo el año, principalmente en las ciudades de mayor porte. En estas, el exportador extranjero puede participar como expositor o como visitante.

El Ministerio de Relaciones Exteriores publica en la Internet, por medio del sitio electrónico www.investexportbrasil.gov.br un calendario oficial de las principales ferias realizadas en el País. En el **Anexo II** de esta publicación se listan los principales eventos de este tipo que son realizados anualmente en el Brasil.

IV.6.2. Misiones comerciales

Las Embajadas, Consulados, Cámaras de Comercio y el Ministerio de Relaciones Exteriores (MRE), con apoyo de otros órganos y Ministerios, están a la disposición de las entidades gubernamentales y privadas sudamericanas que deseen visitar el mercado brasileño por medio de misiones comerciales.

Es importante que los primeros contactos sean realizados todavía en el país de origen, con la debida antecedencia, para que se puedan formalizar los apoyos logísticos, administrativos y aduaneros, así como los contactos con los potenciales importadores.

Normalmente la organización de la visita empresarial es coordinada entre las entidades similares de Brasil y del país de origen – por ejemplo, las Cámaras de Comercio y las Asociaciones de Industria –, contando con el apoyo de la Embajada brasileña y de la representación consular del país en el Brasil. El Anexo de esta publicación presenta informaciones sobre órganos oficiales, cámaras de comercio, asociaciones sectoriales y otras instituciones relevantes en el Brasil, así como sobre las embajadas y consulados brasileños localizados en los países sudamericanos.

IV.6.3. Publicidade y marketing

Aún siendo una estrategia dispendiosa en recursos financieros, el exportador extranjero puede contar en el mercado brasileño con una serie de vehículos publicitarios de promoción comercial y marketing, especialmente direccionados al mercado que se desea alcanzar, en cualquier región del País.

Hay una extensa gama de empresas especializadas en estas actividades que pueden ser identificadas por medio de las embajadas y consulados brasileños en el exterior, o las representaciones consulares del país del exportador en el Brasil.

IV.6.4. Viajes de negocios

Visitar Brasil a negocios, lejos de ser una aventura, puede tornarse un éxito comercial, desde que se obedezca a un plan de viaje estratégicamente programado con la debida antecedencia.

El primer paso, aún en el país de origen, es el contacto preliminar con los eventuales y potenciales importadores brasileños, con miras a detectar el real interés en cuanto a la adquisición del producto y sobre la posibilidad de una cita durante la visita del empresario extranjero.

No se debe olvidar que Brasil es un país de dimensiones continentales y que los clientes a ser visitados pueden tener compromisos en locales distantes de la ciudad-sede de la empresa. Así, es importante marcar la reunión con fecha y hora previamente definidas y dentro del horario comercial.

Antes del viaje, algunas providencias deben ser tomadas por el empresario, de modo a tornar más productivo su pasaje por Brasil:

- Elaborar una lista de precios de productos brasileños en moneda extranjera (básicamente dólares americanos);
- Traer muestras y catálogos de los productos a ser exportados;
- Traer tarjetas de visitas, inclusive con la dirección del sitio electrónico de la empresa en la Internet;
- Providenciar los visados de entrada, sí necesario;
- Tomar las vacunas requeridas;
- Apuntar las direcciones completas de los clientes a visitar, así como de otros clientes eventuales; y
- Providenciar con antecedencia reservas de hoteles y vuelos, incluso aquellos que deban ser realizados domésticamente.

Se debe llevar en cuenta además que las capitales brasileñas son ciudades cosmopolitas. En ese sentido, las diversas visitas deben ser marcadas con un buen espacio de tiempo entre sí.

V.

RECOMENDACIONES
GENERALES A
LOS EXPORTADORES

V. Recomendaciones generales a los exportadores

Tratar con clientes brasileños no es difícil. Aún siendo la reunión un acto formal de negocios, los encuentros se desarrollan generalmente en un ambiente agradable y ameno. Se debe observar, sin embargo, las costumbres comerciales y culturales del País, a fin de evitar ciertos comportamientos que pueden causar sorpresa o incluso incomodidad.

V.1. Costumbres comerciales y culturales

Las reuniones comerciales deben ser marcadas con antelación, para que el cliente pueda planificar su trabajo. En Brasil, normalmente las reuniones de negocios se realizan en las oficinas. Difícilmente un cliente utilizará como local de reunión un hotel o su residencia, como suele hacerse en otros países.

Al llegar a Brasil, no es necesario reconfirmar la fecha o la hora de la reunión. Quién administra la agenda, normalmente, es la secretaria de la empresa brasileña, que es la responsable de comunicar a todos los participantes de la reunión sobre eventuales cambios.

Puntualidad es un ítem importante, razón por la cual el visitante debe llevar en cuenta los problemas de tránsito que existen en las grandes metrópolis brasileñas.

Al importador brasileño le agrada recibir todas las informaciones técnicas y comerciales del producto y el precio, incluso la clasificación aduanera, pues con esos datos tendrá condiciones de confeccionar una planilla de importación que incluya los impuestos, tasas, costos de almacenaje, gastos portuarios, pudiendo llegar más rápidamente a la decisión final respecto a la compra. De ese modo, el exportador será beneficiado si dispone de todas las informaciones sobre el producto.

No se debe, sin embargo, presionar al cliente con la esperanza de obtener una decisión rápida, pues normalmente se realizan consultas paralelas sobre eventuales normas aduaneras, que pueden atrasar el proceso decisorio. Lo que puede suceder en la reunión es que el cliente solicite el envío de la *Factura Pro Forma*. Por eso, el visitante no debe olvidarse de llevar papeles con membrete de la empresa, o disponibles en el *notebook*.

Es necesario destacar que una vez formalizada la propuesta el precio no debe ser alterado, así como la forma de pago.

El plazo de embarque en el país de origen es otra información esencial, pues, dependiendo del medio de transporte, el tiempo de viaje es un factor importante dentro del planeamiento que el cliente precisa hacer para comercializar o utilizar el producto en el mercado interno.

Se debe tener extremo cuidado con las cantidades ofertadas. Tratándose, por ejemplo, de un producto de consumo humano, los pedidos pueden ser voluminosos, si se considera el tamaño del mercado consumidor brasileño. Es importante, por lo tanto, informar si el plazo de entrega y las cantidades solicitadas del producto pueden, efectivamente, ser cumplidos.

Participe de la reunión de forma objetiva y directa, sea claro y firme cuando trate de precios, plazos y formas de pago, y no se incomode si la secretaria interrumpe la reunión o si el móvil del cliente comienza a sonar.

Normalmente el empresario brasileño trata sus negocios de forma individual **o, en todo caso, acompañado por una o dos personas de su empresa que tengan alguna relación con el asunto abordado.**

Es conveniente realizar un esfuerzo, en la medida de lo posible, para presentar los catálogos y el sitio electrónico en varios idiomas, incluso en portugués, para que ciertas informaciones técnicas no tengan que ser traducidas o explicadas durante la reunión.

Siempre que posible, no se debe dejar ninguna pregunta sin respuesta, pues eso puede atrasar la decisión del cliente. La falta de un dato o información puede dejar al cliente inseguro en el momento de cerrar el negocio.

Garantías, asistencia técnica pos-venta, reposición y manutención u otros compromisos necesarios después de la venta, deben ser claramente explicados, principalmente en lo que se refiere a la parte financiera.

Para compras consideradas pequeñas o medianas, no se acostumbra firmar contratos comerciales, pues la *Factura Pro Forma* funciona como tal. Sin embargo, si la negociación involucra mercancías y valores que a criterio del exportador merezcan una formalidad mayor, se puede proponer la firma de un contrato, incluyendo todos los procedimientos a ser respetados por ambas las partes. Este contrato puede ser registrado en Escribanía/Notaría y el foro judicial para dirimir eventuales pendencies es elegido de común acuerdo entre las partes, pudiendo ser en Brasil o en el país del exportador. El contrato debe ser redactado en los dos idiomas.

Algunos importadores suelen discutir los puntos importantes del contrato en la reunión y, posteriormente, se formaliza el texto final vía e-mail.

Cuando se percibe que no hay interés por parte del cliente, se debe dar por encerrado el encuentro, pues difícilmente el empresario brasileño consigue ser directo, a punto de manifestar que no está dispuesto a comprar su producto. Normalmente, él llevará la negociación a su agotamiento natural, hasta que usted se dé cuenta que realmente no existe ninguna posibilidad de cerrar un pedido.

En relación a los aspectos culturales de Brasil, es necesario que el exportador extranjero tome ciertas precauciones. No existe una cartilla o manual de comportamiento para negociar con los clientes brasileños: se debe considerar que es un pueblo de origen latino, al igual que sus vecinos, pero, con ciertas particularidades. La idea corriente sobre la impuntualidad de los brasileños no se aplica al ambiente de negocios, pues el empresario brasileño es puntual y frecuentemente usa el móvil para avisar de cualquier contratiempo que le impida llegar al local en la hora acordada.

En lo que se refiere al vestuario, deberá ser formal, con uso de saco y corbata para los hombres y ropas sobrias para las mujeres.

Otro punto cultural importante en el mundo de los negocios es la objetividad de los temas a ser tratados en la reunión. Sin embargo, no se debe extrañar si antes de iniciarse el encuentro sea comentado, de manera superficial, algún acontecimiento publicado por los medios, o se bromea sobre el equipo de fútbol de alguno de los presentes a la reunión. Para el brasileño, esas son formas de “romper el hielo”. Así, es posible que el visitante tenga que hacer algún comentario sobre su país o sobre algún hecho relevante, pero es importante que sea breve y en lo posible lo haga con una pizca de humor.

Nunca haga comentarios sobre temas políticos o sobre la situación económica, mucho menos sobre eventuales temas relacionados con el comercio exterior brasileño con los cuales no esté de acuerdo, situación que puede llevar a comparaciones inoportunas.

Habitualmente, durante la fase de “rompimiento del hielo” es ofrecido el tradicional “cafezinho” (café negro), acompañado de agua, que podrá ser natural o gasificada. Aunque servido en una tase pequeña, el café es fuerte, bien diferente del que es degustado en los demás países latinoamericanos, y podrá ser endulzado con azúcar o edulcorante. Ese ritual se desarrolla en un clima cordial, donde se acostumbra primero a tomar el café y después beber agua. En este momento, el exportador puede aprovechar para distribuir su tarjeta de visitas y, si lo considera oportuno, pequeños obsequios de su empresa, como llaveros o bolígrafos.

Usted también recibirá la tarjeta de los clientes. Retenga bien el nombre de su interlocutor y enseguida empiece a hablar de la empresa y de su producto. Se puede decir que, a partir de ese momento, la reunión realmente ha comenzado. Su exposición debe ser objetiva, breve, clara y, si hay que hacer una exposición técnica, no sea didáctico, pues se supone que el cliente también entiende del producto que desea comprar. El brasileño “bautiza” ese momento como la “hora de vender el pescado”. Normalmente harán pocas preguntas durante su presentación, pero al término de la misma ciertamente surgirán cuestionamientos sobre todos los aspectos de su producto, incluso sobre el precio.

En esos momentos, no se desconcentre si por acaso entra alguien en la sala o si suena un móvil, pues es habitual la salida de alguno de los presentes para atender a una llamada telefónica. Por lo tanto, retome su presentación de la forma más natural posible.

No se olvide que usted es el visitante. Permanezca atento a la señal del cliente, que, en determinado momento, dará a entender que el encuentro ha llegado al final. En esos casos, todos suelen quedarse de pie y, si el clima es propicio, se hacen algunos comentarios con una buena dosis de humor. Dependiendo del clima comercial que se estableció en la reunión, es posible que surja una invitación para un almuerzo o cena, con la intención de seguir tratando de negocios. No se debe considerar tal iniciativa como si fuera un encuentro social.

Normalmente el cliente hará comentarios sobre la bebida tradicional brasileña, la “caipirinha”, pero esto no significa que está siendo invitado a degustarla. Lo más usual es que todos los participantes beban agua o gaseosa. Evite comidas típicas, principalmente la “feijoada”, muy apreciada por los brasileños, pero que puede causar serios problemas estomacales a un visitante, pues se trata de un plato con ingredientes de difícil digestión.

Muchas veces la conversación pasa de lo comercial a lo social, con temas relacionados al fútbol, carnaval o las bellezas naturales del Brasil, pero esto es sólo una pausa estratégica, porque la conversación luego volverá a lo comercial.

Al contrario de lo que ocurre en otros países, el visitante difícilmente será invitado a la residencia de la familia del cliente. Sin embargo, si el tema comercial se agota, al brasileño le gusta conversar sobre asuntos personales de manera informal y nada comprometedor.

Al momento de pagar la cuenta, tome la iniciativa de llamar al mozo y entregue su tarjeta de crédito, aún ante la insistencia del cliente en querer asumir el pago, pues su actitud será bien vista, no por el aspecto financiero, sino por la gentileza.

Al dejar el local, es posible que el cliente quiera llevarlo al Hotel. Acepte de buen grado, pues el brasileño hace cuestión de dejarlo en seguridad.

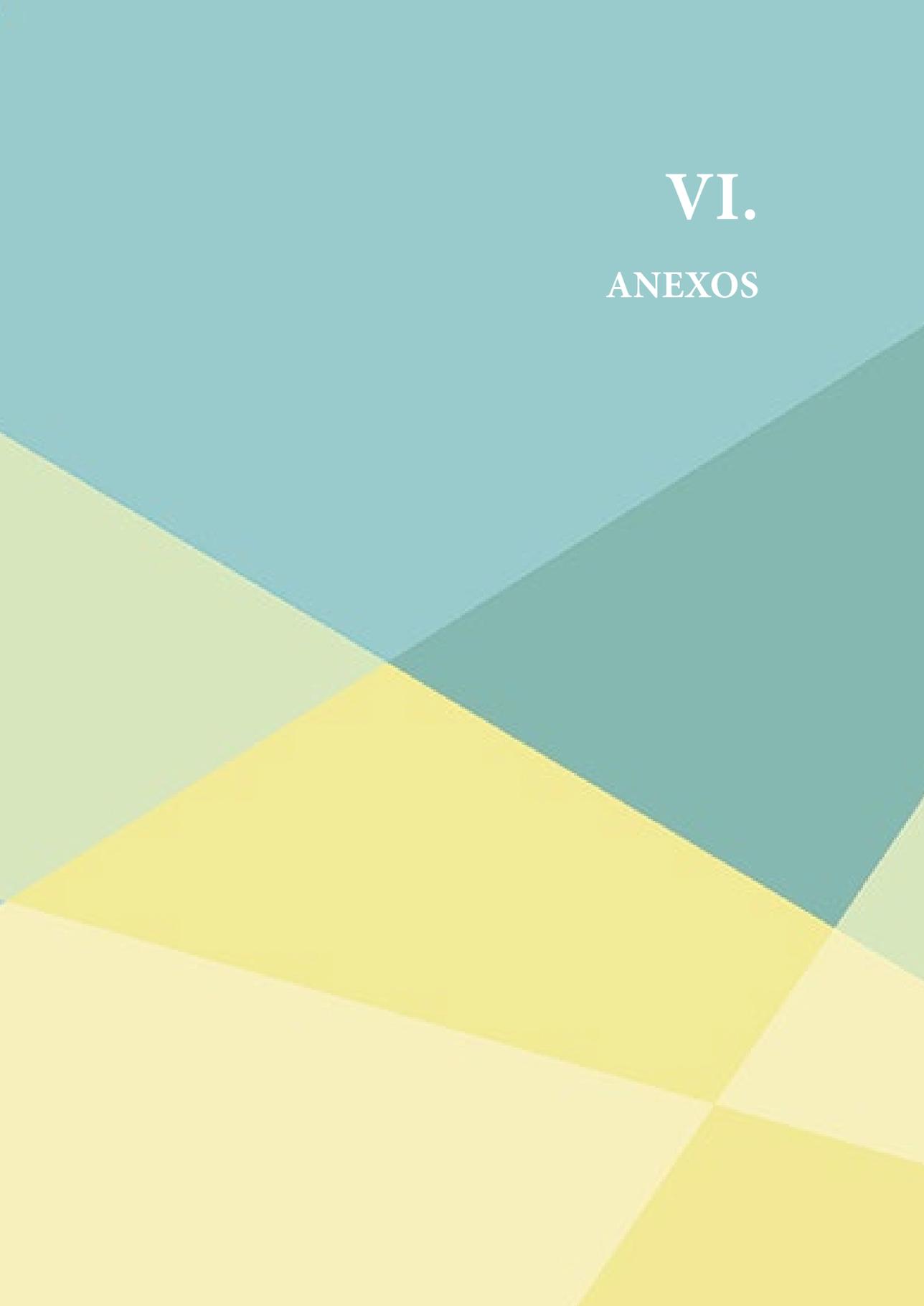
Si por casualidad tuviese que pasar un final de semana en la ciudad, no espere ser invitado a la casa de su cliente. Por otro lado, si eso llega a ocurrir, su visita será de carácter social, por lo que evite hablar de los negocios en curso delante de la esposa e hijos de su cliente. Si los acompaña al teatro, cine o a un local de espectáculos, al ser preguntado por su preferencia deje la decisión a la esposa de su cliente.

En cuanto a los colores usados en Brasil, no existen restricciones de cuño cultural o religioso.

V.2. Lo que se debe evitar

Las buenas costumbres de un ejecutivo internacional exigen compostura personal y profesional y no sería exagerado afirmar que el sentido común debe prevalecer, llevando en cuenta las costumbres comerciales y culturales. Sin embargo, algunos comportamientos deben ser evitados, ya que pueden comprometer la visión que el cliente tiene de la empresa y hacer inviable el cierre de negocios:

- No responder inmediatamente a los e-mails del cliente. Es considerado un error grave.
- Prometer exportar cantidad superior a la capacidad de producción.
- Cambiar el precio después de la formalización de la Factura Pro Forma.
- No enviar las muestras prometidas.
- Cambiar unilateralmente las formas de pago acordadas.
- Imponer un Incoterm que el cliente no acepte.
- Embarcar mercancía con calidad diferente de la prometida.
- Demorar el envío de los documentos necesarios.
- No dar explicaciones cuando los documentos son discrepantes.
- No invitar al cliente a visitar el País.
- Hablar mal de su país o del Brasil.
- No atender a las eventuales modificaciones del producto exigidas por el cliente.
- No colaborar en casos de indemnización del seguro.
- Insinuar que corre riesgo de no recibir el pago, si este no se hace por medio de carta de crédito.
- Insistir en el pago anticipado, alegando desconfianza.
- Decir que va hacer seguro de crédito, insinuando desconfianza.
- Criticar las formalidades aduaneras brasileñas.
- Decir que no le gusta el idioma portugués.
- Decir que las capitales brasileñas son caóticas.
- Criticar la gastronomía brasileña.
- Demostrar temor exagerado en relación a la violencia urbana en el Brasil.
- Elogiar exageradamente su país, haciendo comparaciones con Brasil.



VI.
ANEXOS

ANEXOS

ANEXO I. ÓRGANOS E INSTITUCIONES	117
1. Embajadas de Brasil en América del Sur.....	117
2. Consulados de Brasil en América del Sur	118
3. Cámaras de Comercio Representadas en Brasil.....	119
4. Bancos Oficiales Brasileños.....	120
5. Asociaciones y Entidades Representativas de Sectores Productivos	121
6. Sistema de Transportes	126
7. Marketing e Investigación de Mercado	127
8. Diarios de Mayor Circulación	128
9. Revistas Especializadas	129
ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL	130
1. Sector Agropecuario, Comercial e Industrial	130
2. Alimentos y Bebidas.....	131
3. Acuicultura, Náutico y Pesca	132
4. Artes Gráficas, Embajes, Librerías y Papelerías.....	132
5. Artesanía, Artes y Colecciones	133
6. Automación Industrial, Comercial y de Escritorio.....	133
7. Autopiezas y Rectificado de Vehículos	133
8. Bares, Hoteles y Restaurantes	134
9. Belleza y Estética	134
10. Bisutería e Joyería.....	134
11. Caucho y Plástico	135
12. Obsequios, Juguetes y Regalos.....	135
13. Cine, Foto, Imagen y Sonido.....	135
14. Comunicación, Divulgación e Publicidad	136
15. Conservación, Higiene y Aseo	136
16. Construcción Civil.....	137
17. Cuero, Calzados, Artefactos, Máquinas y Componentes.....	138
18. Cultura y Educación	138
19. Electroelectrónico y Mecánico	139
20. Energético.....	139
21. Enfermería, Hospitalar y Laboratorios.....	139
22. Deporte y Ocio	140
23. Farmacéutico	140

24. Franquicias.....	140
25. Informática.....	140
26. Instrumentos Musicais	141
27. Maderero	141
28. Material Médico	141
29. Militar, Seguridad Nacional, Civil y Patrimonial.....	142
30. Muebles.....	142
31. Material Odontológico	143
32. Piedras Preciosas	143
33. Petróleo y Petroquímica	143
34. Químico, Científico y Tecnológico	144
35. Serigrafía.....	144
36. Suco-Alcoholero (Azúcar y Alcohol).....	144
37. Supermercadista Y Minorista	145
38. Textil y Confecciones.....	145
39. Textil - Máquinas y Componentes	146
40. Tintas e Vernizes	146
41. Transporte	147
42. Turismo.....	147
43. Utilidades para el Hogar	148
44. Vehículos Automotores	148
45. Vehículos Motorizados para Transporte de Pasajeros y Cargas.....	148
46. Diversos.....	149
ANEXO III. INFORMACIONES GENERALES	150
1. INFORMACIÓN	150
2. FIESTAS NACIONALES.....	150
3. HUSO HORÁRIO.....	151
4. INSTRUCCIONES PARA LLAMADAS TELEFÓNICAS.....	152
5. VISA DE ENTRADA.....	152
6. LOCALES ADUANEROS.....	153
7. PUERTOS MARÍTIMOS, FLUVIAIS Y LACUSTRES.....	154
8. PUNTOS DE FRONTERA	158
9. TABLAS DE CONVERSIÓN.....	158
10. TABLAS DE CONVERSIÓN.....	159
ANEXO IV. GLOSARIO	161

ANEXO I. ÓRGANOS E INSTITUICIONES

1. EMBAJADAS DE BRASIL EN AMÉRICA DEL SUR

Ciudad/ Huso horario/ Institución	Dirección_parte 1	Dirección_parte2	Dirección_parte3	Teléfono	Sitio / E-mail
Asunción (-1h)	Calle Cel. Irazabal, esq. Eligio Ayala	Casilla de Correo 22	Asunción – Paraguay	(59521) 214-680/534/466 // (59521) 220-971 // (59521) 213-450	http://assuncao.itamaraty.gov.br/pt-br/brasemb.assuncao@itamaraty.gov.br
Bogotá (-2h)	Calle 93, n. 14-20, piso 8	Apartado Aéreo 90540	Bogotá 8 – Colombia	(571) 218-0800 (General)	http://bogota.itamaraty.gov.br/brasemb.bogota@itamaraty.gov.br
Buenos Aires (0h)	Calle Cerrito 1350	1010 Buenos Aires – Argentina		(5411) 4515-2500 (Embajador) // (5411) 4515-2400 (General)	http://buenosaires.itamaraty.gov.br/brasemb.buenosaires@itamaraty.gov.br
Caracas (-1h)	Calle los Chaguaramos con Avenida Mohedano, Centro Gerencial Mohedano - Piso 6	Apartado Postal 3977 Carmelitas 1010, La Castellana 1060	Caracas – Venezuela	(58212) 261-7553 / 5505 / 6529 / 2433 / 3457	http://caracas.itamaraty.gov.br/pt-br/brasemb.caracas@itamaraty.gov.br
La Paz (-1h)	Av. Arce, S/Nº esq. Rosendo Gutierrez,	Edificio Multicentro - Sopocachi	Casilla de Correo 429 - La Paz – Bolivia	(5912) 244-0202 / 2886 / 3210 / 2157 / 1273	http://lapaz.itamaraty.gov.br/brasemb.lapaz@itamaraty.gov.br
Lima (-2h)	Av. Jose Pardo 850, Miraflores	Lima 18 - Perú	Apartado Postal 2405	(511) 241-4066 e 242-7997 // (511) 9349-1045 (Horario fuera de turno para asuntos diplomáticos) // (511) 9348-2042 (Horario fuera de turno para asuntos consulares)	http://www.embaixadabrasil.org.pe/embaixada.lima@itamaraty.gov.br
Montevideo (0h)	Boulevard Artigas, 1328	Apartado Postal 16.022	Montevideo – Uruguay	(5982) 707-2003/2119/2036(General)	http://montevideu.itamaraty.gov.br/brasemb.montevideu@itamaraty.gov.br
Quito (-2h)	Edificio España	Avenida Amazonas 1429 y Colón - Pisos 9º y 10º , Casilla de Correo 17-01-231	Quito – Ecuador	(5932) 256-3086/3115/3141/3142 y (5932) 255-5292 (General)	http://quito.itamaraty.gov.br/brasemb.quito@itamaraty.gov.br
Santiago (-1h)	Calle Alonso Ovalle, 1665, Casilla de Correo 1497	Santiago - República de Chile	Casilla de Correo 1444 (Sector de Promoción Comercial)	(562) 698-2347 / 48 // (562) 698-2486 / 88 // (562) 876-3400	http://santiago.itamaraty.gov.br/brasemb.santiago@itamaraty.gov.br
Paramaribo (-1h)	Maratakastraat,2 P.O. Box 925		Paramaribo – Suriname		http://paramaribo.itamaraty.gov.br/brasemb.paramaribo@itamaraty.gov.br
Georgetown (-1h)	308 Church Street Queenstown, P. O. Box: 10.489		Georgetown - República Cooperativa da Guyana		brasemb.georgetown@itamaraty.gov.br

ANEXO I. ÓRGANOS E INSTITUICIONES

2. CONSULADOS DE BRASIL EN AMÉRICA DEL SUR

Ciudad	Dirección_Parte 1	Dirección_Parte 2	Dirección_Parte_3	Teléfono 1	Teléfono 2	E-mail	Website
Ciudad Guayana (Venezuela)	Edificio Eli-Alti, Oficina 04	Alta Vista	Ciudad Guayana, Venezuela, 8050	(58 286) 961-2995	(58 286) 961-9233	consbras@cantv.net	
Iquitos (Perú)	Calle Napo, 274	Departamento B, Frente a la Plaza de Armas	Iquitos – Perú	(5165) 235151	(5165) 235153		
Pedro Juan Caballero (Paraguay)	Calle Marechal Estigarribia, 250	Entre Carlos Antonio López y Natalicio Talavera	Pedro Juan Caballero – Paraguai	(59536) 72-218 / 73-562			
Rivera (Uruguay)	Calle Ceballos, 1159	Departamento de Rivera	Republica Oriental del Uruguay	(598622) 3278			
Asunción	Calle Gral Diaz C/14 de Mayo, 521	Edificio Faro Internacional 3º Piso	Asunción – Paraguai	(59521) 441-749 (Directo)	(59521) 448-069 / 084 (General) (59521) 444-088		
Buenos Aires	Carlos Pellegrini, 1363, 5º Piso	C1011aaa	Ciudad de Buenos Aires, Argentina	(5411) 4515-6500 (General)	(5411) 4515-6534	diversos@conbrasil.org.ar	
Ciudad del Este (Paraguay)	Calle Pampliega, 205, Esquina com Pai Perez	Ciudad Del Este – Paraguay Cx.Postal 541	Foz do Iguacu – Paraná - Brasil - 85857-970	(59561) 500-984/986 - 504-298/300 (General)	(595-983) 611-625 (Horario fuera de turno: atención a ciudadanos brasileños)	consulbr@telesurf.com.py	
Córdoba (Argentina)	Av. Ambrosio Olmos, 615	5000 - Córdoba – Argentina		(54351) 468-4700 (Jefe)	(54351) 468-5919 / 469-5812 // (549351) 507-5627 (Horario fuera de turno: comunicaciones) // (549351) 529-0708 (Horario fuera de turno para asuntos consulares)	conbracg@ciudad.com.ar	
Montevideo	Calle Convencion 1343 - 6º Piso	Edificio "La Torre"	Montevideo – Uruguay	(5982) 902-17-12 (Directo Cónsul General)	(5982) 900-5073 (Directo Cónsul Adjunto) // (5982) 901-2024, 901-1460, 908-1713 E 900-6282	conbras@consBrasileiraorg.uy	
Santa Cruz de la Sierra (Bolivia)	Av. German Busch, 330	Casilla Postal 191	Santa Cruz De La Sierra – Bolivia	(5913) 333-7368/334-4400/333-6888	(5913) 345-3962/345-3963 // Celular: (591) 708-23961 (Horario fuera de turno)		
Santiago de Chile	Edificio Banco Exterior	Calle Enrique Mac-Iver, 225 - 15º Piso	Santiago – Centro	(562) 425-9230/31/32 (Central)	(562) 441-9187 (Directo Cónsul General) // (562) 441-9188/89 (Directo Cónsul Adjunto)	consbraschile@123.cl	www.cobrachi.co.cl

ANEXO I. ÓRGANOS E INSTITUICIONES

3. CÁMARAS DE COMERCIO REPRESENTADAS EN BRASIL

Cámaras	Dirección_Parte 1	Dirección_Parte 2	Teléfono	Fax	E – mail	Sitio
Cámara de Comercio Argentino-Brasileña de São Paulo	Rua do Rócio, 423 - Conj. 801 e 802 - Ed. Meli-Confort Bussines	04552 – 000 / São Paulo – SP	(11) 3842-3667	3842-6487	camarbra@camarbra.com.br	www.camarbra.com.br
Cámara de Industria y Comercio Brasil-Argentina de Rio Grande do Sul y Santa Catarina	Av. Alberto Bins, 514 - Hotel Plaza São Rafael - 1º subsolo	90030 – 140 / Porto Alegre – RS Brasil	(51) 3221-0555 / 37-6		info@cicbrar.com.br	www.cicbrar.com.br
Cámara de Comercio e Industria Brasileño-Boliviana	Av. Cásper Libero 390 cj. 705 - 7º andar	01033 – 011 / São Paulo – Brasil	(11) 3313-0423		egalarza@terra.com.br	
Cámara de Comercio Brasil-Chile	Av. Paulista 509, 12º andar, Caixa Postal 29208 - Conj. 1.213	04561 – 990 / São Paulo – Brasil	(11) 3168-8628	(11) 3742-8335	info@camchile.com.br	www.camchile.com.br
Cámara de Comercio e Industria Brasil-Cuba	Rua Uruguai, 146 - Jardim América	/ São Paulo – Brasil	(11) 3088-3011		camaracombrasilcuba@uol.com.br	www.camaracombrasilcuba.ubbi.com.br
Cámara de Comercio Brasil-Paraguay	Rua São Clemente, 371 - Cobertura	22260 – 001 / Rio de Janeiro – Brasil	(21) 286-5846 / 3740	286-5846	combrapa@ig.com.br	
Cámara de Comercio e Industria Peruano-Brasileña	Rua Paulo Afonso, 200 - 2º andar - Brás	03050 – 030 / São Paulo Brasil				
Cámara Venezolana-Brasileña de Comercio e Industria	Rua Sergipe, 401 - Conj. 705, 7º andar	01243 – 906 / São Paulo – Brasil	(11) 3661-8523	3661-7211	comvenez@cepa.com.br	
Cámara Internacional de Comercio del Cono Sur – MERCOSUR	Escritório Central, Manoel Isidoro da Silveira, 610 - C 101 - Lagoa da Conceição	88062 – 130 / Florianópolis – SC	55 (48) 3338-3647	55 (48) 3338-3647		www.mercosulsc.com.br/
Cámara de Comercio del MERCOSUR y América	Av. Ipiranga 344 - 11º andar Ed. Itália	01046 – 010 / São Paulo – Brasil	(11) 3257-9957		info@ccmercosul.org.br	

ANEXO I. ÓRGANOS E INSTITUICIONES

4. BANCOS OFICIALES BRASILEÑOS

Bancos	Dirección_Parte 1	Dirección_Parte 2	Teléfono	Fax	E – mail	Sitio
Banco Central do Brasil	Setor Bancário Sul SBS Quadra 3 Bloco B.	70074 – 900 / Brasília – Distrito Federal.	(61) 3414-1414.			www.bcb.gov.br
Banco do Brasil	Setor Bancário Sul SBS Quadra 1 Bloco A Lote 23 – Ed. Sede.	70073 – 900 / Brasília – Distrito Federal.	(61) 3310-5886			www.bb.com.br
Banco do Brasil – Sucursales en el Exterior	Calle Oliva y Nuestra Señora de La Asunción.	Assunção – Paraguai.	595 + 21 + 490121	595 + 21 + 490701	assunção@bb.com.br	
Banco do Brasil – Sucursales en el Exterior	Rua Sarmiento – 487 – (C1041AAI).	Buenos Aires – Argentina.	0054 -11-4000-2700	0054-11-4000-2770	buenosaires@bb.com.br	
Banco do Brasil – Sucursales en el Exterior	Endereço: Av. Francisco de Miranda Centro Lido Piso 9.	Oficina 93A, Torre A – El Rosal 1067 – A. Caracas – Venezuela.	58 + 212 + 9522674 / 58 + 212 + 9523191	58 + 212 + 9525251	caracas@bb.com.br	
Banco do Brasil – Sucursales en el Exterior	Endereço: Calle Nanawa, 107. Esquina Monsenhor Rodrigues – Centro	Ciudad del Leste – Paraguai.	595 + 61 + 500319	595 + 61 + 514197	cidadedoleste@bb.com.br	
Banco do Brasil – Sucursales en el Exterior	Endereço: Avenida 16 de Julho, 1642 El Prado.	La Paz – Bolivia.	591 + 2 + 2310909	591 + 2 + 2311788	lapaz@bb.com.br	
Banco do Brasil – Sucursales en el Exterior	Endereço: Av. Camino Real 348 – Piso 9 – Torre El Pilar – San Isidro.	Lima – Peru.	51 + 1 + 212 4230 / 212 5955	51 + 1 + 4424208	bblima@bb.com.br	
Caixa Econômica Federal	Setor Bancário Sul SBS Quadra 4 Lote 3/4 Subsolo.	70092 – 900 / Brasília – Distrito Federal	(61) 3226-4011			www.caixa.gov.br
BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social	Atendimento Empresarial – Av. República do Chile, 100 – 1º andar – Sala 105 – Centro.	20031 – 917 / Rio de Janeiro – RJ.	(21) 2172-8888 / (21) 2172-7447	(21) 2220-2615	faleconosco@bndes.gov.br	www.bndes.gov.br
FEBRABAN – Federação Brasileira de Bancos (incluso privados)	Rua Líbero Badaró, 425 – 17º andar (auditório, biblioteca e salas de aula/reunião – 22º andar).	01009 – 905 / São Paulo – SP.	55 -11 - 3244 - 9800	55 - 11 - 3107.8486		

ANEXO I. ÓRGANOS E INSTITUICIONES

5. ASOCIACIONES Y ENTIDADES REPRESENTATIVAS DE SECTORES PRODUCTIVOS

Setores	Associação	Sítio	E-mail	Setores	Associação	Sítio	E-mail
Azúcar y alcohol	COPERSUCAR - Cooperativa de Produtores de Cana, Açúcar e álcool do Estado de São Paulo.	www.copersucar.com.br		Alimentos	ABITRIGO - Associação Brasileira da Indústria do Trigo	www.abitrigo.com.br	
Fertilizantes	AMA-BRASIL - Associação dos Misturadores de Adubos do Brasil	www.amabrazil.agr.br		Automobilística	ABEIVA - Associação Brasileira das Empresas Importadoras de Veículos	www.abeiva.com.br	
Fertilizantes	ANDA - Associação Nacional para Difusão de Adubos	www.anda.org.br		Automobilística	AEA - Associação Brasileira de Engenharia Automotiva	www.aea.org.br	
Aeroespacial/ Aeronáutica	AIAB - Associação das Indústrias Aeroespaciais do Brasil		presidencia@aiab.org.br	Automobilística	ANFAVEA - Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores	www.anfavea.com.br	
Alimentos	ABECITRUS - Associação Brasileira dos Exportadores de Cítricos	www.abecitrus.com.br		Automobilística	FABUS - Associação Nacional dos Fabricantes de Carrocerias para Ônibus	www.fabus.com.br	
Alimentos	ABEF - Associação Brasileira dos Produtores e Exportadores de Frangos	www.abef.com.br		Automobilística	FENABRAVE - Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores	www.fenabreve.org.br	
Alimentos	ABIA - Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação	www.abia.org.br		Automobilística	SINDIPEÇAS - Sindicato Nac. da Indústria de Componentes para Veículos Automotores	www.sindipecas.org.br	
Alimentos	ABICAB - Associação Brasileira da Indústria de Chocolate, Cacau, Balas e Derivados	www.abicab.org.br		Bebidas	ABINAM - Associação da Indústria de Águas Minerais	www.abinam.com.br	
Alimentos	ABIEC - Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes Industrializadas	www.abiec.com.br		Bebidas	ABRABE – Associação Brasileira de Bebidas	www.abrabe.org.br	
Alimentos	ABIMA - Associação Brasileira das Indústrias de Massas Alimentícias	www.abima.com.br		Bebidas	ABIR - Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes	www.abrir.org.br	
Alimentos	ABIP - Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria	www.abip.org.br		Bebidas	AGAVI - Associação Gaúcha de Vinicultores	www.agavi.com.br	
				Bebidas	ABC - Associação Brasileira da Cachaça	www.pitu.com.br	
				Bebidas	SINDICERV - Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja	www.sindicerv.com.br	

ANEXO I. ÓRGANOS E INSTITUICIONES

5. ASOCIACIONES Y ENTIDADES REPRESENTATIVAS DE SECTORES PRODUCTIVOS

Setores	Associação	Sítio	E-mail	Setores	Associação	Sítio	E-mail
Bienes de Capital	ABDIB - Associação Brasileira da Infra-Estrutura e Indústrias de Base	www.abdib.org.br		Construcción Civil	ANFACER - Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica para Revestimento	www.anfacer.org.br	
Bienes de Capital	ABIMAQ - Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos	www.abimaq.org.br		Construcción Civil	CBIC - Câmara Brasileira da Indústria da Construção	www.cbic.org.br	
Bienes de Capital	SIMEFRE - Sindicato Interestadual da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários e Rodoviários	www.simefre.org.br		Construcción Civil	SINAENCO - Sindicato Nacional das Empresas de Arquitetura e Engenharia Consultiva	www.sinaenco.com.br/	
Bicicletas y Motocicletas	ABRACICLO - Associação Brasileira de Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas e Bicicletas.	www.abraciclo.com.br		Construcción Civil	SINDUSCON-SP - Sindicato da Indústria da Construção do Estado de S. Paulo	www.sindusconsp.com.br	
Café	ABIC - Associação Brasileira da Indústria de Café	www.abic.com.br		Construcción Civil	SNIC - Sindicato Nacional da Indústria do Cimento	www.snic.org.br	
Café	ABICS - Associação Brasileira das Indústrias de Café Solúvel		abics@telnet.com.br	Construcción Civil	ANAMACO - Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção		publicidade@braudes.com.br
Celulose e Papel	ABTCP - Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel	www.abtcp.com.br		Construcción Civil	APEOP - Associação Paulista de Empreiteiros de Obras Públicas		apeop@apeop.org.br
Celulosa y Papel	BRACELPA - Associação Brasileira de Celulose e Papel	www.bracelpa.org.br		Construcción Civil	ASBEA - Associação Brasileira dos Escritórios de Arquitetura		luiz.contier@contier.com.br
Conductores Eléctricos	SINDICEL - Sindicato da Indústria de Condutores Elétricos, Trefilação e Laminação de Metais Não-Ferrosos do Estado de São Paulo	www.sindioelabc.org.br		Construcción Civil	ASFAMAS - Associação Brasileira de Fabricas de Materiais e Equip. para Saneamento		asfamas@asfamas.org.br
Construcción Civil	ABCP - Associação Brasileira de Cimento Portland	www.abcp.org.br		Consultoria	ABECE - Associação Brasileira de Engenharia e Consultoria Estrutural	www.abece.org.br	
Construcción Civil	ABPC - Associação Brasileira dos Produtores de Cal	www.abpc.org.br	abpc@abpc.org.br	Consultoria	ABEMI - Associação Brasileira de Engenharia Industrial	www.abemi.org.br	
				Cosméticos	ABIHPEC - Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos	www.abihpec.org.br	

ANEXO I. ÓRGANOS E INSTITUICIONES

5. ASOCIACIONES Y ENTIDADES REPRESENTATIVAS DE SECTORES PRODUCTIVOS

Setores	Associação	Sítio	E-mail	Setores	Associação	Sítio	E-mail
Cuero y Calzados	ABICALÇADOS - Associação Brasileira das Indústrias de Calçados	www.abicalcados.com.br		Ferrovioario	ABIFER - Associação Brasileira da Indústria Ferroviária	www.abifer.org.br	
Cuero y Calzados	BAMEQ - Associação Brasileira das Indústrias de Máquinas e Equipamentos para os Setores do Couro, Calçados e Afins	www.abrameq.com.br		Fibras	ABRAFAS - Associação Brasileira de Produtores de Fibras Artificiais e Sintéticos	www.abrafas.org.br	
Cuero y Calzados	ASSINTECAL - Associação Brasileira da Indústria de Componentes para Calçados	www.assintecal.org.br		Fotografia	ABIMF - Associação Brasileira da Indústria de Material Fotográfico		abimf@telnet.com.br
Cuero y Calzados	CICB - Centro das Indústrias de Curtume do Brasil	www.brazilianleather.com.br		Fumo	ABIFUMO - Associação Brasileira da Indústria de Fumo	www.abifumo.org.br	
Agrotóxicos y Pesticidas	SINDAG - Sindicato Nacional da Indústria de Defensivos Agrícolas	www.sindag.com.br		Fumo	AFUBRA - Associação dos Fumicultores do Brasil	www.afubra.com.br	
Eléctrico	ABILUX - Associação Brasileira da Indústria da Iluminação	www.abilux.com.br		Gemas y Joyas	IBGM - Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos	www.ibgm.com.br	
Electro-electrónico	ABINEE - Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica	www.abinee.org.br		Gráfico	ABIGRAF - Associação Brasileira da Indústria Gráfica	www.abigraf.org.br	
Electro-electrónico	ABRACI - Associação Brasileira de Circuitos Impressos	www.abraci.org.br		Grafico	BTG - Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica	www.abtg.org.br	
Electro-electrónico	ELETROS - Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos	www.eletros.org.br		Informática	ASSESPRO - Associação das Empresas Brasileiras de Software e Serviços de Informática	www.assespro.org.br	
Embalajes	ABRE - Associação Brasileira de Embalagens	www.abre.org.br		Metalurgia	ABAL - Associação Brasileira do Alumínio	www.abal.org.br	
Farmacéutico	ABIQUIF - Associação Brasileira da Indústria Farmoquímica	www.abiquif.org.br		Metalurgia	ABIFA - Associação Brasileira de Fundição	www.abifa.org.br	
Farmacéutico	ABIFARMA - Associação Brasileira da Indústria Farmacêutica	www.interfarma.org.br/		Metalurgia	ABITAM - Associação Brasileira da Indústria de Tubos e Acessórios de Metal	www.abitam.com.br	
				Metalurgia	ABM - Associação Brasileira de Metalurgia e Metais	www.abmbrasil.com.br	

ANEXO I. ÓRGANOS E INSTITUICIONES

5. ASOCIACIONES Y ENTIDADES REPRESENTATIVAS DE SECTORES PRODUCTIVOS

Setores	Associação	Sítio	E-mail	Setores	Associação	Sítio	E-mail
Metalurgia	ABRAFE - Associação Brasileira dos Produtos de Ferroligas e de Silício Metálico	www.abrafe.Indústriabr	abrafe.bhz@zaz.com.br	Muebles y Maderas	AIMEX - Associação das Indústrias Exportadoras de Madeiras do Par	www.aimex.com.br	
Metalurgia	IBS - Instituto Brasileiro de Siderurgia	www.ibs.org.br		Muebles y Maderas	MOVERGS - Associação das Indústrias de Móveis do Estado do Rio Grande do Sul	www.movergs.com.br	
Metalurgia	SICETEL - Sindicato Nac. da Indústria de Trefilação e Laminação de Metais Ferrosos	www.sicetel.org.br		Muebles y Maderas	SINDIMOV - Sindicato das Indústrias do Mobiliário de São Paulo	www.sindimov.org.br	
Metalurgia	SINDIFORJA - Sindicato Nacional da Indústria de Forjaria	www.sindiforja.org.br		Naval	SYNDARMA - Sindicato Nacional das Empresas de Navegação Marítima	www.syndarma.org.br	syndarma@syndarma.org.br
Micro y Pequeña Empresa	SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas	www.sebrae.org.br		Naval	SINAVAL - Sindicato Nacional da Indústria da Construção Naval		sinaval@mandic.com.br
Mineração e Petróleo	IBP - Instituto Brasileiro de Petróleo	www.ibp.org.br		Normas y Tecnología	ABIPTI - Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica	www.abipti.org.br	
Minería y Petróleo	IBRAM - Instituto Brasileiro de Mineração	www.ibram.org.br		Normas y Tecnología	ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas	www.abnt.org.br	
Minería y Petróleo	ONIP - Organização Nacional da Indústria do Petróleo	www.onip.org.br/	onip@onip.org.br	Aceites Vegetales	ABIOVE - Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Vegetais	www.abiove.com.br	
Muebles y Maderas	ABIMCI - Associação Brasileira da Indústria da Madeira Processada Mecanicamente	www.abimci.com.br		Plástico	ABIPLAST - Associação Brasileira da Indústria do Plástico	www.abiplast.org.br	
Muebles y Maderas	ABIMOVEL - Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário	www.abimovel.org.br		Neumáticos	ANIP - Associação Nacional da Indústria de Pneumáticos	www.anip.com.br	
Muebles y Maderas	ABPM - Associação Brasileira de Preservadores de Madeira	www.abpm.com.br		Productos de Limpieza	ABIPLA - Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Limpeza e Afins	www.abipla.org.br	

ANEXO I. ÓRGANOS E INSTITUICIONES

5. ASOCIACIONES Y ENTIDADES REPRESENTATIVAS DE SECTORES PRODUCTIVOS

Setores	Associação	Sítio	E-mail	Setores	Associação	Sítio	E-mail
Químico	ABICLOR - Associação Brasileira da Indústria de Álcalis e Cloro Derivados	www.abiclor.org.br ou www.clorosur.org		Textil	ABRAPA - Associação Brasileira dos Produtores de Algodão	www.abrapa.com.br	
Químico	ABIFINA - Associação Brasileira das Indústrias de Química Fina, Biotecnologia e suas Especialidades	www.abifina.org.br		Textil	ABRAVEST - Associação Brasileira do Vestuário	www.abraviest.org.br	
Químico	ABIQUIM - Associação Brasileira da Indústria Química	www.abiquim.org.br		Pintura y Barniz	ABRAFATI - Associação Brasileira dos Fabricantes de Tintas	www.abrafati.com	
Químico	SIQUIRJ - Sindicato da Indústria de Produtos Químicos para Fins Industriais do Estado do Rio de Janeiro	www.siquirj.com.br		Pintura y Barniz	SITIVESP - Sindicato da Indústria de Tintas e Vernizes do Estado de São Paulo	www.sitivesp.org.br	
Refrigeración	ABRAVA - Associação Brasileira de Refrigeração, Ar Condicionado, Ventilação e Aquecimento	www.abrava.com.br		Veterinario	SINDAN - Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal	www.sindan.com.br	
Telecomunicaciones	ABERIMEST - Associação Brasileira das Empresas Revendedoras, Instaladoras e Mantenedoras de Equipamentos e Sistemas de Telecomunicações	www.aberimest.org.br		Vidrio	ABIVIDRO - Associação Técnica Brasileira das Indústrias Automáticas de Vidro	www.abividro.org.br	
Telecomunicaciones	ABRAFORTE - Associação Brasileira de Fornecedores de Redes Multisserviços em Telecomunicação	www.abraforte.org.br					
Telecomunicaciones	ABTA - Associação Brasileira de Telecomunicações por Assinatura	www.abta.com.br					
Textil	ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil	www.abit.org.br					

ANEXO I. ÓRGANOS E INSTITUICIONES

6. SISTEMA DE TRANSPORTES

Sistemas	Resumen	Dirección parte 1	Dirección parte 2	Sitio
Ministerio de Transportes	El Ministerio de Transportes establece la política nacional para el transporte acuático, carretero y ferroviario; también para la marina mercante, los puertos y los ríos aptos para la navegación. Participa en la coordinación del transporte aéreo. Suministra mapas e informaciones relativas a las condiciones actuales del transporte en el Brasil.	Esplanada dos Ministérios, Bloco R	70.044-900 - Brasília/DF	www.transportes.gov.br
INFRAERO – Empresa Brasileña de Infraestructura Aeroportuaria	Informaciones sobre el transporte aéreo y los aeropuertos.	SCS Quadra 4, Bloco A, N. 58 Ed Infraero.	70.304-902 - Brasília/DF	www.infraero.gov.br
ANTT – Agencia Nacional de Transportes Terrestres	Informaciones sobre concesiones de rutas y ramales ferroviarios. Informaciones sobre transporte de carga, transporte de pasajeros y transporte internacional.	Setor Bancário Norte (SBN), Quadra 2, Bloco C	70.040-020 - Brasília/DF	www.antt.gov.br
ANTAQ – Agencia Nacional de Transportes Acuáticos	Informaciones sobre puertos, legislación, integración internacional (acuerdos y tratados), decisiones, normas, resoluciones y links para la compañía "Docas" de cada estado brasileño que cuente con puerto aduanero y ríos navegables.	SEPN Quadra 514, Conjunto E, Edifício ANTAQ	70.760-545 - Brasília/DF	www.antaq.gov.br
ANTF – Agencia Nacional de Transportes Ferroviarios	Informaciones sobre las condiciones y el planeamiento de las ferrovías y del sector ferroviario.	Setor de Autarquias Sul, Quadra 05, Bloco N, Edifício OAB, Sala 509.	70.070-050 - Brasília/DF	www.anf.org.br
DNIT – Departamento Nacional de Infraestructura de Transportes	Informaciones sobre las condiciones, cuidados y conservación de rutas y vías terrestres, ferrovías, vías fluviales y puertos; concede especial atención a la legislación orientada a preservar el medio ambiente.	SAN Quadra 03, Lote A, Edifício Núcleo dos Transportes	70.040-902 - Brasília/DF	www.dnit.gov.br
NTC & LOGÍSTICA – Asociación Nacional de Transporte de Cargas y Logística	Es la representante empresaria de los sectores de transporte de carga y logística de Brasil. Brinda informaciones sobre temas como consultoría, logística, seguridad, calidad, guía de proveedores, transporte internacional, planilla de costos, cámaras técnicas, etc.	SAS Quadra 6, Lote 3, Bloco J, 4. andar Edifício Camilo Cola	70.070-916 - Brasília/DF	www.ntcelogistica.org.br
E-C@RGAS	Promueve un espacio virtual para los diversos profesionales que actúan en el área de transportes. Tiene por objetivo desarrollar el sector y promover una relación dinámica con los diversos segmentos e integrantes del mismo. Abarca los siguientes segmentos: compañías de seguros, administradoras de riesgo, transportadores marítimos, aéreos e internacionales, empresas de logística, etc.	-	-	www.e-carga.com.br

ANEXO I. ÓRGANOS E INSTITUICIONES

7. MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Se citan empresas, asociaciones y organismos que suministran datos o que trabajan con investigación de mercado y pueden, por lo tanto, ayudar a planificar las ventas a Brasil.

Nombre	Resumen	Dirección_Parte 1	Dirección_Parte 2	E – mail	Sitio
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia y Estadística	Brinda informaciones sociales, demográficas y económicas. Órgano federal dependiente del Ministerio de Planeamiento, Presupuesto y Gestión	CDDI - Centro de Documentación y Difusión de Informaciones	Rua General Canabarro, 706 - Anexo Maracanã - 20271-205		"www.planejamento.gov.br www.ibge.gov.br "
ABMN – Associação Brasileira de Marketing e Negócios		Rua Visconde de Pirajá, 547 salas 1123 e 1126.	Ipanema – 22410-900 – Rio de Janeiro.	marketing@abmn.com.br	www.abmn.com.br
IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística	Brinda informaciones para la toma de decisiones de marketing, propaganda, divulgación en medios, internet y mercado. Es una multinacional brasileña que actúa en 13 países como, por ejemplo, Argentina, Chile, Colombia, Perú, Paraguay y Uruguay	"Sede Rio de Janeiro Av. Ataulfo de Paiva, 1079 8 andar Leblon – 22440-031 "	"Sede São Paulo Alameda Santos, 2101 8 andar. Cerqueira César – 01419- 002 "	esperanza@ibope.com.br contato@ibope.com.br	www.ibope.com.br
Instituto Vox Populi	Realiza investigaciones de mercado.	Rua Paraíba, 575 – Funcionários 30130 - 140	Belo Horizonte – MG – Brasil	comercial@voxpathuli.com.br	www.voxpopuli.com.br
Instituto Datafolha		Alameda Barão de Limeira, 425 - São Paulo - SP			datafolha.folha.uol.com.br

ANEXO I. ÓRGANOS E INSTITUICIONES

8. DIARIOS DE MAYOR CIRCULACIÓN

Diario	Sítio
Valor Econômico	www.valoronline.com.br
Folha de São Paulo	www.folha.com.br
O Estado de São Paulo	www.estadao.com.br
O Globo	www.oglobo.com.br
Jornal do Brasil	jbonline.terra.com.br
Estado de Minas	www.uai.com.br
Correio Braziliense	www.correioweb.com.br
Jornal de Brasília	www.jornaldebrasilia.com.br

ANEXO I. ÓRGANOS E INSTITUICIONES

9. REVISTAS ESPECIALIZADAS

Revistas	Publicación	Especialidade	Sitio
Exame	Publicación mensual	Especializada en economía y negocios.	www.exame.com.br
Pequenas Empresas, Grandes Negócios	Publicación mensual	Especializada en gestión, emprendedorismo y economía.	www.pegn.globo.com
IstoÉ – Dinheiro	Publicación mensual	Especializada en negocios, dinero, economía y gestión.	www.terra.com.br/istoedinheiro
Conjuntura Econômica	Publicación mensual	Especializada en estudios económicos.	www.fgv.br/conjuntura.htm
Revista Forbes	Publicación quincenal	Especializada en economía, negocios y estilo.	www.forbesonline.com.br
Revista Brasileira de Comércio Exterior – RBCE	Publicación trimestral	Especializada en estudios y artículos sobre comercio exterior.	www.funcex.com.br
Revista Sem Fronteiras	Publicación mensual	Especializada en estudios y artículos sobre comercio exterior.	www.aduaneiras.com.br
Revista Sebrae	Publicación mensual	Especializada en emprendedorismo y negocios relacionados a las micro y pequeñas empresas.	www.sebrae.com.br/br/informativossebrae/informativossebrae.asp
Balanço Anual	Publicación de la Gazeta Mercantil	-	www.gazetamercantil.com.br
Rio Econômico - Revista eletrônica	-	Especializada en estudios y artículos sobre la economía del Estado de Rio de Janeiro.	www.firjan.org.br
Revista Veja	Publicación semanal	Especializada en temas de actualidad	www.veja.com.br
Revista IstoÉ	Publicación semanal	Especializada en temas de actualidad	www.istoe.com.br
Revista Época	Publicación semanal	Especializada en temas de actualidad	www.revistaepoca.globo.com

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

1. SECTOR AGROPECUARIO, COMERCIAL E INDUSTRIAL

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
FEINCO – Feria Internacional de Caprinos y Ovinos.	Nutrición animal, adobos y fertilizantes, defensivos agrícolas, semillas, productos veterinarios, vehículos utilitarios, órganos de investigación y universidades, desarrollo, salud animal, genética, insumos, troncos y básculas, frigoríficos y etc. Un promedio de 150 expositores.	Anual	Agrocentro Empreendimentos e Participações Ltda.	www.agrocentro.com.br
EXPONUTRI – Feria Internacional de Nutrición Animal	Productos de soya, maíz, salvado, medicamentos, productos naturales, equipos para procesamiento de ración y análisis laboratorial, etc. Un promedio de 50 expositores.	Anual.	Xclusive Mídia Eventos e Publicações Ltda.	www.xclusive.com.br
BIO BRAZIL FAIR – Feria Internacional de Productos Orgánicos y Agroecología	Productos orgánicos en general, proyectos de agricultura familiar, sustentada y agroecología, materia prima y tecnología, certificadoras e instituciones financieras, etc. Un promedio de 190 expositores.	Anual.	Franca Feiras e Empreendimentos Ltda.	www.franca.com.br
AVESUI AMÉRICA LATINA – Feria de la Industria Latinoamericana de Aves y Suínos.	Dedicada al Sector de suínos y aves.	-	-	www.avesui.com.br
AQUAFAIR – 4ª Feria Internacional de Acuicultura y Pesca	Equipos, nutrición, embalajes, alimentación animal, laboratorios, genética y servicios para aves y suínos, Acuicultura, etc. Un promedio de 250 expositores.	Anual.	Gessuli Agribusiness Editora e Eventos Ltda.	www.aquafair.com.br
AGRISHOW – Feria Internacional de Tecnología Agrícola en Acción	Máquinas e implementos agrícolas, semillas, correctivos, fertilizantes, defensivos, sistemas de irrigación, aviones, combustibles, lubricantes, piezas, neumáticos, herramientas, etc. Un promedio de 650 expositores.	Anual.	Publié Publicações e Eventos Ltda.	www.publie.com.br
EXPOMILK – Feria Internacional de la Cadena Productiva de la Leche - Feria Exposición Nacional de Pecuaria Lechera	Alimentos y nutrición animal, almacenaje de alimentos, bebederos, comederos, control de plagas, herramientas, fertilizantes, adobos y correctivos, semillas y mudas de pastos, higienización del ganado y sala de ordeña, tractores, máquinas e implementos agrícolas, materiales quirúrgicos, inseminación artificial, embriones y biotecnología, sistemas para identificación animal, básculas, cercas eléctricas, equipos para henificación, vehículos utilitarios, etc. Un promedio de 90 expositores.	Anual.	Agrocentro Empreendimentos e Participações Ltda.	www.agrocentro.com.br
EXPOINTER – Exposición Internacional de Animales, Máquinas, Implementos y Productos Agropecuarios.	Máquinas, equipos, implementos y productos agropecuarios, diversos Animales de Brasil y extranjeros, etc. Un promedio de 2040 expositores.	Anual.	Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado do Rio Grande do Sul	www.saa.rs.gov.br
PET SOUTH AMÉRICA – Feria Internacional de Productos y Servicios de la Línea Pet y Veterinaria.	Salud animal, nutrición, equipos, accesorios, especialidades, veterinarias, publicaciones y servicios. Un promedio de 250 expositores.	Anual.	VNU Bussiness Media do Brasil Ltda.	www.petsa.com.br
PORK EXPO – Feria Latinoamericana de Suinocultura. - III Congreso Latinoamericano de Suinocultura.	Equipos, sanidad, nutrición, genética, prestación de servicios en suinocultura. Un promedio de 150 expositores.	Bienal		www.porkworld.la

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

2. ALIMENTOS Y BEBIDAS

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Síto	E-mail
FENACAM – Feria Nacional del Camarón - III Seminario Internacional sobre la Industria del Camarón Cultivado	Camarón cultivado, equipos, alimentos, embalajes, etc. Un promedio de 170 expositores.	Anual.	Associação Brasileira de Cultivadores de Camarão	www.abccam.com.br	-
MERCOSUL BEBIDAS– Feria de Tecnología para la Industria de Bebidas	Máquinas, equipos para la Industria de bebidas en general, embotelladoras, sopladoras, rotuladoras, lavadora, garrafas, embalajes, etc. Un promedio de 120 expositores.	Bienal	New Trade Eventos e Feiras Comerciais Ltda.	-	newtrade@newtrade.com.br
VINOTECH – Salón Internacional de Máquinas y Técnicas para Viticultura y Enología, Equipos y Tecnología para Industria de Bebidas.	Máquinas y tecnología para agricultura y viticultura, máquinas y equipos para embotellamiento y enología, etc. Un promedio de 130 expositores.	Bienal	New Trade Eventos e Feiras Comerciais Ltda.	-	newtrade@newtrade.com.br
EXPOVINIS BRASIL – Salón Internacional del Vino	Aguardientes y brandis, espirituosos, espumantes, licorosos, vino de calidad, producido en región demarcada, vinos de mesa, vinos fortificados, destilados, otros vinos y bebidas alcohólicas, máquinas y equipos para viticultura y enología, utensilios y accesorios complementarios. Un promedio de 170 expositores.	Anual	Exponor Brasil Feira e Eventos Ltda.	www.expovinisbrasil.com.br	-
FISPAL FOOD SERVICE – Feria Internacional de Productos y Servicios para Alimentación.	Productos deshidratados, alimentos preparados y liofilizados, cafés, té, carnes especiales y derivados, tabaquería, panificación, congelados, conservas y lácteos, vajillas y cubiertos, pastas y bizcochos, harinas y granos, tortas, chocolates y caramelos, salsas, condimentos, aceites y aceites de oliva, pescados, crustáceos, utensilios para cocina y bebidas, etc. Un promedio de 1500 expositores.	Anual.	Fispal Feiras e Produtos Comerciais Ltda.	www.fispal.com.br	-
SALÓN INTERNACIONAL DE BEBIDAS	Bebidas en general: vino, cerveza, destilados, aguas, sumos, isotónicos, etc. Un promedio de 150 expositores.	Anual.	Newtrade Comunicação Ltda.	www.newtrade.com.br	
FIPAN – Feria Internacional de Panificación y Ventas al por menor Independiente de Alimentos.	Materias primas, máquinas y equipos, accesorios, bebidas, embalajes, servicios, etc. Un promedio de 300 expositores.	Anual	Associação dos Industriais de Panificação e confeitaria de São Paulo.	www.fipan.com.br	
FOOD INGREDIENTS SOUTH AMERICA – Feria Internacional de Soluciones y Tecnología para la Industria Alimenticia.	Aroma, aditivos, semimanufactura, ingredientes alimenticios y equipos laboratoriales. Un promedio de 270 expositores.	Anual.	VNU Bussiness Media do Brasil Ltda.	www.exposifs.com.br	
FOOD SAFETY E HYGIENE – Feria Internacional de Seguridad e Higiene Alimentar para la Industria Alimenticia.	Productos y equipos de seguridad e higiene para la Industria alimenticia, control de calidad, certificado y entrenamiento, test y análisis, tecnología de embalaje, etc. Un promedio de 60 expositores.	Anual.	VNU Bussiness Media do Brasil Ltda.	www.vnu.com.br	
TECNOBEBIDA LATIN AMÉRICA – Feria Internacional de Soluciones y Tecnología para la Industria de Bebidas.	Embalajes, aroma y concentrados, máquinas, logística, equipos y materias primas para la Industria de bebidas, servicios, etc. Un promedio de 100 expositores.	Bienal	VNU Bussiness Media do Brasil Ltda.	www.vnu.com.br	

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

3. ACUICULTURA, NÁUTICO Y PESCA

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
SEAFOOD EXPO LATIN AMÉRICA – Feria Internacional de Negocios de Pesca, Acuicultura y Frutos de Mar.	Pescados y frutos de mar, equipos y tecnología para pesca y Acuicultura de agua dulce y marina y otros productos y servicios para la pesca y el pescado. Un promedio de 80 expositores.	Anual.	VNU Bussiness Media do Brasil Ltda.	www.seafood.com.br

4. ARTES GRÁFICAS, EMBAJES, LIBRERÍAS Y PAPELERÍAS

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
BIENAL DO LIVRO – Bienal Internacional de Libro de São Paulo.	Libros, distribuidores, agente literarios, importadores, exportadores, fabricantes de papel, gráficas, productos y equipos de informática y multimedia, etc. Un promedio de 800 expositores.	Bienal	Franca Freiras e Empreendimentos Ltda.	www.feirabienaldolivro.com.br
BRASILPACK – Feria Internacional del Embalaje.	Embalajes, materiales, accesorios e insumos para embalaje, máquinas y equipos para embalaje, envasado, acabados y afines, codificación, marcación, pesaje, almacenaje y transporte, accesorios e insumos, automación e informática aplicada, instrumentación, controles y sistemas, design de embalajes, etc. Un promedio de 570 expositores.	Bienal	Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.brasilpack.com.br
EXPOPRINT LATIN AMÉRICA – Exposición Internacional de Equipos para la Preimpresión, Impresión y Acabado.	Preimpresión, premedia, sistemas, equipos y softwares para impresión y acabado, accesorios, transformación de papel, embalaje, materiales, servicios, tintas, etc. Un promedio de 250 expositores.	Quadrienal.	Messe Frankfurt Ferias Ltda.	www.expoprint.com.br
FISPAL TECNOLOGÍA – Feria Internacional de Embalaje & Procesos Industriales para la Industria de Alimentos.	Embalaje y equipos, aluminio, acero y vidrio, acartonadas y corrugadas, codificación y marcación, design, filmes y películas, insumos, tapas, corchos y rótulos, automación industrial, procesamientos de alimentos y refrigeración, sistemas de almacenaje, movimiento y logística. Un promedio de 1900 expositores.	Anual.	Fispal Feiras e Produtos Comerciais Ltda.	www.fispal.com.br
ESCOLAR – Feria Internacional de Productos, Servicios & Tecnología para Escuelas, Escritorios y Papelería.	Línea de productos y/o servicios: Materiales escolares, didácticos y pedagógicos, artículo de papelería, abastecimientos de informática, equipos, uniformes, valijas y mochilas, juguetes educativos, productos para laboratorio y salas de aula, embalajes, ítems para fiestas, regalos y obsequios. Un promedio de 450 expositores.	Anual.	Franca Feiras e Empreendimentos Ltda.	www.franca.com.br

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

5. ARTESANATO, ARTES E COLEÇÕES

Feira	Linhas de produtos e/ou serviços	Periodicidade	Promoção	Sítio
Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	www.al.sebrae.com.br
ARTNOR – Feria Internacional de Artesanía del Nordeste	Artesanía en general del Estado de Alagoas, de Brasil y del extranjero. Un promedio de 750 expositores.	Bienal.	Sebrae/AL Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.	E-mail: espacialevntos@digicom.br
FIART – Feria Internacional de Artesanía	Artesanía y gastronomía. Un promedio de 900 expositores.	Anual.	Espacial Eventos Ltda.	www.midiagrupo.com.br

6. AUTOMACIÓN INDUSTRIAL, COMERCIAL Y DE ESCRITORIO

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sítio
USINAJE – Feria de Usinaje - IV Congreso de Usinaje	Máquinas, herramientas, accesorios, periféricos, hardware, software, automóviles autopiezas aeronaves etc. Un promedio de 120 expositores.	Anual.	Aranda Eventos e Congressos Ltda.	www.arandanet.com.br

7. AUTOPIEZAS Y RECTIFICADO DE VEHÍCULOS

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sítio
TECNOAUTO – Feria Internacional de Servicios, Piezas, y Accesorios.	Centro de servicios, abastecimiento, reparaciones, pintura, diagnóstico, instrumentos, herramientas, rectificado, equipos de garaje, movimiento y transportes, lavadoras, autopiezas, autopiezas y accesorios. Un promedio de 180 expositores.	Bienal.	Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.alcantara.com.br
TECNOSHOW AUTOMOTIVO – Feria Internacional de Servicios, Piezas, Accesorios y Abastecimiento Automotivo.	Fabricantes de autopiezas y accesorios, centros automotivos, oficinas mecánicas, fabricantes de equipos de GNV, conversión para GNV, rectificadores, equipos y herramientas, montadoras y vehículos especiales, hojalatería y pintura, automotiva, combustibles y lubricantes, inyección electrónica, neumáticos y equipos para reparación de neumáticos, dispositivos y softwares, sonido y accesorios, tintas y ceras, lubricantes y productos para limpieza, asociaciones, bancos, entidades, publicaciones técnicas, servicios en general. Es necesario invitación.	Bienal.	Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.feiratecnoshow.com.br

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

8. BARES, HOTELES Y RESTAURANTES

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
EQUIPOTEL – Feria Internacional de Equipos, Productos y Servicios para Hoteles, Moteles, Flats, Restaurantes, Fast-Food, Bares y Similares.	Alimentos y bebidas, telas para revestimiento y forro, decoración, material de construcción, informática, sonido, telefonía, telecomunicaciones, cama, mesa y baño, productos para higiene y limpieza, comedor de diario, cocina y lavandería, refrigeración, vehículos utilitarios, etc. Un promedio de 1000 expositores.	Anual.	Equipotel Feiras, Edições e Promoções Ltda.	www.equipotel.com.br

9. BELLEZA Y ESTÉTICA

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
HAIR BRAZIL – Feria Internacional de Belleza, Cabellos y Estética.	Industria, importadores y distribuidores de productos, equipos y servicios para el área de cabello, belleza y estética. Un promedio de 450 expositores.	Anual.	São Paulo Feiras Comerciais Ltda.	www.hairbrasil.com
FCA COMESTIQUE – Exposición Internacional de Tecnología para la Industria Cosmética.	Materias primas, embalajes, equipos y servicios para la Industria cosmética. Un promedio de 450 expositores.	Anual.	VNU Bussiness Media do Brasil Ltda.	www.vnu.com.br
COSMOPROF / COSMÉTICA – Feria Internacional de la Belleza.	Cosméticos, perfumería, materia prima, embalajes, estética, cabello, shop&show. Un promedio de 450 expositores.	Anual.	Cosmoprof Cosmética Empreendimentos Ltda.	www.cosmoprofcosmetica.com.br

10. BISUTERÍA E JOYERÍA

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
BRAZIL GEM SHOW – Feria de Joyas y Piedras Preciosas de Minas Gerais.	Joyas, gemas, artefactos de piedras preciosas, especímenes minerales, bisuterías, laminados y accesorios. Un promedio de 100 expositores.	Anual.	Associação dos Joalheiros, Empresários de Pedras Preciosas e Relógios de Minas Gerais AJOMIG. Sindicato das Industrias de Joalherias, Ourivesarias, Lapidação de Pedras Preciosas e Relojoarias de Minas Gerais SINDIJOIAS GEMAS/MG. Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos IBGM.	www.ajomig.com.br www.brazilgemshow.com www.ibgm.com.br
ALJÓIAS – Feria Internacional de Joyas.	Joyas laminadas, brutos, máquinas, galvanoplastia, insumos y servicios. Un promedio de 150 expositores.	Anual.	Associação Limeirense de Jóias.	www.aljoias.com.br

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

11. CAUCHO Y PLÁSTICO

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
EXPOBOR – Feria Internacional de Tecnología, Máquinas y Artefactos de Caucho.	Máquinas, equipos, tecnología, automación, materia prima y productos acabados. Un promedio de 180 expositores.	Bienal.	Franca Feiras e Empreendimentos Ltda.	www.franca.com.br
RECAUFAIR – Feria Internacional de Tecnología y Equipos para Reforma de Neumáticos y Reparos Automotivos.	Máquinas, equipos, materias primas, productos acabados y semiacabados, servicios y consultorías. Un promedio de 180 expositores.	Bienal.	Franca Feiras e Empreendimentos Ltda.	www.franca.com.br
INTERPLAST – Feria Nacional de Integración de la Tecnología del Plástico - CINTEC PLÁSTICOS – Congreso Internacional de Nuevas Tecnologías.	Máquinas, equipos, transformadoras, herramientas, embalajes, materias primas, periféricos y servicios. Un promedio de 260 expositores.	Bienal.	Messe Brasil Feiras & Promoções Ltda.	www.messebrasil.com.br

12. OBSEQUIOS, JUGUETES Y REGALOS

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
ABRIN – Feria Brasileña de Juguetes.	Juguetes en general y educativos, puericultura, artículos para fiesta y navidad, libros y CDs infantiles, productos licenciados, etc. Un promedio de 180 expositores.	Anual.	Franca Feiras e Empreendimentos Ltda.	www.franca.com.br
SALEX – South American Leisure Exhibition.	Equipos para parques de diversiones, diversiones electrónicas, bingos, etc. Un promedio de 150 expositores.	Anual.	Filistrecia Serviços Ltda.	www.salex.com.br

13. CINE, FOTO, IMAGEN Y SONIDO

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
PHOTOIMAGEBRAZIL – Feria Internacional de Imagen	Fotografía digital y tradicional, impresión digital, manipulación de imagen, minilabs, preimpresión, señalización, vídeo, web design. Un promedio de 250 expositores.	Periodicidad: anual.	Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.alcantara.com.br
FIICAV – Feria Internacional de la Industria del Cine y Audiovisual	Productoras, emisoras de TV abierta concepto A-2 de contenido brasileño, distribuidoras, finalizadoras/laboratorios, asistencias técnica, iluminación, generación de energía/catering, equipos en general, supplies, inversores, fondos de incentivo al cine, listas de patrocinadoras de cine, exhibidores proveedores de equipos para salas de exhibición, entidades gubernamentales, festivales, muestras, cinematecas, entidades de enseñanza y facultades de cine, editoras, prensa, etc. Un promedio de 110 expositores.	Periodicidad: anual.	Promoción: Certame Display e Locação de Equipos S/C Ltda.	www.fiicav.com.br

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

14. COMUNICACIÓN, DIVULGACIÓN E PUBLICIDAD

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
TELEXPO – Feria Internacional de Telecomunicaciones, Redes y Tecnología - Congreso Internacional de Telecomunicaciones, Redes y Tecnología	Telecomunicaciones, tecnología de la información, wireless y satélite, call center/CRM, enterprise business solution, e-commerce y redes. Un promedio de 400 expositores.	Anual.	Questex Editora e Comunicações Ltda.	www.questex.com.br
BROADCAST & CABLE – Feria Internacional de Tecnologías en Equipos y Servicios para Ingeniería de Televisión, Radiodifusión y Telecomunicaciones	Amplificadores, automatización de emisoras, conectores, cabos coaxiales, convertidores, procesadores de audio, moduladores, baterías, decodificadores, operadoras y receptoras de satélite, proyectos técnicos de vídeo producción, fibras ópticas, cases, softwares para gerenciamiento, distribuidores de señales, etc. Un promedio de 250 expositores.	Anual.	Certame Display e Locação de Equipos S/C Ltda.	www.broadcastcable.com.br

15. CONSERVACIÓN, HIGIENE Y ASEO

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
FEILIMP – Feria Internacional de Productos, Equipos y Servicios para Residuos Sólidos y Aseo Público.	Equipos y servicios, Tecnologías e informaciones para residuos urbanos, equipos de tratamiento de residuo, aseo, recolecta de basuras selectiva y reciclaje, destino final de residuos sólidos, etc. Un promedio de 50 expositores. Credencial requerida.	Bienal.	Exponor Brasil Feiras e Eventos Ltda.	www.exponor.com.br

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

16. CONSTRUCCIÓN CIVIL

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
VITÓRIA STONE FAIR - Feria Internacional de Mármol y Granito.	Mármoles, granitos, pizarras, rocas ornamentales, insumos, máquinas y equipos para el Sector de rocas. Un promedio de 400 expositores.	Anual.	Milanez & Milaneze S/C Ltda.	www.milanezmilaneze.com.br
REVESTIR – Feria Internacional de Revestimientos.	Revestimiento cerámico, mármoles y granitos, carpetas, laminados, vidrios, y otras rocas ornamentales. Un promedio de 200 expositores.	Anual.	VNU Business Media do Brasil Ltda.	www.vnu.com.br
DAD – Salón Internacional de Decoración, Arquitectura y Design.	Decoración, arquitectura, design, iluminación, muebles, marcos y cuadros. Un promedio de 210 expositores.	Anual.	Laço Ltda.	www.laco.com.br
FEICON BATIMAT – Feria Internacional de la Industria de la Construcción.	Albañilería y cobertura, escuadras, instalaciones eléctricas, hidráulicas, sanitarias, equipos eléctricos, dispositivos, conductores, hilos, cabos, electroductos, equipos, accesorios y muebles para baño y cocina, escuadras, ferretería y vidriería, climatización para piscinas, argamasa, cerámica artística, candados y cerraduras, revestimientos en general, sistemas y productos de seguridad, etc. Un promedio de 600 expositores.	Anual.	Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.alcantara.com.br
FEICON CERÂMICAS VERMELHAS – Feria Internacional de Cerâmicas Rojas.	Tejas, ladrillos, bloques, cerámicos, losetas, tubos, tablas, pisos y revestimientos. Un promedio de 42 expositores.	Bienal.	Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.alcantara.com.br
FEICON COZINHAS & BANHEIROS – Feria Internacional de Cocinas & Baños.	Acabados para instalaciones eléctricas, hidráulicas y sanitarias, calentador para ducha, armario de cocina y embutidos, azulejos, bañera de masaje y saunas, equipos para baño y cocina, lozas y metales sanitarios, boxes, lavabo y tapas, etc. Un promedio de 80 expositores.	Anual.	Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.alcantara.com.br
EXPOLUX – Feria Internacional de la Industria de la Iluminación.	Lámparas y startes, reactores y transformadores, productos de iluminación industrial, comercial, pública, residencial y decorativa, publicitaria y escénica, sistemas de control de iluminación, informática, etc. Un promedio de 150 expositores.	Bienal.	Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.alcantara.com.br
GLASS SOUTH AMERICA – Exposición Internacional de Tecnología y Design para la Industria de Vidrios.	Vidrios para la construcción civil, arquitectura y decoración, vidrios automatizados, máquinas y equipos, sistemas de puertas, ventanas y ferreterías, accesorios, etc. Un promedio de 150 expositores.	Bienal.	VNU Business Media do Brasil Ltda.	www.glassexpo.com.br
M & T EXPO – Feria Internacional de Equipos para Construcción. - Feria Internacional de Equipos para Minería.	Equipos para instalación de obras, terraplanaje, hormigonado, pavimentación, perforación en roca, concreto, gravilla, guindastres y similares, elevadores y andamios, plataformas aéreas, topografía y medición, ingeniería de minas, prospección geológica, servicios, etc. Un promedio de 390 expositores.	Cuadrienal.	Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.mtxpo.com.br
CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM STONE FAIR – Feria Internacional de Mármol y Granito.	Mármol, granito, pizarra, cuartzitos, máquinas, equipos, insumo. Un promedio de 300 expositores.	Anual.	Centro Tecnológico do Mármore e Granito – CETEMAG, Sindicato de Industrias de Rochas Ornamentais, Cal e Calcário do Estado de Espírito Santo SINDIROCHAS, Milanez & Milaneze S/C Ltda.	www.cetemag.org.br www.sindirochas.com.br www.milanezmilaneze.com.br
INTERCON – Feria Internacional de Tecnología, Equipos, Materiales de Construcción y Acabados. - INTEC HABITAT HUMANO – Congreso Internacional de Nuevas Tecnologías.	Equipos, materiales de construcción, acabados. Un promedio de 250 expositores.	Bienal.	Messe Brasil Feiras & Promoções Ltda. - Sociedade Educacional de Santa Catarina – SOCIESC	www.messebrasil.com.br www.sociesc.com.br
FIAFLORA / EXPOGARDEN – Feria Internacional de Paisajismo, Jardinería y Floricultura.	Plantas ornamentales y medicinales, flores, céspedes, substratos, accesorios para decoración, muebles, iluminación, máquinas, herramientas y accesorios para jardinería y paisajismo, piscinas, churrasqueras, etc. Un promedio de 290 expositores.	Anual.	T&T Feiras e Exposições Ltda.	www.fiaflora.com.br
FESQUA – Feria Internacional de Escuadras, Ferreterías y Componentes.	Escuadras, cerraduras y fachadas, estructuras metálicas, perfiles de aluminio, perfiles de PVC y laminados de hierro, madera para escuadras, anodización, pintura electrostática, galvanización, anticorrosivo, tintas y barnices, etc. Um promedio de 120 expositores.	Bienal.	Cipa Ltda.	www.fesqua.com.br

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

17. CUERO, CALZADOS, ARTEFACTOS, MÁQUINAS Y COMPONENTES

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
CUEROMODA – Feria Internacional de Calzados, Artículos Deportivos y Artefactos de Cuero.	Calzados femeninos, masculinos e infantiles, carteras, artículos deportivos, artefactos de cuero, confecciones y accesorios de moda, bisuterías, materias primas, máquinas, componentes y Tecnología para el Sector de calzados, etc. Un promedio de 1300 expositores.	Anual.	Couromoda Feiras Comerciais Ltda.	www.couromoda.com
FRANCAL – Feria Internacional de Calzados, Accesorios de Moda, Maquinas y Componentes.	Línea de productos y/o servicios: Calzados femeninos, masculinos e infantiles, accesorios en cuero, bisuterías, máquinas, componentes y materias primas. Un promedio de 1000 expositores.	Anual.	Franca Feiras e Empreendimentos Ltda.	www.franca.com.br
CUEROVISÃO – Feria Internacional de Componentes, Cueros, Químicos y Accesorios para Calzados y Artefactos.	Componentes, Cueros, químicos y accesorios para Calzados y artefactos. Un promedio de 180 expositores.	Anual.	Fenac S/C Feiras e Empreendimentos Turísticos.	www.fenac.com.br
FIMEC – Feria Internacional de Cueros, Químicos, Componentes y Accesorios, Máquinas y Equipos para Calzados y Curtiembres.	Cueros, químicos, componentes y accesorios, máquinas y equipos para Calzados y curtiembres. Un promedio de 1550 expositores.	Anual.	Fenac S/C Feiras e Empreendimentos Turísticos.	www.fenac.com.br

18. CULTURA Y EDUCACIÓN

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
EDUCAR – Feria Internacional de Educación. - EDUCADOR – Congreso Internacional de Educación.	Uniformes escolares, transporte, librerías, editoras, mobiliario, equipos, software, juguetes educativos, robótica, seguridad, asistencia, material escolar, ocio, etc. Un promedio de 300 expositores.	Anual.	Promofair Comércio, Promoções e Eventos.	www.promofair.com.br
EDUCANDO – Feria Educacional, Profesionalizante, Editoras y Universidades.	Para escuelas, editoras, facultades, escuelas de lenguas y profesionalizantes, etc. Un promedio de 50 expositores.	Anual.	Adelson Feiras e Eventos Ltda.	www.adelsonesventos.com.br

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

19. ELECTROELECTRÓNICO Y MECÁNICO

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
MECÁNICA – Feria Internacional de la Mecánica.	Máquinas-herramienta, máquinas y equipos para la Industria de plástico y caucho, usinaje y deformación, herramientas, válvulas, bombas y compresores, motores, máquinas, equipos e insumos para fundición, automatización industrial y control de procesos, etc. Un promedio de 1845 expositores.	Bienal.	Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.alcantara.com.br
METALURGIA – Feria Internacional de Tecnología, Fundición, Siderúrgica, Forja, Aluminio & Servicios. - CINTEC FUNDIÇÃO – Congreso Internacional de Nuevas Tecnologías.	Materias primas, insumos, máquinas y equipos, medio ambiente, fundidos, forjados, laminados, siderúrgica, modelaje y herramienta, acabado, automatización, informática, mantenimiento, Industria. Un promedio de 260 expositores.	Bienal.	Messe Brasil Feiras & Promoções Ltda.	www.messebrasil.com.br/metalurgia
FIIEE MINAS GERAIS – Feria Internacional de la Industria Eléctrica y Electrónica Minas Gerais.	Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, accionamientos, equipos para áreas clasificadas, rectificadores, motores y afines, componentes eléctricas y electrónicas, materiales eléctricos de instalación, automatización e instrumentación, informática, telecomunicaciones, servicios, etc. Un promedio de 200 expositores.	Bienal.	Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.alcantara.com.br
INFOIMAGEM – Feria Internacional de Gerenciamiento Electrónico de Documentos.	Gerenciamiento electrónico de documentos, discos ópticos, microfilmage, archivología, biblioteconomía, organización y métodos, gerenciamiento de la documentación y de la imagen, y áreas relacionadas. Un promedio de 50 expositores.	Anual.	Centro Nacional de Desenvolvimento do Gerenciamento da Informação - CENADEM	www.cenadem.com.br

20. ENERGÉTICO

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
Feria Brasileña de Energías Renovables, Alternativas y de Cogeneración. - Congreso Brasileño de Energías Renovables, Alternativas y de Cogeneración.	Equipos para la generación de energías alternativas. Un promedio de 80 expositores.	Anual.	BF Three Feiras e Congressos Ltda.	www.latinevent.com.br
Feria Nacional de Instalaciones Eléctricas - ENIE – Encuentro Nacional de Instalaciones Eléctricas.	Automación de sistemas eléctrico y predial, iluminación, aterramiento, compatibilidad electromagnética, gerenciamiento y conservación de energía, motores y accionadores, etc.	Bienal.	Aranda Eventos e Congressos Ltda.	www.arandanet.com.br

21. ENFERMERÍA, HOSPITALAR Y LABORATORIOS

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
HOSPITALARIO – Feria Internacional de Productos, Equipos, Servicios y Tecnología para Hospitales, Laboratorios, Clínicas y Consultorios.	Equipos médico-hospitalares, Tecnología médica, emergencia y transporte, ortopedia y fisioterapia, medicamentos y farmacia hospitalares, proyectos, instalaciones y construcciones, hotelería y centro quirúrgicos, recuperación traumatológica y posoperatoria, home health care, literatura especializada, etc. Un promedio de 1100 expositores.	Anual.	Hospitalar Feiras, Congressos e Empreendimentos Ltda.	www.hospitalar.com

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

22. DEPORTE Y OCIO

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
AUTOSPORTS MOTOR SHOW – Feria Internacional de Competición, Tecnología, Tuning, Autopiezas y Accesorios Automotivos.	Vehículos, autopiezas y componentes, motorizada, gas automotivo, ruedas y neumáticos, Tecnología de seguridad, comunicaciones, accesorios visuales, accesorios de performance, Tecnología de audio y video, etc. Un promedio de 150 expositores.	Anual	Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.alcantara.com.br
EQUIFAIR – Feria Internacional de Deporte Ecuestre.	Accesorios y materiales para la práctica de deporte ecuestre, equipos para construcción de picaderos, haras, editoras y turismo ecuestre, nutrición y salud animal, etc. Un promedio de 150 expositores.	Anual.	Mídiagrupo Eventos Comerciais Ltda.	www.midiagrupo.com.br
ADVENTURE SPORT FAIR – Feria de Deportes y Turismo de Aventura.	Equipos, ropas, Calzados, vehículos terrestres, acuáticos y aéreos, destinos de turismo de aventura y ecoturismo, deportes de aventura, medio ambiente y turismo sostenible. Un promedio de 250 expositores.	Anual.	Promotrade Brasil Feiras e Congressos Ltda.	www.adventurefair.com.br
IHRSA FITNESS BRASIL LATIN AMERICA – Feria Internacional de Equipos y Productos para Gimnasia.	Softwares, arquitectura y decoración de academias, armarios, accesorios de gimnasia y piscina, confecciones, programas de fitness, consultorías, pilates, librerías y etc. Un promedio de 120 expositores.	Anual.	Mecânica da Produção de Espetáculos em Eventos Ltda.	www.fitnessbrasil.com.br

23. FARMACÉUTICO

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
FCE PHARMA – Exposición Internacional de Tecnología para la Industria Farmacéutica.	Materias primas, embalajes, equipos y servicios para la Industria farmacéutica. Un promedio de 450 expositores.	Anual.	VNU Business Media do Brasil Ltda.	www.vnu.com.br

24. FRANQUICIAS

Feira	Linhas de produtos e/ou serviços	Periodicidade	Promoção	Website
ABF FRANCHISING EXPO – Feria Internacional de Negocios de Franquicias.	Franqueadores de todos los seguimientos: salud&belleza, cosméticos&perfumería, educación&entrenamiento, electrónica, ocio, turismo y hotelería, Calzados y accesorios, servicios para vehículos, etc. Un promedio de 150 expositores.	Anual.	Messe Frankfurt Feiras Ltda.	www.messefrankfurtfeiras.com.br

25. INFORMÁTICA

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
LINUX WORLD BRAZIL – Exposición en el Segmento TI Open Source - Conferencia del Segmento de TI Open Source	Fabricantes de hardware, desarrolladores de softwares, distribuidores, entrenamiento en softwares open source. Un promedio de 80 expositores.	Anual.	Reed Exhibitions Brasil Ltda.	www.reedexpo.com.br

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

26. INSTRUMENTOS MUSICAIS

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Síto
EXPOMUSIC – Feria Internacional de Música, Instrumentos Musicales, Áudio, Iluminación y Afins.	Instrumentos musicales, acústicos, electrónicos y percusión, equipos de audio, sonido profesional, iluminación, partituras, accesorios, ediciones musicales y revistas especializadas. Un promedio de 150 expositores.	Anual.	Franca Feiras e Empreendimentos Ltda.	www.franca.com.br

27. MADERERO

Feira	Linhas de produtos e/ou serviços	Periodicidade	Promoção	Website
FEMADE – Feira Internacional de Máquinas, Equipamentos e Produtos para a Extração e Industrialização da Madeira e do Móvel. - Congresso Brasileiro de Industrialização da Madeira e Produtos de Base Florestal.	Máquinas e equipamentos para a indústria do mobiliário e serrarias, componentes e acessórios para móveis, madeiras, compensados e derivados, serviços, ferramentas, equipamentos para extração e transporte. Em média 125 expositores.	Bienal.	Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos – ABIMAQ Hannover Fairs Sulamérica Ltda.	www.abimaq.com.br www.hanover.com.br
ABTCP – TAPPI – Exposição de Produtos e Equipamentos para a Indústria de Celulose e Papel. Congresso Internacional de Celulose e Papel.	Máquinas e equipamentos, instrumentação e controle de processo, produtos químicos, engenharia, projetos e montagens, serviços e proteção ao meio ambiente. Em média 200 expositores.	Anual.	Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel – ABTCP	www.abtcp.org.br

28. MATERIAL MÉDICO

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Síto
REATECH – Feria Internacional de Tecnologías en Rehabilitación e Inclusión.	Hidroterapia, productos ortopédicos, libros y publicaciones, terapias alternativas, vehículos y adaptaciones, etc. Un promedio de 150 expositores.	Anual.	Cipa Ltda.	www.cipanel.com.br

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

29. MILITAR, SEGURIDAD NACIONAL, CIVIL Y PATRIMONIAL

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
EXPOSEG INTERNATIONAL SECURITY FAIR – Feria Internacional de Seguridad.	Seguridad personal, patrimonial y electrónica, circuito cerrado de TV, transporte de valores, centrales de acceso, puertas y cerraduras de seguridad, sistemas de identificación, vigilancia, centrales de monitoreo, etc. Un promedio de 300 expositores.	Anual.	Cipa Ltda.	www.cipagnet.com.br
INTERSEG – Feria Internacional de Tecnología, Servicios y Productos para la Seguridad Pública. - Seminario Ejecutivo Sudamericano de Seguridad Pública de la IACP.	Tecnología de la información, armamentos, equipos para defensa y protección, automóviles, motocicletas, helicópteros, barcos, entrenamientos y servicios, telecomunicaciones, uniformes, equipos de emergencia y accesorios, etc. Un promedio de 110 expositores.	Anual.	Fagga Eventos Internacionais Ltda.	www.fagga.com.br
FIRE SHOW – Feria Internacional de Prevención y Combate a Incendios.	Equipos de prevención y combate a incendios, extintores, sprinklers, software, equipos para rescate, hidráulica, escalas, vehículos, etc. Un promedio de 80 expositores.	Bienal.	Cipa Ltda.	www.cipagnet.com.br
FISP – Feria Internacional de Seguridad y Protección. - FISST – Feria Internacional de Seguridad y Salud en el Trabajo.	Equipamientos de protección y combate a incendio, seguridad física y patrimonial, alarmas, control, etc. Un promedio de 300 expositores.	Anual.	Cipa Ltda.	www.cipagnet.com.br
EXPOSEGURANÇA – Feria Internacional de Equipos y Servicios de Seguridad. World Security Congress.	Equipos para seguridad electrónica, patrimonial y bancaria. Un promedio de 100 expositores.	Anual.	Latin Event Feiras e Congressos Ltda.	www.latinevent.com.br

30. MUEBLES

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
ABIMAD – Feria Internacional de Muebles y Artefactos de Alta Decoración.	Muebles de madera, estofados, metales y fibras naturales, decoración y utilitarios. Un promedio de 160 expositores.	Anual.	Associação Brasileira das Industrias de Móveis de Alta Decoração – ABIMAD	www.abimad.com.br
SALÓN DEL MUEBLE BRASIL – Salón Internacional de Muebles y Decoraciones.	Artefactos de alta decoración, colchones, estofados en Cuero, fibra, mimbre, junco, muebles para uso externo, muebles en metal, muebles en acero inox, mobiliario residencial, tapetes, etc. Un promedio de 200 expositores.	Anual.	Exponor Brasil Feiras e Eventos Ltda.	www.exponor.com.br
FIQ – Feria Internacional de Calidad en Máquinas, Materias Primas y Accesorios para la Industria Mueblera.	Máquinas, equipos, herramientas, accesorios y materias primas para la Industria mueblera. Un promedio de 300 expositores.	Bienal.	Expoara Organizações de Eventos Araçongas S/C Ltda.	www.fiq.com.br
FORMÓBILE – Feria Internacional de la Industria de la Madera y Muebles.	Máquinas y equipos, materias primas, ferreterías, accesorios y componentes. Un promedio de 480 expositores.	Bienal.	Móbile Feiras e Eventos Ltda.	www.formobile.com.br
MERCOMÓVEIS – Feria Mercosur de Industrias de Muebles.	Muebles, estofados, salas, dormitorios, roperos, camas, racks, estantes, cocinas, etc. Un promedio de 280 expositores.	Bienal.	Sindicato da Industria Moveleira do Valo do Uruguai – SIMOVALE	www.mercomoveis.com.br

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

31. MATERIAL ODONTOLÓGICO

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Síto
FIOSP – Feria Internacional de Odontología de São Paulo. - CIOSP – Congreso Internacional de Odontología de São Paulo.	Para el mercado de odontología. Un promedio de 350 expositores.	Anual.	Associação Paulista de Cirurgões Dentistas – APCD	www.apcd.org.br
ODONTOBRASIL – Feria Internacional de Productos, Equipos, Servicios y Tecnología para Odontología.	Equipos, instrumentos, muebles para consultorios, clínicas y laboratorios, productos para higiene bucal, medicamentos, bioseguridad, uniforme, arquitectura y construcción, libros, softwares de gestión, informática y comunicación. Un promedio de 200 expositores.	Anual.	Hospitalar Feiras, Congressos e Empreendimentos Ltda.	www.hospitalar.com.

32. PIEDRAS PRECIOSAS

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Síto
FIPP – Feria Internacional de Piedras Preciosas de Teófilo Otoni	Piedras preciosas brutas y lapidadas, especímenes para colecciones, Artesanías minerales, joyas, bisuterías, máquinas y equipos, etc. Un promedio de 300 expositores.	Anual.	Associação dos Comerciantes de Jóias e Gemas do Brasil – GEA – Associação dos Corretores do Comércio de Pedras Preciosas de Teófilo Otoni – ACCOMPEDRAS	www.accompedras.com.br www.geabrasil.com

33. PETRÓLEO Y PETROQUÍMICA

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Síto
POSTO & FACILIDADES – Feria Internacional de Gasolineras y Negócio.	Construcción e infraestructura, máquinas, equipos y accesorios, automatización, tiendas de conveniencias y productos, gas natural vehicular, autopiezas, accesorios y servicios, combustibles, aceites y lubricantes, negocios y franquicias, merchandising y promociones, entidades, asociaciones y servicios bancarios. Un promedio de 180 expositores.	Bienal.	Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.alcantara.com.br
RIO OIL & GAS EXPO AND CONFERENCE – Exposición de Productos, Servicios y Equipos de Petróleo.	Explotación y producción, gas natural, abastecimiento y refino, seguridad, salud y medio ambiente, petroquímica y logística. Un promedio de 700 expositores.	Bienal.	Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás – IBP	www.ibp.org.br

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

34. QUÍMICO, CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
CARDS – Exposición Internacional de Tarjetas, Servicios y Tecnologías - Conferencia Internacional de Tarjetas, Servicios y Tecnologías.	Tarjetas de crédito, equipos y servicios. Un promedio de 70 expositores.	Anual.	Promoción: RPM Consultoría e Marketing Ltda.	www.rpmbrazil.com.br
SAE BRASIL – Exposición Internacional de Tecnología de la Movilidad. - Congreso Internacional de Tecnología de la Movilidad.	Autopiezas, automóviles, productos relacionados a la ingeniería de automóviles, aviones, vehículos náuticos, ferroviarios y demás productos y servicios relativos a la Industria de la movilidad. Un promedio de 100 expositores.	Anual.	Promoción: SAE Brasil.	www.saebrasil.org.br

35. SERIGRAFIA

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
SERIGRAFIA – Feria Internacional de Máquinas y Productos para Serigrafía - SIGN SINALIZAÇÃO – Feria Internacional de Equipos y Productos para Señalización.	Servicios, productos y equipos para serigrafía, señalización y comunicación visual. Un promedio de 200 expositores.	Anual.	IBRATESE – Instituto Brasileiro de Tecnologías e Serviços S/C Ltda.	www.ibratense.com.br

36. SUCRO-ALCOHOLERO (AZÚCAR Y ALCOHOL)

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
SIMTEC – Muestra de Tecnología de la Agroindustria Sucro-alcoholera. - Simposio Internacional de Tecnología de la Agroindustria Sucro-alcoholera.	Máquinas y equipos, prestadores de servicios y consultoría para el área industrial y agrícola, nuevas Tecnologías para el Sector sucro-alcoholero, etc. Un promedio de 200 expositores.	Anual.	SIMESPI – Sindicato das Industrias Metalúrgicas, Mecânicas de Material Eléctrico, Eletrônico, Siderúrgicas y Fundições de Piracicaba, Saltinho e Rio das Pedras ACIPI – Associação Comercial e Industrial de Piracicaba CIESP – Centro de Industrias del Estado de São Paulo Região Piracicaba. COPLOCANA – Cooperativa dos Plantadores de Cana del Estado de São Paulo. MVM Promoción de Eventos Ltda.	www.simespi.com.br www.acipi.com.br www.ciesp.com.br www.cana.com.br
FENASUCRO – Feria Internacional de la Industria Sucro-alcoholera.	Equipos, máquinas, insumos y servicios para la Industria sucro-alcoholera. Un promedio de 400 expositores.	Anual.	Múltiplas Produções e Empreendimentos Ltda.	www.multiploseventos.com.br

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

37. SUPERMERCADISTA Y MINORISTA

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
EXPO ABRA – Feria Internacional de Productos, Servicios, Equipos y Tecnología para Supermercados - Convención Nacional de Supermercados.	Alimentos, bebidas, automatización comercial, automotivos, bazar, Calzados, consultoría, electro electrónico, embalajes, iluminación, telecomunicación, utilidades domésticas, plásticos, máquinas, equipos, Tecnología y servicios para supermercados. Un promedio de 600 expositores.	Anual.	ABRAS – Associação Brasileira de Supermercados.	www.abrasnet.com.br
EXPONOR – Feria de Equipos, Productos y Servicios para Supermercados - Convención Norte-Nordeste de Supermercados.	Abastecedores de alimentos, bebidas, productos, Tecnología y servicios para el Sector de auto-servicio. Un promedio de 200 expositores.	Anual.	Fagga Eventos Internacionais Ltda.	www.fagga.com.br
EXPOAGAS – Feria de Productos y Servicios para Supermercados - Convención Gaúcha de Supermercados.	Alimentos, bebidas, equipos, soluciones tecnológicas, automatización, rondas de negocios, servicios, etc. Un promedio de 190 expositores.	Anual.	AGAS – Associação Gaúcha de Supermercados.	www.agas.com.br

38. TEXTIL Y CONFECCIONES

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
TEXFAIR DO BRASIL – Feria Internacional de la Industria Textil.	Cama, mesa, baño, confecciones, etc. Un promedio de 250 expositores.	Anual.	SINTEX – Sindicato das Industrias de Fiação, Tecelagem e do Vestuário de Blumenau.	www.sintex.org.br
FENIT – Feria Internacional de la Industria Textil Primavera/Verano.	Moda masculina, femenina, íntima y playa, fitness, servicios, embalajes, accesorios para tiendas, complementos de moda, fornituras, cama, mesa y baño, etc. Un promedio de 500 expositores.	Anual.	Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.alcantara.com.br
SEMANA MODA BRASIL – Feria de Moda	Moda masculina, femenina y accesorios. Un promedio de 30 expositores. Cobertura Internacional.	Semestral.	CPA Design Ltda.	www.cpadesign.com.br

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

39. TEXTIL - MÁQUINAS Y COMPONENTES

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
FENATEC – Feria Internacional de Tecelaje Primavera/Verano.	Materia prima, hilado, tecelaje, malla, de punto, beneficiamiento, estampería, telas para decoración, servicios y publicaciones técnicas. Un promedio de 50 expositores.	Anual.	Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.alcantara.com.br
FIMAPEV - Feria Internacional de Máquinas, Materias Primas y Productos del Vestuario.	Máquinas, materias primas y productos del vestuario. Un promedio de 80 expositores.	Anual.	SINVEDS – Sindicato das Industrias do Vestuario de Divinópolis.	www.sinvesd.com.br
FEMATEX – Feria Internacional de Materiales para la Industria Textil y de Confección.	Fornituras, accesorios, embalajes y materias primas para la Industria textil. Un promedio de 300 expositores.	Bienal.	SINTEX – Sindicato das Industrias de Fiação, Tecelagem e do Vestuario de Blumenau.	www.sintex.org.br
QUINTEX – Feria Internacional de Química para la Industria Textil.	Químicas aplicadas y definida, hilado, subsegmentación, principal, almidonado, preparación, teñido, estampería, acabado, máquinas y equipos para tintorería y lavandería. Un promedio de 320 expositores.	Bienal.	FCEM Feiras, Congressos e Empreendimentos Ltda.	www.fcem.com.br

40. TINTAS E VERNIZES

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
FEITINTAS – Feria de la Industria de Tintas y Barnices & Productos Correlatos.	Construcción civil, gráfico, madera, metal, industrial, automovilístico, impermeabilizante, pincel, rodillo, escala, equipos para pintura. Un promedio de 150 expositores.	Bienal.	SITIVESP – Sindicato da Industria de Tintas y Vernizes do Estado de São Paulo.	www.sitivesp.org.br

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

41. TRANSPORTE

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
INTERMODAL SOUTH AMERICA – Feria Internacional de Transportes y Servicios de Comercio Exterior.	Almacenaje, distribución, técnicas de movimiento, logística, gerenciamiento y servicios para el comercio exterior, etc. Un promedio de 350 expositores.	Anual.	DMG Word Media Ltda.	www.intermodal.com.br
Colloquium Internacional de Suspensiones e Implementos para Transporte vial & Muestra de Ingeniería.	Suspensión e implementos para transporte vial. Un promedio de 35 expositores.	Bienal.	SAE Brasil Seção Caxias do Sul.	www.saebrasil.org.br
MOVIMAT – Feria de Logística, Movimiento y Almacenaje de Materiales.	Apiladoras, vehículos automáticamente guiados, equipos para transmisión de datos, baterías, estructuras para almacenaje, sistemas de simulación, servicios logísticos, sistemas de control y automatización, embalajes y transporte. Un promedio de 250 expositores.	Bienal.	Imam Feiras e Promoções Ltda.	www.imam.com.br
EXPO LOGÍSTICA – Feria de Productos, Servicios y Soluciones para Logística - Fórum Internacional de Logística.	Consultoría, abastecimientos, distribución, almacenaje, softwares, transportes, productos y prestadores de servicios logísticos. Un promedio de 40 expositores.	Anual.	Fagga Eventos Internacionais Ltda.	www.fagga.com.br
TRANSPORTAR – Feria Internacional de Transporte Intermodal y Logística - Congreso Sur Brasileño de Transporte y Logística.	Logística, transporte de carga y pasajeros, movimiento, almacenaje, servicios, productos, transportadoras, etc. Un promedio de 110 expositores.	Anual.	Hannover Fairs Sulamérica Ltda.	www.hannover.com.br
EXPOCARGO – Feria de Movimiento, Almacenaje y Terminales de Carga, Transporte y Logística.	Equipos, vehículos de movimiento, almacenaje y transporte de cargas, logística, seguros, softwares, servicios de flete en todos los medios de transporte, etc. Un promedio de 150 expositores.	Anual.	Sinal Comunicações Ltda.	www.sinalcom.com.br

42. TURISMO

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
FITA – Feria Internacional de Turismo de Amazonia.	Productos y servicios turísticos, hotelería y gastronomía. Un promedio de 90 expositores.	Bienal.	Governo do Estado do Pará (Secretaria Especial de Produção) - PARATUR - Companhia Paraense de Turismo	www.pa.gov.br www.paratur.pa.gov.br www.fita.com.br
LACIME LATIN AMERICA & CARIBBEAN INCENTIVE & MEETINGS EXHIBITIONS - Exposición de Turismo de Incentivo, Eventos y Negocios de América Latina y Caribe.	Agencia de Promoción, incentivo, planificadores de eventos, operadoras, asociaciones de clase, centro de eventos, compañías aéreas, convention visitors bureaus, cruceros marítimos, Tecnología para el turismo, hoteles, media, transporte terrestre, etc. Un promedio de 250 expositores.	Anual.	Reed Exhibitions Brasil Ltda.	www.reedexpo.com.br
ABAV – Exposición de Turismo. - Congreso Brasileño de Agencias de Viajes.	Operadoras de turismo, destinos, compañías aéreas, hoteles, arrendadoras de automóviles y demás productos y servicios relacionado con el trade turístico. Un promedio de 600 expositores.	Anual.	ABAV – Associação Brasileira de Agências de Viagens.	www.abav.com.br
Salón de Negocios Turísticos del MERCOSUR - Festival del Turismo de Gramado.	Productos turísticos, lanzamiento y comercialización de paquetes. Un promedio de 1400 expositores.	Anual.	Marta Rossi & Sílvia Zorzanello Promoções e Eventos Ltda.	www.marsil-rs.com.br ou www.festivalturismogramado.com.br

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

43. UTILIDADES PARA EL HOGAR

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
SÃO PAULO INTERNATIONAL GIFT FAIR – Feria Brasileña de Regalos.	Regalos, Artesanía, juguetes, decoración y design, mesa para utensilios del hogar, comedor de diario y cocina. Un promedio de 315 expositores.	Anual.	Laço Ltda.	www.laco.com.br
TOYS, PARTIES & CHRISTMAS FAIR SOUTH AMERICA – Feria de Artículos de Navidad, Fiestas, Papelería Fina, Velas, Peluche y Minijuguetes.	Artículos para fiestas navidad y religioso, Artesanía, arte sacra, tarjetas y papelería fina, agujas, lanas y Hilos, velas decorativas, juguetes, decoración, abastecimiento para tienda, etc. Un promedio de 170 expositores.	Anual.	Grafite Feiras e Promociones Ltda.	www.grafitefeiras.com.br
HOUSE & GIFT FAIR SOUTH AMERICA – Feria Brasileña de Regalos.	Decoración, iluminación, flores artificiales y paisajismo, accesorios de decoración, cuadros, tapetes, velas decorativas, esotéricas, utilidades domésticas, mesa puesta, cama, mesa y baño, tapetes, maletas y accesorios, regalos corporativos, supri-shop, etc. Un promedio de 1050 expositores.	Anual.	Grafite Feiras e Promociones Ltda.	www.grafitefeiras.com.br

44. VEHÍCULOS AUTOMOTORES

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
SALÓN DEL AUTOMOVIL – Salón Internacional del Automóvil.	Automóviles, vehículos y carrocerías especiales, motocicletas, scooters, neumáticos y ruedas, accesorios en general, combustibles, lubricantes, aditivos, ceras y materiales de limpieza, etc.	Bienal.	Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.alcantara.com.br

45. VEHÍCULOS MOTORIZADOS PARA TRANSPORTE DE PASAJEROS Y CARGAS

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
EXPO AERO BRASIL – Feria Internacional de Aviación.	Productos y servicios aeronáuticos relacionados directa o indirectamente con el Sector. Un promedio de 250 expositores.	Anual.	Aeromarketing Promoções e Eventos Ltda.	www.aeromarketing.com.br

ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL

46. DIVERSOS

Feria	Líneas de productos y/o servicios	Periodicidad	Promoción	Sitio
RECICLAJE – Feria Sur Brasileña de Reciclaje y Medio Ambiente.	Máquinas y equipos para reciclar, material reciclado (plásticos, aluminio, vidrio, hierro, caucho, etc.), Tecnología aplicables a reciclaje y preservación ambiental y energías renovables. Un promedio de 60 expositores.	Anual.	Monte Bello Feiras e Eventos Ltda.	www.montebelloeventos.com.br
XCLUSIVE PET FAIR – Feria Internacional de Productos y Servicios de la Línea Pet y Horse.	Alimentos para nutrición animal, productos veterinarios y Alimentación animal, accesorios diversos, etc. Un promedio de 160 expositores.	Anual.	Xclusive Mídia Eventos e Publicações Ltda.	www.petfair.com.br
NATURAL TECH – Feria Internacional de Productos Naturales y Medicina Complementar.	Orgánicos, fitoterápicos, suplementos alimenticios, Líneas diet y light, alimentos naturales, productos integrales, miel, cosméticos naturales, vitaminas, tés medicinales, etc. Un promedio de 190 expositores.	Anual.	Franca Feiras e Empreendimentos Ltda.	www.franca.com.br
GEOBRASIL SUMMIT – Feria Internacional de Geoinformación.	Aerofotogrametría, agrimensura, catastro, conversión de datos, GIS, GPS, GNSS, geo-marketing, imágenes de satélite, logística, mapeamiento, servicio de localización, LBS, etc. Un promedio de 54 expositores.	Anual.	Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.	www.alcantara.com.br
UTILAR MODECOR – Feria Internacional de Bienes de Consumo.	Electrodoméstico, audio y vídeo, informática y telecomunicaciones, decoración, hobby y ocio, arquitectura y decoración, moda y belleza, cocina y culinaria, seguridad residencial, patrimonial y personal, auto, moto, náutico y pesca etc. Un promedio de 500 expositores.	Anual.	B & A Marketing Promocional Ltda.	www.utilarmodecor.com
CULTURARTE – Feria Internacional de Cultura y de Artesanía.	Muebles, adornos, confecciones, bisuterías, Artesanía en general, etc. Un promedio de 300 expositores.	Anual.	B & A Marketing Promocional Ltda.	www.utilarmodecor.com
MELHORIDADE – Feria del Bienestar, Salud y Ocio para la Tercera Edad.	Equipos, spas, hoteles, agencias de viajes, bancos, hospitales, clínicas, medicamentos, etc. Un promedio de 150 expositores.	Bienal.	Imam Feiras e Promoções Ltda.	www.imam.com.br
XPLOR – Exposición sobre Sistemas de Documentación e Impresión Electrónica- Congreso sobre Sistemas de Documentación e Impresión Electrónica.	Equipos para impresión, acabado y softwares para gestión documental, impresión de datos variables, etc. Un promedio de 25 expositores.	Anual.	Associação Brasileira de Usuários de Sistemas de Documentação e Impressão Eletrônica. Xplor.	www.xplorbrazil.org.br
EXPO POSTOS & CONVENIÊNCIA – Feria Internacional de Gasolineras, Tiendas de Conveniencia, Food & Service - Congreso de Gasolineras revendedoras Combustibles de Minas Gerais.	Productos de tiendas de conveniencias, Tecnología e informática, sociedad en soluciones de negocios, equipos y servicios para tiendas de conveniencia, productos, gasolineras y servicios automotivos, etc. Un promedio de 170 expositores.	Anual.	Fagga Eventos Internacionais Ltda.	www.fagga.com.br
FIAM – Feria Internacional de la Amazonia.	Electroelectrónicos, dos ruedas, fitoterápicos, relojes, productos alimenticios, polo óptico, juguetes, encendedores y bolígrafos, turismo, productos regionales, químico, plástico, bebidas, mecánico, metalúrgico, etc. Un promedio de 180 expositores.	Bienal.	SUFRAMA – Superintendência da Zona Franca de Manaus.	www.suframa.gov.br
FIMAI – Feria Internacional del Medio Ambiente Industrial - Seminario Internacional del Medio Ambiente Industrial.	Equipos, coprocesamiento, laboratorios ambientales, reciclaje, transporte, tratamiento de agua y alcantarillado, olor, ruido, sistema de medición y control, etc. Un promedio de 320 expositores.	Anual.	Ambientepress Produções S/C Ltda.	www.fimai.com.br
MERCOFRIO – Feria del Aire acondicionado, Refrigeración, Calefacción y Ventilación del MERCOSUR. - Congreso de Aire acondicionado, Refrigeración, Calefacción y Ventilación del MERCOSUR.	Refrigeración, aire acondicionado, calefacción, ventilación, transporte y conservación de alimentos, climatización automotiva, control e instrumentación. Un promedio de 100 expositores.	Bienal.	Hannover Fairs Sulamérica Ltda - ASBRAV – Associação Sul Brasileira de Refrigeração, Ar-Condicionado, Aquecimento e Ventilação.	www.asbrav.org.br www.hannover.com.br

ANEXO III. INFORMACIONES GENERALES

1. INFORMACIÓN

Información	Resumen
MONEDA NACIONAL	Real, simbolizado con el signo R\$. Pose convertibilidad con las principales monedas corrientes internacionales.
HORARIO BANCARIO	Estipulado das 10h a 16h.
HORARIO COMERCIAL	Estipulado das 9h. a 18h

2. FIESTAS NACIONALES

Ferriados	Fecha
Año Nuevo	1° de enero
Carnaval *	febrero o marzo
Día de la Pasión *	marzo o abril
Pascua *	marzo o abril
Tiradientes	21 de abril
Día del Trabajo	1° de mayo
Corpus Christi *	mayo o junio
Día de la Independencia de Brasil	7 de septiembre
Nuestra Señora Aparecida	12 de octubre
Día de los Difuntos	2 de noviembre
Proclamación de la República	15 de noviembre
Navidad	25 de diciembre

* Fechas móviles

ANEXO III. INFORMACIONES GENERALES

3. HUSO HORÁRIO - En relación al horario oficial de Brasil:

País	Huso horario
Argentina – Buenos Aires	0h.
Bolivia – La Paz	-1h.
Chile – Santiago	-1h.
Colômbia – Santa Fé de Bogotá	-2h.
Ecuador – Quito	-2h.
Paraguay – Assunção	-1h.
Perú – Lima	-2h.
Uruguay – Montevideú	0h.
Venezuela – Caracas	-1h.

Estados	Huso horario
Acre	-2h en relación al horario de Brasilia. -5h GMT
Amazonas, Rondônia, Roraima, Pará, Mato Grosso y Mato Grosso do Sul.	-1h en relación al horario de Brasilia. -4h. GMT.
Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo, Goiás, Brasília (DF), Tocantins, Piauí, Maranhão, Bahia, Sergipe, Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará y Amapá.	Hora oficial de Brasil (Brasilia). -3h. GMT
Ilha de Fernando de Noronha	+ 1h. en relación al horario de Brasilia - 2h. GMT

Brasil tiene 4 husos horarios, siendo que el horario oficial es el de Brasilia. Dicho horario se encuentra 3 horas a menos que el horario de Greenwich (GMT).

ANEXO III. INFORMACIONES GENERALES

4. INSTRUCCIONES PARA LLAMADAS TELEFÓNICAS

Discar: 00 + (código de la operadora) + (código del país) + (código de la ciudad) + número de teléfono.
El código de Brasil es 55.

Códigos telefónicos de las capitales de los estados brasileños:

Ciudad / Estado	Código
Aracaju – Alagoas	79
Belém – Pará	91
Belo Horizonte – Minas Gerais	31
Boa Vista – Roraima	95
Brasília – Distrito Federal	61
Campo Grande – Mato Grosso do Sul	67
Cuiabá – Mato Grosso	65
Florianópolis – Santa Catarina	48
Fortaleza – Ceará	85
Goiânia – Goiás	62
João Pessoa – Paraíba	83
Macapá – Amapá	96
Maceió – Alagoas	82
Manaus – Amazonas	92
Natal – Rio Grande do Norte	84
Palmas – Tocantins	63
Porto Alegre – Rio Grande do Sul	51
Porto Velho – Rondônia	69
Recife – Pernambuco	81
Rio Branco – Acre	68
Rio de Janeiro – Rio de Janeiro	21
Salvador – Bahia	71
São Luís – Maranhão	98
São Paulo – São Paulo	11
Teresina – Piauí	86
Vitória – Espírito Santo	27

5. VISA DE ENTRADA

Para viajes de negocios, usando pasaporte común, consulte el listado presentado abajo. Para informaciones más detalladas consulte el sitio del Departamento de la Policía Federal: www.dpf.gov.br

País	Visa
Argentina	No necesita visa (plazo máximo de 90 días).
Bolivia	No necesita visa (plazo máximo de 90 días). Ingreso con Cédula de Identidad Civil.
Chile	No necesita visa (plazo máximo de 90 días).
Colombia	No necesita visa (plazo máximo de 90 días).
Ecuador	No necesita visa (plazo máximo de 90 días).
Paraguay	No necesita visa (plazo máximo de 90 días).
Perú	No necesita visa (plazo máximo de 90 días). Ingreso con Cédula de Identidad Civil.
Uruguay	No necesita visa (plazo máximo de 90 días).
Venezuela	Necesita visa.
Venezuela	Dispensa de visto.

ANEXO III. INFORMACIONES GENERALES

6. LOCALES ADUANEROS

Principales puertos, aeropuertos y locales de frontera regidos por la Aduana:

Aeropuertos: Para más informaciones consulte: www.infraero.gov.br

Sigla / Aeropuerto / Estado	Distancia del aeropuerto al centro de la ciudad
AJU – Aeropuerto de Aracaju – SE	12 km.
BEL – Aeropuerto Internacional de Belém – PA	13 km.
CNF – Aeropuerto Internacional Tancredo Neves/Confins - MG	45 km.
BVB – Aeropuerto Internacional de Boa Vista – RR	4 km.
BSB – Aeropuerto Internacional Juscelino Kubitschek – DF	11 km.
CGR – Aeropuerto Internacional de Campo Grande – MS	7 km.
CPQ – Aeropuerto Internacional de Viracopos / Campinas – SP	18 km.
CGB – Aeropuerto Internacional Marechal Rondon – MT	9 km.
CWB - Aeropuerto Internacional Afonso Pena – PR	18 km.
FLN - Aeropuerto Internacional de Florianópolis – SC	14 km.
FOR – Aeropuerto Internacional Pinto Martins – CE	6 km.
GYN – Aeropuerto Santa Genoveva – GO	8 km.
GRU – Aeropuerto Internacional de Guarulhos - SP	25 km.
JPA – Aeropuerto Presidente Castro Pinto - PB	12 km.
MCP – Aeropuerto Internacional de Macapá – AP	3 km.

Sigla / Aeropuerto / Estado	Distancia del aeropuerto al centro de la ciudad
MCZ – Aeropuerto Internacional de Maceió – AL	25 km.
MAO – Aeropuerto Internacional Eduardo Gomes – AM	14 km.
NAT – Aeropuerto Augusto Severo – RN	20 km.
PMW – Aeropuerto de Palmas – TO	0 km.
PNZ – Aeropuerto de Petrolina – PE	10 km
POA – Aeropuerto Internacional Salgado Filho –RS	10 km.
PVH – Aeropuerto de Porto Velho – RO	7 km
REC – Aeropuerto Internacional Guararapes – PE	11 km.
RBR – Aeropuerto Internacional Presidente Médici – AC	3 km.
GIG – Aeropuerto Internacional Antonio Carlos Jobim (Galeão) – RJ	1 km
SSA – Aeropuerto Deputado Luís Eduardo Magalhães – BA	28 km.
SLZ – Aeropuerto Marechal Cunha Machado – MA	15 km.
THE – Aeropuerto de Teresina – PI	5 km.
VIX – Aeropuerto de Vitória – ES	6 km.

ANEXO III. INFORMACIONES GENERALES

7. PUERTOS MARÍTIMOS, FLUVIAIS Y LACUSTRES

Para más informaciones consulte: www.transportes.gov.br

Puerto / Estado	Dirección	E-mail	Sitio	Área de influencia	Localización
Puerto de Angra dos Reis – RJ	Av. dos Reis Magos, S/Nº CEP:23900-000 - Angra dos Reis (RJ)			Sur de los estados de Rio de Janeiro y Minas Gerais; norte de São Paulo; Goiás	Litoral sur del Estado de Rio de Janeiro.
Puerto de Aratu - BA	Via Matoín, S/Nº - ZIP CIA - Baía de Aratu CEP: 43800-000 - Candeias (BA)		www.codeba.com.br/porto_aratu.php	Estados de Bahia, Sergipe y Alagoas; oeste de Pernambuco y este de Minas Gerais.	Bahía de Todos os Santos. Cerca de la entrada del canal de Cotejipe.
Puerto de Areia Branca - RN	Cais Tertuliano Fernandes, 81 CEP: 59655-000 - Areia Branca (RN)			Salinas del Estado de Rio Grande do Norte, principalmente las salinas de Macau, Mossoró y Areia Branca.	A 26km al nordeste de la ciudad de Areia Branca (RN). El puerto-isla queda a 14km de la costa.
Puerto de Barra do Riacho - ES	Caminho da Barra do Riacho, S/Nº CEP: 29197-000 - Aracruz (ES)		www.portocel.com.br/en/index.htm	Terminal privativo de la PORTOCEL. Administrado por las compañías Aracruz Celulose S/A y Celulose Nipo-Brasileira-Cenibra.	Municipio de Barra do Riacho
Puerto de Belém – PA	Av. Presidente Vargas, 41 - 2º andar-Centro CEP: 66010-000 - Belém (PA)	acatauassu@cdp.com.br	www.cdp.com.br/porto_belem.aspx	Estado de Pará; extremo norte de Goiás y sudoeste de Maranhão.	Orilla derecha de la bahía de Guajará, frente a la Ilha das Onças, en la ciudad de Belém (PA).
Puerto de Cabedelo - PB	Rua Presidente João Pessoa, S/Nº - Centro CEP: 58310-000 – Cabedelo (PB)	porto-pb@zaitex.com.br		Estados de Paraíba, Pernambuco y Rio Grande do Norte.	Orilla derecha del estuario del Río Paraíba do Norte, frente a la Ilha da Restinga, en la parte noroeste de la ciudad de Cabedelo.
Puerto de Cáceres - MT	Rua Dom Bosco, S/Nº CEP: 78200-000 – Cáceres (MT)			Nordeste del Estado de São Paulo y sudoeste de Mato Grosso.	Orilla izquierda del Río Paraguay, en la región del Pantanal, Municipio de Cáceres, Estado de Mato Grosso.
Puerto de Charqueadas - RS	Praça Oswaldo Cruz, 15 - 3º andar CEP: 90030-900 - Porto Alegre (RS)			Región central del Estado de Rio Grande do Sul.	Orilla derecha del Río Jacuí, Municipio de Charqueadas, cerca de 60km de Porto Alegre.
Puerto de Corumbá/Ladário - MS	Rua Treze de Junho, 960 CEP: 79300-040 - Corumbá (MS)			Noroeste de Mato Grosso do Sul; parte sur de Mato Grosso y sudeste de Bolivia.	Orilla derecha del Río Paraguay, en las ciudades de Corumbá y Ladário, situadas en la región del pantanal mato-grossense.

ANEXO III. INFORMACIONES GENERALES

7. PUERTOS MARÍTIMOS, FLUVIAIS Y LACUSTRES

Puerto / Estado	Dirección	E-mail	Sitio	Área de influencia	Localización
Puerto de Estrela – RS	Praça Oswaldo Cruz, 15 - 3º andar CEP: 90030-900 - Porto Alegre (RS) Administração do Porto Fluvial de Estrela (APFE) Av. Augusto Frederico Markus, S/Nº CEP: 95890-000 – Estrela (RS)	portoflu@fates.thce.com.br		Áreas del centro, nordeste, norte y noroeste del Estado de Rio Grande do Sul.	Orilla izquierda del Río Taquari, Municipio de Estrela (RS). A una distancia de 142km de Porto Alegre por vía fluvial.
Puerto de Forno – RJ	Rua Santa Cruz, 100 CEP: 28930-000 - Arraial do Cabo (RJ)	portodoforno@mar.com.br		Región de los lagos, Estado de Rio de Janeiro. En la retro-área del puerto están instaladas la Cia. Nacional de Alcalis, la Refinería Nacional de Sal y las Salinas Perynas.	Municipio de Arraial do Cabo, situado en el litoral (parte sudeste) del Estado de Rio de Janeiro
Puerto de Fortaleza- CE	Praça Amigos da Marinha, S/Nº - Mucuripe CEP: 60182-640 – Fortaleza (CE)	assinf@docasdoceara.com.br	www.docasdoceara.com.br	Estado de Ceará y oeste del Estado de Rio Grande do Norte.	Ensenada de Mucuripe, en la ciudad de Fortaleza, capital del Estado de Ceará.
Puerto de Ilhéus - BA	Av. Alm. Aurélio Linhares, 432 CEP: 45660-000 - Ilhéus (BA)			Regiones sudeste y oeste del Estado de Bahia, así como el polo de informática de Ilhéus.	Ponta do Malhado, en la ciudad de Ilhéus, situada en el litoral sur del Estado de Bahia.
Puerto de Imbituba – SC	CEP: 88780-000 - Imbituba (SC)	docas@cdiport.com.br		Estados de Santa Catarina y Rio Grande do Sul.	Ensenada abierta, junto a la punta de Imbituba, en el litoral sur del Estado de Santa Catarina.
Puerto de Itajaí - SC	Av. Cel. Eugênio Müller, 622 CEP: 88301-090 – Itajaí (SC)	porto@portoitajai.com.br		Estado de Santa Catarina, especialmente el Municipio de Blumenau, y parte del Estado de Rio Grande do Sul.	Orilla derecha del Río Itajaí-Açu, Municipio de Itajaí, en el litoral norte del Estado de Santa Catarina.
Puerto de Itaqui – MA	Porto de Itaqui, S/Nº CEP: 65085-370 – São Luís (MA)	itaqui@emap.ma.gov.br		Estados de Maranhão y Tocantins, sudoeste del Estado de Pará, norte de Goiás y nordeste de Mato Grosso.	Bahía de São Marcos, Municipio de São Luís, Estado de Maranhão.
Puerto de Macapá – AP	Rua Filinto Müller, nº 1.380 - Novo Horizonte – Santana CEP: 68925-000 – Macapá (AP)		www.cdp.com.br/porto_macapa.htm	Estado de Amapá y los Municipios Afuá y Chaves localizados en el Estado de Pará.	Orilla izquierda del Río Amazonas, a 18km de la ciudad de Macapá, capital del Estado de Amapá.

ANEXO III. INFORMACIONES GENERALES

7. PUERTOS MARÍTIMOS, FLUVIAIS Y LACUSTRES

Puerto / Estado	Dirección	E-mail	Sitio	Área de influencia	Localización
Puerto de Maceió – AL	Rua Sá e Albuquerque, S/Nº CEP: 57025-180 – Jaraguá – Maceió (AL)	apmc@treenet.com.br	www.portodemaceio.com.br	Estado de Alagoas.	Área oriental de la ciudad de Maceió, Estado de Alagoas, entre las playas de Pajuçara y Jaraguá.
Puerto de Manaus – AM	Rua Taqueirinha, nº 25 - Centro CEP: 69005-420 - Manaus (AM)	snph@nutecnet.com.br		Casi todo el Estado de Amazonas y los estados de Roraima y Rondônia.	Orilla izquierda del Río Negro, en la ciudad de Manaus, capital del Estado de Amazonas.
Puerto de Natal – RN	Av. Engº Hildebrando de Góis, 220 – Ribeira CEP: 59010-700 – Natal (RN)	codern@cabugisat.com.br	www.cavuginet.com.br/codern/natal.htm	Estado de Rio Grande do Norte.	En la ciudad de Natal, Estado de Rio Grande do Norte, en la orilla derecha del Río Potengi, a 3 km de su desembocadura.
Puerto de Niterói – RJ	Av. Feliciano Sodré, S/Nº - Centro CEP: 24030-000 - Niterói (RJ)			Municipio de Niterói.	En la costa oriental de la bahía de Guanabara, en la ciudad de Niterói, Estado de Rio de Janeiro.
Puerto de Paranaguá - PR	Rua Antonio Pereira, 161 CEP: 83221-030 – Paranaguá (PR)	administ@pr.gov.br	www.pr.gov.br/portos	Estado de Paraná y parte de los estados de São Paulo, Santa Catarina, Rio Grande do Sul y Mato Grosso do Sul. Incluye también al Paraguay, que cuenta con un entrepuesto franco en el puerto.	Orilla sur de la bahía de Paranaguá, en la ciudad de Paranaguá, Estado de Paraná.
Puerto de Pelotas – RS	Rua Benjamin Constant, 215 CEP: 96010-020 - Pelotas (RS)	sph.pelotas@pro.via-rs.com.br		Regiones marginales de la Laguna de los Patos y parte centro-sur del Estado de Rio Grande do Sul.	Municipio de Pelotas, en la región meridional del Estado de Rio Grande do Sul.
Puerto de Pirapora – MG	Praça do Porto, 70 – Distrito Industrial CEP: 39270-000 – Pirapora (MG)			Municipios de Pirapora (MG), Juazeiro (BA) y Petrolina (PE)	Orilla derecha del Río São Francisco, en el distrito industrial de Pirapora, Estado de Minas Gerais.
Terminal de Ponta do Ubu – ES	Rodovia do Sol S/NºCaixa Postal 720.004 - Anchieta (ES) CEP.: 29230-000			Administrado por la empresa Samarco Mineração S/A.	Punta de Ubu, litoral del Estado de Espírito Santo.
Puerto de Puerto Alegre – RS	Av. Mauá, 1.050 – Centro CEP: 90010-110 – Porto Alegre (RS)	sph.executiva@pro.via-rs.com.br		Estado de Rio Grande do Sul, principalmente el eje Porto Alegre – Caxias y los municipios vecinos.	Orilla izquierda del Río Guaíba, en la parte noroeste de la ciudad de Porto Alegre, Estado de Rio Grande do Sul.

ANEXO III. INFORMACIONES GENERALES

7. PUERTOS MARÍTIMOS, FLUVIAIS Y LACUSTRES

Puerto / Estado	Dirección	E-mail	Sitio	Área de influencia	Localización
Puerto de Puerto Velho – RO	Rua Terminal dos Milagres, 400 – Bairro da Balsa CEP: 78900-750 – Porto Velho (RO)			Estado de Rondônia; sur del Estado de Amazonas y este del Estado de Acre.	Orilla derecha del Río Madeira, a una distancia de aproximadamente 80 km de la desembocadura del Río Jamari.
Puerto de Presidente Epitácio – SP	Av. Brigadeiro Faria Lima, n° 1.575 – 6° andar Cep: 01451.000 – São Paulo (SP)			Noroeste del Estado de São Paulo y sudeste de Mato Grosso do Sul.	Orilla izquierda el Río Paraná, en el Municipio de Presidente Epitácio, Estado de São Paulo, en la frontera con Mato Grosso do Sul.
Puerto de Recife – PE	Praça Artur Oscar, S/N° - Encruzilhada CEP: 50030-370 - Recife (PE)	portorec@elogica.com.br		Estados de Pernambuco, Paraíba y Rio Grande do Norte; parte de Alagoas, franja litoral de Sergipe, sudeste de Piauí, sur de Ceará y noroeste de Bahia.	En la parte centro-este de la ciudad de Recife, capital del Estado de Pernambuco.
Puerto de Rio de Janeiro – RJ	Porto do Rio de Janeiro Av. Rodrigues Alves, n° 20 - 4° andar - Praça Mauá CEP: 20081-000 - Rio de Janeiro (RJ)			Estados de Rio de Janeiro, Minas Gerais y Espírito Santo; áreas del sudoeste de Goiás y del sur de Bahia.	Costa occidental de la bahía de Guanabara, en la ciudad de Rio de Janeiro.
Puerto de Salvador – BA	Av. da França, 1551 - Estação Marítima - Comércio CEP: 40010-000 - Salvador (BA)	info@codeba.com.br	www.codeba.com.br/eng/portossa.php	Todo el Estado de Bahia.	Bahía de Todos os Santos, en la ciudad de Salvador, Estado de Bahía.
Puerto de Santos – SP	Av. Conselheiro Rodrigues Alves, S/N° – Macuco CEP: 11015-900 – Santos (SP)	codesp@carrier.com.br	www.portodesantos.com.br	Estado de São Paulo y gran parte de los estados de Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Goiás, Minas Gerais y Paraná.	Litoral del Estado de São Paulo. Se extiende a lo largo de un estuario, a una distancia de 2 km del Océano Atlántico.
Puerto de Sepetiba – RJ	Estrada da Ilha da Madeira S/N°, Km 18 Rio Santos, Municipio de Itaguaí CEP: 23854-410 - Itaguaí (RJ)			Estados de Rio de Janeiro, Minas Gerais y sudoeste de Goiás.	Costa norte de la bahía de Sepetiba, en el Municipio de Itaguaí, Estado de Rio de Janeiro.
Puerto de Suape – PE	Av. Portuária, Km 10 da Rodovia PE-060 - Engenho Massangana Municipio de Ipojuca (PE) CEP: 55590-000	suape@fisepe.pe.gov.br		Estado de Pernambuco y parte de los estados de Alagoas y Paraíba.	Litoral sur del Estado de Pernambuco, 40 km al sur de la ciudad de Recife.

ANEXO III. INFORMACIONES GENERALES

8. PUNTOS DE FRONTERA

Locales de frontera bajo responsabilidad de la Receita Federal. Para más informaciones consulte: www.receita.fazenda.gov.br

Frontera
Jaguarão/RS (Brasil-Uruguay)
Porto Xavier/RS (Brasil-Argentina)
São Borja/RS (Brasil-Argentina)
Chuí/RS (Brasil-Uruguay)
Dionísio Cerqueira/SC (Brasil-Argentina)
Destacamento Fortuna/MT (Brasil-Bolivia)
Bela Vista/MS (Brasil-Paraguay)
Porto Murtinho/MS (Brasil-Paraguay)
Guajará-Mirim/RO (Brasil-Bolivia)

9. TABLAS DE CONVERSIÓN

Medidas de Peso y masa:

Unidad	Peso	Unidad
Gramos	2,205x10 ⁻³	Libras
Gramos	0,035274	Onzas
Gramos	0,0321507	Onzas troy
Libras	1,021528	Libras troy
Libras	16	Onzas
Libras	14,5833	Onzas troy
Libras	0,45359237	Kilogramos
Onzas	28,34952313	Gramos
Onzas	6,25x10 ⁻²	Libras
Onzas	0,911458	Onzas troy
Onzas	0,028349523	Kilogramos
Onzas troy	31,1034768	Gramos
Onzas troy	1,09714	Onzas
Kilogramos	2,20462	Libras
Kilogramos	2,205	Litros
Kilogramos	35,274	Onzas
Kilogramos	0,0220462	Quintales (cortos)
Kilogramos	0,0196841	Quintales (largos)
Kilogramos	0,00110231	Toneladas americanas
Kilogramos	0,000984207	Toneladas británicas
Toneladas americanas	907,18474	Kilogramos
Toneladas británicas	1016,046909	Kilogramos

ANEXO III. INFORMACIONES GENERALES

10. TABLAS DE CONVERSIÓN

Medidas de volumen y capacidad:

Volumen	Capacidad	Unidad
Barriles de petróleo	0,158987295	Metros cúbicos
Centímetros cúbicos	0,000264172	Galones (americanos)
Centímetros cúbicos	0,000219969	Galones (británicos)
Centímetros cúbicos	0,0351951	Onzas líquidas (británicas)
Centímetros cúbicos	0,033814	Onzas líquidas (americanas)
Centímetros cúbicos	0,0610237	Pulgadas cúbicas
Centímetros cúbicos	0,00105669	Cuartos (americanos)
Centímetros cúbicos	0,000879877	Cuartos (británicos)
Decímetros cúbicos	0,264172	Galones (americanos)
Decímetros cúbicos	0,219969	Galones (británicos)
Decímetros cúbicos	0,999972	Litros
Decímetros cúbicos	0,0353147	Pies cúbicos
Decímetros cúbicos	61,0237	Pulgadas cúbicas
Decímetros cúbicos	1,05669	Cuartos (americanos)
Decímetros cúbicos	0,879877	Cuartos (británicos)
Galones (americanos)	3785,411784	Centímetros cúbicos
Galones (americanos)	3,785411784	Decímetros cúbicos
Galones (americanos)	0,003785412	Metros cúbicos
Galones (americanos)	0,133681	Pies cúbicos
Galones (británicos)	4546,09188	Centímetros cúbicos
Galones (británicos)	4,54609188	Decímetros cúbicos

Volumen	Capacidad	Unidad
Galones (británicos)	0,004546092	Metros cúbicos
Galones (británicos)	0,160544	Pies cúbicos
Galones (británicos)	277,42	Pulgadas cúbicas
Yardas cúbicas	0,764554858	Metros cúbicos
Litros	1000	Centímetros cúbicos
Litros	1,00028	Decímetros cúbicos
Litros	0,2642	Galones (americanos)
Litros	61,02	Pulgadas cúbicas
Metros cúbicos	6,28981	Barriles de petróleo
Metros cúbicos	264,172	Galones (americanos)
Metros cúbicos	219,969	Galones (británicos)
Metros cúbicos	1,30795	Jardas cúbicas
Metros cúbicos	35,3147	Pies cúbicos
Onzas líquidas	28,4131	Centímetros cúbicos
Onzas líquidas	1,73387	Pulgadas cúbicas
Onzas líquidas	29,5735	Centímetros cúbicos
Pies cúbicos	28,31684659	Decímetros cúbicos
Pies cúbicos	7,48052	Galones (americanos)
Pies cúbicos	6,22883	Galones (británicos)
Pies cúbicos	0,028316847	Metros cúbicos
Pies cúbicos	16,387064	Centímetros cúbicos
Pies cúbicos	0,016387064	Decímetros cúbicos

ANEXO III. INFORMACIONES GENERALES

11. TABLAS DE CONVERSIÓN

Medidas de longitud:

Unidad	Longitud	Unidad
Centímetros	1x10 ⁻²	Metros
Centímetros	10	Milímetros
Centímetros	0,0328084	Pies
Centímetros	0,393701	Pulgadas
Centímetros	1x10 ⁻⁵	Kilómetros
Yardas	0,9144	Metros
Metros	0,546807	Brazas
Metros	0,0497097	Cadenas
Metros	100	Centímetros
Metros	1,09361	Jardas
Metros	5,396x10 ⁻⁴	Millas náuticas
Metros	6,214x10 ⁻⁴	Millas estatutarias
Metros	1000	Milímetros
Metros	39,3701	Pulgadas
Millas náuticas	1852	Metros

Unidad	Longitud	Unidad
Millas náuticas	1,1516	Millas estatutarias
Millas náuticas	6080,27	Pies
Millas náuticas	1,852	Kilómetros
Milímetros	0,0393701	Pulgadas
Pies	30,48	Centímetros
Pies	0,3048	Metros
Pies	1,645x10 ⁻⁴	Millas náuticas
Pies	304,8	Milímetros
Pulgadas	2,54	Centímetros
Pulgadas	0,0254	Metros
Pulgadas	25,4	Milímetros
Kilómetros	49,7097	Cadenas
Kilómetros	1000	Metros
Kilómetros	0,621371	Millas
Kilómetros	0,539957	Millas náuticas
Kilómetros	3281	Pies

ANEXO IV. GLOSARIO

Palabra/Frase	Significado
Acuerdo comercial	Acuerdo firmado entre dos o más países con la finalidad de reducir las barreras al comercio entre ellos.
Acuerdo de Complementación Económica-ACE	Acuerdo entre países miembros de la ALADI que incluye productos de un determinado sector industrial, cuya complementación del proceso industrial los países-miembros desean facilitar mediante concesiones arancelarias para el comercio recíproco.
Acuerdo arancelario	Fija de forma conjunta los aranceles aduaneros aplicados por dos o más países, a ejemplo del MERCOSUR.
"Averbação" - Acotar	Anotaciones en un documento.
Barreras comerciales	Restricciones administrativas o tributarias que inhiban el comercio.
Base de cálculo	Valor considerado para cálculo del impuesto a pagar.
"Baldeação"	Se refiere al trasbordo de las mercancías de un navío para otro.
Cambial	Título que indica una factura o pagaré en las exportaciones a plazo.
Carga nacionalizada	Mercancía con desaduanaje concluido en la aduana.
Carta de crédito	Documento bancario que garantiza el pago al exportador.
Certificado negativo	Documento que declara la inexistencia de deudas tributarias.
Certificado de Origen SGP	Documento que ofrece ventajas tributarias al importador, dentro del Sistema General de Preferencias (SGP).
Comisión de agente	Remuneración debida a un agente comercial por la intermediación de negocios.
Conocimiento de embarque	Documento de la transportadora que certifica el embarque de la carga.
Contingenciamiento	Política comercial que establece un régimen de cuotas para la comercialización de un bien.
Contrato de cambio	Documento bancario utilizado en Brasil para definir el contra-valor en reales de un montante a recibir en moneda extranjera.
Corretaje	Porcentual de remuneración a profesional del área de cambio o seguros.
Débito fiscal	Deuda tributaria.
Depósito franco	Local aduanero para almacenar mercancías de países limítrofes.
Descamino	Mercancía internada sin los procedimientos del despacho aduanero.
Derechos aduaneros	Tributos que inciden sobre una mercancía importada.
Entrepuesto	Local con fiscalización de las autoridades aduaneras, localizado en la zona secundaria.

Palabra/Frase	Significado
Ex-Arancelario	Régimen que concede reducción de la alícuota del impuesto de importación.
Factura comercial	Documento exigido en el despacho de importación.
Factura consular	Documento exigido en el despacho de importación o visa consular en la factura comercial.
Factura Pro forma	Documento preliminar en las negociaciones entre comprador y vendedor.
Finiquitación	Recibo que certifica el pago de una deuda u obligación.
Importación sin cobertura de cambio	Operaciones de importación sin obligación de remesa de divisas al exportador.
Incoterms	Siglas internacionales de las modalidades de compra y venta de mercancías.
Laudó	Documento elaborado por peritos que fundamenta las conclusiones a que llegaron.
Licencia de importación	Documento que autoriza la compra de mercancías extranjeras.
MIC	Manifiesto Internacional de Carga utilizado en el transporte vial.
"Perdimento"	Abandono de la carga en la aduana.
Punto de frontera	Localidad en la frontera terrestre entre dos países.
Puerto seco	Recinto aduanero para almacenar mercancías en zona secundaria.
Reimportación	Retorno de la mercancía al país de origen sin haber sido nacionalizada en el país del importador.
Reglamento aduanero	Conjunto de normas de la Secretaría de la Receita Federal para control de las exportaciones e importaciones.
"Saque"	Lo mismo que letra de cambio o promisoría.
SGP - Sistema General de Preferencias	Mecanismo acordado en la OMC a través del cual los países más desarrollados conceden reducciones de aranceles a determinados productos provenientes de países de menor grado de desarrollo.
TEC	Tarifa Externa Común aplicada por los países del MERCOSUR en las importaciones provenientes de terceros países.
Término de responsabilidad	Documento donde se dan garantías al Fisco relativas a tributos u obligaciones pendientes.
Zona primaria	Instalaciones portuarias, aeroportuarias o de frontera con fiscalización de la Secretaría de la Receita Federal.
Zona secundaria	Local donde se almacenan mercancías importadas, localizado fuera de las instalaciones portuarias, aeroportuarias o de frontera.
Zona secundária	Local onde se armazenam mercadorias importadas localizado fora das instalações portuárias, aeroportuárias ou de fronteira.