

Guía práctica sobre el proceso de importación en Brasil

COMO EXPORTAR A BRASIL





Como exportar a Brasil

Marzo 2007

Elaborado por *Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior* – FUNCEX para el Departamento de Promoción Comercial (DPR) del Ministerio de Relaciones Exteriores, en el contexto del Programa de Sustitución Competitiva de Importaciones (PSCI).

ISBN 85-98712-73-6

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

Como exportar para o Brasil : guia práctica sobre el proceso de importación en Brasil / Ministerio de Relaciones Exteriores. -- Brasília : MRE : DPR, 2007.

188 p.

1. Exportación – Brasil. 2. Comercio Exterior – Brasil. I. Brasil. II. Título

CDU 339.322

Sumario

| | |
|---|-----------|
| INTRODUCCIÓN | 7 |
| I. ASPECTOS GENERALES DE BRASIL | 11 |
| I.1. Geografía | 11 |
| I.2. Población, centros urbanos y nivel de vida | 14 |
| I.3. Transportes y comunicaciones | 15 |
| I.4. Organización política y administrativa de Brasil | 17 |
| I.5. Política externa y organizaciones internacionales | 18 |
| II. PANORAMA DE LA ECONOMIA BRASILEÑA | 21 |
| II.1. Producción | 21 |
| II.2. Empleo e ingresos | 23 |
| II.3. Precios | 25 |
| II.4. Política monetaria | 26 |
| II.5. Cuentas públicas | 27 |
| II.6. Cuentas externas | 29 |
| II.7. Intercambio comercial | 31 |
| III. IMPORTACIONES: NORMAS Y PROCEDIMIENTOS | 39 |
| III.1. Clasificación de las mercancías | 44 |
| III.2. Siscomex | 45 |
| III.3. Representación del exportador/importador ante la aduana | 46 |
| III.4. Tratamiento administrativo de las importaciones | 47 |
| <i>III.4.1. Estructura administrativa</i> | 47 |
| <i>III.4.2. Factura Pro Forma</i> | 48 |
| <i>III.4.3. Licenciamiento de las importaciones</i> | 50 |
| <i>III.4.4. Órganos anuentes</i> | 53 |
| III.4.4.1. Departamento de Operações de Comércio Exterior (DECEX) | 53 |
| III.4.4.2. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) .. | 54 |
| III.4.4.3. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) | 55 |
| III.4.4.4. SUFRAMA | 56 |
| III.5. El procedimiento de despacho en aduana (desaduanaje) | 60 |
| <i>III.5.1. Despacho en aduana común</i> | 61 |
| <i>III.5.2. Despacho en aduana simplificado</i> | 61 |
| <i>III.5.3. Importación por cuenta y orden de terceros</i> | 62 |
| <i>III.5.4. Importación por encargo</i> | 62 |
| <i>III.5.5. Declaración de Importación - DI</i> | 63 |
| <i>III.5.6. Asignación del canal (verde, amarillo, rojo y gris)</i> | 64 |
| III.6. Tratamiento tributario de las importaciones | 64 |
| <i>III.6.1. No acumulación de los tributos</i> | 65 |
| <i>III.6.2. Impuesto de Importación (II)</i> | 65 |
| <i>III.6.3. Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI)</i> | 66 |

| | | |
|------------|--|-----------|
| | <i>III.6.4. PIS-Importación y Cofins-Importación</i> | 67 |
| | <i>III.6.5. CIDE-Combustibles</i> | 68 |
| | <i>III.6.6. Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços – ICMS</i> | 68 |
| | <i>III.6.7. Adicional ao Frete para Renovação da Marinha Mercante (AFRMM)</i> | 69 |
| | <i>III.6.8. Tasa de utilización del Siscomex</i> | 70 |
| | <i>III.6.9. Defensa comercial</i> | 70 |
| | <i>III.6.9.1. Anti-dumping</i> | 71 |
| | <i>III.6.9.2. Medidas compensatorias</i> | 71 |
| | <i>III.6.9.3. Salvaguardias</i> | 71 |
| | <i>III.6.10. Gastos diversos</i> | 72 |
| III.7. | Preferencias arancelarias | 72 |
| | <i>III.7.1. MERCOSUR</i> | 73 |
| | <i>III.7.2. Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)</i> | 74 |
| | <i>III.7.3. Países andinos</i> | 75 |
| | <i>III.7.4. Otros acuerdos</i> | 75 |
| III.8. | Pagos internacionales y cambio | 75 |
| | <i>III.8.1. Modalidades de pago</i> | 76 |
| | <i>III.8.2. Financiamiento de las importaciones</i> | 77 |
| III.9. | Regímenes En Aduanas Especiales | 78 |
| | <i>III.9.1. Drawback</i> | 78 |
| | <i>III.9.2. Admisión temporaria</i> | 79 |
| | <i>III.9.3. Entrepuesto aduanero</i> | 80 |
| | <i>III.9.4. Depósito franco</i> | 80 |
| | <i>III.9.5. Importación triangular</i> | 80 |
| | <i>III.9.6. Tránsito en aduana</i> | 81 |
| IV. | FORMAS Y PRÁCTICAS DE COMERCIALIZACIÓN | 83 |
| IV.1. | Prospección de mercado | 83 |
| IV.2. | Prácticas comerciales | 84 |
| IV.3. | Compras gubernamentales | 85 |
| IV.4. | Canales de distribución | 86 |
| | <i>IV.4.1. Exportación directa</i> | 86 |
| | <i>IV.4.2. Exportación indirecta</i> | 87 |
| | <i>IV.4.3. Agentes comerciales</i> | 88 |
| | <i>IV.4.4. Apertura de oficina en Brasil</i> | 89 |
| IV.5. | Logística de importación | 90 |
| | <i>IV.5.1. Modal marítimo</i> | 90 |
| | <i>IV.5.2. Modal aéreo</i> | 91 |
| | <i>IV.5.3. Modal carretero</i> | 92 |
| | <i>IV.5.4. Modal ferroviario</i> | 93 |
| | <i>IV.5.5. Seguro internacional de carga</i> | 93 |
| IV.6. | Promoción comercial | 94 |
| | <i>IV.6.1. Ferias y exposiciones</i> | 94 |
| | <i>IV.6.2. Misiones comerciales</i> | 94 |
| | <i>IV.6.3. Publicidad y marketing</i> | 95 |
| | <i>IV.6.4. Viajes de negocios</i> | 95 |

| | | |
|--|--|-----------|
| V. | RECOMENDACIONES GENERALES A LOS EXPORTADORES | 97 |
| V.1. | Costumbres comerciales y culturales | 97 |
| V.2. | Que se debe evitar | 100 |
| ANEXOS | 103 | |
| ANEXO I. ÓRGANOS E INSTITUCIONES | 104 | |
| 1. | Órganos del gobierno Brasileño | 104 |
| 2. | Embajadas de Brasil en América del Sur | 107 |
| 3. | Consulados de Brasil en América del Sur | 110 |
| 4. | Vice-consulados de Brasil en América del Sur | 113 |
| 5. | Cámaras de comercio representadas en Brasil | 115 |
| 6. | Bancos oficiales brasileños | 117 |
| 7. | Asociaciones y entidades representativas de sectores productivos | 119 |
| 8. | Sistema de transportes | 131 |
| 9. | Marketing e investigación de mercado | 133 |
| 10. | Periódicos de mayor circulación | 134 |
| 11. | Revistas especializadas | 135 |
| ANEXO II. FERIAS Y EXPOSICIONES EN BRASIL | 137 | |
| 1. | Sector agropecuario, comercial e industrial | 137 |
| 2. | Alimentos y bebidas | 139 |
| 3. | Acuicultura, náutico y pesca | 141 |
| 4. | Artes gráficas, embalajes, librerías y papelerías | 141 |
| 5. | Artesanía, artes y colecciones | 143 |
| 6. | Automación industrial, comercial y de escritorio | 143 |
| 7. | Autopiezas y rectificado de vehículos | 143 |
| 8. | Bares, hoteles y restaurantes | 144 |
| 9. | Belleza y estética | 144 |
| 10. | Bisutería y joyería | 145 |
| 11. | Caucho y plástico | 146 |
| 12. | Obsequios, Juguetes y Regalos | 146 |
| 13. | Cine, foto, imagen y sonido | 147 |
| 14. | Comunicación, divulgación y publicidad | 147 |
| 15. | Conservación, higiene y aseo | 148 |
| 16. | Construcción civil | 148 |
| 17. | Cuero, calzados, artefactos, máquinas y componentes | 151 |
| 18. | Cultura y educación | 152 |
| 19. | Electroelectrónico y mecánico | 152 |
| 20. | Energético | 153 |
| 21. | Enfermería, hospitalar y laboratorios | 154 |
| 22. | Deporte y ocio | 154 |
| 23. | Farmacéutico | 155 |
| 24. | Franquicias | 155 |
| 25. | Informática | 156 |
| 26. | Instrumentos musicales | 156 |

| | |
|---|------------|
| 27. Maderero | 156 |
| 28. Material médico | 157 |
| 29. Militar, seguridad nacional, civil y patrimonial | 157 |
| 30. Muebles | 158 |
| 31. Material odontológico | 159 |
| 32. Petróleo y petroquímica | 160 |
| 33. Químico, científico y tecnológico | 160 |
| 34. Serigrafía | 161 |
| 35. Sucro-alcoholero (Azúcar y alcohol) | 161 |
| 36. Supermercadista y minorista | 162 |
| 37. Textil y confecciones | 162 |
| 38. Textil - Máquinas y componentes | 163 |
| 39. Tintas y barnices | 164 |
| 40. Transporte | 164 |
| 41. Turismo | 165 |
| 42. Utilidades para el hogar | 166 |
| 43. Vehículos automotores | 167 |
| 44. Vehículos motorizados para transporte de pasajeros y cargas | 167 |
| 45. Diversos | 168 |
| ANEXO III. INFORMACIONES GENERALES | 171 |
| ANEXO IV. GLOSARIO | 181 |

INTRODUCCIÓN

Brasil es un mercado naturalmente atractivo para empresas de cualquier país debido al tamaño de su población y al elevado potencial de consumo, comparable al de algunos grandes mercados mundiales. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el mercado brasileño es bastante complejo y variado, está diseminado por un gran número de centros urbanos de gran tamaño y presenta, aún hoy, algunas restricciones al consumo de productos importados. El histórico de economía cerrada basada en la sustitución de importaciones “ que duró sesenta años, entre 1930 y 1990 “ y la corta experiencia de mercado abierto a las importaciones, han tenido como consecuencia un bajo desarrollo de la “cultura importadora”. Además, el sector productivo es bastante sólido y diversificado, siendo relativamente pequeño el número de productos sin producción nacional.

En este sentido, hay varios desafíos para una empresa del exterior que pretenda vender a Brasil. Aún tratándose de firmas ubicadas en países sudamericanos, próximas geográficamente y con mayor similitud cultural, es necesario conocer todos los procedimientos involucrados en el proceso de exportación a Brasil. El objetivo fundamental de esta guía es allanar las barreras informativas aún existentes, con el fin de revertir la baja participación de los productos sudamericanos en el total de las importaciones brasileñas, aún cuando esos países pudieran tener nitidas ventajas comparativas.

Un estudio reciente, elaborado por la *Fundação Centro de Estudos de Comércio Exterior* (Funcex), con el apoyo del Departamento de Promoción Comercial del Ministerio de Relaciones Exteriores de Brasil, buscó identificar, para el caso de los países andinos (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela), los productos que tendrían mayor oportunidad de expansión de exportaciones a Brasil. Con base en entrevistas con importadores brasileños y con instituciones de los países andinos relacionadas con la exportación, el trabajo identificó algunos problemas que limitan el acceso de los productos andinos a Brasil.

Entre los problemas sobresale la dificultad de acceso al mercado brasileño, sea por la falta de conocimiento de las normas y procedimientos que regulan las operaciones de importación en el país, o por carencia de informaciones básicas sobre el mercado brasileño y las instituciones y órganos públicos y privados existentes en Brasil, que pueden ser accionados para facilitar e instrumentalizar las operaciones de comercio. Estos problemas son relativamente mayores en el caso de las empresas de pequeño porte, que constituyen la mayoría de los exportadores sudamericanos. Esas empresas tienen mayor dificultad en arcar con los costos de reunir las informaciones necesarias al proceso de venta en Brasil y también en ajustarse a las exigencias brasileñas.

Con la finalidad de ampliar el nivel de información disponible, el Ministerio de Relaciones Exteriores, por medio de su Departamento de Promoción Comercial, elaboró la presente publicación, *Como Exportar a Brasil*, una de las muchas iniciativas del Programa de Substitución Competitiva de Importaciones - PSCI, cuyo objetivo general es la promoción de los productos y servicios de los países sudamericanos en Brasil. Esta publicación pretende facilitar el trabajo de los exportadores sudamericanos que deseen efectuar ventas al mercado brasileño, proporcionándoles informaciones relevantes acerca de la

estructura de la economía brasileña, de las normas y procedimientos que un producto extranjero debe cumplir para ingresar en el País, de las formas y prácticas de comercialización normalmente adoptadas en Brasil, así como una serie de otras informaciones útiles para facilitar las actividades de los exportadores.

La publicación está estructurada de la siguiente manera:

El **Capítulo I** presenta una visión general de Brasil, con informaciones sintéticas acerca de la geografía, estructura y nivel de vida de la población, centros urbanos, sistemas de transporte y comunicaciones, organización política y administrativa de la federación, y también acerca de algunas de las líneas de la política externa brasileña y de la participación del país en las principales organizaciones internacionales.

El **Capítulo II** presenta un panorama de la economía brasileña, con una breve descripción de las orientaciones actuales de política económica del país y la presentación de datos recientes referentes al comportamiento del PIB, de los niveles de empleo y renta, de la inflación, de la política monetaria, de las cuentas públicas y de las cuentas externas. En seguida, se analiza, de manera más detallada, la evolución del intercambio comercial del País 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 enfatiza especialmente el intercambio de Brasil con los países sudamericanos, destacándose, incluso, los principales productos que componen las pautas de exportación e importación del País con sus vecinos.

El **Capítulo III** presenta las normas conferidas a los productos importados, englobando los procedimientos administrativos, cambiarios, tributarios y en aduanas, desde la emisión de la factura *pro forma* hasta el completo desaduanaje de la mercancía y su efectivo ingreso en el País. Se describe, entre otros ítems, el proceso de licenciamiento de las importaciones, los tributos correspondientes y el cálculo de los tributos a la importación, el procedimiento de despacho de la mercancía y, por fin, la manera de obtener el *Comprovante de Importação* y la liberación de la mercancía.

El **Capítulo IV** trata de las formas y prácticas de comercialización que se pueden utilizar con éxito en las exportaciones a Brasil, involucrando desde la actividad de prospección de mercados hasta la promoción de los productos en el mercado brasileño, pasando por cuestiones como la elección de los canales de distribución, la logística etc.

Por fin, el **Capítulo V** presenta algunas recomendaciones generales relacionadas con costumbres comerciales y culturales de los empresarios brasileños, que pueden facilitar la relación entre los exportadores y los potenciales importadores locales, destacándose también algunas actitudes que se deben evitar, de modo a no comprometer el éxito de las negociaciones.

Acompaña esta publicación un **Anexo** en el cual se puede encontrar diversas informaciones útiles al exportador, como las direcciones y teléfonos de Embajadas y Consulados brasileños en América del Sur y de Cámaras de Comercio, un listado de asociaciones y entidades representativas de sectores productivos en el País, sitios electrónicos de consultas de las principales ferias y exposiciones realizadas regularmente en Brasil y un glosario de términos técnicos utilizados en comercio exterior.

El Ministerio de Relaciones Exteriores espera que esta publicación sea de gran valor a los exportadores sudamericanos en sus esfuerzos para alcanzar con éxito el 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 provenientes del mercado regional puedan suplir la demanda brasileña.

Brasil – Informaciones Generales

| | |
|--|--|
| Nombre oficial | República Federativa do Brasil |
| Superficie | 8.514.876 Km ² |
| Población estimada | 187.243.764 habitantes |
| Densidad poblacional | 21,99 hab./Km ² |
| Población económicamente activa | 96.031.971 hab. (2005) |
| Capital | Brasília |
| Principales ciudades (en número de habitantes) | São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Belo Horizonte, Fortaleza, Brasília |
| Lengua | Portugués |
| Religión | Preponderancia del catolicismo |
| Pesos y medidas | Sistema Métrico Decimal |
| Moneda | Real (R\$) |
| Cotización | US\$ 1,00 = R\$ 2,17 (septiembre /2006) |
| PIB a precios corrientes (2006) | US\$ 948 mil millones (2006) |
| Distribución del PIB por sectores (2006) | Agropecuaria – 8,0% Industria – 37,9% Servicios – 54,0% |
| PIB per cápita (2006) | US\$ 5,075 (2006) |
| Comercio exterior (2006) | Exportaciones – US\$ 137.470 millones Importaciones– US\$ 91.396 millones Saldo comercial – US\$ 46.074 millones Comercio total – US\$ 228.866 millones |

I. ASPECTOS GENERALES DE BRASIL¹

I.1. Geografía

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

La capital Brasilia, centro político-administrativo del país, está ubicada en el centro geográfico del territorio brasileño. Entretanto, los grandes centros económicos, comerciales e industriales se encuentran a grandes distancias de la capital, en general en ciudades más próximas al litoral del Océano Atlántico. La más grande es São Paulo, ubicada en la región Sudeste del país, distante 1.015 km de la capital. 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).

Tabla I.1
Distancias entre Brasilia y las capitales de los Estados brasileños

| 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 |
| Región 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 |
| 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 |
| Goiania | Goias (GO) | 209 |

Fuente: Instituto Brasileiro de Geografía e Estatística.

¹ Los datos presentados en esta sección fueron obtenidos, en su mayoría, de la publicación "Brasil en Números", del IBGE, Volumen 14, 2006.

La región **Sudeste** es la más rica del país, concentrando cerca del 50% del PIB. Engloba los Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais y Espírito Santo y ocupa cerca del 11% del territorio brasileño. Posee una estructura industrial altamente diversificada, un sector de servicios bastante desarrollado, especialmente en Rio de Janeiro y São Paulo, y también una producción agrícola razonablemente significativa, principalmente en el interior de los Estados de São Paulo y Minas Gerais. El clima es tropical, predominando elevadas 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 “Peão Boiadeiro”) y sus ciudades históricas (Ouro Preto, Diamantina, Parati etc.). La población es de cerca de 78,5 millones de habitantes (estimativa en 2005) y la densidad poblacional de aproximadamente 85 habitantes por km² (ver **Cuadro 2**).

Aunque sea relativamente pequeña en extensión territorial (sólo el 6,8% del territorio nacional), la Región **Sur** también presenta gran dinamismo económico, destacándose la producción de granos (principalmente soya, maíz, frijol y trigo), la ganadería y las industrias textiles, de calzados y automovilística. La región se compone de tres Estados (Paraná, Santa Catarina y Rio Grande do Sul), con clima predominantemente subtropical, registrándose temperaturas muy bajas en invierno (suele nevar en algunas localidades). Hay muchos centros de colonización con población originaria de los países más fríos de Europa. Además es conocida por sus fiestas típicas que incluyen la *Festa da Uva* y la Oktoberfest. La población era de cerca de 27 millones de habitantes en 2005, con una densidad poblacional de 46,8 habitantes por km².

La región **Nordeste** abarca cerca del 18% del territorio nacional y se compone de los Estados de Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas, Sergipe y Bahia. El clima se divide en el tropical (en el litoral) y el semiárido (en la región del interior que se conoce como “sertão”). Existe también una clara dicotomía en lo que se refiere al 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 textiles, química, automovilística y de alimentos; en cambio el “sertão” es la región más pobre de Brasil, con un clima marcado por largos períodos de estiaje, habiendo en algunos puntos importantes cultivos irrigados de frutas tropicales (como plátano, 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 Olinda, Salvador y Recife). La población era de 51 millones de habitantes y la densidad de cerca de 33 habitantes por km² en 2005.

La región **Norte** es la más extensa del país, abarcando el 45% del territorio nacional y los Estados de Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima y Tocantins. En ella se encuentra la mayor parte de la Floresta Amazónica y el clima predominante es el ecuatorial, con altas temperaturas y humedad elevada. La extracción vegetal es la principal actividad económica de la región, siendo los principales productos el látex, el “açai”, la madera y la castaña. En ella también se encuentra la principal área de explotación mineral del país, la *Serra dos Carajás*. El gran centro industrial de la región es la Zona Franca de Manaus (capital del Estado de Amazonas), que se

destaca por la producción de electro-electrónicos con elevada participación de componentes importados. La densidad demográfica era de sólo 3,8 habitantes por km² y la población estimada en 14,7 millones de habitantes en 2005.

La región **Centro-Oeste** abarca aproximadamente el 19% del territorio nacional y se compone de los Estados de Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul y también del Distrito Federal, donde está ubicada la capital del país. Su principal actividad es la agroindustria y los principales productos la soya, el algodón en pluma y el girasol. Su población era de 13 millones de habitantes en 2005, con densidad poblacional de 8 habitantes por km².

Tabla I.2
Indicadores Demográficos de Brasil – 2005

| Grandes Regiones y Estados de la Federación | Total (Millones) | Urbana (Millones) | Rural (Millones) | Densidad poblacional (hab./km ²) (2005) | Tasa media de crecimiento anual (1991-2000) |
|---|------------------|-------------------|------------------|---|---|
| Brasil | 184 | 153 | 32 | 21,7 | 1,64 |
| Región Sudeste | 79 | 72 | 6 | 85,0 | 1,62 |
| Minas Gerais | 19 | 16 | 3 | 32,8 | 1,44 |
| Espírito Santo | 3 | 3 | 1 | 74,1 | 1,98 |
| Rio de Janeiro | 15 | 15 | 1 | 352,4 | 1,32 |
| São Paulo | 40 | 38 | 2 | 163,1 | 1,80 |
| Región Sur | 27 | 22 | 5 | 46,8 | 1,43 |
| Paraná | 10 | 9 | 2 | 51,5 | 1,40 |
| Santa Catarina | 6 | 5 | 1 | 61,6 | 1,87 |
| Rio Grande do Sul | 11 | 9 | 2 | 38,5 | 1,23 |
| Región Nordeste | 51 | 36 | 15 | 32,9 | 1,31 |
| Maranhão | 6 | 4 | 2 | 18,4 | 1,54 |
| Piauí | 3 | 2 | 1 | 12,0 | 1,09 |
| Ceará | 8 | 6 | 2 | 54,5 | 1,75 |
| Rio Grande do Norte | 3 | 2 | 1 | 56,9 | 1,58 |
| Paraíba | 4 | 3 | 1 | 63,7 | 0,82 |
| Pernambuco | 8 | 6 | 2 | 85,7 | 1,19 |
| Alagoas | 3 | 2 | 1 | 108,7 | 1,31 |
| Sergipe | 2 | 2 | 0 | 89,9 | 2,03 |
| Bahia | 14 | 9 | 5 | 24,5 | 1,09 |
| Región Norte | 15 | 11 | 4 | 3,8 | 2,86 |
| Rondônia | 2 | 1 | 0 | 6,5 | 2,24 |
| Acre | 1 | 0 | 0 | 4,2 | 3,29 |
| Amazonas | 3 | 3 | 1 | 2,1 | 3,31 |
| Roraima | 0 | 0 | 0 | 1,7 | 4,58 |
| Pará | 7 | 5 | 2 | 5,6 | 2,54 |
| Amapá | 1 | 1 | 0 | 4,2 | 5,77 |
| Tocantins | 1 | 1 | 0 | 4,7 | 2,61 |
| Región Centro-oeste | 13 | 11 | 2 | 8,1 | 2,39 |
| Mato Grosso do Sul | 2 | 2 | 0 | 6,3 | 1,75 |
| Mato Grosso | 3 | 2 | 1 | 3,1 | 2,40 |
| Goiás | 6 | 5 | 1 | 16,6 | 2,49 |
| Distrito Federal | 2 | 2 | 0 | 402,8 | 2,82 |

Fuente: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

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

Brasil es el quinto país más poblado del mundo, con aproximadamente 184 millones de habitantes en 2005 y una proyección de 219 millones de habitantes en el 2020. Siguiendo la tendencia mundial, la tasa de crecimiento de la población brasileña sigue disminuyendo en las últimas décadas, alcanzando un 1,64% en el período 1991-2000, así como la tasa nacional de fecundidad (2,29% en 2005). Cerca del 42,6% de la población se encuentra en la Región Sudeste, 27,7% en la Región Nordeste, 14,6% en la Región Sur, 8% en la Región Norte y 7,1% en la Región Centro-Oeste. Casi el 83% de las personas viven en centros urbanos, destacándose las ciudades de São Paulo (10,4 millones de habitantes), Rio de Janeiro (5,9 millones), Salvador, en el Estado de Bahía, (2,4 millones), Belo Horizonte, en Minas Gerais (2,2 millones) y Fortaleza, en el Ceará (2,1 millones).

La sociedad brasileña es multirracial, formada históricamente por una mezcla de población indígena nativa, inmigrantes europeos y esclavos africanos. Según datos de la última Encuesta Nacional de Hogares² hecha por el IBGE (2005), la mayoría de la población es blanca (49,9%), seguida de mestizos (43,2%), negros (6,3%), amarillos (0,5%) e indígenas (0,4%). En cuanto a religión, prevalece en Brasil una gran diversidad, siendo que el catolicismo es seguido por la mayor parte de la población (73,6%). Según datos del Censo 2000, cerca del 7,4% de la población se declara sin religión.

La población económicamente activa del país alcanzaba los 96 millones de personas en 2005 (52% de la población), siendo 54 millones de hombres y 42 millones de mujeres.

El Informe sobre Desarrollo Humano 2005 (RDH 2005), sitúa a Brasil en la posición número 63° del *ranking* mundial, con índice de 0,792, situando al país entre las naciones de medio desarrollo humano³. Este índice presentó una mejoría en relación al informe del 2000, cuando el índice era de 0,77. En cuanto a los subíndices, Brasil avanzó en las dimensiones de educación (con tasa de alfabetización del 88,4% y tasa bruta de matrícula escolar del 91%) y longevidad (con esperanza de vida al nacer de 70,5 años), mientras retrocedió en términos del ingreso (con un PIB *per cápita* de casi US\$ 5,000 en 2005).

Respecto a los estados brasileños, se verifica, por las estadísticas referentes al año 2000, una razonable dispersión del IDH (**Tabla I.3**), donde el mayor índice lo tiene el Distrito Federal (0,84), lo que lo coloca en la categoría de alto desarrollo humano - lo mismo sucede con los estados de Santa Catarina, São Paulo, Rio Grande do Sul y Rio de Janeiro. Los menores IDH se refieren a los estados del Nordeste, como Maranhão, Alagoas, Piauí, Paraíba, Sergipe y Bahía.

² PNAD-Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios.

³ Categorías: 1) Bajo desarrollo humano: 0 < IDH < 0,499; 2) Medio desarrollo humano: 0,500 < IDH < 0,799; e 3) Alto desarrollo humano 0,800 < IDH < 1,000.

Tabla I.3
Índice de Desarrollo Humano de los estados brasileños – 2000

| Estado | IDH | IDH Ingreso | IDH Esperanza de vida | 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 |
| Goías | 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 |
| Espírito 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 | 0,71 | 0,64 | 0,70 | 0,78 |
| Ceará | 0,70 | 0,62 | 0,71 | 0,77 |
| Acre | 0,70 | 0,64 | 0,69 | 0,76 |
| Bahia | 0,69 | 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 do Desenvolvimento Humano no Brasil.

I.3. Transportes y comunicaciones

Las políticas nacionales de transportes ferroviario, carretero y acuático, así como la reglamentación y fiscalización de sus servicios, son definidas por el Ministério dos Transportes, en conjunto con la Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), el Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes (DNIT) y la Agência Nacional de Transportes Aquáticos (ANTAQ). Ya el transporte aéreo es regulado y fiscalizado por la Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), subordinada al Ministerio da Defesa.

Con extensión de 1.751.862 km (siendo 196.093 km de carreteras pavimentadas), la red carretera es la más utilizada, respondiendo por el desplazamiento del 95% de los pasajeros y por más del 70% de las cargas en el 2004. Una parte del sector es explorada por la iniciativa privada, bajo la forma de concesión con cobranza de peajes. Existen vías expresas que unen los centros productivos más importantes a los puertos. La flota terrestre de transporte de carga está formada por 1.211.990 vehículos y la relación entre el número de habitantes y de vehículos automotores es de aproximadamente 8 habitantes/vehículo.

La red ferroviaria totaliza 29.487 km de extensión y es responsable, en términos de transporte de carga, por 221,6 mil millones de toneladas por kilómetro útil (tku) y un total de 388,8 millones de toneladas transportadas en 2005. Aunque en número reducido, las inversiones en esta área han crecido en el país, con la finalidad de transformar las ferrovías en sistemas intermodales de transporte, complementando otras formas de transporte de cargas pesadas en los corredores de exportación e importación.

El transporte acuático corresponde al 13,9% del movimiento de carga del país y se divide en navegación de altura / internacional, navegación de cabotaje y otras (navegación interior y *off-shore*). En el año 2004 el movimiento de carga en los puertos alcanzó aproximadamente 621 millones de toneladas, siendo 447 millones de toneladas referentes a la navegación de altura / internacional y 148 millones de toneladas a la navegación de cabotaje. En la actualidad el país dispone de 42 terminales privados, 37 puertos de administración pública y 3 puertos de administración privada, donde todas las operaciones portuarias son realizadas por empresas privadas.

El transporte aéreo fue responsable, en 2004, por el desplazamiento de casi 32 millones de pasajeros en los vuelos domésticos y 5 millones de pasajeros en los vuelos internacionales, registrándose en cargas un total de 659 mil toneladas para vuelos domésticos y 641 mil toneladas para vuelos internacionales. La red aérea nacional dispone de 66 aeropuertos administrados por la INFRAERO y 729 aeródromos.

Con una red de comunicaciones bastante desarrollada, el país dispone de sectores de telecomunicaciones, radiodifusión y servicios postales bastante eficientes. Subordinados al Ministerio de las Comunicaciones, los demás sectores son regulados por la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL), a excepción de los servicios postales.

La telefonía fija se compone de operadoras que actúan en régimen de concesión pública, disponiendo de 39,9 millones de líneas fijas instaladas en 2005 y alrededor de 1,3 millones de teléfonos de uso público en servicio. En los últimos años, se puede observar un gran avance en la telefonía móvil celular en lo que se refiere al número de líneas (86,2 millones en 2005), mejoría de calidad de los servicios y expansión del área de cobertura.

En lo que concierne a la radiodifusión, las televisiones abiertas alcanzan el 80,4% de los hogares y la radio aproximadamente el 90%. Además, los sistemas de TV por

cable, por satélite y DTH (mini-parabólicas) se encuentran bastante desarrollados.

Brasil cuenta con un servicio de correos bastante eficaz y ampliamente difundido. En el año 2005 se contaban alrededor de 12.450 Agencias, siendo 5.772 propias y 6.677 operadas por terceros. Entre los servicios domésticos se destaca el Sedex, que existe en la modalidad "Sedex 10" (servicio de encomienda expresa con garantía de entrega hasta las 10:00am del día hábil siguiente al día del envío postal) y el "Sedex Hoje" (servicio de encomienda expresa con garantía de entrega en el mismo día del envío postal). Respecto a los servicios internacionales prestados se destacan el "Sedex Mundi" (servicio de envío expreso internacional con plazo de entrega garantizado para más de 200 países), el "Exporta Fácil" y el "Importa Fácil" (se ofrece facilidades a científicos, empresas y personas físicas que deseen exportar o importar productos de bajo peso y valor).

I.4. Organización política y administrativa de Brasil

La República Federal de Brasil comprende la Unión, 26 Estados y el Distrito Federal, además de aproximadamente 5.560 Municipios. Los poderes de la Unión se dividen en Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

El Poder Ejecutivo es ejercido por el Presidente de la República, auxiliado por los Ministros de Estado, y por los Gobernadores de Estado y Alcaldes ("Prefeitos"), con sus respectivos Secretariados.

Los Ministerios de Estado son los siguientes:

- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento (www.agricultura.gov.br)
- Ministerio de las Ciudades (www.cidades.gov.br)
- Ministerio de Ciencia y Tecnología (www.mct.gov.br)
- Ministerio de las Comunicaciones (www.mc.gov.br)
- Ministerio de Cultura (www.cultura.gov.br)
- Ministerio de Defensa (www.defesa.gov.br)
- Ministerio de Desarrollo Agrario (www.mda.gov.br)
- Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior (www.desenvolvimento.gov.br)
- Ministerio de Desarrollo Social y Combate al Hambre (www.desenvolvimentosocial.gov.br)
- Ministerio de Educación (www.mec.gov.br)
- Ministerio de Deporte (www.esporte.gov.br)
- Ministerio de Hacienda (www.fazenda.gov.br)
- Ministerio de la Integración Nacional (www.integracao.gov.br)

- Ministerio de Justicia (www.justica.gov.br)
- Ministerio del Medio Ambiente (www.mma.gov.br)
- Ministerio de Minas y Energía (www.mme.gov.br)
- Ministerio de Planificación, Presupuesto y Gestión (www.planejamento.gov.br)
- Ministerio de Seguridad Social (www.mpas.gov.br)
- Ministerio de Relaciones Exteriores (www.mre.gov.br)
- Ministerio de Salud (www.saude.gov.br)
- Ministerio del Trabajo y Empleo (www.mte.gov.br)
- Ministerio de los Transportes (www.transportes.gov.br)
- Ministerio de Turismo (www.turismo.gov.br)

El Poder Legislativo es ejercido por los senadores, diputados federales, diputados de los Estados y concejales elegidos por voto directo. Tiene por función principal elaborar las leyes en las esferas municipal (por medio de las Cámaras de Concejales), de los Estados (por medio de las Asambleas Legislativas) y federal (por medio del Congreso Nacional, el cual está integrado por la Cámara de los Diputados y por el Senado Federal).

El Poder Judicial es ejercido por el Supremo Tribunal Federal (STF), que vela por el cumplimiento de la Constitución del país, por el Superior Tribunal de Justicia (STJ), por los Tribunales Regionales Federales, por el Tribunal Superior del Trabajo (TST), por el Tribunal Superior Electoral (TSE) y por los Tribunales Militares, así como sus contrapartes a nivel de los estados de la federación: Tribunales de Justicia (TJ´s), Tribunales Regionales Electorales (TRE´s) y Tribunales Regionales del Trabajo (TRT´s).

I.5. Política externa y organizaciones internacionales

Marcada por relaciones económicas y comerciales bastante diversificadas en términos de países y regiones del mundo, la política externa brasileña se caracteriza por el multilateralismo y por la búsqueda de la integración y cooperación con diversos países. Brasil ha puesto gran énfasis en las negociaciones comerciales en el ámbito de la Organización Mundial del Comercio - OMC, donde ha desempeñado un importante papel de liderazgo entre los países en desarrollo, especialmente en el llamado grupo G-20. El país también ha hecho esfuerzos en los asuntos regionales y bilaterales, buscando establecer alianzas y acuerdos económicos y comerciales con diversos países y regiones del mundo, destacándose la América del Sur, además de África, Oriente Medio, China, India, Sudáfrica y también la Unión Europea.

Según la posición multilateralista asumida y la búsqueda de mayor justicia social global, Brasil ha tenido una posición actuante frente a los diversos organismos internacionales en 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).

Brasil es miembro fundador del FMI, poseyendo el 1,47% del poder de voto del organismo, mientras posee el 11,07% del capital ordinario y del poder de voto del BID, donde es uno de los mayores tomadores de recursos. Por otra parte, Brasil posee alrededor del 1,67% del capital del BIRD.

II. PANORAMA DE LA ECONOMÍA BRASILEÑA

La política económica adoptada en los últimos años se ha concentrado en tres objetivos fundamentales: el control de la inflación, el equilibrio en las cuentas externas y el fomento del desarrollo económico. Después de ser afectado por sucesivas crisis internacionales – México (1995), Asia (1997) y Rusia (1998) – Brasil enfrentó una serie de ajustes para preservar la estabilidad económica alcanzada en los años anteriores.

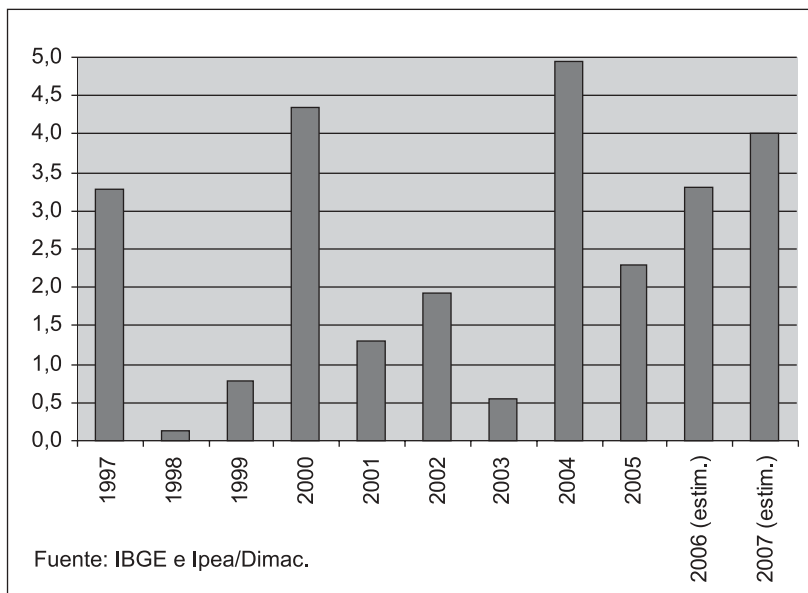
Entre tales ajustes se destacan la libre flotación cambiaria, la adopción del sistema de metas de inflación - el Banco Central fija y divulga un intervalo para la variación del índice de inflación anual, de forma a coordinar las expectativas inflacionarias de los agentes económicos y crear un “ancla” para los precios - y los esfuerzos de ajuste fiscal, con base en la generación de un expresivo superávit en las cuentas primarias del gobierno (que excluyen los pagos de intereses de la deuda pública). La aprobación de la Ley de Responsabilidad Fiscal, que establece límites para los gastos públicos en todos los niveles de gobierno, y de algunas importantes reformas estructurales, como la reforma de los regímenes de previdencia de los funcionarios públicos y privados, reforzaron el ajuste fiscal.

Los indicadores coyunturales recientes destacan el éxito de la política económica adoptada, con crecimiento del PIB, baja continua de las tasas de inflación y menor vulnerabilidad a crisis externas. Entre 2003 y 2005, el PIB creció en promedio 2,6% al año y las tasas de empleo y de rendimiento medio del trabajo aumentaron significativamente. El gobierno ha adoptado medidas que contribuyen para la recuperación de la demanda doméstica, mediante el estímulo al crédito y la reducción temporaria de alícuotas de impuestos. En cuanto a los precios, los esfuerzos de control de la inflación generan resultados significativos, permitiendo una gradual distensión de la política monetaria, mientras la política de responsabilidad fiscal ha rebajado el déficit nominal del sector público y también la deuda pública. Por otra parte, en los últimos años, el país ha logrado una situación sólida en las cuentas externas, a través de elevados superávits comerciales y en cuenta corriente.

II.1. Producción

El PIB brasileño alcanzó R\$ 1,938 billón en 2005, cifra equivalente a US\$ 828 mil millones. Los números son todavía mejores cuando medidos en términos de paridad de poder de compra, a la vez que el PIB llega a más de US\$ 1,5 billón, uno de los mayores del mundo. El PIB brasileño, aunque ha sufrido una desaceleración en 2005, cuando creció solamente 2,3% (contra 4,9% en 2004), presenta una línea de crecimiento alrededor del 3,3% en 2006, acelerándose para el 4% al año en 2007 (**Gráfico II. 1**).

Gráfico II.1
Crecimiento anual del PIB - 1997-2007



Por la óptica de la oferta, las actividades relacionadas con el sector de servicios tienen la mayor participación en el PIB, alrededor del 51% estimados para 2006, seguido de la industria, con 35,7%. La participación del sector agropecuario disminuyó en los últimos años, estimando alcanzar el 7,4% en 2006 (**Tabla II.1**). Esta pérdida de dinamismo del nivel de actividad del sector agropecuario se debe a la baja de los precios internacionales de algunos productos importantes en la pauta de exportación brasileña, como la soya, y a los efectos negativos de la apreciación cambiaria.

Por la óptica de la demanda, el consumo privado y las inversiones son los ítems de mayor participación en el PIB, respondiendo por el 56,4% y el 20,5% del PIB en 2006, respectivamente. En lo que se refiere al consumo privado, su expansión es derivada del crecimiento de la ocupación y del aumento del nivel de ingreso, sea por medio del mercado de trabajo o por medio de rendimientos no-laborales, como las transferencias de ingresos costeadas por el gobierno. La inversión sigue respondiendo positivamente a la reducción de las tasas de interés y a la reducción de los precios de los bienes de capital importados.

Las exportaciones e importaciones siguen reduciendo la participación en el PIB, por cuenta de la apreciación cambiaria y también por un crecimiento más débil de las primeras, especialmente en el 2006. El consumo del gobierno también ha reducido la participación para 18,1% del PIB en 2006.

Tabla II.1
Crecimiento y composición del PIB (óptica de la oferta y óptica de la demanda) – 2004-2006

| | Crecimiento (%) | | | Participación en el PIB (%) | | |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------------|--------------|-------------------|
| | 2004 ^a | 2005 ^a | 2006 ^b | 2004 | 2005 | 2006 ^c |
| PIB | 4,9 | 2,3 | 3,3 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Producción | | | | | | |
| Agropecuaria | 5,3 | 0,8 | 2,3 | 9,0 | 7,5 | 7,4 |
| Industria | 6,2 | 2,5 | 4,2 | 34,9 | 35,6 | 35,7 |
| Industria General ^d | 8,3 | 3,1 | 3,5 | - | - | - |
| Servicios | 3,3 | 2,0 | 2,4 | 49,8 | 50,9 | 50,8 |
| Comercio | 7,9 | 3,3 | 3,7 | 7,0 | 6,8 | 6,5 |
| Transporte | 4,9 | 3,2 | 3,0 | 2,0 | 1,8 | 1,9 |
| Otros | 2,3 | 1,7 | 2,1 | 40,8 | 42,3 | 42,4 |
| Demanda | | | | | | |
| Consumo Total | 3,0 | 2,7 | 3,6 | 74,0 | 75,0 | 74,5 |
| Privado | 4,1 | 3,1 | 4,3 | 55,2 | 55,5 | 56,4 |
| Gobierno | 0,1 | 1,6 | 1,8 | 18,8 | 19,5 | 18,1 |
| Formación Bruta de Capital Fijo | 10,9 | 1,6 | 6,0 | 19,6 | 19,9 | 20,5 |
| Exportaciones ^e | 18,0 | 11,6 | 4,5 | 18,0 | 16,8 | 15,5 |
| Importaciones ^e | 14,3 | 9,5 | 14,0 | -13,4 | -12,4 | -12,2 |

Fuente: IBGE e IPEA

Notas: ^a Observado

^b Proyectado por el IPEA

^c Primer semestre del año

^d PIM-PF

^e Bienes y servicios (exclusive servicios de factores productivos)

II.2. Empleo e ingresos

La situación del mercado de trabajo en Brasil ha mejorado considerablemente en los últimos años. La tasa de desempleo se ha reducido efectivamente (**Gráfico II. 2**) hasta el 10,2% en 2006, reflejo del aumento del número de vacantes para los trabajadores formales, que se ha mantenido por arriba de la variación de los empleos para los trabajadores informales y autónomos.

Paralelamente, la renta del trabajador muestra progreso en los últimos años, pasando de un promedio de R\$ 990,00 al mes a mediados de 2004 para cerca de R\$ 1.047,00 hasta julio de 2006. Los buenos resultados de los rendimientos del trabajo se deben al aumento del salario mínimo y a los aumentos reales de salario registrados en el sector industrial, así como al aumento de las remuneraciones de los funcionarios públicos (**Gráfico II. 3**).

Gráfico II.2
Tasa de Desempleo Abierto (al mes)

(%)

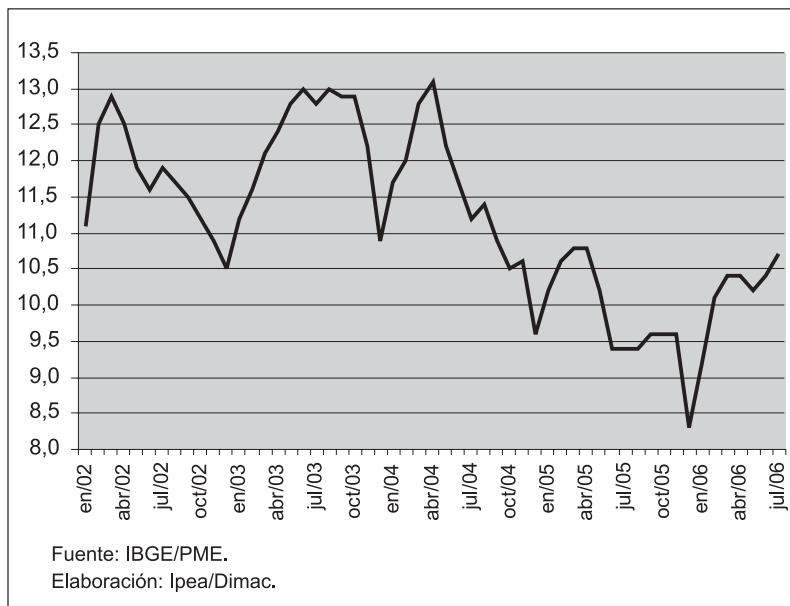
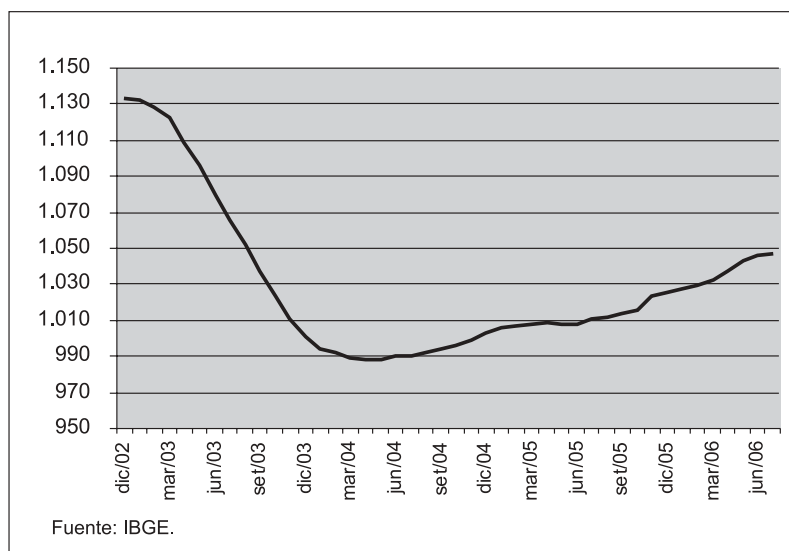


Gráfico II.3
Rendimiento promedio real del trabajo – Promedio móvil de 12 meses
(en R\$)



II.3. Precios

El régimen de metas inflacionarias y los esfuerzos de control de la inflación han sido extremadamente exitosos, especialmente cuando se consideran los choques sufridos por la economía brasileña en los últimos años, como la fuerte depreciación cambiaria del 2002 y el aumento de los precios de las materias-primas en 2003-2004. Se verifica que la inflación medida por el IPCA (Índice de Precios al Consumidor Amplio) cayó del 12,5% en 2002 para el 3% en 2006, lo que representa más de un punto porcentual por debajo de la meta establecida para el año, de 4,5% (**Gráfico II. 4**).

Siguiendo la misma tendencia del IPCA, los demás índices de precios agregados de la economía también acompañaron la reducción de la inflación, registrando valores relativamente bajos en los tres primeros trimestres del 2006, en relación a los años anteriores (**Tabla II. 2**). En 2007, se espera que la inflación sea un poco más alta y que los principales índices se ubiquen en torno al 4%. La meta de inflación establecida para el 2007 es también del 4,5%, la cual se debe nuevamente alcanzar con holgura.

Gráfico II.4
Evolución anual de la inflación medida por el IPCA – 1997-2006 (%)

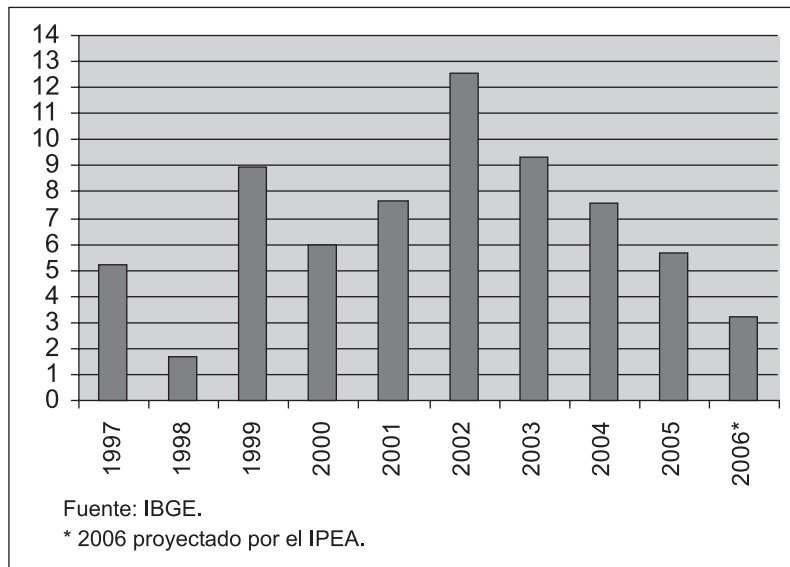


Tabla II.2
Evolución reciente de los principales índices de precios de Brasil

| Ano | IPC (FIPE) | IPCA | IGP-DI | INCC | IPA-DI | IPC (FGV) |
|--------------|------------|------|--------|-------|--------|-----------|
| 2004 | 6,56 | 7,60 | 12,13 | 11,04 | 14,68 | 6,27 |
| 2005 | 4,53 | 5,69 | 1,23 | 6,83 | -0,96 | 4,93 |
| Enero-set/06 | 0,68 | 2,00 | 2,11 | 4,20 | 2,24 | 1,04 |

Fuente: IBGE e IPEADATA.

Obs.: IPC = Índice de Precios al Consumidor.

IPCA = Índice de Precios al Consumidor Amplio.

IGP-DI = Índice General de Precios - Disponibilidad Interna.

INCC = Índice Nacional de la Construcción Civil.

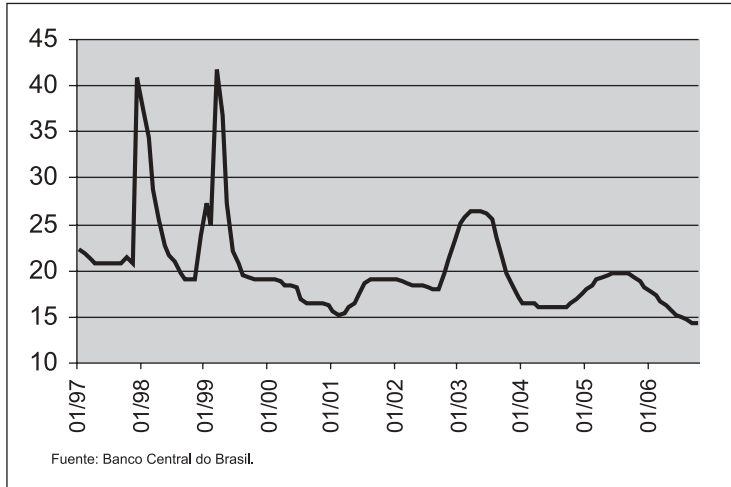
IPA-DI = Índice de Precios Agregado - Disponibilidad Interna.

II.4. Política monetaria

Desde mediados del 2005, el Banco Central de Brasil ha puesto en práctica una política de reducción gradual de la tasa de interés básica de la economía (tasa Selic), respondiendo a la firme tendencia de reducción de la variación del IPCA. En las últimas reuniones del Comité de Política Monetaria (Copom), que son realizadas en intervalos de poco menos de un mes, se determinaron cortes sucesivos de la tasa básica, normalmente del 0,5 punto porcentual a cada reunión (**Gráfico 5**), en consonancia con la evolución de la inflación, medida por el IPCA (índice oficial), que al cierre del 2006, debe ser una tasa inferior a la meta establecida por el Ministerio de Hacienda. En septiembre del 2006, la tasa Selic (anual) era del 14,25%.

Esta información evidencia el éxito del régimen de metas de inflación adoptado por el país desde 1999. En los últimos años, el comportamiento de los agentes económicos se ha ajustado bien a las decisiones del Copom, observándose un mayor grado de convergencia entre el proceso de formación de las expectativas del mercado y las decisiones de política monetaria. Actualmente, se esperan nuevas reducciones de la tasa de interés básica a lo largo del 2007.

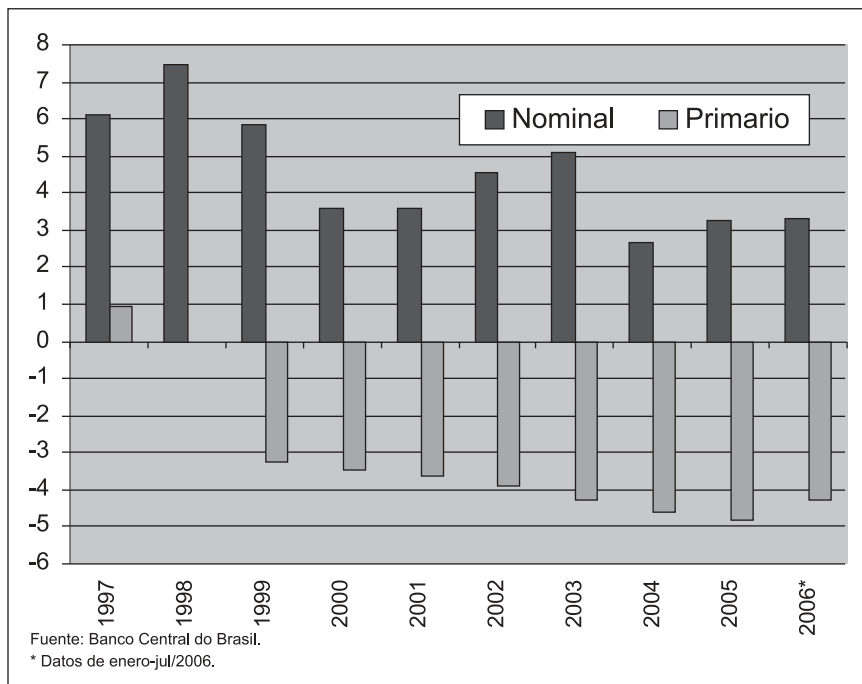
Gráfico II.5
Tasa de interés básica (Selic) – 1997-2006
 (% anual)



II.5. Cuentas públicas

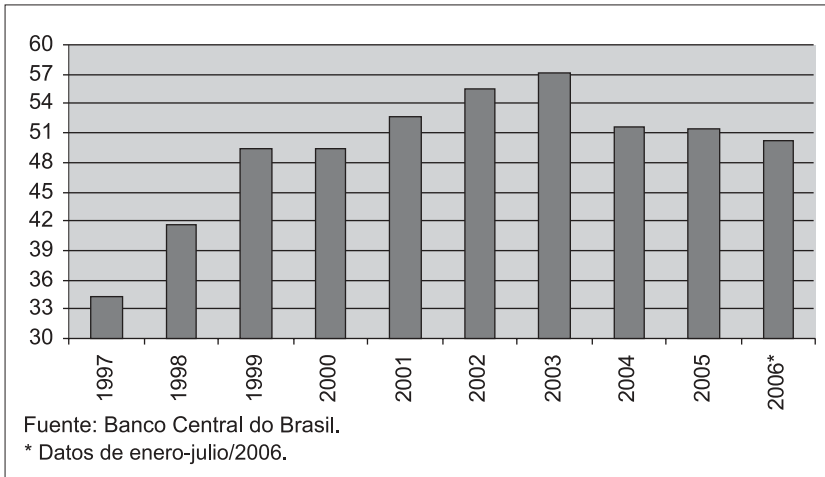
Brasil ha tenido éxito en su esfuerzo de ajuste de las cuentas públicas, de modo que, en el período 2004-2006, el déficit nominal consolidado del sector público (englobando los gobiernos federal, estatales, municipales y las empresas estatales) se ha mantenido alrededor del 3% del PIB, después de haber alcanzado más del 7% a fines de los años 90. El resultado primario (que excluye los pagos de intereses de la deuda pública) aumentó a lo largo de los años observados, pasando del 3,9% del PIB en el 2002 para más del 5% en el 2005, reduciéndose al 4,3% en el 2006 (**Gráfico II. 6**).

Gráfico II.6
Necesidad de Financiamiento del Sector Público de Brasil – 1997-2006
 (% del PIB)



El desempeño fiscal ha resultado en reducciones sucesivas de la deuda neta del sector público en los últimos años, revertiendo una tendencia de aumento que se ha verificado entre 1997 y 2003. El tamaño de la deuda como proporción del PIB, que era del 57,2% en el 2003, bajó hasta el 50,3% en el 2006 (**Gráfico II. 7**). Se debe destacar que esta caída no resulta solamente del aumento del superávit primario, sino también a causa de la valorización cambiaria (que disminuyó la corrección monetaria de la deuda), al crecimiento del PIB y a la constante reducción de la tasa Selic, que es utilizada como "indexador" de una gran parte de la deuda pública.

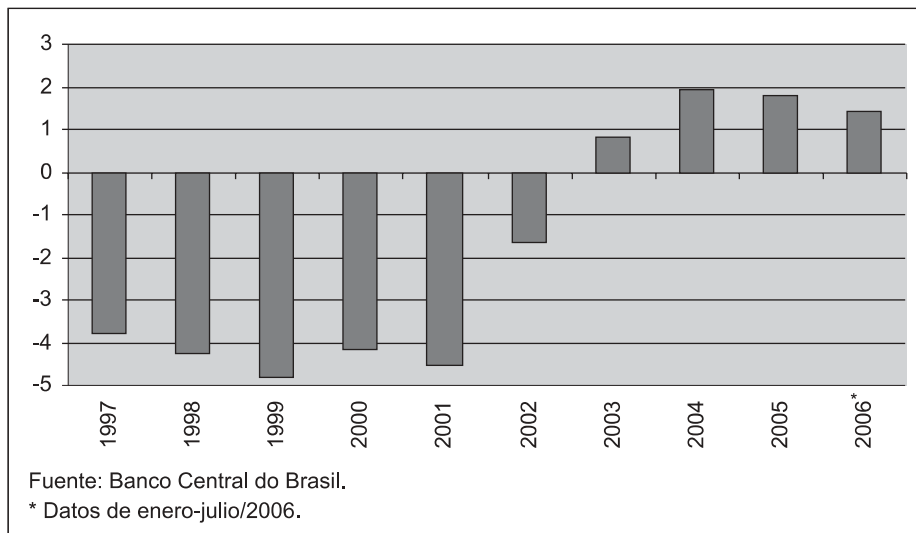
Gráfico II.7
Deuda Neta del Sector Público – 1997-2006
 (% del PIB)



II.6. Cuentas externas

La principal transformación ocurrida en la economía brasileña en los últimos años tiene que ver con la situación de las cuentas externas. El país después de experimentar un cuadro de crisis en su balanza de pagos a lo largo de los años 1997 a 2002 - debido a la existencia de un elevado déficit en transacciones corrientes y a un contexto internacional marcado por una sucesión de crisis en diversos países - mostró un escenario de abundancia de dólares, resultante de un crecimiento espectacular de las exportaciones (22,5% al año en el cuatrienio 2003-2006), que permitió la generación de importantes superávits comerciales (US\$ 45 mil millones en el 2006). Esto resultó en la reversión del saldo en transacciones corrientes, que hoy acumula resultados positivos superiores al 1% del PIB, contrastando con los déficit de más del 4% hacia el final del milenio (**Gráfico II. 8**).

Gráfico II.8
Evolución del saldo en cuenta corriente – 1997-2006
 (% del PIB)



La devaluación cambiaria iniciada en 1999, con la adopción del régimen de cambio fluctuante, y el crecimiento espectacular del comercio mundial se conjugaron con una serie de transformaciones ocurridas en la estructura productiva brasileña en los últimos 10 a 15 años, generando cuadro propicio al “boom” de las exportaciones. El resultado ha sido un superávit comercial suficientemente elevado para compensar el déficit de la cuenta de servicios, cuyo resultado es históricamente negativo en Brasil, principalmente a causa de los pagos de intereses de la deuda externa y de las remesas de utilidades de empresas extranjeras que operan en el país. En el 2006, el déficit de servicios se aproximó a los US\$ 40 mil millones.

En este cuadro, el desempeño de la cuenta de capital no ha sido tan importante en el equilibrio de la balanza de pagos. En realidad, afirmar que el país puede registrar un déficit en los flujos de capital en 2004 y 2005, causado por la amortización anticipada de débitos del gobierno brasileño con instituciones internacionales, como el FMI y el Club de París, no quiere decir que el país esté atrayendo pocos recursos externos. El gobierno y las empresas continúan emitiendo un volumen significativo de bonos y otros papeles en el mercado internacional a costos decrecientes, acompañando la evolución favorable del riesgo-Brasil (que a fines del 2006 estaba un poco arriba de los 200 puntos-base). Al mismo tiempo, el país continúa recibiendo un volumen significativo de inversiones extranjeras directas, cuyos ingresos sumaron US\$ 15 mil millones en el 2005 y alrededor de US\$ 16 mil millones en el 2006.

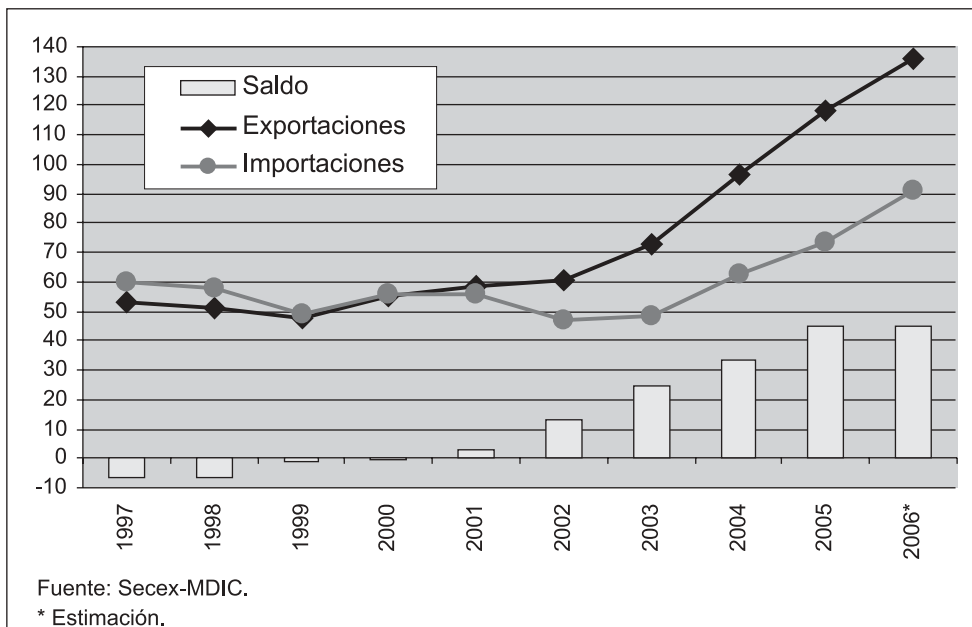
Un hecho notable es el aumento del volumen de inversiones brasileñas en el exterior, que en el 2006 superaron la marca de los US\$ 20 mil millones. De hecho, la internacionalización de la economía brasileña se procesa cada vez más en los dos sentidos, con diversas empresas brasileñas adoptando una estrategia de penetración directa en los mercados

externos, sea por el establecimiento de nuevas plantas, sea por la compra de empresas ya existentes. En realidad, las empresas brasileñas están siguiendo una tendencia que se observa ya hace algún tiempo en otros países emergentes. La valorización del tipo de cambio ha facilitado esta tarea, tornando más barata la adquisición de moneda extranjera para la realización de tales inversiones.

II.7. Intercambio comercial

Los flujos de exportación e importación brasileños han registrado record sucesivos en los últimos años, con fuerte crecimiento tanto de las exportaciones cuanto de las importaciones. En el 2006, se espera que las exportaciones lleguen alrededor de US\$ 136 mil millones y las importaciones a US\$ 91 mil millones, resultando en un saldo positivo en torno de US\$ 45 mil millones (**Gráfico II. 9**). El comercio total brasileño llegará, por lo tanto, a más de US\$ 225 mil millones, lo que representa una expansión bastante significativa en relación al escenario de cuatro años atrás, cuando sumó US\$ 107,6 mil millones.

Gráfico II.9
Evolución del comercio exterior brasileño – 1997-2006
 (US\$ mil millones)



La mayor parte de la pauta exportadora brasileña está compuesta por productos manufacturados, que han respondido en los últimos años por cerca de 55% del total, y que engloban desde productos agroindustriales, como aceite de soya, azúcar refinado y alcohol, hasta bienes más elaborados y de alto contenido tecnológico, como automóviles, aviones y teléfonos celulares. Otros 30% de la pauta se refieren a los productos básicos, donde se incluyen diversos ítems de la agropecuaria, como soya, café, algodón y carnes, y también productos de origen mineral, como mineral de hierro y petróleo. Los productos semimanufacturados responden por cerca del 14% de la pauta, destacándose azúcar, celulosa, aluminio y productos siderúrgicos (**Tabla II. 3**).

Analizándose el ritmo de crecimiento de las exportaciones en los últimos años, se observa que todas las clases de productos han registrado óptimo desempeño, siendo que en el período enero-septiembre del 2006 se registró la mayor tasa de crecimiento de los semimanufacturados en relación al mismo período del año anterior (19,2%). En el 2005, el mayor crecimiento se verificó en los manufacturados (23%) y en el 2004 en los básicos (34,7%).

Tabla II.3
Exportaciones por clase de productos

| | Básicos | Semimanufacturadas | Manufacturas |
|---|---------|--------------------|--------------|
| Valor (US\$ Millones) | | | |
| 2004 | 28.518 | 13.429 | 52.949 |
| 2005 | 34.721 | 15.961 | 65.144 |
| Enero-sept. 2006 | 29.955 | 13.959 | 54.502 |
| Participación (%)* | | | |
| 2004/2003 | 29,6 | 13,9 | 54,9 |
| 2005/2004 | 29,3 | 13,5 | 55,1 |
| Ene.-sept. 2006/2005 | 29,8 | 13,9 | 54,3 |
| Crecimiento respecto al período anterior (%) | | | |
| 2004/2003 | 34,7 | 22,7 | 33,5 |
| 2005/2004 | 21,8 | 18,9 | 23,0 |
| Ene.-sept. 2006/2005 | 16,3 | 19,2 | 14,8 |

* No suma 100% por el no especificado de las Operaciones Especiales.

Fuente: Secex-MDIC.

Respecto a la pauta de importaciones de Brasil, hay un fuerte predominio de materias-primas y bienes intermedios, lo que representa alrededor del 60% del total importado. En el 2005, los insumos importados representaron alrededor del 7% del valor total de la producción de la industria brasileña. Esto significa que el coeficiente es el doble del registrado en inicio de los años 90 y que ha aumentado de forma gradual en los últimos años (**Tabla II. 4**).

Los combustibles son el segundo ítem más importante de la pauta, con participación del 17,1% en el período enero-septiembre del 2006, fuertemente influenciada por el

aumento de los precios internacionales del petróleo. Los bienes de capital, a su vez, representan el 13,5% de las importaciones del país, al paso que los bienes de consumo representan menos del 10% de la pauta - siendo el 6,4% relativos a los bienes de consumo no durables y apenas el 3,4% a los bienes durables.

Sin embargo, los bienes durables registran el crecimiento más expresivo del valor importado en los años recientes, siendo que en el período enero-septiembre del 2006 la subida fue del 86,4% en comparación al mismo período del 2005. Así mismo, actualmente, el país aún importa, menos bienes durables que en 1995 - el montante actual se aproxima de los US\$ 3 mil millones en 12 meses, contra los US\$ 5 mil millones alcanzados en aquel año. Lo mismo pasa con los bienes de capital y los bienes de consumo no durables. Las compras actuales de bienes de capital llegan a casi US\$ 12 mil millones/año, pero ya alcanzaron más de US\$ 13 mil millones en 1998. Los bienes durables participan con cerca de US\$ 5,5 mil millones de las importaciones actuales, todavía el valor es inferior a los US\$ 6,2 mil millones registrados en 1998.

Sin duda, aunque los bienes de consumo y de capital han sido los más afectados por la desvalorización cambiaria iniciada en 1999, las importaciones hoy se encuentran en franca recuperación. Cuando se considera el PIB brasileño, que es hoy 21% mayor que en 1998 y dado el escenario actualmente bastante favorable a la importación - con crecimiento de la demanda doméstica, cambio valorizado y gran superávit en la balanza comercial -, cabe esperar que las importaciones tiendan a crecer a un ritmo relativamente elevado en los próximos años, especialmente en este tipo de bienes.

Tabla II.4
Importaciones por categoría de uso económico

| | Bienes de capital | Materias primas y bienes intermedios | Bienes de consumo durable | Bienes de consumo no durable | Combustibles |
|---|-------------------|--------------------------------------|---------------------------|------------------------------|--------------|
| Valor (US\$ Millones) | | | | | |
| 2004 | 7.688 | 39.876 | 1.305 | 3.946 | 9.967 |
| 2005 | 9.912 | 45.328 | 1.805 | 4.721 | 11.785 |
| Enero-sept./2006 | 8.988 | 39.786 | 2.282 | 4.292 | 11.382 |
| Participación (%) | | | | | |
| 2004/2003 | 12,2 | 63,5 | 2,1 | 6,3 | 15,9 |
| 2005/2004 | 13,5 | 61,6 | 2,5 | 6,4 | 16,0 |
| En.-sept. 2006/2005 | 13,5 | 59,6 | 3,4 | 6,4 | 17,1 |
| Crecimiento respecto al período anterior (%) | | | | | |
| 2004/2003 | 7,5 | 32,2 | 23,0 | 15,1 | 54,3 |
| 2005/2004 | 28,9 | 13,7 | 38,3 | 19,6 | 18,2 |
| En.-sept. 2006/2005 | 24,2 | 18,2 | 86,4 | 27,5 | 32,1 |

Fuente: Funcex.

- **Países y bloques económicos**

La pauta de exportaciones brasileña es bastante diversificada en términos de mercados de destino. Aún cuando los países del Nafta y de la Unión Europea responden juntos por más del 45% del total de las ventas, su participación ha caído en los últimos años, en beneficio principalmente de los países de América del Sur, cuya participación ya alcanzaba 19,1% en el periodo enero-septiembre del 2006, o sea dos puntos porcentuales arriba de la participación que tenían en el 2004 (**Tabla II. 5**). Los países de Asia también tienen un peso importante en la pauta, de poco más del 15% en el 2006, siendo significativas también las participaciones de América Central y del Caribe (6,1%), de África (5,4%), de los demás países de Europa (4,6%) y del Oriente Medio (3,8%).

En los últimos años las tasas de crecimiento de las exportaciones han sido bien elevadas en el caso de las ventas dirigidas hacia América del Sur, Asia, África, América Central y Caribe. En cambio las ventas para los países del Nafta y de la Unión Europea han tenido un desempeño más modesto. De hecho, Brasil, que siempre se caracterizó por ser un *global trader*, ha venido diversificando aún más sus ventas en los años recientes, con crecimiento mucho más acelerado de las ventas para mercados no-tradicionales.

Tabla II.5
Exportaciones brasileñas por bloques económicos

| | Valor (US\$ Millones) | | | Participación (%) | | | Crecimiento (%) | | |
|------------------------|-----------------------|--------|----------------|-------------------|------|----------------|-----------------|------|-----------------|
| | 2004 | 2005 | en-sep 2006 | 2004 | 2005 | en-sep 2006 | 2004 | 2005 | en-sep 2006* |
| Nafta | 25.488 | 28.749 | 23.523 | 26,4 | 24,3 | 23,4 | 23,6 | 12,8 | 11,5 |
| Unión Europea | 24.160 | 26.493 | 22.066 | 25,0 | 22,4 | 21,9 | 30,9 | 9,7 | 11,0 |
| América del Sur | 15.628 | 21.024 | 19.244 | 16,2 | 17,8 | 19,1 | 54,4 | 34,5 | 25,4 |
| Asia | 14.564 | 18.552 | 15.487 | 15,1 | 15,7 | 15,4 | 24,7 | 27,4 | 15,9 |
| A. Central y el Caribe | 4.576 | 7.187 | 6.098 | 4,7 | 6,1 | 6,1 | 42,7 | 57,1 | 19,5 |
| África | 4.245 | 5.977 | 5.432 | 4,4 | 5,1 | 5,4 | 48,4 | 40,8 | 23,7 |
| Resto de Europa | 3.694 | 5.509 | 4.585 | 3,8 | 4,7 | 4,6 | 22,0 | 49,1 | 10,3 |
| Medio Oriente | 3.687 | 4.286 | 3.824 | 3,8 | 3,6 | 3,8 | 31,4 | 16,2 | 21,1 |
| Oceanía | 434 | 530 | 452 | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 24,3 | 22,2 | 16,8 |

*Comparativo a ene-sept/2005

Fuente: Secex-MDIC.

Fenómeno semejante se verifica en la pauta de importaciones del país, que también es bastante diversificada en términos de mercados de origen y viene pasando por un proceso de cambio estructural significativo en los últimos años (**Tabla II. 6**). Lo notable es que los países de Asia se volvieron los principales proveedores de Brasil, superando los dos bloques más tradicionales, Nafta y Unión Europea. Los asiáticos respondieron por el 24,8% de las importaciones totales en el periodo enero-septiembre del 2006, con ganancias de más de cinco puntos porcentuales en relación a la participación registrada en el 2004. En cambio la participación de la Unión Europea se disminuyó en 3 puntos porcentuales en el mismo periodo, y el Nafta en casi 2 puntos

porcentuales. Los países de América del Sur también aumentaron su participación en el 2006, llegando al 16% del total. Los demás bloques han mantenido una participación estable o ligeramente decreciente.

Tabla II.6
Importaciones brasileñas por bloques económicos

| | Valor (US\$ Millones) | | | Participación (%) | | | Crecimiento (%) | | |
|------------------------|-----------------------|--------|----------------|-------------------|------|----------------|-----------------|-------|-----------------|
| | 2004 | 2005 | en-sep 2006 | 2004 | 2005 | en-sep 2006 | 2004 | 2005 | en-sep 2006* |
| Asia | 12.278 | 16.870 | 16.548 | 19,6 | 22,9 | 24,8 | 37,6 | 37,4 | 34,4 |
| Unión Europea | 15.923 | 18.146 | 14.963 | 25,4 | 24,7 | 22,4 | 22,1 | 14,0 | 9,3 |
| NAFTA | 13.081 | 14.714 | 12.634 | 20,8 | 20,0 | 18,9 | 18,8 | 12,5 | 15,9 |
| América del Sur | 9.273 | 10.685 | 10.692 | 14,8 | 14,5 | 16,0 | 21,5 | 15,2 | 38,3 |
| África | 6.172 | 6.667 | 6.268 | 9,8 | 9,1 | 9,4 | 89,7 | 8,0 | 27,5 |
| Medio Oriente | 2.304 | 2.510 | 2.295 | 3,7 | 3,4 | 3,4 | 42,3 | 8,9 | 29,4 |
| Resto de Europa | 2.599 | 2.595 | 2.171 | 4,1 | 3,5 | 3,3 | 27,8 | (0,1) | 20,0 |
| A. Central y el Caribe | 750 | 701 | 596 | 1,2 | 1,0 | 0,9 | 37,0 | 15,3 | 38,5 |
| Oceanía | 402 | 662 | 569 | 0,6 | 0,9 | 0,9 | 27,2 | 64,7 | 25,3 |

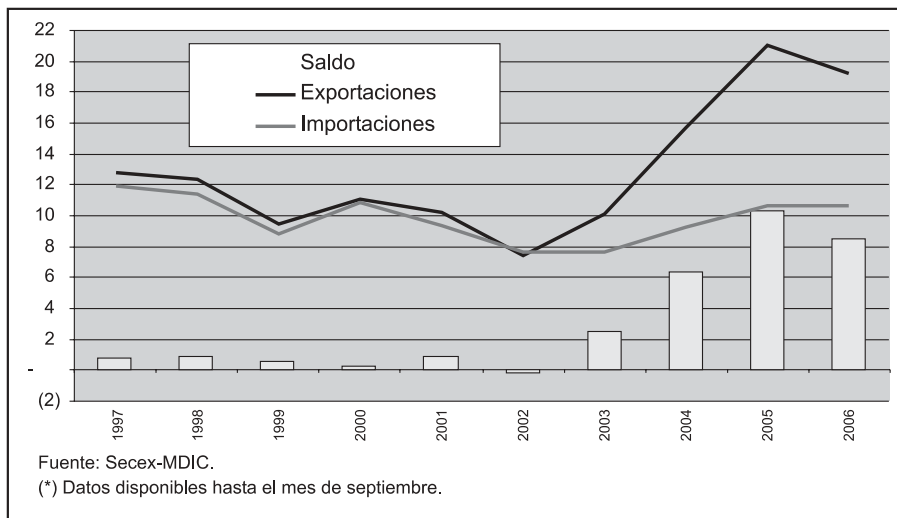
*Comparativo a ene-sept/2005

Fuente: Elaborado por la Funcex. Datos de la Secex.

- **América del Sur**

El intercambio comercial entre Brasil y sus vecinos de América del Sur, aunque se ha intensificado en los últimos años, aún presenta asimetrías: las exportaciones brasileñas a estos países han aumentado a una tasa promedio del 41,2% al año en el trienio 2003-2005 mientras las importaciones provenientes de estos países se expandieron a una tasa más baja, del 11,9% al año. Lo que resultó en un creciente superávit comercial de Brasil, que en el 2005 superó los US\$ 10 mil millones. Estos números contrastan con los de 1997 al 2002, cuando los flujos comerciales eran razonablemente equilibrados (**Gráfico II. 10**). Se nota también que las exportaciones brasileñas a los vecinos son hoy superiores a US\$ 20 mil millones/año, casi el doble de los valores registrados a fines de los años 90. Por otro lado las importaciones son de poco más de US\$ 10 mil millones, nivel semejante al del final de la década de 1990.

Gráfico II.10
Intercambio comercial de Brasil con América del Sur
 (US\$ Mil Millones)



Las exportaciones brasileñas a América del Sur se concentran fundamentalmente en productos manufacturados, destacándose los automóviles de pasajeros. Incluso participan de la pauta una gran cantidad de productos tales como aparatos transmisores y receptores (básicamente teléfonos celulares), vehículos de carga, partes y piezas para vehículos, tractores, petróleo, polímeros y laminados de hierro y acero. Sumados, estos productos representan 1/3 de todo lo que el país vende a sus vecinos sudamericanos.

Se destaca también la gran participación de América del Sur en el total de las exportaciones brasileñas de diversos productos (**Tabla II. 7**). En el caso de los automóviles, más del 40% se destinan a los países de la región, mientras en el caso de los teléfonos móviles el porcentual llegue a casi 50% y de los vehículos de carga a 56,9%. La región también adquiere papel predominante en las ventas brasileñas de tractores (52,2%), polímeros (61%), máquinas y aparatos para uso agrícola (71,2%) y ómnibus (77,9%), entre otros productos.

Tabla II.7
Exportaciones brasileñas (totales y con destino a América del Sur) por principales productos

| Descripción | Promedio 2004-2005 (US\$ Millones) | | Part. % |
|--|------------------------------------|--------------|------------|
| | América del Sur | Total Brasil | A. del Sur |
| Vehículos automóviles para pasajeros | 1.650 | 3.873 | 42,6 |
| Aparatos emisores o receptores y sus componentes | 1.021 | 2.053 | 49,8 |
| Vehículos de carga | 798 | 1.402 | 56,9 |
| Partes y accesorios para vehículos automóviles y tractores | 656 | 2.212 | 29,7 |
| Tractores | 555 | 1.063 | 52,2 |
| Aceites crudos de petróleo | 518 | 3.346 | 15,5 |
| Polímeros de etileno, propileno y estireno | 517 | 847 | 61,0 |
| Productos laminados planos de hierro o acero | 504 | 2.195 | 23,0 |
| Chasis con motor y carrocerías para vehículos automóviles | 343 | 765 | 44,8 |
| Neumáticos | 338 | 760 | 44,5 |
| Máquinas y aparatos para uso agrícola (excepto tractores) | 327 | 459 | 71,2 |
| Motores para vehículos automóviles; sus partes y accesorios | 310 | 2.142 | 14,5 |
| Calzados, sus partes y componentes | 256 | 1.939 | 13,2 |
| Papel y cartón para escribir, imprimir u otros fines gráficos | 256 | 641 | 39,9 |
| Minerales de hierro y sus concentrados | 247 | 6.028 | 4,1 |
| Máquinas para nivelación, compactación, perforación, etc. | 239 | 1.070 | 22,3 |
| Ómnibus y vehículos para el transporte de = > 10 personas | 227 | 291 | 77,9 |
| Máquinas automáticas p/ el procesamiento de datos y sus unidades | 207 | 283 | 73,1 |
| Carne bovina congelada, fresca o refrigerada | 195 | 2.191 | 8,9 |
| Demás productos | 9.161 | 73.829 | 12,4 |

Fuente: Elaborado por Funcex. Datos básicos de Secex-MDIC.

La pauta de importaciones brasileñas provenientes de los países de América del Sur, por otra parte, muestra una participación importante de productos de menor grado de elaboración, destacándose el gas natural, trigo, cátodos de cobre, minerales de cobre y petróleo crudo. En lo que se refiere a esos productos, los vecinos representan una parte muy grande de todo lo que el país importa. En el caso del gas natural y de los cátodos de cobre, los países sudamericanos responden por el 100%, teniendo una participación muy elevada también en trigo (98,9%), minerales de cobre (95,8%), arroz (87%), entre otros (**Tabla II. 8**).

Sin embargo, hay varios productos manufacturados que se destacan entre los que el país importa de la región, como naftas, partes y piezas para vehículos, vehículos de carga, polímeros y automóviles de pasajeros. Se nota, sin embargo, que en estos casos las importaciones provienen básicamente de Argentina. Las compras de los demás países de la región se concentran especialmente en productos básicos.

Tabla II.8
Importaciones brasileñas (totales y provenientes de América del Sur) por principales productos

| Descripción | Promedio 2004-2005 (US\$ Millones) | | Part. % |
|--|------------------------------------|--------------|------------|
| | América del Sur | Total Brasil | A. del Sur |
| Gas natural en estado gaseoso | 698 | 698 | 100,0 |
| Trigo (granos) | 682 | 689 | 98,9 |
| Naftas | 596 | 1.216 | 49,0 |
| Cátodos de cobre y sus elementos | 505 | 505 | 100,0 |
| Minerales de cobre y sus concentrados | 419 | 437 | 95,8 |
| Partes y accesorios para vehículos automóviles y tractores | 363 | 2.257 | 16,1 |
| Petróleo crudo | 327 | 7.211 | 4,5 |
| Vehículos de carga | 325 | 417 | 78,0 |
| Polímeros de etileno, propileno e estireno | 300 | 576 | 52,1 |
| Vehículos automóviles para pasajeros | 271 | 701 | 38,7 |
| Arroz (inclusive partido) | 159 | 183 | 87,0 |
| Insecticidas, formicidas, herbicidas y productos similares | 151 | 716 | 21,1 |
| Minerales de molibdeno y sus concentrados | 140 | 145 | 96,6 |
| Gas butano licuado | 138 | 145 | 95,1 |
| Malta sin tostar (entera o partida) | 131 | 192 | 68,3 |
| Motores para vehículos automóviles y sus partes | 117 | 1.054 | 11,1 |
| Neumáticos | 98 | 327 | 29,9 |
| Artículos de plástico para transporte o envasado | 96 | 139 | 69,1 |
| Demás productos | 4.616 | 46.843 | 9,9 |

Fuente: Elaborado por Funcex. Datos básicos de Secex-MDIC.

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 el producto tiene que cumplir para ingresar en el mercado de acuerdo con los requisitos y normas administrativas, aduaneras y de cambio vigentes en el País.

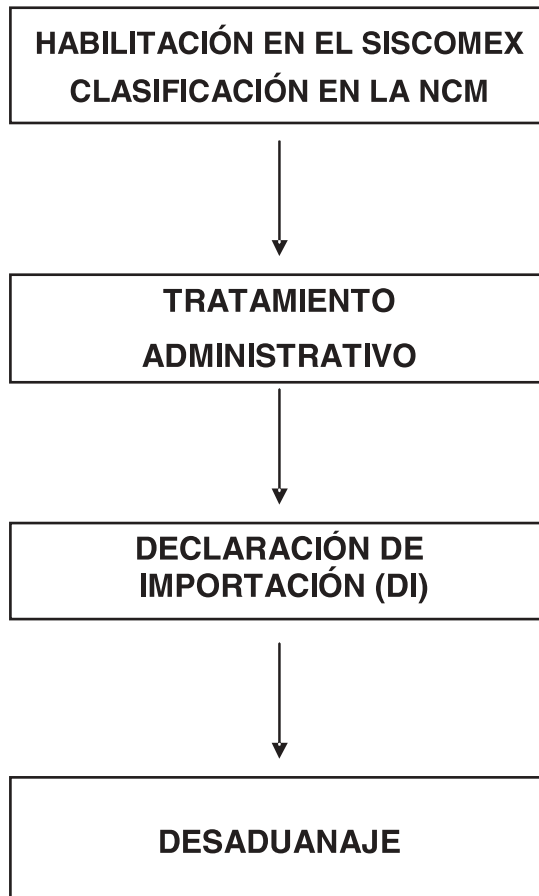
Una operación de importación en Brasil presenta el mismo nivel de complejidad que el existente en los demás países del mundo. Todos los procedimientos están informatizados en un sistema denominado SISCOMEX – Sistema Integrado de Comercio Exterior, en el cual los órganos gubernamentales están interligados a todos los agentes que, de alguna u otra forma, participan activamente en los procesos de exportación e importación.

Esta sección presenta las principales normas y procedimientos relacionados al proceso de importación en Brasil. Los diversos ítems son presentados en la siguiente secuencia:

- 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 despacho en aduana
- 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 en aduanas especiales existentes en el País, que tienen por objetivo simplificar cierto tipo de operaciones y estimular el desarrollo y el crecimiento económico del País.

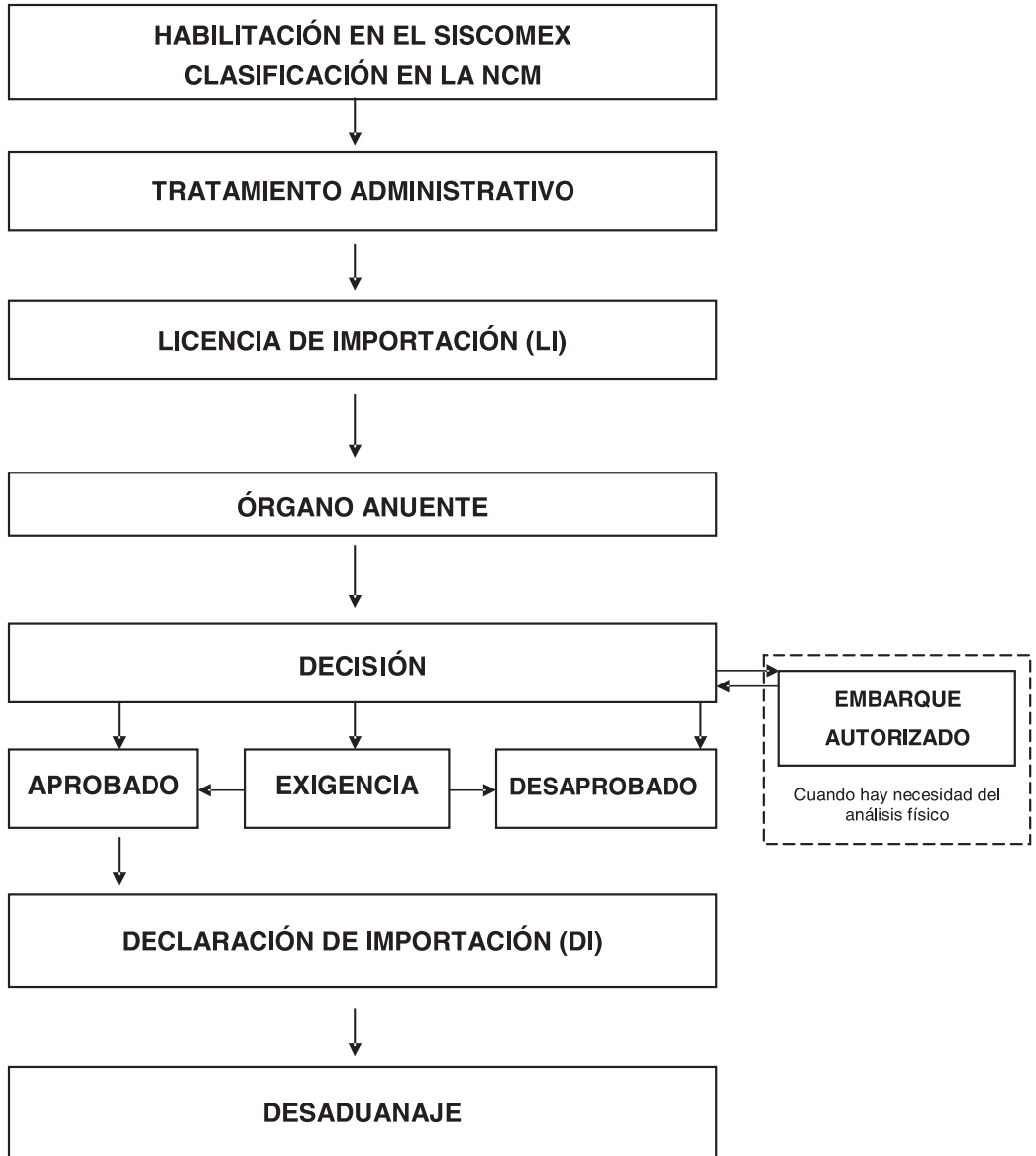
Para tener una visión general del funcionamiento del sistema brasileño de importación, se presentan a continuación flujogramas describiendo los principales procedimientos que se deben cumplir en una operación de importación. Tales procedimientos se dividen en tres grupos: administrativos, financieros y tributarios.

FLUJO ADMINISTRATIVO DE LA IMPORTACIÓN BRASILEÑA
IMPORTACIONES DISPENSADAS DE LICENCIAMIENTO*



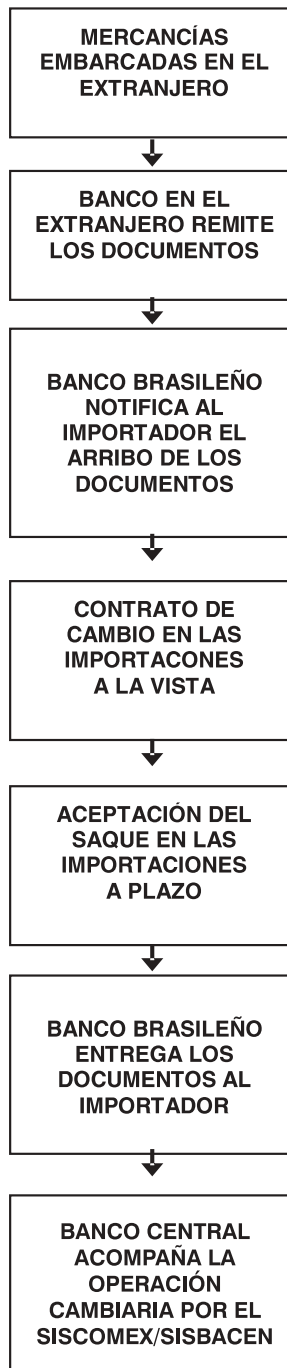
* Aproximadamente el 75% de los productos de la NCM están dispensados de licenciamiento.

FLUJO ADMINISTRATIVO DE LA IMPORTACIÓN BRASILEÑA
IMPORTACIONES SUJETAS A LICENCIAMIENTO*

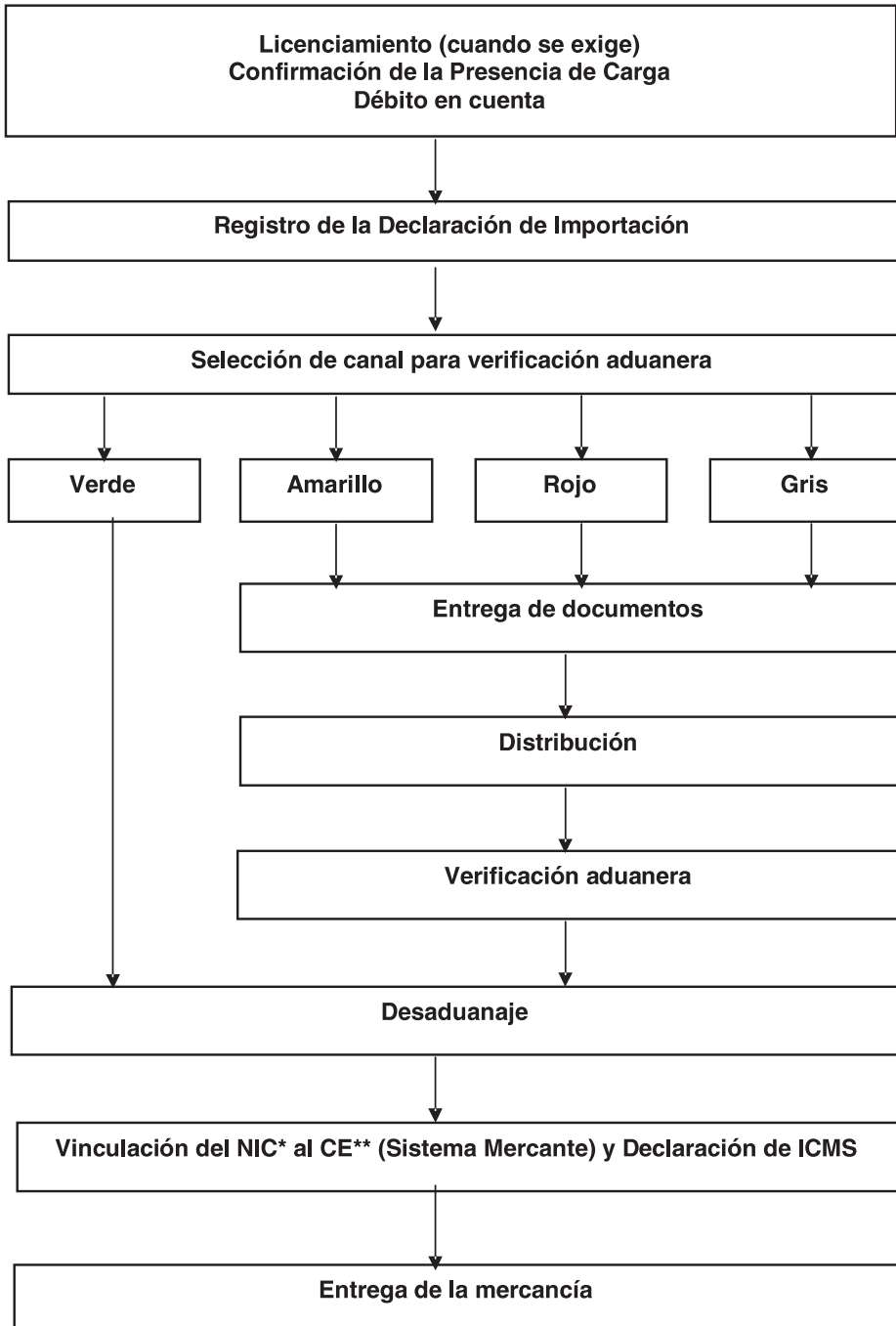


* Respecto a las mercancías sujetas al análisis físico en el momento del ingreso en territorio nacional, el proceso de decisión de anuencias incluye la autorización de embarque. Cuando la mercancía llegue al país, será una vez más sometida al proceso de decisión, siendo que la licencia puede ser aprobada, desaprobada o se puede hacer una exigencia, cuando hay requisitos a cumplir.

FLUJO CAMBIARIO DE LA IMPORTACIÓN BRASILEÑA



FLUJO EN ADUANA DE LA IMPORTACIÓN BRASILEÑA



* NIC: Número de Identificación de Carga

** CE: Conocimiento de Embarque

III.1. Clasificación de las mercancías

Las mercancías comercializadas internacionalmente por el País son clasificadas, desde 1996, de acuerdo a la Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM), también adoptada en Argentina, Paraguay y Uruguay. La NCM consta de ocho dígitos basados en el Sistema Armonizado (SA).³ La inclusión de dos dígitos más, 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 a 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 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 (ver sección III.7).

Se formaliza esa ventaja mientras se procesa el despacho en aduana (sección III.5), momento en que el importador quizá tenga que presentar el Certificado de Origen ante las autoridades aduaneras. Ese documento es emitido por la entidad autorizada en el país del exportador y en él se 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 las 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 a la NCM/SH genera, además del pago de eventuales diferencias de alícuota de importación, la imposición de multas aplicadas sobre el importador brasileño y cuyo valor corresponde, como mínimo, al 1% del Valor en Aduana, dependiendo del tipo de infracción.

³ 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.

El Impuesto de Importación (II) incide sobre los productos importados por el País, cuyas alícuotas correspondientes a cada NCM cambian de acuerdo con el tipo de mercancía. Las alícuotas están disponibles en la Tarifa Externa Común (TEC) del MERCOSUR (<http://www.desarrollo.gov.br/sitio/secex/negInternacionales/tec/presentacao.php>). Las excepciones a esa regla se refieren a las mercancías provenientes de los países socios del MERCOSUR (sobre los cuales no incide tal Impuesto, salvo en el caso de productos sujetos a regímenes especiales) y a aquellas oriundas de países a los cuales Brasil otorga preferencias arancelarias “ como es el caso, por ejemplo, de los países andinos. Existen también otros mecanismos que implican reducciones de las alícuotas del Impuesto de Importación, como, por ejemplo, en el caso de diversos bienes de capital, de informática y de telecomunicaciones, desde que no haya producción nacional de tales productos (este sistema es conocido como *Ex-Arancelario*).

Además del Impuesto de Importación, los productos importados sufren la incidencia de algunos impuestos y contribuciones domésticas, que equivalen al IVA o al IGV utilizado en otros países. Es el caso del Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI), cobrado por el Gobierno Federal, y del Impuesto sobre Circulación de Mercancías y Servicios (ICMS), cobrado por los Gobiernos de los Estados y por el Gobierno del Distrito Federal. A ejemplo de otros países, los impuestos aplicados no constituyen protección arancelaria, sino simplemente una equiparación de las condiciones impuestas al productor nacional y al exportador extranjero. En el caso de Brasil, el pago de los tributos federales ocurre en el momento de efectuar el registro de la Declaración de Importación (DI). Los aspectos tributarios de la importación serán presentados en la sección III.6.

III.2. Siscomex

El *Sistema Integrado de Comércio Exterior* (Siscomex), creado por el Decreto N° 660/92, es el instrumento administrativo de integración de 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, lo que permite el acompañamiento, orientación y control de las diversas etapas del proceso exportador e importador.

Las operaciones registradas en el 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.

Se puede acceder al Siscomex desde cualquier punto conectado (bancos, corretoras, despachantes en aduanas 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:

a) Gestores: responsables por la administración, mantenimiento y perfeccionamiento del Sistema dentro de sus respectivas competencias. Son los siguientes:

- *Secretaria da Receita Federal* – SRF (Secretaría de los Ingresos Tributarios Federales), responsable por las áreas aduanera, fiscal y tributaria;
- *Secretaria de Comércio Exterior* (SECEX), responsable por las áreas administrativa y comercial; y
- *Banco Central do Brasil* (BACEN), responsable por las áreas financiera y cambiaria.

b) 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. Se encuentran interligados al Siscomex, de modo a volver más ágil el análisis. Por lo tanto, en algunos casos, es necesario el cumplimiento de normas específicas establecidas por esos órganos para que la operación se efective (ver secciones III.4.3 e III.4.4).

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

Para que la exportación o importación de mercancías por medio del Siscomex sea viable, primeramente hay que habilitarse para operar en el Siscomex, por medio de contraseña, y acreditar los 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 de aduana;
- b) personalmente, si es persona física;
- c) si es persona jurídica, por medio de:

1. dirigente;
2. empleado;
3. empleado de empresa coligada o controlada, tal como definida en los §§ 1° y 2° del art. 243 de la Ley N° 6.404, del 15 de diciembre de 1976;
4. 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 persona jurídica en operaciones de comercio exterior (importación, exportación y tránsito en aduana) depende del análisis previo de la SRF acerca de sus informaciones catastrales y fiscales. Una vez autorizada la empresa a operar el comercio exterior, la SRF 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 de aduana) en el Siscomex, para que puedan actuar como representantes de la empresa para la práctica de los actos relacionados con el despacho en aduana.

III.4. Tratamiento administrativo de las importaciones

III.4.1. Estructura administrativa

Para que el control de las actividades de importación sea eficaz, 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 *Secretaria de Comércio Exterior* – SECEX, 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 disseminar informaciones de comercio exterior.

El Ministerio de Relaciones Exteriores y el PSCI

El Ministerio de Relaciones Exteriores – MRE desempeña papel importante en el área de comercio exterior de Brasil, teniendo como una de sus competencias la promoción comercial de los productos brasileños en el extranjero y el incentivo a las importaciones de productos originarios de países considerados prioritarios por razones estratégicas y geo-económicas, como es el caso de los países de América del Sur. En especial, el Ministerio desarrolla, en el ámbito de su Departamento de Promoción Comercial (DPR), el Programa de Substitución Competitiva de Importaciones (PSCI).

El Programa de Substitución Competitiva de Importaciones (PSCI) fue creado en el 2003, siguiendo la prioridad atribuida por el Presidente Luiz Inácio Lula da Silva a América del Sur. En los últimos años, los flujos comerciales de Brasil con los países sudamericanos han tenido un crecimiento significativo. Sin embargo, las asimetrías en los intercambios comerciales han persistido. Efectivamente, la mayoría de los países de la región continúa registrando déficits con Brasil.

La idea principal del PSCI consiste en impulsar el comercio entre Brasil y los países sudamericanos, substituyendo, cuando posible y de forma competitiva, importaciones brasileñas de terceros mercados por importaciones provenientes de los países de la región. Para alcanzar su objetivo – disminuir los desequilibrios del comercio entre Brasil y los demás países sudamericanos –, el Programa implementa acciones que buscan aumentar el contacto entre los empresarios de América del Sur y eliminar las barreras de información que impiden que productos competitivos oriundos del mercado regional puedan suplir la demanda brasileña.

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 se debe brindar informaciones 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 señalados los trámites administrativos, cambiarios y aduaneros.

- Descripción de la mercancía: aunque sea objetiva, la descripción debe contener 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 del GATT (*General Agreement on Tariffs and Trade*). 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 convencionada, que puede ser kilo, pieza, tonelada, metro cúbico, metro cuadrado etc.
- Valor total: para efectos del control en aduana 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): es importante para que el comprador pueda informarlo en el Siscomex.
- Embarque y desembarque: de acuerdo con lo previamente acordado, hay que nombrar con exactitud los puertos y aeropuertos de origen y destino y, en el caso del transporte viario, el local fronterizo por donde la mercancía deberá ingresar.
- Forma de pago: de acuerdo con la negociación, se debe informar 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.

INCOTERMS

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.

Hay 13 términos distintos: EXW, FCA, FAS, FOB, CFR, CIF, CPT, CIP, DAF, DES, DEQ, DDU y DDP. (Ver Glosario)

En Brasil, los más utilizados son FOB, CIF y CFR en las operaciones por vía marítima. En las operaciones aéreas y terrestres los más utilizados son FCA, CPT y CIP. El DAF es utilizado en operaciones fronterizas, principalmente con los países del MERCOSUR y Bolivia.

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 resaltar también que, en la importación, Brasil no acepta para fines tributarios la condición DDP, porque, legalmente, el exportador extranjero no puede asumir el papel de responsable por los tributos relativos a la importación. Por lo tanto, en el momento de efectuar el despacho de importación, el Siscomex no permite la utilización de esa condición de venta y, tanto en el curso del desaduanaje cuanto posteriormente, el importador es el responsable por cualesquiera tributos, penalidades e intereses de mora a que la operación estuviera sujeta.

III.4.3. Licenciamiento de las importaciones

El sistema administrativo de las importaciones brasileñas se encuentra disciplinado por la Portería SECEX nº 35, de 24 de noviembre de 2006, 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, únicamente registrar 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 Secretaría de los Ingresos Tributarios Federales (SRF). Salvo excepciones previstas en la legislación, sólo se puede registrar la DI 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 se deban observar condiciones específicas. 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 relativas a la operación deseada. Se debe registrar la LI con la antelación dispuesta en la legislación, observándose 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. El plazo máximo de tramitación de la LI es de 10 días hábiles en el caso del Licenciamiento Automático y de 60 días corridos en el caso del Licenciamiento No Automático, contados desde la fecha del registro en el Siscomex. En general, ambos licenciamientos tienen validez de 60 días respecto al embarque de la mercancía en el exterior.

Se puede buscar el listado de productos/operaciones sujetas al licenciamiento en el módulo "Tratamiento Administrativo" del Siscomex Importación. Además de eso, en la dirección electrónica del MDIC (<http://www.desenvolvimento.gov.br>) se puede encontrar el listado de los productos sujetos a licenciamiento, en función de su clasificación fiscal en la Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM).

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 la 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, se puede embarcar la mercancía en el exterior y, a su llegada a Brasil, se debe elaborar la Declaración de Importación (DI).

Cuando se elabore la DI, el importador debe informar el número de la Licencia de Importación aprobada en la adición que esté sujeta a Licenciamiento, de forma que el Siscomex vincule 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 son automáticamente transferidos a la respectiva adición de la DI (*ver* sección III.5.5).

Debido a la exigencia de anuencias previas para algunos productos, es importante que el exportador extranjero, antes del embarque de las mercancías, se informe con el importador sobre los procedimientos necesarios para el licenciamiento. En este sentido, es necesario que el exportador conozca las diversas anuencias previas que son exigidas en la importación, tema de la próxima sección.

Aunque el importador sea el responsable por el cumplimiento de las normas brasileñas, es necesario que el exportador proporcione, con la antelación suficiente, todas las informaciones necesarias, especialmente detalles técnicos del producto, que sirvan

no sólo para su correcta clasificación sino también para la comprobación de requisitos previos exigidos por los órganos anuentes.

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

Hay que tener extremo cuidado con la emisión del Certificado de Origen, para que sea correctamente elaborado respetando los procedimientos previstos en los acuerdos comerciales celebrados por Brasil.

Procedimientos de embarque

En el caso de que el importador brasileño tenga que obtener la autorización de la LI previamente al embarque en el exterior, se debe avisar al exportador extranjero para no embarcar la mercancía antes de tener la autorización. En caso contrario, el importador está sujeto a penalidades previstas en la legislación brasileña.

En el caso de pago anticipado, con la Factura *Pro Forma* en manos, el comprador debe 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 debe 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. Se presenta las características de cada una de estas formas de pago 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 sujeto a trato arancelario 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 de nacionalización en aduana.

Se recomienda que el exportador envíe copias de estos documentos vía fax, 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 de aduana 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 entrada de productos específicos en territorio 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 otorgan la 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. Los órganos anuentes con participación más expresiva en el comercio exterior brasileño son DECEX/SECEX, ANVISA, MAPA y SUFRAMA.

III.4.4.1. Departamento de Operações de Comércio 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 (mencionadas en la Portería SECEX nº 35/2006):

- 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 debe registrar la LI cuando vaya a realizar las importaciones previstas en el Acto de Concesión de *Drawback* (ver sección III.9.2);
- b) Importaciones sujetas a Cuota Arancelaria: Las importaciones amparadas en Acuerdos celebrados en el ámbito de la ALADI o en la Resolución del Grupo Mercado Común (GMC) del MERCOSUR están sujetas a Licenciamiento No Automático previo 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 soliciten beneficios fiscales (exención o reducción del Impuesto de Importación) previstos en legislación específica. Tales importaciones están sujetas a Licenciamiento No Automático previo al embarque de los bienes en el exterior. Cuando del análisis de la LI, se verificará si existe en Brasil producto similar al importado, observándose los parámetros de precio, plazo y calidad. En caso de existencia de producto similar nacional, no será otorgado el beneficio, pero aún se puede realizar la importación mediante la recaudación integral del Impuesto de Importación.

- d) Importaciones de Material Usado: En principio, está prohibida la importación de bienes de consumo usados, salvo algunas excepciones previstas en la Portería DECEX n° 8, de 13 de mayo de 1991. Tales importaciones están sujetas a Licenciamiento No Automático previo 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. Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA)

La Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (ANVISA) es el órgano responsable por el control sanitario de productos y servicios, incluso 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 mercancías bajo vigilancia sanitaria se regularicen en el Sistema Nacional de Vigilancia Sanitaria previamente a la realización de las importaciones. Tal regularización consiste en la obtención de la Licencia de Funcionamiento (Licencia Sanitaria), que es emitida por el órgano sanitario del estado o “municipio” donde la empresa esté ubicada, así como de la Autorización de Funcionamiento de Empresa (AFE), emitida por la ANVISA.

Se pueden encontrar las informaciones acerca de como proceder para obtener la Autorización y la Licencia mencionadas, así como la descripción de la documentación que se debe presentar, que varía de acuerdo con el tipo de producto que la empresa tiene interés en importar, en la dirección electrónica <https://www.anvisa.gov.br/peticionamento/sat/global/sistemas.asp>.

Posterior a la regularización de la empresa, el importador debe regularizar también los productos que serán importados en el Sistema Nacional de Vigilancia Sanitaria. La regularización consiste en registro (obligatorio para medicamentos, productos médicos, alimentos, productos para diagnóstico *in vitro*, saneantes y cosméticos con riesgo grado II); notificación (para cosméticos, perfumes y productos de higiene con riesgo grado I, así como saneantes con riesgo grado I); y adecuación a los Patrones de Identidad y Calidad – PIQ, vigentes para los alimentos que integran categorías con status de “exentos de registro”.

Se destaca, también, que medicamentos que constan de la farmacopea brasileña, así como los homeopáticos, están exentos de registro, pero están sujetos al control sanitario y al cumplimiento de requisitos específicos. Diversas categorías de alimentos que son exentas de registro en la ANVISA deben, sin embargo, encuadrarse en las exigencias previstas en el Patrón de Identidad y Calidad de sus categorías.

Los requisitos para la regularización de las diversas categorías de productos pueden ser encontrados en el sitio electrónico de la ANVISA: <http://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, conforme dispuesto en el Anexo XLIV de la RDC ANVISA n° 350/05. Esta Resolución, que dispone sobre el reglamento técnico de vigilancia sanitaria de mercancías importadas, trae también en su Anexo XLIV la descripción de los productos sujetos a la fiscalización de la ANVISA, con sus respectivos códigos de la NCM, además de presentar la documentación técnica y administrativa necesaria al proceso de regularización junto al órgano. Se puede acceder la RDC 350/05 en el link <http://e-legis.anvisa.gov.br/leisref/public/showAct.php?id=20313&word>.

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.

El SISCOMEX proporciona informaciones, a partir del registro de Licenciamiento de Importación, sobre el status de Licenciamiento No Automático de la mercancía en proceso de importación y de la obligatoriedad de la anuencia de la ANVISA.

Cualquier pleito para una prestación de servicio de la ANVISA, incluso el de la fiscalización sanitaria en mercancías importadas, se debe efectuar por medio de "petición electrónica". Antes de efectuar la solicitud, la empresa importadora deberá catastrarse en el sitio electrónico de la ANVISA: <https://www.anvisa.gov.br/peticionamento/sat/global/sistemas.asp>. La petición de importación SISCOMEX se encuentra disponible en el sitio: <https://www.anvisa.gov.br/peticionamento/sat/global/sistemas.asp>.

III.4.4.3. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)

El MAPA (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento) 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 para la sanidad de los vegetales y para el ganado nacional. Le 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 fitozoosanitaria y sanitaria de los productos que son exportados.

El Decreto n° 5.741, del 30 de abril de 2006, determina que las actividades de vigilancia agropecuaria de animales, vegetales, insumos (incluso de 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 deben ser objeto de solicitud previa a los sectores técnicos competentes de la Secretaria 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 serán realizadas por ocasión de la llegada de la mercancía, cabiendo a los Servicios de Vigilancia Agropecuaria (SVA) y a las Unidades de Vigilancia Agropecuaria (UVAGROs), 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.

La Instrucción Normativa Ministerial N° 36, publicada en noviembre del 2006, aprueba el nuevo Manual de Procedimientos Operacionales de la Vigilancia Agropecuaria Internacional y tiene el objetivo de disciplinar, orientar y aclarar los principios determinados por la legislación en vigor y uniformar las acciones desarrolladas por los Fiscales Federales Agropecuarios en la inspección y fiscalización de los productos bajo responsabilidad del MAPA en los puertos, aeropuertos, puestos de frontera y aduanas especiales. Esta norma puede consultarse en el sitio <http://www.agricultura.gov.br>, en "Servicios", *link* "SISLEGIS".

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 posible obtener la Licencia de Importación posteriormente al embarque de la mercancía en el exterior.

El cuadro a continuación presenta un listado de todos los órganos anuentes en las importaciones brasileñas, los teléfonos y direcciones, las referencias a la legislación reguladora de la actividad de cada órgano y un breve resumen de las atribuciones de cada uno. Se puede encontrar y consultar este cuadro en la dirección electrónica del MDIC (<http://www.desarrollo.gov.br>):

Cuadro 1
Órganos anuentes en las importaciones brasileñas

| Órgano | Punto de contacto | Legislación | Indicación de la medida legal |
|---------------|--|--|---|
| ANCINE | Agência Nacional do Cinema (ANCINE) [Agencia Nacional de Cine (ANCINE)] - Praça Pio X – nº 54 – 10º andar – Centro – Rio de Janeiro (RJ) CEP: 20.091-040 Teléfono: 55 21 - 22332310 | Medida Provisoria N.º 2228-1, del 6.9.2001 | Cumplimiento de los requisitos legales, como los de concesión de certificados de registro de los contratos de producción, licencia, distribución, copias y pago de la Condecine. |
| ANEEL | Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) [Agencia Nacional de Energia Elétrica] - SGAN 603 - Módulo J - 2.º andar - salas 212/213 - Brasília (DF) CEP 70.830-030 Teléfono: 55 61 - 2192-8816 | Decreto N° 5.668, del 10.01.2006 y Resolución Normativa N.º 225, del 18.07.2006 | Cumplimiento de los reglamentos previstos en la legislación en vigor. |
| ANP | Agência Nacional de Petróleo (ANP) [Agencia Nacional de Petróleo (ANP)] - Av. Rio Branco, 65/16.º andar – Rio de Janeiro (RJ) CEP: 20.090-004 Teléfono: 55 21 - 21128741 | Ley 9.478/97 y Porterías ANP 43/98, 147/98, 203/98, 204/98, 85/99, 126/99, 131/99, 170/99, 171/99, 032/00, 312/01 y 314/01. | Cumplimiento de los requisitos previstos (<i>Porterías</i>) en lo concerniente al registro del producto, registro del importador y registro del comprador final. |
| ANVISA | Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) [Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (ANVISA)] SEPN 515 – Bloco B – Edificio Omega – 5º andar – Brasília (DF) CEP: 70.770-502 Teléfono: 55 61 3448-1009/1026 | Resolución RDC N.º 350, del 28.12.2005 y otras legislaciones específicas. | Establece el reglamento técnico sobre la vigilancia sanitaria de las mercancías importadas |
| CNEN | Comissão Nacional de Energia Nuclear [Comisión Nacional de Energía Nuclear] - Rua General Severiano – nº 90 – sala 419 – Botafogo – Rio de Janeiro (RJ), CEP: 22.294-900 Teléfono: 55 61 3327-2355 | Ley N° 4118 del 27.08.1962; Decreto 51726 del 19.02.1963; Ley 6189 del 16.12.1974; Ley 7781 del 27.06.1989; Decreto 4338, del 19.08.2002; (Portería CNEN 159 del 26.11.2004) | Protección del hombre y del medio ambiente frente a posibles efectos causados por la radiación ionizante. No proliferación nuclear - control, protección ante la radiación y seguridad nuclear. |
| COTAC | Comissão de Coordenação do Transporte Aéreo Civil (COTAC-COMAER), Ministério da Defesa [Comisión de Coordinación del Transporte Aéreo Civil (COTAC-COMAER), Ministerio de Defensa] - Rua Santa Luzia – nº 651 – M2 -sala 214 – Castelo – Rio de Janeiro (RJ) CEP: 20.030-040 Teléfono: 55 21 3814-6772 | Ley N° 7.565, del 19/12/86 Decreto N° 94.711, del 31/07/87 | Cumplimiento de los Reglamentos Brasileños de Homologación Aeronáutica y de la legislación aplicable. |

| | | | |
|--------------|---|---|---|
| DECEX | Departamento de Operações de Comércio Exterior [<i>Departamento de Operaciones de Comercio Exterior</i>] - Esplanada dos Ministérios, Bloco J - Brasília (DF) CEP 70056-900 Teléfono: 55 61 3425-7562 / 55 21 2126 1319 | Decreto N.º 5.532/2005; Portaria Secex N.º 35, del 24/11/2006 | Examen de las operaciones de importación bajo cuota tarifaria y no tarifaria, similar nacional, material usado, <i>drawback</i> y seguimiento estadístico de algunas mercancías consideradas sensibles para la industria doméstica. |
| DFPC | Exército Brasileiro - Diretoria de Fiscalização de Produtos Controlados (DFPC)- QG-EX [<i>Ejército Brasileño - Dirección de Fiscalización de Productos Controlados (DFPC) - QG- EX</i>] – Esplanada - Bloco H –4º andar – SMU - Brasília (DF) CEP: 70.630-901 Teléfono: 55 61 3415-5353, 4391 y fax 55 61 3415-5669 | Porteria N° 9 D Log del 25/06/2004 Decreto 3665 del 20/11/2000 | Obtención del registro para operar productos controlados por el Ejército. Se debe gestionar la autorización previa de importación ante el Comando del Ejército, con la emisión del certificado internacional de importación (CII) y de la LI en el SISCOMEX (cuando será autorizado el embarque del material en el punto de salida del producto). A la llegada del material al territorio nacional es necesario solicitar ante el Servicio de Fiscalización de Productos Controlados (SFPC/RM) la vinculación del respectivo registro para desaduaneje del producto de acuerdo con su naturaleza y clasificación. |
| DNPM | Departamento Nacional de Produção Mineral do Ministério de Minas e Energia [<i>Departamento Nacional de Producción Mineral del Ministerio de Minería y Energía</i>] - SAN – Quadra 1 – Bloco B – 3º andar – sala 305-A – Brasília (DF) CEP: 70.040- 200 - Teléfono: 55 61 3312-6666 | Porteria DNPM/SRF N° 397 del 14/10/2003 Ley N° 9.055 del 1/06/95 y 10.743, del 09/10/2003 Decreto N° 2350 del 15/10/97 Porterias DNPM N° 41 del 1/02/98 y 209/2005 | Cumplimiento de los requisitos previstos por el Sistema de Certificación del Proceso Kimberley -SCPK para los diamantes en bruto y, en el caso del amianto, el cumplimiento de los requisitos determinados por la ley. |
| DPF | Departamento de Polícia Federal do Ministério da Justiça [<i>Departamento de la Policía Federal del Ministerio de Justicia</i>] - SAIS – Quadra 7 – Lote 23 – – Brasília (DF) CEP: 70.610-200 Teléfono: 55 61 3311-9600 | Ley N.º 10.357, del 27.12.2001; Decreto N.º 4.262, de 10.6.2002, Portaria MJ N.º 1274, del 25.8.2003 y Portaria MJ N.º 113, del 14.1.2004. | Fiscalización de productos químicos que puedan ser usados, directa o indirectamente, en la fabricación ilícita de sustancias estupefacientes, psicotrópicas o que generen dependencia física o psíquica. |

| | | | |
|----------------|--|---|--|
| ECT | Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ETC) [<i>Empresa Brasileira de Correos y Telégrafos</i>] SBN – Quadra 1 – Conj 3 – Bloco A – 7º andar – Ed. Sede - Brasília (DF) Teléfono: 55 61 2101 2100 | Ley N.º 6.538, del 22.6.78 | Cumplimiento de los requisitos de la Ley Postal |
| IBAMA | Ministério do Meio Ambiente SAIN [<i>Ministerio de Medio Ambiente SAIM</i>] – Avenida L 4 Norte – Edifício Sede do IBAMA – Bloco B – Sub Solo Brasília (DF) CEP: 70.043-900 Teléfono: 55 61 3316- 1000 | Portería IBAMA N.º 93, del 21.6.04; Resolución ‘CONAMA N.º 257/99; Resolución CONAMA N.º 23/96; . Resolución CONAMA 18 del 06/05/86; Resolución CONAMA 297 del 26/02/02; Decreto Nº4.581, del 27/01/2003. | Cumplimiento de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES). Observancia del descarte de bacterias e impactos negativos al medio ambiente. Observancia del Protocolo de Montreal relativo a las sustancias que agotan la capa de ozono; Cumplimiento de la Convención de Basilea. |
| INMETRO | Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial [<i>Instituto Nacional de Metrologia, Normalización y Calidad Industrial</i>] - Rua Santa Alexandrina, 416 - 8.º - CEP 20261- 232 Rio de Janeiro - RJ Teléfono: 55 21 2563 2835 | Ley N.º 10.295, del 17/10/2001; Decreto N.º 4.059, del 19/12/2001; Decreto N.º 4.508, del 11/12/2002 | Cumplimiento de los requisitos relativos al etiquetado obligatorio de acuerdo con el Programa Brasileño de Etiquetado. |
| MAPA | Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA [<i>Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento-MAPA</i>] - Esplanada dos Ministérios – Anexo B – 4º andar s/ 424 B 70.043-900 – Brasília-DF Teléfono: 55 61 3218-2829 | Decreto 24.114/1934 e Instrucción Normativa N.º 67, de 19/12/02 | Cumplir los criterios reglamentarios y los procedimientos de fiscalización, inspección, control de calidad y sistemas de análisis de riesgo determinados por los órganos competentes del MAPA, observándose las normas de registro en el SISCOMEX. |
| MCT | Ministério da Ciência e Tecnologia SPO [<i>Ministerio de Ciencia y Tecnología SPO</i>] – SAI – Área 5 – Quadra 3 – Bloco F – 1º piso – Setor Policial – Brasília (DF) CEP: 70.610-200 Teléfono: 55 61 3411-5600 | Ley N.º 9112, del 10.10.95; Decreto N.º 1861, del 12.04.96; Portaria SAE N.º 61, del 12.4.96 | Observancia de la Convención sobre prohibición de armas químicas. |

| | | | |
|----------------|---|---|--|
| SUFRAMA | Superintendência da Zona Franca de Manaus - SUFRAMA [<i>Superintendencia de la Zona Franca de Manaus - SUFRAMA</i>] - Rua Ministro João Gonçalves de Souza s/n.º - Distrito Industrial - Manaus (AM) CEP 69.075-830 Teléfono: 55 92 3614 7002/7020 | Decreto- Ley 288/67 y 356/68; Ley 8387/91 y Resolución 201/2001 | Concesión de beneficios fiscales a las empresas ubicadas en áreas incentivadas bajo control de la SUFRAMA. |
|----------------|---|---|--|

III.5. El procedimiento de despacho en aduana

El despacho en aduana 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 despacho de importación, que es realizado con base en declaración presentada a la unidad aduanera bajo cuyo control esté la mercancía.

En general, se procesa el despacho de importación por medio de la Declaración de Importación (DI), registrada en el Sistema Integrado de Comercio Exterior (Siscomex), en los términos de la Instrucción Normativa SRF N° 680/06. Sin embargo, en algunas situaciones, el importador puede optar por el despacho en aduana simplificado, que se puede dar por medio del Siscomex o por formularios específicos, conforme el caso.

Antes de iniciar una operación de importación, el interesado debe verificar si es necesaria la habilitación para utilizar el Siscomex y si ella se encuentra activa.

El despacho en aduana 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. Por lo tanto, el despacho para consumo tiene como objetivo la nacionalización de la mercancía importada, aplicándose 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 deben 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 en aduana (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 su finalidad.

La mayoría de las mercancías exportadas o importadas es sometida al despacho en aduana común. Pero en algunas situaciones, el interesado puede optar por el despacho en aduana simplificado.

III.5.1. Despacho en aduana común

Por regla general, el despacho en aduana 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 en aduana sin registro en el sistema, por medio de formularios propios, específicos para cada caso.

Para los casos previstos en el artículo 4º de la Instrucción Normativa SRF N° 611/06, 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 (DSI-Formulario), constantes de los Anexos de esa instrucción normativa.

En determinadas situaciones también se pueden utilizar formularios específicos para el despacho en aduana 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 en aduana de remesas expresas es efectuado sin registro en el Siscomex, conforme establecido en la Instrucción Normativa RFB N° 560/05, con base en la Declaración de Remesas Expresas de importación o exportación constante de los Anexos de esa instrucción normativa.

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 en aduana simplificado

Se puede procesar el despacho en aduana simplificado en el Siscomex, en las situaciones previstas en el artículo 3º de la Instrucción Normativa SRF n° 611/06, por medio de la Declaración Simplificada de Importación (DSI-Electrónica), después de la habilitación del interesado en el Siscomex (vide ítem III.2).

Entre las operaciones que se pueden realizar por medio de DSI electrónicas se encuentran: mercancías cuyo valor total sea igual o inferior a los US\$ 3,000.00; donaciones; admisión temporaria; equipaje no acompañado; y operaciones sin registro en el Siscomex.-

El despacho en aduana simplificado se puede también realizar sin registro en el Siscomex, por medio de los formularios para Declaración Simplificada de Importación (DSI-Formulario), que se encuentran en los Anexos de la Instrucción Normativa SRF N° 611/06, en las situaciones previstas en el artículo 4° de esa misma norma. 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 los US\$ 500; importaciones realizadas por representaciones diplomáticas; bienes destinados a ayuda humanitaria; y libros y documentos sin finalidad comercial.

En determinadas situaciones también se pueden utilizar formularios específicos para el despacho en aduana 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

Se entiende por operación de importación por cuenta y orden de terceros aquella en que una persona jurídica realiza, en su nombre, el despacho aduanero de importación de mercancía adquirida por otra, en razón de contrato previamente firmado, que puede comprender, también, la prestación de otros servicios relacionados a la transacción comercial, como la realización de cotización de precios y la intermediación comercial.

El control en aduana relativo a la actuación de persona jurídica importadora que opere por cuenta y orden de terceros es ejercido conforme lo establecido en la Instrucción Normativa SRF N° 225/02.

El registro de la Declaración de Importación (DI) por el contratado es condicionado a su previa habilitación en el Siscomex, para actuar como importador por cuenta y orden del adquirente, por el plazo previsto en el contrato.

III.5.4. Importación por encargo

Se entiende por operación de importación por encargo aquella en que una persona jurídica realiza, 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 se considera importación por encargo la operación realizada con recursos suministrados total o parcialmente por la empresa adquirente.

El control en aduana relativo a la actuación de persona jurídica importadora que opere por medio de importación por encargo es ejercido conforme lo establecido en la Instrucción Normativa SRF N° 634/06.

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 encargo, y a la previa vinculación entre ellos realizada en este sistema.

III.5.5. Declaración de Importación - DI

El despacho aduanero de importación es procesado con base en declaración a ser presentada a la unidad aduanera bajo cuyo control esté la mercancía.

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 en Aduana 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 en aduana. Tales informaciones están separadas en dos grupos:

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

El tratamiento en aduana 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;
- lista de empaque (*packing list*) cuando aplicable; y
- otros, exigidos en virtud de acuerdos internacionales o de legislación específica.

Se deben entregar los documentos de instrucción de la DI en caso de fiscalización de la SRF, siempre que solicitados. Por lo tanto, el importador debe conservarlos 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 desde 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 durante sesenta días, por acción o por omisión del importador.

III.5.6. Asignación del canal (verde, amarillo, rojo y gris)

Luego del registro de la Declaración de Importación y del inicio del procedimiento de despacho en aduana, la DI es sometida al análisis fiscal y seleccionada para uno de los canales de revisión. El procedimiento de asignación del canal recibe el nombre de “parametrização” en Brasil. Los canales de revisión son cuatro: verde, amarillo, rojo y gris.

La importación seleccionada a canal verde no requiere revisión de cualquier tipo y, por lo tanto, será de libre disponibilidad. Las mercancías seleccionadas a canal amarillo serán sometidas a revisión de los documentos de instrucción de la DI y de las informaciones de la Declaración. Tratándose de mercancías seleccionadas a canal rojo, además de la revisión documentaria se procede al reconocimiento físico de la mercancía. Finalmente, en el caso de mercancías seleccionadas a canal gris, se procede a la revisión documentaria, el reconocimiento físico y la aplicación de procedimiento especial de control en aduana, para verificación de indicios de fraude, incluso en lo que se refiere al precio declarado de la mercancía.

El despacho en aduana concluye con el desaduanaje en aduana (nacionalización), acto por el cual se registra la conclusión de la verificación aduanera, lo que autoriza la efectiva entrega de la mercancía al importador.

III.6. Tratamiento tributario de las importaciones

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

En el mercado interno, esos tributos se aplican a los bienes en general y, vía de regla, no son acumulativos (es decir, son del tipo “sobre el valor agregado”). Para no gravar sólo a los comerciantes nacionales y conceder tratamiento similar a los bienes producidos en el País, tales tributos se aplican también a 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 se aplican a 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 en Aduana 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 indicada por el importador.

III.6.1. No acumulación de tributos

La sistemática para evitar la acumulación de tributos es similar a la empleada en el caso del Impuesto al Valor Agregado (IVA) adoptado en otros países, permitiendo que el valor del tributo, pagado 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. Por lo tanto, el impuesto se aplica, en la práctica, sólo al valor agregado a la mercancía.

A continuación se encuentra una explicación sucinta de cada tributo y la forma de calcular su monto.

III.6.2. Impuesto de Importación (II)

El Impuesto de Importación (II) 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. Las 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 en Aduana de la mercancía, calculado según las normas del Artículo VII del Acuerdo General sobre Tarifas y Comercio - GATT, cuando la alícuota es *ad valorem*, o es la cantidad de mercancía, expresada en la unidad de medida establecida, cuando la alícuota es específica. El Impuesto de Importación es calculado aplicando las alícuotas fijadas en la TEC a la base de cálculo.

El Acuerdo sobre la Implementación del Artículo VII del GATT (AVA-GATT) fue incorporado a la legislación brasileña en 1994 y establece seis diferentes métodos

para determinar el Valor en Aduana de las mercancías importadas. El acuerdo determina que, siempre que no sea 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 en Aduana. El acuerdo establece aún, en su Artículo 1º, que el Valor en Aduana de las mercancías importadas sea determinado, preferencialmente, por el primer método, o sea, el valor de transacción, que es el precio efectivamente pagado o a pagar por las mercancías, ajustado de acuerdo con las disposiciones de su Artículo 8º.

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

De esa forma, el Valor en Aduana de la mercancía no se confunde con el valor facturado ni con el valor declarado para fines de licenciamiento de las importaciones, aunque muchas veces ellos puedan tener el mismo valor. El Valor en Aduana de las mercancías importadas determina el valor de las mercancías a los fines de la aplicación de los derechos en aduana *ad valorem* sobre las mercancías importadas.

Generalmente, el Valor en Aduana de la mercancía es encontrado a partir de su valor FOB (*Free on Board*), esto es, el precio de las mercancías con más los importes respectivos en concepto del flete y del seguro internacional.

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

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

III.6.3. Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI)

El Impuesto sobre Productos Industrializados (IPI) es un tributo de competencia federal y se aplica a mercancías listadas en la correspondiente tabla de incidencia – TIPI, basada en la Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM), independientemente del proceso de industrialización efectuado 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 con los de fabricación nacional.

El IPI atiende al principio de la no-acumulación. De esta forma, el valor pagado 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, es decir, 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 en Aduana de la mercancía más el 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, según el caso.

El impuesto se calcula aplicando 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:

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

III.6.4. Programa de Integração Social (PIS) y Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins)

La Cofins (Contribución para el Financiamiento de la Seguridad Social) y el PIS (Programa de Integración Social) son tributos de competencia federal que se aplican a la importación de productos extranjeros. Esas contribuciones dan trato tributario igualitario a los bienes producidos en el País, que sufren la incidencia de esas contribuciones, y a los bienes importados, que son gravados con las mismas alícuotas que los bienes nacionales.

Tales contribuciones sociales atienden también al principio de no-acumulación, de tal manera que los valores pagados 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 1,65% y la de Cofins es de 7,6%. La base de cálculo de ambas contribuciones es el Valor en Aduana de las mercancías importadas, acrecido del valor del Impuesto sobre Circulación de Mercancías y Prestaciones de Servicios (ICMS, ver sección II.6.6), aplicado a la importación, y del valor de las propias contribuciones, pues ellas son incluidas en el precio final de las mercancías (cálculo “por dentro”). De esta forma las contribuciones debidas obedecen a las siguientes fórmulas:

$$\text{PIS} = \text{Alícuota PIS} \times (\text{VA} + \text{ICMS} + \text{PIS} + \text{Cofins})$$

$$\text{Cofins} = \text{Alícuota Cofins} \times (\text{VA} + \text{ICMS} + \text{PIS} + \text{Cofins})$$

El cálculo de esas contribuciones presenta cierta complejidad, debido al hecho de que una contribución integra la base de cálculo de la otra y ambas son calculadas “por dentro”. El cálculo también se dificulta debido a la inclusión del ICMS en la base de cálculo, pues ese impuesto, como será visto más adelante (sección II.6.6), es, del mismo modo, calculado “por dentro”.

Aunque todos esos cálculos sean efectuados automáticamente a través del Siscomex, con la finalidad de fijar el valor de las contribuciones y de los demás tributos recaudados en el momento de la importación, la SRF se ocupa de un proyecto que permita simular todos los cálculos a partir de la información de la clasificación NCM

y del Valor en Aduana de la mercancía en el sitio electrónico (<http://www.receita.fazenda.gov.br>). También es posible efectuar los cálculos de las contribuciones sociales a partir de las fórmulas constantes de la Instrucción Normativa SRF N° 572/05.

III.6.5. CIDE - Combustibles

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

La CIDE-Combustibles también cumple con el principio de no-acumulación. De esta forma, el valor pagado 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 expresa en las unidades de medida constantes de los Anexos I y II de la Instrucción Normativa SRF N° 422/04. Se calcula la contribución por la aplicación de las alícuotas fijadas en el artículo 10 de la mencionada Instrucción Normativa sobre la base de cálculo. Así, la contribución obedece a la siguiente fórmula:

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

III.6.6. Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços – ICMS

El ICMS (Impuesto sobre la Circulación de Mercancías y Prestación de Servicios) es un tributo de competencia de los estados que grava la circulación de productos en el mercado interno. El impuesto se aplica también a bienes importados en general, a fin de promover un trato tributario uniforme a los productos importados en relación a los nacionales.

El ICMS también es un tributo no acumulativo, siendo el valor pagado 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 el 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 en Aduana, del II, del IPI, del propio ICMS (cálculo “por dentro”), de cualquier otro tributo aplicado a la importación y de los gastos en aduana referentes a la importación, que son los demás gastos efectuados para el despacho de importación, tales como el almacenaje, *capatazia* etc. Solamente después del arribo de la mercancía será posible determinar el total exacto de los gastos en aduana. Por lo tanto, recién en ese momento será posible hacer una estimativa del impuesto, que se puede calcular por medio de la siguiente fórmula:

$$\text{ICMS} = \text{Alícuota ICMS(\%)} \times (\text{VA} + \text{II} + \text{IPI} + \text{ICMS} + \text{otros tributos} + \text{gastos en aduana})$$

O, alternativamente:

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

Se resalta que, como se ha visto anteriormente, el ICMS integra la base de cálculo de las contribuciones sociales PIS-Importación y Cofins-Importación. Así, para fines de cálculo de esas contribuciones, el valor del ICMS es aquel encontrado por el producto de la alícuota del impuesto y la suma del Valor en Aduana, del II, del IPI y del ICMS (cálculo “por dentro”), como sigue:

$$\text{ICMS para el cálculo de la Cofins y del PIS} = \text{Alícuota ICMS (\%)} \times (\text{VA} + \text{II} + \text{IPI} + \text{ICMS})$$

O, alternativamente:

$$\text{ICMS para el cálculo de la Cofins y del PIS} = \text{Alícuota ICMS (\%)} \times (\text{VA} + \text{II} + \text{IPI}) / [1 - \text{Alícuota ICMS(\%)}]$$

III.6.7. Adicional ao Frete para Renovação da Marinha Mercante (AFRMM)

El AFRMM (Adicional al Flete para Renovación de la Marina Mercante) es una contribución social de intervención en el dominio económico, de competencia federal, actualmente establecido en la Ley N° 10.893/04, que se aplica al 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 pagado antes del registro de la Declaración de Importación, con auxilio del sistema Mercante, del Departamento del Fondo de la Marina Mercante,

y del Ministerio de los Transportes. El adicional 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 altura / internacional;
- 10% en la navegación de cabotaje; y
- 40% en la navegación lacustre y fluvial.

El AFRMM no se aplica al flete de mercancías originarias de países miembros del MERCOSUR y aquellas amparadas en compromisos internacionales firmados por Brasil, con 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, conforme tabla constante en el artículo 13 de la IN SRF N° 680/06.

A fines de 2006, el valor mínimo para esa tasa era de R\$ 40,00 (aproximadamente US\$ 18.00). En media, el valor cobrado era de cerca de R\$ 50,00 (US\$ 22.00) por Declaración de Importación en 2006.

III.6.9. Defensa comercial

Las medidas de defensa comercial son medidas de defensa de la industria doméstica que pueden ser aplicadas en virtud de prácticas desleales (*dumping* y subsidios) o en razón de dificultades enfrentadas por determinadas industrias nacionales ante un aumento abrupto de las importaciones (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 de abertura 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.

Es importante aclarar que, aunque las medidas de defensa comercial estén tratadas en esta sección, sólo las salvaguardias tienen naturaleza tributaria.

III.6.9.1. Anti-dumping

Se considera práctica de *dumping* la introducción de un bien en el mercado doméstico, incluso 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*. Se puede calcular el derecho *antidumping* 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*, se la aplica al Valor en Aduana de la mercancía.

III.6.9.2. Medidas compensatorias

Se pueden aplicar 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. Se calcula el derecho compensatorio 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 se la aplica al Valor en Aduana de la mercancía.

III.6.9.3. Salvaguardias

Se pueden aplicar medidas de salvaguardia a un producto si se constata que las importaciones de ese 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. Se aplican las medidas de salvaguardia en la medida 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 salvaguardia a productos procedentes de países en desarrollo cuando la parcela que le corresponde en las importaciones del producto

considerado no es superior al 3%, desde que la participación del conjunto de los países en desarrollo no represente, en conjunto, más del 9% de las importaciones del producto considerado.

III.6.10. Gastos diversos

Además de los tributos arriba listados, 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 según el puerto, aeropuerto o el local de frontera utilizado para la entrada de la mercancía en el País, pudiendo ser más altos o más bajos 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 retrasar la liberación de una mercancía e incurrir en un mayor gasto de almacenaje.

Entre los gastos se pueden citar:

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

III.7. Preferencias arancelarias

La globalización y la interdependencia económica, al abarcar tanto los mercados financieros cuanto a la producción de bienes y servicios, ocasionaron 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 sus 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 exportar a Brasil un producto con preferencia arancelaria, es necesario cumplir tres condiciones básicas:

- i. existir acuerdo o tratado bilateral o multilateral firmado por Brasil;
- ii. el producto esté incluido en el acuerdo o tratado;
- iii. que el producto cumpla las condiciones mínimas de requisitos de origen exigidas en 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 aplicados a importación.

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

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

III.7.1. MERCOSUR

Creado en 1991, a través de la firma del Tratado de Asunción, el MERCOSUR es integrado por Brasil, Argentina, Uruguay, Paraguay y, más recientemente, por 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:

- a) 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;
- b) el establecimiento de una Tarifa Externa Común – TEC y la adopción de una política comercial común en relación a terceros países;

- c) 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
- d) 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 a 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 del 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, según el 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:

- ACE 36: MERCOSUR – Bolivia.
- ACE 58: MERCOSUR – Perú.
- ACE 59: MERCOSUR – Colombia y Ecuador.

III.7.4. Otros acuerdos

Dentro del espacio latinoamericano Brasil cuenta aún con los siguientes acuerdos:

- ACE 35: MERCOSUR - Chile.
- ACE 43: Brasil – Cuba.
- ACE 53: Brasil – México.
- ACE 54: MERCOSUR – México.

Fuera del ambiente latinoamericano, el MERCOSUR mantiene estrechas relaciones con países africanos y con la India. El acuerdo entre el MERCOSUR y la Unión Aduanera del África Austral (Sacu), formada por Sudáfrica, Botsuana, Namibia, Lesotho y Suazilandia, incluye actualmente dos mil productos y será ampliado en breve con la inclusión del sector automotriz.

El acuerdo MERCOSUR – India, firmado en diciembre del 2005, no está vigente, pero prevé fuerte reducción de tarifas.

El acuerdo MERCOSUR – Comunidad Económica Europea se encuentra en fase de negociación.

III.8. Pagos internacionales y cambio

La entrada o salida de divisas de Brasil involucra obligatoriamente un contrato de cambio, que debe seguir las normas establecidas por el *Banco Central do Brasil*.

Para firmar el contrato de cambio, la empresa brasileña no necesita dirigirse a un establecimiento bancario, pues el mismo es efectuado en el Siscomex con firma electrónica. La negociación de la tasa cambiaria del día es fijada telefónicamente con los corredores del banco.

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, incluso 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 es hecho a través de las modalidades de cobros documentales (a la vista o a plazo), los bancos brasileños sólo entregarán los documentos originales al importador cuando éste proceda a formalizar el respectivo contrato de cambio, convirtiendo los reales en moneda extranjera para efectuar el pago al exportador.

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 dá 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 de contrato de cambio por el importador brasileño.

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 documentario.

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 se aplica el impuesto a la renta. Si el financiador fuera un banco privado, se puede cobrar otros encargos además de la corrección cambiaria sobre el principal.

III.9. Regímenes en Aduanas Especiales

Los regímenes en aduanas especiales constituyen excepciones a las reglas generales establecidas en el régimen en aduana 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 de aduana, o la salida de estos del País, sin el pago de los gravámenes aplicados al comercio exterior. Las mercancías sometidas a esos regímenes ingresan en el País sin la exigencia inmediata de cobro de los tributos aplicados a importación. De modo general, la aplicación del régimen está asociada a un control en aduana estricto y al cumplimiento de determinadas condiciones.

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

III.9.1. *Drawback*

Se aplica el régimen de *drawback* a través de la suspensión, exención o restitución de tributos aplicados a importación de mercancías sometidas a un proceso de industrialización de productos destinados a la exportación. El régimen de *drawback* está reglamentado por la Portería SECEX N° 35, del 24 de noviembre de 2006. La legislación brasileña prevé tres modalidades de *drawback*: suspensión, exención y restitución.

Suspensión: se aplica el régimen 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. La Secretaría de Comercio Exterior (SECEX) concede el régimen electrónicamente por medio de la emisión de Acto de Concesión de *Drawback*. La comprobación se realiza mediante el confronto de las importaciones realizadas con las exportaciones vinculadas al respectivo Acto de Concesión, según 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 habilitarse 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 Secretaría de los Ingresos Tributarios Federales (SRF).

III.9.2. Admisión temporaria

La Admisión Temporaria es el régimen aduanero que permite el ingreso 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 aplicados a importación y el compromiso de ser reexportadas.

Tal régimen está reglamentado por la Instrucción Normativa SRF N° 285/03 y legislaciones complementarias que tratan de situaciones específicas, 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 el ingreso en el territorio de aduana 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 cumplimiento de las condiciones, requisitos o plazos establecidos para la aplicación del régimen, se impondrá también una multa del 10% del Valor en Aduana de la mercancía.

Dependiendo de la finalidad y del valor de los bienes, además de la firma del término de responsabilidad se puede demandar la presentación de garantía de los tributos suspensos.

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 aplicados a importación. El régimen permite, aún, la permanencia de mercancía extranjera en feria, congreso, muestra o evento semejante, realizado en recinto de uso privativo, con previa certificación de almacenaje en aduana.

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

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

Sólo se concede el régimen cuando autorizado en acuerdo o convenio internacional firmado por Brasil.

III.9.5. Importación triangular

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

La compra, conocida como comercio 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 en aduana

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

Se utiliza este régimen para transporte de mercancías importadas que no fueron todavía nacionalizadas desde el puerto, aeropuerto o punto de frontera de entrada en el País hasta el local donde deberá ser efectuado el despacho en aduana.

De la misma forma, se lo aplica en 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

Brasil es un mercado naturalmente atractivo para empresas de cualquier país en razón del tamaño de su población y a su elevado potencial de consumo, comparable al de algunos grandes mercados mundiales. Por otro parte, el mercado brasileño es 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.

La tarea de vender 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 llegue al consumidor brasileño? Hay que tener en consideración algunas tareas fundamentales, como prospección de mercado, conocimiento de las prácticas comerciales en 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, donde se encuentran las ciudades con los mayores niveles de consumo *per capita* del País y patrón de consumo más diversificado.

Lo ideal es seleccionar uno de estos estados como primera puerta de entrada y, posteriormente, a lo largo de las negociaciones, expandir los contactos hacia otras regiones. 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 estén ubicados. 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 disponible en el sitio electrónico <http://www.braziltradenet.gov.br>, *link* "PSCI".

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 correo electrónico o personalmente. El comprador brasileño suele hacer una detallada encuesta sobre los proveedores existentes en el mercado mundial y seguramente buscará 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 Factura *Pro Forma* (ver sección III.4.2). 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 (ver sección III.8.1).

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 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 en aduana, incluso con multas y penalidades previstas en el reglamento en aduana a ser aplicado por la SRF 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 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 la Ley Nº 8.666, del 21 de junio de 1993, que establece la necesidad de procesos de licitación para estas compras, tanto de bienes cuanto de servicios, incluso 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, predominando 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 empresa 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.

Se publican todas las licitaciones en la Internet.

IV.4. Canales de distribución

El exportador puede elegir entre tres caminos para colocar sus productos en Brasil, según las conveniencias comerciales y también 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 negociar 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 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 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, del 29 de noviembre de 1972, que requiere que las empresas interesadas obtengan registro especial en la SECEX y en la SRF, 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 menos que ella esté interesada en realizar inversiones que posibiliten ampliar sus espacios comerciales a los demás estados.

Algunos exportadores prefieren trabajar con varias firmas importadoras, localizadas en 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 capital donde actúan.

IV.4.3. Agentes comerciales

Otra 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 intermediación 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 Brasil un gran número de profesionales con experiencia en comercio exterior, particularmente en importación, interesados en representar empresas extranjeras que deseen introducir sus productos en el mercado brasileño. Es necesario, sin embargo, que el exportador establezca un criterio de selección del 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 mercado 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 Brasil:

- Cuenta Gráfica: el importe de la comisión a ser pagado al agente comercial queda retenido en el banco brasileño, el cuál, 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 importe de las comisiones, las partes pueden estipular 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 estipulada del pago de las comisiones y el porcentual pactado entre las partes.

IV.4.4. Apertura de oficina en 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 contacto con potenciales importadores directos o indirectos. Caso deseen que la oficina sea responsable también por la operación de importación, se debe constituir 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. Se considera la sucursal, para todos los efectos de responsabilidad comercial, fiscal, legal y de registros públicos, una empresa nacional.

Los funcionarios brasileños estarán amparados por la legislación laboral vigente, así como los extranjeros que establezcan residencia fija en Brasil. No pasa lo mismo para extranjeros que estén en el País en carácter temporario, exclusivamente para desarrollar actividades profesionales de acuerdo con los objetivos comerciales de la sucursal.

Según las normas del Banco Central, en lo que toca al cambio, no existen impedimentos para el ingreso de divisas para manutención de la oficina, o para salidas al efecto de remesas de utilidades y dividendos, obedeciendo a los procedimientos vigentes en cada caso.

Cabe destacar que es usual en Brasil el funcionamiento de oficinas en edificios comerciales, normalmente ubicados en el centro de la ciudad o en zonas residenciales debidamente autorizadas. De esa forma, al alquilar una oficina hay que observar esta norma y cumplir otras restricciones específicas, en el caso de haber circulación 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 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 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 en Aduana, 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 Brasil se denominan agencias marítimas, ubicadas en las capitales principales, 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 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 (calculado por kilo) es alto en relación al marítimo, cuyo flete se calcula por tonelada, metro cúbico o unidad de transporte (contenedor).

Existen diversas compañías aéreas que hacen el servicio de carga 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 el exportador o importador pueda tratar directamente con la compañía aérea.

La tarifa, calculada por peso, 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 están obligadas a cobrar las tarifas de flete convencionales y que se deben mencionar 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 conexión en los aeropuertos de Viracopos (Estado de São Paulo) o Galeão (Estado do Rio de Janeiro), con un tiempo de viaje mayor, dependiendo de la logística del trasbordo 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 *Agência Nacional de Aviação 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 Chui (frontera con Uruguay), Uruguiana (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 de 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, Rondonia, 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.

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 y Paraguay, siendo que las empresas 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 el importador brasileño, en el terminal de cargas terrestres, puede hacer el desaduanaje de la mercancía en la frontera, donde existen puestos avanzados de la SRF conectados al sistema Siscomex para atender a los importadores.

Todas las empresas transportadoras que exploran las rutas terrestres sudamericanas 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 *Agência Nacional de Transportes Terrestres* - ANTT.

IV.5.4. Modal ferroviario

El transporte internacional de cargas por vía ferroviaria en 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 28.000 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.

Se calcula el flete en la base de una tonelada igual a 3,5 metros cúbicos, pero también se puede utilizar un 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 se puede hacer 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 en Aduana FOB, componen el Valor en Aduana 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 Brasil se realizan ferias y exposiciones de los más diversos productos y sectores durante prácticamente todo el año, principalmente en las ciudades más grandes. 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 <http://www.braziltradenet.gov.br> un calendario oficial de las principales ferias realizadas en el País. Se adjuntan en esta publicación los principales eventos realizados anualmente en 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 hechos todavía en el país de origen, con la debida antelación, 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 Brasil. Se adjuntan en esta publicación informaciones sobre órganos oficiales, cámaras de comercio, asociaciones sectoriales y otras instituciones relevantes en Brasil, así como sobre las embajadas y consulados brasileños en los países sudamericanos.

IV.6.3. Publicidad y marketing

Aún que sea 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 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 antelación.

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 solicitar una cita con fecha y hora previamente definidas y dentro del horario comercial.

Antes del viaje, el empresario debe tomar algunas providencias, 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, incluso 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 eventuales clientes; y
- providenciar con antelación las reservaciones de hoteles y vuelos, incluso los domésticos.

Además se debe tener en consideración que las capitales brasileñas son ciudades cosmopolitas. En ese sentido, se deben fijar las diversas citas con un cierto intervalo de tiempo entre ellas.

V. RECOMENDACIONES GENERALES A LOS EXPORTADORES

Tratar con clientes brasileños no es difícil. Aún que la reunión sea 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

Se deben solicitar las reuniones comerciales 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. La persona que administra la agenda (normalmente es la secretaria de la empresa brasileña) es la responsable de comunicar eventuales cambios a todos los participantes de la reunión.

Puntualidad es un ítem importante, razón por la cual el visitante debe tener en consideración 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, llegando 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 membretados de la empresa.

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 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 moleste si la secretaria interrumpe la reunión o si el móvil del cliente comienza a sonar.

Normalmente, el empresario brasileño trata de sus negocios solo o acompañado por otra persona de la empresa que tenga alguna relación con el tema tratado.

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.

Se deben explicar claramente los sistemas de asistencia técnica pos-venta, repuesto y mantenimiento u otros compromisos necesarios pos-venta, principalmente en lo que se refiere a la parte financiera.

Para compras 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. Se puede registrar el contrato en una notaría (escribanía) y escoger, de común acuerdo, el foro para dirimir eventuales pendencies, pudiendo ser Brasil o el país del exportador. Se debe redactar el contrato en los dos idiomas.

Algunos importadores suelen discutir los puntos importantes del contrato en la reunión y, posteriormente, se formaliza el texto final vía fax o por correo electrónico.

Cuando se percibe que no hay interés por parte del cliente, la reunión se debe dar por terminada, pues difícilmente el empresario brasileño es directo, a punto de manifestarle que no está interesado en comprar el 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.

Jamás comente la política o la situación económica de Brasil, ni tampoco temas relacionados con el comercio exterior brasileño con los cuales no esté de acuerdo, porque pueden llevar a comparaciones inoportunas.

Habitualmente, durante la fase de “rompimiento del hielo” se ofrece el tradicional “cafezinho” (café negro), acompañado de agua (natural o gasificada). Aunque sea servido en una taza pequeña, el café es fuerte, muy distinto del que es degustado en los demás países latinoamericanos, y se puede endulzar con azúcar o edulcorante. Se suele primero tomar el café y después el agua. El ritual se desarrolla en un clima cordial. En este momento, el exportador puede repartir su tarjeta de visitas y, si lo considera oportuno, pequeños obsequios de la empresa, tales como llaveros o bolígrafos.

Usted también recibirá la tarjeta de los clientes. Retenga el nombre del 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. La presentación debe ser objetiva, breve, clara y, si de carácter técnica, no sea didáctico, pues se supone que el cliente también conoce el producto que desea comprar. Normalmente se harán pocas preguntas durante la presentación, pero al término de la misma seguramente surgirán cuestionamientos sobre todos los aspectos de su producto, incluso 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 terminado. En esos casos, todos suelen quedarse de pie y, si el clima es propicio, se hacen algunos comentarios con una buena dosis de humor. A depender del clima comercial que se

ha establecido en la reunión, es posible que haya una invitación para un almuerzo o cena, con la intención de seguir tratando de negocios. No se considera 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 le esté invitando a degustarla. Lo más usual es que todos los participantes beban agua o gaseosa.

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, difícilmente se invitará el visitante 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, aunque el cliente insista en asumir el pago, pues su gesto será bien visto, no por el aspecto financiero, sino por la cortesía.

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. Sin embargo, 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 del 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. 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, se deben evitar algunos comportamientos, 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 correos electrónicos del cliente.
- 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.
- Retrasar 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 de 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 Brasil.
- Elogiar exageradamente su país, haciendo comparaciones con Brasil.

ANEXOS

ANEXO I. ÓRGANOS E INSTITUCIONES

1. Órganos del gobierno brasileño

➤ **Presidencia de la República**

Eixo Monumental, Praça dos Três Poderes, Edifício Palácio do Planalto.

Teléfono: + 55 (61) 3411-1221 Fax: + 55 (61) 3411-1222

Sitio: www.planalto.gov.br

➤ **Vice-Presidencia de la República**

Teléfono: + 55 (61) 3411-2901 Fax: + 55 (61) 3226-9871

Sitio: www.planalto.gov.br

➤ **Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento**

Esplanada dos Ministérios, Bloco D, 8º andar

CEP 70068-900 Brasília – Distrito Federal

Teléfono: + 55 (61) 3226-5161, + 55 (61) 3218-2800 Fax: + 55 (61) 3225-9046, + 55 (61) 3226-8091

Sitio: www.agricultura.gov.br/

➤ **Ministerio de Ciencia y Tecnología**

Esplanada dos Ministérios, Bloco E, 4º andar, CEP 70068-900 Brasília – Distrito Federal

Teléfono: + 55 (61) 3224-4364, + 55 (61) 3223-4134, + 55 (61) 3317-7506 Fax: + 55 (61) 3225-7496

Sitio: www.mct.gov.br/

➤ **Ministerio de Desarrollo Agrario**

Esplanada dos Ministérios, Bloco A, 8º Andar

CEP 70068-900 Brasília – Distrito Federal

Teléfono: + 55 (61) 3223-8076, + 55 (61) 3314-8002/03 Fax: + 55 (61) 3322-0492

Sitio: www.incra.gov.br/

➤ **Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior**

Esplanada dos Ministério, Bloco J, 6º andar

CEP 70068-900 Brasília – Distrito Federal

Teléfono: + 55 (61) 3329-7002/7001/7007/7226 Fax: + 55 (61) 3329-7230

Sitio: www.mdic.gov.br

➤ **Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social**

Avenida República do Chile, 100 – Edifício Juvenal Osório, 19º andar

CEP 20139-900 Rio de Janeiro - RJ

Teléfono: + 55 (21) 2172-7001 / 7002 Fax: + 55 (21) 2533-1538

Sitio: www.bndes.gov.br

- **Instituto Nacional de Propiedad Industrial**
Praça Mauá, 07 – Centro – 10º andar
CEP 20081-240 Rio de Janeiro - RJ
Teléfono: + 55 (21) 2139-3037 Fax: + 55 (21) 2263-2539
Sitio: www.inpi.gov.br

- **Instituto Nacional de Metrología, Normalización y Calidad Industrial**
SEPN Quadra 511, Bloco B, Edifício Bittar III – 4º andar
CEP 70750-542 Brasília – Distrito Federal
Teléfono: + 55 (61) 3340-2221 Fax: + 55 (61) 3247-3284
Sitio: www.inmetro.gov.br

- **Ministerio de Hacienda**
Esplanada dos Ministérios, Bloco P, 5º andar
CEP 70068-900 Brasília – Distrito Federal
Teléfono: + 55 (61) 3321-3995/2689, + 55 (61) 3322-2438 Fax: + 55 (061) 3412-1721
Sitio: www.fazenda.gov.br/

- **Secretaría de los Ingresos Tributarios Federales**
Esplanada dos Ministérios, Bloco P, 7º andar
CEP 70068-900 Brasília – Distrito Federal
Teléfono: + 55 (61) 3412-2707 / 2708 Fax: + 55 (61) 3321-0488
Sitio: www.receita.fazenda.gov.br

- **Ministerio de Minería y Energía**
Esplanada dos Ministérios, Bloco U, 8º andar
CEP 70068-900 Brasília – Distrito Federal
Teléfono: + 55 (61) 3319-5041/43, + 55 (61) 3223-9059 Fax: + 55 (61) 3319-5058, + 55 (61) 3226-9692
Sitio: www.mme.gov.br/

- **Ministerio de Relaciones Exteriores**
Esplanada dos Ministérios, Bloco H, 2º Andar
CEP 70170-900 Brasília – Distrito Federal
Teléfono: (61) 3224-4694, (61) 3322-2977 Fax: (61) 3226-1762
Sitio: www.mre.gov.br/

- **Departamento de Promoción Comercial**
Esplanada dos Ministérios, Bloco H, Anexo I, Sala 534
CEP 70170-900 Brasília – Distrito Federal
Teléfono: (61) 3411-8794 Fax: (61) 3411-8790
Sitio: www.btn.gov.br

- **Ministerio de Transportes**
Esplanada dos Ministérios, Bloco R, 6º andar
CEP 70068-900 Brasília – Distrito Federal
Teléfono: + 55 (61) 3224-0185/0995/0159, + 55 (61) 3223-1047 Fax: + 55 (61) 3226-4864
Sitio: www.transportes.gov.br/

- **ANTT – Agencia Nacional de Transportes Terrestres**
Setor Bancário Norte (SBN), Quadra 2, Bloco C
CEP 70040-020 Brasília – Distrito Federal
Teléfono: + 55 0800 610300
Sitio: www.antt.gov.br

- **ANTAQ – Agencia Nacional de Transportes Aquaviarios**
SEPN - Quadra 514 - Conjunto E – Edifício ANTAQ
CEP 70760-545 Brasília – Distrito Federal
Teléfono: + 55 (61) 3447-1035 Fax: + 55 (61) 3447-1040
Sitio: www.antaq.gov.br

- **ANTF – Agencia Nacional de Transportes Ferroviarios**
Setor de Autarquias Sul - Quadra 05, Bloco N, Edifício OAB, Sala 509
CEP 70070-050 Brasília – Distrito Federal
Teléfono: + 55 (61) 3226-5434 Fax: + 55 (61) 3321-0135
Sitio: www.antf.org.br

- **DNIT – Departamento Nacional de Infra-estructura de Transportes**
SAN Quadra 03 Lote A - Edifício Núcleo dos Transportes
CEP 70040-902 Brasília – Distrito Federal
Teléfono: + 55 (61) 3315-4000
Sitio: www.dnit.gov.br

- **Ministerio de Cultura**
Esplanada dos Ministérios, Bloco B, sala 401
CEP 70068-900 Brasília - Distrito Federal
Teléfono: + 55 (61) 3316-2171 / 2172 Fax: + 55 (61) 3225-9162
Sitio: www.cultura.gov.br

- **Ministerio de Medio Ambiente**
Esplanada dos Ministérios, Bloco B, 5º ao 9º andar
CEP 70068-900 Brasília – Distrito Federal
Teléfono: + 55 (61) 4009-1289 Fax: + 55 (61) 4009-1756
Sitio: www.mma.gov.br

- **Ministerio de Salud**
Esplanada dos Ministérios, Bloco G
CEP 70058-900 Brasília – Distrito Federal
Teléfono: + 55 (61) 3315-2392 Fax: + 55 (61) 3224-8747
Sitio: www.saude.gov.br

- **Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria**
SEPN Quadra 515, Bloco B, Edifício Ômega
CEP 70770-502 Brasília – Distrito Federal
Teléfono: + 55 (61) 3448-3177 Fax: + 55 (61) 3448-1277
Sitio: www.anvisa.gov.br

➤ **INFRAERO – Empresa Brasileña de Infra-estructura Aeroportuaria**

SCS – Quadra 4, Bloco A – N.58 Ed. Infraero

CEP 70304-902 Brasília – Distrito Federal

Teléfono: + 55 (61) 3312-3222 Fax: + 55 (61) 3321-0512

Sitio: www.infraero.gov.br

2. Embajadas de Brasil en América del Sur

➤ **Asunción (-1h)**

Calle Cel. Irazabal, esq. Eligio Ayala

Casilla de Correo 22

Asunción – Paraguay

Teléfono: (59521) 214-680/534/466

Teléfono: (59521) 220-971

Teléfono: (59521) 213-450

Fax: (59521) 212-693

Correo electrónico: parbrem@embajadabrasil.org.py

Sitio: www.embajadabrasil.org.py

- *Centro de Estudios Brasileños:*

25 de mayo, 1875 esq Gen. Aquino

Casilla de Correo 197

Asunción - Paraguay

Teléfono: (59521) 227-188 / 200-490

Telfax: (59521) 200-374

➤ **Bogotá (- 2h)**

Calle 93, n. 14-20, piso 8

Apartado Aéreo 90540

Bogotá – Colombia

Teléfono: (571) 218-0800 (General)

Correo electrónico: embaixada@brasil.org.co (General)

Sitio: www.brasil.org.co

- *Instituto de Cultura Brasil-Colombia*

Calle 93, número 13 a - 75

Teléfono: (571) 617-0625/0645

Fax: (571) 236-3648

Agregaduría:

Teléfono: (571) 218-2381 (Ejército/Marina)

Fax: (571) 623-2074 (Ejército/Marina)

Agregaduría:

Teléfono: (571) 623-2075 (Aeronáutica)

Fax: (571) 623-2076

Agregaduría:

Teléfono/Fax: (571) 601-9508 (Policía Federal)

➤ **Buenos Aires (0h)**

Calle Cerrito 1350

1010 Buenos Aires – Argentina

Teléfono: (5411) 4515-2400 (General)

Fax: (5411) 4515-2401 (general)

Correo electrónico: embras@embrasil.org.ar

➤ **Caracas (-1h)**

Calle los Chaguaramos con Avenida Mohedano

Centro Gerencial Mohedano - Piso 6

Apartado Postal 3977 Carmelitas 1010

La Castellana 1060

Caracas – Venezuela

Teléfono: (58212) 261-7553/5505/6529/2433/3457

Correo electrónico: brasembcaracas@cantv.net

Sitio: www.embajadabrasil.org.ve

- Instituto Cultural Brasil-Venezuela - ICBV

Av. San Felipe, entre 1ª y 2ª Transversales, Quinta Degania,

Nº 29930-12, Urbanización La Castellana, Caracas, Venezuela.

Teléfono: (58212) 266-1476

Fax: (58212) 266-4302

Correo electrónico: instituto@icbv.org.ve

➤ **La Paz (-1h)**

Av. Arce, S/Nº esq. Rosendo Gutierrez,

Edificio Multicentro - Sopocachi

Casilla de Correo 429 - La Paz – Bolivia

Teléfono: (5912) 244-0202/2886/3210/2157/1273

Fax: (5912) 244-0043 e 211-2733

Correo electrónico: embajadabrasil@brasil.org.bo

Sitio: www.brasil.org.bo

- Centro de Estudios Brasileños

Avenida 20 de Octubre, 2038
Edificio "Foncomin" 2º Piso
La Paz - Bolivia
Teléfono: (5912) 35-0718
Fax: (5912) 39-1258
Correo electrónico: centrodeestudios@brasil.org.bo

➤ Lima (-2h)

Av. Jose Pardo 850
Miraflores
Lima 18 - Perú
Apartado Postal 2405
Teléfono: (511) 241-4066 e 242-7997
Celular: (511) 9349-1045 (Horario fuera de turno para asuntos diplomáticos)
Celular: (511) 9348-2042 (Horario fuera de turno para asuntos consulares)
Fax: (511) 445-2421
Correo electrónico: embajada@embajadabrasil.org.pe

➤ Montevideo (0h)

Boulevard Artigas, 1328
Apartado Postal 16.022
Montevideo – Uruguay
Teléfono: (5982) 707-2003/2119/2036(General)
Fax: (5982) 707-2086

- Sector de Promoción Comercial

Calle 20 de Setiembre 1415
Montevideo - Uruguay
Teléfono: (5982) 709-6821/22/23 y 708-0455
Correo electrónico: montevideu@brasemb.org.uy (General)
Correo electrónico: secom@brasemb.org.uy (Sector Comercial)
Sitio: www.brasil.org.uy

➤ Quito (-2h)

Edificio España
Avenida Amazonas 1429 y Colón - Pisos 9º y 10º
Casilla de Correo 17-01-231
Quito – Ecuador
Teléfono: (5932) 256-3086/3115/3141/3142 y (5932) 255-5292 (General)
Correo electrónico: ebrasil@embajadadelbrasil.org.ec
Sitio: www.embajadadelbrasil.org.ec

- Instituto Brasileño-Ecuatoriano de Cultura

Calle Paul Rivet N 31 - 11 y Wimper
Casilla de Correo 17-01-231
Quito - Ecuador
Teléfono: (5932) 250-1860 / 255-6883
Teléfono/Fax: (5932) 252-0641
Correo electrónico: ibec-ecu@trans-telco.net

➤ Santiago (-1h)

Calle Alonso Ovalle, 1665
Casilla de Correo 1497
Santiago - República de Chile
Casilla de Correo 1444 (Sector de Promoción Comercial)
Teléfono: (562) 698-2347 / 48
Teléfono: (562) 698-2486 / 88
Teléfono: (562) 876-3400
Correo electrónico: embrasil@brasembsantiago.cl
Sitio: www.embajadadebrasil.cl

3. Consulados de Brasil en América del Sur**➤ Buenos Aires (Argentina)**

Carlos Pellegrini 1363, 5o Piso
C1011aaa
Ciudad de Buenos Aires
Argentina
Teléfono: +54 (11) 4515-6500 (geral)
Tel.Fax: +54 (11) 4515-6534
Fax: +54 (11) 4508-6520
Correo electrónico: diversos@conbrasil.org.ar

➤ Córdoba (Argentina)

Av. Ambrosio Olmos, 615
5000 - Córdoba – Argentina
Teléfono: +54 (351) 468-4700 (jefe del puesto)
Teléfono: +54 (351) 468-5919 / 469-5812
Teléfono: +54 (9351) 507-5627 (de turno - comunicaciones)
Teléfono: +54 (9351) 529-0708 (de turno - consular)
Fax: +54 (351) 468-5539
Correo electrónico: conbracg@ciudad.com.ar

➤ **Santa Cruz de la Sierra (Bolivia)**

Av. German Busch, 330
Casilla Postal 191
Santa Cruz de la Sierra – Bolivia
Teléfono: (5913) 333-7368/334-4400/333-6888
Teléfono: 5913) 345-3962/345-3963
Celular: (5913) 708-23961 (de turno)
Fax.: (5913) 335-0488

➤ **Santiago de Chile (Chile)**

“Edificio Banco Exterior”
Calle Enrique Mac-Iver, 225 - 15° Piso
Santiago – Centro
Teléfono: +56 (2) 425-9230/31/32 (central)
Teléfono : +56 (2) 441-9187 (directo Consul-General)
Teléfono : +56 (2) 441-9188/89 (directo Consul-Adjunto)
Fax : +56 (2) 441-9197
Correo electrónico: consbraschile@123.cl
Sitio: www.cobrachi.co.cl

➤ **Asunción (Paraguay)**

Calle Gral Diaz C/14 de Mayo N° 521
Edificio Faro Internacional 3° Piso
Asunción – Paraguai
Teléfono: +595 (21) 441-749 (directo - jefe)
Teléfono: +595 (21) 448-069 / 084 (general)
Teléfono: +595 (21) 444-088

➤ **Ciudad del Este (Paraguay)**

Calle Pampliega Nr. 205
Esquina Con Pai Perez
Ciudad del Este - Paraguay
Casilla de correo 541
Foz do Iguacu – Paraná - Brasil
Cep: 85857-970
Teléfono: +595 (61) 500-984/986 - 504-298/300 (geral)
Celular: +595 (983) 611-625 (de turno - Sector de Asistencia a Brasileños)
Fax: +595 (61) 500-985
Correo electrónico: consulbr@telesurf.com.py

➤ **Pedro Juan Caballero (Paraguay)**

Calle Marechal Estigarribia N° 250,
Entre Carlos Antonio López y Natalicio Talavera
Pedro Juan Caballero – Paraguay
Teléfono: +595 (36) 72-218 / 73-562
Fax: +595 (36) 72-628

➤ **Iquitos (Perú)**

Calle Napo, N° 274,
Departamento B,
Frente a La Plaza de Armas,
Iquitos - Perú.
Teléfono.: +51 (65) 235-151
Teléfono: +51 (65) 235-153
Fax: +51 (65) 235-147

➤ **Montevideo (Uruguay)**

Calle Convencion Nr. 1343 - 6 Piso
Edificio "La Torre"
Montevideo – Uruguay
Teléfono.: +598 (2) 902-17-12 (directo Cónsul-General)
Teléfono: +598 (2) 900-5073 (directo Cónsul-Adjunto)
Teléfono: +598 (2) 901-2024, 901-1460, 908-1713 e 900-6282
Correo electrónico: conbras@consbras.org.uy

➤ **Rivera (Uruguay)**

Calle Ceballos, 1159
Departamento de Rivera
Republica Oriental del Uruguay
Teléfono: +598 (622) 3278
Fax: +598 (622) 4470

➤ **Ciudad Guayana (Venezuela):**

Edificio Eli-Alti, Oficina 04
Alta Vista
Ciudad Guayana, Venezuela, 8050
Teléfono: (58 286) 961-2995
Teléfono: (58 286) 961-9233
Fax: (58 286) 923-7105
Correo electrónico: consbras@cantv.net

4. Vice-consulados de Brasil en América del Sur

➤ **Paso de los libres (Argentina):**

Bartolomeo Mitre 918
Paso de los Libres - Corrientes
República Argentina
Tel/Fax: +54 (3772) 425-444 / 441
Correo electrónico: vclibres@uol.com.br

➤ **Puerto Iguazu (Argentina):**

Avenida Córdoba, 264
Cep: 3-370 - Misiones
Puerto Iguazú – Argentina
Teléfono: +54 (3757) 421-348

➤ **Cobija (Bolivia):**

Av. René Barrientos S/N,
Barrio Central,
Cobija - Bolivia
Casilla de Correo 144
Teléfono: (5913) 842-2110
Fax: (5913) 842-3225
Celular: (591) 711-16201
Correo electrónico: vcbrasco@entelnet.bo

➤ **Cochabamba (Bolivia)**

Ed. Los Tiempos II, 9º piso
Av. Oquendo n. N-1080 - Plaza Quintanilla
Casilla 6673
Cochabamba – Bolivia
Teléfono: (5914) 425-5860 (General)
Celular : (591) 717-26427
Fax: (5914) 411-7084
Correo electrónico: cchbrvc@bo.net

➤ **Guayaramerin (Bolivia):**

Calle 24 de Septiembre, 28
Esquina con Calle Beni
Guayaramerin – Bolivia
Tel.: +591 (3) 855-4695
Tel/fax: +591 (3) 855-3766
Correo electrónico: consulbrasil@cotas.net

➤ **Puerto Suarez (Bolivia):**

Avenida Raúl Otero Reich, Esquina con Hormando Suárez Abrego
Puerto Suarez - Bolivia
Casilla de Correo 04 - Corumbá-MS
Cep 79301-970
Teléfono: +591 (3) 976-2040
Fax.: +591 (3) 976-2085
Celular: +591 (3) 7165-7725 (turno consular)
Correo electrónico: vcbrasil@entelnet.bo

➤ **Leticia (Colombia):**

Carrera 9a. Nr. 13-84
Leticia, Amazonas – Colombia
Teléfono.: +57 (8) 592-7384
Fax: +57 (8) 592-8116
Correo electrónico: brvcleticia@yahoo.com.br
brvcleti@col1.telecom.com.co

➤ **Concepción (Paraguay):**

Presidente Franco, 972
Concepción – Paraguay
Teléfono: (595 31) 42-655 (General)
Teléfono: (595 31) 40-532 (Sector de Comunicaciones)
Teléfono: (595 31) 41-177 (Jefe)
Correo electrónico: vcconcep@telesurf.com.py

➤ **Encarnación (Paraguay):**

Jorge Memmel, 452
Encarnación, Paraguay
Teléfono: +595 (71) 206335
Celular: +595 975 608721
Fax: +595 (71) 203950
Correo electrónico: epgbrvc@itacom.com.py

➤ **Salto del Guairá (Paraguay):**

Calle Cacique Canindeyú, N° 980 Casi Pasaje Morán
Salto del Guairá – Paraguay
Teléfono: +595 (46) 24-2305
Telefax: +595 (46) 24-2355
Celular de plantão: +595 981-362767

➤ **Rio Branco (Uruguay):**

Calle 10 de Junio, N° 379
Departamento de Cerro Largo
Rio Branco – Uruguay
Teléfono: +598 675-2003
Fax : +598 675-2816
Correo electrónico: bravcrb@adinet.com.uy

➤ **Santa Elena de Uairén (Venezuela):**

Calle Antonio José Sucre, N° 24
Santa Helena de Uairén,
Municipio Autónomo Gran Sabana,
Estado Bolívar, Venezuela.
Teléfono: +58 (289) 995-1277
Telefax: +58 (289) 995-1256
Correo electrónico: vcshubrcg@cantv.net

5. Cámaras de comercio representadas en Brasil

➤ **Cámara de Comercio Argentino-Brasileña de São Paulo**

Rua do Rócio, 423 - Conj. 801 e 802 - Ed. Meliá Confort Bussines
Vila Olímpia - São Paulo - SP
CEP 04.552-000
Teléfono: + 55 (11) 3842-3667 Fax: + 55 (11) 3842-6487
Correo electrónico: camarbra@camarbra.com.br
Sitio: 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 - 1° subsolo
Porto Alegre - RS Brasil
CEP: 90.030-140
Teléfono: + 55 (51) 3221-0555
Correo electrónico: info@cicbrar.com.br
Sitio: www.cicbrar.com.br

➤ **Cámara de Comercio e Industria Brasileño-Boliviana**

Av. Cásper Líbero 390 cj. 705 - 7° andar
São Paulo - Brasil
CEP: 01.033-011
Teléfono /fax: + 55 (11) 3313-0423
Correo electrónico: egalarza@terra.com.br

➤ Cámara de Comercio Brasil-Chile

Av. Paulista 509, 12º andar, Caixa Postal 29208 - Conj. 1213
São Paulo - Brasil
CEP: 04.561-990
Teléfono: + 55 (11) 3168-8628 Fax: + 55 (11) 3742-8335
Correo electrónico: info@camchile.com.br
Sitio: www.camchile.com.br

➤ Cámara de Comercio Brasil-Paraguay

Rua São Clemente, 371 - Cobertura
Rio de Janeiro - Brasil
CEP: 22.260-001
Teléfono: + 55 (21) 286-5846 / 3740 Fax: + 55 (11) 286-5846
Correo electrónico: combrapa@ig.com.br

➤ Cámara de Comercio e Industria Peruano-Brasileña

Rua Paulo Afonso, 200 - 2º andar - Brás
São Paulo Brasil
CEP: 03.050-030
Teléfono/Fax: +55 (11) 291-2399.

➤ Cámara Venezolana-Brasileña de Comercio e Industria

Rua Sergipe, 401 - Conj. 705, 7º andar
São Paulo - Brasil
CEP: 01.243-906
Teléfono: +55 (11) 3661-8523 Fax: +55 (11) 3661-7211
Correo electrónico: comvenez@cepa.com.br

➤ Cámara Internacional de Comercio del Cono Sur – MERCOSUR

Escritório Central
Manoel Isidoro da Silveira, 610 - C 101 - Lagoa da Conceição
Florianópolis - SC
CEP 88062-130
Teléfono: 55 (48) 3338-3647
Fax. : 55 (48) 3338-3647
Sitio: www.mercosulsc.com.br/

➤ Cámara de Comercio del MERCOSUR y América

Av. Ipiranga 344 - Ed. Itália, 11º andar
São Paulo - Brasil
CEP: 01.046-010
Teléfono: +55 (11) 3257-9957
Correo electrónico: info@ccmercosul.org.br

6. Bancos oficiales brasileños

➤ **Banco Central do Brasil**

Setor Bancário Sul (SBS), Quadra 3 Bloco B – Ed. Sede
Brasília – Distrito Federal.
CEP 70074-900
Teléfono: + 55 (61) 3414-1414.
Sitio: www.bcb.gov.br

➤ **Banco do Brasil**

Setor Bancário Sul (SBS), Quadra 1 Bloco A Lote 23 – Ed. Sede I
Brasília – Distrito Federal.
CEP 70073-900.
Teléfono: + 55 (61) 3310-5886.
Sitio: www.bb.com.br

➤ **Banco do Brasil – Sucursales en el Exterior:**

- Asunción – Paraguay.
Calle Oliva y Nuestra Señora de la Asunción.
Teléfono.: (595) 21 490121
Fax: (595) 21 490701
Correo electrónico: assunção@bb.com.br

- Buenos Aires – Argentina
Calle Sarmiento 487 (C1041AAI)
Teléfono: 54 11 4000-2700
Fax: 54 11 4000-2770
Correo electrónico: buenosaires@bb.com.br

- Caracas – Venezuela
Av. Francisco de Miranda Centro Lido, Piso 9
Oficina 93A, Torre A - El Rosal 1067-A.
Teléfono: 58 212 9522674 / 58 212 9523191
Fax: 58 212 9525251
Correo electrónico: caracas@bb.com.br

- Ciudad del Este – Paraguay
Calle Nanawa, 107
Esquina Monsenhor Rodrigues – Centro
Teléfono: 595 61 500319
Fax: 595 61 514197
Correo electrónico: ciudadedoleste@bb.com.br

- La Paz – Bolivia

Avenida 16 de Julho, 1642, El Prado.

Teléfono: 591 2 2310909

Fax: 591 2 2311788

Correo electrónico: lapaz@bb.com.br

- Lima – Perú

Av. Camino Real, 348 - Piso 9 - Torre El Pilar - San Isidro

Teléfono: 51 1 212 4230 / 212 5955

Fax: 51 1 4424208

Correo electrónico: bblima@bb.com.br

➤ **Caixa Econômica Federal**

Setor Bancário Sul (SBS), Quadra 4 Lote 03/04, Subsolo

Brasília – Distrito Federal

CEP 70092-900

Teléfono: + 55 (61) 3226-4011

Sitio: www.caixa.gov.br

➤ **BNDES – Banco Nacional de Desarrollo Economico y Social**

Atención Empresarial

Av. República do Chile, 100 - 1º andar - Sala 105 - Centro

Rio de Janeiro - RJ

CEP 20031-917

Teléfono: + 55 (21) 2172-8888

Fax: + 55 (21) 2220-2615

Teléfono general del BNDES: (21) 2172-7447

Correo electrónico: faleconosco@bndes.gov.br

Sitio: www.bndes.gov.br

➤ **FEBRABAN – Federación Brasileña de Bancos (incluso privados)**

Rua Libero Badaró, 425 - 17º andar

(Auditorio, biblioteca y salas de clase /reunión - 22º andar)

São Paulo – SP.

CEP 01009-905

Teléfono: + 55 (11) 3244.9800

Fax: + 55 (11) 3107.8486

• Se puede localizar los **bancos privados** en el sitio: www.febraban.org.br
(sección bancos asociados/código de compensación)

7. Associações y entidades representativas de sectores productivos

➤ **Aceites Vegetales**

ABIOVE - Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Vegetais
Teléfono: + 55 (11) 5536-0733 Fax: + 55 (11) 5536-9816
Sitio: www.abiove.com.br

➤ **Aeroespacial/Aeronáutica**

AIAB - Associação das Indústrias Aeroespaciais do Brasil
Teléfono: + 55 (12) 3931-2721 Fax: + 55 (12) 3933-0657
Correo electrónico: presidencia@aiab.org.br

➤ **Alimentos**

ABECITRUS - Associação Brasileira dos Exportadores de Citricos
Teléfono: + 55 (16) 620-5766 Fax: + 55 (16) 620-7036
Sitio: www.abecitrus.com.br

ABEF - Associação Brasileira dos Produtores e Exportadores de Frangos
Teléfono: + 55 (21) 2493-5007 Fax: + 55 (21) 2493-5007
Sitio: www.abef.com.br

ABIA - Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação
Teléfono: + 55 (11) 3038-1353 Fax: + 55 (11) 3814-6688
Sitio: www.abia.org.br

ABICAB - Associação Brasileira da Indústria de Chocolate, Cacau, Balas e Derivados
Teléfono: + 55 (11) 3266.4366 Fax: + 55 (11) 3266.4366
Sitio: www.abicab.org.br

ABIEC - Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes Industrializadas
Teléfono: + 55 (11) 3813-1277 Fax: + 55 (11) 3032-5997
Sitio: www.abiec.com.br

ABIMA - Associação Brasileira das Indústrias de Massas Alimentícias
Teléfono: + 55 (11) 3815-3233 Fax: + 55 (11) 3815-3233 ramal 117
Sitio: www.abima.com.br

ABIP - Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria
Teléfono: + 55 (31) 3335-4998 Fax: + 55 (31) 3335-4998
Sitio: www.abip.org.br

ABITRIGO - Associação Brasileira da Indústria do Trigo
Teléfono: + 55 (21) 2262-6436/3118 Fax: + 55 (21) 2262-7161
Sitio: www.abitrigo.com.br

➤ **Automovilística**

ABEIVA - Associação Brasileira das Empresas Importadoras de Veículos
Teléfono: + 55 (11) 3078-3989 Fax: + 55 (11) 3168-2348
Sitio: www.abeiva.com.br

AEA - Associação Brasileira de Engenharia Automotiva
Teléfono: + 55 (11) 5575-9043 Fax: + 55 (11) 5571-4590
Sitio: www.aea.org.br

ANFAVEA - Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores
Teléfono: + 55 (11) 5051-4044 Fax: + 55 (11) 5051-4044, ramal 225
Sitio: www.anfavea.com.br

FABUS – Associação Nacional dos Fabricantes de Carrocerias para Ônibus
Teléfono: + 55 (11) 3361-8034 Fax: + 55 (11) 223-9384
Sitio: www.fabus.com.br

FENABRAVE - Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores
Teléfono: + 55 (11) 5582-0000 Fax: (11) 5582-0070
Sitio: www.fenabrave.org.br

SINDIPEÇAS - Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores
Teléfono: + 55 (11) 3848-4848 Fax: + 55 (11) 3848-4848
Sitio: www.sindipecas.org.br

➤ **Azúcar y alcohol**

COPERSUCAR - Cooperativa de Produtores de Cana, Açúcar e Alcool do Estado de São Paulo Ltda.
Teléfono: + 55 (19) 3404.5113/5268 Fax: + 55 (19) 3451.1914
Sitio: www.copersucar.com.br

➤ **Bebidas**

ABINAM - Associação da Indústria de Águas Minerais
Teléfono: + 55 (11) 3167-2008 Fax: + 55 (11) 3167-2008
Sitio: www.abinam.com.br

ABIR - Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes
Teléfono: + 55 (21) 2262-3426 Fax: + 55 (21) 2526-1065
Sitio: www.abrir.org.br

ABRABE – Associação Brasileira de Bebidas
Teléfono: + 55 (11) 3079-6144 Fax: + 55 (11) 3067-6381
Sitio: www.abrabe.org.br

AGAVI - Associação Gaúcha de Vinicultores
Teléfono: + 55 (54) 292-1184 Fax: + 55 (54) 292-1184;
Sitio: www.agavi.com.br

ABC - Associação Brasileira da Cachaça
Teléfono: + 55 (81) 3523-8031 e 3513-8014 Fax: + 55 (81) 3523-0332
Sitio: www.pitu.com.br

SINDICERV - Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja
Teléfono: + 55 (11) 3071-3478 Fax: + 55 (11) 3168-5830
Sitio: www.sindicerv.com.br

➤ **Bicicletas y Motocicletas**

ABRACICLO - Associação Brasileira de Fabricantes de Motocicletas,
Ciclomotores,
Motonetas e Bicicletas
Teléfono: + 55 (11) 5041.0766 Fax: + 55 (11) 5041.0766
Sitio: www.abraciclo.com.br

➤ **Bienes de Capital**

ABDIB - Associação Brasileira da Infra-Estrutura e Indústrias de Base
Teléfono: + 55 (11) 3094-1950 Fax: + 55 (11) 3094-1949
Sitio: www.abdib.org.br

ABIMAQ - Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos
Teléfono: + 55 (11) 5582-6311/6428 Fax: + 55 (11) 5582-6312
Sitio: www.abimaq.org.br

SIMEFRE – Sindicato Interestadual da Indústria de Materiais e Equipamentos
Ferroviários e Rodoviários
Teléfono: + 55 (11) 289 9166 Fax: + 55 (11) 289 5823
Sitio: www.simefre.org.br

➤ **Café**

ABIC - Associação Brasileira da Indústria de Café
Teléfono: + 55 (21) 2516-8595 Fax: + 55 (21) 2263-0398
Sitio: www.abic.com.br

ABICS - Associação Brasileira das Indústrias de Café Solúvel
Teléfono: + 55 (11) 288-0893 Fax: + 55 (11) 3284-1702
Correo electrónico: abics@telnet.com.br

➤ Celulosa y Papel

ABTCP - Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel

Teléfono: + 55 (11) 3874-2700 Fax: + 55 (11) 3874-2730

Sitio: www.abtcp.com.br

BRACELPA - Associação Brasileira de Celulose e Papel

Teléfono: + 55 (11) 3885-1845 Fax: + 55 (11) 3885-3689

Sitio: www.bracelpa.org.br

➤ Conductores Eléctricos

SINDICEL - Sindicato da Indústria de Condutores Eléctricos, Trefilação e Laminação de Metais Não-Ferrosos do Estado de São Paulo

Teléfono: + 55 (11) 3846-4828 Fax: + 55 (11) 3846-4828

Sitio: www.sindicelabc.org.br

➤ Construcción Civil

ABCP - Associação Brasileira de Cimento Portland

Teléfono: + 55 (11) 3760-5300 Fax: + 55 (11) 3760-5310

Sitio: www.abcp.org.br

ABPC - Associação Brasileira dos Produtores de Cal

Teléfono: + 55 (11) 3258-5366 Fax: + 55 (11) 3257-4228

Correo electrónico: abpc@abpc.org.br

Sitio: www.abpc.org.br

ANFACER – Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica para Revestimento

Teléfono: + 55 (11) 289-7555 Fax: + 55 (11) 3287-9624

Sitio: www.anfacer.org.br

ANAMACO - Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção

Teléfono: + 55 (11) 3896.7300 Fax: + 55 (11) 3896.7303/07

Correo electrónico: publicidade@braudes.com.br

APEOP - Associação Paulista de Empreiteiros de Obras Públicas

Teléfono: + 55 (11) 3255.5199 Fax: + 55 (11) 3231.1957

Correo electrónico: apeop@apeop.org.br

ASBEA - Associação Brasileira dos Escritórios de Arquitetura

Teléfono: + 55 (11) 3167.5650 Fax: + 55 (11) 3167.5650

Correo electrónico: luz.contier@contier.com.br

ASFAMAS - Associação Brasileira de Fábricas de Materiais e Equipamentos para Saneamento

Teléfono: + 55 (11) 3023.2245 Fax: + 55 (11) 3023.2245

Correo electrónico: asfamas@asfamas.org.br

CBIC - Câmara Brasileira da Indústria da Construção
Teléfono: + 55 (61) 327-1013 Fax: + 55 (61) 327-1393
Sitio: www.cbic.org.br

SINDUSCON-SP - Sindicato da Indústria da Construção do Estado de São Paulo
Teléfono: + 55 (11) 3224-0566 Fax: + 55 (11) 3224-8266
Sitio: www.sindusconsp.com.br

SNIC - Sindicato Nacional da Indústria do Cimento
Teléfono: + 55 (21) 2531-1314 Fax: + 55 (21) 2531-1469
Sitio: www.snic.org.br

SINAENCO - Sindicato Nacional das Empresas de Arquitetura e Engenharia Consultiva
Teléfono: + 55 (11) 3123-9200 Fax: + 55 (11) 3120.3629

➤ **Consultoria**

ABECE - Associação Brasileira de Engenharia e Consultoria Estrutural
Teléfono: + 55 (11) 3097-8591 Fax: + 55 (11) 3813-5719
Sitio: www.abece.org.br

ABEMI - Associação Brasileira de Engenharia Industrial
Teléfono: + 55 (11) 251-0333 Fax: + 55 (11) 3251.0761
Sitio: www.abemi.org.br

➤ **Cosméticos**

ABIHPEC - Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos
Teléfono: + 55 (11) 251-1999 Fax: + 55 (11) 3266-5387
Sitio: www.abihpec.org.br

➤ **Cuero y Calzados**

ABICALÇADOS - Associação Brasileira das Indústrias de Calçados
Teléfono: + 55 (51) 594-7011 Fax: + 55 (51) 594-8011
Sitio: www.abicalcados.com.br

ABRAMEQ - Associação Brasileira das Indústrias de Máquinas e Equipamentos para os Setores do Couro, Calçados e Afins
Teléfono: + 55 (51) 594-2232 Fax: + 55 (51) 594-2232
Sitio: www.abrameq.com.br

ASSINTECAL – Associação Brasileira da Indústria de Componentes para Calçados
Teléfono: + 55 (51) 594-2158 Fax: + 55 (51) 594-2283/5845201
Sitio: www.assintecal.org.br

CICB - Centro das Indústrias de Curtume do Brasil
Teléfono: + 55 (61) 224.1867 Fax: + 55 (61) 323-7943
Sitio: www.brazilianleather.com.br

➤ **Eléctrico**

ABILUX - Associação Brasileira da Indústria da Iluminação
Teléfono: (11) 251-2744 Fax: 3251-2558
Sitio: www.abilux.com.br

➤ **Electro-electrónico**

ABINEE - Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica
Teléfono: + 55 (11) 3251-1577 Fax: + 55 (11) 3285-0607
Sitio: www.abinee.org.br

ABRACI - Associação Brasileira de Circuitos Impressos
Teléfono: + 55 (11) 5539-8066 Fax: + 55 (11) 5081-6966
Sitio: www.abraci.org.br

ELETROS - Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos
Teléfono: + 55 (11) 5181-8821 Fax: + 55 (11) 5181-8821
Sitio: www.eletros.org.br

➤ **Energía**

ABRACE - Associação Brasileira de Grandes Consumidores Industriais de Energia
Teléfono: + 55 (11) 3284-4065/3570 Fax: + 55 (11) 288-3882
Sitio: www.abrace.org.br

➤ **Embalajes**

ABRE - Associação Brasileira de Embalagens
Teléfono: + 55 (11) 3082-9722 Fax: + 55 (11) 3081-9201
Sitio: www.abre.org.br

➤ **Farmacéutico**

ABIFARMA - Associação Brasileira da Indústria Farmacêutica
Teléfono: + 55 (11) 3046-9292 Fax: + 55 (11) 3849-0133
Sitio: www.abifarma.com.br

ABIQUIF - Associação Brasileira da Indústria Farmoquímica
Teléfono: + 55 (21) 2220-3005 Fax: + 55 (21) 2524-6506
Sitio: www.abiquif.org.br

SINDUSFARM - Sind. da Ind. de Prod. Farmacêuticos no Estado de S. Paulo
Teléfono: + 55 (11) 3849-5944 Fax: + 55 (11) 3845-0742
Sitio: www.sindusfarm.org.br

➤ **Ferrovuario**

ABIFER - Associação Brasileira da Indústria Ferroviária
Teléfono: + 55 (11) 289-1667 Fax: + 55 (11) 3171-2286
Sitio: www.abifer.org.br

➤ **Fertilizantes**

AMA-BRASIL - Associação dos Misturadores de Adubos do Brasil
Teléfono: + 55 (11) 3214-4272 Fax: + 55 (11) 3214-4948
Sitio: www.amabrasil.agr.br

ANDA - Associação Nacional para Difusão de Adubos
Teléfono: + 55 (11) 3255-9277 Fax: + 55 (11) 3214-2831
Sitio: www.anda.org.br

➤ **Fibras**

ABRAFAS - Ass. Brasileira de Produtores de Fibras Artificiais e Sintéticas
Teléfono: + 55 (11) 3823-6161 Fax: + 55 (11) 3825-0865
Sitio: www.abrafas.org.br

➤ **Fotografia**

ABIMF - Associação Brasileira da Indústria de Material Fotográfico
Teléfono: + 55 (11) 5561-4084 Fax: + 55 (11) 5561-5461
Correo electrónico: abimf@telnet.com.br

➤ **Gemas y Joyas**

IBGM - Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos
Teléfono: + 55 (61) 326-3926 Fax: + 55 (61) 328-6721
Sitio: www.ibgm.com.br

➤ **Gráfico**

ABIGRAF - Associação Brasileira da Indústria Gráfica
Teléfono: + 55 (11) 5087-7777 Fax: + 55 (11) 5087-7733
Sitio: www.abigraf.org.br

BTG - Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica
Teléfono: + 55 (11) 6693-9535 Fax: + 55 (11) 292-4544
Sitio: www.abtg.org.br

➤ **Informática**

ASSESPRO - Ass. das Emp. Brasileiras de Software e Serv. de Informática
Teléfono: + 55 (21) 2507-7181 Fax: + 55 (21) 2507-7181
Sitio: www.assespro.org.br

➤ **Jabones**

ABISA - Associação Brasileira das Indústrias Saboeiras
Teléfono: + 55 (21) 2262-3449 Fax: + 55 (21) 2262-3449
Sitio: www.abisa.org.br

➤ **Juguetes**

ABRINQ - Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedo
Teléfono: + 55 (11) 3816-3644 Fax: + 55 (11) 3031-0226
Sitio: www.abrinq.com.br

➤ **Metalurgia**

ABAL - Associação Brasileira do Alumínio
Teléfono: + 55 (11) 5084.1544 Fax: + 55 (11) 5549.3159
Sitio: www.abal.org.br

ABIFA - Associação Brasileira de Fundação
Teléfono: + 55 (11) 3266.7331 Fax: + 55 (11) 3266.5659
Sitio: www.abifa.org.br

ABITAM - Associação Brasileira da Indústria de Tubos e Acessórios de Metal
Teléfono: + 55 (21) 2262-3882 Fax: + 55 (21) 2533-1872
Sitio: www.abitam.com.br

ABM - Associação Brasileira de Metalurgia e Metais
Teléfono: + 55 (11) 5536-4333 Fax: + 55 (11) 5044-4273
Sitio: www.abmbrasil.com.br

ABRAFE - Ass. Brasileira dos Produtos de Ferroligas e de Silício Metálico
Teléfono: + 55 (31) 3274-3185 Fax: + 55 (31) 3274-3151
Correo electrónico: abrafe.bhz@zaz.com.br

IBS - Instituto Brasileiro de Siderurgia
Teléfono: + 55 (21) 2141-0001 Fax: + 55 (21) 2262-2234
Sitio: www.ibs.org.br

ICZ - Instituto de Metais Não-Ferrosos
Teléfono: + 55 (11) 3887-2033 Fax: + 55 (11) 3885-8124

SICETEL - Sindicato Nacional da Indústrias de Trefilação e Laminação de Metais Ferrosos

Teléfono: + 55 (11) 3285-3522 Fax: + 55 (11) 3251-2864

Sitio: www.siceFoneorg.br

SINDIFORJA - Sindicato Nacional da Indústria de Forjaria

Teléfono: + 55 (11) 3022-3188 Fax: + 55 (11) 3022-2194

Sitio: www.sindiforja.org.br

➤ **Micro y Pequeña Empresa**

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Teléfono: + 55 (61) 348-7128 Fax: + 55 (61) 347-3581

Sitio: www.sebrae.org.br

➤ **Minería y Petróleo**

IBP - Instituto Brasileiro de Petróleo

Teléfono: + 55 (21) 2532-1610 Fax: + 55 (21) 2220-1596

Sitio: www.ibp.org.br

IBRAM - Instituto Brasileiro de Mineração

Teléfono: + 55 (61) 226-9367 Fax: + 55 (61) 226-9580

Sitio: www.ibram.org.br

ONIP - Organização Nacional da Indústria do Petróleo

Teléfono: 55(21) 2563-4615

Fax: 55 (21) 2563-4616

Correo electrónico: onip@onip.org.br

Sitio: www.onip.org.br

➤ **Muebles y Maderas**

ABIMCI - Ass. Brasileira da Indústria da Madeira Processada Mecanicamente

Teléfono: + 55 (41) 225-4358 Fax: + 55 (41) 225-4358

Sitio: www.abimci.com.br

ABIMOVEL - Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário

Teléfono: + 55 (11) 3813-7377 Fax: + 55 (11) 3813-1366

Sitio: www.abimovel.org.br

ABIPA - Associação Brasileira da Indústria de Painéis de Madeira

Teléfono: + 55 (11) 5584-0884 Fax: + 55 (11) 5584-0884

ABPM - Associação Brasileira de Preservadores de Madeira

Teléfono: + 55 (11) 3714.7738 Fax: + 55 (11) 3767.4614

Sitio: www.abpm.com.br

AIMEX - Associação das Indústrias Exportadoras de Madeiras do Pará
Teléfono: + 55 (91) 242-7161 Fax: + 55 (91) 242-7342
Sitio: www.aimex.com.br

MOVERGS - Ass. das Indústrias de Móveis do Estado do Rio Grande do Sul
Teléfono: + 55 (54) 452-1024 Fax: + 55 (54) 451-3599
Sitio: www.emov.com.br

SINDIMOV - Sindicato da Indústria de Marcenaria (Móveis de Madeira) de São Paulo
Teléfono: + 55 (11) 3255-8011 Fax: + 55 (11) 3255-9563
Sitio: www.sindimov.org.br

➤ **Naval**

SINAVAL - Sindicato Nacional da Indústria da Construção Naval
Teléfono: + 55 (21) 2533-4568 Fax: + 55 (21) 2533-5310
Correo electrónico: sinaival@mandic.com.br

SYNDARMA - Sindicato Nacional das Empresas de Navegação Marítima
Teléfono: + 55 (21) 2223-1202 Fax: + 55 (21) 2233-0230
Sitio: www.syndarma.org.br

➤ **Neumáticos**

ANIP - Associação Nacional da Indústria de Pneumáticos
Teléfono: + 55 (11) 3060-9499 Fax: + 55 (11) 3060-9496
Sitio: www.pneus.com.br

➤ **Normas y Tecnología**

ABIPTI - Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica
Teléfono: + 55 (61) 340-3277 Fax: + 55 (61) 273-3600
Sitio: www.abipti.org.br

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas
Teléfono: + 55 (21) 3974-2300 Fax: + 55 (21) 2220-1709
Sitio: www.abnt.org.br

➤ **Plástico**

ABIPLAST - Associação Brasileira da Indústria do Plástico
Teléfono: + 55 (11) 3060-9688 Fax: + 55 (11) 3060-9686
Sitio: www.abiplast.org.br

➤ **Productos de Limpieza**

ABIPLA - Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Limpeza e Afins
Teléfono: + 55 (11) 3816-2762/3405 Fax: + 55 (11) 3031-6578
Sitio: www.abipla.org.br

➤ **Químico**

ABICLOR - Associação Brasileira da Indústria de Álcalis e Cloro Derivados

Teléfono: + 55 (11) 3258-0497/9527 Fax: + 55 (11) 3231-5993

Sitio: www.clorosur.org

ABIFINA - Ass. Bras. das Ind.de Quím. Fina, Biot. e suas Especialidades

Teléfono: + 55 (21) 2544-6129 Fax: + 55 (21) 2220-9287

Sitio: www.abifina.org.br

ABIQUIM - Associação Brasileira da Indústria Química

Teléfono: + 55 (11) 3242-1144 Fax: + 55 (11) 3242-0919

Sitio: www.abiquim.org.br

SIQUIRJ - Sindicato da Indústria de Produtos Químicos para Fins Industriais do Estado do RJ

Teléfono: + 55 (21) 2220-8424 Fax: + 55 (21) 2240-5490

Sitio: www.siquirj.com.br

➤ **Refrigeración**

ABRAVA - Associação Brasileira de Refrigeração, Ar Condicionado, Ventilação e Aquecimento

Teléfono: + 55 (11) 221-5777 Fax: + 55 (11) 222-4418

Sitio: www.abrava.com.br

➤ **Tabaco**

ABIFUMO - Associação Brasileira da Indústria de Fumo

Teléfono: + 55 (61) 322-1367 Fax: + 55 (61) 224-6111

Sitio: www.abifumo.org.br

AFUBRA - Associação dos Fumicultores do Brasil

Teléfono: + 55 (51) 3713-7700 Fax: + 55 (51) 7789-7710

Sitio: www.afubra.com.br

SINDIFUMO - Sindicato da Indústria de Fumo no Estado do Rio Grande do Sul

Teléfono: + 55 (51) 3713-1777 Fax: + 55 (51) 3711-2317

➤ **Telecomunicaciones**

ABERIMEST – Associação Brasileira das Empresas Revendedoras, Instaladoras e Mantenedoras de Equipamentos e Sistemas de Telecomunicações

Teléfono: + 55 (11) 3825-6533 Fax: + 55 (11) 3823-6122

Sitio: www.aberimest.org.br

ABRAFORTE - Associação Brasileira de Fornecedores de Redes Multisserviços em Telecomunicação
Teléfono: + 55 (11) 3444-7997 Fax: + 55 (11) 3444-7997
Sitio: www.abraforte.org.br

ABTA - Associação Brasileira de Telecomunicações por Assinatura
Teléfono: + 55 (61) 322-0066 Fax: + 55 (61) 322-0066
Sitio: www.abta.com.br

➤ **Textil**

ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil
Teléfono: + 55 (11) 3666-0101 Fax: + 55 (11) 3667-8209
Sitio: www.abit.org.br

ABRAPA - Associação Brasileira dos Produtores de Algodão
Teléfono: + 55 (61) 2109-1606
Sitio: www.abrapa.com.br

ABRAVEST - Associação Brasileira do Vestuário
Teléfono: + 55 (11) 6909.1054 Fax: + 55 (11) 6909-1075
Sitio: www.abravest.org.br

➤ **Tinta**

ABRAFATI - Associação Brasileira dos Fabricantes de Tintas
Teléfono: + 55 (11) 3845-8755 Fax: + 55 (11) 3845-8755
Sitio: www.abrafati.com

SITIVESP - Sindicato da Indústria de Tintas e Vernizes do Estado de São Paulo
Teléfono: + 55 (11) 3262-4566 Fax: + 55 (11) 3289-5780
Sitio: www.sitivesp.org.br

➤ **Veterinario**

SINDAN - Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal
Teléfono: + 55 (11) 3044.4749 Fax: + 55 (11) 3044.4212
Sitio: www.sindan.com.br

➤ **Vidrio**

ABIVIDRO - Associação Técnica Brasileira das Indústrias Automáticas de Vidro
Teléfono: + 55 (11) 3255-3033 Fax: + 55 (11) 3255-4457
Sitio: www.abividro.org.br

8. Sistema de transportes

El Ministerio de Transportes establece la política nacional para el transporte acuático, carretero y ferroviario; y también para la marina mercante, los puertos y los ríos aptos a navegación; participa en la coordinación del transporte aéreo; suministra mapas e informaciones relativas a las condiciones actuales del transporte en Brasil.

➤ **Ministerio de Transportes**

Esplanada dos Ministérios, Bloco R
CEP: 70.044-900 Brasília – Distrito Federal

Teléfono: + 55 (61) 3311-7000
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.
CEP 70304-902 Brasília – Distrito Federal
Teléfono: + 55 (61) 3312-3222
Fax: + 55 (61) 3321-0512
www.infraero.gov.br

➤ **ANTT – Agencia Nacional de Transportes Terrestres**

Informaciones acerca de 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
CEP 70040-020 - Brasília – Distrito Federal
Tel.: + 55 0800-610300
www.antt.gov.br

➤ **ANTAQ – Agencia Nacional de Transportes Acuáticos**

Informaciones acerca de puertos, legislación, integración internacional (acuerdos y tratados), decisiones, normas, resoluciones y links de la compañía “Docas” de cada estado brasileño que cuente con puerto en aduana y ríos navegables.

SEPN - Quadra 514 - Conjunto E - Edifício ANTAQ
CEP-70760-545 – Brasília - Distrito Federal
Teléfono: + 55 (61) 3447-1035 Fax: + 55 (61) 3447-1040
Sitio: www.antaq.gov.br

➤ **ANTF – Agencia Nacional de Transportes Ferroviarios**

Informaciones acerca de las condiciones y el planeamiento de las ferrovías y del sector ferroviario.

Setor de Autarquias Sul - Quadra 05, Bloco N, Edifício OAB, Sala 509.
CEP 70070-050 Brasília – Distrito Federal
Teléfono: + 55 (61) 3226 5434
Fax: + 55 (61) 3321 0135
Sitio: www.antf.org.br

➤ **DNIT – Departamento Nacional de Infraestructura de Transportes**

Informaciones acerca de 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
CEP: 70040-902 - Brasília – DF
Teléfono.: + 55 (61) 3315-4000
Sitio: www.dnit.gov.br

➤ **NTC & LOGÍSTICA – Asociación Nacional de Transporte de Cargas y Logística**

Representa empresarios de los sectores de transporte de carga y logística de Brasil. Brinda informaciones acerca de 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
CEP: 70070-916 Brasília – DF.
Teléfono: + 55 (61) 3322-3133
www.ntcelogistica.org.br

➤ **E-C@RGAS**

Brinda los diversos profesionales que actúan en el área de transportes con un espacio virtual que 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

9. 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.

➤ **IBGE – Instituto Brasileño de Geografía y Estadística**

Brinda informaciones sociales, demográficas y económicas. Órgano federal dependiente del Ministerio de Planeamiento, Presupuesto y Gestión (www.planejamento.gov.br).

Sede Rio de Janeiro

CDDI - Centro de Documentación y Difusión de Informaciones

Rua General Canabarro, 706 - Anexo Maracanã

CEP - 20271-205 Rio de Janeiro - RJ

Teléfono – 0800218181

Sitio: www.ibge.gov.br

➤ **ABMN – Asociación Brasileña de Marketing y Negocios**

Rua Visconde de Pirajá, 547 salas 1123 e 1126.

CEP 22410-900 – Ipanema - Rio de Janeiro - RJ

Teléfono.: + 55 (21) 2294-8493 / 2540-0890.

Fax: + 55 (21) 2274-8799

Correo Electrónico: marketing@abmn.com.br

Sitio: www.abmn.com.br

➤ **IBOPE – Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística**

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
CEP: 22440-031 - Leblon – Rio de Janeiro - RJ
Tel.: + 55 (21) 3875-5353
Correo Electrónico: esperanza@ibope.com.br
Sitio: www.ibope.com.br
- Sede São Paulo
Alameda Santos, 2101 8 andar. Cerqueira César.
CEP: 01419-002 – São Paulo - SP
Tel.: + 55 (11) 3066-1500
Correo Electrónico: contato@ibope.com.br
Sitio: www.ibope.com.br

➤ **Instituto Vox Populi**

Realiza estudios de mercado.

Rua Paraíba, 575 , Funcionários.
CEP: 30130 140 - Belo Horizonte – MG
Teléfono.: + 55 (31) 3261 2911
Fax: + 55 (31) 3261 1104
Correo Electrónico: comercial@voxpathuli.com.br
Sitio: www.voxpopuli.com.br

➤ **Instituto Datafolha**

Alameda Barão de Limeira, 425
CEP: São Paulo - SP
Tel.: + 55 (11) 3224-2100
www.datafolha.folha.uol.com.br

10. Diarios de mayor circulación

➤ **Gazeta Mercantil**

www.gazetamercantil.com.br

➤ **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**

www.jbonline.terra.com.br

➤ **Estado de Minas**

www.uai.com.br

➤ **Correio Braziliense**

www.correioweb.com.br

➤ **Jornal de Brasília**

www.jornaldebrasilia.com.br

11. REVISTAS ESPECIALIZADAS

➤ 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.funccex.com.br

➤ Revista Sem Fronteiras

Publicación mensual
Especializada en estudios y artículos sobre comercio exterior.
www.aduaneiras.com.br

➤ Revista do Mercosul

Especializada en temas del MERCOSUR.
www2.uol.com.br/revistadomercosul/mercocul/perfil.htm

➤ 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

Para más informaciones sobre ferias y exposiciones en Brasil accese los *sites*:

- www.feirasbrasil.com.br
- www.desenvolvimento.gov.br (sección: comercio y servicios)
- www.braziltradenet.gov.br (sección: informaciones específicas)

1. Sector agropecuario, comercial e industrial

➤ **FEINCO – Feria Internacional de Caprinos y Ovinos**

Líneas de productos y/o servicios: nutrición animal, abonos 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.

Periodicidad: anual

Promoción: Agrocentro Empreendimentos e Participações Ltda.

Sitio: www.agrocentro.com.br

➤ **EXPONUTRI – Feria Internacional de Nutrición Animal**

Líneas de productos y/o servicios: productos de soya, maíz, salvado, medicamentos, productos naturales, equipos para procesamiento de ración y análisis laboratorial, etc. Un promedio de 50 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Xclusive Mídia Eventos e Publicações Ltda.

Sitio: www.xclusive.com.br

➤ **BIO BRAZIL FAIR – Feria Internacional de Productos Orgánicos y Agroecología**

Líneas de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Franca Feiras e Empreendimentos Ltda.

Sitio: www.franca.com.br

➤ **AVESUI AMÉRICA LATINA – Feria de la Industria Latinoamericana de Aves y Suínos**

Línea de productos y/o servicios: dedicada a los sectores de aves y peces (acuicultura).

Sitio: www.avesui.com.br

➤ **AQUAFAIR – 4ª Feria Internacional de Acuicultura y Pesca**

Líneas de productos y/o servicios: equipos, nutrición, embalajes, alimentación animal, laboratorios, genética y servicios para aves y cerdos, acuicultura, etc. Un promedio de 250 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Gessuli Agribusiness Editora e Eventos Ltda.

Sitio: www.aquafair.com.br

➤ **AGRISHOW – Feria Internacional de Tecnología Agrícola en Acción**

Líneas de productos y/o servicios: máquinas e implementos agrícolas, semillas, correctivos, fertilizantes, defensivos, sistemas de irrigación, aviones, combustibles, lubricantes, piezas, neumáticos, herramientas, etc. Un promedio de 650 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Publiê Publicações e Eventos Ltda.

Sitio: www.publie.com.br

➤ **EXPOMILK – Feria Internacional de la Cadena Productiva de la Leche
Feria Exposición Nacional de Pecuaria Lechera**

Líneas de productos y/o servicios: alimentos y nutrición animal, almacenaje de alimentos, bebederos, comederos, control de plagas, herramientas, fertilizantes, abonos 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Agrocentro Empreendimentos e Participações Ltda.

Sitio: www.agrocentro.com.br

➤ **EXPOINTER – Exposición Internacional de Animales, Máquinas, Implementos y Productos Agropecuarios**

Líneas de productos y/o servicios: máquinas, equipos, implementos y productos agropecuarios, diversos animales de Brasil y extranjeros, etc. Un promedio de 2040 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado do Rio Grande do Sul

Sitio: www.saa.rs.gov.br

➤ **PET SOUTH AMÉRICA – Feria Internacional de Productos y Servicios de la Línea Pet y Veterinaria**

Líneas de productos y/o servicios: salud animal, nutrición, equipos, accesorios, especialidades, veterinarias, publicaciones y servicios. Un promedio de 250 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: VNU Bussiness Media do Brasil Ltda.

Sitio: www.petsa.com.br

➤ **PORK EXPO – Feria Latinoamericana de Suinocultura
III Congreso Latinoamericano de Suinocultura**

Líneas de productos y/o servicios: equipos, sanidad, nutrición, genética, prestación de servicios en suinocultura. Un promedio de 150 expositores.

Promoción/Sitio: www.porkworld.la

2. Alimentos y bebidas

➤ **FENACAM – Feria Nacional del Camarón
Seminario Internacional sobre la Industria del Camarón Cultivado**

Línea de productos y/o servicios: camarón cultivado, equipos, alimentos, embalajes, etc. Un promedio de 170 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Associação Brasileira de Cultivadores de Camarão

Sitio: www.abccam.com.br

➤ **MERCOSUL BEBIDAS– Feria de Tecnología para la Industria de Bebidas**

Línea de productos y/o servicios: máquinas, equipos para la Industria de bebidas en general, embotelladoras, sopladoras, rotuladoras, lavadora, garrafas, embalajes, etc. Un promedio de 120 expositores.

Periodicidad: bienal

Promoción: New Trade Eventos e Feiras Comerciais Ltda.

Correo electrónico: newtrade@newtrade.com.br

➤ **VINOTECH – Salón Internacional de Máquinas y Técnicas para Viticultura y Enología, Equipos y Tecnología para Industria de Bebidas**

Línea de productos y/o servicios: máquinas y tecnología para agricultura y viticultura, máquinas y equipos para embotellamiento y enología, etc. Un promedio de 130 expositores.

Periodicidad: bienal

Promoción: New Trade Eventos e Feiras Comerciais Ltda.

Correo electrónico: newtrade@newtrade.com.br

➤ **EXPOVINIS BRASIL – Sal3n Internacional del Vino**

L3nea de productos y/o servicios: aguardientes y brandis, espirituosos, espumantes, licorosos, vino de calidad, producido en regi3n demarcada, vinos de mesa, vinos fortificados, destilados, otros vinos y bebidas alcoh3licas, m3quinas y equipos para viticultura y enolog3a, utensilios y accesorios complementarios. Un promedio de 170 expositores.

Periodicidad: anual

Promoci3n: Exponor Brasil Feira e Eventos Ltda.

Sitio: www.expovinisbrasil.com.br

➤ **FISPAL FOOD SERVICE – Feria Internacional de Productos y Servicios para Alimentaci3n**

L3nea de productos y/o servicios: productos deshidratados, alimentos preparados y liofilizados, caf3s, t3s, carnes especiales y derivados, tabaquer3a, panificaci3n, congelados, conservas y l3cteos, vajillas y cubiertos, pastas y galletas, harinas y granos, tortas, chocolates y caramelos, salsas, condimentos, aceites y aceites de oliva, pescados, crust3ceos, utensilios para cocina y bebidas, etc. Un promedio de 1500 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoci3n: Fispal Feiras e Produtos Comerciais Ltda.

Sitio: www.fispal.com.br

➤ **SAL3N INTERNACIONAL DE BEBIDAS**

L3nea de productos y/o servicios: bebidas en general: vino, cerveza, destilados, aguas, sumos, isot3nicos, etc. Un promedio de 150 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoci3n: Newtrade Comunica33o Ltda.

Sitio: www.newtrade.com.br

➤ **FIPAN – Feria Internacional de Panificaci3n y Ventas al por menor Independiente de Alimentos**

L3nea de productos y/o servicios: materias primas, m3quinas y equipos, accesorios, bebidas, embalajes, servicios, etc. Un promedio de 300 expositores.

Periodicidad: anual

Promoci3n: Associa33o dos Industriais de Panifica33o e confeitaria de S3o Paulo.

Sitio: www.fipan.com.br

➤ **FOOD INGREDIENTS SOUTH AMERICA – Feria Internacional de Soluciones y Tecnolog3a para la Industria Alimenticia**

L3nea de productos y/o servicios: aroma, aditivos, semimanufactura, ingredientes alimenticios y equipos laboratoriales. Un promedio de 270 expositores.

Periodicidad: anual.
Promoción: VNU Bussiness Media do Brasil Ltda.
Sitio: www.exposifs.com.br

➤ **FOOD SAFETY E HYGIENE – Feria Internacional de Seguridad e Higiene Alimentar para la Industria Alimenticia**

Línea de productos y/o servicios: 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.
Periodicidad: anual.
Promoción: VNU Bussiness Media do Brasil Ltda.
Sitio: www.vnu.com.br

➤ **TECNOBEBIDA LATIN AMÉRICA – Feria Internacional de Soluciones y Tecnología para la Industria de Bebidas**

Línea de productos y/o servicios: embalajes, aroma y concentrados, máquinas, logística, equipos y materias primas para la industria de bebidas, servicios, etc. Un promedio de 100 expositores.
Periodicidad: bienal
Promoción: VNU Bussiness Media do Brasil Ltda.
Sitio: www.vnu.com.br

3. Acuicultura, náutico y pesca

➤ **SEAFOOD EXPO LATIN AMÉRICA – Feria Internacional de Negocios de Pesca, Acuicultura y Frutos de Mar**

Líneas de productos y/o servicios: 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.
Periodicidad: anual.
Promoción: VNU Bussiness Media do Brasil Ltda.
Sitio: www.seafood.com.br

4. Artes gráficas, embalajes, librerías y papelerías

➤ **BIENAL DO LIVRO – Bienal Internacional de Libro de São Paulo**

Líneas de productos y/o servicios: libros, distribuidores, agente literarios, importadores, exportadores, fabricantes de papel, gráficas, productos y equipos de informática y multimedia, etc. Un promedio de 800 expositores.
Periodicidad: bienal
Promoción: Franca Freiras e Empreendimentos Ltda.
Sitio: www.feirabienaldolivro.com.br

➤ **BRASILPACK – Feria Internacional del Embalaje**

Líneas de productos y/o servicios: 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, automatización e informática aplicada, instrumentación, controles y sistemas, design de embalajes, etc. Un promedio de 570 expositores.

Periodicidad: bienal

Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.

Sitio: www.brasilpack.com.br

➤ **EXPOPRINT LATIN AMÉRICA – Exposición Internacional de Equipos para la Preimpresión, Impresión y Acabado.**

Líneas de productos y/o servicios: preimpresión, premedia, sistemas, equipos y softwares para impresión y acabado, accesorios, transformación de papel, embalaje, materiales, servicios, tintas, etc. Un promedio de 250 expositores.

Periodicidad: Quadrienal.

Promoción: Messe Frankfurt Ferias Ltda.

Sitio: www.expoprint.com.br

➤ **FISPAL TECNOLOGÍA – Feria Internacional de Embalaje & Procesos Industriales para la Industria de Alimentos.**

Líneas de productos y/o servicios: embalaje y equipos, aluminio, acero y vidrio, acartonadas y corrugadas, codificación y marcación, design, filmes y películas, insumos, tapas, corchos y rótulos, automatización industrial, procesamientos de alimentos y refrigeración, sistemas de almacenaje, movimiento y logística. Un promedio de 1900 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Fispal Feiras e Produtos Comerciais Ltda.

Sitio: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Francal Feiras e Empreendimentos Ltda.

Sitio: www.francal.com.br

5. Artesanía, artes y colecciones

➤ ARTNOR – Feria Internacional de Artesanía del Nordeste

Línea de productos y/o servicios: artesanía en general del Estado de Alagoas, de Brasil y del extranjero. Un promedio de 750 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Sebrae/AL Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

Sitio: www.al.sebrae.com.br

➤ FIART – Feria Internacional de Artesanía

Línea de productos y/o servicios: artesanía y gastronomía. Un promedio de 900 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Espacial Eventos Ltda.

Correo electrónico: espacialesventos@digicom.br

➤ HOBBYART – Feria Internacional de las Industrias y Proveedores de Productos para Hobby Creativo, Artes y Artesanía

Línea de productos y/o servicios: tintas, adhesivos, colas, silicones y resinas, mostacillas, cuentas, cerámicas y porcelanas, fieltros, tejidos, moldes diversos, productos para fiestas, materiales para artes y cuadros, embalajes, flores y aromas, etc. Un promedio de 350 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Mídiagrupo Eventos Comerciais Ltda.

Sitio: www.midiagrupo.com.br

6. Automación industrial, comercial y de escritorio

➤ USINAJE – Feria de Usinaje Congreso de Usinaje

Líneas de productos y/o servicios: máquinas, herramientas, accesorios, periféricos, hardware, software, automóviles autopiezas aeronaves etc. Un promedio de 120 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Aranda Eventos e Congressos Ltda.

Sitio: www.arandanet.com.br

7. Autopiezas y rectificado de vehículos

➤ TECNOAUTO – Feria Internacional de Servicios, Piezas, y Accesorios

Líneas de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.

Sitio: www.alcantara.com.br

➤ **TECNOSHOW AUTOMOTIVO – Feria Internacional de Servicios, Piezas, Accesorios y Abastecimiento Automotivo**

Líneas de productos y/o servicios: fabricantes de autopiezas y accesorios, centros automotivos, taller mecánico, 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.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.

Sitio: www.feiratecnoshow.com.br

8. Bares, hoteles y restaurantes

➤ **EQUIPOTEL – Feria Internacional de Equipos, Productos y Servicios para Hoteles, Moteles, Flats, Restaurantes, Fast-Food, Bares y Similares**

Líneas de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Equipotel Feiras, Edições e Promoções Ltda.

Sitio: www.equipotel.com.br

9. Belleza y estética

➤ **HAIR BRAZIL – Feria Internacional de Belleza, Cabellos y Estética**

Líneas de productos y/o servicios: Industria, importadores y distribuidores de productos, equipos y servicios para el área de cabello, belleza y estética. Un promedio de 450 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: São Paulo Feiras Comerciais Ltda.

Sitio: www.hairbrasil.com

➤ **FCA COMESTIQUE – Exposición Internacional de Tecnología para la Industria Cosmética**

Líneas de productos y/o servicios: materias primas, embalajes, equipos y servicios para la Industria cosmética. Un promedio de 450 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: VNU Bussiness Media do Brasil Ltda.

Sitios: www.vnu.com.br y www.fcecosmetique.com.br

➤ **COSMOPROF / COSMÉTICA – Feria Internacional de la Belleza**

Líneas de productos y/o servicios: cosméticos, perfumería, materia prima, embalajes, estética, cabello, shop&show. Un promedio de 450 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Cosmoprof Cosmética Empreendimentos Ltda.

Sitio: www.cosmoprofcosmetica.com.br

10. Bisutería, joyería y piedras preciosas

➤ **BRAZIL GEM SHOW – Feria de Joyas y Piedras Preciosas de Minas Gerais**

Líneas de productos y/o servicios: joyas, gemas, artefactos de piedras preciosas, especímenes minerales, bisuterías, laminados y accesorios. Un promedio de 100 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Associação dos Joalheiros, Empresários de Pedras Preciosas e Relógios de Minas Gerais AJOMIG.

Sitio: www.ajomig.com.br

Sindicato das Industrias de Joalherias, Ourivesarias, Lapidação de Pedras Preciosas e Relojoarias de Minas Gerais SINDIJOIAS GEMAS/MG.

Sitio: www.brazilgemshow.com

Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos IBGM.

Sitio: www.ibgm.com.br

➤ **ALJÓIAS – Feria Internacional de Joyas**

Líneas de productos y/o servicios: joyas laminadas, brutos, máquinas, galvanoplastia, insumos y servicios. Un promedio de 150 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Associação Limeirense de Jóias.

Sitio: www.aljoias.com.br

➤ **FIPP – Feria Internacional de Piedras Preciosas de Teófilo Otoni.**

Feria Libre de Piedras Preciosas de Teófilo Otoni.

Línea de productos y/o servicios: piedras preciosas brutas y lapidadas, especímenes para colecciones, Artesanías minerales, joyas, bisuterías, máquinas y equipos, etc. Un promedio de 300 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Associação dos Comerciantes de Jóias e Gemas do Brasil – GEA – www.geabrasil.com

Associação dos Corretores do Comércio de Pedras Preciosas de Teófilo Otoni – ACCOMPEDRAS – www.accompedras.com.br

11. Caucho y plástico

➤ **EXPOBOR – Feria Internacional de Tecnología, Máquinas y Artefactos de Caucho**

Líneas de productos y/o servicios: máquinas, equipos, tecnología, automatización, materia prima y productos acabados. Un promedio de 180 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Francal Feiras e Empreendimentos Ltda.

Sitio: www.francal.com.br

➤ **RECAUFAIR – Feria Internacional de Tecnología y Equipos para Reforma de Neumáticos y Reparos Automotivo**

Líneas de productos y/o servicios: máquinas, equipos, materias primas, productos acabados y semiacabados, servicios y consultorías. Un promedio de 180 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Francal Feiras e Empreendimentos Ltda.

Sitio: www.francal.com.br

➤ **INTERPLAST – Feria Nacional de Integración de la Tecnología del Plástico CINTEC PLÁSTICOS – Congreso Internacional de Nuevas Tecnologías**

Líneas de productos y/o servicios: máquinas, equipos, transformadoras, herramientas, embalajes, materias primas, periféricos y servicios. Un promedio de 260 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Messe Brasil Feiras & Promoções Ltda.

Sitio: www.messebrasil.com.br

12. Obsequios, Juguetes y Regalos

➤ **ABRIN – Feria Brasileña de Juguetes**

Líneas de productos y/o servicios: juguetes en general y educativos, puericultura, artículos para fiesta y navidad, libros y CDs infantiles, productos licenciados, etc. Un promedio de 180 expositores.

Periodicidad: anual.
Promoción: Fancal Feiras e Empreendimentos Ltda.
Sitio: www.francal.com.br

➤ **SALEX – South American Leisure Exhibition**

Líneas de productos y/o servicios: equipos para parques de diversiones, diversiones electrónicas, bingos, etc. Un promedio de 150 expositores.
Periodicidad: anual.
Promoción: Filistreca Servicios Ltda.
Sitio: www.salex.com.br

13. Cine, foto, imagen y sonido

➤ **PHOTOIMAGEBRAZIL – Feria Internacional de Imagen**

Línea de productos y/o servicios: 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.
Sitio: www.alcantara.com.br

➤ **FIICAV – Feria Internacional de la Industria del Cine y Audiovisual**

Línea de productos y/o servicios: 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.
Sitio: www.fiicav.com.br

14. Comunicación, divulgación y publicidad

➤ **TELEXPO – Feria Internacional de Telecomunicaciones, Redes y Tecnología
Congreso Internacional de Telecomunicaciones, Redes y Tecnología**

Línea de productos y/o servicios: telecomunicaciones, tecnología de la información, *wireless* y satélite, call center/CRM, enterprise business solution, e-commerce y redes. Un promedio de 400 expositores.
Periodicidad: anual.
Promoción: Questex Editora e Comunicações Ltda.
Sitio: www.questex.com.br

➤ **BROADCAST & CABLE – Feria Internacional de Tecnologías en Equipos y Servicios para Ingeniería de Televisión, Radiodifusión y Telecomunicaciones**

Línea de productos y/o servicios: amplificadores, automatización de emisoras, conectores, cabos coaxiales, conversores, 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Certame Display e Locação de Equipos S/C Ltda.

Sitio: www.broadcastcable.com.br

15. Conservación, higiene y aseo

➤ **FEILIMP – Feria Internacional de Productos, Equipos y Servicios para Residuos Sólidos y Aseo Público**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Exponor Brasil Feiras e Eventos Ltda.

Sitio: www.exponor.com.br

16. Construcción civil

➤ **VITÓRIA STONE FAIR - Feria Internacional de Mármol y Granito**

Línea de productos y/o servicios: mármoles, granitos, pizarras, rocas ornamentales, insumos, máquinas y equipos para el Sector de rocas. Un promedio de 400 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Milanez & Milaneze S/C Ltda.

Sitio: www.milanezmilaneze.com.br

➤ **REVESTIR – Feria Internacional de Revestimientos**

Línea de productos y/o servicios: revestimiento cerámico, mármoles y granitos, carpetas, laminados, vidrios, y otras rocas ornamentales. Un promedio de 200 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: VNU Business Media do Brasil Ltda.

Sitio: www.vnu.com.br

➤ **DAD – Salón Internacional de Decoración, Arquitectura y Design**

Línea de productos y/o servicios: decoración, arquitectura, design, iluminación, muebles, marcos y cuadros. Un promedio de 210 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Laço Ltda.

Sitio: www.laco.com.br

➤ **FEICON BATIMAT – Feria Internacional de la Industria de la Construcción**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.

Sitio: www.alcantara.com.br

➤ **FEICON CERÂMICAS VERMELHAS – Feria Internacional de Cerámicas Rojas**

Línea de productos y/o servicios: tejas, ladrillos, bloques, cerámicos, losetas, tubos, tablas, pisos y revestimientos. Un promedio de 42 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.

Sitio: www.alcantara.com.br

➤ **FEICON COZINHAS & BANHEIROS – Feria Internacional de Cocinas & Baños**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.

Sitio: www.alcantara.com.br

➤ **EXPOLUX – Feria Internacional de la Industria de la Iluminación**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.

Sitio: www.alcantara.com.br

➤ **GLASS SOUTH AMERICA – Exposición Internacional de Tecnología y Design para la Industria de Vidrios**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: bienal.

Promoción: VNU Business Media do Brasil Ltda.

Sitio: www.glassexpo.com.br

➤ **M & T EXPO – Feria Internacional de Equipos para Construcción. Feria Internacional de Equipos para Minería.**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: cuatrienal.

Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.

Sitio: www.mtexpo.com.br

➤ **CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM STONE FAIR – Feria Internacional de Mármol y Granito**

Línea de productos y/o servicios: mármol, granito, pizarra, cuartzitos, máquinas, equipos, insumo. Un promedio de 300 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Centro Tecnológico do Mármore e Granito – CETEMAG – www.cetemag.org.br

Sindicato de Industrias de Rochas Ornamentais, Cal e Calcário do Estado de Espírito Santo – SINDIROCHAS – www.sindirochas.com.br

Milanez & Milaneze S/C Ltda. – www.milanezmilaneze.com.br

➤ **INTERCON – Feria Internacional de Tecnología, Equipos, Materiales de Construcción y Acabados**
CINTEC HABITAT HUMANO – Congreso Internacional de Nuevas Tecnologías

Línea de productos y/o servicios: equipos, materiales de construcción, acabados. Un promedio de 250 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Messe Brasil Feiras & Promoções Ltda. – www.messebrasil.com.br

Sociedade Educacional de Santa Catarina – SOCIESC – www.sociesc.com.br

➤ **FIAFLORA / EXPOGARDEN – Feria Internacional de Paisajismo, Jardinería y Floricultura**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: T&T Feiras e Exposições Ltda.

Sitio: www.fiaflora.com.br

➤ **FESQUA – Feria Internacional de Escuadras, Ferreterías y Componentes**

Línea de productos y/o servicios: 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. Un promedio de 120 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Cipa Ltda.

Sitio: www.fesqua.com.br

17. Cuero, calzados, artefactos, máquinas y componentes

➤ **CUEROMODA – Feria Internacional de Calzados, Artículos Deportivos y Artefactos de Cuero**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Couromoda Feiras Comerciais Ltda.

Sitio: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Francal Feiras e Empreendimentos Ltda.

Sitio: www.francal.com.br

➤ **CUEROVISÃO – Feria Internacional de Componentes, Cueros, Químicos y Accesorios para Calzados y Artefactos**

Línea de productos y/o servicios: componentes, Cueros, químicos y accesorios para Calzados y artefactos. Un promedio de 180 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Fenac S/C Feiras e Empreendimentos Turísticos.

Sitio: www.fenac.com.br

➤ **FIMEC – Feria Internacional de Cueros, Químicos, Componentes y Accesorios, Máquinas y Equipos para Calzados y Curtiembres**

Línea de productos y/o servicios: Cueros, químicos, componentes y accesorios, máquinas y equipos para Calzados y curtiembres. Un promedio de 1550 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Fenac S/C Feiras e Empreendimentos Turísticos.

Sitio: www.fenac.com.br

18. Cultura y educación

➤ **EDUCAR – Feria Internacional de Educación
EDUCADOR – Congreso Internacional de Educación**

Línea de productos y/o servicios: uniformes escolares, transporte, librerías, editoras, mobiliario, equipos, software, juguetes educativos, robótica, seguridad, asistencia, material escolar, ocio, etc. Un promedio de 300 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Promofair Comércio, Promoções e Eventos.

Sitio: www.promofair.com.br

➤ **EDUCANDO – Feria Educacional, Profesionalizante, Editoras y Universidades**

Línea de productos y/o servicios: para escuelas, editoras, facultades, escuelas de lenguas y profesionalizantes, etc. Un promedio de 50 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Adelson Feiras e Eventos Ltda.

Sitio: www.adelstoneventos.com.br

19. Electroelectrónico y mecánico

➤ **MECÁNICA – Feria Internacional de la Mecánica**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.

Sitio: www.alcantara.com.br

➤ **METALURGIA – Feria Internacional de Tecnología, Fundición, Siderúrgica, Forja, Aluminio & Servicios
CINTEC FUNDIÇÃO – Congreso Internacional de Nuevas Tecnologías**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Messe Brasil Feiras & Promoções Ltda.

Sitio: www.messebrasil.com.br/metalurgia

➤ **FIIEE MINAS GERAIS – Feria Internacional de la Industria Eléctrica y Electrónica Minas Gerais**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.

Sitio: www.alcantara.com.br

➤ **INFOIMAGEM – Feria Internacional de Gerenciamiento Electrónico de Documentos**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Centro Nacional de Desenvolvimento do Gerenciamento da Informação – CENADEM

Sitio: www.cenadem.com.br

20. Energético

➤ **Feria Brasileña de Energías Renovables, Alternativas y de Cogeneración Congreso Brasileño de Energías Renovables, Alternativas y de Cogeneración**

Línea de productos y/o servicios: equipos para la generación de energías alternativas. Un promedio de 80 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: BF Three Feiras e Congressos Ltda.

Sitio: www.latinevent.com.br

➤ **Feria Nacional de Instalaciones Eléctricas**
ENIE – Encuentro Nacional de Instalaciones Eléctricas

Línea de productos y/o servicios: automatización de sistemas eléctrico y predial, iluminación, aterramiento, compatibilidad electromagnética, gerenciamiento y conservación de energía, motores y accionadores, etc.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Aranda Eventos e Congressos Ltda.

Sitio: www.arandanet.com.br

21. Enfermería, hospitalar y laboratorios

➤ **HOSPITALARIO – Feria Internacional de Productos, Equipos, Servicios y Tecnología para Hospitales, Laboratorios, Clínicas y Consultorios**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Hospitalar Feiras, Congressos e Empreendimentos Ltda.

Sitio: www.hospitalar.com

22. Deporte y ocio

➤ **AUTOSPORTS MOTOR SHOW – Feria Internacional de Competición, Tecnología, Tuning, Autopiezas y Accesorios Automotivos**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual

Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.

Sitio: www.alcantara.com.br

➤ **EQUIFAIR – Feria Internacional de Deporte Ecuestre**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Mídiagrupo Eventos Comerciais Ltda.

Sitio: www.midiagrupo.com.br

➤ **ADVENTURE SPORT FAIR – Feria de Deportes y Turismo de Aventura**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Promotrade Brasil Feiras e Congressos Ltda.

Sitio: www.adventurefair.com.br

➤ **IHRSA FITNESS BRASIL LATIN AMERICA – Feria Internacional de Equipos y Productos para Gimnasia**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Mecânica da Produção de Espetáculos em Eventos Ltda.

Sitio: www.fitnessbrasil.com.br

23. Farmacéutico

➤ **FCE PHARMA – Exposición Internacional de Tecnología para la Industria Farmacéutica**

Línea de productos y/o servicios: materias primas, embalajes, equipos y servicios para la Industria farmacéutica. Un promedio de 450 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: VNU Business Media do Brasil Ltda.

Sitio: www.vnu.com.br

24. Franquicias

➤ **ABF FRANCHISING EXPO – Feria Internacional de Negocios de Franquicias**

Línea de productos y/o servicios: franquecedores 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Messe Frankfurt Feiras Ltda.

Sitio: www.messefrankfurtfeiras.com.br

25. Informática

➤ LINUX WORLD BRAZIL – Exposición en el Segmento TI Open Source Conferencia del Segmento de TI Open Source

Línea de productos y/o servicios: fabricantes de hardware, desarrolladores de softwares, distribuidores, entrenamiento en softwares open source. Un promedio de 80 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Reed Exhibitions Brasil Ltda.

Sitio: www.reedexpo.com.br

26. Instrumentos musicales

➤ EXPOMUSIC – Feria Internacional de Música, Instrumentos Musicales, Audio, Iluminación y Afíns

Línea de productos y/o servicios: instrumentos musicales, acústicos, electrónicos y percusión, equipos de audio, sonido profesional, iluminación, partituras, accesorios, ediciones musicales y revistas especializadas. Un promedio de 150 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Francal Feiras e Empreendimentos Ltda.

Sitio: www.francal.com.br

27. Maderero y Papel

➤ FEMADE – Feria Internacional de Máquinas, Equipos y Productos para la Extracción e Industrialización de la Madera y del Mueble

Congreso Brasileño de Industrialización de la Madera y Productos de Base Florestal.

Línea de productos y/o servicios: máquinas y equipos para la Industria de mobiliario y aserraderos, componentes y accesorios para muebles, maderas, compensados y derivados, servicios, herramientas, equipos para extracción y transporte. Un promedio de 125 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Associação Brasileira da Industria de Máquinas e Equipos – ABIMAQ

Sitio: www.abimaq.com.br

Hannover Fairs Sulamérica Ltda.

Sitio: www.hanover.com.br

➤ **ABTCP – TAPPI – Exposición de Productos y Equipos para la Industria de Celulosa y Papel**

Congreso Internacional de Celulosa y Papel

Línea de productos y/o servicios: máquinas y equipos, instrumentación y control de proceso, productos químicos, ingeniería, proyectos y montajes, servicios y protección al medio ambiente. Un promedio de 200 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel – ABTCP

Sitio: www.abtcp.org.br

28. Material médico

➤ **REATECH – Feria Internacional de Tecnologías en Rehabilitación e Inclusión**

Línea de productos y/o servicios: hidroterapia, productos ortopédicos, libros y publicaciones, terapias alternativas, vehículos y adaptaciones, etc. Un promedio de 150 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Cipa Ltda.

Sitio: www.cipanet.com.br

29. Militar, seguridad nacional, civil y patrimonial

➤ **EXPOSEG INTERNATIONAL SECURITY FAIR – Feria Internacional de Seguridad**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Cipa Ltda.

Sitio: www.cipanet.com.br

➤ **INTERSEG – Feria Internacional de Tecnología, Servicios y Productos para la Seguridad Pública**

Seminario Ejecutivo Sudamericano de Seguridad Pública de la IACP

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Fagga Eventos Internacionais Ltda.

Sitio: www.fagga.com.br

➤ **FIRE SHOW – Feria Internacional de Prevención y Combate a Incendios.**

Línea de productos y/o servicios: equipos de prevención y combate a incendios, extintores, sprinklers, software, equipos para rescate, hidráulica, escalas, vehículos, etc. Un promedio de 80 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Cipa Ltda.

Sitio: www.cipanet.com.br

➤ **FISP – Feria Internacional de Seguridad y Protección
FISST – Feria Internacional de Seguridad y Salud en el Trabajo**

Línea de productos y/o servicios: equipamientos de protección y combate a incendio, seguridad física y patrimonial, alarmas, control, etc. Un promedio de 300 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Cipa Ltda.

Sitio: www.cipanet.com.br

➤ **EXPOSEGURANÇA – Feria Internacional de Equipos y Servicios de Seguridad
World Security Congress**

Línea de productos y/o servicios: equipos para seguridad electrónica, patrimonial y bancaria. Un promedio de 100 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Latin Event Feiras e Congressos Ltda.

Sitio: www.latinevent.com.br

30. Muebles

➤ **ABIMAD – Feria Internacional de Muebles y Artefactos de Alta Decoración**

Línea de productos y/o servicios: muebles de madera, estofados, metales y fibras naturales, decoración y utilitarios. Un promedio de 160 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Associação Brasileira das Industrias de Móveis de Alta Decoração – ABIMAD

Sitio: www.abimad.com.br

➤ **SALÓN DEL MUEBLE BRASIL – Salón Internacional de Muebles y Decoraciones**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Exponor Brasil Feiras e Eventos Ltda.

Sitio: www.exponor.com.br

➤ **FIQ – Feria Internacional de Calidad en Máquinas, Materias Primas y Accesorios para la Industria Mueblera**

Línea de productos y/o servicios: máquinas, equipos, herramientas, accesorios y materias primas para la Industria mueblera. Un promedio de 300 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Expoara Organizações de Eventos Arapongas S/C Ltda.

Sitio: www.fiq.com.br

➤ **FORMÓBILE – Feria Internacional de la Industria de la Madera y Muebles**

Línea de productos y/o servicios: máquinas y equipos, materias primas, ferreterías, accesorios y componentes. Un promedio de 480 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: MóBILE Feiras e Eventos Ltda.

Sitio: www.formobile.com.br

➤ **MERCOMÓVEIS – Feria Mercosur de Industrias de Muebles.**

Línea de productos y/o servicios: muebles, estofados, salas, dormitorios, roperos, camas, racks, estantes, cocinas, etc. Un promedio de 280 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Sindicato da Industria Moveleira do Valo do Uruguai – SIMOVALE

Sitio: www.mercomoveis.com.br

31. Material odontológico

➤ **FIOSP – Feria Internacional de Odontología de São Paulo**
CIOSP – Congreso Internacional de Odontología de São Paulo

Línea de productos y/o servicios: para el mercado de odontología. Un promedio de 350 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Associação Paulista de Cirurgiões Dentistas – APCD

www.apcd.org.br

➤ **ODONTOBRASIL – Feria Internacional de Productos, Equipos, Servicios y Tecnología para Odontología**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Hospitalar Feiras, Congressos e Empreendimentos Ltda.

Sitio: www.hospitalar.com.

32. Petróleo y petroquímica

➤ POSTO & FACILIDADES – Feria Internacional de Gasolineras y Negócio

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.

Sitio: www.alcantara.com.br

➤ RIO OIL & GAS EXPO AND CONFERENCE – Exposición de Productos, Servicios y Equipos de Petróleo

Línea de productos y/o servicios: explotación y producción, gas natural, abastecimiento y refino, seguridad, salud y medio ambiente, petroquímica y logística. Un promedio de 700 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás – IBP

Sitio: www.ibp.org.br

33. Químico, científico y tecnológico

➤ CARDS – Exposición Internacional de Tarjetas, Servicios y Tecnologías

Conferencia Internacional de Tarjetas, Servicios y Tecnologías.

Línea de productos y/o servicios: tarjetas de crédito, equipos y servicios. Un promedio de 70 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: RPM Consultoria e Marketing Ltda.

Sitio: www.rpmbrasil.com.br

➤ SAE BRASIL – Exposición Internacional de Tecnología de la Movilidad Congreso Internacional de Tecnología de la Movilidad

Línea de productos y/o servicios: 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. Periodicidad: anual.

Promoción: SAE Brasil.

Sitio: www.saebrasil.org.br

34. Serigrafia

➤ **SERIGRAFIA – Feria Internacional de Máquinas y Productos para Serigrafia**
SIGN SINALIZAÇÃO – Feria Internacional de Equipos y Productos para Señalización

Línea de productos y/o servicios: servicios, productos y equipos para serigrafia, señalización y comunicación visual. Un promedio de 200 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: IBRATESE – Instituto Brasileiro de Tecnologias e Serviços S/C Ltda.

Sitio: www.ibratese.com.br

35. Sucro-alcoholero (Azúcar y alcohol)

➤ **SIMTEC – Muestra de Tecnología de la AgroIndustria Sucro-alcoholera**

Simposio Internacional de Tecnología de la AgroIndustria Sucro-alcoholera.

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: SIMESPI – Sindicato das Industrias Metalúrgicas, Mecânicas de Material Elétrico, Eletrônico, Siderúrgicas y Fundições de Piracicaba, Saltinho e Rio das Pedras. www.sintec.com.br

www.simespi.com.br

ACIPI – Associação Comercial e Industrial de Piracicaba.

www.acipi.com.br

CIESP – Centro de Industrias del Estado de São Paulo Região Piracicaba.

www.ciesp.com.br

COPLACANA – Cooperativa dos Plantadores de Cana del Estado de São Paulo.

www.cana.com.br

MVM Promoción de Eventos Ltda.

➤ **FENASUCRO – Feria Internacional de la Industria Sucro-alcoholera**

Línea de productos y/o servicios: equipos, máquinas, insumos y servicios para la Industria sucro-alcoholera. Un promedio de 400 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Múltipus Produções e Empreendimentos Ltda.

www.multipuseventos.com.br

36. Supermercadista y minorista

➤ EXPO ABRA – Feria Internacional de Productos, Servicios, Equipos y Tecnología para Supermercados

Convención Nacional de Supermercados.

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: ABRAS – Associação Brasileira de Supermercados.

Sitio: www.abrasnet.com.br

➤ EXPONOR – Feria de Equipos, Productos y Servicios para Supermercados Convención Norte-Nordeste de Supermercados

Línea de productos y/o servicios: abastecedores de alimentos, bebidas, productos, Tecnología y servicios para el Sector de auto-servicio. Un promedio de 200 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Fagga Eventos Internacionais Ltda.

Sitio: www.fagga.com.br

➤ EXPOAGAS – Feria de Productos y Servicios para Supermercados Convención Gaucha de Supermercados

Línea de productos y/o servicios: alimentos, bebidas, equipos, soluciones tecnológicas, automatización, rondas de negocios, servicios, etc. Un promedio de 190 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: AGAS – Associação Gaúcha de Supermercados.

Sitio: www.agas.com.br

37. Textil y confecciones

➤ TEXFAIR DO BRASIL – Feria Internacional de la Industria Textil

Línea de productos y/o servicios: cama, mesa, baño, confecciones, etc. Un promedio de 250 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: SINTEX – Sindicato das Industrias de Fiação, Tecelagem e do Vestuario de Blumenau.

Sitio: www.sintex.org.br

➤ **FENIT – Feria Internacional de la Industria Textil Primavera/Verano**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.

Sitio: www.alcantara.com.br

➤ **SEMANA MODA BRASIL – Feria de Moda**

Línea de productos y/o servicios: moda masculina, femenina y accesorios. Un promedio de 30 expositores. Cobertura Internacional.

Periodicidad: semestral.

Promoción: CPA Design Ltda.

Sitio: www.cpadesign.com.br

38. Textil - Máquinas y componentes

➤ **FENATEC – Feria Internacional de Tecelaje Primavera/Verano**

Línea de productos y/o servicios: materia prima, hilado, tecelaje, malla, de punto, beneficiamiento, estampería, telas para decoración, servicios y publicaciones técnicas. Un promedio de 50 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.

Sitio: www.alcantara.com.br

➤ **FIMAPEV - Feria Internacional de Máquinas, Materias Primas y Productos del Vestuario**

Línea de productos y/o servicios: máquinas, materias primas y productos del vestuario. Un promedio de 80 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: SINVEDS – Sindicato das Industrias do Vestuario de Divinópolis.

Sitio: www.sinvesd.com.br

➤ **FEMATEX – Feria Internacional de Materiales para la Industria Textil y de Confección**

Línea de productos y/o servicios: fornituras, accesorios, embalajes y materias primas para la Industria textil. Un promedio de 300 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: SINTEX – Sindicato das Industrias de Fiação, Tecelagem e do Vestuario de Blumenau.

Sitio: www.sintex.org.br

➤ **QUINTEX – Feria Internacional de Química para la Industria Textil**

Línea de productos y/o servicios: químicas aplicadas y definida, hilado, subsegmentación, principal, almidonado, preparación, teñido, estampería, acabado, máquinas y equipos para tintorería y lavandería. Un promedio de 320 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: FCEM Feiras, Congressos e Empreendimentos Ltda.

Sitio: www.fcem.com.br

39. Tintas y barnices

➤ **FEITINTAS – Feria de la Industria de Tintas y Barnices & Productos Correlatos**

Línea de productos y/o servicios: construcción civil, gráfico, madera, metal, industrial, automovilístico, impermeabilizante, pincel, rodillo, escala, equipos para pintura. Un promedio de 150 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: SITIVESP – Sindicato da Industria de Tintas y Vernizes do Estado de São Paulo.

Sitio: www.sitivesp.org.br

40. Transporte

➤ **INTERMODAL SOUTH AMERICA – Feria Internacional de Transportes y Servicios de Comercio Exterior**

Línea de productos y/o servicios: almacenaje, distribución, técnicas de movimiento, logística, gerenciamiento y servicios para el comercio exterior, etc. Un promedio de 350 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: DMG Word Media Ltda.

Sitio: www.intermodal.com.br

➤ **Colloquium Internacional de Suspensiones e Implementos para Transporte vial & Muestra de Ingeniería**

Línea de productos y/o servicios: suspensión e implementos para transporte vial. Un promedio de 35 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: SAE Brasil Seção Caxias do Sul.

Sitio: www.saebrasil.org.br

➤ **MOVIMAT – Feria de Logística, Movimiento y Almacenaje de Materiales**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Imam Feiras e Promoções Ltda.

Sitio: www.imam.com.br

➤ **EXPO LOGÍSTICA – Feria de Productos, Servicios y Soluciones para Logística Fórum Internacional de Logística**

Línea de productos y/o servicios: consultoría, abastecimientos, distribución, almacenaje, softwares, transportes, productos y prestadores de servicios logísticos. Un promedio de 40 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Fagga Eventos Internacionais Ltda.

Sitio: www.fagga.com.br

➤ **TRANSPORTAR – Feria Internacional de Transporte Intermodal y Logística Congreso Sur Brasileño de Transporte y Logística**

Línea de productos y/o servicios: logística, transporte de carga y pasajeros, movimiento, almacenaje, servicios, productos, transportadoras, etc. Un promedio de 110 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Hannover Fairs Sulamérica Ltda.

Sitio: www.hanover.com.br

➤ **EXPOCARGO – Feria de Movimiento, Almacenaje y Terminales de Carga, Transporte y Logística**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Sinal Comunicações Ltda.

Sitio: www.sinalcom.com.br

41. Turismo

➤ **FITA – Feria Internacional de Turismo de Amazonia.**

Línea de productos y/o servicios: productos y servicios turísticos, hotelería y gastronomía. Un promedio de 90 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Governo do Estado do Pará (Secretaria Especial de Produção).

Sitio: www.pa.gov.br

PARATUR - Companhia Paraense de Turismo - www.paratur.pa.gov.br
Sitio: www.fita.com.br

➤ **LACIME LATIN AMERICA & CARIBBEAN INCENTIVE & MEETINGS EXHIBITIONS – Exposición de Turismo de Incentivo, Eventos y Negocios de América Latina y Caribe**

Línea de productos y/o servicios: 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, mídia, transporte terrestre, etc. Un promedio de 250 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Reed Exhibitions Brasil Ltda.

Sitio: www.reedexpo.com.br

➤ **ABAV – Exposición de Turismo**

Congreso Brasileño de Agencias de Viajes.

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: ABAV – Associação Brasileira de Agências de Viagens.

Sitio: www.abav.com.br

➤ **Salón de Negocios Turísticos del MERCOSUR
Festival del Turismo de Gramado**

Línea de productos y/o servicios: productos turísticos, lanzamiento y comercialización de paquetes. Un promedio de 1400 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Marta Rossi & Silvia Zorzanello Promoções e Eventos Ltda.

Sitio: www.marsil-rs.com.br ou www.festivalturismogramado.com.br

42. Utilidades para el hogar

➤ **SÃO PAULO INTERNATIONAL GIFT FAIR – Feria Brasileña de Regalos**

Línea de productos y/o servicios: regalos, Artesanía, juguetes, decoración y design, mesa para utensilios del hogar, comedor de diario y cocina. Un promedio de 315 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Laço Ltda.

Sitio: www.laco.com.br

➤ **TOYS, PARTIES & CHRISTMAS FAIR SOUTH AMERICA – Feria de Artículos de Navidad, Fiestas, Papelería Fina, Velas, Peluche y Minijuguetes**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Grafite Feiras e Promociones Ltda.

Sitio: www.grafitefeiras.com.br

➤ **HOUSE & GIFT FAIR SOUTH AMERICA – Feria Brasileña de Regalos**

Línea de productos y/o servicios: decoración, iluminación, flores artificiales y paisajismo, accesorios de decoración, cuadros, alfombras, velas decorativas, esotéricas, utilidades domésticas, mesa puesta, cama, mesa y baño, alfombra, maletas y accesorios, regalos corporativos, supri-shop, etc. Un promedio de 1050 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Grafite Feiras e Promociones Ltda.

Sitio: www.grafitefeiras.com.br

43. Vehículos automotores

➤ **SALÓN DEL AUTOMOVIL – Salón Internacional del Automóvil**

Línea de productos y/o servicios: automóviles, vehículos y carrocerías especiales, motocicletas, scooters, neumáticos y ruedas, accesorios en general, combustibles, lubricantes, aditivos, ceras y materiales de limpieza, etc.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.

Sitio: www.alcantara.com.br

44. Vehículos motorizados para transporte de pasajeros y cargas

➤ **EXPO AERO BRASIL – Feria Internacional de Aviación**

Línea de productos y/o servicios: productos y servicios aeronáuticos relacionados directa o indirectamente con el Sector. Un promedio de 250 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Aeromarketing Promoções e Eventos Ltda.

Sitio: www.aeromarketing.com.br

45. Diversos

➤ **RECICLAJE – Feria Sur Brasileña de Reciclaje y Medio Ambiente**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Monte Bello Feiras e Eventos Ltda.

Sitio: www.montebelloeventos.com.br

➤ **XCLUSIVE PET FAIR – Feria Internacional de Productos y Servicios de la Línea Pet y Horse**

Línea de productos y/o servicios: alimentos para nutrición animal, productos veterinarios y Alimentación animal, accesorios diversos, etc. Un promedio de 160 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Xclusive Mídia Eventos e Publicações Ltda.

Sitio: www.petfair.com.br

➤ **NATURAL TECH – Feria Internacional de Productos Naturales y Medicina Complementar**

Línea de productos y/o servicios: orgánicos, fitoterápicos, suplementos alimenticios, Líneas diet y light, alimentos naturales, productos integrales, miel, cosméticos naturales, vitaminas, tés medicinales, etc. Un promedio de 190 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Francal Feiras e Empreendimentos Ltda.

Sitio: www.francal.com.br

➤ **GEOBRASIL SUMMIT – Feria Internacional de Geoinformación**

Línea de productos y/o servicios: aerofotogrametría, agrimensura, catastro, conversión de datos, GIS, GPS, GNSS, geomarketing, imágenes de satélite, logística, mapeamiento, servicio de localización, LBS, etc. Un promedio de 54 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Alcântara Machado Feiras de Negócios Ltda.

Sitio: www.alcantara.com.br

➤ **UTILAR MODECOR – Feria Internacional de Bienes de Consumo**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: B & A Marketing Promocional Ltda.

Sitio: www.utilarmodecor.com

➤ **CULTURARTE – Feria Internacional de Cultura y de Artesanía**

Línea de productos y/o servicios: muebles, adornos, confecciones, bisuterías, artesanía en general, etc. Un promedio de 300 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: B & A Marketing Promocional Ltda.

➤ **MELHORIDADE – Feria del Bienestar, Salud y Ocio para la Tercera Edad**

Línea de productos y/o servicios: equipos, spas, hoteles, agencias de viajes, bancos, hospitales, clínicas, medicamentos, etc. Un promedio de 150 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Imam Feiras e Promoções Ltda.

Sitio: www.imam.com.br

➤ **XPLOR – Exposición sobre Sistemas de Documentación e Impresión Electrónica**

Congreso sobre Sistemas de Documentación e Impresión Electrónica

Línea de productos y/o servicios: equipos para impresión, acabado y softwares para gestión documental, impresión de datos variables, etc. Un promedio de 25 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Associação Brasileira de Usuários de Sistemas de Documentação e Impressão Eletrônica. Xplor.

Sitio: www.xplorbrazil.org.br

➤ **EXPO POSTOS & CONVENIÊNCIA – Feria Internacional de Gasolineras, Tiendas de Conveniencia, Food & Service**

Congreso de Gasolineras revendedoras Combustibles de Minas Gerais

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: anual.

Promoción: Fagga Eventos Internacionais Ltda.

Sitio: www.fagga.com.br

➤ **FIAM – Feria Internacional de la Amazonia**

Línea de productos y/o servicios: 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.

Periodicidad: bienal.

Promoción: SUFRAMA – Superintendência da Zona Franca de Manaus.

Sitio: www.suframa.gov.br

➤ **FIMAI – Feria Internacional del Medio Ambiente Industrial
Seminario Internacional del Medio Ambiente Industrial**

Línea de productos y/o servicios: equipos, coprocesamiento, laboratorios ambientales, reciclaje, transporte, tratamiento de agua y alcantarillado, olor, ruido, sistema de medición y control, etc. Un promedio de 320 expositores.

Periodicidad: anual.

Promoción: Ambientepress Produções S/C Ltda.

Sitio: 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**

Línea de productos y/o servicios: refrigeración, aire acondicionado, calefacción, ventilación, transporte y conservación de alimentos, climatización automotiva, control e instrumentación. Un promedio de 100 expositores.

Periodicidad: bienal.

Promoción: Hannover Fairs Sulamérica Ltda.

Sitio: www.hanover.com.br

ASBRAV – Associação Sul Brasileira de Refrigeração, Ar-Condicionado, Aquecimento e Ventilação.

Sitio: www.asbrav.org.br

ANEXO III. INFORMACIONES GENERALES

➤ MONEDA NACIONAL

Real, simbolizado con el signo R\$. Posee convertibilidad con las principales monedas corrientes internacionales.

➤ HORARIO BANCARIO

Estipulado de 10.00 a 16.00.

➤ HORARIO COMERCIAL

Estipulado de 9.00 a 18.00.

➤ FERIADOS NACIONALES

| Feridos | Fecha |
|-----------------------------------|-----------------|
| Año Nuevo | 1º de enero |
| Carnaval* | febrero o marzo |
| Día de la Pasión* | marzo o abril |
| Pascua* | marzo o abril |
| Tiradentes | 21 de abril |
| Día del Trabajo | 1º 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.

➤ HUSO HORARIO

En relación al horario oficial de Brasil:

| | |
|-------------------------------|------|
| Argentina – Buenos Aires | 0h. |
| Bolivia – La Paz | -1h. |
| Chile – Santiago | -1h. |
| Colombia – Santa Fé de Bogotá | -2h. |
| Ecuador – Quito | -2h. |
| Paraguay – Asunción | -1h. |
| Perú – Lima | -2h. |
| Uruguay – Montevideo | 0h. |
| Venezuela – Caracas | -1h. |

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).

| | |
|---|---|
| -2h en relación al horario de Brasilia. -5h GMT | Acre |
| -1h en relación al horario de Brasilia. -4h. GMT. | Amazonas, Rondônia, Roraima, Pará, Mato Grosso y Mato Grosso do Sul. |
| Hora oficial de Brasil (Brasilia). -3h. 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. |
| + 1h. en relación al horario de Brasilia - 2h. GMT. | Ilha de Fernando de Noronha. |

➤ 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:

| | |
|-----------------------------------|----|
| 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 |
| Curitiba – Paraná | 41 |
| 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 |

➤ 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

| | |
|-----------|--|
| 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. |

➤ VACUNAS

El gobierno brasileño, a través de la ANVISA (Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria), exige el certificado internacional de vacunación contra la fiebre amarilla a los viajeros provenientes de países que tengan territorio en la región amazónica. Para más informaciones sobre otros tipos de vacunas consulte: www.anvisa.gov.br

➤ LOCALES DE ADUANAS

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

➤ AEROPUERTOS

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

| Sigla – Aeropuerto – Estado | Teléfono | Distancia del aeropuerto al centro de la ciudad |
|---|--------------------------|--|
| AJU – Aeropuerto de Aracaju / Aracaju - SE | (79) 3212-8500 | 12 km. |
| BEL – Aeropuerto Internacional de Belém / Belém - PA | (91) 3210-6000 | 13 km. |
| AJU – Aeropuerto de Aracaju – SE | (79) 3212-8500 | 12 km. |
| BEL – Aeropuerto Internacional de Belém – PA | (91) 3210-6000 | 13 km. |
| CNF – Aeropuerto Internacional Tancredo Neves/Confins - MG | (31) 3689-2700 | 45 km. |
| BVB – Aeropuerto Internacional de Boa Vista – RR | (95) 3623-9394/6629 | 4 km. |
| BSB – Aeropuerto Internacional Juscelino Kubitschek – DF | (61) 3364-9000 | 11 km. |
| CGR – Aeropuerto Internacional de Campo Grande – MS | (67) 3368-6010 | 7 km. |
| CPQ – Aeropuerto Internacional de Viracopos / Campinas – SP | (19) 3725-5000 | 18 km. |
| CGB – Aeropuerto Internacional Marechal Rondon – MT | (65) 3614-2500 | 9 km. |
| CWB – Aeropuerto Internacional Afonso Pena – PR | (41) 3381-1515 | 18 km. |
| FLN – Aeropuerto Internacional de Florianópolis – SC | (48) 3331-4000 | 14 km. |
| FOR – Aeropuerto Internacional Pinto Martins – CE | (85) 3477-1200 | 6 km. |
| GYN – Aeropuerto Santa Genoveva – GO | (62) 3265-1500 | 8 km. |
| GRU – Aeropuerto Internacional de Guarulhos - SP | (11) 6445-2945 | 25 km. |
| JPA – Aeropuerto Presidente Castro Pinto - PB | (83) 3232-1200 | 12 km. |
| MCP – Aeropuerto Internacional de Macapá – AP | (96) 3223-4087 | 3 km. |
| MCZ – Aeropuerto Internacional de Maceió – AL | (82) 3214-4000 | 25 km. |
| MAO – Aeropuerto Internacional Eduardo Gomes – AM | (92) 3652-1210 | 14 km. |
| NAT – Aeropuerto Augusto Severo – RN | (84) 3644-1070/3644-1110 | 20 km. |
| PMW – Aeropuerto de Palmas – TO | 63) 3219-3700 | 0 km. |
| PNZ – Aeropuerto de Petrolina – PE | (87) 3863-3366 | 10 km. |
| POA – Aeropuerto Internacional Salgado Filho –RS | (51) 3358-2000 | 10 km. |
| PVH – Aeropuerto de Porto Velho – RO | (69) 3025-7450 | 7 km. |
| REC – Aeropuerto Internacional Guararapes – PE | (81) 3464-4188 | 11 km. |
| RBR – Aeropuerto Internacional Presidente Médici – AC | (68) 3322-4343 | 3 km. |
| GIG – Aeropuerto Internacional Antonio Carlos Jobim (Galeão) – RJ | (21) 3398-5050 | 1 km. |
| SSA – Aeropuerto Deputado Luís Eduardo Magalhães – BA | (71) 3204-1010 | 28 km. |
| SLZ – Aeropuerto Marechal Cunha Machado – MA | 98) 3217-6100/3217-6105 | 15 km. |
| THE – Aeropuerto de Teresina – PI | (86) 3225-2947/2600 | 5 km. |
| VIX – Aeropuerto de Vitória – ES | 27) 3083-6300 | 6 km. |

PUERTOS MARÍTIMOS, FLUVIAIS Y LACUSTRES

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

| PUERTO-ESTADO | Dirección y teléfono | Área de influencia | Ubicación |
|-------------------------------|---|--|--|
| Porto de Angra dos Reis – RJ | Av. dos Reis Magos, s/n CEP: 23900-000 - Angra dos Reis (RJ) Tel.: + 55 (24) 365-0602 - Telefax: (24) 365-0273 | Sur de los estados de Rio de Janeiro y Minas Gerais; norte de São Paulo; Goiás | Litoral sur del Estado de Rio de Janeiro. |
| Porto de Aratu - BA | Via Matoim, s/n - ZIP CIA -Baia de Aratu CEP: 43800-000 – Candeias (BA) Tel.: + 55 (71) 802-3135 - Telefax: (71) 802-3116 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 Cotegipe. |
| Porto de Areia Branca - RN | Cais Tertuliano Fernandes, 81 CEP: 59655-000 - Areia Branca (RN) PABX: + 55 (84) 332-2321 Tel.: + 55 (84) 332-2168 - Telefax: (84) 332-2399 | 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. |
| Porto de Barra do Riacho - ES | Caminho da Barra do Riacho, s/n CEP: 29197-000 - Aracruz (ES) Tel.: + 55 (27) 270-4444, (27) 270-4432 Telefax.: + 55 (27) 270-4443 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 |
| Porto de Belém-PA | Av. Presidente Vargas, 41 - 2º andar - Centro CEP: 66010-000 - Belém (PA) PABX: + 55 (91) 223-0433 Tel.: + 55 (91) 216-2011, 216-2070 Telefax: + 55 (91) 241-1741 Correo electrónico: 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). |
| Porto de Cabedelo - PB | Rua Presidente João Pessoa, s/n - Centro CEP: 58310-000 – Cabedelo (PB) PABX: + 55 (83) 228-4042 Tel.: + 55 (83) 228-2805 - Telefax: (83) 228-2619 Correo electrónico: porto-pb@zaitek.com.br | Estados de Paraíba, Pernambuco y Rio Grande do Norte. | Orilla derecha del estuario del Rio Paraíba do Norte, frente a la Ilha da Restinga, en la parte noroeste de la ciudad de Cabedelo. |
| Porto de Cáceres - MT | Rua Dom Bosco, s/n CEP: 78200-000 – Cáceres (MT) Tel.: + 55 (65) 221-1728 | Nordeste del Estado de São Paulo y sudoeste de Mato Grosso. | Orilla izquierda del Rio Paraguay, en la región del Pantanal, Municipio de Cáceres, Estado de Mato Grosso. |
| Porto de Charqueadas - RS | Praça Oswaldo Cruz, 15 - 3º andar CEP: 90030-900 - Porto Alegre (RS) Tel.: + 55 (51) 225-0700 Telefax: + 55 (51) 226-9068 | Región central del Estado de Rio Grande do Sul. | Orilla derecha del Rio Jacuí, Municipio de Charqueadas, cerca de 60km de Porto Alegre. |
| Porto de Corumbá/Ladário - MS | Rua Treze de Junho, 960 CEP: 79300-040 - Corumbá (MS) Tel. (Corumbá - MS): + 55 (67) 231-2841 y (67) 231-2013 Tel. (Ladário – MS): + 55 (67) 231-4632 Telefax: + 55 (67) 231-2661 | Noroeste de Mato Grosso do Sul; parte sur de Mato Grosso y sudeste de Bolivia. | Orilla derecha del Rio Paraguay, en las ciudades de Corumbá y Ladário, situadas en la región del pantanal matogrossense. |
| Porto 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/n CEP: 95890-000 – Estrela (RS) Tel: + 55 (51) 712-1700 Telefax: + 55 (51) 720-3666 Correo electrónico: portoflu@fates.thce.com.br | Áreas del centro, nordeste, norte y noroeste del Estado de Rio Grande do Sul. | Orilla izquierda del Rio Taquari, Municipio de Estrela (RS). A una distancia de 142km de Porto Alegre por vía fluvial. |
| Porto de Forno – RJ | Rua Santa Cruz, 100 CEP: 28930-000 - Arraial do Cabo (RJ) Tel.: + 55 (24) 622-1185 Telefax: + 55 (24) 622-1185 Correo electrónico: 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 |

| | | | |
|-------------------------|---|---|---|
| Porto de Fortaleza- CE | Praça Amigos da Marinha, s/n - Mucuripe CEP: 60182-640 – Fortaleza (CE) Tel: + 55 (85) 266-8901 Sitio: www.docasdoceara.com.br Correo electrónico: assinf@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. |
| Porto de Ilhéus - BA | Av. Alm. Aurélio Linhares, 432 CEP: 45660-000 - Ilhéus (BA) Tel.: + 55 (73) 231-3318 Telefax: + 55 (73) 231-1300 | 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. |
| Porto de Imbituba – SC | CEP: 88780-000 - Imbituba (SC) PABX: + 55 (48) 255-0265, 255-0080 Tel.: + 55 (48) 255-0273, Telefax: + 55 (48) 255-0701 Correo electrónico: 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. |
| Porto de Itajaí - SC | Av. Cel. Eugênio Müller, 622 CEP: 88301-090 – Itajaí (SC) Tel.: + 55 (47) 341-8000, 344-0722 Telefax: + 55 (47) 341-8024, 341-8067 Correo electrónico: 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 Rio Itajaí-Açu, Municipio de Itajaí, en el litoral norte del Estado de Santa Catarina. |
| Porto de Itaquí – MA | Porto de Itaquí, s/n CEP: 65085-370 – São Luis (MA) Tel.: + 55 (98) 216-6000, 216-6002 Telefax: + 55 (98) 216-6060 Correo electrónico: 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 Luis, Estado de Maranhão. |
| Porto de Macapá – AP | Rua Filinto Müller, nº 1.380 - Novo Horizonte – Santana CEP: 68925-000 – Macapá (AP) Tel.: + 55 (96) 281-1092 Telefax: + 55 (96) 281-4000 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 Rio Amazonas, a 18km de la ciudad de Macapá, capital del Estado de Amapá. |
| Porto de Maceió – AL | Rua Sá e Albuquerque, s/n CEP: 57025-180 – Jaraguá – Maceió (AL) PABX.: + 55 (82) 231-1790 Tel.: + 55 (82) 231-7099 Telefax: + 55 (82) 231-2975 Correo electrónico: 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. |
| Porto de Manaus – AM | Rua Taqueirinha, nº 25 - Centro CEP: 69005-420 - Manaus (AM) PABX: + 55 (92) 633-3433 Tel.: + 55 (92) 622-4482 e (92) 622-1330/232-4059 Telefax: + 55 (92) 232-6253 Correo electrónico: snph@nutecnet.com.br | Casi todo el Estado de Amazonas y los estados de Roraima y Rondônia. | Orilla izquierda del Rio Negro, en la ciudad de Manaus, capital del Estado de Amazonas. |
| Porto de Natal – RN | Av. Engº Hildebrando de Góis, 220 – Ribeira CEP: 59010-700 – Natal (RN) PABX: + 55 (84) 211-5311 Tel.: + 55 (84) 222-3932 Telefax: + 55 (84) 221-6072 www.codern.com.br/portonatal_porto.php Correo electrónico: codern@cabugisat.com.br | Estado de Rio Grande do Norte. | En la ciudad de Natal, Estado de Rio Grande do Norte, en la orilla derecha del Rio Potengi, a 3 km de su desembocadura. |
| Porto de Niterói – RJ | Av. Feliciano Sodré, s/n - Centro CEP: 24030-000 - Niterói (RJ) Tel.: + 55 (21) 620-7466 Fax: + 55 (21) 516-1958 | Municipio de Niterói. | En la costa oriental de la bahía de Guanabara, en la ciudad de Niterói, Estado de Rio de Janeiro. |
| Porto de Paranaguá - PR | Rua Antonio Pereira, 161 CEP: 83221-030 – Paranaguá (PR) PABX: + 55 (41) 420-1100 Tel.: + 55 (41) 422-0185 Telefax: + 55 (41) 422-6767, 422-5324 Correo electrónico: 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 entropuesto franco en el puerto. | Orilla sur de la bahía de Paranaguá, en la ciudad de Paranaguá, Estado de Paraná. |
| Porto de Pelotas – RS | Rua Benjamin Constant, 215 CEP: 96010-020 - Pelotas (RS) PABX: + 55 (53) 278-7272 Tel.: + 55 (53) 278-7311 Telefax: + 55 (53) 278-7448 Correo electrónico: 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. |
| Porto de Pirapora – MG | Praça do Porto, 70 – Distrito Industrial CEP: 39270-000 – Pirapora (MG) Tel.: + 55 (38) 741-2555 y (38) 741-1005 Telefax: + 55 (38) 741-2510 | Municipios de Pirapora (MG), Juazeiro (BA) y Petrolina (PE) | Orilla derecha del Rio São Francisco, en el distrito industrial de Pirapora, Estado de Minas Gerais. |

| | | | |
|-----------------------------------|--|--|--|
| Terminal de Ponta do Ubu – ES | Rodovia do Sol s/nº Caixa Postal 720.004 - Anchieta - ES CEP: 29230-000 Tel.: + 55 (27) 261-1344 - Ramal 255/262 Fax: + 55 (27) 261-1447 | Administrado por la empresa Samarco Mineração S/A. | Punta de Ubu, litoral del Estado de Espírito Santo. |
| Porto de Porto Alegre – RS | Av. Mauá, 1.050 – Centro CEP: 90010-110 – Porto Alegre (RS) PABX: + 55 (51) 211-5022, 211-5097, 211-5198 Tel.: + 55 (51) 211-4948 Telefax: + 55 (51) 225-8954, 211-4948, 211-4974 Correo electrónico: 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. |
| Porto de Porto Velho – RO | Rua Terminal dos Milagres, 400 – Bairro da Balsa CEP: 78900-750 – Porto Velho (RO) Tel.: + 55 (69) 229-3904, 229-5400, 229-2134, 229-5115 Telefax: + 55 (69) 229-3943 | 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. |
| Porto de Presidente Epitácio – SP | Av. Brigadeiro Faria Lima, nº 1.575 – 6º andar Cep: 01451.000 – São Paulo (SP) Tel.: + 55 (11) 815-2424, 815-5133 e 815-7227 Telefax: + 55 (11) 815-5435 | Noroeste del Estado de São Paulo y sudeste de Mato Grosso do Sul. | Orilla izquierda del Río Paraná, en el Municipio de Presidente Epitácio, Estado de São Paulo, en la frontera con Mato Grosso do Sul. |
| Porto de Recife – PE | Praça Artur Oscar, s/n - Encruzilhada CEP: 50030-370 - Recife (PE) PABX: + 55 (81) 3419-1901, 3419-1902 Tel.: + 55 (81) 3224-6106 Telefax: + 55 (81) 3224-2848 Correo electrónico: 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 Bahía. | En la parte centro-este de la ciudad de Recife, capital del Estado de Pernambuco. |
| Porto de Rio de Janeiro – RJ | Porto do Rio de Janeiro Av. Rodrigues Alves, nº 20 - 4º andar - Praça Mauá CEP: 20081-000 - Rio de Janeiro (RJ) Tel: + 55 (21) 2291-2122 e 2263-1518 Telefax: + 55 (21) 2516-1958 | Estados de Rio de Janeiro, Minas Gerais y Espírito Santo; áreas del sudoeste de Goiás y del sur de Bahía. | Costa occidental de la bahía de Guanabara, en la ciudad de Rio de Janeiro. |
| Porto de Salvador – BA | Av. da França, 1551 - Estação Marítima - Comércio CEP: 40010-000 - Salvador (BA) PABX.: + 55 (71) 243-5066 Tel.: + 55 (71) 243-9293, 241-0551 Telefax: + 55 (71) 320-1375 Correo electrónico: info@codeba.com.br www.codeba.com.br/eng/porto_ssa.php | Todo el Estado de Bahía. | Bahía de Todos os Santos, en la ciudad de Salvador, Estado de Bahía. |
| Porto de Santos – SP | Av. Conselheiro Rodrigues Alves, s/n – Macuco CEP: 11015-900 – Santos (SP) PABX: + 55 (13) 3233-6565 Tel.: + 55 (13) 3222-5485 Telefax: + 55 (13) 3222-3068 Correo electrónico: 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. |
| Porto de Sepetiba – RJ | Estrada da Ilha da Madeira s/nº, Km 18 Rio Santos, Municipio de Itaguaí CEP: 23854-410 - Itaguaí (RJ) Tel.: + 55 (21) 688-1402 e (21) 688-1424 Telefax: (21) 688-1287 | 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. |
| Porto de Suape – PE | Av. Portuária, Km 10 da Rodovia PE-060 - Engenho Massangana CEP: 55590-000 - Municipio de Ipojuca (PE) PABX: + 55 (81) 3527-5000 Tel.: + 55 (81) 3527-5120 e 3527-4340 Fax: + 55 (81) 3527-4220 e 3527-4026 Correo electrónico: 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. |

➤ PUNTOS DE FRONTERA

Locales de frontera bajo responsabilidad de la *Receita Federal*.

Para más informaciones consulte: www.receita.fazenda.gov.br

| |
|--|
| - 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) |

➤ TABLAS DE CONVERSIÓN

Medidas de peso y masa:

| | | |
|----------------------|------------------------|----------------------|
| Gramos | $2,205 \times 10^{-3}$ | Libras |
| Gramos | 0,0352740 | Onzas |
| Gramos | 0,0321507 | Onzas troy |
| Libras | 1,021528 | Libras troy |
| Libras | 16,0 | Onzas |
| Libras | 14,5833 | Onzas troy |
| Libras | 0,45359237 | Kilogramos |
| Onzas | 28,349523125 | Gramos |
| Onzas | $6,25 \times 10^{-2}$ | Libras |
| Onzas | 0,911458 | Onzas troy |
| Onzas | 0,028349523125 | Kilogramos |
| Onzas troy | 31,1034768 | Gramos |
| Onzas troy | 1,09714 | Onzas |
| Kilogramos | 2,20462 | Libras |
| Kilogramos | 2,205 | Litros |
| Kilogramos | 35,2740 | 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 | 1016,0469088 | Kilogramos |

Medidas de volumen y capacidad:

| | | |
|----------------------|----------------|-----------------------------|
| Barriles de petróleo | 0,158987294928 | Metros cúbicos |
| Centímetros cúbicos | 0,000264172 | Galones (americanos) |
| Centímetros cúbicos | 0,000219969 | Galones (británicos) |
| Centímetros cúbicos | 0,0351951 | Onzas líquidas (británicas) |
| Centímetros cúbicos | 0,0338140 | 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) | 0,003785411784 | Metros cúbicos |
| Galones (americanos) | 0,133681 | Pies cúbicos |
| Galones (británicos) | 4546,09188 | Centímetros cúbicos |
| Galones (británicos) | 4,54609188 | Decímetros cúbicos |
| Galones (británicos) | 0,00454609188 | Metros cúbicos |
| Galones (británicos) | 0,160544 | Pies cúbicos |
| Galones (británicos) | 277,420 | Pulgadas cúbicas |
| Yardas cúbicas | 0,764554857984 | Metros cúbicos |
| Litros | 1000,0 | 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 | 28,316846592 | Decímetros cúbicos |
| Pies cúbicos | 7,48052 | Galones (americanos) |
| Pies cúbicos | 6,22883 | Galones (británicos) |
| Pies cúbicos | 0,028316846592 | Metros cúbicos |
| Pies cúbicos | 16,387064 | Centímetros cúbicos |
| Pies cúbicos | 0,016387064 | Decímetros cúbicos |

Medidas de longitud:

| | | |
|-----------------|------------------------|---------------------|
| Centímetros | 1×10^{-2} | Metros |
| Centímetros | 10,0 | Milímetros |
| Centímetros | 0,0328084 | Pies |
| Centímetros | 0,393701 | Pulgadas |
| Centímetros | 1×10^{-5} | Kilómetros |
| Yardas | 0,9144 | Metros |
| Metros | 0,546807 | Brazas |
| Metros | 0,0497097 | Cadenas |
| Metros | 100,0 | Centímetros |
| Metros | 1,09361 | Jardas |
| Metros | $5,396 \times 10^{-4}$ | Millas náuticas |
| Metros | $6,214 \times 10^{-4}$ | Millas estatutarias |
| Metros | 1000,0 | Milímetros |
| Metros | 39,3701 | Pulgadas |
| Millas náuticas | 1852 | Metros |
| 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 | $1,645 \times 10^{-4}$ | Millas náuticas |
| Pies | 304,8 | Milímetros |
| Pulgadas | 2,54 | Centímetros |
| Pulgadas | 0,0254 | Metros |
| Pulgadas | 25,4 | Milímetros |
| Kilómetros | 49,7097 | Cadenas |
| Kilómetros | 1000,0 | Metros |
| Kilómetros | 0,621371 | Millas |
| Kilómetros | 0,539957 | Millas náuticas |
| Kilómetros | 3281,0 | Pies |

ANEXO IV. GLOSARIO

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 en aduanas aplicados por dos o más países, a ejemplo del MERCOSUR.

AFRMM: Adicional al Flete para Renovación de la Marina Mercante.

ATIT: Acuerdo sobre Transporte Internacional Terrestre.

“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.

CCR: Convenio de Créditos Recíprocos.

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).

CIDE: Contribución de Intervención en el Dominio Económico.

Cofins: Contribución para el Financiamiento de la Seguridad Social.

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 contravalor 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 de aduana para almacenar mercancías de países limítrofes.

Descamino: mercancía internada sin los procedimientos del despacho en aduana.

Derechos en aduanas: tributos que inciden sobre una mercancía importada.

DI: Declaración de Importación.

Drawback: se aplica el régimen a través de la suspensión, exención o restitución de tributos aplicados a importación de mercancías sometidas a un proceso de industrialización de productos destinados a la exportación.

Entrepuesto: local con fiscalización de las autoridades aduaneras, localizado en la zona secundaria.

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.

Finiquito: recibo que certifica el pago de una deuda u obligación.

ICMS: Impuesto sobre Circulación de Mercancías y Prestaciones de Servicios

II: Impuesto de Importación.

Importación sin cobertura de cambio: operaciones de importación sin obligación de remesa de divisas al exportador.

Importación triangular: operación que permite al importador adquirir la mercancía del exportador con instrucciones de embarcarla a un tercer país, sin que la mercancía transite por el territorio brasileño.

IN: Instrucción Normativa.

Incoterms: siglas internacionales de las modalidades de compra y venta de mercancías.

EXW - Ex Works (en Fabrica): significa que el vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del comprador en su establecimiento,

en lugar convenido, en la data acordada. El comprador deberá asumir todos los costes y riesgos inherentes a la recepción de la mercancía en los locales del vendedor hasta el destino.

FCA - Free Carrier (Libre Transportista en): significa que el vendedor entrega la mercancía, despachada a la exportación, al transportista nombrado por el comprador en el lugar convenido. El vendedor debe asumir los gastos de aduana.

FAS - Free Alongside Ship (Libre al Costado del buque): significa que la responsabilidad del vendedor finaliza una vez que la mercancía es colocada al costado del buque en el puerto de embarque convenido.

FOB - Free on Board (Libre a bordo): significa que el vendedor cumple su obligación cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque, en el puerto de embarque convenido.

CFR - Cost and Freight (Costo y Flete): significa que la responsabilidad del vendedor termina cuando las mercancías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El vendedor debe asumir los gastos de flete de la mercancía hasta el puerto de destino y las formalidades de exportación. El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercancías embarcadas, además de los gastos de descarga, y, si desear, contratar el seguro.

CIF - Cost, Insurance and Freight (Costo, Seguro y Flete): significa que el vendedor es responsable de pagar todos los costes, incluso el flete y el seguro con cobertura mínima para conducir la mercancía al puerto convenido. El comprador debe asumir todos los riesgos desde el momento que la mercancía haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque y los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía al puerto de destino hasta el lugar convenido (descarga, impuestos, derechos de aduanas y, si el comprador desea, un seguro de mayor cobertura).

CPT - Carriage Paid To (Transporte Pagado hasta): significa que el vendedor debe asumir los gastos de flete hasta el destino convenido. El comprador asume todos los costes y riesgos de pérdida o daño ocurridos después de que la mercancía haya sido entregada al transportista designado por él.

CIP - Carriage and Insurance Paid to (Transporte y Seguro Pagado hasta): significa que el vendedor debe asumir los gastos de flete y traslado de la mercancía hasta el lugar convenido. El vendedor tiene las mismas obligaciones que bajo CPT, con el añadido de que ha de contratar los costos del seguro de la mercancía por el mínimo de la cobertura hasta el destino.

DAF - Delivered At Frontier (Entregadas en Frontera): significa que el vendedor ha cumplido su obligación cuando entrega la mercancía, despachada en aduana para la exportación pero no despachada para la importación, en el lugar convenido de la frontera, pero antes de la aduana fronteriza del país colindante. Desde esse punto, el comprador debe asumir la responsabilidad de los costes y riesgos de pérdida o daño de la mercancía.

DES - Delivered Ex-Ship (Entregadas sobre Buque): significa que el vendedor entrega las mercancías cuando se las pone a disposición del comprador a bordo del buque, no despachadas para la importación, en el puerto de destino convenido.

DEQ - Delivered Ex-Quay (Entregadas en Muelle): significa que el vendedor entrega las mercancías cuando se las pone a disposición del comprador, sin despacharlas para la importación, en el muelle (desembarcadero) del puerto de destino acordado. El vendedor debe asumir los costos y riesgos ocasionados al conducir las mercancías al puerto de destino convenido y al descargarlas en el muelle (desembarcadero).

DDU - Delivered Duty Unpaid (Entregadas Derechos no Pagados): significa que el vendedor ha cumplido su obligación cuando ha puesto la mercancía a disposición del comprador en el país de importación. El vendedor debe asumir todos los gastos y riesgos relacionados con la entrega de la mercancía, excluidos derechos, impuestos y otros gravámenes exigibles a la importación.

DDP - Delivered Duty Paid (Entregadas Derechos Pagados): significa que el vendedor entrega las mercancías en el país del comprador, despachadas para la importación. El vendedor debe asumir todos los costos y riesgos, incluyendo el pago de los gravámenes e impuestos hasta la entrega de la mercancía.

IPI: Impuesto sobre Productos Industrializados.

Laudo: 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.

NALADI: Nomenclatura arancelaria para los países integrantes de la ALADI.

NCM: Nomenclatura Cómica del Mercosur.

"Perdimento": abandono de la carga en la aduana.

PIS: Programa de Integración Social

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.

SH: Sistema Armonizado (AS).

SISCOMEX: Sistema Integrado de Comercio Exterior.

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.

TIF: Transporte Internacional Ferroviario.

TIPI: tabla de incidencia del IPI.

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.