

Presentación

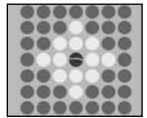
Pedro Mejía Gómez

Secretario de Estado de Turismo y Comercio

La internacionalización de la economía española se ha constituido, sin duda, en una de las marcas distintivas del proceso de modernización económica de nuestro país en el último cuarto de siglo. Un proceso que comienza a tomar cuerpo con nuestra adhesión a la Comunidad Económica Europea, actual Unión Europea, y que se acelera en los últimos años de la década de los noventa al calor de la globalización y la creciente interdependencia estructural de las economías. España se ha convertido en ese período de tiempo en el exponente de un país plenamente inmerso en las corrientes internacionales de bienes, servicios y capitales. Esto ha sido posible gracias a un importante esfuerzo de apertura al exterior que nos ha llevado a situarnos entre las primeras economías en el ranking mundial de exportadores de mercancías y servicios comerciales, así como en el de Inversión Directa Emitida.

Es sabido que nuestra pertenencia a la Unión Europea, de la que acabamos de celebrar el vigésimo aniversario, ha condicionado el patrón comercial español a nivel geográfico, por ser el mercado natural para la empresa española. Baste recordar que esta proximidad geográfica explica que, en estos momentos, cerca de tres cuartas partes de las exportaciones españolas se concentren en los países europeos. Desde la vertiente de la inversión, la eclosión de la economía española es más reciente. No es hasta los últimos años de la década de los noventa cuando, en un contexto de rápida internacionalización financiera, se produce una mayor proyección exterior de determinados sectores de nuestra economía. En ese contexto, los históricos lazos culturales que tradicionalmente nos han unido con América Latina, sumados a los procesos de privatización que se sucedieron en muchos países del subcontinente, explican que las empresas españolas eligieran preferentemente estos mercados para acometer sus inversiones exteriores, pasando a ocupar posiciones de liderazgo en muchos de ellos.

El sector exterior español se encuentra ahora en una etapa en la que, a partir de los importantes logros alcanzados, debe aprovechar las innegables oportunidades que ofrece un escenario como el actual, sometido a continuos y profundos cambios. Para ello, es fundamental, entre otras tareas, llevar a cabo una cuidada selección de los mercados en los que centrar la actividad de internacionalización, pero sin descuidar las posiciones ya alcanzadas en nuestros mercados tradicionales. En este sentido, no puede ignorarse el cambio que en los últimos años se viene produciendo en el centro de gravedad en el mundo, con la irrupción en el escenario internacional de países como Brasil, Rusia, India o China. Unos países extraordinariamente atractivos, pero que entrañan no pocas dificultades de distinta índole como la lejanía física, el contraste de culturas o el desconocimiento lingüístico. Es por ello por lo que desde la administración comercial española se está haciendo un importante esfuerzo para articular un conjunto de medidas con los que reforzar los intercambios comerciales y potenciar y consolidar las inversiones mutuas en esos países, estratégicos para la economía española.



MONOGRÁFICO

En este esquema de actuación es en el que entran a jugar un papel fundamental los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM). El estudio preliminar de identificación de mercados permitió la selección inicial de nueve países prioritarios —Brasil, Marruecos, India, Japón, Argelia, Rusia, México, EEUU y China—, para los que se procedió a elaborar, y dotar presupuestariamente, las medidas específicas de actuación para potenciar la presencia de las empresas españolas en cada uno de ellos. Cada uno de estos Planes recoge un amplio abanico de actuaciones de carácter institucional, de promoción comercial, de apoyo financiero, de información y formación, de fomento de la inversión y de promoción del turismo, coordinando e integrando los instrumentos de promoción de todas las instituciones, tanto públicas como privadas (1).

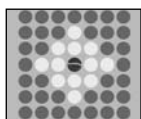
Los PIDM para los nueve países prioritarios inicialmente seleccionados se encuentran en estos momentos en su totalidad en ejecución. El balance que cabe hacer de su funcionamiento es altamente satisfactorio. La mejora en los resultados comerciales ha comenzado a hacerse notar en los nueve primeros meses del ejercicio 2006, período en el que el incremento interanual de las exportaciones dirigidas a esos mercados ha sido de un 17,1 por 100, superando en un 6 por 100 al comportamiento del conjunto de la exportación española. Un balance que justifica que se haya decidido incluir a Turquía y Corea del Sur en estos Planes Integrales.

La importancia estratégica de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados dentro del esquema de actuación de la administración comercial española justifica ampliamente que este Boletín de Información Comercial Española se haga eco de su trayectoria. Por ello, y de manera individualizada, se van a dedicar una serie de números de carácter monográfico para analizar pormenorizadamente los aspectos económicos y comerciales de los países seleccionados como prioritarios, con el objeto de contribuir a un mayor y mejor conocimiento de cada uno de ellos. La presente edición es, por tanto, la primera de esta serie de estudios y se dedica a Brasil, país para el que se puso en marcha, en febrero de 2005, el primer Plan Integral.

La importancia económica y social de Brasil está sobradamente justificada. No en vano, es el primer país de América Latina tanto en extensión, con un 48 por 100 de la superficie del continente americano, como en población, con cerca del 35 por 100 de los habitantes de la región, y en contribución al PIB de América Latina, con un tercio del total en 2005. Por otra parte, la ortodoxia mostrada por el equipo de gobierno del Presidente Lula ha permitido conducir cabalmente la economía brasileña, compatibilizando la reducción de la inflación, el saneamiento de las cuentas públicas y la mejora de la posición exterior, con importantes medidas de carácter redistributivo.

Pese a que el papel de España como inversor en Brasil es ya muy relevante, ocupando el segundo puesto por Inversión Directa realizada, las oportunidades que aún ofrece el país siguen siendo muy numerosas. Muchas de ellas están derivadas del proceso en curso de modernización y ampliación de las estructuras básicas. La creciente apertura del mercado brasileño y su gran dimensión, amplificado por su pertenencia a MERCOSUR, ofrecen también un gran potencial para el mayor desarrollo de las relaciones comerciales bilaterales.

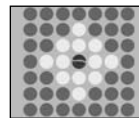
(1) Para más información sobre la metodología utilizada para la elaboración de los PIDM consultar BICE número 2836 (21 de Febrero al 6 de Marzo de 2005).



MONOGRÁFICO

La presente edición del Boletín Económico de Información Comercial Española incluye interesantes colaboraciones que ayudarán, sin duda, a que el lector mejore su conocimiento de Brasil. Para ello, y tras un primer análisis de su evolución macroeconómica de los últimos años y del contenido de las medidas puestas en marcha en su Plan Específico de Desarrollo de Mercado, se analiza detenidamente la situación de las relaciones comerciales bilaterales y de inversión, detallando los sectores que ofrecen unas mejores perspectivas y mayores oportunidades para las empresas españolas. En este sentido, la positiva imagen de España en Brasil, muy ligada a la posición de liderazgo de las empresas españolas en sectores estratégicos como el financiero, las telecomunicaciones o la construcción, entre otros, ha contribuido en gran medida al fomento de nuestras relaciones bilaterales. Es, por ejemplo, el caso de Viscofan, una de las entidades que eligió Brasil como uno de los principales países para su expansión internacional y que cierra el número aportando su experiencia particular en este mercado.

No cabe duda que este número, así como los que serán próximamente publicados sobre el resto de los PIDM, contribuirán a aumentar el conocimiento económico y comercial de estos países. No me queda por tanto más que animar a las empresas españolas, tanto a las grandes multinacionales como a las PYMEs, a que aprovechen las lecciones que estos trabajos ofrecen para que sigan apostando por su expansión exterior en estos países. Este es, sin duda, el objetivo último que ha impulsado la elaboración de esta serie de monografías, toda vez que son las empresas las que, con sus decisiones de inversión, habrán de permitir dotar a nuestras relaciones comerciales del carácter integral y estratégico al que todos aspiramos. En esa tarea, y desde estas páginas, reitero la plena y total colaboración de la administración española.



MONOGRÁFICO



INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA

en

INTERNET



www.revistasICE.com

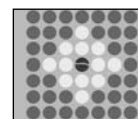
Brasil y su evolución económica reciente

Subdirección General de Política Comercial con Iberoamérica y América del Norte*

La economía brasileña se desenvuelve adecuadamente dentro de sus objetivos de estabilidad y de equilibrio económico, al mismo tiempo que compete, con buenas perspectivas, dentro del grupo de países emergentes (Rusia, China, India y el propio Brasil), considerados como futuro motor de la economía mundial en los próximos años. Este artículo describe la situación económica actual de Brasil y las necesarias reformas estructurales que deben realizarse a fin de elevar, paulatinamente, su crecimiento lo que le permitirá alcanzar a los demás mercados emergentes.

Palabras clave: crecimiento económico, política monetaria, política fiscal, reforma estructural.

Clasificación JEL: O54



MONOGRÁFICO

1. Introducción

La economía brasileña se está expandiendo y el país parece bien encauzado en la vía de la estabilidad y el equilibrio económico. La inflación ha convergido hacia el objetivo oficial del 4,5 por 100, y la posición externa continúa fortaleciéndose, aprovechando las condiciones favorables del mercado global.

Los temores suscitados hace cuatro años, en el sentido de que Brasil podría embarcarse en políticas alejadas de la disciplina monetaria y fiscal y de la ortodoxia económica, se han demostrado carentes de fundamento. Esos temores provo-

caron entonces una masiva salida de capitales, mientras el riesgo-país se desbordaba por encima de los 2400 puntos, el tipo de cambio se hundía y los índices de precios se descontrolaban.

Sin embargo, transcurridos algunos meses del primer mandato de Lula da Silva, la realidad vino a desmentir unos pronósticos tan alarmistas. El nuevo Presidente comprendió que era necesario tranquilizar lo antes posible a los inversores y a los mercados financieros. Para ello, aseguró la continuidad de la política económica ortodoxa de su antecesor, Fernando Cardoso, basada en las recomendaciones de los organismos internacionales.

Se planteaba así desde el principio el gran reto de la legislatura, hacer compatibles los programas sociales y las medidas

* Este artículo ha sido elaborado con diversa documentación facilitada por la Oficina Económica y Comercial de España en Brasilia.

redistributivas en favor de los más pobres, con el mantenimiento de una política capaz de salvaguardar los equilibrios económicos y de seguir atrayendo un flujo de inversiones.

La reciente reelección del Presidente Lula, en segunda vuelta pero con un gran margen de votos populares, sugiere que este difícil reto ha sido brillantemente superado.

2. Crecimiento económico y empleo

La agencia *Goldman Sachs* acuñó en 2003 el acrónimo BRIC (Brasil, Rusia, India y China) para aludir a los cuatro grandes mercados emergentes del mundo, aquellos países donde los rendimientos de las inversiones iban a ser mucho más altos que en los países desarrollados. Sin embargo, el hecho es que Brasil crece a tasas muy inferiores a las de los otros tres, especialmente China (9,9 por 100) o India (7,6 por 100).

El crecimiento económico brasileño en los últimos cuatro años fue de 0,5 por 100 en 2003, de 4,9 por 100 en 2004, de 2,3 por 100 en 2005 y para el año 2006 puede estar alrededor del 3 por 100 (3,4 por 100 en el primer trimestre, pero sólo 1,2 por 100 en el segundo y 3,2 en el tercero) (Cuadro 1). Según las previsiones de la mayoría de los analistas, para 2007 se situará en torno al 3,5 por 100.

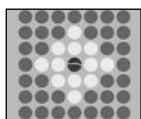
En Brasil se ha destacado que el balance en términos de crecimiento de la primera legislatura de Lula da Silva es superior al correspondiente de Fernando Cardoso, pero no hay que olvidar el muy diferente contexto internacional que afrontaron ambas presidencias. En efecto, Cardoso tuvo que lidiar con las crisis asiática, rusa y la del vecino argentino, mientras que Lula se ha beneficiado de

un entorno muy favorable con un crecimiento global promedio de más del 4 por 100, unos precios de las materias primas en alza y una gran liquidez internacional.

En este sentido, y aun admitiendo que el baremo chino o indio resulta inalcanzable (al fin y al cabo, la mano de obra brasileña es más cara que la china y no está tan educada como la india), existe un cierto consenso entre los economistas en el sentido de que Brasil no debería desaprovechar la oportunidad para alcanzar cotas más ambiciosas de crecimiento. No obstante, para ello resulta necesaria la superación de numerosos problemas estructurales.

En todo caso, este moderado dinamismo económico ha propiciado la generación de 4,8 millones de empleos en la economía formal durante el último cuatrienio. En la adversa coyuntura internacional antes recordada, Cardoso destruyó un millón de puestos de trabajo en la primera legislatura y creó 1,8 millones en la segunda. Si seguimos el criterio más amplio de la PNAD (*Pesquisa Nacional por Amostra de Domicilios*) del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), que incluye desempleados que abrieron negocios propios, trabajadores informales y jubilados por la reforma agraria, el Gobierno de Lula habría creado 8,4 millones de empleos durante su primer mandato.

Este notable crecimiento del empleo ha venido acompañado de sucesivos incrementos en el salario mínimo de los trabajadores. Cuando Lula llegó al poder el salario mínimo estaba en 200 reales y actualmente alcanza 350 reales. Las estimaciones sugieren que a principios de la legislatura un salario mínimo permitía la adquisición de 1,4 cestas básicas, mientras que hoy se pueden comprar 2,2 cestas básicas, lo que supone un aumento considerable del poder adquisitivo.



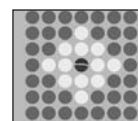
MONOGRÁFICO

CUADRO 1
INDICADORES ECONÓMICOS DE BRASIL
(Millones de dólares y porcentajes)

	2004	2005	2006
Producto interior bruto			
PIB (Millones de US\$ a precios corrientes)	604.710	796.284	966.827 (est. FMI)
Tasa de variación real.....	4,9% %	2,3%	3,2% (III trimestre)
Tasa de variación nominal.....	12,50%	7,99%	ND
Inflación			
Acumulada anual.....	6,40%	5,69%	4,5% (est)
Tipos de interés de intervención del Banco Central			
Media anual.....	16,18%	19,21%	15,41% (noviembre)
Fin de período.....	17,75%	18,00%	13,25% (noviembre)
Población y tasa de desempleo			
Población (x 1.000 habitantes).....	179.956	183.847	187.689 (est. Dic)
Desempleo sobre población activa.....	9,6%	8,3%	9,8% (octubre)
Déficit público			
Primario (% de PIB).....	-4,61%	-4,84%	-5,32% (octubre)
Nominal (% de PIB).....	2,68%	3,29%	2,57% (octubre)
Deuda pública			
En dólares.....	427.803	451.570	ND
En % de PIB.....	51,80%	51,60%	49,50% (octubre)
Exportaciones de bienes			
En dólares.....	96.475	118.300	125.263 (noviembre)
Tasa de variación respecto a período anterior.....	32,01%	23,06%	16,6%
Importaciones de bienes			
En dólares.....	62.782	73.551	84.162 (noviembre)
Tasa de variación respecto a período anterior.....	30,01%	17,24%	25,6%
Saldo Balanza comercial			
En dólares.....	33.670	44.757	41.101 (noviembre)
En % de PIB.....	5,57%	5,62%	4,25% (est)
Saldo Balanza cuenta corriente			
En dólares.....	11.645	14.200	11.662 (octubre)
En % de PIB.....	1,94%	1,8%	1,3% (est)
Deuda externa			
En dólares.....	201.374	168.860	164.489 (junio)
En % de PIB.....	33,30%	21%	17,01%
Servicio de la deuda externa			
En dólares.....	51.905	66.048	76.828 (junio)
En porcentaje de exportaciones de bienes y servicios.....	50,8%	50,8%	53,6%
Reservas internacionales			
En dólares.....	49.254	53.800	83.383 (1 de diciembre)
En meses de importación de bienes y servicios.....	9,41	8,7	ND
Inversión extranjera directa*			
En dólares.....	18.166	15.113	13.628 (septiembre)
Tipo de cambio frente al dólar			
Media anual.....	2,98	2,42	2,18 (1 de diciembre)
Fin de período.....	2,65	2,33	2,17 (1 de diciembre)

* Los datos de inversión extranjera directa recogen la inversión extranjera en Brasil, sin descontar la inversión brasileña en el exterior.

Fuente: Ofcomes Brasília. Informe Económico y Comercial.



MONOGRÁFICO

3. Programas sociales

La más ambiciosa y llamativa promesa electoral de Lula fue que terminaría con el hambre en el país en cuatro años, y que cada familia brasileña comería tres veces al día. Parecía llegado el momento de poner a la cabeza de las prioridades del Gobierno los programas sociales, para

acabar con el hambre y aliviar la pobreza y las desigualdades excesivas de renta.

En la práctica, eso se ha traducido en la aplicación del programa llamado *Bolsa Família*, que llega a más de once millones de familias brasileñas, y que está considerado como el mayor programa de transferencia de renta del mundo. Un esquema de esta naturaleza había comenzado con el

Gobierno anterior, pero Lula triplicó su cobertura y aumentó un 150 por 100 su dotación presupuestaria.

No resulta sencillo cuantificar los niveles de pobreza ni el número de brasileños que pasan hambre, aunque diversas instituciones nacionales se han esforzado por realizar estimaciones que permitan evaluar la acción gubernamental en el área social. La Fundación Getulio Vargas, uno de los centros de estudios económicos más prestigiosos del país, estimaba que en 2002 había unos 50 millones de pobres en Brasil y a finales de 2004, unos 48 millones, esto es, un 25,1 por 100 de la población. Por su parte, el IBGE calculaba que en 2004 alrededor de 11 millones de brasileños pasaban hambre.

En todo caso, uno de los mayores logros sociales del último cuatrienio ha sido la mejora en la distribución de la renta. Históricamente, la mitad más pobre de la población percibía el 12 por 100 de la renta nacional; hoy día el porcentaje se ha elevado al 14 por 100. No es un progreso excesivo, pero es el mejor avance desde los años 60.

Por otra parte, la implantación de un Sistema Único de Asistencia Social, que cuenta con la colaboración de ONGs y otros movimientos sociales, además de los gobiernos municipales y estatales, ha permitido una mejor coordinación y eficacia de los programas sociales. Además, el Programa de Electrificación Rural ha beneficiado ya a más de 3 millones de personas.

4. Política monetaria e inflación

Desde 2003 ningún tema económico en Brasil ha sido tan debatido como la política monetaria. Hace cuatro años la tasa *Selic* (la tasa de intereses de referencia de la economía brasileña) estaba en el

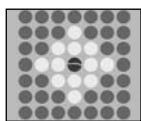
25 por 100, y hoy (octubre 2006) se sitúa en el 13,75 por 100, el menor nivel desde 1986. Sin embargo, los tipos reales básicos de las economías emergentes están en un abanico de entre 2 por 100 y 5 por 100, menos de la mitad de los tipos reales brasileños.

La inflación en Brasil ha caído drásticamente, desde el 12,5 por 100 que alcanzaba en 2002 al 3,4 por 100 previsto para 2006, en términos de índice de precios al consumo. Considerando los países con tipos más altos del mundo como son Turquía (5,1 por 100 al año), China (4,9 por 100 al año) o México (4,4 por 100 al año), Brasil sigue, pese al descenso de la tasa *Selic*, muy por encima de todos ellos, con un tipo real del 10 por 100.

La relativa lentitud con la que los tipos de interés caen en el país, en un escenario aparentemente favorable a descensos más acentuados, ha preocupado al mundo empresarial y no faltan voces que adviertan de que el crecimiento de 2007 podría verse comprometido por los tipos de interés, ya que el retardo en la transmisión de la política monetaria al sector real de la economía está estimado entre nueve y doce meses.

El hecho es que Brasil continúa con tipos de interés elevados porque ha situado la lucha contra la inflación entre sus prioridades económicas, de manera que el Banco Central mantiene los tipos altos para evitar que el nivel de demanda agregada supere la capacidad de producción del país generando inflación.

En la medida en que la economía brasileña incrementa su productividad, el Banco Central podrá acelerar esa caída de tipos sin temor a tensiones de precios, pero dicho incremento está relacionado con medidas estructurales, cuya implantación sólo puede ser gradual. Se estima que Brasil podría estar en una tasa real de interés cercana al 5 por 100 en el año



MONOGRÁFICO

2008, si la inflación sigue controlada y no hay un drenaje abrupto de la liquidez internacional.

En cierto sentido, el Banco Central ha cumplido su misión principal, estabilizar la economía. El precio a pagar son los altos tipos de interés que remuneran la deuda, los cuales absorben gran parte de los recursos públicos que podrían ser empleados en actividades productivas. Una historia todavía reciente de crisis financieras lleva a los inversores internacionales a exigir unos altos rendimientos y a prestar a plazos más bien cortos.

El control de la inflación, que ha favorecido especialmente a los perceptores del salario mínimo, se ha realizado de manera progresiva: 9,3 por 100 en 2003, 7,6 por 100 en 2004, 5,69 por 100 en 2005, y 3,3 por 100 en octubre de 2006. El compromiso del Gobierno con el control de precios ha sido total, lo que ha ayudado a un mayor control de las expectativas.

5. Política fiscal

Pero el hecho que mejor demuestra la ortodoxia económica del Gobierno brasileño es la disciplina fiscal que ha llevado a cabo durante toda la legislatura. Cuando Lula llegó al Gobierno había una meta de ajuste fiscal comprometida con el FMI del 4,25 por 100 del PIB de superávit primario. Sin embargo, el ajuste en los gastos públicos brasileños fue más allá de los compromisos con dicha institución y se mantuvo incluso cuando el acuerdo con el FMI ya había concluido.

Buena parte de ello fue debido a la gestión de Antonio Palocci, ex Ministro de Hacienda. Su papel hasta hace unos meses ha sido fundamental a la hora de generar confianza en los inversores locales y extranjeros. Actualmente, la disciplina fiscal ya no es un tema que se discuta

entre los economistas brasileños, sino que forma parte del consenso político básico. Esto tiene mucho que ver con el problema de la deuda pública.

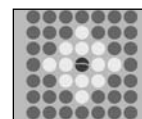
En efecto, la deuda pública es la gran debilidad de la economía brasileña. Su origen se remonta varias décadas atrás, cuando el Gobierno de Getulio Vargas decidió sustituir las importaciones del país por el desarrollo de una industria local subsidiada a base de endeudamiento público. Todavía hoy, la deuda pública condiciona la conducción de la política fiscal y monetaria y deja poco margen de maniobra al Banco Central y al Ministerio de Hacienda.

Conviene recordar, por otra parte, que Brasil presenta unos niveles de presión fiscal sobre el PIB relativamente muy elevados para un país emergente, y que algunos cálculos sitúan en el 38 por 100. Se ha dicho que Brasil ofrece una cobertura social demasiado alta para tratarse de una economía en vías de desarrollo, y que el progresivo envejecimiento de la población requiere aumentar los períodos de cotización y mejorar la eficiencia en la gestión del gasto.

En todo caso, la disciplina fiscal permitió cambiar la tendencia de la deuda pública, que estaba creciendo desde 1994, y que pasó del 65,5 por 100 del PIB en 2002 al 50,6 por 100 en 2006, en términos netos. El Tesoro ha trabajado estos cuatro años en cambiar el perfil de la deuda pública, y los bonos indexados a la tasa *Selic* y al tipo de cambio se han ido sustituyendo de manera gradual por bonos fijos o indexados a índices de precios.

6. Sector exterior

Otro hecho destacable en la evolución reciente de la economía brasileña ha sido el saneamiento de las cuentas externas, asociado en gran medida a la favorable



MONOGRÁFICO

coyuntura internacional. En el año 2002, Brasil exportaba 60.400 millones de dólares, mientras que en 2005 las exportaciones se elevaron hasta 118.300 millones de dólares. En esos cuatro años las exportaciones mundiales crecieron a un ritmo del 61 por 100, y las ventas brasileñas se vieron impulsadas por el crecimiento de países como China, India, Rusia o África del Sur, que han pasado a figurar entre los principales socios comerciales del país. Además, los precios internacionales de las principales *commodities* que Brasil exporta se dispararon en los últimos años, lo cual ensanchó el superávit comercial.

El precio de las citadas *commodities*, unido a la abundante liquidez internacional, ha llevado a Brasil hasta un superávit corriente de 3.000 millones de dólares en julio de 2006. La cifra, claramente influenciada por los 5.600 millones de dólares de saldo comercial, es la mejor marca registrada desde que comenzaron a publicarse estadísticas por el Banco Central en 1947.

La acumulación de reservas internacionales ha llegado a los 80.000 millones de dólares, y el cociente entre las reservas brutas y la deuda externa a corto plazo ha pasado del 59,1 por 100 en 2002 al 108,4 por 100 en 2006. Paralelamente, el servicio total de la deuda ha pasado de representar el 107,5 por 100 de las exportaciones de bienes y servicios a sólo el 55 por 100. Por otro lado, la acumulación de reservas permitió al Gobierno cancelar la deuda pendiente con el FMI así como con algunos países.

La tasa riesgo-país ha alcanzado el nivel más bajo de su historia situándose en el mes de agosto en los 208 puntos. Aun así, el tamaño de la deuda o la falta de calidad de las instituciones dejan a Brasil por detrás de sus vecinos México (116 puntos), Perú (135 puntos), Colombia (180 puntos) o Venezuela (190 pun-

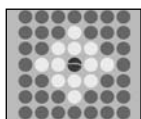
tos). Las agencias de calificación de riesgo han revisado sucesivamente a la baja el riesgo país y Brasil está hoy mucho más preparada para resistir *shocks* financieros que hace cuatro años.

Por otra parte, esa fortaleza en las cuentas externas tiene como consecuencia natural, desde hace meses, una sobrevaloración del real. El tejido productivo brasileño está siendo afectado por este hecho: al elevarse los precios internacionales del hierro, el níquel, el acero o el azúcar, se elevan las exportaciones brasileñas de esas *commodities*, revalorizando el real, y provocando que los zapatos, los coches, los productos textiles y otras manufacturas sean poco competitivas y se exporten cada vez menos (1). Este desplazamiento de las ventajas comparativas amenaza a la industria tradicional brasileña. Se hace necesario incrementar la inversión en I+D+i para impulsar la productividad empresarial, o iniciar un proceso definitivo de apertura y acuerdos comerciales para los citados sectores.

El fracaso de la última reunión de la Ronda de Doha para liberalizar el comercio mundial supone una decepción mayor si cabe para Brasil, debido a su endémica ausencia de apertura comercial. El Banco Mundial ha estimado que el fracaso de Doha supone unas pérdidas de 260.000 millones de dólares al año y aleja la posibilidad de sacar a 73 millones de personas de la pobreza en el mundo entero.

Al margen de los enormes beneficios globales de una mayor liberalización comercial, Brasil debería caminar también hacia los acuerdos bilaterales, que facilitasen la entrada de sus productos, no sólo agrícolas sino también industriales, en determinados bloques comerciales. Sin

(1) Este fenómeno se conoce en la literatura económica con el nombre de *Dutch disease*, desde su aparición en Holanda con motivo del descubrimiento de gas natural en la década de 1960.



MONOGRÁFICO

CUADRO 2
BALANZA DE PAGOS DE BRASIL
(Millones de dólares)

	2004	2005
Cuenta corriente	11.645	14.200
Balanza comercial.....	33.670	44.757
Balanza de servicios	-4.773	-8.148
Balanza de rentas	-20.520	-25.967
Balanza de transferencias corrientes	3.268	3.558
Cuenta de capital	339	663
Cuenta financiera	-7.702	-9.470
Inversiones directas	8.695	12.676
Inversiones de cartera	-4.750	4.885
Otras inversiones	-10.969	-26.991
Derivados financieros	-677	-40
Reservas	2.244	-4.319
Errores y omisiones	-2.039	-1.072

Fuente: *Ocames Brasilia, Informe Económico y Comercial.*

embargo, el país no parece dispuesto a renunciar a su postura defensiva en ciertos sectores industriales mientras la UE y EEUU mantengan sus subsidios agrícolas, y en ese *impasse* se han mantenido los bloques durante los últimos cuatro años.

7. Las necesarias reformas estructurales

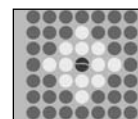
Durante los últimos años, los empresarios brasileños, los sindicatos, los políticos del Gobierno y de la oposición, los analistas económicos y los Organismos Internacionales han coincidido a la hora de señalar cuáles son las deficiencias estructurales que reducen el crecimiento potencial del país, o, dicho de otro modo, aquellas inversiones estructurales que deben ser llevadas a cabo para impulsar dicho crecimiento de forma sostenida. De entre ellas hay dos en las que merece la pena detenerse, por tratarse de reformas estrechamente relacionadas con la productividad de un país en el largo plazo. Se trata de la educación y de las infraestructuras.

La educación y la formación de capital humano deberían tener un carácter prioritario. Las mejoras educativas del Gobierno Lula incluyen la creación de un Fondo de Desarrollo de la Educación Básica (*Fundeb*). A través de él se preten-

de abarcar todas las reformas educativas, desde llevar a todos los niños entre 4 y 6 años a la escuela, hasta una meta tan ambiciosa como dedicar el 7 por 100 del PIB para educación. El proyecto llegó al Senado en julio de este mismo año y sólo comenzará a producir efectos prácticos a partir de 2007.

Otro de los hechos relevantes en este área son el aumento de un 27 por 100 en las plazas de la Universidad Pública, la creación de más escuelas técnicas y las ayudas concedidas a 400.000 estudiantes sin recursos para continuar sus estudios superiores. Pese a ello, más del 10 por 100 de los brasileños siguen siendo analfabetos, y el gasto en educación, de un 4,2 por 100 del PIB, se ha mostrado insuficiente para lograr una mayor capacitación del brasileño en la enseñanza básica, media y superior, con lo que el capital humano en el país presenta unos índices muy inferiores comparados con otros países emergentes.

Otro de los pilares básicos para el despegue del país es la ampliación y modernización de las infraestructuras. En los últimos cuatro años, no se ha producido el salto cualitativo en energía, transporte y telecomunicaciones que llevaría al país a incrementar su potencial de crecimiento. En un contexto de ajuste fiscal y con unos tipos de interés y una presión fiscal que desin-



MONOGRÁFICO

centivan la iniciativa privada, las infraestructuras no han encontrado la financiación deseada.

Hasta finales de 2004 el Gobierno no pudo sacar adelante el *Programa de Parcerías Público-Privadas*, contratos en los que había una división de costes en las obras destinadas a infraestructuras. Hasta el momento solamente dos se han llevado a cabo.

El llamado Programa de Parcerías Público-Privadas (PPP) está llamado a jugar un papel fundamental en el desarrollo de estas infraestructuras. La idea que está detrás de este Programa es el reconocimiento por parte del Estado de su imposibilidad material de acometer estas obras, como consecuencia de las restricciones presupuestarias y, al mismo tiempo, la imperiosa necesidad de superar la falta de infraestructuras en determinadas áreas de la economía brasileña, a fin de alcanzar unas altas tasas de crecimiento sostenibles a largo plazo.

El marco legal de esta nueva figura ofrece todo tipo de garantías para los inversores, incluyendo la prioridad en los pagos a las concesionarias de los Programas PPP por delante de otros gastos del sector público.

8. Conclusión

En resumen, Brasil ha presentado un crecimiento moderado pero sin sobresaltos, y existe un consenso generalizado de que se ha avanzado en el fortalecimiento de las cuentas externas, en el control de la inflación y en el saneamiento de las finanzas públicas. En definitiva, la economía brasileña es hoy día menos vulnerable que hace cuatro años. Sin embargo, queda un largo camino por recorrer para alcanzar las tasas de crecimiento que situarían a Brasil como uno de los merca-

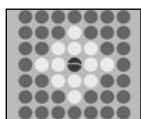
dos emergentes de primera línea, y permitirían una reducción más apreciable de los niveles de pobreza.

Además, las inversiones y la propia iniciativa empresarial se ven perjudicadas por el hecho de que la economía brasileña sigue estando muy rezagada en los índices sobre libertad económica. Así, el estudio de la *Heritage Foundation* sobre el Índice de Libertad Económica 2006, coloca a Brasil en el puesto 81 de los 157 países calificados, y alude a la persistencia de obstáculos para el crecimiento y la inversión a largo plazo, como el intrincado sistema fiscal, las barreras a la inversión extranjera en algunos sectores, el débil aparato judicial y el complejo laberinto regulatorio.

Una vez celebradas las elecciones, todo parece apuntar a que se mantendrán en este segundo mandato las líneas políticas básicas seguidas hasta ahora. Por ejemplo, algunas declaraciones públicas sugieren que habrá continuidad en lo que a la política monetaria se refiere. También parece que se proseguirá con una severa política fiscal, pero sin que se produzca ningún ajuste que implique una reducción de gastos en programas sociales como el de Bolsa Familia.

Por otra parte, la necesidad de elevar el potencial de crecimiento para alcanzar a los demás mercados emergentes llena todos los días las columnas de opinión de la prensa especializada del país. Existe cierto consenso acerca de lo que debe ser hecho de ahora en adelante: mejorar la educación, modernizar y ampliar las infraestructuras, eliminar la burocracia, abrir la economía al exterior, etcétera

En definitiva, el gran desafío para los próximos años no es otro que conseguir el impulso político necesario para la realización de las reformas estructurales pendientes, lo que pondrá a prueba la capacidad del ejecutivo para atraer apoyos parlamentarios suficientes.



MONOGRÁFICO

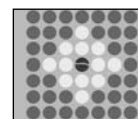
Brasil: Plan Integral de Desarrollo de Mercado

Ramón Chaves Vidal*

El mercado brasileño es cada vez más atractivo para los exportadores e inversores españoles y, ahora mismo, se considera prioritario por su dimensión, sus perspectivas y la posición estratégica que ocupa dentro del continente americano. El Plan Integral de Desarrollo de Mercado para Brasil pretende incrementar y optimizar las inversiones españolas en dicho país propiciando la internacionalización de nuestra economía en un mercado con excelentes perspectivas para los próximos años.

Palabras clave: promoción del comercio exterior, exportaciones, inversiones en el extranjero, conquista de mercados, España, Brasil.

Clasificación JEL: O54



MONOGRÁFICO

1. Introducción: ¿por qué Brasil?

La justificación de la inclusión de Brasil entre los mercados prioritarios para la internacionalización de la empresa española resulta bastante fácil. El gran país americano constituye la primera economía de Sudamérica y la segunda entre los países iberoamericanos, sólo superada en volumen de PIB por México. De hecho, Brasil explica aproximadamente el 40 por 100 del PIB de Sudamérica, lo que le convierte en la primera potencia económica de este área geográfica.

Además, Brasil ocupa una posición privilegiada a escala mundial por su superficie, por su población y por sus grandes reservas de recursos naturales de toda índole.

Los analistas internacionales acostumbran a citar Brasil en el grupo de los países con mejores perspectivas dentro de la economía global, formando parte (junto con Rusia, China e India) de las grandes economías emergentes susceptibles de ser el motor de la economía mundial en los próximos años.

Conviene recordar que Brasil tiene una población de más de 180 millones de habitantes, dispersos sobre una superficie de más de 8,5 millones de kilómetros cuadrados, lo que supone una muy baja densidad demográfica, con apenas 21 habitantes por Km². Con un PIB de unos 500 mil millones de dólares, el nivel de vida promedio es el de un país en vías de desarrollo, coexistiendo amplias capas de población con rentas altas junto a sectores mucho menos favorecidos. La renta personal se sitúa en una cifra cercana a los 3000 dólares, en parte

* Subdirección General de Política Comercial con Iberoamérica y América del Norte

favorecida por la revalorización reciente de la moneda nacional brasileña frente a la divisa norteamericana.

En el último período, Brasil ha mejorado mucho en la opinión de los observadores internacionales sobre su situación y perspectivas económicas, como resultado de una política económica que puede calificarse de exitosa y por beneficiarse el país del crecimiento de los precios de una serie de materias primas y productos agrícolas de los que Brasil es uno de los mayores proveedores a escala mundial. Esto ha provocado, entre otros efectos, que se produzca un excedente de balanza corriente que se suma al importante incremento en el volumen de inversión externa en los últimos años.

A esto se ha añadido su crecimiento económico y una mejora general de su situación financiera, motivada en parte por la caída de tipos de interés a escala mundial, pero sobre todo por un mayor rigor en el manejo de las grandes variables macroeconómicas por parte de las autoridades brasileñas.

También es interesante mencionar que Brasil ha aumentado sustancialmente su apertura al exterior, pasando el grado de apertura de un 14 por 100 en 1997 a casi un 25 por 100 en el momento actual. Al mismo tiempo, Brasil ha dejado de ser un exportador casi exclusivo de materias primas y alimentos, representando actualmente las manufacturas un 56 por 100 de la exportación total brasileña, con presencia destacada de productos de alto contenido tecnológico como los aviones o la maquinaria de muy variado tipo.

Se puede señalar igualmente que las reservas externas del país exceden actualmente el nivel de endeudamiento externo y muchos opinan que Brasil camina rápidamente a la obtención de calificaciones muy favorables en los mercados internacionales de deuda.

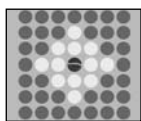
Por otra parte, el gobierno actual ha priorizado el crecimiento de la inversión en el país como medio más eficaz de reducir las grandes carencias que estrangulan el crecimiento de la economía, incrementando los recursos dedicados a infraestructuras de transportes, saneamiento básico, medio ambiente y energías renovables, entre los sectores más prioritarios.

Todo esto ha hecho que, aunque subsistan graves problemas de tipo estructural, Brasil haya visto mejorar su imagen lo que, sin duda, ha contribuido a la reelección del Presidente Lula para un nuevo mandato.

En todo caso, Brasil resulta un país de especial interés para España, por muchas e importantes razones de tipo histórico, cultural, estratégico y, sobre todo, económico. Con un peso fundamental en la región sudamericana, la economía brasileña desempeña en estos momentos un efecto estabilizador con influencia mucho más allá de sus fronteras. Las importantes inversiones españolas en Brasil y en toda Sudamérica necesitan seguridad jurídica y buenas condiciones macroeconómicas, por lo que la estabilidad y el crecimiento en Brasil suponen un elemento esencial para la estrategia continental de nuestras empresas.

A esto se añade que, si bien es cierto que los intercambios comerciales son aún reducidos, nuestro país necesita diversificar sus exportaciones y es hacia Iberoamérica donde se pueden dirigir nuestras empresas en sectores de enorme interés como son los de materias primas, construcción y gestión de infraestructuras, maquinaria, energías renovables y muchos otros.

Se puede recordar también que Brasil tiene como principal proveedor de mercancías a EEUU, seguido de Argentina y Alemania y que los principales destinos de sus exportaciones son EEUU, Alemania y China. También es interesante seña-



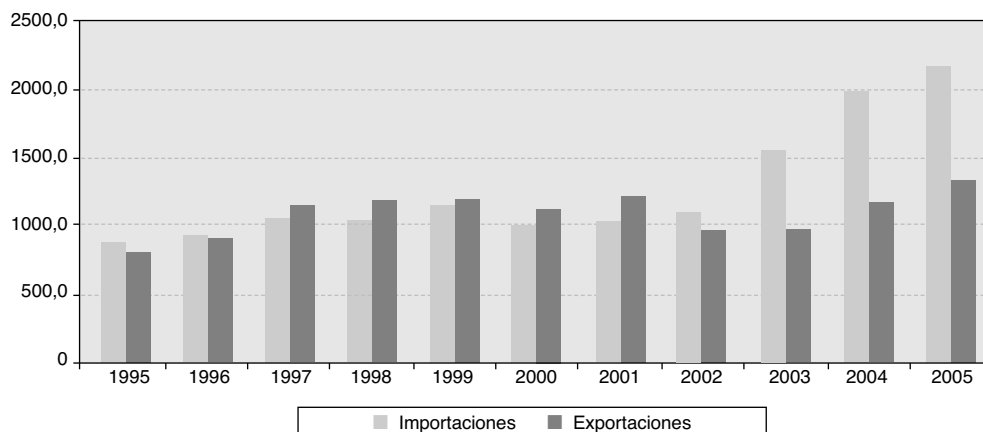
MONOGRÁFICO

CUADRO 1
IMPORTACIONES DE BRASIL POR ORIGEN
(Millones de dólares)

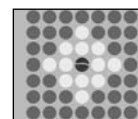
País	1995	2005
Estados Unidos.....	10.519,5	12.664,2
Argentina.....	5.591,4	6.238,9
Alemania.....	4.794,3	6.143,8
Francia.....	1.382,5	2.703,3
Italia.....	2.871,3	2.280,3
Japón.....	3.300,9	3.407,1
China.....	1.041,7	5.353,3
Reino Unido.....	989,1	1.375,7
España	817,2	1.332,1

Fuente: Ministerio do Desenvolvimento, Industria e Comercio.

GRÁFICO 1
COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL CON BRASIL
(Millones de dólares)



Fuente: Ministerio do Desenvolvimento, Industria e Comercio.



MONOGRÁFICO

lar que el principal inversor en Brasil es EEUU, seguido de España, siendo la cifra total de inversión extranjera en Brasil de 32.000 millones de dólares en el año 2000 y con cifras inferiores en los años sucesivos, reflejándose un aumento de la incertidumbre a escala mundial.

Las exportaciones españolas a Brasil alcanzaron su máximo en el año 2001 (1363 millones de euros) para reducirse en años sucesivos y alcanzar 1015 millones de euros en 2005. Esto supone una cuota de mercado muy reducida, de algo menos del 2 por 100 de la importación total brasileña. Por lo que respecta a las

importaciones, España viene importando 2000 millones de euros de Brasil (2038 millones de euros en 2005) con una participación mayoritaria de alimentos y productos industriales.

Brasil, pues, con enormes recursos naturales, una política económica bien estructurada y una apertura creciente al exterior, constituye una de las grandes áreas de crecimiento para los próximos años y no podía por ello quedar fuera de las preocupaciones e interés de nuestras autoridades y de nuestras empresas con actividad internacional. Este país, con menos deudas externas cada día, con estabilidad de pre-

cios y actividad creciente en los mercados internacionales y, con tantos vínculos con España, era, sin duda, el destinatario natural de un Plan Integral de Desarrollo del Mercado (PIDM) que permitiera dar el mayor impulso posible a nuestras relaciones económicas en todos los ámbitos.

2. El Plan Integral de Desarrollo de Mercado para Brasil

2.1. Presentación del Plan

El Plan fue presentado por el Secretario de Estado de Turismo y Comercio, coincidiendo con la celebración de un Seminario de Inversiones y Cooperación Empresarial en São Paulo, el mes de marzo de 2005. Se eligió São Paulo por ser la gran capital económica de Brasil, cabeza de una gran región industrial donde se ha producido un desarrollo acelerado en los últimos años, que la convierten en una economía de mayor tamaño que muchos países del continente americano.

El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en colaboración con la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) diseñó en su día este Plan que, a través de una serie de acciones de muy variado tipo, aspira a optimizar geográficamente nuestra distribución de exportaciones e inversiones, mejorando nuestra posición en un mercado como el de Brasil que cuenta con un reconocido potencial de crecimiento.

El objetivo del Plan es, en primer lugar, el aumento de nuestra reducida cuota de mercado en Brasil, procurando al mismo tiempo incrementar la presencia de inversiones españolas en este país y favoreciendo así la internacionalización de nuestra economía en uno de los mercados con mejores perspectivas para los próximos años.

2.2. Objetivos del Plan Brasil

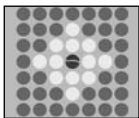
Como se ha señalado, el objetivo primordial es el de incrementar la presencia de nuestras empresas en Brasil, cooperando así al desarrollo y modernización de la economía brasileña, y participando en una economía con grandes posibilidades de crecimiento.

Para alcanzar este objetivo fundamental, la primera tarea consiste en el aumento del conocimiento de las posibilidades y características del mercado brasileño entre nuestras empresas. Factores como la estructura productiva, las condiciones del desarrollo, las variables económicas y las oportunidades de inversión y de comercio son algunas de las cuestiones relevantes para poder decidir si vale la pena realizar el esfuerzo y asumir el riesgo que siempre lleva consigo el iniciar o ampliar la actividad en un determinado mercado.

Si la decisión es positiva, las empresas necesitan identificar posibles socios locales, ya sea como distribuidores o colaboradores en la tarea de levantar una nueva organización, de igual forma que resulta necesario conocer las regulaciones económicas, las normas de fabricación, de protección del consumidor y muchos otros aspectos que pueden condicionar cualquier actividad empresarial.

Todas las tareas anteriores se han concretado en una serie de objetivos que pueden resumirse en lo siguiente:

- Favorecer el incremento de la información y la promoción comercial de las empresas españolas en el mercado brasileño, facilitando su acceso al mercado.
- Potenciar la imagen de nuestro país en Brasil mediante las actuaciones de información o promoción que puedan resultar más adecuadas, sobre todo, en relación con los sectores para los cuales se detectan mayores posibilidades de



MONOGRÁFICO

cooperación por parte de empresas españolas, como infraestructuras, transportes, energía, ingeniería, medio ambiente y otros relacionados.

— Incrementar las relaciones institucionales entre ambos países, medio muy adecuado para nuestro conocimiento mutuo y la colaboración entre las Administraciones de los dos países.

— Fomentar el turismo brasileño hacia España, donde nuestro país se constituye en «puerta de Europa» y que pretende incrementar los intercambios en este sector entre los dos países, siendo ambos cada vez mayores emisores de turistas a escala global.

Para la implementación del Plan Integral de Desarrollo de Mercado en Brasil se establece una dotación global de 90,5 millones de euros para el período 2005-2007. Este presupuesto se reparte de la siguiente manera. Para acciones ICEX de apoyo al comercio se asignan 12,5 millones de euros, de los que 10,5 corresponden a acciones de promoción comercial y 2 millones a acciones de información y apoyo a las inversiones. Se reservan unos fondos de 6 millones de euros con cargo a la Línea FEV. Por su parte, COFIDES implementa una línea de 70 millones de euros, a través de los fondos FIEEX y FONPYME. Y, finalmente, TURESPAÑA asigna un presupuesto de 2 millones de euros.

A continuación, repasaremos las principales líneas de actuación del Plan, que se pueden clasificar en seis grandes apartados:

- Medidas sobre acceso al mercado.
- Medidas de apoyo financiero al comercio.
- Medidas de promoción comercial e imagen.
- Medidas de promoción de la inversión.
- Acciones de apoyo institucional.

- Acciones de información y formación.

2.3. Medidas sobre acceso al mercado

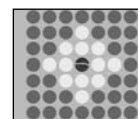
Caracterizándose todo mercado por una regulación determinada, el poder adaptar su producto o incluso su forma de producir a una regulación muy distinta constituye una de las tareas más complejas para cualquier empresa que pretenda internacionalizarse. Casi todos los productos necesitan cumplir unas determinadas normas de calidad, estar homologados, ajustarse a ciertos requisitos de seguridad, respetar las reglas sobre propiedad intelectual, etcétera.

El Plan establece la necesidad de identificar estos obstáculos y la tarea de procurar unas regulaciones que permitan una mayor presencia de empresas españolas, junto con una serie de medidas complementarias.

En *primer lugar*, se establece un marco de colaboración permanente entre el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España y las empresas españolas, con la cooperación puntual de la CEOE en muchos casos, de forma que conjuntamente se establezcan las medidas y actuaciones más adecuadas para fomentar nuestras exportaciones e inversiones en Brasil.

En *segundo lugar*, se señalan una serie de sectores prioritarios como productos agroalimentarios, recursos forestales, máquina herramienta, energía, hostelería y servicios turísticos, equipamientos e infraestructuras, consultoría y otros.

Junto a lo anterior, el Plan incluye un compromiso de impulso al acuerdo UE-Mercosur y al acuerdo UE-Brasil, considerándose que ambos acuerdos son priori-



MONOGRÁFICO

tarios ya que pueden contribuir de forma importante a establecer un marco más libre a los intercambios comerciales en su más amplio sentido.

Finalmente se impulsan también las acciones bilaterales a través de las Oficinas Comerciales en Brasil destinadas a detección y seguimiento de barreras comerciales, facilitación de soluciones amistosas ante cualquier posible problema bilateral y la potenciación de vías directas de comunicación mediante la denominada *Línea abierta* con la CEOE.

2.4. Medidas de apoyo financiero al comercio

Brasil no es un país susceptible de recibir financiación con cargo al Fondo de Ayuda al Desarrollo (FAD) por lo que la financiación comercial se enmarca dentro de las actividades e instrumentos del ICO, de CESCE y de COFIDES. Cada una de estas entidades coloca a Brasil como país prioritario y procura facilitar al máximo la asunción de riesgos por parte de empresas españolas interesadas en este gran mercado.

En el caso de COFIDES existe una línea especial por cuantía de 70 millones de euros que sirve para la financiación de determinadas operaciones. Por lo que respecta a CESCE, la mejora de la situación financiera de Brasil ha propiciado la elevación de techos de cobertura de forma que actualmente se aceptan operaciones a corto plazo sin restricciones y hasta un techo de 600 millones de euros a medio y largo plazo.

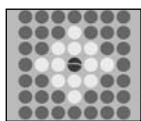
El uso del Fondo de Estudios de Viabilidad puede actuar como catalizador para la oferta española en determinados proyectos. Como consecuencia, se está potenciando el uso de la línea FEV en el sector del turismo y en el sector de las

infraestructuras. Esta línea permite financiar mediante donaciones, la realización de estudios de viabilidad por empresas consultoras españolas, favoreciendo así la ejecución de proyectos en el exterior por parte de nuestras empresas. El objetivo es trabajar en la difusión del instrumento en España, a través de Jornadas de Información y en la identificación de proyectos en Brasil.

En definitiva, se va a continuar facilitando, al máximo posible, una serie de recursos financieros, explorando la posibilidad de financiación en condiciones más favorables y, sobre todo, potenciando la serie de instrumentos existentes. Esto se concreta en una mayor disponibilidad de fondos FEV, incremento de la asignación de fondos ICEX (Promoción e Información e Inversiones), potenciación de actuaciones de COFIDES, mantenimiento o aumento de techo CESCE y potenciación de la presencia española en proyectos con financiación multilateral. A este último aspecto debe contribuir también de forma importante la utilización creciente de los fondos españoles de consultoría en el BID y en el CAF.

2.5. Medidas de promoción comercial e imagen

España se encuentra en el mercado brasileño con una cuota de mercado muy reducida, en torno al 1,9 por 100 en 2005, por lo que se intenta mejorar la presencia de nuestros exportadores mediante una serie de actuaciones en que desarrolla un papel principal el ICEX y las Oficinas Comerciales de nuestro país en Brasil. Estas actuaciones intentan mejorar el conocimiento general de nuestro país y la imagen de sus productos, buscando el incremento de la presencia de empresas españolas en los sectores de mayores posibilidades y mayor nivel tecnológico.



MONOGRÁFICO

Se trata, pues, de potenciar la imagen en este gran mercado, dando prioridad a los sectores que cuentan con mayores posibilidades. Por ejemplo, los productos agroalimentarios de calidad, dirigidos a segmentos de renta alta, y también aquellos bienes de mayor valor añadido y contenido tecnológico en los que pueda ser posible establecer una cooperación con entidades sectoriales brasileñas.

Desde el punto de vista sectorial, se otorga un papel destacado a Brasil en los distintos planes del ICEX, como los dedicados a infraestructuras y medio ambiente para el período 2005-2007.

2.6. Medidas de promoción de la inversión

Brasil es un país con relativa abundancia de mano de obra y de recursos naturales y falta de un volumen de capital suficiente para emplear adecuadamente estos grandes recursos de que dispone. Esto da origen a grandes oportunidades para la inversión dentro de un mercado que crece y que se va liberalizando progresivamente. Para España se plantea, pues, una posibilidad muy interesante de participar en este gran mercado en crecimiento empleando técnicas y recursos disponibles más abundantemente en un mercado como el español con un grado de madurez más alto.

Al objeto de facilitar la toma de decisiones por parte de nuestras empresas, el PIDM anima a los empresarios españoles a que estudien el mercado brasileño y les ofrece una serie de apoyos específicos que sirvan para dar un impulso adicional a la determinación de considerar Brasil como campo de actividad productiva para el largo plazo.

En particular, la colaboración de la Administración consiste en facilitar infor-

mación y contactos que permitan aumentar el conocimiento del mercado brasileño, y en ofrecer una serie de instrumentos que faciliten la financiación de proyectos.

En este sentido, se ejerce una importante labor por parte de las tres Oficinas Comerciales que existen en Brasil y ello se complementa con programas como PIDINVER, que tiene como objetivo la identificación, difusión y apoyo de nuevas iniciativas de inversión. Desde el ICEX y con motivo del Plan, se ha reforzado también el Programa de apoyo a proyectos de Inversión (PAPI), de forma que se amplía su cobertura así como los importes destinados a fomentar los proyectos empresariales de empresas españolas en Brasil.

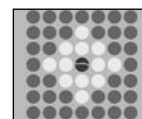
Por otra parte, Brasil se constituye como objetivo prioritario de COFIDES, entidad que se ocupa mediante los fondos FIEY y FONPYME de tomar participaciones temporales en proyectos empresariales, complementándose esta labor con los fondos disponibles en el ICO en su línea de internacionalización.

En el ámbito de la política de protección de las inversiones, se busca la negociación de un acuerdo APPRI, aunque ello resulta complicado por su difícil encaje en el marco legal brasileño. Pero, incluso en ausencia de este instrumento, resulta oportuno indicar que hasta la fecha la inversión española en Brasil se viene desarrollando de una forma positiva para ambos países.

En definitiva, se trata de potenciar nuestra presencia inversora en Brasil y de ampliar sus efectos, hasta ahora escasos, en cuanto a un incremento de operaciones en el campo del comercio exterior.

2.7. Acciones de apoyo institucional

Brasil es un país complejo desde el punto de vista institucional, pues las autoridades federales y estatales desempe-



MONOGRÁFICO

ñan un papel importante en muchos aspectos de la actividad económica. Por ello, es conveniente mantener una relación fluida con dichas instancias políticas, a fin de conocer cuáles son las prioridades establecidas y los planes de desarrollo previstos en las distintas áreas económicas y sectoriales, información que puede resultar muy valiosa para nuestras empresas.

Con este objetivo de asegurar una relación bilateral lo más estrecha posible con la Administración brasileña, se llegó a un importante Acuerdo de Asociación Estratégica España-Brasil, del que se derivan otros acuerdos complementarios, así como la creación y funcionamiento de distintos grupos de trabajo. En particular, en el grupo de Comercio e Inversiones se facilitan enormemente los intercambios de opinión en cuestiones de interés para los dos países. Está funcionando igualmente un grupo de Infraestructuras de Transporte, y se desarrollan también actividades en el área de la fiscalidad, para profundizar en los mecanismos de prevención de la doble imposición.

En suma, toda la acción de apoyo institucional tiene como eje el mantenimiento de un diálogo fluido con las autoridades brasileñas, propiciando las visitas de autoridades y altos cargos con toda la frecuencia que sea posible, favoreciendo la firma de acuerdos entre los dos países y la celebración de encuentros oficiales sobre Comercio e Inversiones entre Brasil y España.

2.8. Acciones de información y formación

Dentro del apartado de información y formación, se enmarca el reciente (octubre 2006) lanzamiento de un portal en portugués, dirigido primordialmente al

mercado brasileño y en el que se puede obtener información sobre balanza de pagos, información general económica sobre España, información sectorial española y otros datos que faciliten el acceso a nuestra oferta de bienes y servicios.

Al mismo tiempo se mantienen y amplían otras actuaciones como las actualizaciones de la Guía de negocios y la ficha país, la organización de seminarios sectoriales sobre el mercado brasileño y la presencia de las Oficinas Comerciales españolas en Brasil en el Punto de Encuentro Internacional de EXPORTA.

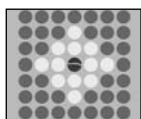
También sigue siendo importante la labor en el área de la formación, en la que se da un impulso al programa de becarios, como forma de crear un grupo cada vez mayor de expertos en el mercado brasileño. Tampoco hay que olvidar la celebración de Jornadas y Seminarios sobre Brasil, localizadas en aquellas Comunidades Autónomas donde puedan identificarse sectores susceptibles de acceder a un mercado de estas características.

3. Balance provisional

Trascurridos casi dos años desde la presentación del PIDM de Brasil, el balance de lo conseguido hasta ahora puede considerarse como positivo.

El mercado brasileño es cada vez más atractivo para los exportadores e inversores españoles y se amplían cada vez más el número y el volumen de las operaciones económicas entre los dos países. Más allá de un interés puramente coyuntural, el mercado brasileño sigue siendo prioritario por sí mismo, por su dimensión, sus perspectivas y la posición estratégica que ocupa dentro del continente americano.

Sigue pendiente la firma de un Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y MERCOSUR. Lo que está encima de la



MONOGRÁFICO

mesa es un Acuerdo amplio, en el que junto a un Acuerdo de Libre Comercio que prevé la eliminación de todo tipo de barreras arancelarias y no arancelarias a los intercambios comerciales para la inmensa mayoría de los productos comerciados entre los dos bloques y en un plazo de 10 años, se plantean también acuerdos específicos para el sector servicios, inversiones, compras públicas, vinos y propiedad intelectual.

Este Acuerdo de Asociación, que estuvo a punto de cerrarse en 2004 y que desde entonces se ha ido supeditando a la decepcionante evolución de la Ronda Doha, supondría una ventaja competitiva muy importante para las exportaciones europeas a Brasil, frente a Estados Unidos, el primer proveedor de Brasil con una cuota de mercado del 25 por 100.

Entre tanto, durante el año 2006, se habrán celebrado siete jornadas informativas sobre Brasil, en Valencia, Asturias, Navarra, Guipúzcoa, Cantabria, Valladolid y Ciudad Real. Otros eventos destacados son el Foro de Inversiones y Cooperación Empresarial Hispano-Brasileño (Porto Alegre) y tres foros de AI-Invest.

La participación española en certámenes feriales brasileños durante este año incluye dos Pabellones Oficiales, dos participaciones agrupadas y un *stand* informativo. Entre las Misiones Directas a Brasil que figuran en la programación del ICEX para 2006 sobresalen las promovidas por entidades como ANAIP (plástico), AENTEC (sistemas electrónicos), ANMOPYC (maquinaria de construcción y obras públicas), AMT (accesorios, componentes y herramientas de corte), AFM (máquina herramienta), AETIC (electrónica e informática), COFEARFE (artículos de ferretería), AEFJ (juguetes), etcétera.

Otras actividades promocionales dignas de mención son las jornadas técnicas de turismo en el nordeste de Brasil, unas

jornadas gastronómicas, y el plan sectorial de profesores y rectores de universidades iberoamericanas.

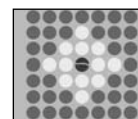
En cuanto a las acciones previstas en el Plan Cameral 2006 para el mercado brasileño, cabe reseñar 21 Misiones Directas, 3 Misiones Inversas, 2 Misiones-Exposición, 7 Encuentros de Cooperación Empresarial, 1 Encuentro de Promoción Comercial y 1 Visita a Feria. En total, son 35 acciones, impulsadas por 20 Cámaras españolas distintas, lo que da idea del interés generalizado que Brasil despierta en nuestro país.

Asimismo, se puede mencionar la reciente celebración en Madrid de una nueva reunión del Grupo de Comercio e Inversiones así como del Grupo de Infraestructuras hispano-brasileño. Ambas reuniones han permitido constatar el excelente nivel de relación entre los dos países y el examen de las más diversas cuestiones derivadas de la cada vez mayor relación económica entre ambos.

Sin embargo, queda camino por recorrer. El hecho es que nuestra cuota de mercado está todavía por debajo de lo que debería estar, de acuerdo con nuestra participación en el comercio mundial, sobre todo si consideramos que estamos hablando de Iberoamérica, mercado natural para España, y que España es el segundo inversor extranjero en este país.

En realidad, cada vez con mayor frecuencia se está observando un cambio de estrategia de las empresas españolas que, ante el gran atractivo del mercado brasileño y las dificultades para abordar el mismo, vía exportación, están tomando la decisión de implantarse en Brasil, instalando en este país parte de sus plantas productivas, tanto para atender el mercado brasileño como para exportar desde esta base a terceros países.

Esta sustitución de exportación por inversión se está acentuando progresivamente, en unos momentos en los que



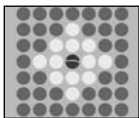
MONOGRÁFICO

empieza a producirse una segunda oleada de inversiones españolas en Brasil, que ahora se está dirigiendo cada vez más al área industrial, existiendo ejemplos recientes en el sector aeronáutico.

Ello no quiere decir, sin embargo, que nuestros intercambios comerciales no tengan un importante potencial de crecimiento en ambos sentidos. A medida que la economía brasileña vaya abriéndose más al exterior y vaya alcanzando tasas de crecimiento más elevadas, nuestra exportación debería alcanzar cotas muy superiores. En primer lugar, existe una afinidad cultural entre España y Brasil que, en un país como este en que las relaciones personales son fundamenta-

les, facilita de una manera importante los negocios. En segundo lugar, y tal vez más importante, es el hecho de que gracias a la fuerte presencia inversora de España en Brasil, gozamos de una excelente imagen.

En suma, el PIDM Brasil se va cumpliendo, gradualmente, en todos sus aspectos y cada vez parece más justificada una iniciativa que no es sino la continuación de un largo esfuerzo de españoles y brasileños. Brasil y España, siempre unidos por profundos vínculos de carácter histórico, personal y económico, son conscientes de la importancia creciente de sus relaciones y de la cooperación entre los dos países.



MONOGRÁFICO

Relaciones bilaterales hispano-brasileñas

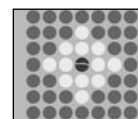
Comercio e inversiones

Víctor Audera López*

Las relaciones económicas entre España y Brasil muestran un desarrollo creciente siendo las inversiones españolas en ese país las que destacan por su dinamismo e importancia en sectores relevantes de la economía brasileña como las telecomunicaciones, el sector eléctrico o la banca. Sin embargo, las relaciones bilaterales se hallan todavía en un nivel modesto a pesar de que Brasil es nuestro primer cliente en Sudamérica. En este artículo se analiza la situación actual de las relaciones económicas hispano-brasileñas y se exponen las oportunidades de negocio e inversión para las empresas españolas.

Palabras clave: política comercial, comercio bilateral, acuerdos comerciales, inversiones extranjeras, España, Brasil.

Clasificación JEL: F14, O54



MONOGRÁFICO

1. Introducción

1.1. Relaciones institucionales y políticas

Las relaciones entre España y Brasil a nivel institucional atraviesan un excelente momento. La importancia de la inversión española en Brasil se plasma en que España es el segundo país con mayor nivel de inversión acumulada; durante los últimos años se ha producido un mayor acercamiento entre los Gobiernos y las instituciones de ambos países, cuya prueba más palpable es la sucesión de contactos bilaterales de alto nivel con intercambio de visitas entre el Presidente Lula da Silva y

los Presidentes José María Aznar y José Luis Rodríguez Zapatero, además de frecuentes viajes de Ministros en uno y otro sentido.

Esta intensificación de las relaciones institucionales se enmarca en el denominado Plan de Asociación Estratégica España-Brasil, firmado en noviembre de 2003, con el objetivo de fortalecer el diálogo político bilateral e intensificar las relaciones económicas y comerciales entre ambos países. Dentro de este Plan se han creado dos Grupos de Trabajo bilateral, uno de Comercio e Inversiones, para ir eliminando progresivamente las barreras que todavía puedan persistir a una mayor presencia inversora y comercial de ambas partes, y otro de Infraestructura de Transporte, que se ha convertido en un interesante Foro de intercambio de

* Consejero Jefe de la Oficina Económica y Comercial de España en Brasilia.

experiencias, del que sin duda van a surgir oportunidades de colaboración.

1.2. *El despegue de las relaciones económicas*

Hasta hace pocos años las relaciones económicas entre Brasil y España eran escasas. Brasil era una economía cerrada y fuertemente controlada por el sector público por lo que no había despertado el interés de las empresas españolas ni a nivel inversor ni exportador. Sin embargo, en 1995 Brasil amplió su Plan Nacional de Desestatalización mediante el cual sectores muy importantes de su economía como las telecomunicaciones, la energía o el sector financiero abrieron sus puertas al capital extranjero y las privatizaciones. Desde ese momento, las grandes empresas españolas pasaron a participar activamente en el proceso privatizador que estaba llevando a cabo el gigante sudamericano, invirtiendo importantes sumas de dinero para instalarse en el país con vocación de largo plazo. Un año más tarde, en 1996, se celebró en São Paulo la mayor exposición industrial española en el exterior, la Expotecnia. Esta feria supuso el comienzo de una serie de actividades del Instituto Español de Comercio Exterior, con una intensificación de todo tipo de acciones promocionales, incluyendo misiones comerciales, encuentros empresariales y, en general, acciones dirigidas a mejorar la imagen de España en Brasil. Desde entonces, las relaciones económicas entre ambos países han madurado y han ganado en profundidad, pero deben ser leídas en un doble plano: España es una gran potencia inversora en Brasil por el destacado papel que ha jugado en su proceso privatizador pero sus relaciones comerciales están muy lejos de ese nivel de relevancia.

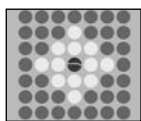
2. Relaciones comerciales

2.1. *Balanza comercial*

Aunque, como se ha comentado, los volúmenes de exportación española resultan modestos en comparación con nuestra presencia inversora en Brasil, lo cierto es que las relaciones comerciales también son significativas y la evolución, muy positiva, tanto en términos absolutos como relativos. Aún así, el potencial para una mayor presencia comercial española en Brasil es importante, y las empresas españolas están en una óptima situación para sacar el máximo provecho de una mayor apertura del mercado brasileño.

Los productos comercializados entre Brasil y España reflejan el distinto nivel de desarrollo de las dos economías. La exportación española está muy concentrada en productos industriales, jugando los agroalimentarios y los bienes de consumo un papel secundario. La importación española desde Brasil está dividida entre productos agroalimentarios y productos industriales mientras que los bienes de consumo no tienen gran aceptación entre los consumidores españoles.

Según datos del MDIC (*Ministerio do Desenvolvimento, Industria e Comercio Exterior*) las exportaciones españolas a Brasil registraron un notable avance en el año 2004 cuando la economía brasileña creció un 5,2 por 100 y cayeron ligeramente en 2005, año en el que la economía avanzó tan sólo un 2,3 por 100. Las exportaciones registradas en 2005 quedaron en 1.332 millones de dólares, lo que sitúa a España como el decimocuarto proveedor de Brasil con una cuota de mercado del 1,81 por 100 en 2005 frente al 2,02 por 100 del año 2003. Los motivos de esta pérdida de cuota se explicarán más adelante, pero cabe señalar que la pérdida de cuota de mercado ha sido ge-



MONOGRÁFICO

neralizada en los países europeos frente a la mayor demanda brasileña de productos de otros mercados, como Japón o Argelia y, especialmente, China que es ya el cuarto proveedor de Brasil.

En los últimos años, las importaciones españolas desde Brasil han seguido avanzando. Este avance fue especialmente significativo en el año 2004 con un crecimiento del 25 por 100. Las importaciones españolas avanzaron un 8,7 por 100 en 2005 ascendiendo a 2.173 millones de dólares. Con ello, España es el decimoquinto cliente de Brasil y sus compras suponen un 1,84 por 100 del total de las exportaciones brasileñas. Sin embargo, a pesar de que las importaciones han crecido considerablemente, España ha perdido posiciones para la exportación, ya que cerró el año 2004 siendo el décimosegundo cliente brasileño y 2005 siendo el decimoquinto, viéndose superada por Rusia, Bélgica y Venezuela.

En lo que al saldo comercial se refiere, en 2003 se registró un saldo negativo de 547 millones de dólares, cifra que ascendió a 808 millones de dólares y 841 millones de dólares en los años 2004 y 2005, respectivamente. El saldo negativo de la balanza comercial española ha venido aumentando en los últimos años y la tasa de cobertura ha sido del 63 por 100, 59 por 100 y 61 por 100 en los tres últimos años. Hay que tener en cuenta que el incremento del *déficit* comercial bilateral se ha dado en un contexto de fuerte apreciación del real brasileño frente al euro.

2.2. Productos agroalimentarios

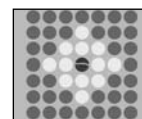
Las exportaciones españolas de productos agroalimentarios han tenido un comportamiento muy positivo en los dos últimos años después de un ligero retroceso en el año 2003. Pese a ello, tan só-

lo supusieron un 3,3 por 100, un 4,3 por 100 y un 5,7 por 100 del total de las exportaciones españolas a Brasil en los años 2003, 2004 y 2005 respectivamente. Es un mercado muy complicado para las empresas españolas, ya que Brasil es uno de los principales productores del mundo de productos agroalimentarios y la calidad de los productos españoles agroalimentarios resultan desconocidos para la mayoría del público brasileño. Además, los productos argentinos, provenientes del Mercosur suponen una fuerte competencia para los españoles al entrar en el país en condiciones privilegiadas.

Según datos de *Estacom*, el principal producto que España exporta a Brasil son *las grasas y los aceites*, que en el año 2005 alcanzaron los 30 millones de dólares. Pese a ello, España soporta una fuerte competencia de los aceites portugueses que tienen una gran tradición cultural en el país y de los argentinos que lo introducen más barato al no tener que soportar los aranceles de los países fuera del Mercosur, así como un menor coste de transporte. También tienen especial relevancia los productos de origen animal y frutas frescas y, en menor medida, las hortalizas y legumbres frescas, las semillas, los frutos secos, las aceitunas y diversos vinos con denominación de origen (Cuadro 1).

Cabe señalar que gran parte de los productos de importación en Brasil se concentran en las ciudades de Río de Janeiro y São Paulo, ciudades en las que habita una numerosa clase media y alta que son los consumidores potenciales de estos productos. Además, existen numerosas colonias de inmigrantes que demandan este tipo de productos.

En cambio, desde el punto de vista de la exportación brasileña, los productos agroalimentarios son mucho más relevantes y constituyen, con mucho, el principal sector importador de productos brasileños



MONOGRÁFICO

CUADRO 1 EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A BRASIL DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS (Millones de dólares)					
	2005	2004	2003	2005/2004 (Porcentajes)	2004/2003 (Porcentajes)
Grasas y Aceites	31,1	24,7	16,1	26,0	53,8
Productos de origen animal	15,6	14,0	2,2	11,3	542,7
Productos hortofrutícolas	13,3	5,7	3,7	134,2	52,7
Semillas y frutos	3,5	3,2	2,4	9,0	31,6
Vinos	3,4	3,3	2,9	4,3	11,6
TOTAL	70,7	56,3	31,0	25,5	81,6

Fuente: Estacom

desde España. De hecho, durante los últimos años, este sector supone en torno al 50 por 100 de las compras españolas, 916 millones de dólares en el año 2003, pasando a exportar a España 1.116 millones de dólares en 2004 y 1.135 millones de dólares en 2005. Sin embargo, el crecimiento de la venta de productos agroalimentarios brasileños en el mercado español ha venido desacelerándose en los últimos años. Ello ha sido provocado, por un lado, por la escasez en las cosechas de los dos últimos años y, por otro, por un sector agrícola muy endeudado que está pasando por problemas financieros en Brasil.

Entre las principales exportaciones españolas destacan las *semillas y productos oleaginosos* —en los que juega un papel muy importante la importación española de soja— que en el año 2005 ascendió a 435 millones de dólares. También son relevantes las carnes, el café y demás infusiones, los moluscos, el tabaco, los cereales y los aceites vegetales.

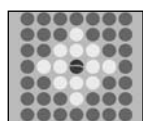
2.3. Bienes de consumo

La exportación a Brasil de bienes de consumo juega un papel más destacado que los productos agroalimentarios pero dista mucho de la importancia que tienen los productos industriales. España exportó a Brasil 70, 85 y 92 millones de dólares en los años 2003, 2004 y 2005, respecti-

vamente, lo que indica una penetración cada vez mayor de nuestros bienes de consumo entre la población brasileña.

Las exportaciones de este tipo de productos a Brasil han venido suponiendo entre un 6 por 100 y un 7 por 100 del total de los productos exportados. El principal producto de consumo español exportado a Brasil son los *productos editoriales*, que alcanzaron la cifra de 24 millones de dólares en el último año. En segundo lugar, están los materiales para confección textil femenina que han experimentado un gran crecimiento en los últimos años y que cada día cuentan con una mayor aceptación entre las mujeres brasileñas. La creciente penetración de las marcas españolas en Brasil, especialmente de Zara y de Mango, explican gran parte de ese crecimiento. También merece consideración la enorme presencia de tejidos, hilados, cueros y pieles, y los productos de perfumería, cosmética y peluquería (Cuadro 2).

Al igual que sucede con los productos agroalimentarios sería necesario continuar con los esfuerzos de promoción de las marcas españolas de la industria textil, ya que en la mayoría de los casos el público las identifica con otros países, especialmente Italia, lo que dificulta la entrada de otras firmas que pudieran beneficiarse de la marca país. Otro importante problema es que los productos que compiten en precio están en clara desventaja con los productos provenientes del Mercosur.



MONOGRÁFICO

CUADRO 2
EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A BRASIL DE BIENES DE CONSUMO
(Millones de dólares)

	2005	2004	2003	2005/2004 (Porcentajes)	2004/2003 (Porcentajes)
Productos editoriales.....	23,7	13,4	10,0	76,1	34,9
Materias textiles	23,0	14,7	12,8	56,7	14,9
Prendas textiles de vestir.....	14,1	17,6	16,6	-19,6	5,7
Artículos de papelería y oficina.....	4,5	4,0	2,2	14,4	80,4
Perfumería, cosmética y peluquería	4,2	3,8	3,5	9,4	10,1
TOTAL	83,8	77,0	59,9	8,8	28,5

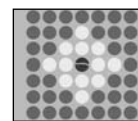
Fuente: Estacom

Las importaciones españolas de bienes de consumo desde Brasil no tienen especial relevancia en términos cuantitativos, pero con todo son superiores a las exportaciones españolas a Brasil del mismo sector. Las importaciones alcanzaron 250 millones de dólares en 2005 representando un 9 por 100 del total de la importación española desde Brasil.

Los principales productos de consumo importados desde Brasil son el calzado de piel, los muebles para el hogar, los cueros y las pieles en bruto, y prendas de confección textil femenina.

res a Brasil en 2005, con un retroceso del 15 por 100 respecto al año anterior (Cuadro 3).

En este sentido, Brasil exporta a España, principalmente, productos siderúrgicos y minerales metálicos y no metálicos que suponen casi la mitad de la importación de productos industriales. También son muy significativas las importaciones de maderas, de componentes de automoción, de materias primas y semimanufacturas de plástico, de papel, de granito y de maquinaria de construcción y obras públicas.



MONOGRÁFICO

2.4. Productos industriales

La inmensa mayoría de las exportaciones españolas a Brasil son productos industriales de contenido tecnológico, con lo que este macrosector supone el 88 por 100 de las ventas totales de España a Brasil. España exportó productos industriales por valor de 865 millones de dóla-

2.5. Evolución de las principales exportaciones españolas a Brasil

Como se ha señalado, en 2005 el crecimiento de las exportaciones españolas a Brasil cayó siete puntos porcentuales. Dicha caída se debe, en gran parte, a la contracción de un 27 por 100 de las exportaciones de partes y piezas de aviones y helicópteros, que suponía en 2004 nada

CUADRO 3
EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A BRASIL DE MATERIAS PRIMAS Y PRODUCTOS INDUSTRIALES
(Millones de dólares)

	2005	2004	2003	2005/2004 (Porcentajes)	2004/2003 (Porcentajes)
Productos químicos	266,4	295,6	243,4	-9,9	21,5
Equipos y componentes de automoción	173,0	169,0	135,4	2,3	24,9
Defensa y seguridad militar	135,3	175,3	152,8	-22,8	14,7
Combustibles y lubricantes.....	98,2	93,9	67,5	4,6	39,1
Otros productos	52,0	51,3	22,6	1,5	126,9
TOTAL.....	865,0	1019,6	713,1	-15,2	43,0

Fuente: Estacom

CUADRO 4
 IMPORTACIONES BRASILEÑAS POR PAÍSES

PAIS		2005 (Millones de dólares)	Cuota 2005 (Porcentajes)	Variación 2005/2004 (Porcentajes)
1	Estados Unidos.....	12.644	17,22	11,51
2	Argentina	6.238	8,48	12,02
3	Alemania.....	6.143	8,35	21,14
4	China	5.353	7,28	44,27
5	Japón	3.407	4,63	18,77
6	Argelia.....	2.838	3,86	45,97
7	Francia.....	2.703	3,68	17,93
8	Nigeria	2.651	3,61	-24,30
9	Corea del Sur	2.326	3,16	34,50
10	Italia	2.280	3,1	11,02
11	Chile.....	1.699	2,31	21,50
12	Reino Unido	1.375	1,87	1,52
13	Arabia Saudita	1.339	1,82	8,74
14	España.....	1.332	1,81	13,31
15	Taiwan.....	1.323	1,8	34,87

Fuente: Ministerio do Desenvolvimento, Indústria e Comercio

menos que el 31 por 100 de las exportaciones españolas a Brasil y que correspondían a ventas de *Gamesa* al fabricante brasileño *Embraer*. El cambio en el modelo estrella del avión montado por *Embraer* en 2005, con una pérdida de importancia relativa de la familia del *Embraer 170* y el lanzamiento del *Embraer 190*, ha provocado un *gap* temporal de demanda que debería recuperarse a lo largo de este año, una vez que el nuevo modelo de *Embraer* alcance su nivel normal de producción. Por otro lado, *Gamesa* ha invertido en la construcción de una fábrica en São Paulo, sustituyendo parte de su exportación por producción en Brasil. La otra gran partida que justifica la ralentización en el crecimiento de las exportaciones españolas son las ventas de insecticidas, herbicidas y productos similares, que constituían un 17 por 100 del total de nuestras exportaciones, y que cayeron un 47 por 100 en el año 2005. La menor demanda de este tipo de productos se explica por el débil comportamiento del sector agrícola durante el año, debido a la escasez de la cosecha, a la fiebre aftosa o al descenso en la producción de soja.

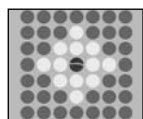
El crecimiento de las exportaciones españolas a Brasil de un 13,31 por 100

está en línea con el de otros países europeos tales como Francia que creció un 17,97 por 100, Italia, un 11,02 por 100 o Alemania con un 21,14 por 100. Pese a la brusca caída de las dos partidas citadas con anterioridad, España se mantuvo en la media de crecimiento de la exportación de la UE a Brasil en 2005 que fue de un 13 por 100. Los países europeos están perdiendo cuota de mercado, paulatinamente, en favor de países asiáticos como Taiwan, Corea del Sur o China, que registraron crecimientos del 34,8 por 100, 34,5 por 100 y 44,2 por 100, respectivamente, muy por encima del crecimiento global de las importaciones brasileñas en 2005, que fue de un 17 por 100 (Cuadro 4).

3. Inversiones

3.1. Evolución de la inversión bilateral

De acuerdo con datos del Banco Central de Brasil, España es el segundo inversor en Brasil en términos de *stock* acumulado de Inversión Extranjera Directa (IED) sólo superada por EEUU. Esto, sin embargo, no siempre fue así. Hasta 1995 la



MONOGRÁFICO

CUADRO 5
INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN BRASIL
(Millones de dólares)

PAIS		2005	2004	2003
1	Estados Unidos.....	4.644	3.977	2.382
2	Holanda	3.208	7.704	1.444
3	México	1.661	60	46
4	Francia.....	1.458	485	825
5	Canadá	1.435	592	116
6	Alemania.....	1.388	794	507
7	España	1.220	1.054	710
8	Islas Caimán.....	1.078	1.521	1.909
9	Japón	779	243	1.386
10	Bélgica.....	686	8	18

Fuente: Banco Central do Brasil

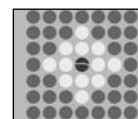
inversión española en Brasil era sólo marginal. A partir de ese año, cuando Brasil comenzó a privatizar los sectores estratégicos de su economía, como el financiero, el energético o las telecomunicaciones, las grandes empresas españolas comenzaron a tomar posiciones en el país y, como consecuencia de ello, España fue el primer inversor extranjero en Brasil en el año 1998, con un 22 por 100 del total, y en el año 2000, con casi un 29 por 100 del total de la IED en Brasil. Después de las elecciones de 2002, se redujeron los flujos de inversión internacional hacia el país pero una vez que se comprendió que la llegada del líder del Partido de los Trabajadores al Palacio de la Alvorada no supondría ninguna ruptura sino más continuidad con la política económica llevada a cabo por el Gobierno de Fernando Henrique Cardoso, las inversiones internacionales comenzaron a recuperarse en los años siguientes, y la IED española se recuperó llegando a los 1.054 millones de dólares en 2004 y a 1.220 millones de dólares en 2005 (Cuadro 5).

En el año 2005 los flujos de IED española, según datos del Banco Central de Brasil, se concentraron, principalmente, en las siguientes ramas de actividad: extracción de petróleo y servicios relacionados (314 millones de dólares) en metalurgia básica (232 millones de dólares) en

electricidad, gas y agua caliente (211 millones de dólares), en seguros y planes de pensiones (113 millones de dólares), comercio minorista (48 millones de dólares), servicios a empresas (45 millones de dólares), intermediación financiera (33 millones de dólares), correo y telecomunicaciones (25 millones de dólares) y construcción (19 millones de dólares).

Como se ha mencionado antes, el despegue de la inversión española vino provocado por el Plan Nacional de Desestatización brasileño que atrajo el interés de las grandes empresas españolas como *Endesa*, *Iberdrola*, *Telefónica* o el *BSCH*. Estas grandes empresas españolas han tenido un efecto arrastre importante y otras de muy distinto porte han ido invirtiendo, paulatinamente, en Brasil y, actualmente, el grueso de la inversión acumulada española resulta heterogénea y va desde la automoción, la ingeniería y la construcción civil, al saneamiento ambiental pasando por los servicios de seguridad o los seguros.

Por lo que respecta a la inversión española en acciones en el mercado brasileño, ésta dista mucho de las inversiones productivas en los sectores destacados. Sólo Latinoamérica, México, Argentina y Chile atrajeron cantidades muy superiores del capital especulativo español invertido en acciones en la bolsa de São Paulo.

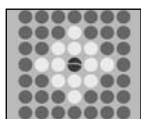


MONOGRÁFICO

Por su parte, el flujo de inversión directa de Brasil en España en 2005 fue de 3.324 millones de dólares. Este dato es muy significativo, dado que, tradicionalmente, la inversión directa de Brasil en España ha sido, prácticamente, inexistente. Una de las operaciones a destacar en este sentido es la compra en noviembre de 2005 por parte del grupo brasileño *Gerdau*, uno de los principales productores siderúrgicos de América Latina, del 80 por 100 del accionariado español de aceros especiales *Sidenor*, a partes iguales con el Banco Santander (BSCH). La operación entre el grupo brasileño y un grupo de directivos de la compañía española, que han adquirido el 20 por 100 restante, se realizó por un importe total de 443,8 millones de euros. Además de ello, el 6 de marzo de 2006 la empresa española *Tavex* y la brasileña *Santista Têxtil*, firmaron un protocolo de acuerdo para fusionar ambas empresas, con lo que la nueva compañía se posicionará como líder mundial en la fabricación de tejidos *denim*, con una facturación superior a los 500 millones de dólares al año. La fusión deberá concretarse en los próximos meses, tras cumplir los debidos procedimientos legales y una vez que *Tavex* y *Santista* sean empresas cotizadas en las Bolsas de España y Brasil, respectivamente. Asimismo, el gigante brasileño *Petrobrás* ha manifestado, recientemente, su interés sobre grandes empresas españolas del sector energético, como es el caso de *Cepsa*.

as: tres de telefonía fija regional, ocho proveedoras de telefonía celular regional y *Embratel*, una operadora de larga distancia. En la subasta de *Telebrás* la compañía española *Telefónica* adquirió la mayor operadora subastada, la telefonía fija del Estado de São Paulo que hoy cuenta con 12,4 millones de clientes, dando inicio con esa operación a una actividad que la convertiría en el segundo mayor inversor español en Brasil. En telefonía celular, *Telefónica* cuenta con el 50 por 100 de la *joint-venture* entre Telefónica Móviles y Portugal Telecom, *BrasilCel*, con licencia para operar en 19 estados brasileños y con más de 17 millones de clientes y una cuota de mercado próxima al 54 por 100. Tras la fusión, todas las operadoras de telefonía móvil controladas por el grupo pasaron a utilizar el nombre comercial VIVO. En los últimos años, Telefónica ha ido ampliando sus servicios en Brasil y, hoy día, ofrece, aparte de la telefonía fija y la móvil, acceso a *internet*, *call centers* y otros servicios. En *internet* posee una de las mayores operadoras del país, *Terra Lycos* y en *call center*, destaca la empresa *Atento* que ha invertido 80 millones de dólares para implantación de *call centers* en el país creando 15 mil empleos directos. En Brasil, Telefónica es el mayor conglomerado empresarial no financiero con unos ingresos de 28.000 millones de reales en 2004 (en torno a 9.396 millones de dólares), 41 millones de clientes y 53.000 empleados.

En el sector de la alta tecnología destaca *Hispatat* que ha lanzado en espacio orbital brasileño, el Satélite Amazonas, el mayor satélite latinoamericano, a través de su representante legal y comercial en Brasil, *Hispatamar*, formado por la unión de *Hispatat*, socio mayoritario, con la operadora de telefonía *Telemar*. El volumen total de inversión en el país es superior a los 300 millones de dólares.



MONOGRÁFICO

3.2. **Presencia de empresas españolas en Brasil**

Telecomunicaciones

En 1998, Brasil privatizó el sector de las telecomunicaciones, llamado *Sistema Telebrás*, dividiéndolo en doce compañí-

Sector energético

Las privatizaciones del sector eléctrico se iniciaron en 1995 con la venta de una serie de compañías distribuidoras y se amplió en 1998 cuando se cedió a la iniciativa privada la primera generadora del país, *Gerasul, Centrales Eléctricas Generadoras del Sur*. Las empresas españolas del sector comenzaron entonces a tomar posiciones y su presencia se ha venido incrementando en los últimos años.

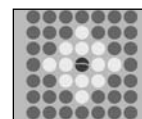
Iberdrola, presente en Brasil desde 1997, tiene inversiones realizadas en el país en los sectores de generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, así como la prestación de servicios a empresas del sector. Es miembro del consorcio *Neoenergia*, formado por *Iberdrola* (39 por 100), *Banco do Brasil* (12 por 100) y *Previ* (49 por 100). *Neoenergia* es propietaria de las empresas *Coelba, Celpe* y *Cosern*, que son las distribuidoras eléctricas de los estados de Bahía, Pernambuco y Río Grande do Norte, respectivamente. Aunque la propiedad es compartida entre los tres socios, la gerencia de las compañías eléctricas corresponde exclusivamente a *Iberdrola*. En el área de generación, el grupo cuenta con la instalación y operación de la Central Hidroeléctrica de Itapebi, en el Estado de Bahía y una Central Termoeléctrica en Pernambuco (*Termopernambuco*) además de un proyecto para la construcción de otra Central Termoeléctrica en Río Grande do Norte (*Termoaçu*). Estas dos últimas están dentro del Programa Prioritario de Termoeléctrica (PPT) del Gobierno brasileño. Además de eso controla las empresas *Enerbrasil* (empresa de energías renovables) y *Energy Works* (empresa de prestación de servicios al sector eléctrico).

El volumen total de inversiones de *Iberdrola* en Brasil asciende a 1.370 millones de euros.

Durante 2005, las distribuidoras de *Neoenergia* han mejorado un 50 por 100 la calidad de suministro y han extendido su servicio a más de dos millones de nuevos usuarios (40 por 100) desde la privatización de las compañías. Entre las actividades desarrolladas en 2005, cabe destacar que el *holding Neoenergia* ha ganado las licitaciones para la construcción, mantenimiento y operación de la central hidráulica de Baguarí, de 140 MW, situada en el Estado de Minas Gerais y la de dos plantas minihidráulicas: Nova Aurora, de 21 MW, y Goiandira, de 27 MW, situadas en el Estado de Goiás.

Por su parte *Endesa* inició sus actividades en Brasil, en 1996, con la compra de la distribuidora de energía eléctrica del Estado de Río de Janeiro, *Cerj*. Hoy día, *Endesa* concentra en Brasil el 23 por 100 de sus activos en Iberoamérica y tiene sus inversiones agrupadas en el Holding *Endesa Brasil* formado por las siguientes empresas: dos distribuidoras, *Ampla* (antigua *Cerj*) y *Coelce*, en el Estado de Ceará; dos generadoras, la hidroeléctrica *Endesa Cachoeira*, en Goiás, y la termoeléctrica *Endesa Fortaleza*, en Ceará; y, por último, en transmisión opera a través de la empresa *Cien* que gestiona una línea de interconexión con Argentina. *Ampla* y *Coelce* suman 3,5 millones de clientes y la inversión del grupo en Brasil asciende a 4.500 millones de dólares.

Gas Natural está presente en Brasil desde 1997, cuando formó parte como socio operador en el consorcio ganador de la privatización de la distribución de gas realizada por el Estado de Río de Janeiro. Posee el 54 por 100 de *Ceg*, empresa de distribución de gas en la zona metropolitana de Río de Janeiro, y el 72 por 100 de *Cegrio*, que actúa en el resto del estado. En el año 2000 ganó en solitario el concurso para el desarrollo de la distribución de gas canalizado en una zona



MONOGRÁFICO

green field en el sur del Estado de São Paulo. Entre todas las empresas cuenta con más de 673.500 clientes, lo que la sitúa como la mayor empresa de distribución de gas en Brasil por número de clientes. Su volumen total de inversión en el país asciende a 1.031 millones de dólares. La inversión realizada directamente desde España ha sido de 750 millones de dólares. La inversión prevista entre 2004 y 2008 se sitúa en torno a los 550 millones de dólares.

Repsol es la segunda empresa privada del sector del petróleo en Brasil desde que en 1999 se fusionó con la argentina YPF. Su actividad en el país va desde la extracción de combustible hasta las gasolineras. Repsol posee 475 gasolineras, (400 con nombre Repsol y 75 con nombre YPF), más dos refinerías participadas (una al 33 por 100 en Río Grande do Sul y otra al 33 por 100 en Río de Janeiro) teniendo en ambos casos como socio a Petrobras. El volumen total de inversión de Repsol-YPF en el país se sitúa en torno a los 1000 millones de dólares, más las inversiones que YPF ya tenía en Brasil antes de su fusión con Repsol. Repsol-YPF pretende invertir en Brasil en los próximos cinco años alrededor de 500 millones de dólares.

Por otro lado, en el sector de la energía eólica, empresas como *Elecnor* están jugando un importante papel en el despegue de la energía eólica en Brasil. Recientemente, *Elecnor* ha puesto en marcha la primera fase del parque eólico de Osorio (Río Grande do Sul). Este parque, que una vez acabado contará con 75 aerogeneradores con una potencia de 150 MW, será el mayor proyecto eólico de Latinoamérica y abastecerá a 650.000 personas.

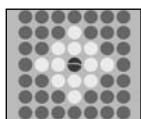
Otra área con participación española muy relevante es la transmisión. La construcción y operación de nuevas líneas de

transmisión para fortalecer el *Sistema Interligado Nacional (SIN)* se ha convertido en una prioridad para el país a fin de asegurar el abastecimiento de energía eléctrica actual y futura. Para paliar puntuales carencias del sistema, evitar cortes en el suministro y garantizar la conectividad al SIN desde cualquier región del país, el gobierno está dando continuidad a una política de ampliación y refuerzo de la red eléctrica a través de licitaciones periódicas de concesiones de líneas de transmisión con un periodo de explotación de 30 años. Las empresas españolas *Abengoa*, *Cymi* (grupo Dragados), *Elecnor*, *Grupo Cobra* e *Isolux* presentes en todas las licitaciones abiertas desde el año 2000, y con una inversión total que supera los 1.600 millones de dólares, han resultado adjudicatarias de 12 de los 44 lotes que han salido a licitación.

Sector financiero

El BSCH inició su actividad en Brasil en 1982 y abrió sus primeras agencias propias en 1991. La mayor operación del banco fue la compra del Banco del Estado de São Paulo (*Banespa*), el tercer mayor banco público del país. Con esta operación el BSCH pasó a ser el primer banco extranjero y el tercer banco privado en Brasil. Además de *Banespa*, el BSCH tiene red de agencias propia y es propietaria de otros tres bancos brasileños: *Banco Meridional*, *Banco do Noroeste*, *Banco Bozano Simonsen*. Dispone de 1.989 agencias en todo el país. El volumen total de inversión del BSCH en el país se sitúa en torno a los 6.800 millones de dólares. Es el primer banco extranjero del país y tercer banco privado de Brasil.

El BBVA realizó importantes inversiones en Brasil a partir de 1998 pero en enero de 2003 decidió reorientar su estra-



MONOGRÁFICO

tegia empresarial para centrarse en el mercado mexicano. Vendió su filial brasileña a *Bradesco*, el mayor banco privado de Brasil, recibiendo como pago acciones por un total del 4,5 por 100 del Bradesco además de unos 600 millones de dólares. El BBVA tiene derecho desde entonces a una silla en el consejo de dirección de Bradesco. Hoy, BBVA opera en el país a través de una Oficina de Representación en el mercado de capitales, con una inversión crediticia aproximada de 1000 millones de euros.

Otros sectores

En el campo de los seguros, *Mapfre* adquirió en 1995 la Compañía Veracruz Aseguradora con la que comenzó a operar en el país. Sin embargo, al poco tiempo comenzó con una política de marca propia según las distintas ramas de actividad, como Mapfre Aseguradora de Garantías y Crédito o Mapfre Previdencia. El grupo compró en 2005 *Nossa Caixa Seguros e Previdencia* —rama de seguros de Nossa Caixa, propiedad del Gobierno del Estado de São Paulo— por 226 millones de reales. Con esta operación Mapfre compensaba, en parte, no haber podido adquirir la rama de seguros del grupo ABN Amro, que, finalmente, compró la japonesa *Tokio Seguros & Nichido*, vendida también en el mismo año por 897 millones de reales.

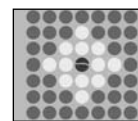
La presencia española es también muy relevante en el área de concesiones. OHL se estableció a finales de 1998 en Brasil. Controla y gestiona tres concesiones de carreteras en el norte del Estado de São Paulo, Intervías, Autovías y Centrovías y son mayoritarios en la concesión para el tratamiento de aguas residuales, diversas obras de canalización y depuración, así como la explotación del servicio de residuos

de la ciudad de Ribeirão Preto, en el estado de São Paulo a través de la empresa *Ambient* de la que OHL detenta el 75 por 100. Hasta la fecha, entre las cuatro empresas controladas, han realizado unas inversiones de 98 millones de euros. El pasado 28 de junio el Grupo OHL, a través de OHL Concesiones, inició una oferta pública de venta de acciones de su filial OHL Brasil. Con esta operación, valorada en 151,3 millones de euros, lo que supone el 40 por 100 del capital de OHL Brasil, el grupo pretende dar entrada en su capital a entidades brasileñas como socios en sus concesiones de autopistas de peaje en Brasil.

Por su parte, *Necso-Acciona* detenta una participación del 25 por 100, valorada en 3 millones de dólares en Econorte, concesionaria de autopistas del Estado de Paraná, con una extensión de 275 Km. A estas inversiones, se suma recientemente la española SACYR, al haber adquirido la constructora portuguesa SOMAGUE, que cuenta con una participación en dos concesiones de carreteras en Brasil (Triángulo do Sol, con una extensión de 442 Km. y Via Norte, de 237 Km.).

En el sector portuario, se encuentran instaladas en el Estado de Paraná, a través de TCP, Terminal de Contenedores de Paranaguá, las empresas *Galigrain* y *Terminal de Contenedores de Barcelona* (TCB). TCP es la *joint-venture* formada por tres empresas brasileñas y las dos empresas españolas: TCB, que cuenta con el 22 por 100 de la *joint-venture* y la gestión del terminal y Galigrain S.A., especializada en operaciones portuarias, que detenta el 13 por 100 de TCP. Se trata de un terminal inaugurado a finales de 2002, que cuenta con un 1 Km. de muelle en un área total de 410.000 metros cuadrados.

En el sector de automoción destaca el *Grupo Antolín* que lleva desde 1995 instalado en Brasil fabricando componentes de



MONOGRÁFICO

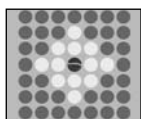
vehículos de automoción y cuenta con tres unidades de producción en el Estado de São Paulo a través de la firma *Irausa Mercosur*.

Hay otras empresas de diverso tamaño que juegan un papel destacado en sectores muy heterogéneos. *Prosegur* se estableció en 2001 y hoy es una de las mayores empresas de seguridad del país, con una plantilla de unos 11.000 empleados y 70 delegaciones. *Cinebox* posee cinco complejos en el país, con la intención de duplicar el número en 2007 y, hoy día, es una de las principales empresas instaladoras y comercializadoras del sector audiovisual en Brasil. *Pamesa* trabaja en el sector de los revestimientos cerámicos con un grupo empresarial de *Recife*. La editorial *Planeta*, cuenta con una filial desde 1997 en la que invirtió 2,7 millones de dólares. *Viscofán*, empresa especializada en la producción y comercialización de tripas artificiales y de celulosa para embutidos, es el líder del sector en Brasil.

Brasil es el quinto país más extenso del mundo, el quinto más poblado con una población superior a los 180 millones de personas y es la decimotercera economía del mundo con un PIB de 794.098 millones de dólares en 2005. Tiene una gran riqueza de recursos naturales que le permite ser autosuficiente en petróleo, y es uno de los principales productores mundiales de productos agrícolas y de minerales.

Las elecciones presidenciales de 2002 generaron mucha incertidumbre entre los operadores económicos. Sin embargo, al poco tiempo de comenzar su gestión, el Gobierno Lula con el propio Presidente y su equipo económico a la cabeza pusieron de manifiesto su compromiso para mantener la estabilidad macroeconómica como ha quedado demostrado a lo largo de toda la legislatura anterior. Brasil ha aprendido de los errores del pasado y considera que el control de precios y el equilibrio de sus cuentas externas es una cuestión de Estado. La reciente reelección del Presidente Lula da Silva asegura la continuidad de la política económica llevada a cabo hasta ahora, con una cierta rigidez monetaria a fin de contener derivas inflacionistas y unas medidas de ajuste fiscal que eviten el descontrol de las cuentas públicas. Este escenario establece un marco adecuado para la inversión en un país que, ya de por sí, cuenta con una capacidad potencial privilegiada para atraer inversiones. El compromiso del ejecutivo también abarca corregir las carencias básicas de la economía brasileña, en áreas como transportes, saneamiento y energía, pasando por numerosos programas de desarrollo regional y sectorial definidos por el Gobierno Federal, los Estados y los Municipios, así como por instituciones multilaterales como el Banco Mundial o el BID.

De hecho, las carencias básicas de la economía brasileña representa una exce-



MONOGRÁFICO

4. Oportunidades de negocio e inversión

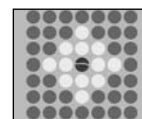
España es el segundo país en términos de IED en Brasil tan sólo por detrás de Estados Unidos. La presencia de las grandes empresas españolas en sectores estratégicos y no estratégicos de la economía brasileña es muy relevante, y nuestras empresas juegan un papel destacado en el sector energético, de telecomunicaciones, financiero, de infraestructuras o editorial. Pero Brasil sigue ejerciendo un elevado atractivo para atraer nuevas inversiones debido a varios motivos: importancia del mercado, estabilidad macroeconómica, compromiso del Gobierno con las carencias de infraestructuras, buena imagen de España en Brasil, y Brasil como plataforma para América Latina.

lente oportunidad de negocio para las empresas españolas. Brasil necesita acometer importantes cambios en su economía, especialmente deben de modernizarse y ampliarse las infraestructuras básicas, escasas y deterioradas y que podrían conducir al crecimiento económico del país hacia cuellos de botella, por ejemplo, la plataforma logística de São Paulo ya no puede dar salida a todas las exportaciones marítimas que debería. Precisamente, ese *gap* de infraestructuras a todos los niveles que supondría una dificultad añadida a las empresas españolas interesadas en el mercado brasileño supone, al mismo tiempo, una excelente oportunidad de negocio para las mismas. En este sentido hay un claro compromiso del Gobierno brasileño para mejorar y modernizar las infraestructuras básicas en el marco del *Plan Plurianual de Desenvolvimento* del Presidente Lula y se ha creado el *Programa de Parcerias Público Privadas*, programa en el cual la iniciativa pública y la privada unen sus capitales para llevar a cabo proyectos en común; el sector privado financia la totalidad de la obra y el sector público concede la explotación y garantiza la rentabilidad durante el tiempo que dura la concesión.

Entrando más en detalle en algunos de los sectores de mayor interés, en lo que se refiere a los *transportes* apenas el 10 por 100 de la red viaria está asfaltada y existe un gran déficit del transporte por ferrocarril, muy poco desarrollado en el país y que cubre sólo el 21 por 100 del tráfico de mercancías. Aparte de modernizar la red de puertos que dificulta las relaciones de Brasil vía marítima y por consiguiente sus exportaciones, las grandes ciudades también adolecen de un enorme déficit en infraestructuras. Las redes de metro y de autobús son escasas y están obsoletas y el ferrocarril urbano resulta prácticamente inexistente.

Por su parte el *mercado ambiental* brasileño ofrece un gran potencial a medio y largo plazo. El sector está en claro desarrollo y si bien hoy en día las actividades desarrolladas dentro de este sector están dando sus primeros pasos, existen perspectivas interesantes para explotar. La industria brasileña ha demostrado una creciente disposición en reducir sus impactos sobre el medio y aunque todavía hoy esta lejos de lo recomendable, cada día hay una mayor concienciación respecto a los temas ambientales. Sirva como muestra de ello el que cada año se generan 2,9 millones de toneladas de residuos industriales, de las que tan sólo el 28 por 100 de los mismos tiene un destino controlado. Esta situación ofrece importantes oportunidades de mercado en cuanto a equipamientos de control, análisis y tratamiento de residuos peligrosos, incineradoras, tecnologías para el encapsulamiento de residuos, para el reciclaje de residuos peligrosos y de basura doméstica, tanques de decantación y tecnologías de recuperación de ecosistemas, control de plagas vegetales en presas y embalses, productos químicos de menor impacto ambiental, consultoría para reducir la generación de residuos, soluciones completas para la gestión de residuos en grandes empresas, planificación y construcción de vertederos y servicios de recuperación de áreas contaminadas.

El *saneamiento básico* es el subsector dentro del sector del medio ambiente que tiene mayores posibilidades de crecimiento y donde los gobiernos deberán efectuar mayores inversiones en los próximos años. En este sentido, el Banco Mundial estima que América Latina tendrá que invertir 115.000 millones de dólares en los próximos 10 años en el sector de saneamiento, de los cuales 50.000 serían en agua y 65.000 en tratamiento de vertidos domésticos. En Brasil, el sector de sane-



MONOGRÁFICO

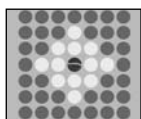
amiento básico brasileño, que representa cerca del 50 por 100 del mercado de medio ambiente, enfrenta también grandes carencias. Un 38 por 100 del agua tratada se pierde por canalización defectuosa y sólo el 40 por 100 de la población tiene acceso a la red de alcantarillado y según la *Caixa Econômica Federal*, será necesario invertir 178.000 millones de reales en los próximos 20 años para conseguir la universalización de los servicios de saneamiento en todo el país.

Otra oportunidad de negocio para las empresas españolas está en las *energías renovables y alternativas*. Brasil cuenta con un potencial de energía solar enorme por sus condiciones geográficas y climáticas. Hoy en día, esta energía está muy poco desarrollada en el país y tan sólo hay pequeños proyectos experimentales en zonas aisladas como la Amazonia sin que esta energía sea comercializada. Actualmente se están llevando a cabo muchos estudios y proyectos encaminados a estimular el aprovechamiento de la energía solar en Brasil, particularmente, por medio de sistemas fotovoltaicos de generación de electricidad, sobre todo para dar cobertura a comunidades aisladas de la red eléctrica y del desarrollo regional. De acuerdo con la nueva óptica de la Política Energética Nacional, estos proyectos están llevando la electricidad a millares de comunidades y domicilios brasileños que se encuentran aislados.

En lo que se refiere a la imagen de España, lo cierto es que los productos españoles tienen una imagen muy buena entre el consumidor brasileño. La importante presencia de las multinacionales españolas en Brasil, nos ha dado una imagen de país altamente desarrollado, con tecnología de última generación y con una muy buena calidad de nuestros productos. Esta buena imagen país es un activo muy importante que hay que intentar aprovechar. En muchos mercados la carencia de ima-

gen o una mala imagen suponen una desventaja comparativa de nuestros productos frente a los principales competidores. El hecho de que en Brasil la situación sea la contraria es un paso ya muy importante para una mayor presencia de nuestros productos en este país. En este sentido es importante también destacar la afinidad cultural entre Brasil y España que, en un país como Brasil, facilita de una manera importante los negocios. Aprovechando este hecho, la Administración Comercial española está desarrollando a lo largo de los últimos años una intensa actividad promocional a través de todo el elenco de acciones como planes sectoriales, ferias de participación agrupada, misiones comerciales directas, jornadas informativas multisectoriales de Brasil en distintas capitales españolas, misiones inversas de creadores de opinión y compradores en España, jornadas técnicas o distintas campañas promocionales, con el objetivo último de potenciar todavía más la *marca España* y ayudar a exportar a nuestras PYMEs.

Aprovechando esta buena imagen del producto español hay una serie de áreas en las que las oportunidades para una mayor presencia de nuestras empresas son claras. La demanda de *componentes electrónicos*, sector considerado estratégico por el Gobierno, en especial en el segmento de los semiconductores, ofrece unos nichos muy interesantes como condensadores, materiales resistentes, circuitos integrados y componentes pasivos. En lo que a maquinaria se refiere la oferta española podría cubrir la ausencia local de equipos pesados como turborreactores, turbinas a gas..., equipos e instrumentos de medición de calidad, maquinaria para industria textil, máquinas y aparatos de impresión, máquina-herramienta... etcétera. La *industria automovilística* presenta un déficit de proveedores nacionales, de componentes electrónicos de alta tecnología, Brasil importa



MONOGRÁFICO

dichos productos dado que la producción nacional es inexistente o de poca calidad. Lo mismo puede decirse del mercado de repuestos.

Brasil presenta una escasa inversión en *productos farmacéuticos* y los producidos en el país necesitan materias primas que normalmente se importan. La industria nacional se vio muy afectada por la competencia de productos chinos que, últimamente, han elevado los precios y la industria farmacéutica brasileña busca una alternativa en los fármacos y materias primas europeas.

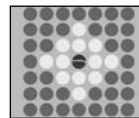
El *sector editorial* también ofrece interesantes oportunidades de negocio y se ha convertido en una de las principales exportaciones de España a Brasil. Las empresas españolas Santillana, Planeta o SM son muy conocidas en el sector. Los *bienes de consumo* como la confección y el calzado, así como los muebles, basados en el diseño y la calidad también suponen una buena oportunidad de negocio. Por último, la *gastronomía española* cuenta con una excelente reputación en Brasil, especialmente los aceites y los vinos y, en menor medida, las conservas, los quesos y los embutidos. Además, en otro sector, el agrícola, la producción local es insuficiente para atender a la demanda de fertilizantes, especialmente nitrógenados, fosfatados y potásicos.

Por último, Brasil, al margen de ser un mercado de gran importancia en sí mismo, se está convirtiendo cada vez más en la plataforma ideal para toda Sudamérica,

tanto desde el punto de vista de la inversión como de la exportación. Para empezar, no se puede olvidar que Brasil forma parte del Mercosur, bloque comercial formado por Paraguay, Uruguay, Argentina y Brasil que, a pesar de algunas imperfecciones, funciona como una zona de libre comercio. Recientemente Venezuela se ha adherido oficialmente al Mercosur con lo que este bloque pasa a aglutinar el 75 por 100 del PIB de Sudamérica con un mercado de 250 millones de consumidores. A ello hay que sumar las especiales condiciones de acceso de los mercados de Chile y Bolivia en calidad de países asociados al Mercosur. Además, durante los últimos años, Mercosur ha consolidado todo un entramado de acuerdos comerciales con otros países de la zona como Colombia, Ecuador y Perú, consiguiendo un acceso privilegiado desde Brasil a, prácticamente, todo el continente.

5. Conclusión

Brasil se ha convertido en un socio estratégico de España durante los últimos años como ponen de manifiesto el volumen de inversión española y la importancia y dinamismo de las relaciones comerciales. Sin embargo, el potencial para una mayor interrelación entre las dos economías es muy grande. Es labor de todos, Administración comercial y empresas, hacer un esfuerzo conjunto para que estas posibilidades se plasmen en realidades.



MONOGRÁFICO

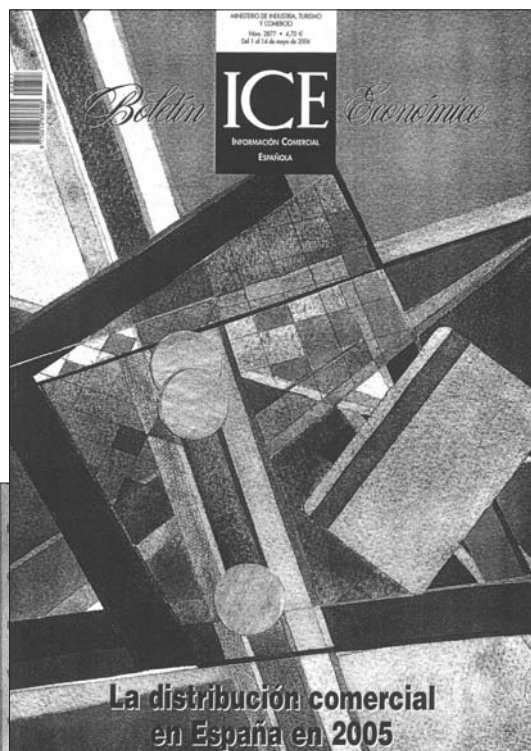
ICE

INFORMACION COMERCIAL ESPAÑOLA

Boletín Económico de Información Comercial Española

36 números anuales

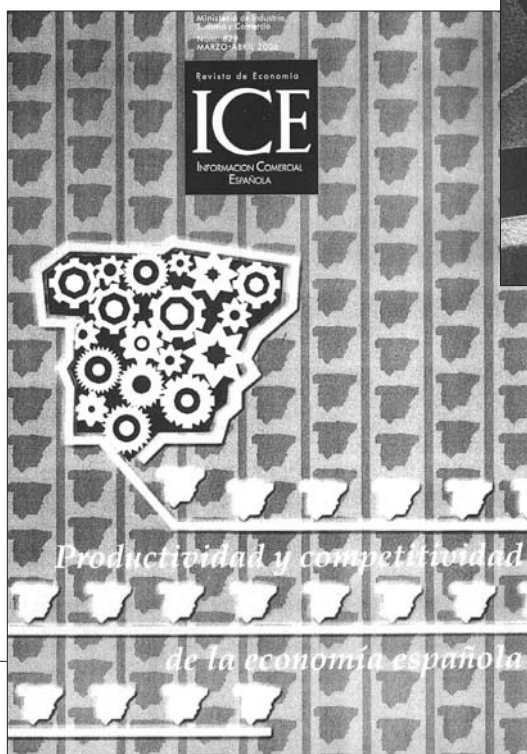
Artículos y documentos sobre economía española, comunitaria e internacional, con especial énfasis en temas sectoriales y de comercio exterior.



Información Comercial Española Revista de Economía

8 números anuales

Artículos originales sobre un amplio espectro de temas tratados desde una óptica económica, con especial referencia a sus aspectos internacionales.



CUADERNOS ECONÓMICOS

Número 71 • Junio 2006

DISEÑO Y EVALUACIÓN DE POLÍTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL

Presentación: Diseño y evaluación de políticas de protección ambiental
Xavier Labandiera

Evaluación ex post de permisos comercializables de emisión: el programa estadounidense de limitación y comercio de emisiones de SO₂
A. Denny Ellerman

Permisos comercializables de emisión para grupos de fuentes con información privada de costes y emisiones
Denise Falck y Juan P. Montero

Gestión de residuos sólidos urbanos: análisis económico y políticas públicas
Francisco J. André y Emilio Cerdá

Las áreas marinas protegidas como instrumento de política ambiental
Alberto Ansuategi, Marta Escapa y Mette Termansen

Degradación ambiental, endeudamiento externo y comercio internacional
Diego Anquetá, Gonzalo Delacámara y Daniel Sotobek

Crecimiento económico, política fiscal y medio ambiente
Eduher Fernández, Rafaela Pérez y Jesús Ruiz

Obsolescencia y políticas de renovación ambiental en el sector turístico
Matías González, Carmelo J. León y Noemi Padrin

Mercados para el control del cambio climático en España
Xavier Labandiera y Miguel Rodríguez

Incentivos y políticas de gestión de catástrofes ambientales marinas: el Prestige
María Loureiro y María X. Vázquez

Efectos distributivos interterritoriales de políticas ambientales: el caso de las propuestas de impuesto europeo sobre la energía y el CO₂
Emilio Padilla y Jordi Roca

Eficiencia y equidad de políticas forestales. Un análisis gráfico de equilibrio parcial
Pere Riera, Ralfi Brey y Robert Mavraj

Cuadernos Económicos de ICE

Artículos de economía teórica y aplicada y métodos cuantitativos, que contribuyen a la difusión y desarrollo de la investigación económica.

Información y venta: Paseo de la Castellana, 162-Vestíbulo.
Tel.: 91 349 36 47 - Fax.: 91 349 36 34
28071 Madrid.

La imagen de España en Brasil

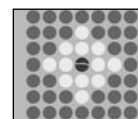
Carlos José Santos da Silva*

Jaime Llopis Juesas*

Las relaciones bilaterales España-Brasil se han incrementado durante estos últimos años y presentan una evolución favorable que, sin duda, alcanzará excelentes resultados en los próximos años. Este artículo expone, desde la óptica brasileña, las oportunidades de negocio para las empresas españolas en sectores como infraestructuras, turismo, nuevas energías, inversiones inmobiliarias, en muchos casos, a través de joint venture con empresas locales.

Palabras clave: relaciones comerciales internacionales, relaciones bilaterales, inversiones extranjeras, sector industrial, sector servicios, España, Brasil.

Clasificación JEL: F13, O54,.



MONOGRÁFICO

1. Introducción

Los años pares entre bisiestos, como este 2006 en el que escribimos estas líneas, acostumbran a poner a Brasil en el primer plano de la actualidad informativa de todo el planeta, al menos por dos motivos relevantes, las elecciones presidenciales y el Campeonato del Mundo de Fútbol.

Brasil es una de las mayores democracias del mundo, y su Presidente es siempre uno de los candidatos elegidos con mayor número de votos, en términos absolutos, de entre todos los países que celebran elecciones de ese tipo; al mismo tiempo,

es una democracia joven, renacida tras varias experiencias autoritarias, en un proceso de transición política que contó con la ilusionante fuerza de la población como uno de los motores de la reforma. Sobre el currículo de Brasil en Campeonatos del Mundo probablemente no haga falta extenderse, ni siquiera para información de los no aficionados, y sobre la pasión con la que aquí se vive el evento quizá hagan falta aún menos explicaciones.

No obstante, una y otra materia puede, de todos modos, servir para apuntar algunas ideas acerca de la realidad brasileña del momento en el mundo de los negocios y, especialmente, como debe ser el objeto de este artículo, de la imagen de España en Brasil y de las oportunidades de negocios que se abren en este país para las empresas españolas.

* Abogados. Los autores ejercen su profesión en Machado, Meyer, Sendacz e Opice Advogados y Cuatrecasas, respectivamente. São Paulo, Brasil.

2. El contexto de las relaciones bilaterales y la imagen institucional de España en Brasil

Es un lugar común en la descripción de las relaciones hispano-brasileñas recientes la constatación de algunos paralelismos en sus respectivas transiciones a la democracia. En ese sentido, y salvando todas las distancias de las evidentes diferencias entre ambos países en cuanto a tamaño, población y ubicación geopolítica, no parece exagerado señalar que, en el ámbito político, la transición española goza de un reconocido prestigio entre los brasileños como un buen ejemplo democrático, y el régimen democrático español resultante es hoy visto en Brasil como un admirable caso de éxito en la construcción de una sociedad avanzada y pujante.

Esta imagen positiva de la evolución política española es, sin duda, un dato a considerar en el ámbito de las relaciones comerciales y de inversión entre ambos países. El empresariado brasileño, los interlocutores brasileños que se encuentran quienes vienen a hacer negocios a Brasil, está compuesto por personas con sensibilidad real por este tipo de cuestiones que ciertamente establecen un paralelismo entre esta visión positiva de la España moderna, la consolidación de España entre las grandes economías mundiales y la emergencia de muchas de sus empresas como grandes protagonistas de los flujos de inversión internacional, especialmente, en la región latinoamericana.

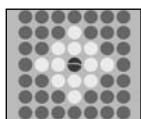
Por lo tanto, no es aventurado decir que la buena imagen que la sociedad española en su conjunto, como organización política, se ha labrado en Brasil es un apoyo relevante para la positiva imagen de que, como punto de partida, las empresas y los emprendedores españoles pueden disfrutar en el país.

Sin embargo, tampoco puede obviarse que esa proximidad, cuando no el propio conocimiento mutuo, se ha forjado, en materia de negocios, de muy pocos años a esta parte.

No sería justo minusvalorar la importancia de la emigración española a Brasil desde el siglo XIX hasta entrado el último tercio del XX, y el esfuerzo que hombres, mujeres y familias enteras llegadas de los más diversos puntos de España desarrollaron en toda esa larga etapa, a la que también se debe buena parte de la imagen de España en el comercio y la industria. La colonia española, los brasileños con orígenes españoles en sus familias, son cientos de miles, como en muchos otros países del continente, y con presencia muy relevante en sectores económicos determinados o en ciudades concretas (como Río de Janeiro, Salvador o Santos y São Paulo).

Pero junto a eso, un dato es, por ejemplo, que la primera visita oficial a Brasil de un Presidente de Gobierno español fue sólo en 1979, 157 años después de la Independencia. O que la irrupción de España en las estadísticas de la inversión extranjera en Brasil sólo se produce a finales de los noventa, con las privatizaciones en sectores como las telecomunicaciones, la energía o los servicios financieros.

En la comunidad empresarial de Brasil y de España hay coincidencia en señalar un gran evento como la línea que marca el antes y el después en las relaciones comerciales entre ambos países. Se trata de Expotecnia, la mayor exposición industrial de España en el exterior que, en noviembre de 1996 y con la presencia de S.A.R. el Príncipe D. Felipe de Borbón, llega a convocar en São Paulo a más de cuatrocientas empresas españolas y bate registros de inversión del Instituto de Comercio Exterior (ICEX) para un certamen de esas características.



MONOGRÁFICO

España aparece a los ojos del mundo de negocios brasileño como un nuevo socio de consideración, que ya ha dado algunas señales de su vigor con nombres propios como Telefónica, Endesa o Mapfre.

Pero en los años siguientes (especialmente entre 1998 y 2000), el carácter estratégico de los sectores que acogen la primera gran oleada de inversión española y su propia notoriedad pública, (basta pasearse por las grandes urbes brasileñas para ver marcas financieras españolas en privilegiadas ubicaciones de las grandes avenidas de los barrios de negocios, o adentrarse en las inmensidades naturales del país para encontrar cabinas telefónicas con marca española en los más recónditos parajes) hacen de la imagen de España, sin duda, algo diferente de lo que fue con anterioridad.

Desde el punto de vista brasileño, es importante destacar que esa evolución de la imagen de España también se la tuvieron que ganar a pulso las propias empresas españolas.

Puede reiterarse que existía un clima favorable en las relaciones bilaterales (cuyo punto culminante puede ser el Plan de Asociación Estratégica España-Brasil de 2003) y una tradición centenaria de la presencia española, pero también es verdad que la actual imagen de marca de España, empresarialmente hablando, se construyó sobre el reconocimiento de los resultados benéficos que para la sociedad brasileña tuvo el gran esfuerzo inversor español y, sobre todo, la mejora de consideración del propio público brasileño respecto de muchas de esas grandes compañías brasileñas que habían acogido inversión española pero que no por ello habían dejado de estar comprometidas, tanto como cualesquiera otras, con un Brasil mejor.

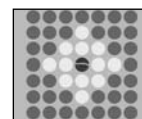
Un proceso de privatización que afectaba a compañías de telefonía, de energía o

a la banca pública, por poner unos ejemplos, no fue un proceso fácil en cuanto a impacto de imagen, como se puede comprender fácilmente. El adquirente extranjero de las empresas privatizadas tuvo que sufrir las discusiones sobre la pertinencia del proceso en clave de demagogia o nacionalismo económico o, en otro extremo, las situaciones críticas derivadas de importantes reestructuraciones laborales o de cambios de filosofía empresarial, se convirtió en un blanco fácil al que criticar, con razón o sin ella, por aquello que estuviera bajo su responsabilidad pero también incluso por aquello de lo que no fuera responsable.

Pasados algunos años, lo que se puede verificar es que el trabajo constante de esas empresas privatizadas ha rendido sus frutos, y que, junto a ello, muchas otras empresas industriales o dedicadas al turismo, los servicios o los productos de consumo, por ejemplo, se han afianzado en el mercado brasileño y configurado la imagen de España en términos de respeto, seriedad y solvencia empresarial.

¿Sería anecdótico cerrar este comentario sobre la imagen institucional de España y de sus empresas en Brasil haciendo una referencia al fútbol? Pues nos parece que no.

Nadie duda de la forma relevante en que contribuyen las iniciativas culturales para el afianzamiento de la imagen de un país en otro. En ese sentido, la riqueza cultural española y su difusión en Brasil (que va desde la masiva presencia de centros de enseñanza de la lengua hasta la devoción por las películas de Almodóvar), y el apoyo institucional y económico de entidades públicas y privadas españolas (desde la financiación de proyectos de recuperación de cascos antiguos de ciudades como Salvador hasta la labor de organismos como el Instituto Cervantes), es ciertamente un elemento adicional en la configuración de la marca «España» con caracteres positivos.



MONOGRÁFICO

Pero quien conozca Brasil no se extrañará, ciertamente, de que la imagen de España pueda beneficiarse de su asociación a deportistas como Fernando Alonso o Rafael Nadal que, en sus respectivas actividades (la Fórmula 1 y el tenis son manifestaciones deportivas de gran popularidad en Brasil), encarnan valores similares a los de las empresas: empuje, sana ambición, modernidad, solvencia y éxito.

Y, probablemente, hasta quien no conozca en profundidad Brasil tendrá una idea formada de la intensidad con la que se vive en esta sociedad el deporte más popular del mundo, el fútbol. Muchos de los mejores futbolistas brasileños, y muchos también de los que no están entre los mejores, visten cada semana las camisetas de equipos españoles, y las defienden en las competiciones nacionales y europeas. De verdad, no es anecdótico el efecto de proximidad que ello produce: los partidos de la Liga española o de las competiciones europeas se retransmiten en Brasil, los brasileños tienen en sus televisiones una ventana abierta a España, al conocimiento de su geografía y de su idiosincrasia, al aprecio de la sofisticación de los recintos deportivos o el alto nivel de las competiciones.

Queda en la mente de la sociedad brasileña la imagen de que esos equipos españoles encarnan la pujanza y la fortaleza de una organización, ofrecen un escape a sus compatriotas en el que cosechar prestigio y riqueza y además, a diferencia de lo que ocurre en otros países europeos, los acogen en un clima, en todos los sentidos, que les hace sentirse bien. No es un chiste, insistimos, pensar que todo ello se extrapola, en una medida u otra, a la consideración global que se tiene de las empresas españolas y de los negocios que éstas desarrollan en Brasil.

Y todo ello, por no decir que el fútbol, simplemente, ameniza muchas más reunio-

nes de negocios hispano-brasileñas que cualquier otro asunto que podamos imaginar.

3. Las oportunidades de negocio en Brasil para las empresas españolas

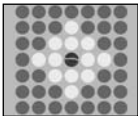
Es difícil no comenzar el comentario sobre las oportunidades que Brasil ofrece a las empresas españolas sin hacer una mención al tamaño del país, de su población, de su mercado. Más de diecisiete veces España en extensión y bastante más de cuatro en habitantes, todo lo que tenga que ver con el tamaño coloca a Brasil en un plano de gigante en la comparación con magnitudes españolas.

Distancias como las que van de Madrid a Moscú o de Barcelona a Bagdad pueden ser recorridas de un día para otro, sin salir de Brasil, en la agenda ordinaria de un hombre de negocios. Una reunión por la tarde en Fortaleza, y otra a la mañana siguiente en Porto Alegre, y a la noche de vuelta a São Paulo suman más kilómetros en avión que los puentes Madrid-Barcelona o los viajes domésticos de algunos meses de un ejecutivo español.

Junto a ello, aunque en términos porcentuales algunos indicadores puedan parecer lejanos de las medias europeas (acceso a internet o uso del teléfono móvil, por ejemplo), al aplicarlos sobre la masa de usuarios, las cifras absolutas dejan en evidencia a las de muchos países del entorno español.

Al mismo tiempo, raro es que haya oportunidades y no haya riesgos. Rara es la economía o el mercado que ofrece grandes oportunidades y no presenta, de una u otra manera, un elemento sensible de *riesgo país*. Brasil, desde luego, no es una excepción.

Algunos de estos elementos de defini-



MONOGRÁFICO

ción del riesgo tienen mucho que ver con lo que se da en denominar el riesgo *político*, y, dentro de ese concepto, con un concepto puramente legal como es el respeto de los contratos públicos o la protección de la inversión.

La región, América Latina como conjunto, ha sido protagonista de ejemplos poco edificantes. La crisis argentina de los primeros años de este siglo y sus resacas recientes o las iniciativas adoptadas por el Gobierno boliviano de Morales en el tiempo en que se escriben estas líneas son aldabonazos que retumban durante mucho tiempo en las mesas de los Consejos de Administración que toman decisiones de inversión.

Aunque Brasil no mantiene acuerdos recíprocos de protección de inversión (el tipo de convenio normalmente bilateral conocido como APPRI) con España y, en consecuencia, no existen cauces para dirimir disputas de esa naturaleza ante organismos arbitrales internacionales (como ocurre con otros países), lo cierto es que Brasil no ha presentado hasta el momento ejemplos equiparables de agresión institucional a la inversión extranjera. Y más aún, se puede afirmar con convicción que no hay elementos razonables para pensar que ello pueda ocurrir.

Es decir, que ni ha existido contagio de lo ocurrido en otros países vecinos en relación con la protección de la inversión extranjera, ni en Brasil, por su propia estructura, se hace verosímil que situaciones de esa naturaleza (expropiaciones declaradas o veladas, imposiciones arbitrarias en ajustes tarifarios, etc.) se puedan producir en el futuro.

En ese sentido, el propio tránsito de gobierno desde el centrozquierdista liderado por Fernando Henrique Cardoso al izquierdista, al menos nominalmente, del actual Presidente Lula, ocurrido tras las elecciones de 2002, ha mostrado palpa-

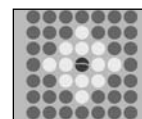
blemente que los miedos y cautelas con que se avistaba ese proceso (la llegada del *Partido Trabalhista* al poder en Brasil), acabaron por no materializarse en modo alguno. Más allá de algunos guiños políticos a figuras como Chávez o Castro, las diferencias de comportamiento institucional entre la administración brasileña y las de otros países de gobiernos tildados de populistas, en el ámbito económico y en la relación con la inversión y las empresas, son absolutamente patentes.

En un plano «micro», la inversión extranjera en Brasil se acoge, con carácter general, a un régimen legal equiparable, como modelo y respecto de muchas de sus instituciones, al de los países, como España, de inspiración legal latina.

Sin embargo, en el detalle de sus características y en la práctica de su ejecución, el contexto legal brasileño presenta, para el inversor extranjero, diversos ámbitos que han de merecer su atención, como la existencia de un régimen de control de cambios y de registro de inversiones en el Banco Central, las limitaciones para el ejercicio de la administración de sociedades por no residentes, la complejidad del sistema fiscal, la lentitud del sistema judicial o la no adhesión a algunos de los convenios internacionales más usados en la práctica internacional de los negocios, entre otros elementos diversos que serían destacables.

Junto a ello, una efectiva descentralización de la administración pública, en la que en paralelo con tres niveles muy diferenciados de competencias (federal, estatal y municipal) conviven entes públicos y agencias reguladoras con incidencia real en el desarrollo de muchas actividades económicas y empresariales.

Desde el punto de vista del país receptor de la inversión, estos condicionantes del sistema legal no se deben explicar como restricciones u obstáculos a la inversión: están ahí, forman parte del ordena-



MONOGRÁFICO

miento jurídico y hay que convivir con ellos. Ahora bien, lo que no se debe hacer tampoco es restarles importancia y, menos aún, atenderlos con desidia o bajo el inservible fundamento de que en España «sea de otra manera» o de que, en Brasil «eso no pueda ser».

Estrictamente, en lo que respecta a la situación bilateral, algunos instrumentos jurídicos colocan las relaciones hispano-brasileñas en una posición de privilegio. En ese sentido, el hecho de que el convenio para evitar la doble imposición entre España y Brasil sea uno de los más convenientes de entre todos los que tiene firmados Brasil con otros países, y el hecho de que exista un convenio de cooperación judicial en materia civil (que presenta algunas utilidades claras pero, sobre todo, podrá convertirse en la base de nuevos desarrollos diplomáticos), deben ser interpretados, claramente, como un facilitador de los negocios entre ambos países y, por qué no, como una ventaja competitiva en relación con los competidores de otros orígenes o destinos.

En suma, se trata de analizar y valorar todo el contexto de negocios con el necesario rigor y profesionalidad de modo que las grandes oportunidades que el país ofrece, a algunas de las cuales, como ejemplo, haremos referencia a continuación, puedan ser satisfactoriamente aprovechadas.

4. Algunos ejemplos de oportunidades para la inversión española

4.1. Las infraestructuras y los Programas de Partenariado Público-Privado (PPP)

La participación de agentes económicos privados en la construcción y administración de infraestructuras o servicios que

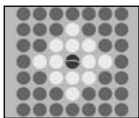
las administraciones públicas tienen dificultades para explotar eficientemente es fundamental para el desarrollo de Brasil. En ese contexto, los programas de Partenariado («*Parceria*» en portugués) Público-Privado (PPP), respaldados por un completo armazón legal, buscan viabilizar inversiones que, de otra forma, ni las administraciones públicas ni los modelos tradicionales de concesión o licitación serían capaces de acometer. Y no se olvide que las necesidades de Brasil en ese ámbito son tan grandes como su propia dimensión.

La PPP se define como un acuerdo entre la administración pública (federal, estatal o municipal) y un agente privado, bajo la forma de concesión de servicio público, autorización, ejecución de obra pública o arrendamiento, cuyo objeto sea proyectos de difícil o imposible viabilidad bajo regímenes tradicionales. Así, no habrá PPP cuando el inversor privado pueda obtener su rentabilidad directamente del proyecto, por medio de precios o tarifas o cuando la administración se disponga a financiar íntegramente el proyecto en un proceso de licitación.

Los programas de PPP pueden propiciar no sólo ahorros a las arcas públicas sino también mejoras en los niveles de calidad y eficiencia de los servicios prestados. Debe tenerse en cuenta que, según el concepto básico de PPP, la retribución del inversor debe presentar alguna vinculación con las condiciones de prestación del servicio.

El sector de las infraestructuras y transportes es un destino natural de los programas de PPP. Existen incontables posibilidades para el sector privado en la financiación, construcción, operación y mantenimiento de carreteras, puertos, aeropuertos, ferrocarriles y líneas de metro, además de sus servicios auxiliares.

En el caso de Brasil, los programas de



MONOGRÁFICO

PPP deberán tener como una de sus prioridades estimular el desarrollo de corredores multimodales de transportes, permitiendo un aprovechamiento más eficaz de las hidrovías (muy importantes en Brasil), los ferrocarriles, la red viaria por carretera y los puertos. Es común señalar esos puntos como críticos en el desarrollo de las exportaciones brasileñas, que han batido todos sus registros históricos en los últimos años, pese a las deficiencias infraestructurales a las que se enfrentaban.

Carreteras y autopistas, específicamente, ya fueron objeto de privatizaciones en el pasado, en régimen de concesión, pero tanto la reparación y mantenimiento de la red existente como su propia ampliación exigen inversiones que con toda probabilidad deberán acogerse a programas de PPP.

En suma, los programas de PPP muestran la voluntad de aligerar el peso del sector público, en un escenario de grandes necesidades de inversión, dispersión de la decisión política en los diversos niveles de la administración y una estricta normativa de responsabilidad presupuestaria de los organismos públicos, mayoritariamente respetada por las instituciones y, al mismo tiempo, fundamental en la consecución año tras año de positivos resultados macroeconómicos de Brasil.

Desde el punto de vista de la definición legal del modelo, dos elementos merecen ser destacados: una mayor claridad regulatoria destinada a atraer la inversión privada y ofrecer confianza, de un lado, y una preocupación clara en el sentido de que este instrumento no propicie comportamientos heterodoxos en las instituciones o una política presupuestaria menos responsable.

El PPP presupone el pago de una remuneración, única o complementaria, por parte de la administración pública al agente privado, por un período de hasta 35 años.

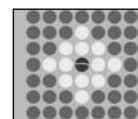
Esa remuneración podrá incluso estar vinculada no sólo a la disponibilidad del bien o servicio contratado, sino al cumplimiento de obligaciones de resultado (por ejemplo, en sanidad, la gestión de un hospital, y no sólo su construcción o equipamiento).

De fundamental importancia para la atracción de inversiones privadas son las garantías de que los compromisos asumidos por las administraciones públicas serán respetados. En una concesión tradicional, cabe que el riesgo de crédito del inversor acabe pulverizado en una masa de usuarios; sin embargo, en el PPP el riesgo de crédito está típicamente concentrado en el poder público. La regulación del modelo ha aportado notables avances en este campo, previendo la vinculación de ingresos y la institución de fondos especiales de garantía, dotados con activos o recursos que ya son, en algunos casos, ciertamente relevantes.

4.2. El sector turístico y la inversión inmobiliaria

Estas deficiencias en las infraestructuras de transporte son a veces apuntadas como una de las causas del limitado desarrollo de la industria turística brasileña. La imagen de Brasil como un destino turístico espectacular, dotado de bellezas naturales incomparables y que cuenta con atracciones de reconocimiento mundial (Río de Janeiro, las cataratas de Iguazú, el Amazonas...) no se corresponde, estadísticamente, con un número de visitantes extranjeros que apenas alcanza el 10 por 100 de los que hacen lo propio en España.

Sin embargo, la búsqueda de nuevos destinos por parte de la industria, la condición de Brasil como un lugar al margen de inclemencias y catástrofes naturales (tan dramáticamente presentes, por ejemplo, en el Caribe o en el sudeste asiático), la



MONOGRÁFICO

ausencia de violencia terrorista o (salvando el caso de las grandes ciudades), de problemas de seguridad, las cada vez mayores facilidades de acceso y lo asequible (más o menos, dependiendo de la coyuntura del cambio) de los precios, van llevando al sector a mostrar inequívocas señales de crecimiento y, lo que es más importante, de gran potencial de desarrollo.

Las empresas españolas, muchas de ellas con posiciones de liderazgo en el turismo mundial, ya han hecho de Brasil, de unos años a esta parte, un destino prioritario de sus inversiones, especialmente en las zonas costeras del Nordeste del país (Bahía, Ceará, Rio Grande do Norte...), lugares de litoral inabarcable, playas paradisíacas, clima bonancible todo el año y atractivos incontables asociados al folklore y la autenticidad y hospitalidad de sus gentes.

En la clave del éxito de muchos de esos proyectos y de, seguro, los muchos que aún están por venir, está precisamente la convicción de que las exigencias y las restricciones de los desarrollos turísticos en Brasil deben ser convertidos en genuinas oportunidades, en valores diferenciados.

Cuando un proyecto hotelero se ubica en una playa prácticamente virgen, rodeada de manglares y vegetación exuberante, con riqueza faunística a veces inimaginable, es precisamente esa conciencia empresarial de que la preservación de esa riqueza y la compatibilización de las más altas exigencias de protección medioambiental con el confort y la calidad de servicio son los mejores aliados del proyecto, lo que garantizará, sin duda, su éxito.

Dicho de otro modo, cuando tan en boga está la crítica del modelo turístico que asoló buena parte de la costa española, no debe resultar extraño que no se desee lo mismo para los proyectos turísticos brasileños en sus zonas costeras.

Dicho lo cual, la llamada de atención

queda hecha en el sentido de que, como se comentó con carácter general, es inexcusable, y la experiencia muestra que no siempre se hace, una adecuada planificación y revisión de las operaciones de inversión. En suma, la verificación previa de la viabilidad técnica y económica del proyecto y su ejecución en forma en todo momento respetuosa con la legalidad.

Muy ligada a la inversión hotelera y, a veces, formando parte de los mismos complejos, irrumpe con fuerza también la inversión inmobiliaria residencial y la promoción de otro tipo de actuaciones aparejadas, como campos de golf o áreas de exposiciones o ferias.

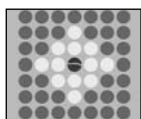
Típicamente, las oportunidades en esta área inmobiliaria residencial se dirige a un mercado de inversores extranjeros, que busquen nuevos retos o distancia de modelos saturados. Los inversores en este sector, institucionales o privados, apuestan por un crecimiento de la oferta y, lejos de mostrar preocupación por ello o por la acentuación de la competencia, lo valoran positivamente como un inductor de desarrollo, por lo que parece haber espacio (incluso en el sentido estricto de la palabra) para nuevas oportunidades y protagonistas.

4.3. *Las nuevas energías*

La imagen de Brasil como un simple paraíso natural o un mero exportador de materias primas o productos agrícolas no hace justicia al desempeño de otros sectores de la industria brasileña que representan iniciativas tecnológicamente punteras en diversos ámbitos.

En el sector energético se puede encontrar un buen ejemplo, y un campo de oportunidades para el desarrollo de proyectos empresariales, concretamente en la producción de biodiesel.

El biodiesel es un combustible biode-



MONOGRÁFICO

gradable derivado de fuentes renovables producido a partir de grasas animales o de aceites vegetales, procedentes éstos de diversas especies que se encuentran con enorme facilidad en Brasil, tanto naturalmente como bajo explotación.

El biodiesel sustituye total o parcialmente el gasóleo en motores para automoción (camiones, tractores, etc.) o fijos (generadores de electricidad), usado puro o mezclado con gasóleo.

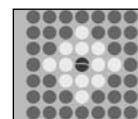
Durante más de medio siglo, Brasil desarrolló investigaciones para usos experimentales y fue pionero en el registro de patentes. En fechas recientes, Brasil ha establecido un Programa Nacional de Producción y Uso de Biodiesel, organizando la cadena productiva, las líneas de financiación, la base tecnológica y el marco regulatorio. Hoy es una fuente alternativa introducida en la matriz energética brasileña y, más que eso, es objeto de acciones estratégicas y prioritarias de las administraciones públicas, y punto de atención de múltiples iniciativas privadas.

Brasil presenta condiciones reales para convertirse en uno de los mayores productores de biodiesel del mundo, al disponer de suelo en gran cantidad y clima adecuado para el cultivo de oleaginosas. La importancia de esta afirmación radica no sólo en la incidencia que pueda tener en términos de consumo interno sino, sobre todo, en términos de potencial de exportación. Por ejemplo, la Unión Europea ha venido aumentando su producción de biodiesel, con Alemania a la cabeza, a tasas del 30 por 100 cada año entre 1998 y 2002 en un contexto en el que, además, políticamente se fijan metas ambiciosas de consumo de combustibles renovables. Sin embargo, la limitación en la disponibilidad de suelo y las restricciones de cultivo en Europa presagian un déficit en la cobertura de estas necesidades que abrirá un enorme mercado a las exportaciones brasileñas.

La innovación brasileña en combustibles no se agota en el biodiesel. Tecnología brasileña está presente, por ejemplo, en el desarrollo de sistemas bicombustibles como el *sistema flex*, adoptado por la práctica totalidad de los fabricantes de automóviles en Brasil, que permite el uso de mezclas de gasolina y alcohol en los motores de sus vehículos, especialmente en los de baja cilindrada. Otra iniciativa, pues, que reduce el consumo de combustibles fósiles, con sensibles mejoras medioambientales y de costes, y con enormes posibilidades de desarrollo industrial.

El desarrollo de fuentes alternativas de energía en Brasil no acaba ahí, ni tampoco las oportunidades de negocio vinculadas a aspectos de desarrollo medioambiental. Programas públicos de promoción de generación a partir de recursos renovables (PROINFA) han atraído la atención de inversores internacionales, pero quizá no tanto como la expectativa creada por el Protocolo de Kyoto y la comercialización de créditos de carbono.

A través de los mecanismos de flexibilización previstos en dicho Protocolo, Brasil puede aspirar a convertirse en un relevante emisor de créditos, susceptibles de adquisición por terceros. La formalización de los sistemas para la gestión del comercio de emisiones, conocido como ITL (*Internacional Transaction Log*), y su operatividad en el día a día de los instrumentos de reducción de emisión de gases de efecto invernadero proporcionarán seguridad y credibilidad a la comercialización en el mercado de carbono mundial, un mercado que ya movió, según datos de la Asociación Internacional de Comercio de Emisiones, más de diez mil millones de dólares en 2005, con una estimación de que la cifra se llegue a triplicar en 2006. De nuevo, el papel que Brasil puede jugar en ese mercado apenas si tiene parangón en todo el mundo.



MONOGRÁFICO

4.4. El agronegocio

Si la sofisticación tecnológica ha convertido las riquezas naturales en nuevas oportunidades en el sector energético, algo similar ocurre también en el sector agrícola y ganadero.

A la tradición de Brasil como productor y exportador de alimentos (soja, café, azúcar, carnes...) se ha ido sumando una progresiva modernización en el tejido industrial agrícola, configurando algunas de las mayores compañías del mundo en sectores agroindustriales, y abriendo oportunidades de negocio de dimensiones insospechadas.

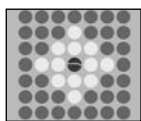
El comportamiento de este sector ha marcado crecimientos significativamente por encima del PIB en años recientes, con aumentos espectaculares en las exportaciones. Y no sólo eso, sino que ha contribuido expresivamente al desarrollo de sectores auxiliares, en proporciones desconocidas con anterioridad. El grado de mecanización se ha disparado, contribuyendo a la pujanza del sector industrial de fabricación de maquinaria agrícola; las necesidades de transporte se han multiplicado, dinamizando también sectores como el del transporte fluvial o ferroviario; fertilizantes o sanidad animal son sectores que no sólo tienen ya un mercado de gran dimensión sino que presentan enormes perspectivas de crecimiento.

5. Conclusión

No pueden estas líneas aspirar a convertirse en un elenco cerrado de oportunidades de negocios para las empresas españolas en Brasil, ni siquiera en una clasificación de su importancia. Apenas cabe mostrar algunos ejemplos, sin ánimo de exhaustividad y, si acaso, mostrando su radical variedad.

Empresas de servicios en sectores como el informático se cuentan entre algunos de los ejemplos exitosos, como por supuesto lo son algunas de las grandes marcas españolas en moda. Cosmética, belleza o cuidado corporal son palabras muy queridas para grandes sectores de la población brasileña, y que representan un potencial de negocios de evidente recorrido. Los servicios financieros o los seguros, que ya cuentan con insigne representación española, verán sin duda crecer su demanda en el futuro. La industria española, en fin, sustituyendo exportaciones desde España por fabricación local o identificando oportunidades de *joint venture* con empresarios locales es un rasgo constante del mundo de negocios brasileño.

De todo lo dicho no cabría sino concluir que, mientras España siga cayendo en cuartos en los Campeonatos del Mundo, ni siquiera en los terrenos de fútbol habrá rivalidad con Brasil que impida hacer buenos negocios.



MONOGRÁFICO

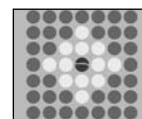
Un ejemplo de internacionalización de la empresa española en Brasil: *Viscofan*

José Antonio Canales García*

En este artículo se describe la experiencia empresarial de un grupo español que comenzó hace más de veinte años exportando sus productos a Brasil y que, en la actualidad, cuenta con una importante fábrica en dicho país que suministra a toda Latinoamérica e, incluso, a Estados Unidos. Por otra parte, anima a los empresarios españoles a instalarse en Brasil superando los posibles riesgos que puedan presentarse en un primer momento.

Palabras clave: desarrollo económico, conquista de mercados, inversiones, riesgo financiero.

Clasificación JEL: O54



MONOGRÁFICO

1. Introducción

Agosto 2002. Brasil se proclama pentacampeón mundial de fútbol. El operario Lula se encuentra a pocos meses de convertirse en presidente de la República federal de Brasil. La bolsa de São Paulo hundiéndose, para comprar un dólar se necesitan 4 reales brasileños, la inflación en el 20 por 100 anual, fuga de capitales monetarios y humanos al extranjero. Es el final, todo está perdido, Brasil se hunde y con él toda América Latina, arrastrando a Europa y a Estados Unidos, como consecuencia de la denominada globalización de las inversiones.

Agosto 2006. La bolsa de São Paulo en máximos históricos, la inflación por

debajo del 4 por 100 anual, los beneficios de los bancos en cotas máximas inimaginables, el real a 2,15 unidades por dólar, el superavit comercial aumenta año tras año, la renta per cápita mejora, el PIB crece de forma moderada. El presidente Luis Ignacio Lula da Silva camina de forma firme y sostenida hacia la reelección ajeno a los escándalos de corrupción que han salpicado su mandato. La selección brasileña de fútbol ha caído en cuartos de final en el mundial de Alemania.

Tan sólo hay cuatro años de diferencia entre estos dos momentos, pero qué cambios más profundos han sucedido, tanto en el resultado futbolístico como en la realidad del país entre una fecha y otra, cambios que también se acentúan si retrocedemos hasta 1994 cuando el presidente Cardoso asume el poder y comienza un proceso de reformas de enorme trascen-

* Director general del grupo VISCOFAN.

dencia económica y social, continuado en los cuatro primeros años de mandato del presidente Lula.

Aunque España ha descubierto Brasil en el siglo XXI, su presencia en el país es determinante y definitiva, aunque queda espacio y oportunidades para muchos nuevos proyectos de inversión, proyectos que deben ejecutarse ya, sin más dilación, para no perder el *excelente momento*. Es ahora o nunca.

2. Diez motivos para invertir en Brasil

Además de la extraordinaria situación de estabilidad económica, política, social y de respeto de las reglas de juego de mercado y de contratos, que Brasil tiene en este momento y que va a tener en los años sucesivos, aspectos que son clave para dar confianza y atraer al inversor extranjero y hacer que se decante por Brasil, especialmente cuando se compara con los países vecinos, expongo a continuación otros diez motivos importantes y a tener en cuenta para invertir en Brasil, que, a veces, no son tan conocidos por el gran público.

— Brasil dispone de un contingente de mano de obra formada (titulados superiores y doctores) por un gran número de personas y sobre todo de gran calidad, en todos los sectores sociales, (financieros, ingenierías, médicos, etcétera), acostumbrados a los cambios rápidos y drásticos del escenario macroeconómico, por lo que tienen una agilidad y flexibilidad de ideas y de adaptación a las nuevas situaciones de mercado, como en pocos otros lugares del mundo.

— A nivel de formación básica, se ha mejorado mucho en los últimos años, teniendo todavía mucho camino por recorrer, pero el trabajador brasileño es muy

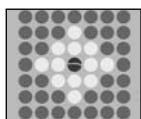
generoso y entregado, y se compromete de forma total a poco que la empresa le invite a ello.

— Existen multitud de entidades como SENAI y SESI, relacionadas con las asociaciones de clase y las Cámaras (federación de industrias), volcadas en la formación profesional de todo tipo de mecánicos, auxiliares, torneros, etcétera, que son un excelente campo de cultivo de mano de obra para las empresas.

— Debido a las reminiscencias de los tiempos hiperinflacionarios, Brasil es un país de consumo en todos los niveles sociales. Antiguamente, el dinero no tenía valor, por lo que cualquier bien de consumo se convertía inmediatamente en un bien de inversión (teléfono, electrodomésticos, automóviles, etcétera). Hoy en día, la inflación está más controlada, pero perdura el efecto consumista de décadas pasadas. Evidentemente hay que separar la capacidad de consumo según las clases sociales, pero es un hecho constatado que cada uno en su nivel, la sociedad brasileña es consumista por naturaleza. Brasil es uno de los mercados más importantes para todo lo que gira alrededor del mundo del lujo, *glamour* y sofisticación, como también lo es en el segmento de la alimentación básica (refrescos, helados, salchichas, electrodomésticos, vestuario, etcétera).

— Brasil es el vivero y granero del mundo. No solamente es el líder mundial en la producción de soja, azúcar, celulosa, zumo de naranja, algodón, metales, carne vacuna, pollos y otros, sino que año a año supera sus índices de productividad por hectárea plantada, mejora el desarrollo genético de sus animales, todo ello en perfecta sintonía entre el sector privado, la universidad y el sector público.

— Brasil, pese a ser un país joven, tiene amplia cultura industrial a sus espaldas, principalmente en la región sur, debido a la



MONOGRÁFICO

influencia de la inmigración europea y japonesa de principios del siglo XX. Cultura industrial que, aderezada con altas dosis de pionerismo, innovación, osadía y afán de superación, conlleva que el parque industrial brasileño esté totalmente adaptado a las nuevas tecnologías, con un grado de complejidad y competitividad altísimos, que nada tiene que envidiar a las empresas del primer mundo.

— Pese a tener una estructura fiscal, tremendamente compleja, con impuestos en cascada y penalizando en exceso el consumo y las cadenas largas de producción, los últimos gobiernos están realizando esfuerzos para despenalizar la inversión en bienes de equipo, a fin de mejorar la maquinaria industrial del país, por una parte, y para que Brasil se convierta en el gran exportador de América Latina, desonerando de impuestos las exportaciones.

— Con el plan de las *Parcerias Público Privadas* se está expandiendo en el país, no sólo a nivel gubernamental, sino también a nivel de la ciudadanía, que la convivencia y armonía del sector privado con el sector público es absolutamente necesaria para lograr mejorar la situación del país. Se va diluyendo la imagen del empresario capitalista, acumulador de riqueza y explotador de la sociedad en provecho propio. Se comienza a apreciar la figura del empresario, sea nacional o extranjero, que pese a poder depositar su dinero en el banco, y obtener altas tasas de rentabilidad con muy poco riesgo, decide invertir en diferentes proyectos, creando empleos, riqueza y bienestar en un entorno de mayor riesgo e incertidumbre.

— Lentamente, pero sin pausa, se va procediendo a la desburocratización del Estado, con el consiguiente ahorro de tiempo, dinero y esfuerzos personales.

— Brasil es un país receptor de inmigración desde hace muchos años, por lo que sus habitantes son muy cálidos, ama-

bles y acogedores con las diferentes personas, ejecutivos y expatriados, que se integran en su nación. Ningún extranjero puede sentirse mal en el país, todos los brasileños sin excepción intentarán que el extranjero se sienta como en su casa.

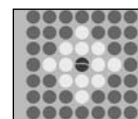
3. Riesgos y/o oportunidades

Evidentemente invertir en Brasil, pese a los factores enumerados en el punto anterior, sigue siendo una decisión difícil, complicada y no exenta de riesgos, por lo que el responsable financiero de nuestra empresa nos va a pedir una tasa de retorno mayor para el proyecto brasileño que por otro en Europa, EEUU o, incluso, Asia. En mi opinión, los principales factores de riesgo (aunque hay que ser optimistas e identificar estos puntos como oportunidades de negocio futuras) son:

- Deficiencia de infraestructuras: Puentes colapsados, carreteras en mal estado, ausencia de ferrocarril, aeropuertos internacionales obsoletos (São Paulo principalmente), que dificultan el tránsito de mercancías (operaciones *import-export*) y personas (turismo).
- El déficit fiscal del Estado mejora lentamente, lo que impide acometer con mayor rapidez la mejora de infraestructuras, invertir más en educación, sanidad,...
- Altas tasas de interés, que no incitan a la inversión productiva y sí a colocar el dinero en depósitos bancarios.
- Fiscalidad muy compleja, que facilita la interpretación subjetiva de las diferentes normas fiscales y que penaliza el consumo.

4. Experiencia personal

No podía concluir este artículo sin dejar de hacer partícipe al lector, lo que



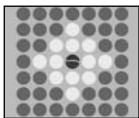
MONOGRÁFICO

ha sido mi experiencia personal en Brasil. He tenido la enorme fortuna de haber vivido casi diez años en el país, de 1996 a 2006, diez años en los que el país ha sufrido una profunda transformación. Durante este tiempo dirigí las operaciones del grupo VISCOFAN en Brasil.

Viscofan es una empresa española con sede en Pamplona, Navarra, líder mundial en la producción de tripas artificiales sobre la base de celulosa y colágeno.

En los años ochenta, comenzaron las primeras exportaciones de Viscofan a Brasil, por medio de un representante. En 1993 se constituyó la filial en Brasil, denominada *Viscofan do Brasil*. En 1995 se inauguró la primera fábrica del grupo en el país, concretamente una fábrica de plisado (acabado) en Itu, estado de São Paulo.

En 1996 se adquirió a la multinacional alemana Hoechst, la fábrica de extrusión de tripa celulósica que tenían en el polo Matarazzo en la ciudad de São Paulo, completándose totalmente el ciclo de producción de tripa celulósica en territorio brasileño. A partir de ahí, y contando con el inestimable apoyo de todo el personal brasileño de *Viscofan do Brasil*, que se identifica con Viscofan al 200 por 100, se ha multiplicado por cuatro la producción, se han conseguido los mejores estándares de producción del mundo, la mejor eficiencia y rentabilidad, consolidando las fábricas y la sociedad, como el centro productivo por excelencia tanto para Brasil, como para el resto de Latinoamérica e, incluso, Estados Unidos, pasándose de una plantilla inicial de 3 personas a los actuales 400.



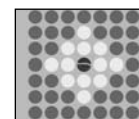
MONOGRÁFICO

1. La economía brasileña

CUADRO 1.1.
PRODUCTO INTERIOR BRUTO DE BRASIL
1980-2005

Periodo	PIB en millones de R\$ de 2005	Tasas de variación real	PIB a precios corrientes en millones de dólares*	Población (miles)	PIB per capita		
					En R\$ de 2005	Tasas de variación real	A precios corrientes en dólares*
1980	1 145 233,92	9,2	237 772	118 563	9 659,29	7,0	2 005,45
1981	1 096 561,48	-4,3	258 553	121 213	9 046,57	-6,3	2 133,05
1982	1 105 662,94	0,8	271 252	123 885	8 924,91	-1,3	2 189,54
1983	1 073 267,01	-2,9	189 459	126 573	8 479,43	-5,0	1 496,84
1984	1 131 223,43	5,4	189 744	129 273	8 750,66	3,2	1 467,78
1985	1 220 013,16	7,8	211 092	131 978	9 244,06	5,6	1 599,45
1986	1 311 392,14	7,5	257 812	134 653	9 739,05	5,4	1 914,64
1987	1 357 684,29	3,5	282 357	137 268	9 890,76	1,6	2 056,98
1988	1 356 869,68	-0,1	305 707	139 819	9 704,47	-1,9	2 186,45
1989	1 399 746,76	3,2	415 916	142 307	9 836,11	1,4	2 922,67
1990	1 338 857,77	-4,3	469 318	146 593	9 133,19	-7,1	3 201,51
1991	1 352 648,01	1,0	405 679	149 094	9 072,43	-0,7	2 720,96
1992	1 345 295,29	-0,5	387 295	151 547	8 877,09	-2,2	2 555,61
1993	1 411 547,93	4,9	429 685	153 986	9 166,75	3,3	2 790,43
1994	1 494 164,01	5,9	543 087	156 431	9 551,59	4,2	3 471,73
1995	1 557 274,41	4,2	705 449	158 875	9 801,89	2,6	4 440,28
1996	1 598 675,95	2,7	775 475	161 323	9 909,77	1,1	4 806,96
1997	1 650 974,85	3,3	807 814	163 780	10 080,45	1,7	4 932,32
1998	1 653 152,76	0,1	787 889	166 252	9 943,65	-1,4	4 739,12
1999	1 666 137,84	0,8	536 554	168 754	9 873,20	-0,7	3 179,51
2000	1 738 792,58	4,4	602 207	171 280	10 151,76	2,8	3 515,92
2001	1 761 615,68	1,3	509 797	173 822	10 134,60	-0,2	2 932,87
2002	1 795 558,79	1,9	459 379	176 391	10 179,42	0,4	2 604,32
2003	1 805 343,78	0,5	506 784	178 985	10 086,55	-0,9	2 831,43
2004	1 894 460,29	4,9	603 994	181 586	10 432,85	3,4	3 326,21
2005	1 937 598,29	2,3	796 284	184 184	10 519,89	0,8	4 323,31

* Estimación del Banco Central do Brasil.
Fuente: IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).



MONOGRÁFICO
SECCIÓN
ESTADÍSTICA

CUADRO 1.2.
TASA DE CRECIMIENTO MEDIA (en porcentajes)

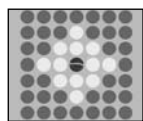
Periodo	PIB	Población	PIB per cápita
En los 60 (1961-1970).....	6,17	2,89	3,19
En los 70 (1971-1980).....	8,63	2,44	6,04
En los 80 (1981-1990).....	1,57	2,14	-0,56
En los 90 (1991-2000).....	2,65	1,57	1,06

Fuente: IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

CUADRO 1.3.
BALANZA DE PAGOS
 (Millones de dólares)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Balanza comercial(fob).....	-3466	-5599	-6753	-6575	-1199	-698	2650	13121	24794	33641	44748
Exportaciones.....	46506	47747	52994	51140	48011	55086	58223	60362	73084	96475	118308
Importaciones.....	-49972	-53346	-59747	-57714	-49210	-55783	-55572	-47240	-48290	-62835	-73560
Servicios y rentas (neto).....	-18541	-20350	-25522	-28299	-25825	-25048	-27503	-23148	-23483	-25198	-34113
Servicios.....	-7483	-8681	-10646	-10111	-6977	-7162	-7759	-4957	-4931	-4678	-8146
Ingresos.....	4929	5038	6876	7897	7194	9498	9322	9551	10447	12584	16095
Pagos.....	-12412	-13719	-17522	-18008	-14171	-16660	-17081	-14509	-15378	-17261	-24241
Rentas.....	-11058	-11668	-14876	-18189	-18848	-17886	-19743	-18191	-18552	-20520	-25967
Ingresos.....	3369	5235	5159	4599	3935	3621	3280	3295	3339	3199	3194
Pagos.....	-14427	-16904	-20035	-22787	-22783	-21507	-23023	-21486	-21891	-23719	-29162
Transferencias corrientes ..	3622	2446	1823	1458	1689	1521	1638	2390	2867	3236	3558
CUENTA CORRIENTE.....	-18384	-23502	-30452	-33416	-25335	-24225	-23215	-7637	4177	11679	14193
CUENTAS DE CAPITAL Y FINANCIERA.....	29095	33968	25800	29702	17319	19326	27052	8004	5111	-7523	-9593
CUENTA DE CAPITAL.....	352	454	393	320	338	273	-36	433	498	371	663
CUENTA FINANCIERA.....	28744	33514	25408	29381	16981	19053	27088	7571	4613	-7895	-10256
Inversión Directa.....	3309	11261	17877	26002	26888	30498	24715	14108	9894	8339	12550
Ingresos.....	-1096	469	-1116	-2854	-1690	-2282	2258	-2482	-249	-9807	-2517
Pagos.....	4405	10792	18993	28856	28578	32779	22457	16590	10144	18146	15066
Inversiones en Cartera.....	9217	21619	12616	18125	3802	6955	77	-5119	5308	-4750	4885
Ingresos.....	-1155	-403	1708	-457	259	-1696	-795	-321	179	-755	-1771
Pagos.....	10372	22022	10908	18582	3542	8651	872	-4797	5129	-3996	6655
Derivados Financieros.....	17	-38	-253	-460	-88	-197	-471	-356	-151	-677	-40
Ingresos.....	280	99	164	257	642	386	567	933	683	467	508
Pagos.....	-263	-138	-416	-717	-730	-583	-1038	-1289	-834	-1145	-548
Otras inversiones.....	16200	673	-4833	-14285	-13620	-18202	2767	-1062	-10438	-10806	-27650
Ingresos.....	-1819	-10316	-1987	-11392	-4397	-2989	-6586	-3211	-9752	-2085	-5035
Pagos.....	18019	10989	-2846	-2893	-9223	-15213	9353	2150	-686	-8721	-22615
Errores y Omisiones.....	2207	-1800	-3255	-4256	194	2637	-531	-66	-793	-1912	-280
BALANCE GENERAL.....	12919	8666	-7907	-7970	-7822	-2262	3307	302	8496	2244	4319

Fuente: Banco Central do Brasil.



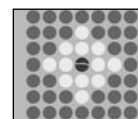
CUADRO 1.4.
BALANZA COMERCIAL
 (Millones de dólares)

Periodo	Exportaciones					Importaciones					Saldo		
	Mes		Año	Últ. 12 meses		Mes		Año	Últ. 12 meses		Mes	Año	Últ. 12 meses
	Valor	% TVA	Valor	Valor	% TVA	Valor	% TVA	Valor	Valor	% TVA	Valor	Valor	Valor
2000 Dic	4 659	-0,3	55 086	55 086	14,7	4 868	9,4	55 839	55 839	13,3	- 210	- 753	- 753
2001 Dic	4 346	-6,7	58 223	58 223	5,7	3 493	-28,3	55 572	55 572	-0,5	853	2 650	2 650
2002 Dic	5 242	20,6	60 362	60 362	3,7	3 442	-1,4	47 237	47 237	-15,0	1 800	13 125	13 125
2003 Dic	6 748	28,7	73 084	73 084	21,1	4 001	16,2	48 305	48 305	2,3	2 747	24 780	24 780
2004 Enero	5 800	20,7	5 800	74 079	21,1	4 215	15,5	4 215	48 869	3,8	1 585	1 585	25 210
Feb	5 722	14,4	11 521	74 799	19,6	3 757	-3,4	7 971	48 736	2,4	1 965	3 550	26 063
Mar	7 927	51,3	19 448	77 487	22,0	5 343	44,3	13 315	50 377	5,8	2 584	6 133	27 111
Abr	6 589	15,4	26 038	78 366	21,3	4 631	16,1	17 946	51 019	7,5	1 958	8 092	27 348
May	7 941	24,6	33 979	79 935	20,2	4 830	25,3	22 776	51 994	10,0	3 112	11 203	27 941
Jun	9 328	58,8	43 306	83 388	22,1	5 528	57,0	28 304	54 001	14,0	3 799	15 003	29 387
Jul	8 992	47,3	52 299	86 276	26,5	5 526	36,5	33 830	55 478	19,6	3 466	18 469	30 798
Ag	9 056	41,4	61 355	88 929	29,2	5 623	50,6	39 453	57 367	24,8	3 434	21 903	31 562
Sep	8 923	22,6	70 278	90 572	30,1	5 751	24,6	45 204	58 502	25,6	3 171	25 074	32 069
Oct	8 843	16,9	79 121	91 850	29,9	5 840	16,1	51 044	59 311	25,3	3 003	28 077	32 539
Nov	8 159	36,4	87 281	94 029	31,4	6 083	42,6	57 127	61 128	28,0	2 076	30 154	32 900
Dic	9 195	36,3	96 475	96 475	32,0	5 686	42,1	62 813	62 813	30,0	3 508	33 662	33 662
2005 Enero	7 444	28,4	7 444	98 120	32,5	5 257	24,7	5 257	63 856	30,7	2 187	2 187	34 264
Feb	7 756	35,6	15 200	100 154	33,9	4 979	32,5	10 236	65 078	33,5	2 777	4 964	35 076
Mar	9 251	16,7	24 451	101 478	31,0	5 909	10,6	16 145	65 644	30,3	3 342	8 306	35 835
Abr	9 202	39,6	33 653	104 090	32,8	5 332	15,1	21 477	66 344	30,0	3 870	12 176	37 746
May	9 818	23,6	43 471	105 967	32,6	6 372	31,9	27 849	67 887	30,6	3 446	15 622	38 081
Jun	10 206	9,4	53 677	106 846	28,1	6 173	11,7	34 022	68 532	26,9	4 033	19 655	38 314
Jul	11 061	23,0	64 739	108 915	26,2	6 057	9,6	40 079	69 062	24,5	5 005	24 659	39 853
Ag	11 346	25,3	76 085	111 205	25,0	7 696	36,9	47 775	71 135	24,0	3 651	28 310	40 069
Sep	10 634	19,2	86 719	112 917	24,7	6 315	9,8	54 090	71 699	22,6	4 319	32 629	41 217
Oct	9 903	12,0	96 623	113 976	24,1	6 227	6,6	60 317	72 086	21,5	3 676	36 306	41 890
Nov	10 790	32,2	107 412	116 607	24,0	6 715	10,4	67 032	72 719	19,0	4 074	40 380	43 888
Dic	10 896	18,5	118 308	118 308	22,6	6 565	15,5	73 598	73 598	17,2	4 331	44 710	44 710
2006* Enero	9 271	24,5	9 271	120 135	22,4	6 451	22,7	6 451	74 791	17,1	2 820	2 820	45 344
Feb	8 750	12,8	18 021	121 129	20,9	5 950	19,5	12 401	75 763	16,4	2 800	5 620	45 366
Mar	11 366	22,9	29 387	123 245	21,4	7 732	30,9	20 133	77 586	18,2	3 634	9 254	45 659
Abr	9 803	6,5	39 191	123 846	19,0	6 729	26,2	26 862	78 983	19,1	3 074	12 329	44 863
May	10 275	4,6	49 466	124 303	17,3	7 272	14,1	34 135	79 883	17,7	3 002	15 331	44 419
Jun	11 435	12,0	60 900	125 531	17,5	7 363	19,3	41 498	81 074	18,3	4 071	19 402	44 458
Jul	13 622	23,1	74 522	128 092	17,6	7 989	31,9	49 487	83 005	20,2	5 633	25 035	45 086
Ag	13 642	20,2	88 164	130 387	17,2	9 129	18,6	58 616	84 439	18,7	4 513	29 548	45 948
Sep	12 548	18,0	100 712	132 301	17,2	8 121	28,6	66 737	86 245	20,3	4 427	33 974	46 056
Oct	12 659	27,8	113 370	135 056	18,5	8 745	40,4	75 482	88 763	23,1	3 914	37 889	46 294

TVA: Variación respecto al mismo periodo del año anterior.

* Datos provisionales.

Fuente: Banco Central do Brasil.


 MONOGRÁFICO
 SECCIÓN
 ESTADÍSTICA

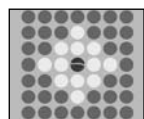
CUADRO 1.5.
 BALANZA COMERCIAL POR ÁREAS - FOB
 (Millones de dólares)

	2005*			2005*			2006*		
				Enero - Septiembre			Enero - Septiembre		
	Exportaciones	Importaciones	Saldo	Exportaciones	Importaciones	Saldo	Exportaciones	Importaciones	Saldo
Total.....	118 308	73 598	44 710	86 719	54 090	32 629	100 712	66 737	33 974
EFTA	983	1 516	- 534	678	1 066	- 388	1 010	1 200	- 189
África	5 977	6 656	- 679	4 393	4 904	- 511	5 432	6 268	- 835
LAIA.....	25 428	11 617	13 812	18 600	8 398	10 202	22 949	11 648	11 301
Argentina.....	9 915	6 241	3 674	7 225	4 565	2 661	8 623	5 703	2 920
Chile.....	3 612	1 746	1 866	2 604	1 217	1 387	2 952	2 115	837
México.....	4 064	844	3 220	2 997	620	2 377	3 325	952	2 373
Paraguay.....	961	319	642	700	240	460	865	190	675
Uruguay.....	850	494	356	628	369	260	727	406	321
Venezuela.....	2 216	256	1 960	1 603	203	1 400	2 545	505	2 040
Otros.....	3 810	1 717	2 093	2 842	1 184	1 658	3 912	1 777	2 134
Asia.....	18 552	16 869	1 683	13 364	12 317	1 047	15 487	16 548	-1 060
China.....	6 834	5 354	1 480	4 762	3 841	920	6 416	5 613	804
Corea.....	1 896	2 327	- 431	1 403	1 675	- 271	1 474	2 393	- 919
Japón.....	3 476	3 405	71	2 547	2 556	- 9	2 862	2 906	- 44
Otros.....	6 346	5 783	563	4 653	4 245	408	4 735	5 636	- 901
Canadá.....	1 944	1 019	925	1 321	773	548	1 709	845	864
USA (1).....	22 741	12 852	9 889	16 772	9 507	7 264	18 489	10 837	7 652
Europa Oriental...	3 861	1 174	2 687	2 958	822	2 136	3 069	1 005	2 063
Oriente Medio.....	4 286	2 510	1 777	3 157	1 774	1 383	3 824	2 295	1 528
Unión Europea....	26 493	18 153	8 340	19 882	13 691	6 192	22 066	14 963	7 103
Alemania.....	5 023	6 144	- 1 121	3 774	4 624	- 850	4 141	4 952	- 810
Francia.....	2 503	2 704	- 201	1 875	2 066	- 191	1 888	2 085	- 197
Italia.....	3 224	2 281	943	2 448	1 754	694	2 859	1 904	955
Países Bajos....	5 283	586	4 697	3 918	439	3 478	4 119	611	3 508
Reino Unido.....	2 591	1 376	1 216	1 872	1 006	867	1 998	1 031	967
Otros.....	7 869	5 063	2 806	5 995	3 802	2 194	7 061	4 380	2 681
Otros.....	8 042	1 232	6 811	5 594	838	4 756	6 677	1 129	5 548
Mercosur.....	11 726	7 054	4 672	8 554	5 174	3 380	10 215	6 299	3 916
Nafta.....	28 749	14 715	14 034	21 090	10 901	10 189	23 523	12 634	10 889
Opec.....	7 522	8 202	- 679	5 420	5 886	- 466	7 435	7 614	- 179

(1) Incluye Puerto Rico.

* Datos provisionales.

Fuente: Banco Central do Brasil.


 CUADRO 1.6.
 INVERSIONES DIRECTAS
 (Millones de dólares)

	2005*			2006*	
	Septiembre	Enero-Septiembre	Año	Septiembre	Enero-Septiembre
Inversiones directas.....	- 92	9 272	12 550	388	4 101
Ingresos.....	1 827	22 159	31 577	2 705	22 742
Pagos.....	1 918	12 887	19 027	2 317	18 641
En el exterior.....	- 123	- 2 393	- 2 517	- 1 364	- 7 805
Ingresos.....	53	635	1 515	79	944
Pagos.....	176	3 028	4 032	1 443	8 749
Acciones.....	- 127	- 2 424	- 2 695	- 405	- 6 376
Ingresos.....	46	513	1 180	74	822
Pagos.....	173	2 937	3 875	479	7 198
Préstamos interempresariales.....	4	31	178	- 959	- 1 429
Ingresos.....	7	122	335	5	121
Pagos.....	3	91	157	964	1 550
En el país.....	31	11 664	15 066	1 752	11 906
Ingresos.....	1 774	21 524	30 062	2 626	21 799
Pagos.....	1 742	9 859	14 996	874	9 892
Acciones.....	229	11 042	15 045	1 636	8 524
Ingresos.....	1 130	15 293	22 043	1 924	14 481
Pagos.....	901	4 251	6 998	288	5 957
Préstamos interempresariales.....	- 198	622	21	116	3 382
Ingresos.....	644	6 230	8 018	702	7 318
Pagos.....	842	5 608	7 997	586	3 935

* Datos provisionales.

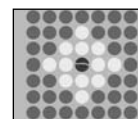
Fuente: Banco Central do Brasil.

2. Comercio bilateral España-Brasil

CUADRO 2.1
EXPORTACIONES ESPAÑOLAS POR PAÍS DE DESTINO
(Millones de euros)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL MUNDIAL.....	69.962,2	78.212,1	93.419,4	99.849,5	104.788,6	124.177,3	129.771,0	133.267,7	138.119,1	146.924,7	155.004,7
Francia	14.321,2	15.733,1	17.070,1	19.434,7	20.438,5	24.129,1	25.324,3	25.350,8	26.529,1	28.487,0	29.739,6
Alemania	10.638,4	11.420,2	12.502,1	13.607,7	13.765,1	15.325,0	15.376,0	15.318,1	16.492,0	17.084,1	17.607,9
Portugal.....	5.805,9	6.847,2	8.468,9	9.407,4	10.495,5	11.854,8	13.225,2	13.559,6	13.292,0	14.340,7	14.838,2
Reino Unido.....	5.494,1	6.484,8	8.175,5	8.408,2	8.747,7	10.198,9	11.714,5	12.863,5	12.901,8	13.266,0	13.025,6
Italia.....	6.338,7	6.825,2	9.089,8	9.228,6	9.426,6	10.855,2	11.699,4	12.551,4	13.415,8	13.276,3	12.954,0
Estados Unidos.....	2.875,3	3.262,8	4.086,2	4.187,2	4.598,7	6.051,7	5.651,6	5.787,5	5.689,3	5.802,0	6.392,6
Países Bajos.....	2.531,4	2.665,4	3.384,3	3.462,3	3.847,0	4.570,0	4.584,1	4.315,8	4.704,9	4.894,8	4.845,6
Bélgica.....					2.974,5	3.379,2	3.723,2	3.529,7	4.128,9	4.447,7	4.383,4
Turquía.....	477,6	751,2	1.095,1	1.149,9	1.248,4	2.117,1	1.111,8	1.453,9	1.737,8	2.599,2	2.695,1
México.....	424,5	411,3	771,7	1.070,3	1.140,4	1.509,7	1.983,5	2.340,8	2.198,0	2.286,7	2.647,9
Suiza.....	777,1	884,1	956,8	1.087,8	1.083,1	1.206,7	1.261,5	1.639,8	1.471,8	1.550,2	2.568,9
Marruecos.....	588,9	635,6	769,9	968,4	1.105,7	1.370,9	1.497,8	1.695,2	1.874,6	2.186,3	2.242,6
Grecia.....	703,5	761,2	923,5	948,1	1.089,7	1.315,4	1.420,4	1.566,6	1.668,7	1.799,0	1.718,8
Polonia.....	336,1	476,6	711,7	861,0	842,4	1.012,2	1.153,8	1.293,5	1.367,6	1.479,7	1.552,0
China.....	679,6	468,3	428,8	469,4	442,3	553,5	634,4	796,2	1.100,4	1.162,3	1.527,3
Suecia.....	626,9	709,0	905,9	1.109,9	1.224,1	1.251,3	1.303,7	1.215,1	1.319,5	1.475,5	1.493,0
Austria.....	564,8	653,7	784,5	865,6	935,9	1.164,3	1.164,1	1.216,2	1.255,7	1.287,8	1.320,6
Argelia.....	742,6	544,5	528,8	612,9	500,9	548,0	579,8	752,5	759,0	828,1	1.239,0
Noruega.....	417,2	291,5	398,7	608,2	697,9	689,8	565,7	498,3	465,5	717,6	1.158,9
Japón.....	952,7	935,3	961,1	916,8	1.099,0	1.215,0	1.185,6	1.034,7	979,7	1.166,7	1.153,4
Rusia.....	309,2	450,8	728,8	617,8	394,1	577,6	744,2	794,8	818,8	905,1	1.098,1
Dinamarca.....	474,3	484,3	618,6	697,9	770,1	886,5	859,8	982,0	907,9	938,3	1.096,5
Brasil.....	652,2	735,1	1.140,4	1.228,1	1.293,7	1.256,8	1.362,6	1.024,3	878,5	1.088,4	1.018,9
Rep. Checa.....	200,2	273,0	372,4	357,8	365,1	638,7	736,2	805,1	861,7	875,1	990,9
Irlanda.....	253,5	355,6	383,4	526,9	698,7	882,8	799,3	849,9	787,9	900,4	948,6

Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación, con datos de Aduanas.



CUADRO 2.2
EXPORTACIONES ESPAÑOLAS POR PAÍS DE DESTINO
(Porcentaje sobre el total)

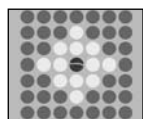
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL MUNDIAL.....	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Francia	20,5	20,1	18,3	19,5	19,5	19,4	19,5	19,0	19,2	19,4	19,2
Alemania	15,2	14,6	13,4	13,6	13,1	12,3	11,8	11,5	11,9	11,6	11,4
Portugal.....	8,3	8,8	9,1	9,4	10,0	9,5	10,2	10,2	9,6	9,8	9,6
Reino Unido.....	7,9	7,9	8,3	8,8	8,4	8,3	8,2	9,0	9,7	9,3	8,4
Italia.....	9,1	8,7	9,7	9,2	9,0	8,7	9,0	9,4	9,7	9,0	8,4
Estados Unidos.....	4,1	4,2	4,4	4,2	4,4	4,9	4,4	4,3	4,1	3,9	4,1
Países Bajos.....	3,6	3,4	3,6	3,5	3,7	3,7	3,5	3,2	3,4	3,3	3,1
Bélgica.....	0,0	0,0	0,0	0,0	2,8	2,7	2,9	2,6	3,0	3,0	2,8
Turquía.....	0,7	1,0	1,2	1,2	1,2	1,7	0,9	1,1	1,3	1,8	1,7
México.....	0,6	0,5	0,8	1,1	1,1	1,2	1,5	1,8	1,6	1,6	1,7
Suiza.....	1,1	1,1	1,0	1,1	1,0	1,0	1,0	1,2	1,1	1,1	1,7
Marruecos.....	0,8	0,8	0,8	1,0	1,1	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,4
Grecia.....	1,0	1,0	1,0	0,9	1,0	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,1
Polonia.....	0,5	0,6	0,8	0,9	0,8	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0
China.....	1,0	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5	0,6	0,8	0,8	1,0
Suecia.....	0,9	0,9	1,0	1,1	1,2	1,0	1,0	0,9	1,0	1,0	1,0
Austria.....	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
Argelia.....	1,1	0,7	0,6	0,6	0,5	0,4	0,4	0,6	0,5	0,6	0,8
Noruega.....	0,6	0,4	0,4	0,6	0,7	0,6	0,4	0,4	0,3	0,5	0,7
Japón.....	1,4	1,2	1,0	0,9	1,0	1,0	0,9	0,8	0,7	0,8	0,7
Rusia.....	0,4	0,6	0,8	0,6	0,4	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7
Dinamarca.....	0,7	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,7
Brasil.....	0,9	0,9	1,2	1,2	1,2	1,0	1,1	0,8	0,6	0,7	0,7
Rep. Checa.....	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Irlanda.....	0,4	0,5	0,4	0,5	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6

Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación, con datos de Aduanas.

CUADRO 2.3.
IMPORTACIONES ESPAÑOLAS POR PAÍS DE ORIGEN
(Millones de euros)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL MUNDIAL	87.142,3	94.179,5	109.468,7	122.856,1	139.093,7	169.468,1	173.210,1	175.267,9	185.113,7	208.410,7	232.954,5
Alemania.....	13.328,7	14.008,2	16.181,7	19.006,1	21.933,8	25.153,0	26.915,3	28.288,5	30.223,0	33.365,9	34.357,1
Francia.....	14.984,6	16.772,4	19.221,4	22.572,4	24.886,4	29.001,7	29.007,7	28.786,4	29.768,4	31.840,4	32.851,3
Italia.....	8.099,3	9.024,1	10.467,2	12.180,7	12.999,1	15.127,3	15.982,5	15.863,4	16.933,0	18.946,9	19.891,5
Reino Unido.....	6.866,6	7.787,4	8.893,9	9.461,0	10.387,9	12.059,6	12.176,5	11.433,7	11.866,5	12.794,4	13.235,6
China.....	1.756,6	1.841,4	2.528,5	2.937,5	3.686,0	4.713,0	5.079,2	5.770,8	6.729,1	8.531,3	11.709,4
Países Bajos.....	3.786,3	3.736,3	4.370,3	5.345,3	5.597,8	6.405,3	6.757,5	6.891,8	7.406,5	8.522,9	9.395,6
Portugal.....	2.598,9	2.759,3	2.993,6	3.439,7	3.858,3	4.609,1	4.857,2	5.448,8	5.995,4	6.797,6	7.512,4
Estados Unidos.....	5.536,9	5.928,2	6.849,5	7.025,8	7.653,7	8.758,3	7.870,9	7.203,2	6.859,3	7.494,1	7.484,5
Bélgica.....					4.930,5	5.390,2	5.785,8	5.591,0	5.571,0	6.424,7	7.104,9
Japón.....	2.845,6	2.620,9	2.957,9	3.690,0	4.399,5	4.831,2	4.345,0	4.258,5	4.835,2	5.749,8	5.922,6
Rusia.....	1.084,4	1.038,1	1.108,1	991,3	1.267,5	2.446,2	2.062,7	2.710,0	2.896,3	3.650,6	5.190,0
Argelia.....	727,7	892,8	1.361,4	1.180,7	1.411,3	3.093,8	3.363,1	2.962,3	2.828,6	2.893,6	4.079,8
Irlanda.....	928,1	884,7	1.321,2	1.717,9	2.017,4	2.424,7	2.397,3	2.571,3	2.605,0	2.769,3	3.502,4
Suiza.....	1.277,5	1.178,6	1.336,7	1.569,7	1.581,3	2.030,9	2.633,8	2.351,5	2.503,2	3.106,3	3.219,2
Nigeria.....	907,8	1.347,9	1.372,6	882,6	1.118,0	2.721,6	2.151,9	1.468,3	2.009,7	2.059,1	3.152,6
Suecia.....	1.113,6	1.396,2	1.541,7	1.790,4	2.690,8	2.638,9	2.149,9	2.288,2	2.714,9	2.703,5	2.984,4
Corea del Sur.....	731,4	729,4	930,3	1.307,7	1.654,1	1.896,9	2.058,8	2.143,9	2.209,7	2.673,1	2.982,8
Turquía.....	304,9	341,8	488,4	548,2	811,3	947,7	1.153,8	1.409,2	1.797,5	2.456,8	2.883,6
México.....	738,3	799,2	975,0	810,7	945,5	1.687,2	1.596,3	1.628,2	1.473,1	1.789,2	2.717,8
Arabia Saudita.....	963,2	1.023,7	1.120,7	855,5	785,2	1.715,2	1.357,7	1.617,6	1.606,2	1.907,2	2.455,0
Libia.....	914,7	870,2	917,4	763,4	1.074,8	2.030,7	2.057,9	1.631,2	1.808,3	2.026,2	2.405,9
Marruecos.....	434,6	485,5	589,7	677,0	711,5	967,1	1.219,7	1.388,0	1.604,7	1.882,6	2.113,2
Noruega.....	496,8	678,2	636,6	661,7	741,4	866,3	889,0	833,0	1.386,4	1.649,1	2.088,7
Brasil.....	849,4	886,4	1.106,1	1.159,4	1.251,0	1.324,2	1.423,1	1.380,9	1.675,7	1.909,1	2.074,5
Austria.....	781,8	958,5	1.119,2	1.339,7	1.725,0	1.801,5	1.776,7	1.869,9	1.839,4	2.006,7	1.898,0
Dinamarca.....	708,3	794,7	826,6	948,5	1.019,5	1.096,7	1.188,7	1.429,4	1.482,3	1.502,5	1.602,1
Irán.....	587,7	743,5	645,1	437,2	480,8	981,5	944,7	753,2	943,2	869,3	1.557,0
India.....	360,7	423,4	490,0	556,0	625,2	797,2	922,9	1.020,3	1.089,9	1.290,8	1.554,9
Argentina.....	628,2	659,6	656,4	836,4	1.034,4	1.180,5	1.344,9	1.452,1	1.450,8	1.427,9	1.475,9
Hungría.....	298,5	256,4	342,9	351,2	431,4	653,1	788,8	932,2	1.115,7	1.309,0	1.454,5

Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación, con datos de Aduanas.



CUADRO 2.4.
IMPORTACIONES ESPAÑOLAS POR PAÍS DE ORIGEN
(Porcentaje sobre el total)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL MUNDIAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Alemania.....	15,3	14,9	14,8	15,5	15,8	14,8	15,5	16,1	16,3	16,0	14,7
Francia.....	17,2	17,8	17,6	18,4	17,9	17,1	16,7	16,4	16,1	15,3	14,1
Italia.....	9,3	9,6	9,6	9,9	9,3	8,9	9,2	9,1	9,1	9,1	8,5
Reino Unido.....	7,9	8,3	8,1	7,7	7,5	7,1	7,0	6,5	6,4	6,1	5,7
China.....	2,0	2,0	2,3	2,4	2,7	2,8	2,9	3,3	3,6	4,1	5,0
Países Bajos.....	4,3	4,0	4,0	4,4	4,0	3,8	3,9	3,9	4,0	4,1	4,0
Portugal.....	3,0	2,9	2,7	2,8	2,8	2,7	2,8	3,1	3,2	3,3	3,2
Estados Unidos.....	6,4	6,3	6,3	5,7	5,5	5,2	4,5	4,1	3,7	3,6	3,2
Bélgica.....	0,0	0,0	0,0	0,0	3,5	3,2	3,3	3,2	3,0	3,1	3,0
Japón.....	3,3	2,8	2,7	3,0	3,2	2,9	2,5	2,4	2,6	2,8	2,5
Rusia.....	1,2	1,1	1,0	0,8	0,9	1,4	1,2	1,5	1,6	1,8	2,2
Argelia.....	0,8	0,9	1,2	1,0	1,0	1,8	1,9	1,7	1,5	1,4	1,8
Irlanda.....	1,1	0,9	1,2	1,4	1,5	1,4	1,4	1,5	1,4	1,3	1,5
Suiza.....	1,5	1,3	1,2	1,3	1,1	1,2	1,5	1,3	1,4	1,5	1,4
Nigeria.....	1,0	1,4	1,3	0,7	0,8	1,6	1,2	0,8	1,1	1,0	1,4
Suecia.....	1,3	1,5	1,4	1,5	1,9	1,6	1,2	1,3	1,5	1,3	1,3
Corea del Sur.....	0,8	0,8	0,8	1,1	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3
Turquía.....	0,3	0,4	0,4	0,4	0,6	0,6	0,7	0,8	1,0	1,2	1,2
México.....	0,8	0,8	0,9	0,7	0,7	1,0	0,9	0,9	0,8	0,9	1,2
Arabia Saudita.....	1,1	1,1	1,0	0,7	0,6	1,0	0,8	0,9	0,9	0,9	1,1
Libia.....	1,0	0,9	0,8	0,6	0,8	1,2	1,2	0,9	1,0	1,0	1,0
Marruecos.....	0,5	0,5	0,5	0,6	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	0,9	0,9
Noruega.....	0,6	0,7	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,7	0,8	0,9
Brasil.....	1,0	0,9	1,0	0,9	0,9	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9	0,9
Austria.....	0,9	1,0	1,0	1,1	1,2	1,1	1,0	1,1	1,0	1,0	0,8
Dinamarca.....	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7	0,6	0,7	0,8	0,8	0,7	0,7
Irán.....	0,7	0,8	0,6	0,4	0,3	0,6	0,5	0,4	0,5	0,4	0,7
India.....	0,4	0,4	0,4	0,5	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7
Argentina.....	0,7	0,7	0,6	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,7	0,6
Hungría.....	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6

Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación, con datos de Aduanas.

CUADRO 2.5.
COMERCIO EXTERIOR CON LATINOAMÉRICA. EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A LATINOAMÉRICA
(Millones de euros)

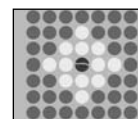
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL MUNDIAL	69.962,2	78.212,1	93.419,4	99.849,5	104.788,6	124.177,3	129.771,0	133.267,7	138.119,1	146.924,7	155.004,7
TOTAL LATINOAMÉRICA	3.610,6	4.218,8	5.649,6	6.368,1	6.084,5	7.023,1	7.415,6	6.780,3	6.108,8	6.355,7	7.064,2
México	424,5	411,3	771,7	1.070,3	1.140,4	1.509,7	1.983,5	2.340,8	2.198,0	2.286,7	2.647,9
Brasil	652,2	735,1	1.140,4	1.228,1	1.293,7	1.256,8	1.362,6	1.024,3	878,5	1.088,4	1.018,9
Chile	341,4	401,6	592,4	530,7	363,1	462,4	487,7	418,1	461,3	425,6	496,3
Cuba	312,3	354,1	417,1	497,8	569,8	629,3	625,2	480,2	458,4	434,1	489,5
Argentina	711,5	1.017,2	1.142,5	1.146,4	949,0	946,3	746,1	303,6	426,3	441,2	481,0
Venezuela	196,9	185,0	262,4	351,6	287,7	433,4	550,2	616,5	318,0	381,6	462,6
Colombia	215,8	248,0	301,2	410,5	203,7	244,4	285,7	283,4	242,9	228,5	286,4
Panamá	56,3	57,6	160,9	184,3	274,3	264,0	104,0	100,1	122,1	124,1	265,7
República Dominicana	71,6	96,5	122,2	175,3	232,1	418,3	418,9	351,5	229,4	204,0	184,8
Ecuador	76,4	131,9	124,9	85,9	118,5	83,6	130,6	169,2	130,8	139,2	164,8
Perú	224,8	254,2	202,5	198,0	169,4	190,9	183,4	158,2	142,4	160,5	155,9
Guatemala	26,0	32,6	43,6	49,2	81,1	86,9	93,4	97,7	81,9	97,1	88,8
Costa Rica	29,9	34,3	50,8	76,5	83,3	127,0	108,9	132,6	110,1	99,0	82,5
Uruguay	139,6	133,7	154,7	154,1	140,5	150,8	143,6	97,1	76,3	59,9	57,4
Honduras	43,6	19,0	34,5	40,9	30,6	51,8	39,9	50,4	100,9	58,5	51,3
El Salvador	19,2	16,9	36,2	43,8	41,7	62,3	74,7	57,1	55,3	47,8	46,8
Nicaragua	26,4	35,5	17,3	14,5	18,0	20,0	22,3	31,8	27,3	25,1	27,0
Bolivia	17,5	29,0	28,6	60,0	38,7	46,5	24,3	30,9	18,6	30,7	25,7
Paraguay	24,6	25,3	38,9	43,2	40,5	28,1	22,8	28,5	24,2	16,1	17,1
Haití			7,1	7,1	8,4	10,7	7,9	8,4	6,4	7,5	13,9

Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación, con datos de Aduanas.

CUADRO 2.6.
COMERCIO EXTERIOR CON LATINOAMÉRICA. EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A LATINOAMÉRICA
(Porcentaje sobre el total)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL LATINOAMÉRICA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
México	11,8	9,7	13,7	16,8	18,7	21,5	26,7	34,5	36,0	36,0	37,5
Brasil	18,1	17,4	20,2	19,3	21,3	17,9	18,4	15,1	14,4	17,1	14,4
Chile	9,5	9,5	10,5	5,3	6,0	6,6	6,6	6,2	7,6	6,7	7,0
Cuba	8,7	8,4	7,4	7,8	9,4	9,0	8,4	7,1	7,5	6,8	6,9
Argentina	19,7	24,1	20,2	18,0	15,6	13,5	10,1	4,5	7,0	6,9	6,8
Venezuela	5,5	4,4	4,6	5,5	4,7	6,2	7,4	9,1	5,2	6,0	6,5
Colombia	6,0	5,9	5,3	6,4	3,3	3,5	3,9	4,2	4,0	3,6	4,1
Panamá	1,6	1,4	2,8	2,9	4,5	3,8	1,4	1,5	2,0	2,0	3,8
República Dominicana	2,0	2,3	2,2	2,8	3,8	6,0	5,6	5,2	3,8	3,2	2,6
Ecuador	2,1	3,1	2,2	1,3	1,9	1,2	1,8	2,5	2,1	2,2	2,3
Perú	6,2	6,0	3,6	3,1	2,8	2,7	2,5	2,3	2,3	2,5	2,2
Guatemala	0,7	0,8	0,8	0,8	1,3	1,2	1,3	1,4	1,3	1,5	1,3
Costa Rica	0,8	0,8	0,9	1,2	1,4	1,8	1,5	2,0	1,8	1,6	1,2
Uruguay	3,9	3,2	2,7	2,4	2,3	2,1	1,9	1,4	1,2	0,9	0,8
Honduras	1,2	0,5	0,6	0,6	0,5	0,7	0,5	0,7	1,7	0,9	0,7
El Salvador	0,5	0,4	0,6	0,7	0,7	0,9	1,0	0,8	0,9	0,8	0,7
Nicaragua	0,7	0,8	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,5	0,4	0,4	0,4
Bolivia	0,5	0,7	0,5	0,9	0,6	0,7	0,3	0,5	0,3	0,5	0,4
Paraguay	0,7	0,6	0,7	0,7	0,7	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3	0,2
Haití	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2

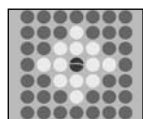
Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación, con datos de Aduanas.



CUADRO 2.7.
COMERCIO EXTERIOR CON LATINOAMÉRICA. IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LATINOAMÉRICA
(Millones de euros)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL MUNDIAL	87.142,3	94.179,5	109.468,7	122.856,1	139.093,7	169.468,1	173.210,1	175.267,9	185.113,7	208.410,7	232.954,5
TOTAL LATINOAMÉRICA.....	3.481,6	3.585,8	4.344,8	4.372,4	4.834,4	6.352,7	6.692,9	6.867,0	6.662,0	7.519,3	9.870,6
México.....	738,3	799,2	975,0	810,7	945,5	1.687,2	1.596,3	1.628,2	1.473,1	1.789,2	2.717,8
Brasil.....	849,4	886,4	1.106,1	1.159,4	1.251,0	1.324,2	1.423,1	1.380,9	1.675,7	1.909,1	2.074,5
Argentina.....	628,2	659,6	656,4	836,4	1.034,4	1.180,5	1.344,9	1.452,1	1.450,8	1.427,9	1.475,9
Chile.....	291,2	257,5	337,2	343,5	351,8	518,5	473,0	482,8	536,0	743,8	909,1
Venezuela.....	131,4	176,9	242,6	264,2	276,3	499,1	737,1	717,3	296,8	333,4	791,9
Perú.....	108,4	115,7	172,7	155,9	190,0	230,6	259,9	280,9	312,6	366,3	489,4
Colombia.....	175,9	159,4	163,4	166,3	177,0	251,5	192,1	281,7	223,5	238,4	351,0
Panamá.....	57,1	35,3	132,8	55,1	30,1	38,6	34,3	44,7	41,1	37,4	246,9
Ecuador.....	159,4	142,7	141,8	154,9	145,6	109,3	111,0	113,4	162,2	145,1	222,8
Uruguay.....	47,6	56,7	70,7	62,6	80,6	90,0	104,0	102,2	94,3	104,6	140,6
Cuba.....	70,8	100,3	108,9	120,5	123,6	144,3	134,5	162,9	130,4	131,1	136,9
Costa Rica.....	74,5	77,2	81,6	82,9	100,3	89,0	79,6	72,0	62,1	55,3	60,5
República Dominicana.....	24,7	20,0	26,6	24,5	17,1	18,1	27,5	35,0	36,5	83,2	53,0
El Salvador.....	8,5	9,0	12,4	4,2	4,0	8,5	7,7	14,7	14,1	28,8	51,1
Guatemala.....	14,6	12,1	16,2	18,5	13,2	33,6	39,4	31,7	32,4	33,5	47,4
Honduras.....	55,0	41,7	41,9	51,2	37,5	42,8	31,4	29,6	39,8	44,8	43,5
Nicaragua.....	14,3	14,5	18,5	26,7	15,3	17,1	14,0	13,1	15,3	19,3	26,2
Bolivia.....	8,0	4,0	16,8	13,0	8,9	8,8	15,1	10,2	11,2	16,4	18,6
Paraguay.....	24,4	17,7	21,3	20,2	31,6	59,9	63,0	11,6	52,7	10,4	11,9
Haití.....			1,9	1,7	0,6	1,1	5,3	1,9	1,4	1,3	1,7

Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación, con datos de Aduanas.



CUADRO 2.8.
COMERCIO EXTERIOR CON LATINOAMÉRICA. IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LATINOAMÉRICA
(Porcentaje sobre el total)

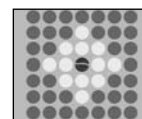
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL LATINOAMÉRICA.....	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
México.....	21,2	22,3	22,4	18,5	19,6	26,6	23,9	23,7	22,1	23,8	27,5
Brasil.....	24,4	24,7	25,5	26,5	25,9	20,8	21,3	20,1	25,2	25,4	21,0
Argentina.....	18,0	18,4	16,1	19,1	21,4	19,6	20,1	21,1	21,8	19,0	15,0
Chile.....	8,4	7,2	7,8	7,9	7,3	8,2	7,1	7,0	8,0	9,9	9,2
Venezuela.....	3,8	4,9	5,6	+6,0	5,7	7,9	11,0	10,4	4,5	4,4	8,0
Perú.....	3,1	3,2	4,0	3,6	3,9	3,6	3,9	4,1	4,7	4,9	5,0
Colombia.....	5,1	4,4	3,8	3,8	3,7	4,0	2,9	4,1	3,4	3,2	3,6
Panamá.....	1,6	1,0	3,1	1,3	0,6	0,6	0,5	0,7	0,6	0,5	2,5
Ecuador.....	4,6	4,0	3,3	3,5	3,0	1,7	1,7	1,7	2,4	1,9	2,3
Uruguay.....	1,4	1,6	1,6	1,4	1,7	1,4	1,6	1,5	1,4	1,4	1,4
Cuba.....	2,0	2,8	2,5	2,8	2,6	2,3	2,0	2,4	2,0	1,7	1,4
Costa Rica.....	2,1	2,2	1,9	1,9	2,1	1,4	1,2	1,0	0,9	0,7	0,6
República Dominicana.....	0,7	0,6	0,6	0,6	0,4	0,3	0,4	0,5	0,5	1,1	0,5
El Salvador.....	0,2	0,3	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,4	0,5
Guatemala.....	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3	0,5	0,6	0,5	0,5	0,4	0,5
Honduras.....	1,6	1,2	1,0	1,2	0,8	0,7	0,5	0,4	0,6	0,6	0,4
Nicaragua.....	0,4	0,4	0,4	0,6	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3
Bolivia.....	0,2	0,1	0,4	0,3	0,2	0,1	0,2	0,1	0,5	0,2	0,2
Paraguay.....	0,7	0,5	0,5	0,5	0,7	0,9	0,9	0,2	0,8	0,1	0,1
Haití.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0

Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación, con datos de Aduanas.

CUADRO 2.9.
 COMERCIO EXTERIOR CON BRASIL POR SECTORES AÑO 2005

	EXPORTACIONES			IMPORTACIONES			SALDO
	Millones €	Porcentaje total	Porcentaje 05/04	Millones €	Porcentaje total	Porcentaje 05/04	Millones €
Alimentos.....	45,1	4,4	29,8	896,8	43,2	-4,2	-851,7
Frutas y legumbres.....	13,6	1,3	87,3	49,5	2,4	-0,9	-35,8
Pesca.....	0,8	0,1	21,9	72,9	3,5	4,8	-72,1
Bebidas.....	3,0	0,3	6,8	0,7	0,0	-74,6	2,3
Carne.....	0,7	0,1	34,0	129,0	6,2	27,0	-128,3
Otros alimentos.....	27,1	2,7	14,9	644,7	31,1	-9,5	-617,7
Productos energéticos.....	79,6	7,8	2,1	47,3	2,3	58,8	32,3
Petróleo y derivados.....	51,7	5,1	-5,0	47,3	2,3	58,8	4,5
Gas.....	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0
Carbón y electricidad.....	27,8	2,7	18,9	0,0	0,0		27,8
Materias primas.....	22,6	2,2	-4,8	323,4	15,6	23,5	-300,8
Animales y vegetales.....	16,2	1,6	10,8	106,3	5,1	8,6	-90,1
Minerales.....	6,4	0,6	-29,9	217,1	10,5	32,5	-210,7
Semimanufacturas no químicas.....	96,6	9,5	36,2	349,4	16,8	24,9	-252,8
Metales no ferrosos.....	10,8	1,1	56,4	16,3	0,8	-49,6	-5,5
Hierro y acero.....	35,9	3,5	55,3	241,6	11,6	36,1	-205,7
Papel.....	19,3	1,9	22,2	34,1	1,6	123,5	-14,7
Prod. cerámicos y similares.....	10,3	1,0	60,0	1,5	0,1	-19,4	8,8
Otras semimanufacturas.....	20,3	2,0	8,8	56,0	2,7	5,9	-35,7
Productos químicos.....	217,0	21,3	-12,0	75,0	3,6	5,6	142,0
Productos químicos orgánicos.....	43,44	4,3	62,5	10,8	0,5	-56,7	32,7
Productos químicos inorgánicos.....	16,78	1,6	41,7	4,1	0,2	23,2	12,7
Medicamentos.....	19,95	2,0	-4,2	0,5	0,0	-73,4	19,5
Plásticos.....	59,87	5,9	30,3	45,9	2,2	83,8	13,9
Abonos.....	14,32	1,4	-9,0	0,0	0,0	-100,0	14,3
Colorantes y curtientes.....	14,49	1,4	21,5	1,7	0,1	25,2	12,8
Aceites esenciales y perfumados.....	10,65	1,0	4,2	3,9	0,2	44,9	6,7
Otros productos químicos.....	37,51	3,7	-63,7	8,1	0,4	-32,3	29,4
Bienes de equipo.....	309,3	30,4	-24,8	144,1	6,9	19,1	165,1
Maquinaria para la industria.....	124,3	12,2	47,9	58,3	2,8	30,3	66,0
Maquinaria específica.....	69,1	6,8	68,3	42,2	2,0	43,1	26,9
Maquinaria de uso general.....	55,1	5,4	28,4	16,1	0,8	5,5	39,0
Eq. oficina y telecomunicaciones.....	18,2	1,8	32,0	16,8	0,8	128,6	1,4
Maq. Autom. datos y eq. oficina.....	3,4	0,3	13,5	0,3	0,0	-12,8	3,1
Equipos telecomunicaciones.....	14,8	1,4	37,2	16,4	0,8	136,5	-1,7
Material transporte.....	108,7	10,7	-58,5	11,3	0,5	265,6	97,5
Ferroviario.....	1,0	0,1	120,0	0,1	0,0	-84,2	0,9
Carretera.....	1,2	0,1	-67,1	10,6	0,5	949,5	-9,4
Buques.....	0,1	0,0	-	0,2	0,0	-64,3	-0,1
Aeronaves.....	106,4	10,4	-58,7	0,4	0,0	-61,1	106,0
Otros bienes de equipo.....	58,1	5,7	13,1	57,8	2,8	-12,3	0,3
Motores.....	0,4	0,0	2,4	0,5	0,0	100,0	-0,1
Aparatos eléctricos.....	34,3	3,4	29,7	29,9	1,4	-31,3	4,4
Aparatos de precisión.....	9,8	1,0	-13,7	8,5	0,4	21,8	1,3
Resto bienes de equipo.....	13,5	1,3	3,3	18,9	0,9	25,0	-5,4
Sector automóvil.....	137,3	13,5	11,4	46,5	2,2	11,0	90,8
Automóviles y motos.....	7,6	0,7	589,1	10,5	0,5	29,9	-2,9
Componentes del automóvil.....	129,7	12,7	6,2	36,0	1,7	6,5	93,7
Bienes de consumo duradero.....	5,8	0,6	26,8	48,3	2,3	25,8	-42,5
Electrodomésticos.....	1,3	0,1	-29,5	10,5	0,5	0,5	-9,2
Electrónica de consumo.....	0,2	0,0	200,0	0,0	0,0	-100,0	0,2
Muebles.....	2,8	0,3	186,6	36,2	1,7	37,5	-33,4
Otros bienes de consumo duradero.....	1,6	0,2	-10,3	1,6	0,1	37,0	-0,1
Manufacturas de consumo.....	61,2	6,0	18,7	135,9	6,6	16,3	-74,7
Textiles.....	32,9	3,2	16,3	50,6	2,4	6,6	-17,7
Confección.....	11,7	1,1	-22,7	35,8	1,7	16,8	-24,1
Calzado.....	0,5	0,1	17,4	47,0	2,3	40,3	-46,4
Juguetes.....	0,6	0,1	-8,2	1,4	0,1	-40,9	-0,8
Otras manufacturas de consumo.....	27,2	2,7	22,6	37,0	1,8	9,9	-9,8
Otras mercancías.....	44,4	4,4	0,7	7,8	0,4	-39,1	36,6
TOTAL.....	1.018,9	100,0	-6,4	2.074,5	100,0	8,7	-1.055,6

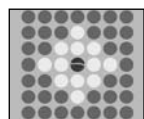
Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación, con datos de Aduanas.


 MONOGRÁFICO
 SECCIÓN
 ESTADÍSTICA

CUADRO 2.10.
COMERCIO EXTERIOR CON BRASIL POR SECTORES. EXPORTACIONES
(Millones de euros)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL SECTORES ECONÓMICOS.....	652,2	735,1	1.140,4	1.228,1	1.293,7	1.256,8	1.362,6	1.024,3	878,5	1.088,4	1.018,9
1. Alimentos.....	40,0	56,7	76,9	91,6	59,6	71,9	53,6	42,0	26,5	34,8	45,1
11 Carne.....	0,4	0,8	1,2	1,0	1,1	2,4	2,1	1,9	0,7	0,5	0,7
12 Lácteos y huevos.....	0,0	0,0	1,6	2,4	0,0	0,1	0,1	0,3	0,0	0,1	0,2
13. Pesca.....	1,8	3,5	4,2	3,5	1,3	3,2	4,4	1,3	0,5	0,6	0,8
14 Cereales.....	-	-	-	0,0	0,0	0,0	-	0,0	0,0	0,0	0,0
15 Frutas y legumbres.....	12,0	16,2	27,9	45,5	26,8	34,1	16,3	12,9	5,1	7,3	13,6
16 Azúcar y cacao.....	0,7	2,5	1,3	2,0	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3
17 Preparados alimenticios.....	8,1	5,0	13,7	13,7	7,9	8,6	8,2	5,7	1,3	0,9	0,7
18 Bebidas.....	2,7	2,4	2,8	3,0	3,9	3,6	3,7	2,7	2,8	2,8	3,0
19 Tabacos.....	0,7	1,3	0,9	1,5	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-
1A Grasas y aceites.....	13,3	24,5	22,7	18,9	16,8	17,7	15,1	15,0	14,3	20,0	24,9
1B Semillas y frutos oleaginosos.....	0,0	-	0,0	-	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,5	0,5
1C Piensos animales.....	0,3	0,7	0,5	0,2	0,7	1,6	2,9	1,6	0,9	1,6	0,4
2. Productos energéticos.....	9,4	2,7	4,5	3,1	3,4	24,0	32,3	40,4	60,1	77,9	79,6
21 Carbón.....	-	-	-	-	-	10,8	17,7	11,9	21,8	23,4	27,8
22 Petróleo y derivados.....	9,4	2,7	4,5	3,1	3,4	13,2	14,7	28,5	38,2	54,5	51,7
23 Gas.....	-	-	0,0	-	-	-	-	-	0,0	-	0,0
24 Corriente eléctrica.....	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. Materias primas.....	3,0	3,6	10,1	15,1	13,0	11,3	12,7	11,7	13,8	23,8	22,6
31 Mat. primas animal y vegetal.....	1,4	0,9	1,8	2,1	2,1	2,3	3,5	3,1	4,7	14,7	16,2
32 Menas y minerales.....	1,7	2,8	8,4	13,0	10,9	9,0	9,2	8,6	9,1	9,1	6,4
4. Semimanufacturas.....	114,4	159,7	220,2	237,8	183,6	258,1	256,7	275,9	277,2	317,5	313,7
41 Metales ferrosos.....	4,1	4,0	1,4	4,2	8,6	4,6	4,3	5,7	2,9	6,9	10,8
42 Hierro y acero.....	4,4	6,9	14,6	23,8	8,1	14,7	21,6	11,6	16,6	23,1	35,9
43 Productos químicos.....	65,7	101,4	107,0	141,6	129,8	170,7	176,4	222,2	224,4	246,6	217,0
44 Otras semimanufacturas.....	40,2	47,4	97,3	68,2	37,1	68,3	54,4	36,4	33,3	40,9	49,9
5. Bienes de equipo.....	193,3	274,5	492,0	554,0	825,3	663,2	732,3	430,5	308,3	411,1	309,3
51 Maq. específic. ciertas indus.....	71,4	124,6	183,0	185,3	152,4	142,9	208,5	140,7	92,2	84,0	124,3
52 Equipo oficina y telecom.....	16,8	16,3	27,8	20,4	20,0	43,5	58,6	29,5	13,7	13,8	18,2
53 Material transporte.....	68,4	60,4	189,1	233,2	523,7	352,5	282,7	191,0	141,5	261,9	108,7
54 Otros bienes equipo.....	36,8	73,2	92,1	115,2	129,1	124,3	182,5	69,3	60,9	51,3	58,1
6. Sector automóvil.....	229,8	143,8	163,4	156,4	83,4	106,5	145,0	124,7	111,1	123,2	137,3
61 Automóviles y motos.....	170,9	14,1	20,0	51,3	19,8	16,1	10,7	1,5	0,8	1,1	7,6
62 Componentes del automóvil.....	58,9	129,8	143,4	105,2	63,6	90,5	134,3	123,1	110,3	122,1	129,7
7. Bienes consumo duradero.....	5,6	8,7	11,5	18,2	14,7	11,2	9,1	7,3	5,2	4,6	5,8
71 Electrodomésticos.....	2,9	4,3	4,4	3,8	2,7	3,0	1,0	1,8	1,2	1,8	1,3
72 Electrónica de consumo.....	0,0	0,0	0,3	0,4	0,4	0,2	0,1	0,3	0,3	0,1	0,2
73 Muebles.....	2,0	3,3	4,7	9,9	8,3	6,2	5,0	2,4	1,8	1,0	2,8
74 Otros bienes cons. duradero.....	0,7	1,1	2,1	4,1	3,3	1,8	3,0	2,9	2,0	1,7	1,6
8. Manufacturas de consumo.....	44,1	78,8	142,3	129,4	91,3	72,7	84,8	61,4	52,6	51,5	61,2
81 Textiles y confección.....	14,3	19,1	26,7	39,2	28,9	29,5	35,1	31,8	28,2	28,3	32,9
82 Calzado.....	0,5	0,4	0,8	2,3	1,6	2,3	3,0	2,2	1,2	0,5	0,5
83 Juguetes.....	6,2	2,9	23,8	26,1	29,9	4,2	4,4	2,4	0,6	0,6	0,6
84 Alfarería.....	0,2	0,1	0,3	0,2	0,2	0,1	0,0	0,0	0,2	0,0	0,1
85 Joyería y relojes.....	1,5	1,4	2,6	2,1	1,5	1,3	2,2	1,1	0,5	0,5	0,1
86 Cuero y manufacturas del cuero.....	0,1	0,7	1,1	1,5	0,8	2,4	1,4	2,6	2,1	5,3	2,2
87 Otras manufacturas de consumo.....	21,4	54,3	87,0	58,0	28,5	32,8	38,6	21,3	19,8	16,4	24,7
9. Otras mercancías.....	12,6	6,5	19,5	22,5	19,5	38,0	36,1	30,4	23,7	44,1	44,4

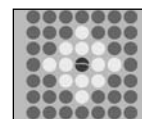
Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación con datos de Aduanas.



CUADRO 2.11.
COMERCIO EXTERIOR CON BRASIL POR SECTORES. EXPORTACIONES
(Porcentaje sobre el total)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL SECTORES ECONÓMICOS.....	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1. Alimentos.....	6,1	7,7	6,7	7,5	4,6	5,7	3,9	4,1	3,0	3,2	4,4
11 Carne.....	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,0	0,1
12 Lácteos y huevos.....	0,0	0,0	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
13 Pesca.....	0,3	0,5	0,4	0,3	0,1	0,3	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1
14. Cereales.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
15 Frutas y legumbres.....	1,8	2,2	2,4	3,7	2,1	2,7	1,2	1,3	0,6	0,7	1,3
16 Azúcar y cacao.....	0,1	0,3	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
17 Preparados alimenticios.....	1,2	0,7	1,2	1,1	0,6	0,7	0,6	0,6	0,1	0,1	0,1
18 Bebidas.....	0,4	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
19 Tabacos.....	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
1A Grasas y aceites.....	2,0	3,3	2,0	1,5	1,3	1,4	1,1	1,5	1,6	1,8	2,4
1B Semillas y frutos oleaginosos.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
1C Piensos animales.....	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,0
2. Productos energéticos.....	1,4	0,4	0,4	0,3	0,3	1,9	2,4	3,9	6,8	7,2	7,8
21 Carbón.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9	1,3	1,2	2,5	2,2	2,7
22 Petróleo y derivados.....	1,4	0,4	0,4	0,3	0,3	1,1	1,1	2,8	4,4	5,0	5,1
23 Gas.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
24 Corriente eléctrica.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3. Materias primas.....	0,5	0,5	0,9	1,2	1,0	0,9	0,9	1,1	1,6	2,2	2,2
31 Mat. primas animal y vegetal.....	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,5	1,3	1,6
32 Menas y minerales.....	0,3	0,4	0,7	1,1	0,8	0,7	0,7	0,8	1,0	0,8	0,6
4. Semimanufacturas.....	17,5	21,7	19,3	19,4	14,2	20,5	18,8	26,9	31,6	29,2	30,8
41 Metales ferrosos.....	0,6	0,5	0,1	0,3	0,7	0,4	0,3	0,6	0,3	0,6	1,1
42 Hierro y acero.....	0,7	0,9	1,3	1,9	0,6	1,2	1,6	1,1	1,9	2,1	3,5
43 Productos químicos.....	10,1	13,8	9,4	11,5	10,0	13,6	12,9	21,7	25,5	22,7	21,3
44 Otras semimanufacturas.....	6,2	6,4	8,5	5,6	2,9	5,4	4,0	3,6	3,8	3,8	4,9
5. Bienes de equipo.....	29,6	37,3	43,1	45,1	63,8	52,8	53,7	42,0	35,1	37,8	30,4
51 Máq. específ. ciertas indus.....	10,9	17,0	16,0	15,1	11,8	11,4	15,3	13,7	10,5	7,7	12,2
52 Equipo oficina y telecomu.....	2,6	2,2	2,4	1,7	1,5	3,5	4,3	2,9	1,6	1,3	1,8
53 Material transporte.....	10,5	8,2	16,6	19,0	40,5	28,1	20,7	18,6	16,1	24,1	10,7
54 Otros bienes equipo.....	5,6	10,0	8,1	9,4	10,0	9,9	13,4	6,8	6,9	4,7	5,7
6. Sector automóvil.....	35,2	19,6	14,3	12,7	6,4	8,5	10,6	12,2	12,6	11,3	13,5
61 Automóviles y motos.....	26,2	1,9	1,8	4,2	1,5	1,3	0,8	0,2	0,1	0,1	0,7
62 Componentes del automóvil.....	9,0	17,7	12,6	8,6	4,9	7,2	9,9	12,0	12,6	11,2	12,7
7. Bienes consumo duradero.....	0,9	1,2	1,0	1,5	1,1	0,9	0,7	0,7	0,6	0,4	0,6
71 Electrodomésticos.....	0,4	0,6	0,4	0,3	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1
72 Electrónica de consumo.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
73 Muebles.....	0,3	0,4	0,4	0,8	0,6	0,5	0,4	0,2	0,2	0,1	0,3
74 Otros bienes cons. duradero.....	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,1	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2
8. Manufacturas de consumo.....	6,8	10,7	12,5	10,5	7,1	5,8	6,2	6,0	6,0	4,7	6,0
81 Textiles y confección.....	2,2	2,6	2,3	3,2	2,2	2,3	2,6	3,1	3,2	2,6	3,2
82 Calzado.....	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,0	0,1
83 Juguetes.....	0,9	0,4	2,1	2,1	2,3	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1
84 Alfarería.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
85 Joyería y relojes.....	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0
86 Cuero y manufacturas del cuero.....	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,5	0,2
87 Otras manufacturas de consumo.....	3,3	7,4	7,6	4,7	2,2	2,6	2,8	2,1	2,3	1,5	2,4
9. Otras mercancías.....	1,9	0,9	1,7	1,8	1,5	3,0	2,7	3,0	2,7	4,0	4,4

Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación, con datos de Aduanas.

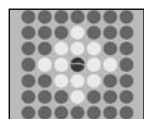


MONOGRÁFICO
SECCIÓN
ESTADÍSTICA

CUADRO 2.12.
COMERCIO EXTERIOR CON BRASIL POR SECTORES. IMPORTACIONES
(Millones de euros)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL SECTORES ECONÓMICOS.....	849,4	886,4	1.106,1	1.159,4	1.251,0	1.324,2	1.423,1	1.380,9	1.675,7	1.909,1	2.074,5
1. Alimentos.....	491,7	497,3	644,9	548,5	600,3	660,6	759,6	651,8	801,8	936,0	896,8
11 Carne.....	32,0	49,8	53,5	59,6	76,5	97,4	102,4	79,6	93,8	101,6	129,0
12 Lácteos y huevos.....	0,0	0,0	-	-	-	-	-	0,0	0,0	0,4	0,0
13. Pesca.....	1,0	2,1	4,0	6,1	10,3	34,3	42,3	40,2	63,6	69,5	72,9
14 Cereales.....	0,0	3,6	0,0	0,0	0,0	0,0	93,3	36,1	134,2	65,3	14,9
15 Frutas y legumbres.....	13,4	11,0	17,4	17,0	32,1	35,3	40,4	37,0	42,3	49,9	49,5
16 Azúcar y cacao.....	98,5	53,6	95,6	88,5	87,8	73,4	64,4	66,4	58,0	55,9	89,4
17 Preparados alimenticios.....	0,3	0,5	0,2	0,3	0,1	0,3	0,4	1,4	0,8	1,5	3,2
18 Bebidas.....	0,1	0,1	0,2	0,2	0,4	0,3	0,5	0,4	1,4	2,9	0,7
19 Tabacos.....	24,3	20,0	35,1	38,4	24,8	30,9	20,1	8,5	9,0	16,0	16,1
1A Grasas y aceites.....	1,6	2,3	2,7	0,8	0,6	1,6	3,8	3,9	3,7	9,6	19,2
1B Semillas y frutos oleaginosos.....	123,1	121,5	269,6	223,3	239,4	255,9	300,9	281,2	325,9	439,4	438,2
1C Piensos animales.....	197,6	232,9	166,7	114,4	128,4	131,2	91,1	97,2	69,0	124,0	63,9
2. Productos energéticos.....	7,7	3,3	5,4	0,2	1,1	5,8	4,7	11,9	43,9	29,8	47,3
21 Carbón.....	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0
22 Petróleo y derivados.....	7,7	3,3	5,4	0,2	0,2	5,8	4,7	11,9	43,9	29,8	47,3
23 Gas.....	-	-	-	-	0,9	-	-	-	-	-	-
24 Corriente eléctrica.....	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. Materias primas.....	158,8	174,3	233,0	276,2	253,4	281,1	292,6	256,9	234,4	261,8	323,4
31 Mat. primas animal y vegetal.....	39,0	39,5	39,9	57,9	74,3	89,8	88,8	82,8	84,2	97,9	106,3
32 Menas y minerales.....	119,9	134,9	193,1	218,3	179,1	191,2	203,8	174,1	150,3	163,9	217,1
4. Semimanufacturas.....	89,7	111,0	89,7	120,1	178,5	192,8	175,5	263,4	347,7	350,7	424,5
41 Metales ferrosos.....	3,9	3,9	3,9	2,6	7,0	34,3	37,5	58,6	56,1	32,3	16,3
42 Hierro y acero.....	32,9	70,2	32,5	36,7	54,2	45,4	49,5	80,2	151,2	177,5	241,6
43 Productos químicos.....	31,4	24,5	31,9	50,2	57,7	73,8	59,1	78,0	75,8	71,0	75,0
44 Otras semimanufacturas.....	21,5	12,4	21,5	30,6	59,6	39,3	29,5	46,7	64,6	69,9	91,5
5. Bienes de equipo.....	44,7	40,1	50,1	126,6	124,1	95,4	75,3	92,5	104,0	121,0	144,1
51 Mq. específic. ciertas indus.....	7,7	11,0	16,9	16,0	16,3	31,3	24,3	23,9	39,5	44,7	58,3
52 Equipo oficina y telecomun.....	8,5	3,8	5,9	16,1	9,4	6,0	4,5	10,0	7,7	7,3	16,8
53 Material transporte.....	8,3	7,6	4,0	65,1	67,7	7,8	3,8	21,4	4,4	3,1	11,3
54 Otros bienes equipo.....	20,3	17,7	23,2	29,4	30,8	50,4	42,7	37,3	52,4	65,9	57,8
6. Sector automóvil.....	1,8	2,3	3,8	23,6	31,4	21,8	23,7	14,1	27,4	41,9	46,5
61 Automóviles y motos.....	0,1	0,1	0,1	8,6	5,7	1,2	0,2	1,4	1,6	8,1	10,5
62 Componentes del automóvil.....	1,7	2,2	3,7	15,0	25,7	20,6	23,5	12,7	25,7	33,9	36,0
7. Bienes consumo duradero.....	3,2	2,2	2,3	1,9	4,4	9,6	10,0	13,1	19,6	38,4	48,3
71 Electrodomésticos.....	1,8	1,1	1,0	0,7	1,2	4,3	4,3	2,7	4,5	10,4	10,5
72 Electrónica de consumo.....	0,2	-	0,0	-	0,3	1,2	0,7	0,6	0,4	0,5	0,0
73 Muebles.....	0,5	0,9	0,6	0,9	2,5	3,7	4,5	9,3	12,6	26,3	36,2
74 Otros bienes cons. duradero.....	0,6	0,2	0,6	0,3	0,5	0,5	0,6	0,5	2,1	1,2	1,6
8. Manufacturas de consumo.....	51,5	55,7	76,4	62,0	57,4	53,5	74,4	71,2	91,5	116,9	135,9
81 Textiles y confección.....	12,2	10,3	11,2	9,2	9,8	11,2	15,3	17,9	28,7	47,5	50,6
82 Calzado.....	2,1	1,5	1,2	1,6	2,2	4,3	6,1	10,4	18,2	33,5	47,0
83 Juguetes.....	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	1,0	2,7	2,4	1,4
84 Alfarería.....	1,0	1,2	2,9	1,8	3,3	2,2	1,6	3,2	0,8	0,9	0,1
85 Joyería y relojes.....	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	0,8	0,5	0,7	1,4	2,0
86 Cuero y manufacturas del cuero.....	31,4	39,8	58,0	44,7	35,8	31,3	45,6	28,8	25,6	15,2	18,0
87 Otras manufacturas de consumo.....	4,4	2,5	2,9	4,4	6,0	4,0	4,9	9,5	14,8	16,1	16,8
9. Otras mercancías.....	0,2	0,2	0,6	0,3	0,5	3,6	7,2	6,0	5,5	12,8	7,8

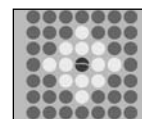
Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación, con datos de Aduanas.



CUADRO 2.13
COMERCIO EXTERIOR CON BRASIL POR SECTORES. IMPORTACIONES
(Porcentaje sobre el total)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL SECTORES ECONÓMICOS.....	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1. Alimentos.....	57,9	56,1	58,3	47,3	48,0	49,9	53,4	47,2	47,8	49,0	43,2
11 Carne.....	3,8	5,6	4,8	5,1	6,1	7,4	7,2	5,8	5,6	5,3	6,2
12 Lácteos y huevos.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
13 Pesca.....	0,1	0,2	0,4	0,5	0,8	2,6	3,0	2,9	3,8	3,6	3,5
14 Cereales.....	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	6,6	2,6	8,0	3,4	0,7
15. Frutas y legumbres.....	1,6	1,2	1,6	1,5	2,6	2,7	2,8	2,7	2,5	2,6	2,4
16 Azúcar, café y cacao.....	11,6	6,0	8,6	7,6	7,0	5,5	4,5	4,8	3,5	2,9	4,3
17 Preparados alimenticios.....	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,2
18 Bebidas.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,0
19 Tabacos.....	2,9	2,3	3,2	3,3	2,0	2,3	1,4	0,6	0,5	0,8	0,8
1A Grasas y aceites.....	0,2	0,3	0,2	0,1	0,0	0,1	0,3	0,3	0,2	0,5	0,9
1B Semillas y frutos oleaginosos.....	14,5	13,7	24,4	19,3	19,1	19,3	21,1	20,4	19,5	23,0	21,1
1C Piensos animales.....	23,3	26,3	15,1	9,9	10,3	9,9	6,4	7,0	4,1	6,5	3,1
2. Productos energéticos.....	0,9	0,4	0,5	0,0	0,1	0,4	0,3	0,9	2,6	1,6	2,3
21 Carbón.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
22 Petróleo y derivados.....	0,9	0,4	0,5	0,0	0,0	0,4	0,3	0,9	2,6	1,6	2,3
23 Gas.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
24 Corriente eléctrica.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3. Materias primas.....	18,7	19,7	21,1	23,8	20,3	21,2	20,6	18,6	14,0	13,7	15,6
31 Mat. primas animal y vegetal.....	4,6	4,5	3,6	5,0	5,9	6,8	6,2	6,0	5,0	5,1	5,1
32 Menas y minerales.....	14,1	15,2	17,5	18,8	14,3	14,4	14,3	12,6	9,0	8,6	10,5
4. Semimanufacturas.....	10,6	12,5	8,1	10,4	14,3	14,6	12,3	19,1	20,7	18,4	20,5
41 Metales ferrosos.....	0,5	0,4	0,3	0,2	0,6	2,6	2,6	4,2	3,3	1,7	0,8
42 Hierro y acero.....	3,9	7,9	2,9	3,2	4,3	3,4	3,5	5,8	9,0	9,3	11,6
43 Productos químicos.....	3,7	2,8	2,9	4,3	4,6	5,6	4,2	5,6	4,5	3,7	3,6
44 Otras semimanufacturas.....	2,5	1,4	1,9	2,6	4,8	3,0	2,1	3,4	3,9	3,7	4,4
5. Bienes de equipo.....	5,3	4,5	4,5	10,9	9,9	7,2	5,3	6,7	6,2	6,3	6,9
51 Máq. específ. ciertas indus.....	0,9	1,2	1,5	1,4	1,3	2,4	1,7	1,7	2,4	2,3	2,8
52 Equipo oficina y telecomu.....	1,0	0,4	0,5	1,4	0,7	0,4	0,3	0,7	0,5	0,4	0,8
53 Material transporte.....	1,0	0,9	0,4	5,6	5,4	0,6	0,3	1,5	0,3	0,2	0,5
54 Otros bienes equipo.....	2,4	2,0	2,1	2,5	2,5	3,8	3,0	2,7	3,1	3,4	2,8
6. Sector automóvil.....	0,2	0,3	0,3	2,0	2,5	1,6	1,7	1,0	1,6	2,2	2,2
61 Automóviles y motos.....	0,0	0,0	0,0	0,7	0,5	0,1	0,0	0,1	0,1	0,4	0,5
62 Componentes del automóvil.....	0,2	0,2	0,3	1,3	2,1	1,6	1,6	0,9	1,5	1,8	1,7
7. Bienes consumo duradero.....	0,4	0,3	0,2	0,2	0,4	0,7	0,7	0,9	1,2	2,0	2,3
71 Electrodomésticos.....	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,3	0,2	0,3	0,5	0,5
72 Electrónica de consumo.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
73 Muebles.....	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,7	0,8	1,4	1,7
74 Otros bienes cons. duradero.....	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
8. Manufacturas de consumo.....	6,1	6,3	6,9	5,3	4,6	4,0	5,2	5,2	5,5	6,1	6,6
81 Textiles y confección.....	1,4	1,2	1,0	0,8	0,8	0,8	1,1	1,3	1,7	2,5	2,4
82 Calzado.....	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,3	0,4	0,8	1,1	1,8	2,3
83 Juguetes.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,1	0,1
84 Alfarería.....	0,1	0,1	0,3	0,2	0,3	0,2	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0
85 Joyería y relojes.....	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1
86 Cuero y manufacturas del cuero.....	3,7	4,5	5,2	3,9	2,9	2,4	3,2	2,1	1,5	0,8	0,9
87 Otras manufacturas de consumo.....	0,5	0,3	0,3	0,4	0,5	0,3	0,3	0,7	0,9	0,8	0,8
9. Otras mercancías.....	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,3	0,5	0,4	0,3	0,7	0,4

Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación, con datos de Aduanas.



MONOGRÁFICO
SECCIÓN
ESTADÍSTICA

CUADRO 2.14.
COMERCIO EXTERIOR CON BRASIL POR CCAA. EXPORTACIONES
(Millones de euros)

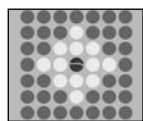
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL CCAA.....	652,2	735,1	1.140,4	1.228,1	1.293,7	1.256,8	1.362,6	1.024,3	878,5	1.088,4	1.018,9
Andalucía.....	24,2	61,5	127,9	57,3	204,9	74,7	58,5	61,1	57,9	67,3	89,7
Aragón.....	10,3	10,4	14,2	35,2	23,6	18,6	18,4	17,2	9,1	15,0	15,7
Asturias.....	1,8	2,8	4,9	7,2	6,6	21,9	31,4	30,0	43,4	40,4	56,1
Baleares.....	25,8	0,5	0,7	0,3	0,2	38,1	1,2	0,4	0,3	0,2	0,5
C.Valenciana.....	163,4	118,4	165,8	139,6	81,7	86,3	76,3	60,8	62,3	48,9	60,0
Canarias.....	4,3	2,4	4,3	4,3	2,8	1,0	1,5	2,4	2,3	2,5	17,8
Cantabria.....	9,2	19,4	23,2	17,1	10,9	24,6	50,7	17,1	14,1	16,6	26,6
Castilla-La-Mancha.....	5,2	6,2	16,6	20,1	9,6	14,3	18,5	14,4	8,5	13,4	14,5
Castilla-León.....	5,8	10,5	16,4	17,0	12,7	40,9	44,6	32,3	43,6	42,5	47,5
Cataluña.....	176,0	239,6	344,7	323,8	335,6	323,8	353,9	299,5	271,6	322,8	279,3
Extremadura.....	1,1	1,3	3,4	6,7	2,9	4,1	4,2	2,8	2,5	0,9	5,3
Galicia.....	26,2	9,4	10,1	16,9	14,5	27,8	49,1	52,9	45,7	47,4	31,0
Madrid.....	60,8	76,4	121,0	218,2	131,7	132,1	125,4	89,2	69,8	179,7	84,5
Murcia.....	3,9	4,2	5,9	5,0	8,5	8,0	10,2	8,7	3,1	6,6	5,2
Navarra.....	18,5	20,5	18,6	27,4	24,9	19,2	21,8	17,0	18,4	22,0	22,3
País Vasco.....	101,0	118,9	146,0	197,1	216,9	169,1	224,6	132,3	89,1	99,3	154,4
Rioja.....	2,9	5,0	7,6	7,3	3,9	5,5	11,5	9,8	6,9	8,6	9,1

Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación, con datos de Aduanas.

CUADRO 2.15.
COMERCIO EXTERIOR CON BRASIL POR CCAA. EXPORTACIONES
(Porcentaje sobre el total)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL CCAA.....	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Andalucía.....	3,7	8,4	11,2	4,7	15,8	5,9	4,3	6,0	6,6	6,2	8,8
Aragón.....	1,6	1,4	1,2	2,9	1,8	1,5	1,3	1,7	1,0	1,4	1,5
Asturias.....	0,3	0,4	0,4	0,6	0,5	1,7	2,3	2,9	4,9	3,7	5,5
Baleares.....	4,0	0,1	0,1	0,0	0,0	3,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
C.Valenciana.....	25,0	16,1	14,5	11,4	6,3	6,9	5,6	5,9	7,1	4,5	5,9
Canarias.....	0,7	0,3	0,4	0,4	0,2	0,1	0,1	0,2	0,3	0,2	1,7
Cantabria.....	1,4	2,6	2,0	1,4	0,8	2,0	3,7	1,7	1,6	1,5	2,6
Castilla-La-Mancha.....	0,8	0,8	1,5	1,6	0,7	1,1	1,4	1,4	1,0	1,2	1,4
Castilla-León.....	0,9	1,4	1,4	1,4	1,0	3,3	3,3	3,2	5,0	3,9	4,7
Cataluña.....	27,0	32,6	30,2	26,4	25,9	25,8	26,0	29,2	30,9	29,7	27,4
Extremadura.....	0,2	0,2	0,3	0,5	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,1	0,5
Galicia.....	4,0	1,3	0,9	1,4	1,1	2,2	3,6	5,2	5,2	4,4	3,0
Madrid.....	9,3	10,4	10,6	17,8	10,2	10,5	9,2	8,7	7,9	16,5	8,3
Murcia.....	0,6	0,6	0,5	0,4	0,7	0,6	0,7	0,8	0,3	0,6	0,5
Navarra.....	2,8	2,8	1,6	2,2	1,9	1,5	1,6	1,7	2,1	2,0	2,2
País Vasco.....	15,5	16,2	12,8	16,0	16,8	13,5	16,5	12,9	10,1	9,1	15,2
Rioja.....	0,4	0,7	0,7	0,6	0,3	0,4	0,8	1,0	0,8	0,8	0,9

Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación, con datos de Aduanas.



CUADRO 2.16.
COMERCIO EXTERIOR CON BRASIL POR CCAA. IMPORTACIONES
(Millones de euros)

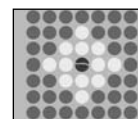
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL CCAA	849,4	886,4	1.106,1	1.159,4	1.251,0	1.324,2	1.423,1	1.380,9	1.675,7	1.909,1	2.074,5
Andalucía	65,5	67,0	64,1	56,8	77,0	88,1	99,3	75,7	67,7	109,3	122,2
Aragón	5,9	8,4	12,1	10,1	15,1	9,9	8,7	8,0	12,2	16,6	17,9
Asturias	93,0	104,2	153,5	171,9	133,6	141,4	154,5	129,0	134,6	144,9	222,6
Baleares	1,4	0,6	1,0	59,4	59,7	2,6	2,1	0,9	1,3	1,4	1,3
C.Valenciana	87,4	94,6	94,1	71,1	97,0	87,0	116,7	101,2	171,9	241,2	239,1
Canarias	65,6	76,7	84,1	86,2	99,5	120,7	127,2	118,3	131,4	119,7	124,5
Cantabria	30,0	10,0	6,7	11,6	12,5	13,7	21,8	22,9	34,6	18,8	22,2
Castilla-La-Mancha	2,7	3,0	2,9	6,5	4,9	5,0	6,0	8,3	7,4	14,0	14,0
Castilla-León	4,5	4,5	2,3	2,8	5,9	10,0	16,0	28,1	42,0	36,6	32,1
Cataluña	183,9	209,0	383,8	343,3	391,9	368,7	436,2	405,5	562,1	605,7	631,7
Ceuta	1,2	0,0	0,3	0,5	0,7	1,3	1,3	0,8	0,3	0,6	0,4
Extremadura	1,3	0,6	0,1	0,2	0,3	0,0	0,6	1,6	0,6	1,8	2,9
Galicia	74,5	62,3	79,5	85,9	95,5	99,1	135,8	125,4	122,6	157,9	154,1
Madrid	80,9	71,1	102,8	127,3	113,9	149,7	97,0	105,1	104,9	128,1	163,1
Melilla	3,6	0,0	1,6	5,8	3,3	5,1	3,7	5,0	4,5	4,9	3,0
Murcia	63,0	63,3	55,1	55,1	54,9	68,6	51,0	68,5	86,9	94,7	82,6
Navarra	5,1	5,2	5,4	6,8	14,0	39,8	41,6	59,2	59,6	44,7	40,9
País Vasco	79,2	99,5	49,2	46,1	55,7	102,1	95,6	102,9	117,1	154,8	173,0
Rioja	0,6	1,9	2,4	3,0	2,6	1,2	2,5	4,0	3,6	2,9	4,7

Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación, con datos de Aduanas.

CUADRO 2.17.
COMERCIO EXTERIOR CON BRASIL POR CCAA. IMPORTACIONES
(Porcentaje sobre el total)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL CCAA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Andalucía	7,7	7,6	5,8	4,9	6,2	6,7	7,0	5,5	4,0	5,7	5,9
Aragón	0,7	0,9	1,1	0,9	1,2	0,7	0,6	0,6	0,7	0,9	0,9
Asturias	11,0	11,8	13,9	14,8	10,7	10,7	10,9	9,3	8,0	7,6	10,7
Baleares	0,2	0,1	0,1	5,1	4,8	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
C.Valenciana	10,3	10,7	8,5	6,1	7,8	6,6	8,2	7,3	10,3	12,6	11,5
Canarias	7,7	8,7	7,6	7,4	8,0	9,1	8,9	8,6	7,8	6,3	6,0
Cantabria	3,5	1,1	0,6	1,0	1,0	1,0	1,5	1,7	2,1	1,0	1,1
Castilla-La-Mancha	0,3	0,3	0,3	0,6	0,4	0,4	0,4	0,6	0,4	0,7	0,7
Castilla-León	0,5	0,5	0,2	0,2	0,5	0,8	1,1	2,0	2,5	1,9	1,5
Cataluña	21,6	23,6	34,7	29,6	31,3	27,8	30,7	29,4	33,5	31,7	30,5
Ceuta	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
Extremadura	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1
Galicia	8,8	7,0	7,2	7,4	7,6	7,5	9,5	9,1	7,3	8,3	7,4
Madrid	9,5	8,0	9,3	11,0	9,1	11,3	6,8	7,6	6,3	6,7	7,9
Melilla	0,4	0,0	0,1	0,5	0,3	0,4	0,3	0,4	0,3	0,3	0,1
Murcia	7,4	7,1	5,0	4,8	4,4	5,2	3,6	5,0	5,2	5,0	4,0
Navarra	0,6	0,6	0,5	0,6	1,1	3,0	2,9	4,3	3,6	2,3	2,0
País Vasco	9,3	11,2	4,4	4,0	4,5	7,7	6,7	7,5	7,0	8,1	8,3
Rioja	0,1	0,2	0,2	0,3	0,2	0,1	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2

Fuente: S.G. de Análisis, Estrategia y Evaluación, con datos de Aduanas.



MONOGRÁFICO
SECCIÓN
ESTADÍSTICA

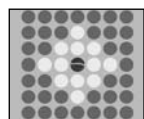
3. Inversión extranjera directa entre España y Brasil

CUADRO 3.1.
INVERSIÓN ESPAÑOLA EN EL EXTRANJERO (IED EMITIDA). RANKING POR PAÍSES EN 2005
(Miles de euros)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL MUNDIAL.....	5.990.661	4.741.423	9.491.560	13.749.466	43.021.698	49.541.233	25.759.788	26.386.598	19.085.557	37.409.888	27.390.808
Francia.....	332.733	118.781	118.862	187.150	913.692	1.902.281	828.229	552.091	670.671	3.279.818	5.721.409
Rép. Checa.....	730	3.507	1.778	6.338	12.797	8.996	22.830	3.456	46.994	43.543	3.671.723
Reino Unido.....	43.468	89.233	229.590	587.486	444.102	1.343.194	625.549	575.030	3.318.695	14.228.901	3.217.960
Hungría.....	4.327	2.527	491	9.881	27.655	1.170.340	174.713	228.780	540.949	276.449	2.197.112
Argentina.....	229.092	1.179.473	2.547.274	1.185.185	15.699.242	3.318.229	2.155.735	1.152.922	480.479	217.087	2.009.305
EEUU.....	301.578	478.865	510.378	1.253.246	594.321	7.405.209	1.770.061	1.651.190	1.655.186	986.243	1.714.352
Portugal.....	1.352.356	499.421	754.687	768.249	791.030	3.493.269	871.415	1.359.661	1.801.054	2.125.394	1.209.756
Brasil.....	56.174	550.549	949.590	4.470.753	7.829.090	14.204.677	1.685.736	2.282.031	750.005	578.055	1.121.696
Países Bajos.....	240.038	205.292	1.209.195	969.642	3.064.831	2.613.455	6.308.938	3.334.839	422.346	3.716.454	1.101.769
Suiza.....	1.266.350	36.836	12.831	301.395	969.808	2.341.393	823.911	1.521.299	16.700	59.224	1.073.328
Luxemburgo.....	26.503	13.709	35.812	59.332	26.135	126.862	332.655	268.441	46.052	302.395	993.413
México.....	149.465	67.119	219.994	421.583	1.265.153	3.963.674	2.181.982	1.424.045	889.702	3.964.334	700.524
Chile.....	46.391	336.349	361.983	436.651	4.490.249	943.810	991.453	430.997	1.954.369	702.729	425.677
Alemania.....	227.314	107.406	183.280	357.573	1.418.431	1.355.134	1.783.894	6.802.704	855.224	1.049.607	370.772
Italia.....	39.704	63.962	41.008	174.179	836.936	476.287	2.188.089	150.422	915.745	2.137.883	370.107
Dinamarca.....	-	-	4.791	3	269.312	606.506	3.330	4.504	243.998	6.337	241.154
Sudáfrica.....	2	676	274	1.382	21.678	39.772	5.577	357.245	7.245	27.841	109.157
Turquía.....	31.573	12.352	5.785	5.665	90.156	25.801	28.650	21.438	2.532	11.777	104.293
Polonia.....	10.890	1.503	798	1.619	75.879	75.357	30.774	35.802	96.170	111.562	96.034
Canadá.....	22.856	1.512	539	1.208	316.349	8.544	17.123	198.788	59.742	536.508	85.856
Marruecos.....	25.564	25.582	10.840	14.084	172.811	49.607	28.606	185.724	1.397.538	23.284	77.212
Grecia.....	15.355	370	2.260	782	13.864	487	111.394	8.402	328.555	58.884	64.657
Uruguay.....	1.929	44.255	48.721	12.627	44.712	307.701	152.726	564.271	72.924	72.139	58.311
China.....	3.699	3.939	5.101	6.136	17.024	43.020	18.037	22.032	27.054	64.240	54.727
Noruega.....	954	-	-	432	2.720	979	2.449	6.212	3.553	512.585	53.907

* Inversión bruta sin ETVE

Fuente: www.datainvex.comercio.es



MONOGRÁFICO
SECCIÓN
ESTADÍSTICA

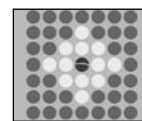
CUADRO 3.2.
INVERSIÓN ESPAÑOLA EN EL EXTRANJERO (IED EMITIDA). RANKING POR PAÍSES EN 2005
(Porcentaje sobre el total)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL MUNDIAL.....	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Francia.....	5,6	2,5	1,3	1,4	2,1	3,8	3,2	2,1	3,5	8,8	20,9
Rép. Checa.....	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2	0,1	13,4
Reino Unido.....	0,7	1,9	2,4	4,3	1,0	2,7	2,4	2,2	17,4	38,0	11,7
Hungría.....	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	2,4	0,7	0,9	2,8	0,7	8,0
Argentina.....	3,8	24,9	26,8	8,6	36,5	6,7	8,4	4,4	2,5	0,6	7,3
EEUU.....	5,0	10,1	5,4	9,1	1,4	14,9	6,9	6,3	8,7	2,6	6,3
Portugal.....	22,6	10,5	8,0	5,6	1,8	7,1	3,4	5,2	9,4	5,7	4,4
Brasil.....	0,9	11,6	10,0	32,5	18,2	28,7	6,5	8,6	3,9	1,5	4,1
Países Bajos.....	4,0	4,3	12,7	7,1	7,1	5,3	24,5	12,6	2,2	9,9	4,0
Suiza.....	21,1	0,8	0,1	2,2	2,3	4,7	3,2	5,8	0,1	0,2	3,9
Luxemburgo.....	0,4	0,3	0,4	0,4	0,1	0,3	1,3	1,0	0,2	0,8	3,6
México.....	2,5	1,4	2,3	3,1	2,9	8,0	8,5	5,4	4,7	10,6	2,6
Chile.....	0,8	7,1	3,8	3,2	10,4	1,9	3,8	1,6	10,2	1,9	1,6
Alemania.....	3,8	2,3	1,9	2,6	3,3	2,7	6,9	25,8	4,5	2,8	1,4
Italia.....	0,7	1,3	0,4	1,3	1,9	1,0	8,5	0,6	4,8	5,7	1,4
Dinamarca.....	0,0	0,0	0,1	0,0	0,6	1,2	0,0	0,0	1,3	0,0	0,9
Sudáfrica.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	1,4	0,0	0,1	0,4
Turquía.....	0,5	0,3	0,1	0,0	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,4
Polonia.....	0,2	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2	0,1	0,1	0,5	0,3	0,4
Canadá.....	0,4	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,1	0,8	0,3	1,4	0,3
Marruecos.....	0,4	0,5	0,1	0,1	0,4	0,1	0,1	0,7	7,3	0,1	0,3
Grecia.....	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	1,7	0,2	0,2
Uruguay.....	0,0	0,9	0,5	0,1	0,1	0,6	0,6	2,1	0,4	0,2	0,2
China.....	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
Noruega.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	0,2

* Inversión bruta sin ETVE

Fuente: www.datainvex.comercio.es

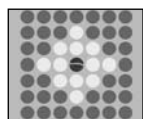
CUADRO 3.3. INVERSIÓN ESPAÑOLA EN BRASIL (IED EMITIDA) CLASIFICACIÓN POR SECTORES (Miles de euros)											
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL SECTORES.....	56.174,4	550.548,6	949.590,1	4.470.752,8	7.829.089,8	14.204.676,6	1.685.735,8	2.282.030,5	750.005,5	578.054,7	1.121.696,1
01 Agricultura, ganadería, caza	-	-	28,0-	-	-	-	-	-	-	-	-
05 Pesca y acuicultura.....	-	-	-	-	782,0	-	-	-	-	-	-
15 Industria de produc. alimenticios y bebida.....	6.786,8	5.042,2	7.891,9	11.478,5	25.054,4	2.404,0	8.912,6	-	1.925,0	43.315,5	-
17 Industria textil.....	-	-	-	-	3.192,9	11.434,0	4.989,0	1.939,2	-	-	-
18 Industria de confección y de peletería.....	-	34,9	1.557,5	-	-	-	-	-	-	-	-
19 Ind. cuero, calzado, marroquinería.....	123,9	-	753,9	908,3	-	-	-	302,3	-	-	334,0
20 Madera, corcho, cestería, excepto muebles.....	-	30.805,4	-	10.265,3	7.428,9	4.545,5	25.333,9	-	-	288,5	-
21 Industria del papel.....	-	-	-	-	-	-	-	32.551,0	1.594,7	-	-
22 Edición, artes gráficas y reproducción. Soportes.....	-	-	243,0	920,8	1.404,5	-	81.652,2	6.504,5	57.297,3	2.953,0	9.148,9
24 Industria química.....	4.502,8	9.192,1	469,4	1.495,0	316.777,6	19.403,5	151.378,4	3.182,7	159.103,4	4.045,0	306.474,1
25 Fabricación productos caucho y plástico.....	-	4.738,4	12.484,4	13.901,6	19.365,4	32.115,1	26.400,9	7.641,5	18.366,9	3.192,7	-
26 Fabricación otros prod. minerales no metal.....	687,0	7.442,0	-	5.473,5	2.047,4	28.347,2	6.490,1	725.027,9	1.255,2	0,3	2.420,6
27 Metalurgia.....	13.632,4	8.344,3	-	-	-	-	296,9	1.200,0	1.000,0	-	-
28 Fabricación prod. metálicos excepto máquina.....	-	-	795,2	-	1.190,4	397,0	5.509,6	6.915,2	10.085,3	-	-
29 Ind. Construc. Maquinaria y equip. mecán.....	-	67,8	842,9	1.132,0	105.331,2	133,3	175,5	31.826,9	-	-	155,1
30 Fabric. máquinas oficina y equip. informático.....	-	-	49,0	177,3	1.099,9	-	531,3	-	-	24,6	-
31 Fabric. maquinaria y mater. eléctrico.....	1.486,9	1.721,4	777,5	2.276,8	5.392,7	3.330,9	18.135,0	3.360,7	3.977,1	-	854,2
32 Fabric. material electrónico, fabric. equip.....	5.165,6	-	518,2	357,9	96,2	403,5	889,3	26,5	-	500,0	-
33 Fabric. equipo e instrum. médico-quirúrgico.....	-	-	87,0-	-	-	-	-	-	-	-	-
34 Fabric. vehículos motor y componentes.....	5.990,6	2.462,8	98.872,0	32.948,8	75.188,5	33.296,2	90.113,5	52.784,1	119.476,2	12.911,6	124.017,2
35 Fabric. otro material de transporte.....	11,0	-	-	-	292,3	-	1.564,8	929,6	-	-	-
36 Fabric. muebles, otras industrias manufactur.....	-	-	554,1	-	-	1.410,8	-	219,8	-	-	-
40 Produc. y distrib. energía eléctrica, gas.....	-	44.511,0	178.648,1	418.289,8	823.572,9	482.358,9	38.752,2	149.399,6	55.582,4	145.945,0	61.102,2
41 Captación, depuración y distrib. agua.....	-	-	-	-	-	31.905,6	-	-	899,1	22,0	19.464,7
45 Construcción.....	-	3.508,0	1.366,6	309.110,3	4.255,5	46.041,9	80.859,4	22.112,7	35.559,3	43.016,0	116.163,5
50 Venta, mantenimiento y rep. vehículos motor.....	-	38,2	-	0,8	50,6	221,5	10.362,6	-	8.698,8	339,3	-
51 Comercio mayor e intermed. comercio.....	219,7	2.246,5	22.983,9	28.413,5	586.325,8	2.419,6	5.972,6	13.839,2	30.048,0	7.551,7	11.927,5
52 Comercio por menor excepto vehículos motor.....	-	-	198,3	6.030,1	17.298,6	14.155,8	19.894,0	34.742,5	29.417,3	15.014,4	37.139,5
55 Hostelería.....	-	-	-	-	-	289,7	10.882,9	4.226,2	-	3.121,0	185,0
60 Transporte terrestre; transporte por tubería.....	-	-	-	-	-	-	-	12.370,1	-	-	-
61 Transporte marítimo, cabotaje y naveg. int.....	-	-	-	-	-	-	8.752,6	10.669,8	-	3.648,5	9.918,2
63 Actividades anexas a los transportes.....	-	-	-	1.986,6	1.296,9	3.332,1	5.435,0	8.709,6	1.969,5	2.472,8	233,7
64 Telecomunicaciones.....	-	377.661,1	405.028,0	2.440.667,9	5.060.723,9	7.224.754,1	791.575,2	358.827,1	29.706,1	-	19.700,0
65 Banca y otros interm. financieros.....	16.166,2	22.887,2	146.851,0	1.154.079,3	640.135,0	5.587.307,9	210.651,2	776.278,8	123.881,7	194.217,2	304.590,9
66 Seguros y planes de pensiones, exc. Seg. Soc.....	315,5	3.164,9	23.992,0	28.914,7	87.312,0	1.870,5	58.811,2	1.270,8	43.621,3	26.835,6	91.859,3
67 Activid. aux. a la intermediación financiera.....	-	-	-	-	-	5.069,5	13.293,8	1.434,2	170,0	38,7	-
70 Actividades inmobiliarias.....	-	-	-	-	-	104,8	-	-	-	605,3	905,0
72 Actividades informáticas.....	-	-	-	185,2	15.194,3	30.886,3	3.008,7	5.223,8	7.493,2	8.590,5	2.569,6
73 Investigación y desarrollo.....	-	-	-	-	1.647,8	-	-	-	-	3,0	-
74 Otra actividades empresariales.....	1.086,1	26.680,5	42.801,5	916,7	17.684,9	608.860,7	2.461,5	7.928,8	8.359,8	6.142,0	823,6
80 Educación.....	-	-	-	-	-	226,6	-	361,9	-	-	-
85 Activid. sanitarias y veterinarias, serv. s.....	-	-	-	625,2	-	-	102,2	-	0,1	-	-
90 Actividades de saneamiento público.....	-	-	-	-	-	24.771,9	67,3	58,4	181,5	-	-
92 Activid. recreativas, culturales y deportivas.....	-	-	1.796,9	196,8	8.947,6	2.878,3	2.480,5	165,3	336,5	53.260,6	1.709,4

 Fuente: www.datainvox.comercio.es


CUADRO 3.4
 INVERSIÓN ESPAÑOLA EN BRASIL (IED EMITIDA). CLASIFICACIÓN POR SECTORES
 (Porcentaje sobre el total)

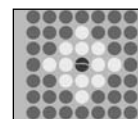
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL SECTORES	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
01 Agricultura, ganadería, caza	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
05 Pesca y acuicultura	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
15 Industria de produc. alimenticios y bebida	12,1	0,9	0,8	0,3	0,3	0,0	0,5	0,0	0,3	7,5	0,0
17 Industria textil	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0
18 Industria de confección y de peletería	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
19 Ind. cuero, calzado, marroquinería	0,2	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
20 Madera, corcho, cestería, excepto muebles	0,0	5,6	0,0	0,2	0,1	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0
21 Industria del papel	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	0,2	0,0	0,0
22 Edición, artes gráficas y reproducción. Soportes	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,8	0,3	7,6	0,5	0,8
24 Industria química	8,0	1,7	0,0	0,0	4,0	0,1	9,0	0,1	21,2	0,7	27,3
25 Fabricación productos caucho y plástico	0,0	0,9	1,3	0,3	0,2	0,2	1,6	0,3	2,4	0,6	0,0
26 Fabricación otros prod. minerales no metal	1,2	1,4	0,0	0,1	0,0	0,2	0,4	31,8	0,2	0,0	0,2
27 Metalurgia	24,3	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0
28 Fabricación prod. metálicos excepto máquina	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	1,3	0,0	0,0
29 Ind. Construc. Maquinaria y equip. mecáni.	0,0	0,0	0,1	0,0	1,3	0,0	0,0	1,4	0,0	0,0	0,0
30 Fabric. máquinas oficina y equip. informático	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
31 Fabric. maquinaria y mater. eléctrico	2,6	0,3	0,1	0,1	0,1	0,0	1,1	0,1	0,5	0,0	0,1
32 Fabric. material electrónico, fabric. equip.	9,2	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0
33 Fabric. equipo e instrum. médico-quirúrgico	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
34 Fabric. vehículos motor y componentes	10,7	0,4	10,4	0,7	1,0	0,2	5,3	2,3	15,9	2,2	11,1
35 Fabric. otro material de transporte	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
36 Fabric. muebles, otras industrias manufactura	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
40 Produc. y distrib. energía eléctrica, gas	0,0	8,1	18,8	9,4	10,5	3,4	2,3	6,5	7,4	25,2	5,4
41 Captación, depuración y distrib. agua	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,1	0,0	1,7
45 Construcción	0,0	0,6	0,1	6,9	0,1	0,3	4,8	1,0	4,7	7,4	10,4
50 Venta, mantenimiento y rep. vehículos motor	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	1,2	0,1	0,0
51 Comercio mayor e intermed. comercio	0,4	0,4	2,4	0,6	7,5	0,0	0,4	0,6	4,0	1,3	1,1
52 Comercio por menor excepto vehículos motor	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,1	1,2	1,5	3,9	2,6	3,3
55 Hostelería	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,2	0,0	0,5	0,0
60 Transporte terrestre; transporte por tubería	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0
61 Transporte marítimo, cabotaje y naveg. int.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,5	0,0	0,6	0,9
63 Actividades anexas a los transportes	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,4	0,3	0,4	0,0
64 Telecomunicaciones	0,0	68,6	42,7	54,6	64,6	50,9	47,0	15,7	4,0	0,0	1,8
65 Banca y otros interm. financieros	28,8	4,2	15,5	25,8	8,2	39,3	12,5	34,0	16,5	33,6	27,2
66 Seguros y planes de pensiones, exc. Seg. Soc.	0,6	0,6	2,5	0,6	1,1	0,0	3,5	0,1	5,8	4,6	8,2
67 Activid. aux. a la intermediación financiera	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,1	0,0	0,0	0,0
70 Actividades inmobiliarias	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
72 Actividades informáticas	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2	0,2	0,2	1,0	1,5	0,2
73 Investigación y desarrollo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
74 Otras actividades empresariales	1,9	4,8	4,5	0,0	0,2	4,3	0,1	0,3	1,1	1,1	0,1
80 Educación	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
85 Activid. sanitarias y veterinarias, serv. s	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
90 Actividades de saneamiento público	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
92 Activid. recreativas, culturales y deportivas	0,0	0,0	0,2	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	9,2	0,2

Fuente: www.datainvex.comercio.es



CUADRO 3.5.
 INVERSIÓN EXTRANJERA EN ESPAÑA (IED RECIBIDA). RANKING POR PAÍSES EN 2005
 (Miles de euros)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL MUNDIAL	5.393.110	5.472.366	5.787.560	8.803.260	10.678.407	25.911.023	15.600.148	11.502.428	9.602.457	8.799.735	13.417.560
Francia.....	607.551	909.522	812.461	1.374.321	966.382	1.167.770	2.691.965	1.507.959	730.307	1.555.854	6.472.828
EEUU.....	523.983	609.565	521.601	808.221	909.373	863.235	1.021.465	782.962	1.293.602	1.788.707	1.421.441
Reino Unido.....	460.201	500.490	448.035	583.570	2.986.415	15.698.858	1.739.878	1.623.771	2.417.757	1.235.047	1.113.412
Alemania.....	246.872	354.104	456.785	715.654	716.541	737.164	807.488	2.317.748	619.816	332.666	893.261
Países Bajos.....	2.085.524	1.471.047	1.483.142	1.861.998	1.874.868	2.153.886	2.486.013	798.518	636.501	867.335	673.173
México.....	8.365	13.623	46.927	34.510	50.493	83.695	1.851.859	212.607	191.674	156.116	652.367
Portugal.....	89.529	161.963	87.109	518.304	214.617	1.388.966	1.244.921	510.980	144.441	985.827	385.535
Italia.....	323.028	370.649	184.698	646.744	818.373	482.937	1.341.553	554.383	1.293.732	259.579	224.144
Luxemburgo.....	126.743	109.330	906.490	508.285	873.005	906.381	531.512	165.312	626.050	82.999	187.999
Japón.....	40.380	248.244	32.320	201.131	28.759	88.817	46.602	102.389	20.902	48.663	187.277
Suiza.....	301.910	209.954	260.390	280.765	244.168	1.053.686	339.442	499.657	202.930	147.973	156.043
Finlandia.....	13.976	2.283	1.913	960	15.760	46.692	424	30.685	2.662	9.199	137.270
Israel.....	1.748	562	6.957	61	1.692	8.600	6.269	212	50.289	23.435	76.232
Canadá.....	10.245	5.814	37.998	11.186	66.370	60.560	40.977	69.345	57.742	144.534	74.911
Bélgica.....	87.977	101.338	88.699	487.928	152.998	350.133	203.472	246.348	113.632	105.495	55.265
Andorra.....	20.837	15.031	21.228	17.977	16.682	30.610	11.290	34.749	19.591	30.552	48.955
Rusia.....	5.231	3.151	4.831	3.862	5.016	3.272	3.145	3.602	7.059	5.772	42.871
Belice.....	990	14.445	16.375	12.592	11.916	6.505	7.590	18.676	22.541	17.930	41.806
Venezuela.....	9.308	11.209	8.848	9.553	6.453	10.221	4.259	11.108	15.110	10.971	40.316
Panamá.....	54.529	18.802	29.885	96.298	24.508	27.182	61.158	20.729	40.458	18.666	32.545
Islas Caimán.....	771	7.545	772	76	5.588	415	2.995	1.614	1.310	4.197	32.245
Jersey.....	0	-	-	-	151	736	12.119	8.761	31.078	12.053	31.656
Islas Vírgenes U. K.....	17.796	11.665	15.922	11.127	25.343	35.388	25.001	23.778	22.727	24.316	26.952
Arabia Saudita.....	138	2.377	3.785	1.212	136	2.152	8.621	13.983	18.429	16.252	20.162
Suecia.....	50.541	50.058	48.915	155.715	119.997	178.400	60.125	164.289	432.706	95.427	19.009
Dinamarca.....	22.324	46.575	11.806	3.400	79.320	82.445	43.232	418.541	25.327	6.855	18.891
Uruguay.....	5.320	5.634	16.173	19.249	15.667	28.762	20.976	52.497	12.970	26.937	18.721
Liechtenstein.....	26.782	25.965	44.243	28.345	14.223	15.101	20.163	23.437	18.454	13.577	16.135
Gibraltar.....	12.271	8.359	24.557	17.284	20.879	12.000	95.653	21.206	20.752	34.517	11.808
Costa Rica.....	11.919	10.697	5.870	3.896	8.519	5.001	18.798	18.441	17.203	46.288	11.244
Argelia.....	106	1.303	418	621	169	44.496	359	1.303	2.060	1.418	10.801
Argentina.....	25.452	1.996	5.943	16.452	11.218	34.431	5.640	15.933	10.817	7.556	8.577
Austria.....	21.496	9.816	12.869	15.877	27.325	12.331	26.891	7.052	24.445	43.130	8.396
Irlanda.....	72.216	50.378	68.787	60.177	36.971	28.680	19.736	56.456	14.525	81.133	8.024
Guernesey.....	14.374	18.718	4.469	21.900	19.306	23.836	21.282	15.707	2.006	7.418	7.952
Noruega.....	5.418	15.697	5.638	3.543	6.225	4.833	19.359	12.974	20.474	8.555	7.667
Australia.....	150	269	172	39.163	11.532	13.250	5.230	429.687	52	19.947	6.612
Hong Kong.....	2.413	743	141	237	7.641	2.259	348	3.515	1.369	5.078	6.534
Rép. Dominicana.....	733	208	288	115	5.007	1.035	4.652	5.643	17.872	18.129	6.527
Egipto.....	9	2	696	178	5	1.082	21	6	309	23	6.427
Brasil.....	4.282	4.529	782	563	2.779	9.745	12.057	2.157	5.310	1.602	5.095
Mónaco.....	2.808	13.718	2.977	38.803	5.165	5.725	2.808	3.317	549	1.423	5.061

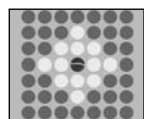


CUADRO 3.6.
 INVERSIÓN EXTRANJERA EN ESPAÑA (IED RECIBIDA). RANKING POR PAÍSES EN 2005
 (Porcentaje sobre el total)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL MUNDIAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Francia.....	11,3	16,6	14,0	15,6	9,0	4,5	17,3	13,1	7,6	17,7	48,2
EEUU.....	9,7	11,1	9,0	9,2	8,5	3,3	6,5	6,8	13,5	20,3	10,6
Reino Unido.....	8,5	9,1	7,7	6,6	28,0	60,6	11,2	14,1	25,2	14,0	8,3
Alemania.....	4,6	6,5	7,9	8,1	6,7	2,8	5,2	20,2	6,5	3,8	6,7
Países Bajos.....	38,7	26,9	25,6	21,2	17,6	8,3	15,9	6,9	6,6	9,9	5,0
México.....	0,2	0,2	0,8	0,4	0,5	0,3	11,9	1,8	2,0	1,8	4,9
Portugal.....	1,7	3,0	1,5	5,9	2,0	5,4	8,0	4,4	1,5	11,2	2,9
Italia.....	6,0	6,8	3,2	7,3	7,7	1,9	8,6	4,8	13,5	2,9	1,7
Luxemburgo.....	2,4	2,0	15,7	5,8	8,2	3,5	3,4	1,4	6,5	0,9	1,4
Japón.....	0,7	4,5	0,6	2,3	0,3	0,3	0,3	0,9	0,2	0,6	1,4
Suiza.....	5,6	3,8	4,5	3,2	2,3	4,1	2,2	4,3	2,1	1,7	1,2
Finlandia.....	0,3	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,0	0,3	0,0	0,1	1,0
Israel.....	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,3	0,6
Canadá.....	0,2	0,1	0,7	0,1	0,6	0,2	0,3	0,6	0,6	1,6	0,6
Bélgica.....	1,6	1,9	1,5	5,5	1,4	1,4	1,3	2,1	1,2	1,2	0,4
Andorra.....	0,4	0,3	0,4	0,2	0,2	0,1	0,1	0,3	0,2	0,3	0,4
Rusia.....	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,3
Belize.....	0,0	0,3	0,3	0,1	0,1	0,0	0,0	0,2	0,2	0,2	0,3
Venezuela.....	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,2	0,1	0,3
Panamá.....	1,0	0,3	0,5	1,1	0,2	0,1	0,4	0,2	0,4	0,2	0,2
Islas Caimán.....	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
Jersey.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,3	0,1	0,2
Islas Vírgenes U. K.....	0,3	0,2	0,3	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2
Arabia Saudita.....	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2
Suecia.....	0,9	0,9	0,8	1,8	1,1	0,7	0,4	1,4	4,5	1,1	0,1
Dinamarca.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Uruguay.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Liechtenstein.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gibraltar.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Costa Rica.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Argelia.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Argentina.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Austria.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Irlanda.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Guernesey.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Noruega.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Australia.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Hong Kong.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rép. Dominicana.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Egipto.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Brasil.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mónaco.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

* Inversión bruta sin ETVE

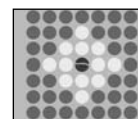
Fuente: www.datainvex.comercio.es



CUADRO 3.7.
INVERSIÓN BRASILEÑA EN ESPAÑA (IED RECIBIDA). CLASIFICACIÓN POR SECTORES
(Miles de euros)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL SECTORES.....	4.281,9	4.529,5	782,4	563,2	2.779,4	9.744,7	12.057,0	2.157,5	5.309,7	1.601,8	5.095,4
01 Agricultura, ganadería, caza	1,2	-	-	1,5	-	-	-	-	-	-	3,0
05 Pesca y acuicultura	-	-	-	-	-	-	-	3,0	-	-	-
11 Extracción crudos petróleo y gas natural.....	-	-	2,7	-	-	-	-	-	60,0	-	-
14 Extracción minerales no metálicos ni energéticos	-	-	-	-	-	-	2,4	-	-	-	-
15 Industria de produc. alimenticios y bebidas	-	2,4	-	52,9	46,6	57,1	-	-	-	59,4	-
16 Industria del tabaco	-	-	-	-	-	-	-	-	59,9	-	-
17 Industria textil	341,4	1,8	2,4	0,8	2,4	3,0	2,7	0,3	2,1	-	3,0
18 Industria de confección y de peletería	2,9	-	-	-	-	-	-	3,0	-	-	-
22 Edición, artes gráficas y reproducción. Soportes.....	-	-	-	-	-	-	1,0	-	3,1	-	5,0
24 Industria química	-	-	3,0	-	-	-	1,6	-	-	-	-
25 Fabricación productos cauchos y plástico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	200,0
26 Fabricación otros prod. minerales no meta.....	-	-	-	-	-	-	2,3	-	-	-	-
27 Metalurgia.....	-	-	-	-	-	-	-	66,0	-	-	-
28 Fabricación prod. metálicos excepto máquina.....	-	-	2,7	-	-	-	-	-	-	-	-
29 Ind. Construc. Maquinaria y equip. mecáni.....	-	150,3	-	-	-	-	-	-	-	3,0	-
31 Fabric. maquinaria y mater. eléctrico	10,0	-	-	-	-	-	0,8	-	-	-	-
32 Fabric. material electrónico, fabric. equip.	3,0	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-
36 Fabric. muebles, otras industrias manufact.	3,0	-	-	-	-	-	-	1,0	2,5	-	95,0
37 Reciclaje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54,9	-
4 Construcción.....	3.024,6	2,9	3,0	-	437,9	3,0	3,0	61,3	3,3	13,9	2.494,5
50 Venta, mantenimiento y rep. vehículos motor	38,5	2,9	3,0	138,2	12,0	-	-	11,7	-	26,3	6,2
51 Comercio mayor e intermed. comercio	10,1	36,4	599,5	42,3	1.406,2	274,8	4.231,3	77,7	854,3	462,3	432,4
52 Comercio por menor excepto vehículos motor	84,7	4.039,0	5,3	96,2	443,9	3.549,5	318,6	0,8	-	3,0	3,1
55 Hostelería	1,5	195,9	124,6	7,2	9,1	262,6	4.283,0	1,0	816,5	1,2	100,0
60 Transporte terrestre; transporte por tubería.....	-	-	-	-	-	-	360,6	-	-	-	84,4
63 Actividades anexas a los transportes.....	-	-	-	-	-	-	-	3,0	-	-	-
64 Telecomunicaciones	-	-	-	-	-	3,3	-	6,0	-	-	640,6
65 Banca y otros interm. financieros	-	-	-	-	-	-	0,0	-	-	-	3,0
67 Activid. aux. a la intermediación financiera.....	-	-	-	-	301,0	-	-	-	-	-	3,0
70 Actividades inmobiliarias	60,4	49,9	14,7	204,3	38,4	49,0	162,0	200,6	3.402,5	944,9	1.006,0
71 Alquiler maquinaria y equip. sin operarios.....	-	-	-	-	15,0	3,6	-	1,5	-	-	-
72 Actividades informáticas.....	18,2	12,0	3,0	-	-	4.788,6	1.394,0	693,8	8,0	6,1	-
73 Investigación y desarrollo	-	-	-	-	-	-	-	1,5	-	-	-
74 Otra actividades empresariales.....	679,4	34,6	7,9	2,2	66,5	747,2	1.260,9	25,0	12,6	10,6	10,8
80 Educación	-	-	-	17,7	-	-	-	-	-	-	-
85 Activid. sanitarias y veterinarias, serv. s.....	3,0	-	6,0	-	-	-	-	-	-	-	-
91 Actividades asociativas	-	-	-	-	-	-	-	0,3	-	-	-
92 Activid. recreativas, culturales y deportivas	-	-	1,8	-	0,4	3,0	32,9	1.000,0	85,0	1,2	1,5
93 Activid. diversad de servicios personales	0,0	1,5	2,9	-	0,2	-	-	-	-	14,5	4,0

Fuente: www.datainvox.comercio.es

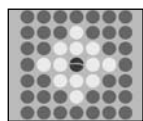


MONOGRÁFICO
SECCIÓN
ESTADÍSTICA

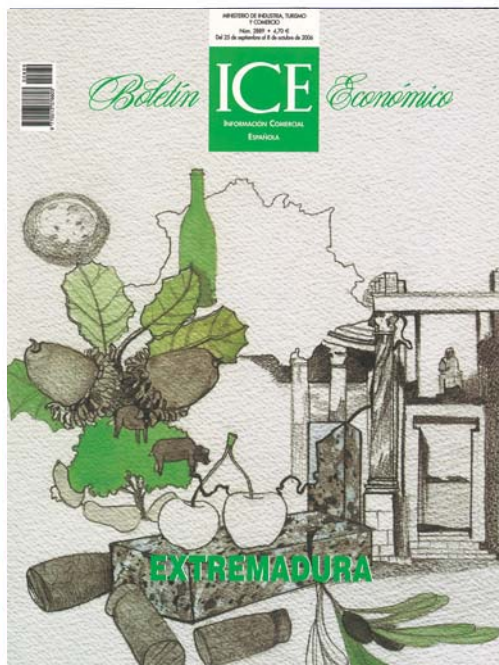
CUADRO 3.8.
 INVERSIÓN BRASILEÑA EN ESPAÑA (IED RECIBIDA). CLASIFICACIÓN POR SECTORES
 (Porcentaje sobre el total)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
TOTAL SECTORES.....	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
01 Agricultura, ganadería, caza	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
05 Pesca y acuicultura	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
11 Extracción crudos petróleo y gas natural	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0
14 Extracción minerales no metálicos ni energéticos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
15 Industria de produc. alimenticios y bebidas	0,0	0,1	0,0	9,4	1,7	0,6	0,0	0,0	0,0	3,7	0,0
16 Industria del tabaco	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0
17 Industria textil	8,0	0,0	0,3	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
18 Industria de confección y de peletería	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
22 Edición, artes gráficas y reproducción. Soportes.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
24 Industria química	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
25 Fabricación productos caucho y plástico	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,9
26 Fabricación otros prod. minerales no meta.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
27 Metalurgia.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,1	0,0	0,0	0,0
28 Fabricación prod. metálicos excepto máquina.....	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
29 Ind. Construc. Maquinaria y equip. mecáni.....	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0
31 Fabric. maquinaria y mater. eléctrico	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
32 Fabric. material electrónico, fabric. equip.	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
36 Fabric. muebles, otras industrias manufactu.	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,9
37 Reciclaje.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,4	0,0
4 Construcción.....	70,6	0,1	0,4	0,0	15,8	0,0	0,0	2,8	0,1	0,9	49,0
50 Venta, mantenimiento y rep. vehículos motor.....	0,9	0,1	0,4	24,5	0,4	0,0	0,0	0,5	0,0	1,6	0,1
51 Comercio mayor e intermed. comercio	0,2	0,8	76,6	7,5	50,6	2,8	35,1	3,6	16,1	28,9	8,5
52 Comercio por menor excepto vehículos motor	2,0	89,2	0,7	17,1	16,0	36,4	2,6	0,0	0,0	0,2	0,1
55 Hostelería	0,0	4,3	15,9	1,3	0,3	2,7	35,5	0,0	15,4	0,1	2,0
60 Transporte terrestre; transporte por tubería.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,0	0,0	0,0	0,0	1,7
63 Actividades anexas a los transportes.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
64 Telecomunicaciones	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	12,6
65 Banca y otros interm. financieros.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
67 Activid. aux. a la intermediación financiera.....	0,0	0,0	0,0	0,0	10,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
70 Actividades inmobiliarias	1,4	1,1	1,9	36,3	1,4	0,5	1,3	9,3	64,1	59,0	19,7
71 Alquiler maquinaria y equip. sin operarios	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
72 Actividades informáticas.....	0,4	0,3	0,4	0,0	0,0	49,1	11,6	32,2	0,2	0,4	0,0
73 Investigación y desarrollo.....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
74 Otra actividades empresariales.....	15,9	0,8	1,0	0,4	2,4	7,7	10,5	1,2	0,2	0,7	0,2
80 Educación.....	0,0	0,0	0,0	3,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
85 Activid. sanitarias y veterinarias, serv. s	0,1	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
91 Actividades asociativas	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
92 Activid. recreativas, culturales y deportivas	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,3	46,4	1,6	0,1	0,0
93 Activid. diversas de servicios personales.....	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9	0,1

Fuente: www.datainvox.comercio.es



ÚLTIMOS MONOGRÁFICOS PUBLICADOS



Información:
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
Paseo de la Castellana, 162-Vestíbulo
28071 Madrid
Teléf. 91 349 36 47

