

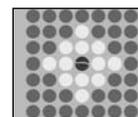
Brasil: Plan Integral de Desarrollo de Mercado

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.

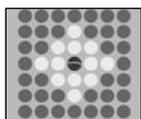
Por otra parte, el gobierno actual ha priorizado el crecimiento de la inversión en el país como medio más eficaz de reducir las grandes carencias que estrangulan el crecimiento de la economía, incrementando los recursos dedicados a infraestructuras de transportes, saneamiento básico, medio ambiente y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



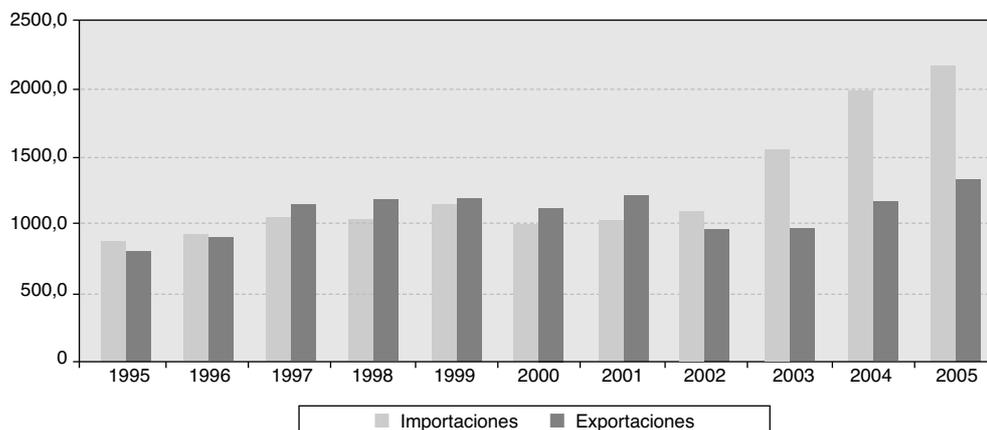
MONOGRÁFICO

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)



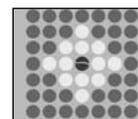
Fuente: Ministerio do Desenvolvimento, Industria e Comercio.

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-



MONOGRÁFICO

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

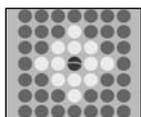
Como se ha señalado, el objetivo primordial es el de incrementar la presencia de nuestras empresas en Brasil, cooperando así al desarrollo y modernización de la economía brasileña, y participando en una economía con grandes posibilidades de crecimiento.

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

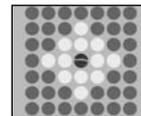
Caracterizándose todo mercado por una regulación determinada, el poder adaptar su producto o incluso su forma de producir a una regulación muy distinta constituye una de las tareas más complejas para cualquier empresa que pretenda internacionalizarse. Casi todos los productos necesitan cumplir unas determinadas 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.

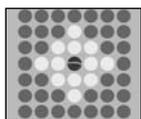
El uso del Fondo de Estudios de Viabilidad puede actuar como catalizador para la oferta española en determinados proyectos. Como consecuencia, se está potenciando el uso de la línea FEV en el sector del turismo y en el sector de las

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.

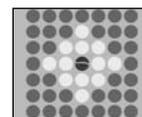
Por otra parte, Brasil se constituye como objetivo prioritario de COFIDES, entidad que se ocupa mediante los fondos FIEY y FONPYME de tomar participaciones temporales en proyectos empresariales, complementándose esta labor con los fondos disponibles en el ICO en su línea de internacionalización.

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.

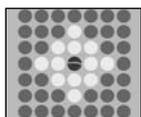
También sigue siendo importante la labor en el área de la formación, en la que se da un impulso al programa de becarios, como forma de crear un grupo cada vez mayor de expertos en el mercado brasileño. Tampoco hay que olvidar la celebración de Jornadas y Seminarios sobre Brasil, localizadas en aquellas 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.

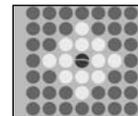
En cuanto a las acciones previstas en el Plan Cameral 2006 para el mercado brasileño, cabe reseñar 21 Misiones Directas, 3 Misiones Inversas, 2 Misiones-Exposición, 7 Encuentros de Cooperación Empresarial, 1 Encuentro de Promoción Comercial y 1 Visita a Feria. En total, son 35 acciones, impulsadas por 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



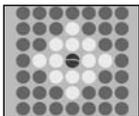
MONOGRÁFICO

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