



BRASIL: UNA APUESTA ESTRATEGICA PARA LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS





Los mercados prioritarios para la internacionalización de las empresas españolas

La política de internacionalización diseña estrategias de internacionalización en mercados exteriores con alto potencial para las empresas españolas

La clasificación mercados exteriores con alto

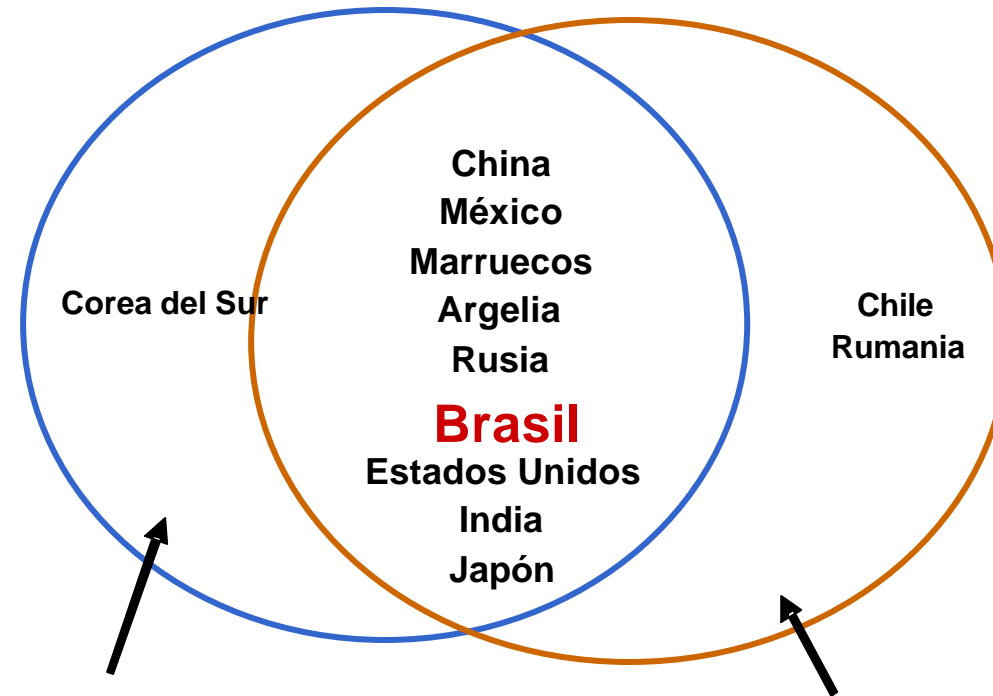
potencial se realiza a partir de la elaboración de un mapa de situación con los 93 países que tienen cifras significativas de comercio con España y conforme a 3 indicadores cuantitativos:

- **Atractivo País**, que toma en cuenta 11 indicadores divididos en 5 grupos
- **Fuerza competidora**, que toma en cuenta 6 indicadores divididos en cuatro grupos
- **Posición inversora** que tiene en cuenta 6 indicadores en divididos en 5 grupos.





Los mercados prioritarios para la internacionalización de las empresas españolas



Mercados de alto potencial para la
Exportación

Mercados de alto potencial para la
Inversión





BRASIL UN MERCADO PRIORITARIO PARA ESPAÑA

- ➔ **Por la dimensión de mercado y expectativas de crecimiento rápido con importante potencial de crecimiento a medio y largo plazo.**
 - 40% de PIB de Sudamérica y 180 millones de habitantes.
- ➔ **Por su gran potencial como importador y como puerta de entrada en Iberoamérica.**
 - cuota del 1% del comercio mundial de exportaciones
 - cuota del 0,7% del comercio mundial de importaciones
- ➔ **Por la existencia de estrechas relaciones de cooperación bilateral en el marco del plan de asociación estratégica Brasil-España de noviembre de 2003**
- ➔ **Por la excelente imagen de España en Brasil como consecuencia de nuestra presencia inversora.**

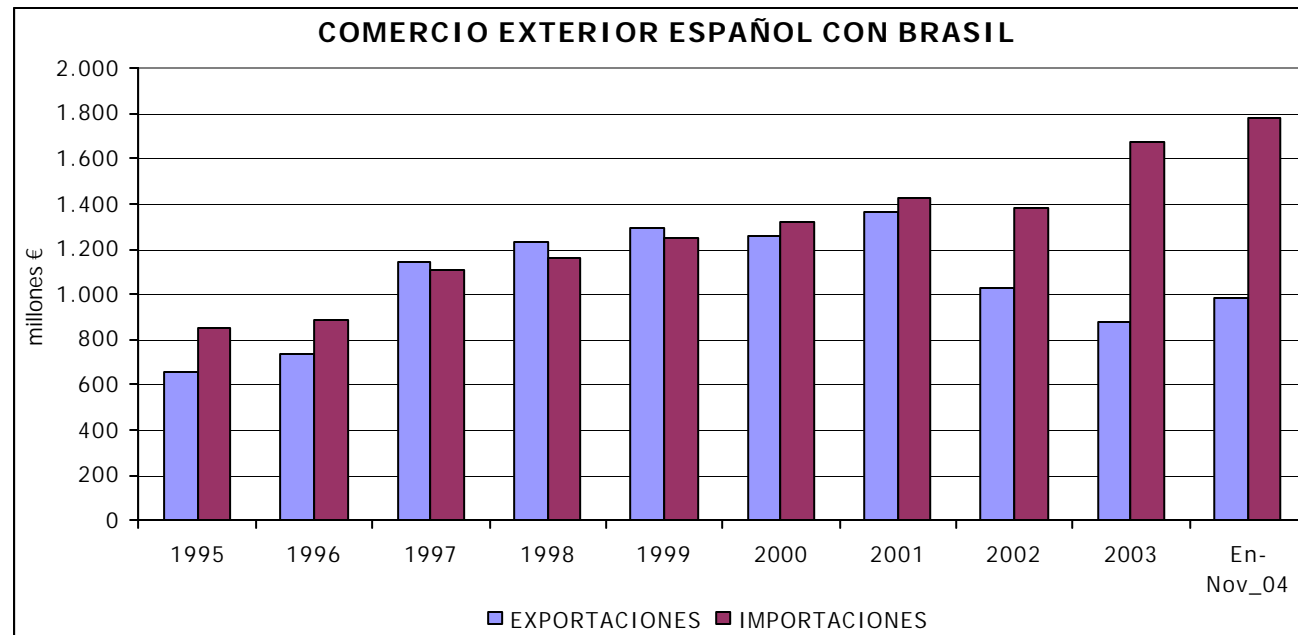




ESPAÑA EN BRASIL: EL COMERCIO

Saldo comercial favorable a Brasil (797 Mill € en 2003)

- Brasil es el segundo socio comercial de España en Iberoamérica, después de México
- Las exportaciones alcanzan en el 2003 aproximadamente 1.000 millones de dólares
- Nuestra cuota de mercado se sitúa en ese último año en el 2,02% de la importación total brasileña,
- España es el duodécimo proveedor de Brasil



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

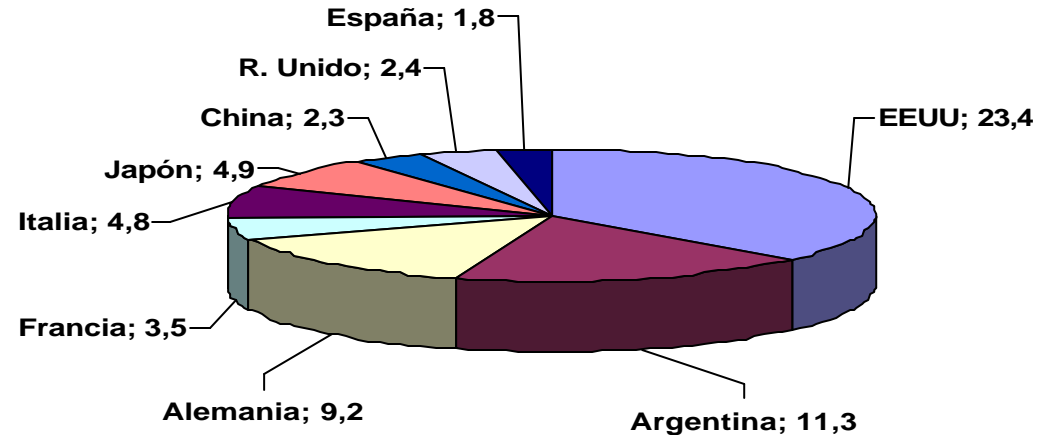




ESPAÑA EN BRASIL: EL COMERCIO

- Nuestra cuota de mercado se sitúa en 2004 en el 1.9% de la importación total brasileña
- España es el duodécimo proveedor de Brasil

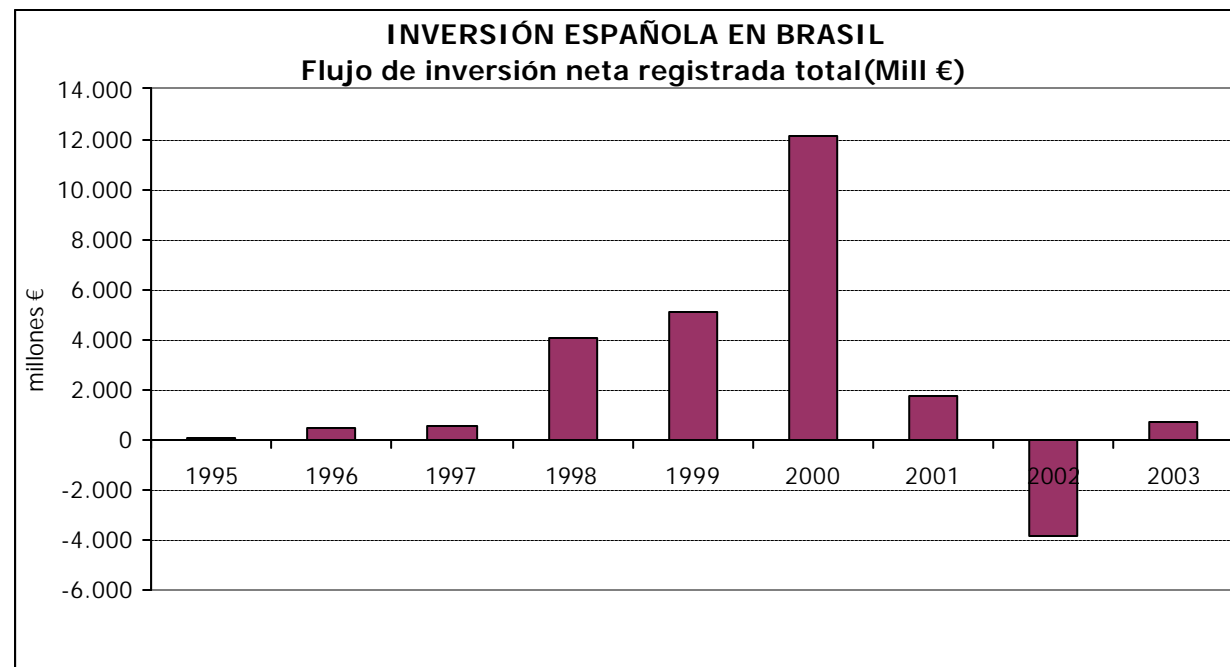
CUOTA PROMEDIO DE PROVEEDORES EN BRASIL 1992-2004





ESPAÑA EN BRASIL: LA INVERSIÓN

- ➔ España, segundo país con mayor stock acumulado de inversión en Brasil
- ➔ Hasta el año 1996 la inversión española era casi insignificante
- ➔ En 1998 y 2000, España fue el mayor inversor en el país, representando el 22% y el 29% respectivamente de la inversión total recibida por Brasil en esos años.
- ➔ En 2002 y 2003 las inversiones españolas en Brasil han disminuido notablemente, aunque se recuperan en el 2004



Fuente: Registro de Inversiones Exteriores





La presencia empresarial española en Brasil

Oportunidades

- Positiva evolución prevista para la economía brasileña
- Fuertes inversiones públicas y en PPP's previstas para los próximos años,
- Acuerdo UE-MERCOSUR
- Efectos de arrastre de las grandes inversiones españolas sobre las Pymes,
- Importantes instrumentos de promoción (ICEX) y financiación en el marco del plan.

Fortalezas

- Fuerte volumen acumulado de inversión,
- Favorable imagen de las empresas españolas,
- Experiencia en empresas conjuntas con Brasil,
- Favorable marco institucional bilateral.





Oportunidad de comercio e inversiones con Brasil

- ◆ Energía
- ◆ Construcción y Gestión de Infraestructuras
- ◆ Saneamiento y Medio Ambiente
- ◆ Equipos de Transporte y Componentes
- ◆ Electrónica, Informática y Sociedad de la Información
- ◆ Maquina Herramienta
- ◆ Maquinaria Agrícola, Textil y para trabajar la madera
- ◆ Editorial y Servicios Educativos
- ◆ Bienes de Consumo Duraderos
- ◆ Textil y Confección
- ◆ Productos agroalimentarios
- ◆ Productos Cosméticos
- ◆ Servicios Empresariales





Objetivos.

1. Crear marco de cooperación estable y con mecanismos de revisión y seguimiento de acciones emprendidas.
2. Fomentar establecimiento de empresas españolas en Brasil y mejorar la situación competitiva de las ya implantadas: promover “efecto arrastre” orientado fundamentalmente a PYMES.





Líneas de actuación

- 1) Institucional
- 2) Acceso al mercado
- 3) Apoyo financiero
- 4) Información y formación
- 5) Promoción e Imagen
- 6) Apoyo a la Inversión
- 7) Promoción del turismo





- * Visitas y contactos de autoridades:
mantener diálogo fluido**
- * Creación e impulso de foros de encuentro a
nivel empresarial**
- * Optimizar el marco de cooperación bilateral**





ACCESO AL MERCADO. ELIMINACIÓN DE OBSTÁCULOS

- * **Impulso al acuerdo UE-MERCOSUR y UE-Brasil.**
- * **Detección y seguimiento de barreras comerciales.**
- * **Promover soluciones amistosas previas a cualquier vía multilateral.**
- * **Ampliación y reforzamiento del programa “Línea Abierta” con la CEOE.**





* Programas financiero bilateral.

- Línea FAD para empresas españolas que se presenten a licitaciones internacionales lanzadas por el Gobierno brasileño.
- Línea de créditos desligados, para grandes proyectos

* Cofinanciación de proyectos con IFI'S.

- impulso de la participación de empresas españolas en proyectos con financiación multilateral.





* Acciones de Información.

- Lanzamiento de portal inverso en portugués en el segundo semestre de 2005, dirigido al mercado brasileño.

* Acciones de formación.

- Programa de Becas de Internacionalización.





- * **Reforzar la presencia de las empresas españolas en Brasil.**
 - Incremento actividades de promoción.
 - Potenciación de los Planes de Implantación Comercial en el exterior y mejora de las condiciones de financiación.
- * **Potenciar actividades en sectores prioritarios.**
 - Brasil es uno de los países prioritarios del Plan de la Innovación Tecnológica.
- * **Potenciar imagen de los productos españoles.**
 - Promoción productos agroalimentarios de calidad dirigida a segmento alto mercado.
 - Promoción sectores con alto valor añadido (Moda, Hábitat, Español, Turismo).
- * **Acciones de promoción comercial de carácter sectorial.**





- Negociar un Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRI) con Brasil.
- Línea FLEX (COFIDES) para inversiones específica para Brasil.
- Programa de Apoyo a los Viajes de Prospección de Inversiones (PROSPINVER).
- Programa de Identificación, difusión y apoyo a Nuevas Iniciativas de Inversión y Cooperación Empresarial en el Exterior (PIDINVER).





- Concentración regional y sociodemográfica de acciones promocionales y de comercialización.
- Trabajar preferentemente con medios de comunicación y creadores de opinión.
- Promover la capacidad aérea hacia Brasil.





MUCHAS GRACIAS



Más información

www.mcx.es/

www.icex.es/

