



Destino: Brasil

Asignación internacional del talento en las empresas españolas



ISBN: 978-84-86851-44-0
D.L.: B-17776-2012

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual.

Destino: Brasil

Asignación internacional del talento en las empresas españolas

Destino: Brasil

Asignación internacional del talento en las empresas españolas

José Ramón Pin, Profesor Ordinario y Director Académico del IRCO, IESE

Pilar García Lombardía, Investigadora Asociada, IESE

Ángela Gallifa, Gerente en IRCO, IESE

Entidad colaboradora

ERES Relocation Services:

José Antonio de Ros, Presidente

Mayo de 2012

Agradecimientos:

Queremos reconocer especialmente a las personas que han contribuido de forma notable a la realización de este informe: Antonio del Corro, Director de la Cámara de Comercio Brasil-España, y Elena Casares, Directora Madrid de ERES Relocation Services.

Índice

Introducción	7
1. Brasil, más que un BRIC	9
1.1. Características geográficas y sociodemográficas.....	9
1.2. Entorno económico.....	11
2. Perspectivas y oportunidades para España	13
2.1. Sectores de mayor potencial.....	13
2.2. Presencia española en Brasil.....	14
2.3. Marco institucional.....	15
3. Expatriados españoles en Brasil: vida y entorno profesional	17
3.1. Coste y calidad de vida en Brasil.....	17
3.2. Valores y estilo profesional: trabajar en Brasil.....	20
3.3. El efecto <i>aspiradora</i> en Brasil.....	21
4. Aspectos formales de la expatriación a Brasil	23
5. La visión de los expatriados	25
Conclusiones	29
Anexo 1: Listado de las principales empresas españolas en Brasil	31
Anexo 2: Enlaces de interés	35

Introducción

Un proceso de asignación internacional puede resultar muy beneficioso para la empresa y para la persona asignada, aunque, sin duda, el coste también y los posibles riesgos suelen ser elevados. Antes de iniciar este proceso, por tanto, es indispensable analizar de manera exhaustiva lo que implica el trabajo, las razones estratégicas para la asignación, las condiciones de vida y el entorno cultural y social que se va a encontrar el empleado y los posibles beneficios tanto para la empresa como para la persona que se desplaza. Las conclusiones de este análisis deberían tener su reflejo en las condiciones pactadas para la expatriación.

El presente informe analiza el caso concreto de Brasil, apuntando los principales aspectos que deberían tenerse en cuenta a la hora de diseñar una estrategia de asignación internacional al país y las políticas asociadas a ella. La irrupción de Brasil como protagonista del ámbito económico y empresarial global ha sido uno de los fenómenos más interesantes de las últimas décadas. Sus gigantescas proporciones, tanto en extensión geográfica (quinto mayor país del mundo) como en población (190 millones de habitantes), así como su extraordinaria riqueza en materias primas, hacen de Brasil un mercado en pleno crecimiento y con un potencial indudable. Fronterizo con prácticamente todos los países de América Latina, su situación estratégica como plataforma de entrada al mercado latinoamericano es innegable.

Sin embargo, España y Brasil permanecieron prácticamente de espaldas el uno respecto al otro hasta fechas recientes –al menos, desde el punto de vista comercial y de inversión–: fue la celebración de *Expo96* en 1996 el acontecimiento que, por decirlo así, introdujo a Brasil en los planes estratégicos de los empresarios españoles. Desde entonces, y con diferentes grados de intensidad, las relaciones bilaterales y de negocios entre ambos países han sido estrechas y la mayor parte de las empresas españolas del IBEX 35 están presentes en el gigante americano.

Desde una perspectiva estratégica, por tanto, Brasil es un país lleno de oportunidades y retos para las empresas españolas, aunque existen también ciertas dificultades, derivadas especialmente de barreras administrativas y de otro tipo que dificultan en ocasiones la inversión. Las siguientes páginas, sin pretender un análisis exhaustivo de la cuestión, plantean un panorama general de tales cuestiones, incidiendo en los sectores de mayor potencial para el sector empresarial español.

Pero todo proceso de asignación internacional, además de los aspectos estratégicos y de negocio, debe considerar cuestiones referidas a la persona que se desplaza: estilos de vida, cambios que deberá enfrentar el expatriado, coste de la vida, etc. La gestión internacional de los recursos humanos de una empresa debe tener muy en cuenta los factores motivacionales a la hora de diseñar una política de movilidad internacional. La motivación extrínseca, relacionada con beneficios salariales, avance en la carrera internacional y otro tipo de mejoras son, sin duda, relevantes, pero utilizar solo estas palancas resulta, cuanto menos, caro para la empresa.

Los profesionales que deciden aceptar una oferta de movilidad internacional lo hacen, además de por estas razones de tipo extrínseco, por otra buena razón: el aprendizaje, vivir una experiencia internacional. Este otro tipo de motivación, la motivación intrínseca, debe ser tenida muy en cuenta por la organización. Países como Brasil ofrecen, sin duda, una buena oportunidad para el desarrollo personal y profesional. En la actualidad, el país americano está viviendo un

sobrecalentamiento de talento directivo: hacen falta más directivos de los que el país es capaz de producir, por lo que la presencia de profesionales extranjeros comienza a ser frecuente. Sin duda, esta situación genera un clima de diversidad y riqueza que pueden hacer de esta experiencia un verdadero motor para el desarrollo profesional.

El informe *Destino: Brasil* se ha estructurado a partir de las cuestiones mencionadas. El objetivo no es tanto realizar un exhaustivo análisis de cada uno de estos temas, sino presentar una imagen general, una hoja de ruta de utilidad para aquellas empresas que se estén planteando llevar a cabo un proceso de asignación internacional a Brasil y también para aquellos directivos que hayan recibido o esperen recibir ofertas en este sentido. El documento aporta, en su Anexo 2, un listado completo de diversas publicaciones y organismos de diverso tipo, especializados en Brasil, a los que recurrir para profundizar en aspectos concretos.

1. Brasil, más que un BRIC¹

Brasil, Rusia, India y China son países que tienen en común una gran población (China e India por encima de los mil cien millones, Rusia por encima de los 200 millones) y un enorme territorio (casi 38,5 millones de kilómetros cuadrados), lo que les proporciona dimensiones estratégicas continentales y una gigantesca cantidad de recursos naturales. Las cifras de crecimiento de su PIB y de participación en el comercio mundial en los últimos años los han convertido en países atractivos como destino de inversiones.

Respecto a Brasil, los expertos están de acuerdo en que el país está entrando en su mejor década desde 1960.² No solo presenta buenos datos de crecimiento, sino que, además, tendrá la oportunidad de mostrarse ante el mundo con la organización del Mundial de Fútbol 2014 y los Juegos Olímpicos de 2016. No obstante, aparecen en el horizonte importantes retos para el país:

- Reducir el papel del Estado;
- Mejorar los indicadores relacionados con la educación;
- Mejorar las infraestructuras;
- Reducir las desigualdades sociales.

Brasil también debe enfrentar reformas en los ámbitos laboral y fiscal, dirigidas a corregir las rigideces existentes, impulsando un mayor crecimiento sostenible.

1.1. Características geográficas y sociodemográficas

Brasil, oficialmente, la República Federativa de Brasil, es el quinto país más grande del mundo, con 8,5 millones de kilómetros cuadrados, y el más grande de América Latina, fronterizo con todos los países latinoamericanos excepto Ecuador y Chile.

Su vasta extensión representa casi la mitad del continente y está caracterizado por una importante diversidad geográfica. La costa atlántica tiene más de 7.200 kilómetros de longitud. Además, desde el punto de vista demográfico, existe una importante concentración: el 90% de la población ocupa el 10% del territorio.

1. La tesis BRIC, defendida en el ensayo *Dreaming with BRICs: The Path to 2050*, reconoce que Brasil, Rusia, India y China han cambiado sus sistemas políticos para abrazar el capitalismo global. Goldman Sachs predice que China e India, respectivamente, serán los proveedores globales dominantes de tecnología y de servicios, mientras que Brasil y Rusia llegarán a ser semejantemente dominantes como proveedores de materias primas. Así, el BRIC tiene el potencial de formar un bloque económico de enorme alcance con un estatus mayor que el del actual G-8, G-7 + Rusia. Brasil es dominante en biodiversidad, mineral de hierro, etanol y en alimentos, mientras que Rusia tiene una potente industria de armamentos, enormes fuentes de petróleo y gas natural.

2. La crisis mundial afectó a Brasil durante el año 2009, con una pérdida del 0,7% de su PIB. En 2010, se recuperó, con un crecimiento del 7,6%, según fuentes del Instituto Brasileño de Estadística.

La región situada al este de Brasilia, la capital, representa una enorme reserva natural de minerales, recursos naturales y agrícolas. Todo ello sitúa a Brasil como uno de los principales exportadores mundiales de materias primas y otros productos, actualmente y en el futuro.

La población de Brasil, conforme a lo registrado en el censo de población de 2010, es de más de 190 millones de habitantes –22,31 habitantes por kilómetro cuadrado–, con un 84,36% de la población definida como urbana. La población está fuertemente concentrada en las regiones Sudeste (80,3 millones de habitantes) y Noreste (53,0 millones de habitantes), mientras que las dos regiones más extensas, el Centro-Oeste y el Norte, que conforman el 64,12% del territorio brasileño, cuentan con apenas 29,8 millones de habitantes.

La población de Brasil aumentó significativamente entre 1940 y 1970, debido a un declive en la tasa de mortalidad, al mismo tiempo que la tasa de natalidad también presentó un ligero descenso en el mismo periodo. En la década de 1940, la tasa de crecimiento demográfico anual fue de 2,4%, subió a 3,0% en 1950 y permaneció en 2,9% en 1960; la esperanza de vida subió de 44 a 54 años y hasta 72,6 años en la década de 2010. La tasa de crecimiento demográfico tendió a disminuir desde 1960, de 3,04% entre los años 1950-1960 a 1,13% en 2011, y probablemente caerá hasta un valor negativo, de –0,29%, en 2050, completando así la transición demográfica.

Tabla 1. Principales indicadores de Brasil, 2011

POBLACIÓN	
Crecimiento anual	0,90%
Muerte infantil, por 1.000	22
Menores de 15 años	27%
Población urbana	86%
Alfabetización	90%
DISTRIBUCIÓN DE LA FUERZA DE TRABAJO	
Agricultura	20%
Comercio	14%
Servicios	66%
GRUPOS ÉTNICOS	
Blancos	54%
Pardos	39%
Afrobrasileños	6%
Otros	1%
RELIGIONES	
Católica romana	74%
Protestante	15%
Otras	11%

Fuente: Focus BRADESCO.

La distribución de ingresos entre la población brasileña es una de las más dispares del mundo. La enorme disparidad en los estándares de vida entre un nordeste empobrecido y un sur desarrollado ha producido un movimiento migratorio masivo hacia las ciudades, creciendo de manera desmesurada los suburbios. No obstante, el mandato de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2011) consiguió sacar a 30 millones de personas de la pobreza: son la denominada *clase C*, 30 millones de personas que han podido abrir una cuenta corriente, acceder a un pequeño crédito, comprar a plazos un electrodoméstico: son la imagen del nuevo Brasil.

1.2. Entorno económico

Las perspectivas de desarrollo económico de Brasil son positivas, gracias a su enorme mercado interno –que crece a buen ritmo, gracias a la incorporación de millones de familias de la *clase C*– y a la abundancia de recursos naturales que países como China necesitan para su expansión, lo que está ayudando a equilibrar las cuentas externas brasileñas, a pesar de la fortaleza del real.

Tabla 2. Principales previsiones macroeconómicas

	2010	2011	2012
Crecimiento del PIB	7,49	3,67	3,82
IPCA	5,91	6,36	5,33
Tipo de cambio (R\$/US\$)	1,66	1,60	1,64
Superávit primario (% del PIB)	2,78	3,15	2,67
Deuda sector público (% del PIB)	40,40	39,32	38,18
Saldo balanza comercial (mil. US\$)	20.320	22.370	13.790

Fuente: Focus BRADESCO.

En la actual crisis internacional, Estados Unidos y varios países de la zona euro sufren un elevado endeudamiento, pero la deuda brasileña sigue cayendo, lo que significa que el gigante sudamericano podrá enfrentarse a la recesión con un sector público solvente, un endeudamiento privado limitado, un sistema financiero sólido y un mercado interno robusto y con gran recorrido.

Inversión extranjera

Brasil es un país abierto a la inversión extranjera: es, de hecho, el mayor receptor de inversión extranjera directa de toda América Latina, siendo Estados Unidos el principal inversor. No obstante, y a pesar de que en general se puede considerar Brasil como un país con un buen entorno para la inversión, lo cierto es que aún existen algunas dificultades relacionadas con la normativa fiscal y su desarrollo reglamentario.

Infraestructuras

Las infraestructuras constituyen otro de los indicadores clave a la hora de valorar el potencial brasileño. Este ámbito se enfrenta en Brasil a retos importantes: es necesaria la inversión en mejoras en carreteras y puertos del país. Los camiones son el modo más habitual de transporte. A pesar de la existencia de numerosos ríos, el transporte fluvial no es habitual, a excepción de la

región del Amazonas, en la que los ríos son la única vía de acceso a poblaciones aisladas. Las infraestructuras ferroviarias son escasas y poco competitivas: el uso del tren para transporte de pasajeros en largas distancias se limita a unas pocas rutas turísticas urbanas, mientras que el transporte de carga está restringido principalmente a los minerales.

Con 40.000 kilómetros de ríos navegables, el potencial que ofrece el tráfico fluvial en Brasil es realmente alto, ofreciendo un área interesante para la cooperación público-privada con el fin de mejorar las infraestructuras asociadas a este tipo de transporte. Por otra parte, los puertos del país también están infrautilizados como consecuencia de tradicionales carencias: dificultades de acceso a los puertos por carretera o ferrocarril, falta de planificación estratégica que provoca acumulación de carga en los puertos y falta de inversión en los puertos existentes.

La Copa del Mundo 2014 puede ser uno de los incentivos que Brasil precisa para llevar a cabo la necesaria inversión en transporte e infraestructuras, especialmente en las ciudades.

Relaciones internacionales

Brasil ha desempeñado tradicionalmente un papel de liderazgo en la comunidad interamericana. Es miembro de la Organización de Estados Americanos y desde hace algunos años ha establecido como prioridad las relaciones con los países vecinos, convirtiéndose en miembro fundador de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR) y Mercosur.³ Es miembro fundador de las Naciones Unidas y participa activamente en las diferentes misiones de paz de esta institución. Brasil ha ganado protagonismo en el panorama económico mundial, convirtiéndose en líder del G-20.

Las importaciones de Brasil están afectadas por el AEC (Arancel Externo Común) y otros impuestos: IPI (impuesto sobre productos industrializados), ICM (Impuesto sobre Circulación de Mercancías y Servicios), PIS (Programa de Integración Social) y COFINS (Contribución para el Financiamiento de la Seguridad Social), entre otros.⁴

3. Brasil representa cerca del 80% del PIB de Mercosur.

4. Esta larga lista de tasas e impuestos es una de las causas de los retrasos que se producen en el despacho de las importaciones hacia su destino.

2. Perspectivas y oportunidades para España

Con 196 millones de habitantes, el 40% del PIB de Sudamérica y frontera con prácticamente todos los países América Latina, es innegable que Brasil es un mercado importantísimo a nivel mundial. Por si estos datos no fueran suficientes, merece la pena recordar el Programa de Aceleración del Crecimiento II (PAC II),⁵ el Plan Nacional de Banda Ancha,⁶ el Mundial de Fútbol 2014 y las Olimpiadas 2016. Las dimensiones del mercado y las expectativas de crecimiento, junto a las fuertes inversiones públicas y en concesiones previstas para los próximos años, son elementos fundamentales a la hora de calificar Brasil como un objetivo estratégico para el sector empresarial español, elementos a los que se une el innegable posicionamiento del país como plataforma logística de acceso a todo el mercado iberoamericano y, en el futuro, al Pacífico, con la culminación de la carretera Interoceánica entre Brasil y Perú.

2.1. Sectores de mayor potencial

Entre los sectores que ofrecen un mayor interés están los siguientes:

Máquinas herramienta y bienes de equipo

Las inversiones dirigidas a aumentar la capacidad instalada de la industria y los proyectos de infraestructuras previstos ofrecen oportunidades para este sector.

Medioambiente

La reciente normativa sobre residuos ofrece buenas oportunidades a los fabricantes españoles de equipos de control y análisis de residuos.

Automoción

Brasil es el cuarto consumidor mundial de vehículos y el quinto fabricante.

Editorial

La llamada *Ley del español* es una medida vigente en Brasil desde 2005 que obliga a todos los centros de enseñanza secundaria, tanto públicos como privados, a ofrecer la enseñanza de español dentro del horario lectivo.⁷ Puede convertirse en una buena oportunidad de negocio para las editoriales españolas.

Energías alternativas

La perspectiva de crecimiento de la energía eólica en Brasil ha generado un creciente interés de fabricantes de componentes por Brasil.

5. El PAC II (2011-2014) fue lanzado en 2010 por el presidente Lula, dirigido a resolver el problema del déficit habitacional en las ciudades. Prevé la construcción de 2 millones de casas, financiada por el banco público Caixa Económica Federal, 6.000 guarderías para niños con carencias, la construcción de 800 centros de asistencia al trabajador, saneamiento básico, urbanización de favelas y 10.000 gimnasios deportivos cubiertos en zonas pobres.

6. El objetivo es lograr la conexión de todo el territorio nacional en 2014.

7. La medida obedece, sobre todo, al deseo de fomentar el acercamiento a los socios de Brasil en Mercosur y, en general, a los países vecinos.

A la hora de valorar el mercado brasileño es necesario tener en cuenta el elevado grado de nacionalización existente en muchos productos, lo que implica la conveniencia –y, en muchos casos, necesidad– de establecerse en el país para actuar en ciertos sectores, entre los que cabe citar:

- Infraestructuras de transporte;
- Energía;
- Energía eólica;
- Energía solar fotovoltaica;
- Infraestructuras de saneamiento básico;
- Comercio minorista, especialmente en el sector textil y de moda;
- Sector inmobiliario y construcción;
- Turismo;
- Sector siderúrgico.⁸

Brasil es un país proteccionista, con numerosos obstáculos burocráticos y de otro tipo, que dificultan la mejora de la competitividad de las empresas españolas. Estos problemas son especialmente visibles en la adjudicación de concursos que afectan a las grandes obras de infraestructura. En Brasil no existe ningún organismo que centralice la contratación pública y, además, el país no es signatario del Código de Compras Públicas de la OMC.

2.2. Presencia española en Brasil

Entre 1996 y 2001, el volumen de la inversión española en Brasil aumentó de forma espectacular, llegando a convertirse España en el segundo país con mayor *stock* acumulado de inversión.⁹ Antes de 1996, la inversión española era casi insignificante. La celebración de *Expotecnia* en 1996 en Brasil sirvió para situar al país americano en la mente y el horizonte de los empresarios españoles y para dar a conocer la oferta tecnológica e industrial española en el país. En los años 1998 y 2000, España llegó a convertirse en el primer inversor en Brasil, con un flujo de inversión ligado al proceso de privatizaciones y, por tanto, a los sectores de telecomunicaciones, energía y el sector financiero y de seguros. Destaca en este periodo la actividad en Brasil de empresas como Telefónica, Endesa, Iberdrola, Repsol, Gas Natural, BBVA, SCH y Mapfre.

8. *Perspectivas y oportunidades Brasil*, documento elaborado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Brasilia, septiembre de 2011. Disponible en el portal del ICEX.

9. La reforma de la Constitución de 1995 llevó a la aprobación de un conjunto de medidas dirigidas a reducir el proteccionismo frente a otros países, lo que sin duda influyó en el aumento del interés de la inversión extranjera en Brasil.

Todo ello dio lugar a una importante presencia de empresas españolas en Brasil y, además, al estrechamiento de las relaciones comerciales entre ambos países. Desde 2007 y, muy especialmente, a partir de 2008, este flujo de inversión se ha reducido de manera drástica, cerca de un 90%. Esta reducción de la inversión española en Brasil no es un hecho aislado, sino que responde a una caída general de la inversión extranjera: la IED española en países como Argentina, Alemania, China o Francia se ha visto reducida también en tasas similares, que rondan el 90%.¹⁰ Desde 2009, han perdido peso las inversiones en el sector financiero y de transportes, mientras que ha aumentado el de los sectores industrial y de la construcción.

La importante presencia de empresas españolas en Brasil, la dilatada experiencia de contactos comerciales entre españoles y brasileños y las estrechas relaciones de cooperación bilateral entre ambos países sustenta la buena imagen de nuestro país en el gigante americano. Los principales sectores de inversión son energía, telecomunicaciones, servicios financieros e infraestructuras: prácticamente todas las empresas del IBEX 35 están presentes en Brasil.

Junto a la importante presencia de empresas españolas en los sectores de ingeniería, construcción industrial y civil y siderurgia, es adecuado destacar también que empresas de sectores como el editorial, la biotecnología o el textil han apostado por Brasil (Anexo 1).

2.3. Marco institucional

Las siguientes palabras de José Cordech, embajador de España en Brasil (2001-2004), enmarcan a la perfección la naturaleza de las relaciones bilaterales entre España y Brasil:

"Para mejor entender la naturaleza privilegiada de esta relación, tal vez lo mejor sea destacar qué es lo que España está haciendo en Brasil, lo que se puede lograr a través del análisis de los que podrían considerarse como los cuatro ejes fundamentales de nuestra acción exterior en este país: un diálogo político continuado y de alto nivel, acompañado de un tupida malla de intercambios económicos, con una cooperación multisectorial, especialmente activa en el terreno cultural, que va más allá de la mera promoción de la lengua y cultura españolas".¹¹

La importante relación bilateral entre España y Brasil se materializa en un conjunto de acuerdos y programas que componen el marco institucional de dicha relación. Los más destacables son los siguientes:¹²

Tratado General de Cooperación y Amistad¹³

Firmado en 1992, entró en vigor en julio de 1994, con validez indefinida. Como parte de este Tratado figuraba un Acuerdo Económico que estuvo en vigor hasta 1999.

10. Fuente: ICEX, Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Economía y Competitividad, 2011.

11. Cordech Planas, J.: "España-Brasil: arquitectura de una relación privilegiada", ICE Brasil, octubre-noviembre de 2003, núm. 810, p. 27.

12. Fuente: *Marco Institucional Brasil*, Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Brasilia, 2011.

13. Disponible en www.judicatura.com/Legislacion/1189.pdf.

Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI)

Brasil no tiene en vigor acuerdos de protección de inversiones con ningún país. España llegó a rubricar un Acuerdo en marzo de 1995, pero no se llegó a firmar por desacuerdo en la forma de pago propuesta por Brasil (en títulos de deuda agraria) para las posibles expropiaciones que se produjeran en el sector agrario. A finales de 2007, un Grupo de Trabajo Interministerial presentó una serie de principios que deberían guiar la posición brasileña de cara a la negociación de este tipo de acuerdos como parte de acuerdos más amplios, lo que en la práctica supone que estos acuerdos formen parte de las negociaciones UE-Mercosur. Otras directrices se refieren a estrictas interpretaciones de los conceptos de expropiación, inversión o solución de controversias.

Convenio para evitar la Doble Imposición (CDI)

Existe un CDI entre Brasil y España que data de 1974. La obsolescencia de este Convenio llegó a provocar serios inconvenientes a las empresas españolas. Tras diversos contactos bilaterales, se ha llegado a un intercambio de cartas que constituyen un Acuerdo Complementario al Convenio de Doble Imposición que permite resolver algunos de los problemas existentes.

Plan de Asociación Estratégica España-Brasil

Rubricado en 2003, este Plan persigue fortalecer el diálogo bilateral e intensificar las relaciones económicas y comerciales entre ambos países.

Acuerdo de Cooperación Turística, abril de 1997

Protocolo de Entendimiento entre el Ministerio de Asuntos Exteriores de Brasil y el Ministerio de Medio Ambiente de España

Protocolo de Cooperación en el ámbito del cambio climático para el desarrollo limpio del Protocolo de Kyoto, firmado en enero de 2005

Protocolo de Colaboración en materia de Turismo, enero de 2005

Acuerdo de Cooperación sobre cesión de Tecnología Turística, enero de 2005

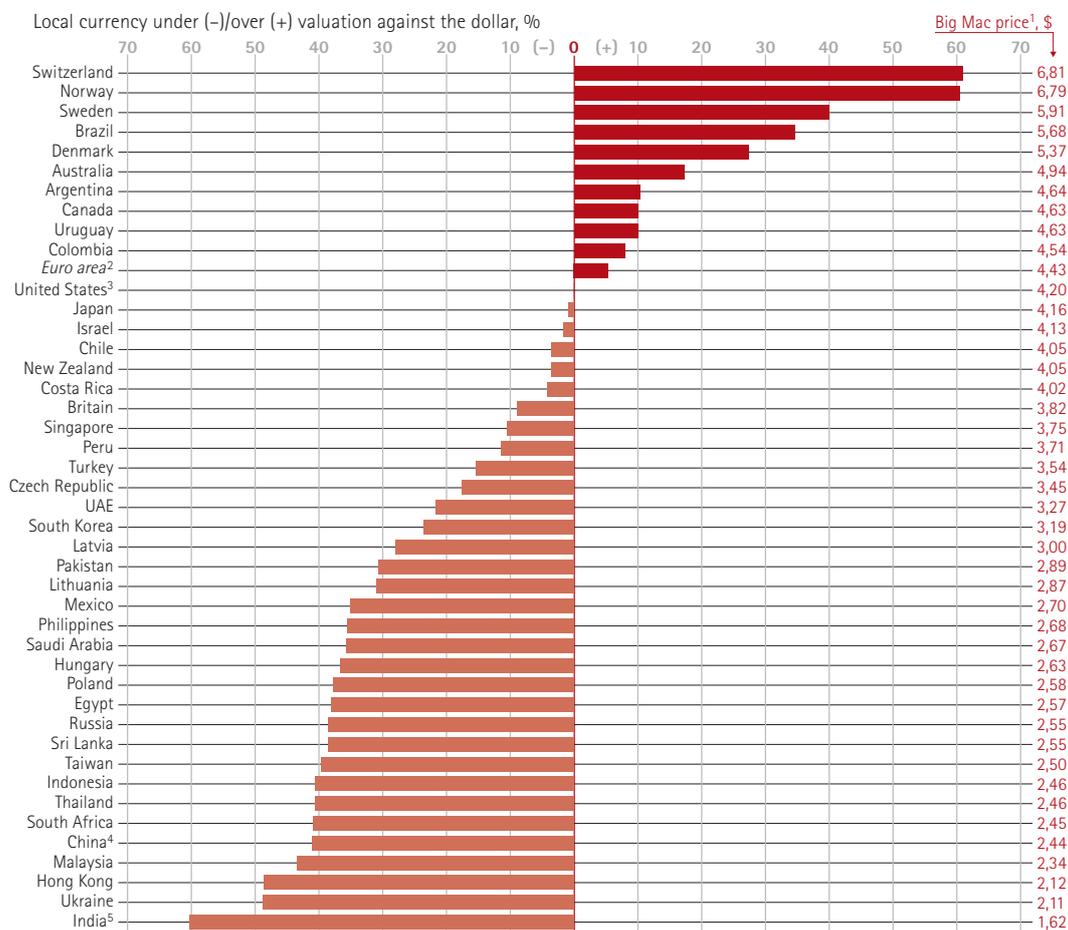
3. Expatriados españoles en Brasil: vida y entorno profesional

Las principales cuestiones que preocupan a un expatriado, sea cual sea el país de destino, son las relacionadas con el coste de la vida, la seguridad, la calidad de vida, la educación (sistemas educativos) y los aspectos sanitarios y de salud. Todas estas cuestiones tienen impacto y deben ser consideradas en la política de expatriación de cada destino.

3.1. Coste y calidad de vida en Brasil

El coste de vida de Brasil y, concretamente, en São Paulo, es el más elevado de América Latina. En relación con España, las principales ciudades brasileñas –São Paulo, Rio de Janeiro o Brasilia– tienen un coste de la vida superior. Como primera aproximación a esta cuestión es útil emplear el índice Big Mac. Se trata de un indicador que mide el esfuerzo que cuesta comprar la famosa hamburguesa en los establecimientos McDonald’s en los diferentes países del mundo. El índice permite saber si los tipos de cambio de las monedas están correctamente valorados o si, por el contrario, están infra o sobrevalorados.

Gráfico 1. Índice Big Mac, enero de 2011



Sources: McDonald’s; *The Economist*.

1. At market exchange rate (January 11th 2012) 2. Weighted average of member countries
3. Average of four cities 4. Average of five cities 5. Maharaja Mac

El índice Big Mac se basa en la teoría de la paridad del poder adquisitivo (PPP), que sostiene que un dólar invertido en la moneda local al tipo de cambio vigente debería poder comprar la misma cantidad de bienes o servicios en todos los países del mundo. En otras palabras, según la PPP, una hamburguesa Big Mac debería costar la misma cantidad de dólares en cualquier país del mundo. En la práctica, como muestra el gráfico 1,¹⁴ tal paridad no existe.

En general, las monedas de los países ricos están sobrevaloradas. Así, por ejemplo, en los países de la zona euro, en enero de 2012 una Big Mac costaba un 6% más que en Estados Unidos. Brasil, al igual que Argentina, Uruguay y Colombia, presenta también una apreciación de su moneda respecto al dólar. La fuerte apreciación del real brasileño se debe, en buena medida, a su uso como herramienta antiinflacionista.¹⁵

Centrando más la atención en la comparación del coste de la vida entre las principales ciudades brasileñas y Madrid, como referencia de los precios en España, los datos parecen indicar que, en efecto, la vida en el país americano es más cara: un 20% en el caso de São Paulo, un 10% en el caso de Brasilia y un 9% en el caso de Río de Janeiro.¹⁶ La siguiente tabla muestra con mayor detalle en qué ámbitos de consumo se concentran estas diferencias:

Tabla 3. Comparación del coste de vida respecto a Madrid

	São Paulo	Brasilia	Río de Janeiro
Alimentación	3%	4%	-6%
Vivienda	9%	7%	2%
Ropa	73%	70%	59%
Transporte	23%	25%	10%
Cuidado personal	27%	33%	30%
Ocio	45%	22%	25%
TOTAL	20%	10%	9%

Algunos datos de la tabla 3 resultan especialmente llamativos, como, por ejemplo, la diferencia de precio de la **ropa**. La tabla 4 permite saber algo más acerca de la procedencia de estas diferencias, ejemplificadas con el caso de São Paulo respecto a Madrid:

14. Fuente: *The Big Mac index*, *The Economist online*, Jan. 12th 2012.

15. Las fuertes exportaciones de materias primas (petróleo, metales y alimentos), la entrada de divisas procedente de las remesas de los emigrantes y la inversión directa exterior están aumentando la oferta de dólares y, por tanto, la apreciación de sus monedas. Esta apreciación de las monedas se denomina "enfermedad holandesa" y dificulta las exportaciones de bienes y servicios que no están basadas en los recursos naturales. La consecuencia es que los empresarios y emprendedores reducen sus iniciativas dirigidas a la producción de bienes y servicios destinados al exterior. ¿La razón? Es más rentable producir para el mercado interno.

16. Datos procedentes de EXPATISTAN Cost of Living Index, disponible en www.expatistan.com. Se trata de un índice aproximado construido a partir de la información de los propios ciudadanos de las diferentes ciudades del mundo acerca de los precios de diversos productos y servicios relativamente estandarizados.

Tabla 4. Comparación del coste de la ropa en São Paulo respecto a Madrid

	São Paulo
1 par de Levis 501	10%
1 vestido de verano en grandes almacenes (Zara, H&M...)	143%
1 par de deportivas Adidas	67%
1 par de zapatos para ir a trabajar	-1%

Como se aprecia en la tabla 4, el precio de la ropa es también significativamente más alto en las ciudades brasileñas. En estas grandes ciudades se suele vestir de verano todo el año excepto los meses de invierno (junio, julio y agosto), en los que se suele usar ropa de entretiempo e incluso de invierno en algunas zonas del sur. Es aconsejable llevar ropa de España, por precio y calidad.

El tabaco es uno de los pocos productos que resultan sustancialmente más baratos en cualquiera de las ciudades brasileñas: un paquete de Marlboro cuesta casi la mitad que en España. Desafortunadamente, en productos y servicios necesarios e imprescindibles para el expatriado, las diferencias juegan en contra de España. Veamos en concreto algunos precios directamente relacionados con la **residencia** y la vida diaria:

Tabla 5. Comparación del precio de productos y servicios respecto a España

	São Paulo	Brasilia	Rio de Janeiro
Alquiler mensual de un apartamento amueblado de 85 m ² en una zona cara de la ciudad	2%	-5%	4%
Gastos mensuales de agua, electricidad, etc. de dos personas, en un apartamento de 85 m ²	-22%	-16%	8%
Internet 8 MB (1 mes)	21%	10%	-8%
Televisión de pantalla plana 40"	43%	21%	29%
Microondas de marca conocida, 800/900 watt	37%	49%	43%
Detergente para lavadora (3 l)	-23%	-58%	-38%
1 hora de servicio doméstico	-40%	-48%	-23%

La vivienda es, en efecto, un capítulo importante, y su alquiler, un tanto complejo, a pesar de la gran oferta que existe en el mercado. Ha de tenerse en cuenta, por ejemplo, que si se opta por una casa con jardín, es recomendable escoger urbanizaciones con vigilancia, cerradas, y contar con sistemas de seguridad. La construcción en general es de baja calidad, especialmente en lo que se refiere a las conducciones de agua. No suelen disponer de calefacción, lo que hace que algunos días al año se pase verdadero frío, sobre todo en las ciudades al sur de São Paulo.

En cuanto al **menaje doméstico**, es conveniente llevar el mobiliario desde España: por lo general, las viviendas se alquilan vacías. Los electrodomésticos europeos, por el contrario, no son aconsejables, debido a la diferencia de voltaje: resulta mejor comprarlos en Brasil, a pesar de la diferencia de precio.

Los datos de la tabla 5 muestran otro dato digno de tener en cuenta: la gran diferencia en el precio del **servicio doméstico**, en esta ocasión, favorable a Brasil. La oferta de personal doméstico en Brasil es amplia, aunque muestra una tendencia a disminuir con la mejora económica del país. La selección de este personal debe ser meticulosa, por razones de seguridad: es muy importante que la persona a contratar posea referencias conocidas.

Se ha mencionado, en relación con la vivienda y el personal de servicio doméstico, la cuestión de la **seguridad**, uno de los aspectos que suelen preocupar a los expatriados a cualquier destino. La situación de las principales ciudades de Brasil en este sentido es de creciente inseguridad. Si bien en muchos casos el clima de violencia no es percibido por el turista, que recorre las zonas mejor protegidas de las grandes ciudades, es necesario tomar las precauciones debidas, especialmente en Rio de Janeiro y São Paulo. En ambas ciudades es aconsejable evitar la ostentación y desplazarse en coche, preferentemente de día y procurando ir acompañado. Las ventanillas de los coches deben ir siempre cerradas.

Por último, las **condiciones sanitarias** en Brasil son buenas y no es preciso tomar precauciones especiales. Tan solo cabe señalar que no es aconsejable beber agua del grifo y que se debe tener especial cuidado con la exposición al sol, sobre todo en verano. Como curiosidad, hay que señalar que Brasil es uno de los países que mayor número de productos farmacéuticos tiene en el mercado y está muy extendida la comercialización de genéricos.

3.2. Valores y estilo profesional: trabajar en Brasil

En el ámbito puramente profesional, algunas de las cuestiones que más interés tienen para el expatriado es el sueldo y también, posiblemente, la cultura de los negocios, los aspectos relacionados con los valores y el estilo adecuados en el mundo profesional.

Brasil, a pesar de haber avanzado mucho en estos aspectos en los últimos años, sigue siendo un país con importantes desigualdades en la distribución de la renta. Las diferencias salariales entre los sueldos más altos y los más bajos son enormes. Solo a título orientativo, la Oficina Económica y Comercial de España en Brasilia señala que un director/presidente puede tener de media un sueldo de unos 12.400 euros/mes; un director financiero, en torno a los 8.200 y un recepcionista, en el extremo contrario, unos 430 euros/mes.

El horario laboral en las principales ciudades es, por lo general, largo, comenzando entre las 8:00 y las 8:30 y saliendo de la oficina más tarde de las 18:00, aunque, especialmente en São Paulo, es habitual prolongar la jornada laboral hasta las 21:00 horas. No es usual, sin embargo, trabajar los sábados, a no ser que sea absolutamente necesario. También hay que tener en cuenta la extensión del país: los viajes interiores, entre diferentes oficinas o para visitar clientes, puede ocupar un tiempo considerable.

Desde una perspectiva más personal, es importante para el expatriado conocer los rasgos más característicos de la cultura en la que va a trabajar y las peculiaridades que esta pueda tener, con el fin de lograr una integración si no total, al menos, aceptable. En este sentido, la cultura brasileña está más próxima a la española de lo que pueda estarlo, por ejemplo, la norteamericana o la de otros países del norte de Europa.

El contacto físico, por ejemplo, es un elemento importante en la comunicación en Brasil, de manera similar a lo que ocurre en España, aunque quizás algo más frecuente. También es habitual que los brasileños gesticulen constantemente. La comunicación y la charla informal juegan también un papel importante y frecuente incluso en el entorno de trabajo. Directivos y subordinados almuerzan juntos con frecuencia, comentando los últimos resultados de fútbol o el último programa de televisión.

La confianza es un valor importante en la cultura de los negocios en Brasil. Una recomendación, por ejemplo, es algo que se toma muy en serio: una buena recomendación puede llevar a cerrar un trato o negocio importante, por lo que disponer de una buena red de relaciones es imprescindible.

3.3. El efecto *aspiradora* en Brasil

¿Existe una burbuja salarial brasileña? La creciente demanda de profesionales por parte de Brasil puede estar desempeñando el papel de una auténtica "aspiradora" de ejecutivos, especialmente en los países vecinos, pero también en el resto del mundo.

Ya se ha mencionado la importancia de Brasil como mercado, su dimensión geográfica, su posición como plataforma de entrada a Latinoamérica y sus más que buenas expectativas de crecimiento. Las compañías que operan en Brasil no dan abasto para cubrir su propia demanda de talento ejecutivo, por lo que se ven abocadas a buscarlo fuera. Brasil genera muy buenos profesionales pero, por ciertos problemas estructurales, no genera tantos como necesita. La mayoría de las universidades brasileñas son privadas y bastante caras en relación con el salario medio.

Brasil está creciendo por encima de lo que su oferta interna de ejecutivos puede cubrir, lo que está provocando un sobrecalentamiento del mercado del talento directivo. Argentina es, sin duda, uno de sus vecinos más beneficiados, y son muchos los directivos argentinos que se están trasladando al país vecino. Pero el efecto *aspiradora* alcanza también a Europa y Estados Unidos. Esta necesidad no cubierta y creciente provoca sueldos directivos muy altos: es lo que ya se empieza a denominar la burbuja salarial brasileña. Esta burbuja afecta, como es lógico, a las multinacionales que desean desplazar a sus directivos a Brasil, puesto que estos desean equiparar sus sueldos a los de los directivos del país. Por otra parte, el coste de la vida, como se ha visto, parece ajustarse también a estos sueldos.

4. Aspectos formales de la expatriación a Brasil

Los trabajadores extranjeros necesitan visado de residencia y permiso de trabajo. El número de trabajadores brasileños en una empresa debe ser siempre de al menos dos tercios de la plantilla, salvo excepciones en el caso de técnicos muy especializados. El trabajo de los extranjeros está regulado por la Ley 6.815, de 19 de agosto de 1980.

Tipos de visado: tránsito, turismo, temporal, permanente, oficial, de cortesía y diplomático. Los españoles no necesitarán visado si viajan como turistas o en viaje de negocios. La estancia en estos casos no podrá superar los tres meses. A efectos prácticos, los que se utilizan con mayor frecuencia son los visados temporal y permanente. La concesión de cualquier tipo de visado está condicionada al interés nacional.

Visado de trabajo temporal

Se concede por alguno de los siguientes motivos: viaje cultural o en misión de estudios, viaje de negocios, en condición de profesor, técnico o profesional de otra categoría, bajo régimen de contrato laboral o al servicio del Gobierno brasileño.

Para ser concedido es necesario demostrar la capacidad para el ejercicio de las funciones que se vayan a desempeñar en el trabajo, a través de diplomas, certificados y declaraciones de las instituciones en las que el extranjero haya desempeñado su trabajo con anterioridad. Deberá también demostrar una experiencia de dos años para el caso de ejercicio de una profesión de nivel superior y de tres años en el caso de ejercicio de una profesión de nivel medio.

Visado de trabajo permanente

Facilitarán su concesión las siguientes circunstancias: matrimonio con un brasileño o hijos brasileños.¹⁷

17. Fuente: *Marco Información útil para expatriados*, Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Brasilia, 2011.

5. La visión de los expatriados

El estudio, necesariamente breve, de Brasil como destino de la asignación internacional para empresas españolas no quedaría completo sin la aportación de la opinión de algunos directivos que han vivido, o están viviendo, esta experiencia. Por razones de confidencialidad, se mantiene el anonimato de las respuestas de estos directivos, que coinciden básicamente en calificar la sociedad brasileña como acogedora, creativa y llena de vitalidad.

Caso A: 6 años en Brasil

Esta persona considera que los principales obstáculos a la hora de adaptarse al nuevo entorno profesional en Brasil se derivaron de las diferencias culturales y de la distinta manera de trabajar y entender los negocios. Por ello, considera muy importante adoptar altas dosis de empatía, aceptar las diferencias y aprender, adaptando las propias habilidades y capacidades para obtener el máximo rendimiento. En gran medida, según este directivo, la mayor aportación de valor proviene de conjugar ambos estilos de manera eficiente.

La experiencia personal y familiar en Brasil resulta muy positiva. Se describe a los brasileños como personas muy amables, abiertas y acogedoras, lo que supone una experiencia beneficiosa para toda la familia. Nuestro directivo resalta que, profesionalmente, se debe hacer un ejercicio continuo de paciencia e imaginación para poder sortear situaciones que, en la mayoría de los casos, se solucionan de manera diferente a como se hace en España: sin duda, es un gran aprendizaje en materia de resolución de problemas y toma de decisiones en situaciones adversas.

Concluye este directivo señalando un aspecto importante, no exento de autocrítica: "El gran problema de los empresarios españoles que desembarcamos en Brasil es que cometemos el error de minusvalorar esta sociedad, lo que da lugar a grandes fracasos empresariales y es fuente de conflictos. La marca España no tiene buen nombre por la cantidad de especuladores e intentos poco serios que ha habido por parte de algunos compatriotas".

Caso B: 18 meses en Brasil

Este directivo que lleva apenas año y medio en Brasil tiene aún recientes las dificultades de tipo burocrático sufridas en el proceso de expatriación, así como el diferencial del coste de vida –señalado en este estudio– y la dificultad para acceder a algunos servicios, como las plazas en colegios internacionales.

Entre las claves esenciales para hacer negocios y desarrollar una vida profesional en Brasil, coincide con el caso anterior en destacar la importancia de ser permeable a la nueva cultura en la que uno está inmerso, atendiendo a las diferencias que son menos evidentes, como la necesaria flexibilidad personal. Además, dominar el idioma es también un ingrediente importante. Nuestro segundo protagonista expresa la situación de forma muy gráfica al considerar que "venir a Brasil es embarcarse en caza mayor y no se puede hacer con prisas ni con armas de pequeño calibre".

Paciencia, tesón y esfuerzo después de una concienzuda planificación previa, que no garantiza el éxito pero que es imprescindible: sin esta planificación previa, aumenta considerablemente el riesgo de fracaso.

A pesar de llevar solo 18 meses en el destino, nuestro protagonista es contundente al señalar que "la experiencia de Brasil supone un reto muy interesante. El momento de Brasil es histórico y poder vivirlo en primera persona es un privilegio. No es tarea fácil y exige muchos sacrificios, individuales y familiares, pero tiene su recompensa en el enriquecimiento profesional que supone aprender a hacer negocios de una manera diferente".

Caso C: 5 años en Brasil

En ocasiones, la experiencia de la expatriación se ve ensombrecida por una gestión deficiente o inadecuada desde la casa matriz. No plantear con antelación el retorno o no establecer vías de comunicación frecuente, que permiten al directivo mantenerse cerca de la empresa, traen consigo una cierta frustración. A pesar de ello, este directivo afirma que encontró un alto grado de receptividad, ilusión y ayuda constante en Brasil, experiencia compartida con otros muchos expatriados españoles.

El directivo encuestado considera sin ninguna duda que Brasil es un gran país que merece ser admirado por muchas razones, entre ellas, su gran profesionalidad, muy superior a la que puedan suponer los empresarios españoles. Los profesionales brasileños, por lo general, han tenido grandes carreras y una forma de hacer negocios influida tanto por la experiencia europea como por la norteamericana. Es necesario ser capaz, como expatriado, de entender su forma de ser y de dialogar, conocer su protocolo y el rigor de sus procesos.

A título más personal, este directivo afirma que "ha sido una gran oportunidad y un descubrimiento. Brasil es un país lleno de vitalidad, de energía positiva y de creatividad. A veces su aparente tranquilidad queda trastocada por su ingenio y chispa ante las más variadas situaciones. Brasil tiene la virtud de ser un pueblo gestado en la multiculturalidad y la interrelación de razas y credos. Es un país que inspira confianza y, sobre todo, amistad".

Por último, señala nuestro protagonista que la colonia de expatriados españoles en Brasil se mantiene muy unida, con muy buenas relaciones tanto en Brasil como en España.

Caso D: 4 meses en Brasil

En opinión de este directivo, los brasileños quieren mucho a su tierra y desean que, quien venga, la quiera también: no es fácil hacer negocios sin estar allí, del mismo modo que es importante ser capaz de dominar el idioma. En esta misma línea, nuestro protagonista señala la importancia de evitar actitudes del tipo "somos los salvadores" o llegar al país con ánimo *de chupar la sangre*. La intención correcta es ayudar al país a crecer: según este directivo, "si vas así, te reciben y te cuidan bien".

La complejidad burocrática es una de las principales dificultades: se pueden tardar hasta 6 meses en arreglar todos los papeles. También el tamaño de las ciudades y las proporciones del país

presentan algunas dificultades de tipo logístico, de transporte y de tráfico. La inmensidad del país se refleja también en importantes contrastes regionales.

Es una sociedad jerarquizada y relacional. Para hacer negocios se necesita tiempo, mucha relación, mucho diálogo y relación con los niveles de decisión adecuados. La forma de ser y de hacer negocios del brasileño tiene un fuerte componente en la confianza: "si confían en ti, vamos bien". Algunas características propias de la forma de ser española deben ser abandonadas en Brasil: "nada de discusiones 'a la española', con puñetazo en la mesa, nada de correcciones en público (ni en broma), formas suaves", afirma nuestro directivo.

El protagonista de esta experiencia dedica unas líneas específicamente a un tema que, en Brasil, es de primera magnitud: el fútbol. "Una tontería: ojo con ser *torcedor-seguidor* de algún equipo brasileño en concreto. Si llevas tiempo lo entienden, pero si eres novato, no lo ven con buenos ojos (los de otros equipos). Recomiendo visión global y apoyar a todos los equipos en conjunto. El fútbol es el tema de conversación más socorrido (más que en España). En Brasil el deporte más importante es el voleibol... el fútbol está a otro nivel: es religión".

La narración de este directivo permite matizar y comprender mejor, por ejemplo, la profundidad de esa necesidad, mencionada por todos, de comprender la mentalidad brasileña y su forma de hacer las cosas. Desde las formas más externas en una conversación hasta la omnipresencia del fútbol, los expatriados deben hacer un esfuerzo por incorporar estas variables en su día a día. La recompensa, a la vista de lo expuesto por todos los directivos, es una excelente acogida, la confianza y el cariño de una sociedad abierta y vitalista.

Caso E: 15 meses en Brasil

En opinión de este directivo de una gran multinacional, el principal obstáculo ha sido la burocracia: considera que puede llegar a generar una notable frustración, especialmente en los primeros meses de vida en el país. Por otra parte, señala que el entorno profesional no es necesariamente muy distinto al español. Las empresas brasileñas son quizás un poco más jerárquicas y tradicionales que las españolas, pero también mucho más colaborativas desde el punto de vista de la existencia de menos tensiones entre departamentos de las compañías.

A la pregunta sobre las claves a la hora de hacer negocios, nuestro protagonista responde que "al ser un país y una cultura más conservadores, lo más importante desde el punto de vista profesional es la construcción de relaciones y el hacerse con una 'reputación'. Los brasileños dan una gran importancia a las relaciones personales, así que la construcción de las mismas requiere mucho tiempo y atención".

Este principio se aplica también a las empresas, especialmente de servicios. Una nueva empresa en el país puede tardar meses en conseguir un primer cliente y años en construir la reputación y las relaciones que le van a garantizar crecimiento y sostenibilidad del negocio.

Desde el punto de vista de la experiencia personal, este directivo coincide con los anteriores casos al señalar que la experiencia es inmejorable: "Brasil es actualmente una economía en crecimiento y, siendo un gran foco global de inversión, las oportunidades de negocio son infinitas, así como las de crecimiento. Es complicado, eso sí, hacerse una idea de lo que realmente es

Brasil: es mucho más que São Paulo y Rio de Janeiro. Este descubrimiento de la variedad étnica y cultural del país es sumamente útil desde el punto de vista profesional, y apasionante desde el personal".

Conclusiones

- Brasil es un destino a tener muy en cuenta por las empresas españolas, empujadas por la recesión a buscar nuevos mercados y a internacionalizarse. Por una parte, su actual dimensión y su potencial de crecimiento lo sitúan entre los objetivos prioritarios. Pero, además, la experiencia acumulada, las buenas relaciones bilaterales y la buena imagen de España en el país americano facilitan e impulsan este proceso.
- Las barreras burocráticas y ciertas políticas de tipo proteccionista pueden complicar la marcha de los negocios y el proceso mismo de expatriación, por lo que es recomendable acudir a los servicios de empresas especializadas, por ejemplo, para temas fiscales.
- Es de suma importancia tener en cuenta que Brasil es diferente al resto de América Latina, en idioma, en costumbres, en cultura y en desarrollo económico. En palabras de José María Rodríguez de Castro, Consejero Económico y Comercial de España en Brasil, “por lo que respecta al proceso de negociación, en general, los primeros contactos con los empresarios brasileños no presentan demasiadas complicaciones, tanto por la proximidad cultural como por la proximidad de ambos idiomas. No ocurre lo mismo con el desarrollo de los negocios, que presenta en ocasiones bastantes dificultades, derivadas del complicado marco jurídico y fiscal, así como la tremenda burocracia existente en este país. Es el llamado *coste Brasil*”.¹⁸
- Por el tipo de negocio y los sectores en los que existe un mayor potencial (infraestructuras, energía, etc.), el perfil del expatriado a Brasil encaja más con un perfil técnico y de nivel medio-alto, perfiles que faltan en Brasil. Las diferencias en el idioma y en el sistema educativo pueden hacer recomendable la selección de profesionales solteros, puesto que este tipo de perfiles –y también las condiciones de los visados de trabajo temporal– suelen encajar mejor en estancias relativamente cortas (2-4 años).
- El nivel salarial de este tipo de puestos en Brasil es alto en comparación con España, por lo que las condiciones de la asignación en cuanto a retribución y posibles ayudas deben ser cuidadosamente consideradas. Debe tenerse en cuenta, por ejemplo, que por razones de seguridad el expatriado debería disponer de vehículo y que el coste de la vida en las principales ciudades brasileñas es considerablemente superior.
- Por otra parte, el efecto *aspiradora* de Brasil puede suponer un riesgo a tener en cuenta: aumenta las posibilidades de que el ejecutivo expatriado no regrese y sea “fichado” por una empresa brasileña o de otra nacionalidad.

18. *Guía de Organizaciones de Apoyo a la Inversión: Brasil*, ICEX, 2010.

Anexo 1

Listado de las principales empresas españolas en Brasil

Abengoa – Ingeniería

Abertis – Construcción industrial e ingeniería civil

Acciona – Construcción civil, servicios

Actreg – Maquinaria y bienes de equipo

Acerinox (ACX) – Siderurgia

Adecco – Recursos humanos

Aernnova – Aeroestructuras

Afina Sistemas – Electrónica e informática

Agencia EFE – Agencia de noticias

Airis – Informática

Ajusa – Equipos, componentes y accesorios de automoción

Advanced Logistisc Group (ALG) – Consultoría, transporte, infraestructura y logística

Alimatic – Transformación de plástico

Almeida Viajes – Agencia de viajes

Altais – Construcción

Amadeus – Sistema de reservas para agencias de viaje

Amara – Logística, actividades comerciales de representación

Amper – Sistemas de telecomunicaciones

Antex – Textil

Arteche – Soluciones para el sector eléctrico

Asevasa – Peritaciones de siniestros, valoración de activos e ingeniería de riesgos

Asientos Esteban – Equipos, accesorios y componentes de automoción

Atento – Servicios de *telemarketing* y *call center*

Atlántica Agrícola – Fertilizantes, abonos y correctores de suelo

Ayesa – Construcción

Azertia – Servicios

Azud – Fabricante de sistemas de riego y filtrado

Banco Sabadell Atlántico – Servicios bancarios y de inversión

Banco Bilbao Vizcaya (BBVA) – Servicios bancarios y de inversión

Banco Pastor – Servicios bancarios y de inversión

Banco Santander – Servicios bancarios y de inversión

Banco Simeón (Banco Caixa Geral) – Servicios bancarios y de inversión

Basor-Barceló – Electrónica

Bayes Forecast – Consultoría

Boniquet – Bienes de consumo

Bellota – Herramientas manuales

Biotoools – Biotecnología

BJC – Material eléctrico y de iluminación
Brespel (Genis Antel) – Curtimiento de pieles para la elaboración de zapatos
CAF – Construcción y mantenimiento de vehículos ferroviarios
Caixa Galicia – Servicios bancarios y de inversión
Carbonell – Aceite de oliva
Caucho Metal – Componentes de caucho para el sector de automoción
Cemusa – Mobiliario urbano
Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) – Consultoría
Cepsa – Petroquímico
Chias Marketing – Servicios de publicidad
CIE Automotive – Automoción, productos industriales y bienes de equipo
Cikautxo – Tuberías de conducción de fluidos
Cinebox – Salas cinematográficas
Cinfa – Productos farmacéuticos
Clarke, Modet & Cº – Consultoría
Codorníu – Cavas y vinos espumosos
Codere – Juego
Coexpan – Fabricación y comercialización de plásticos (poliestireno)
Cointer – Construcción civil
Comexi – Impresoras flexográficas, laminadoras y cortadoras
Copreci – Componentes para electrodomésticos
Crédito y Caución – Seguros
Danobat – Comercialización de máquinas herramienta
Duro Felguera – Energía e infraestructuras
Ediciones del Prado – Editorial
Editorial Planeta – Editorial
Egoki – Muebles
Egurko – Maquinaria para la manipulación de la madera
Elecnor – Energía eólica
Endesa – Energía eléctrica
Eptisa – Servicios de ingeniería
Facomsa – Fabricación de motocicletas
Fagor Arrasate – Maquinaria siderúrgica
Fagor Automation – Comercialización de centros de control numérico
Fagor Ederlan – Piezas de automoción
Fini – Industria de alimentación
Genebre – Válvulas y equipos para el control de fluidos
Gesaworld – Prestación de servicios de consultoría sector sanitario y hospitalario
Gestamp – Automoción
Girbau – Maquinaria para lavandería industrial
Gonvarri – Servicios del acero
Grifols – Productos médicos y hospitalarios

Grupo Antolin – Automoción

Grupo Cobra – Servicios

Grupo HM – Construcción

Hispasat – Telecomunicaciones

HR – Componentes eléctricos

Iberdrola – Energía, ingeniería y construcción

Iberdrola Renovables – Energías renovables

Iberia – Transporte aéreo

Iberostar – Gestión hotelera

Inforpress – Soluciones en comunicación

Ingeteam – Ingeniería eléctrica y desarrollo de tecnología electrónica

Irizar – Fabricación de carrocerías de autobuses

Isolux – Construcción e infraestructuras

Jamai – Servicios de intermediación comercial internacional

Kondia – Máquina herramienta

Lamigraf – Artes gráficas, papel

Lucta – Aditivos para nutrición animal

Mango – Moda y complementos

Mantraco – Iluminación decorativa

Mondragón Corporación – Representación corporativa y promoción de negocios

Multiplica – Consultoría *marketing on-line*

Mapfre – Seguros

Olivé Química – Productos químicos

Orkli – Componentes para calefacción, agua caliente sanitaria y electrodomésticos

Obremo – Ingeniería de infraestructuras

OHL (Obrascón, Huarte, Lái) – Construcción civil

Pescanova – Pesca, acuicultura, comercialización de pescado

Pinord – Importación bebidas y alimentos

Planol – Cartografía

Power Electronics – Fabricación y distribución de equipos electrónicos

Procupisa – Promoción inmobiliaria

Quiter – Informática, *software*

Repsol YPF – Petróleo y gas

Roca – Lozas sanitarias

Rotatek – Industria de máquinas gráficas

Rubi – Maquinaria y herramientas para construcción

Savera Group – Fabricante de piezas para ascensores

Shad – Accesorios para motos

Sidenor – Siderurgia

Telefónica – Telecomunicaciones

Telvent – Informática y automatización

Texsa – Impermeabilización, aislamiento térmico y aislamiento acústico

Transhotel – Turismo

Ulma – Materiales para la construcción, equipos y sistemas de embalaje

Uría & Menéndez – Servicios jurídicos

Verdés – Metalurgia y maquinaria para cerámicas y minería

Vicinay Cadenas – Metalurgia

Wittur – Componentes para la industria del ascensor

Zanini – Automoción

Zigor – Electrónica de potencia

Ziv – Equipos para redes eléctricas de alta tensión

Fuente: ICEX (actualización 2011).

Anexo 2

Enlaces de interés

Guía de Organismos de Apoyo a la Inversión: Brasil Actualización, ICEX, septiembre 2010
Completa guía para el desarrollo de negocios en Brasil que incluye no solo una relación exhaustiva de organismos competentes, con sus datos de contacto, sino también indicaciones muy relevantes sobre resolución de conflictos, litigios y demás.

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Brasilia
Importante base de documentación, incluye mucha información y links de interés.
www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomes/0,5310,5280449_5296002_5298390_4158843_BR_0_91,00.html

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)
www.icex.es

Embajada de Brasil en Madrid
madri.itamaraty.gov.br/es-es/
Calle Fernando El Santo, 6; Tel.: (34) 91 700 4650; Fax: (34) 91 700 4660.

Brasil GlobalNet
www.brasilglobalnet.gov.br/frmprincipal.aspx
Portal del Gobierno brasileño con toda la información necesaria para el inversor español (ferias, actividades, datos sectoriales, etc.).

Asoociaciones comerciales en Brasil:

Associação Comercial de São Paulo – ACSP: www.acsp.com.br/

Associação Comercial de Sorocaba – ACSO: www.acso.com.br/

Associação Comercial de Ubatuba – ACIU: www.aciubatuba.com.br

Associação Comercial do Distrito Federal – ACDF: www.acdf.com.br/

Associação Comercial do Estado da Bahia – ACB: www.acbahia.com.br/

Associação Comercial do Maranhão (ACM-MA): www.acm-ma.com.br

Associação Comercial do Para – ACP: www.acp.com.br

Associação Comercial do Paraná, Curitiba – ACP: www.acp.org.br/

Associação Comercial do Rio de Janeiro – ACRJ: www.acrj.org.br/

Câmara Internacional de Comércio do Brasil: www.camint.com.br/

