

.....

Estudio de Mercado - Brasil

Sector Metalmecánica



Proexport Colombia
y
Banco Interamericano de Desarrollo- Fondo Multilateral de Inversión (BID-FOMIN)

Proexport – Colombia
Dirección de Información Comercial e Informática
www.proexport.gov.co
www.proexport.com.co
Calle 28 No 13a – 15, Pisos 35 y 36
Teléfono: (571) 5600100
Fax: (571) 5600118
Bogotá, Colombia

Banco Interamericano de Desarrollo
www.iadb.org
Carrera 7ª No. 71-21 Torre B, Piso 19
Teléfono: (571) 3257000
Fax: (571) 3257050
Bogotá, Colombia

Equipo Consultor
Consultor Senior: Breno Palhares Soares Souza.
Consultores Junior.
Karina Hiss.
Guilherme Trindade.
Rodrigo Neves.
Bernardo Conceição.
Carlos José Zurita Cano.
Belo Horizonte Rua Guajajaras Conjunto 504
Barrio Centro CEP 30180 -100
Teléfono: 55 (31) 3213-3213
breno@interaduaneira.com.br
Belo Horizonte, Minas Gerais, BRASIL.

El presente estudio de mercado se ha desarrollado dentro del marco del PROGRAMA DE INFORMACIÓN AL EXPORTADOR POR INTERNET - PROYECTO COOPERACIÓN TÉCNICA NO REEMBOLSABLE No. ATN/MT-7253-CO, con aportes de Proexport Colombia y el Banco Interamericano de Desarrollo-Fondo Multilateral de Inversiones (BID-FOMIN).

Todos los derechos reservados. El Banco Interamericano de Desarrollo concede a Proexport Colombia una licencia no exclusiva, a título gratuito, por un plazo indeterminado, sin derecho a sublicenciar, para utilizar la información obtenida en el presente estudio. Ni la totalidad ni parte de este documento puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, impresión, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistemas de recuperación, sin permiso escrito de Proexport – Colombia.

Las denominaciones empleadas en este documento y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte de PROEXPORT ni del BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites. Si bien se otorgó particular atención para garantizar la exactitud de la información contenida en este Estudio, PROEXPORT y el BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO no asumen responsabilidad alguna por las modificaciones que pudieran intervenir ulteriormente por lo que respecta a los datos presentados o la calidad de los contenidos y/o juicios emitidos por los consultores.

Cítese como: Proexport Colombia.. Estudio de Mercado Brasil – Sector Metalmeccánica. Programa de Información al Exportador por Internet - Proyecto Cooperación Técnica No Reembolsable No. ATN/MT-7253-CO. Proexport Colombia – BID-FOMIN. Bogotá, Colombia, 235 páginas.
Documento original elaborado en portugués.

Estimado Empresario:

La búsqueda de acuerdos comerciales que nos permitan como país ampliar los escenarios y mercados de exportación, nos reta como PROEXPORT a apoyar en forma directa a los empresarios en sus iniciativas exportadoras, ofreciendo servicios dentro de un modelo de gestión comercial y compartiendo un conocimiento más detallado sobre los mercados y sus oportunidades.

Para lograr lo anterior, PROEXPORT, con inversión de recursos propios y de cooperación técnica no-reembolsables del BID-FOMIN, emprendió una labor de recolección y análisis de información de primera mano en los principales mercados de interés a través de la contratación de consultorías internacionales especializadas en investigaciones de mercados. Los resultados de estos trabajos permitieron analizar y conocer la dinámica comercial de los sectores en los cuales existe un potencial para nuestras exportaciones, así como detallar aspectos de competitividad, información valiosa para la orientación de las iniciativas exportadoras de nuestros empresarios.

La información que contiene este estudio, sobre la dinámica del sector, la demanda y consumo, la situación competitiva de los productos, estructura y características de la comercialización y logística de acceso al mercado, es una contribución e invitación a profundizar y conocer aspectos que nos permitan avanzar en la realización de negocios en escenarios internacionales.

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'LGP' with a stylized flourish.

Luis Guillermo Plata P.
Presidente PROEXPORT

INDICE DE CONTENIDO

1	INFORMACIÓN GENERAL	1
1.1	INTRODUCCIÓN.....	1
1.2	FUNCIONAMIENTO DEL SECTOR EN EL BRASIL.....	2
1.2.1	Máquinas Agrícolas	3
1.2.2	Herramientas Manuales.....	6
1.3	COMENTARIOS	7
2	COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	9
2.1	TAMAÑO DEL MERCADO.....	9
2.2	PRODUCCIÓN NACIONAL Y SU EVOLUCIÓN	9
2.2.1	Máquinas Agrícolas	10
2.2.1.1	MODERFROTA.....	13
2.2.2	Herramientas manuales.....	15
2.2.3	Importaciones y sus mercados de origen clasificados en los últimos 3 años	21
2.2.3.1	Herramientas manuales	21
2.2.3.2	Máquinas Agrícolas	24
2.2.4	Exportaciones y sus mercados de destino clasificados en los últimos 3 años	29
2.2.4.1	Herramientas manuales	29
2.2.4.2	Máquinas Agrícolas	30
2.2.5	Consumo.....	36
2.2.5.1	Máquinas Agrícolas	36
2.2.5.2	Herramientas manuales	37
2.2.6	Comentarios.....	38
2.3	CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA	40
2.3.1	Herramientas manuales.....	40
2.3.2	Máquinas Agrícolas	41
2.3.2.1	Segmentación de la demanda.....	41
2.3.2.2	Flota Nacional.....	43
2.3.3	Características y hábitos de compra de los consumidores del sector	44
2.3.3.1	Herramientas Manuales	44
2.3.4	Comentarios.....	46
3	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	47

3.1	ESTRUCTURA DE LA OFERTA LOCAL	47
3.1.1	Herramientas Manuales.....	47
3.1.1.1	Tramontina	48
3.1.1.2	Coopertools	50
3.1.1.3	Corneta.....	52
3.1.1.4	Gedore.....	53
3.1.1.5	Moretzsohn.....	54
3.1.1.6	Pacetta.....	54
3.1.1.7	Famastil Taurus.....	55
3.1.2	Máquinas Agrícolas	56
3.1.2.1	Datos de las mayores empresa de máquinas agrícolas	56
3.1.2.2	Composición de la oferta.....	61
3.2	ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS DE LOS COMPETIDORES	63
3.2.1	Máquinas Agrícolas	63
3.2.2	Herramientas manuales.....	64
3.3	COMENTARIOS	67
4	CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	69
4.1	DEFINICIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN MÁS USADOS POR EMPRESAS LÍDERES DEL SECTOR	69
4.1.1	Herramientas Manuales.....	69
4.1.1.1	Estructuras de distribución de los grandes productores	74
4.1.1.2	Distribuidores de herramientas manuales en los mayores mercados.	76
4.1.2	Máquinas agrícolas.....	82
4.2	CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PROCESO DE NEGOCIACIÓN	83
4.3	COMENTARIOS	84
5	ACCESO AL MERCADO	84
5.1	ORGANIGRAMA DE LOS IMPUESTOS EN LA IMPORTACIÓN.....	85
5.2	SISTEMA ARANCELARIO APLICADO AL PRODUCTO IMPORTADO.....	87
5.2.1	Impuesto de Importación – II	87
5.2.1.1	Alícuota.....	87
5.2.2	Impuesto sobre Producto Industrializado – IPI.....	90
5.2.2.1	Alícuota.....	90
5.2.3	Fondo de Contribución para el Programa de Integración Social (PIS) y de Formación del Patrimonio del Servidor Público (PASEP), y Contribución para el Financiamiento de la Seguridad Social (COFINS)	91
5.2.4	Impuesto sobre Circulación de Mercancías y Servicios de Transporte y Comunicaciones - ICMS	93
5.2.4.1	Incidencia y Valor Agregado.....	93

5.2.5	Tasa de Utilización de SISCOMEX (Sistema Integrado de Comercio Exterior).....	96
5.2.6	Otros Gravámenes.....	96
5.2.6.1	Adicional al Flete para Renovación de la Marina Mercante (AFRMM).....	96
5.2.6.2	ATA (Adicional de Tarifa Aeroportuaria)	97
5.2.6.3	Almacenaje	97
5.2.6.4	Tasa de manipulación de la mercadería	99
5.2.6.5	Tasa para la Entrega de Documentos de Embarque (Delivery Fee, Collect Fee, Desconsolidación).....	100
5.2.6.6	Honorarios de Despachante Aduanero	101
5.2.7	Hoja de Cálculo de Costos de Importación	101
5.3	TRATAMIENTO ADMINISTRATIVO APLICADO AL PRODUCTO IMPORTADO.....	106
5.3.1	Licencia de Importación.....	106
5.4	DOCUMENTACIÓN Y FORMALIDADES DEL LIBERACIÓN ADUANERA DE IMPORTACIÓN.....	108
5.4.1	Declaración de Importación (DI).....	108
5.4.2	Organigrama del Liberación Aduanera de Importación.....	110
5.4.3	Acuerdos Comerciales referentes a los productos estudiados	114
5.4.3.1	Acuerdo de Complementación Económica Nr 18 - Mercosur	114
5.4.3.2	Nomenclatura Común del Mercosur (NCM).....	114
5.4.3.3	Tarifa Externa Común (TEC) y las Listas de Excepciones	114
5.4.3.4	Acuerdo de Complementación Económica Nr 35 – Mercosur/Chile	115
5.4.3.5	Acuerdo de Complementación Económica Nr 36 – Mercosur/Bolivia	115
5.4.3.6	Acuerdo de Complementación Económica Nr 39 – Brasil/Comunidad Andina (Colombia, Ecuador, Perú, Venezuela)	116
5.4.3.7	Acuerdo de Complementación Económica Nr 43 – Brasil/Cuba.....	117
5.4.3.8	Preferencia Arancelaria Regional (PTR) Nr 04 – Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)	117
5.4.3.9	Régimen de Origen de los acuerdos.....	118
5.4.3.10	Preferencias otorgadas al sector y países beneficiados	119
5.5	COMENTARIOS	120
6	DISTRIBUCIÓN FÍSICA	121
6.1	ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL RELACIONADA CON EL PRODUCTO IMPORTADO	122
6.2	INFRAESTRUCTURA FÍSICA	128
6.3	COMPARATIVO DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL ENTRE COLOMBIA Y LOS PRINCIPALES COMPETIDORES	130
6.4	COMENTARIOS	132

7	PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES	134
7.1	MÁQUINAS AGRÍCOLAS	134
7.2	HERRAMIENTAS MANUALES	136
8	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	139
9	GLOSARIO DE TERMINOS Y ENTIDADES	140
10	ANEXO I - ASPECTOS GENERALES DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA Y LOGÍSTICA .	142
10.1	DISPONIBILIDAD DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA DESDE COLOMBIA	142
10.2	ASPECTOS GENERALES DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA EN EL BRASIL	144
10.2.1	Infraestructura para la distribución física en el país	145
10.2.1.1	Modal por carretera	145
10.2.1.2	Modal Ferroviario	149
10.2.1.3	Modal Marítimo	156
10.2.1.4	Modo Aéreo	178
10.3	PROCESO DE IMPORTACIÓN	180
10.3.1	Importación sobre la forma de Donación	180
10.3.2	Drawback	181
10.3.3	Tránsito Aduanero	181
10.3.4	Puerto Seco (EADI)	182
10.3.5	Admisión Temporal	182
10.3.6	Depósito Aduanero	183
10.3.7	Entrepuesto Aduanero	184
10.3.8	Importación de Muestras y Remesas Expresas (Courier)	185
10.4	COSTOS DE DISTRIBUCIÓN EN EL PAÍS	187
10.5	DIRECTORIO DE SERVICIOS DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA EN EL PAÍS	188
10.5.1	Puertos Brasileños	188
10.5.2	Operadores Logísticos	192
10.5.2.1	Armadores de Graneles Líquidos	192
10.5.2.2	Almacenes Frigoríficos	192
10.5.2.3	Agentes de Aduana	192
10.5.2.4	Puertos Secos	193
10.5.2.5	Empresas de Courier	194
10.5.2.6	Operadores en el Puerto	194
10.5.2.7	Ship / Cargo Brokers	196
10.5.2.8	Terminales	196
10.5.2.9	Terminales de Contenedores	197
10.5.2.10	Terminales Privados	197
11	ANEXO II – LISTA DE EMPRESAS DEL SECTOR	198

12 ANEXO III – HOME CENTERS Y GRANDES MINORISTAS DEL SECTOR DE CONSTRUCCIÓN CIVIL	211
--	------------

TABELAS

Tabela 1. Personal ocupado en la fabricación de tractores y de máquinas y equipamientos para la agricultura, avicultura y obtención de productos animales.	6
Tabela 2. Producción Brasileña de hierro de primera fusión, en mil toneladas, entre 1998 y 2002..	10
Tabela 3. Producción de Máquinas Agrícolas, en unidades.	11
Tabela 4. Ventas internas de Máquinas Agrícolas, en unidades.	12
Tabela 5. Exportaciones de Máquinas Agrícolas, en unidades.	12
Tabela 6. MODERFROTA – Objetivo, beneficiarios y plazo para el crédito.	14
Tabela 7. Ventas Internas de Tractores importados en el Brasil 2000-2002 en unidades.	25
Tabela 8. Importación de máquinas e implementos agrícolas en el período 1997-2002	26
Tabela 9. Exportación de Máquinas Agrícolas en los años de 2002 y 2003, en unidades.	33
Tabela 10. Exportación de máquinas e implementos agrícolas en el período 1997-2002, en US\$ FOB.	35
Tabela 11. Consumo aparente en el Brasil de máquinas agrícolas, de 2000 a 2001, en mil unidades.	37
Tabela 12. Consumo aparente en el Brasil de herramientas manuales, en 2000 y 2001, en mil US\$.	38
Tabela 13. Precios medios de productos de Tramontina en el mercado minorista, en el mes de Agosto del año 2004.	49
Tabela 14. Precios promedio de productos de Coopertools en el mercado minorista, en el mes de Agosto del año 2004.	51
Tabela 15. Precios medios de productos de la Corneta en el mercado minorista, en el mes de Agosto del año 2004.	52
Tabela 16. Precios medios de productos de Gedore en el mercado minorista, en el mes de Agosto del año 2004.	53
Tabela 17. Precios medios de productos de Moretzsohn en el mercado minorista, en el mes de Agosto del año 2004.	54

Tabela 18. Precios medios de productos de Pacetta en el mercado minorista, en el mes de Agosto del año 2004.....	55
Tabela 19. Precios medios de productos de Famastil Taurus en el mercado minorista, en el mes de Agosto del año 2004.	56
Tabela 20. Producción interna, ventas y exportación de la AGCO del Brasil, entre 2000 y 2002.....	57
Tabela 21. Producción interna, ventas y exportación de la AGRALE, entre 2000 y 2002.....	57
Tabela 22. Producción interna, ventas e y exportación de la CASE, entre 2000 y 2002.	58
Tabela 23. Producción interna, ventas y exportación de la John Deere, entre 2000 y 2002.....	58
Tabela 24. Producción interna, ventas y exportación de la New Holland, entre 2000 y 2002.....	58
Tabela 25. Producción interna, ventas y exportación de la Valtra, entre 2000 y 2002. ...	59
Tabela 26. Ventas internas de Máquinas Agrícolas Automotrices (nacionales e importados) por Unidad de la Federación – 2001/2002	59
Tabela 27. Empresas líderes de mercado de cosechadoras en el Brasil en el año 2003	60
Tabela 28. Ranking Nacional de las Tiendas de Material de Construcción Año 2003 - Estado de São Paulo – Capital y Gran São Paulo	71
Tabela 29. Ranking Nacional de las Tiendas de Material de Construcción Año 2003 - Estado de Rio de Janeiro	72
Tabela 30. Ranking Nacional de las Tiendas de Material de Construcción Año 2003 - Estado de Minas Gerais	73
Tabela 31. Impuesto de Importación – Herramientas	88
Tabela 32. Impuesto de Importación – Herramientas (Capítulos 73, 82, 83 y 84)	88
Tabela 33. Márgenes de Preferencias Arancelarias	89
Tabela 34. Impuesto sobre Producto Industrializado – Herramientas (Capítulos 73, 82, 83, y 84).....	90
Tabela 35. Impuesto sobre Productos Industrializados – Herramientas (Principales Productos).....	91
Tabela 36. ICMS en los Principales Estados Importadores.....	93
Tabela 37. Estructura para el Cálculo del ICMS en el Proceso de Importación.....	94
Tabela 38. Tasas de Almacenaje en los principales puertos.....	98
Tabela 39. Manipulación en los Puertos Brasileños	99
Tabela 40. Tasa de Documentación / Liberación de Bill of Lading (BL).....	100
Tabela 41. Importación Aérea	102
Tabela 42. Importación Marítima	104
Tabela 43. Licenciamiento No-Automático en el sector de Herramientas.....	107

Tabela 44. Márgenes de preferencias otorgadas entre los países otorgantes y los países beneficiarios.....	118
Tabela 45. Acuerdos de Complementación Económica – Principales Productos del Sector Herramientas	119
Tabela 46. Importación Brasileña en el sector de Herramientas	122
Tabela 47. Importaciones Brasileñas – Los demás tornillos y pernos de hierro o acero	124
Tabela 48. Importaciones Brasileñas – Los demás artefactos sin rosca, de hierro fundido, hierro o acero.....	125
Tabela 49. Importaciones Brasileñas – Partes de máquinas o aparatos y artefactos de cosechar o trillar.....	126
Tabela 50. Importaciones Brasileñas – Las demás manufacturas de hierro o acero.....	127
Tabela 51. Influencia del Puerto de Santos por Estado - % del Total Importado por Estado en el Período Febrero/2003 – Febrero/2004.....	129
Tabela 52. Comparativo de Fletes entre EE.UU., Alemania y Colombia	130
Tabela 53. Matriz SWOT.....	136
Tabela 54. Matriz SWOT.....	138
Tabela 55. Detalles del transporte de Colombia al Brasil	143
Tabela 56. Principales productos transportados.....	147
Tabela 57. Inversiones en los Sectores de Transportes.....	151
Tabela 58. División del sistema ferroviario	152
Tabela 59. Total de mercancía importada en US\$ vía modo ferroviario en el período de 1996 a 2003.....	155
Tabela 60. Principales Puertos Brasileños (Importación y Exportación) registros en toneladas, año 2003	159
Tabela 61. Principales Puertos Brasileños (Importación y Exportación) registros en US\$, año 2003.....	160
Tabela 62. Características del Puerto de Santos	162
Tabela 63. Movimientos de contenedores importación – Puerto de Santos/2003	163
Tabela 64. Importación en el puerto de Paranaguá.....	167
Tabela 65. Evolución de la Importación de contenedores registrados en el – Puerto de Rio Grande (1999 – 2002).....	169
Tabela 66. Transporte Aéreo de Cargas. Principales Aeropuertos.	178
Tabela 67. Peso y Valores por Modales/Importación. Transporte Aéreo de Cargas	179
Tabela 68. Peso y Valores por Modales/Importación. Transporte por carretera de Cargas.....	179
Tabela 69. A Peso y Valores por Modales/Importación. Transporte marítimo de Cargas.....	180

Tabela 70. A Peso y Valores por Modales/Importación. Transporte ferroviário de Cargas.....	180
Tabela 71. Cuadro de los Impuestos y Gravámenes en la Importación.....	187

GRÁFICOS

Gráfico 1. Cantidad producida y vendida de herramientas manuales, en unidades, entre 2000 y 2001.....	16
Gráfico 2. Herramientas más producidas en 2000, en porcentaje del total de unidades.....	17
Gráfico 3. Herramientas más producidas en 2001, en porcentaje del total de unidades.....	18
Gráfico 4. Valor de las ventas, en mil US\$ y en mil R\$, entre 2000 y 2001.....	19
Gráfico 5. Participación en la facturación del segmento de herramientas manuales, por tipo de producto, en 2000.	20
Gráfico 6. Participación en la facturación del segmento de herramientas manuales, por tipo de producto, en 2001.	21
Gráfico 7. Importaciones de herramientas manuales, en mil US\$ FOB, entre 2000 y 2003.....	22
Gráfico 8. Origen de la importación de alicates de metales comunes y de llaves de ajuste de mano, de abertura fija, de metales comunes, entre 2000 y 2003.	22
Gráfico 9. Importaciones de máquinas agrícolas, en US\$ FOB, entre 2001 y 2003.	25
Gráfico 10. Importaciones Brasileñas de Máquinas Agrícolas (unidades), entre 1999 y 2002.....	28
Gráfico 11. Exportaciones brasileñas de Herramientas manuales (US\$ Millones, entre 2000 y 2003.....	29
Gráfico 12. Exportaciones brasileiras de Herramientas manuales (US\$ Millones) y principales destinos - 2001 hasta 2003 *.....	30
Gráfico 13. Exportaciones brasileñas de Maquinaria agrícola (US\$ Millones), entre 2001 y 2003.....	32
Gráfico 14. Exportaciones Brasileñas de Máquinas Agrícolas y Automotivas en miles de unidades.....	33
Gráfico 15. Principales destinos de las exportaciones brasileñas de Maquinaria agrícola - 2001 hasta 2003 *.....	34
Gráfico 16. Distribución de Venta de Máquinas Agrícolas en 2001 (%)	37
Gráfico 17. Principales clientes del sector de máquinas e implementos agrícolas.....	41
Gráfico 18. Edad de la flota brasileña de máquinas agrícolas.	43
Gráfico 19. Concesionaria de Máquinas Agrícolas Automotrices por Región en 2001 (%).....	82

Gráfico 20. Principales Puertas de Entrada de las Importaciones Brasileñas Originarias de Colombia – Período: Febrero de 2003 hasta Febrero de 2004.....	142
Gráfico 21. Matriz de Transportes Brasil – 2000	154
Gráfico 22. Principales Productos Transportados	158

FIGURAS

Figura 1. Cadena Productiva del Sector Metalmecánica en el Brasil	9
Figura 2. Destornillador de la marca española Palmera.....	24
Figura 3. Cálculo del PIS y COFINS	92
Figura 4. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Santos	128
Figura 5. Puntos de Frontera de Carreteras	146
Figura 6. Mapa de la Red Ferroviaria Brasileña	150
Figura 7. Mapa de los Puertos Brasileños: Costeros y Fluviales.....	157
Figura 8. Terminales en el Puerto de Santos.....	161
Figura 9. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Santos	163
Figura 10. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Vitória	164
Figura 11. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Paranaguá	166
Figura 12. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Rio Grande	168
Figura 13. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Rio de Janeiro	170
Figura 14. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Sepetiba	171
Figura 15. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Itajaí	172
Figura 16. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de São Francisco do Sul	174
Figura 17. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Salvador	175
Figura 18. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Manaus.....	177

1 INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Introducción

El denominado complejo metalmecánica constituye, en la verdad, un conjunto extremadamente amplio y diversificado de sectores de actividades económicas, cuya característica común consiste en el hecho de que los bienes y servicios por ellos producidos consolidan tecnologías en que los conocimientos y técnicas, relacionados con la producción, procesamiento y utilización de metales (especialmente el hierro y aluminio, el acero y otros tipos de ligas metálicas) y/o con características estructurales de estos materiales, constituyen un componente dominante.

La fabricación de productos metalúrgicos constituye una etapa intermedia en la cadena metalmecánica. Esta industria consume, además de siderúrgicos, productos de la metalurgia de los no-ferrosos (cadena electro-electrónica), pero sus articulaciones son con industrias de la cadena metalmecánica siendo los productos metalúrgicos el insumo directo de mayor valor en la industria naval y el segundo en importancia en la fabricación de otros vehículos, actividades finales de la cadena. También tiene vínculos con las actividades finales de la cadena la industria automovilística, así como la fabricación de máquinas y equipamientos, que tienen productos siderúrgicos como sus principales insumos. Aunque el consumo de productos de la metalurgia de los no-ferrosos también es relevante en ambos sectores, se opta por no considerar estas conexiones, diferenciando la cadena metalmecánica y electro-electrónica. La fabricación de fundidos y forjados de acero también forma parte de la cadena metalmecánica.

Alcanzando los Capítulos 73, 82, 83 de la NCM (Nomenclatura Común del Mercosur), además de las posiciones 8432 y 8433, este sector cubre una

diversidad de productos. Así, este documento tiene como objetivo las máquinas agrícolas y las herramientas manuales.

1.2 Funcionamiento del sector en el Brasil

De acuerdo con el IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), el PIB (Producto Interno Bruto) brasileño a precios de mercado en el año 2003 alcanzó la cifra de R\$ 1.514.924,00 millones, lo que corresponde a US\$ 522,4 mil millones en la cotización promedio de este año.

En comparación con el año anterior, hubo una disminución de 0,2% en el PIB. Este resultado fue el resultado de una crisis económica iniciada en el año 2002, que produjo efectos negativos en el primer semestre de 2003; siendo que la caída de la renta del brasileño también contribuyó para la disminución del PIB.

En contrapartida, a pesar del débil desempeño interno, las exportaciones fueron responsables por el sustento del PIB. Por esto, las expectativas a corto y mediano plazo, son de crecimiento de la participación de las ventas externas en el PIB, además de un crecimiento no tan significativo del consumo interno.

En términos sectoriales, la industria cayó 1,0%, determinada por el declive de 8,6% de la construcción civil. La industria de transformación, a pesar de solo haberse expandido 0,7% en el año 2003, presentó comportamientos bastante dispares en términos de géneros industriales. En cuanto las industrias mecánica, metalúrgica y de extracción mineral crecieron, las industrias alimenticia, textil, farmacéutica, de vestuario y de calzados disminuyeron en comparación con el año 2002. La previsión del Banco Central para el crecimiento de la industria en 2004 es de 4,5%, destacando el desempeño de la transformación, de 5,1% - que aumentó su participación en el PIB de 21,4 para 23,7% entre 1998 y 2003.

Los principales países productores de este tipo de productos metalúrgicos son Japón, Alemania, Estados Unidos e Italia, en este orden. Las tendencias internacionales indican la acentuación en la utilización de sistemas flexibles e integrados. Los países más avanzados en este proceso son Japón y Estados Unidos. Estos sistemas tienden a ser utilizados en los sectores de maquinaria general, maquinaria eléctrica y material de transporte. La adopción de estos sistemas de fabricación requiere de mano de obra de calificación elevada, capaz de trabajar con desafíos más exigentes que los demandados en otro tipo de industrias manufactureras. En este sentido por ejemplo, la industria del tejido industrial se modifica, a grandes pasos, estrechando los lazos entre los proveedores, productores de máquinas y herramientas y clientes finales.

El sector de Metalmecánica en el Brasil es igualmente un sector extremadamente amplio y diversificado. Está constituido por los sectores de actividades económicas cuya característica común consiste en el hecho de que los bienes y servicios por ellos producidos consolidan tecnologías en que los conocimientos y técnicas, relacionados con la producción, procesamiento y utilización de metales (especialmente el hierro y aluminio, acero y otros tipos de ligas metálicas) y/o con características estructurales de estos materiales, constituyen un componente dominante.

La siderurgia es la industria de base de la cadena metalmecánica. La construcción civil es el principal cliente de la siderurgia, seguida de la fabricación de otros productos metalúrgicos, para la industria naval y para la fabricación de máquinas y equipamientos para otras industrias.

1.2.1 Máquinas Agrícolas

La actividad agrícola depende de muchas variables en el mundo entero. Por este motivo el sector es tratado de forma diferenciada por la mayoría de los países.

El desempeño del sector de máquinas e implementos agrícolas viene siendo bastante favorable. El sector está viviendo un proceso de sustitución de las importaciones, la cual fue motivada por el aumento de tecnología aplicada en la maquinaria agrícola brasileña y el avance en las exportaciones brasileñas. En función del óptimo desempeño agrícola que el país viene obteniendo, se está aumentando el interés por la renovación de la flota, lo que ha contribuido para aumentar la producción de las ventas internas. El Programa Moderfrota¹, un programa creado por el gobierno para renovación de la flota es uno de los principales responsables por el óptimo desempeño del sector.

El elevado potencial del mercado nacional de máquinas agrícolas está atrayendo inversiones extranjeras en la ampliación de las unidades fabriles productoras de máquinas agrícolas.

A pesar de este panorama, en el año 2003 las ventas de máquinas agrícolas cayeron 20% en el mes de noviembre, si comparadas a las de igual período del año pasado, sumando 2,5 mil unidades. La caída se debió especialmente a la reducción en las ventas de tractores, que fueron de 24,4% en comparación con noviembre de 2002.

Las ventas de tractores y cosechadoras hasta el mes de enero de 2004 cayeron 10,7% para 37,994 mil unidades, con relación a las 42,568 mil unidades negociadas en el año anterior. La caída del año de 2003 y en el inicio del 2004 está explicada por el descompás entre la liberación de recursos del Programa Moderfrota y la demanda de los agricultores. Las montadoras alegan, por lo tanto, que el desempeño en el año fue considerado positivo, sobretodo por las exportaciones, que crecieron 37,7%, para US\$ 5,55 mil millones, en comparación a los US\$ 3,99 mil millones obtenidos en el período anterior.

¹ Programa de Modernización de la Flota de Tractores Agrícolas e Implementos Asociados y Cosechadoras.

Para Mario Fioretti, Vicepresidente de la Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), los problemas de financiamientos están resueltos. Según él, en el año 2003 fueron liberados R\$ 2,05 mil millones en recursos del Moderfrota, la línea de crédito idealizada por el Ministerio de Agricultura con recursos liberados a través del Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES).

Dos de las principales montadoras de máquinas agrícolas del País, según Fioretti, transformaron sus unidades en el Brasil como base para exportación. Recientemente la AGCO² y la Case New Holland (CNH) cortaron la producción industrial en otros países y concentraron aquí en el Brasil la fabricación de máquinas para la comercialización en el mercado externo.

Los lucros obtenidos con las exportaciones fueron beneficiados por la recuperación de la economía Argentina, que es el principal mercado de las montadoras instaladas en el Brasil, aunque en el tiempo de la crisis de este país los productores brasileños buscaron ingresar a otros mercados.

Con la abertura de mercado el Brasil podrá convertirse en el mayor fabricante de máquinas agrícolas del mundo por el hecho de disponer de materia prima, excelente dominio tecnológico de sus montadoras e industria de autopartes, además de un atractivo mercado interno.

En la tabla a continuación, podemos observar que la cantidad de personas ocupadas en el período 2000 y 2001 en este segmento aumentó considerablemente en São Paulo, polo productor y comercial brasileño. Este número también aumentó en la Región Sur del País, donde también se concentra gran parte de la producción.

² AGCO Corporation es una compañía norteamericana de maquinaria agrícola con presencia en 140 países.

Tabela 1. Personal ocupado en la fabricación de tractores y de máquinas y equipamientos para la agricultura, avicultura y obtención de productos animales.

<i>Región – 2000</i>	<i>Región Sureste</i>			<i>Región Sur</i>		
Unidad Federativa	SP	RJ	MG	PR	RS	SC
Personal ocupado al 31.12	13,095	(x)	957	2,495	10,791	1,816
Personal ocupado al 31.12	16,463	124	819	1,291	13,102	1,763

(SP) São Paulo, (RJ) Rio do Janeiro, (MG) Minas Gerais, (PR) Paraná, (RS) Rio Grande do Sul (SC) Santa Catarina

Fuente: PIA - Pesquisa Industrial Anual - 2000 - IBGE x = Dato numérico omitido a fin de evitar la individualización de la información

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

1.2.2 Herramientas Manuales

El grupo denominado “Herramientas Manuales” también comprende una gran diversidad de productos, que va desde los usuarios domésticos hasta los industriales y productores rurales. Notablemente, los materiales más vendidos en este segmento son los que atienden todas estas demandas, como lo son martillos, destornilladores y alicates universales.

Este segmento puede ser considerado exportador, pero algunos aspectos deben ser considerados para análisis: herramientas simples, sin marca, son importadas de Oriente (principalmente China), y otras de uso profesional, que agregan nuevas tecnologías (como algunos tipos de llaves aisladas), son importadas de los Estados Unidos, Alemania, entre otros países.

Las normas que rigen los productos más vendidos en el segmento de herramientas manuales – martillo, destornillador y alicate universal – son NBR 9.698, NBR 9.700, NBR 9.701 y el Código de Defensa del Consumidor, para las reglamentaciones de etiquetado de los productos.

Con relación a la normatización del sector, es señalado por el INMETRO (Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial) varios puntos donde las principales herramientas encontradas en el mercado no están de acuerdo con las normas establecidas. A pesar de esto, los propios ingenieros de la institución afirman que estas normas precisan ser revaluadas, junto con los fabricantes.

Por otro lado, también es detectado que hasta los propios fabricantes y, principalmente, importadores no tienen conocimiento de las normas vigentes. Entre las líneas disponibles en el mercado (Hobby y profesional), solamente la línea profesional obedece a las normas, siendo que por Ley ambas deberían seguir rígidamente las normas del órgano.

Pueden ser verificadas varias fallas básicas en la presentación del producto. Raramente son encontradas informaciones completas sobre el producto, el fabricante, número de la norma y letra de tipo de aplicación. Es válido recordar que productos populares, principalmente importados de Oriente, son los que más presentan fallas de etiquetado.

Sin embargo, la calidad de la fabricación nacional es referencia para otros fabricantes en el exterior, que como la empresa Stanley, que de acuerdo con las pruebas del INMETRO confirma la mejor adecuación a las normas de las herramientas brasileñas.

1.3 Comentarios

El complejo metalmecánico es constituido por una diversidad de productos, relacionados apenas por el hecho de ser utilizado algún tipo de metal en su producción. El centro de este estudio es el mercado de herramientas manuales y maquinaria agrícola.

Las máquinas agrícolas vienen presentando excelentes resultados, tanto de producción, como de ventas, principalmente debido al impacto del Programa Moderfrotas del Gobierno Federal. Posterior a la implementación de este programa, Brasil se convirtió en la base de exportación de muchas empresas multinacionales que se instalaron en el país, en un proceso de sustitución de las importaciones.

En el año 2003 hubo en las ventas de máquinas agrícolas, principalmente debido a la falta de regularidad entre la demanda y la oferta de financiamiento del Programa Moderfrotas, entre otros motivos. A pesar de eso, las fábricas afirman que el crecimiento de las exportaciones compensaron la retracción del mercado doméstico.

La perspectiva para el período 2004-2005 es un aumento de las ventas internas, considerando las intenciones gubernamentales de aumentar los fondos del Moderfrotas, además de la expectativa de cosecha record de la producción agrícola brasileña.

Las herramientas manuales se diferencian del mercado de máquinas agrícolas por atender a varios tipos de demanda y presentar diversos productos. Mientras, los más vendidos y encontrados en el mercado son el martillo, el destornillador y el alicate universal.

Herramientas de buena calidad son fabricadas en Brasil, sea por empresas multinacionales con unidades fabriles instaladas en el país, o por empresas genuinamente nacionales. Las importaciones, en su mayor volumen, son originaria de Oriente, donde las herramientas con encontradas a un costo más bajo, pero a una calidad inferior. Todavía hay importación de herramientas profesionales específicas y con tecnologías agregadas, por lo tanto en menor volumen.

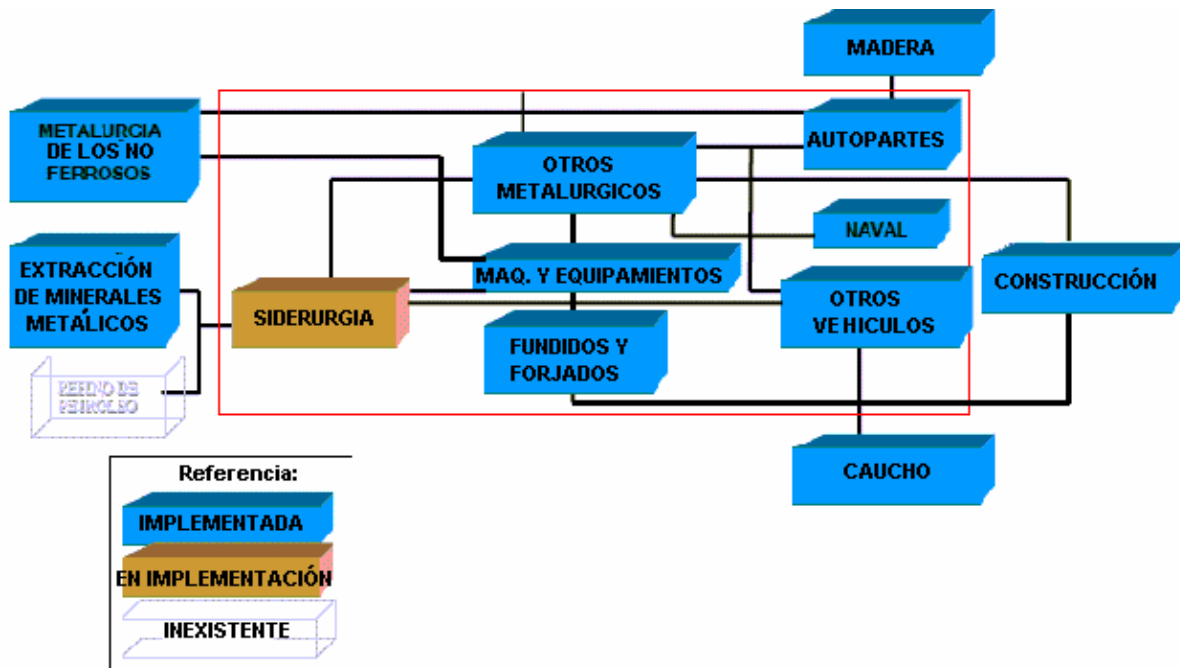
2 COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

2.1 TAMAÑO DEL MERCADO

2.2 Producción nacional y su evolución

Conforme citado en la figura 1, la industria automovilística (autopartes) así como la industria de fabricación de máquinas y equipamientos también forman parte de la cadena productiva del sector de metalmecánica. Se puede considerar la fabricación de fundidos y forjados de acero como parte de la cadena productiva del sector, destacando el hierro de primera fusión como el producto inicial de la cadena metalmecánica. En resumen, el Brasil es un gran productor de insumos para la cadena metalmecánica (desde el hierro de primera fusión hasta el acero/hierro), a pesar de exportar una parte considerable de esta producción.

Figura 1. Cadena Productiva del Sector Metalmecánica en el Brasil



Fuente: Cadena Productiva de la Metalmecánica – IPECE (Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará).

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

La producción de hierro de primera fusión está dividida entre la producción de las compañías siderúrgicas integradas y la de los productores independientes. La producción de las primeras representó 77,4% del total producido, mientras que los productores independientes produjeron 22,6%.

En los días de hoy se puede contar con cerca de 63 empresas productoras independientes de hierro de primera fusión. Estas alcanzaron en el año 2002 ingresos alrededor de US\$ 723 millones, siendo 69% con exportaciones y el restante con el mercado interno. Comparando con el año anterior, podemos decir que hubo un crecimiento de 1,8% en la facturación y 22,5% en la generación de impuestos.

Tabela 2. Producción Brasileña de hierro de primera fusión, en mil toneladas, entre 1998 y 2002.

Productores	Unidades: mil Toneladas				
	1998	1999	2000	2001	2002
1. Usinas Integradas	20.379	19.380	21.807	21.113	23.139
2. Productores independientes	4.960	5401	6.145	6.510	6.760
3. Hierro de primera fusión para fundición	1.377	1.414	1.631	1.489	1.288
4. Hierro de primera fusión para Acerías	3.583	3.987	4.514	5.024	5.472
TOTAL/ TOTAL (1+2)	25.339	24.781	27.952	27.623	29.899

Fuentes: SMM-MME (Secretaria de Minas y Metalurgia del Ministerio de Minas y Energía) / IBS (Instituto Brasileño de Siderurgia) / SINDIFER (Sindicato de las Industrias de Hierro en el Estado de Minas Gerais).

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

2.2.1 Máquinas Agrícolas

A pesar de la tendencia de crecimiento presentado en el período anterior al año 2003, hubo disminución en las ventas internas, a pesar del aumento de la producción. La explicación para este hecho es el aumento de las exportaciones del sector, como muestran las tablas siguientes.

Según el Vicepresidente de la Anfavea (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores), el empeño de los ministerios de Hacienda y de Agricultura, además del propio BNDES, fue fundamental para que la situación de falta de crédito se resolviera y la tendencia es que las ventas de máquinas aumenten.

Otra explicación para dicha disminución en las ventas, más que la falta de crédito, es que los tractores actualmente vendidos en el mercado interno tienen potencia mayor con relación a los últimos años, lo que significa que uno nuevo alcanza a ejecutar el mismo trabajo que los otros antiguos. "Los equipamientos son mejores y proporcionan aumentos de productividad para la agricultura".

Es oportuno tener en cuenta que la crisis en Argentina, principal importador de máquinas agrícolas brasileñas, también contribuyó para este resultado negativo.

Tabela 3. Producción de Máquinas Agrícolas, en unidades.

Mes/Año	Cultivadores motorizados	Tractores de ruedas	Tractores de esteiras	Cosechadoras	Retroexcavadoras	Total
1990	2.519	24.223	1.746	2.971	1.655	33.114
1991	1.886	15.868	1.068	1.959	1.419	22.200
1992	1.790	15.648	989	2.445	1.212	22.084
1993	1.403	24.500	1.234	3.445	1.595	32.177
1994	1.538	41.094	1.705	5.326	1.670	51.333
1995	1.568	21.044	1.875	2.371	1.480	28.338
1996	926	15.545	1.543	2.531	1.644	22.189
1997	844	22.464	2.035	3.715	2.599	31.657
1998	692	24.092	2.072	4.063	2.493	33.412
1999	778	20.911	1.248	3.760	1.524	28.221
2000	813	27.546	1.429	4.296	1.417	35.501
2001	947	34.781	1.351	5.196	2.064	44.339
2002	1.079	40.352	1.665	6.851	2.063	52.010
2003	-	46.435	1.520	9.195	1.605	58.755

Fuente: ANFAVEA - Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores. (www.anfavea.com.br)
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Tabela 4. Ventas internas de Máquinas Agrícolas, en unidades.

Mes/Año	Cultivadores motorizados	Tractores de ruedas	Tractores de esteras	Cosechadoras	Retroexcavadoras	Total
1990	1.911	21.241	1.140	2.350	1.562	28.204
1991	1.983	13.495	589	1.718	1.159	18.944
1992	1.570	11.727	532	2.004	1.011	16.844
1993	1.096	21.396	908	2.735	1.272	27.407
1994	1.308	38.518	1.184	4.049	1.428	46.487
1995	1.210	17.594	1.178	1.423	1.334	22.739
1996	714	10.312	505	900	1.493	13.924
1997	707	16.049	842	1.709	2.158	21.465
1998	587	18.677	795	2.524	2.270	24.853
1999	629	19.205	646	2.906	1.310	24.696
2000	722	24.591	592	3.780	1.377	31.062
2001	856	28.203	496	4.098	1.870	35.523
2002	1.050	33.217	551	5.648	2.102	42.568
2003	1.585	29.405	449	5.434	1.045	37.918

Fuente: ANFAVEA - Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores. (www.anfavea.com.br)
 Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Tabela 5. Exportaciones de Máquinas Agrícolas, en unidades.

Mes/Año	Cultivadores motorizados	Tractores de rodas	Tractores de esteras	Cosechadoras	Retroexcavadoras	Total
1990	551	2.758	542	891	138	4.880
1991	174	2.974	365	447	258	4.218
1992	164	4.263	486	569	341	5.823
1993	336	2.725	518	611	293	4.483
1994	283	2.748	544	1.204	249	5.028
1995	327	3.138	721	948	129	5.263
1996	235	5.273	985	1.689	177	8.359
1997	138	6.384	1.199	1.906	437	10.064
1998	101	5.469	1.214	1.766	312	8.862

Mes/Año	Cultivadores motorizados	Tractores de rodas	Tractores de esteras	Cosechadoras	Retroexcavadoras	Total
1999	144	2.335	824	677	227	4.207
2000	90	3.455	878	683	164	5.270
2001	74	5.814	888	1.202	268	8.246
2002	46	7.945	1.117	1.199	136	10.443
2003	-	16.589	1.067	3.232	528	21.416

Fuente: ANFAVEA - Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores. (www.anfavea.com.br)
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

La estimativa para 2004 es de que las ventas aumenten entre 5% y 6% mientras las exportaciones deberán aumentar hasta 10%. La producción de máquinas agrícolas deberá aumentar para 64 mil unidades.

2.2.1.1 MODERFROTA

Moderfrota, creado en el mes de marzo de 2000, generó un verdadero “boom” de la mecanización de la producción agrícola. Entre los años 2000 y 2002, con el financiamiento de hasta 100% de la compra de máquinas con financiamiento subsidiado del BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), las ventas de máquinas agrícolas crecieron considerablemente.

Moderfrota se configuró también como un poderoso incentivo de los índices de nacionalización, lo que redujo la importación de máquinas – de las 18,5 mil máquinas vendidas en el primer semestre del año 2003, apenas 15 fueron traídas del exterior. Después del lanzamiento de Moderfrota, dos megaempresas que producen máquinas sofisticadas para el sector agrícola instalaron nuevas unidades industriales en el Brasil, Massey Ferguson (en la ciudad de Canoas/Estado de Rio Grande do Sul) y New Holland (en la ciudad de Piracicaba/Estado de São Paulo).

Tabela 6. MODERFROTA – Objetivo, beneficiarios y plazo para el crédito

Objetivo
El Programa MODERFROTA (Programa de Modernización de la Flota de Tractores Agrícolas e Implementos Asociados y Cosechadoras) tiene por objetivo financiar la adquisición de tractores e implementos asociados en general , y para cosechadoras , equipamientos para preparo, secado y beneficiamiento de café, por separado o no, en los términos de la Resolución nr 3.086, de 25/06/2003, del BACEN.
Beneficiarios
Productores rurales (personas físicas o jurídicas) y sus cooperativas, para el financiamiento de tractores agrícolas e implementos asociados y cosechadoras; Productores rurales (personas físicas o jurídicas) con renta bruta anual inferior a US\$ 20 mil, para la financiación de equipamientos para preparo, secado y beneficiamiento de café. Para estos equipamientos, cada beneficiario podrá tener financiamientos, en este Programa, que totalicen máximo US\$ 6,6 mil.
Plazo total
Tractores, implementos y equipamientos para preparo, secado y beneficiamiento de café: hasta 5 años; cosechadoras: hasta 6 años.

Fuente: IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Los desembolsos en el ámbito de la empresa Moderfrota tuvieron, en el año 2002, un crecimiento de 66,4% con relación al año anterior. El BNDES liberó US\$ 930,00 millones el año pasado, mientras que en 2001 el total liberado fue de US\$ 740 millones.

Desde que fue creado, en el mes de marzo del año 2000, el programa tuvo 118.735 operaciones realizadas hasta el mes de diciembre del año 2002, generando desembolsos de US\$ 1,93 mil millones. La Región Sur fue la que recibió el mayor volumen de recursos: US\$ 770 millones. La Centro-Oeste quedó con US\$ 570 millones, y la Región Sureste, con US\$ 470 millones. Para la Región Noreste, fueron liberados US\$ 85 millones y para la Norte, US\$ 28 millones.

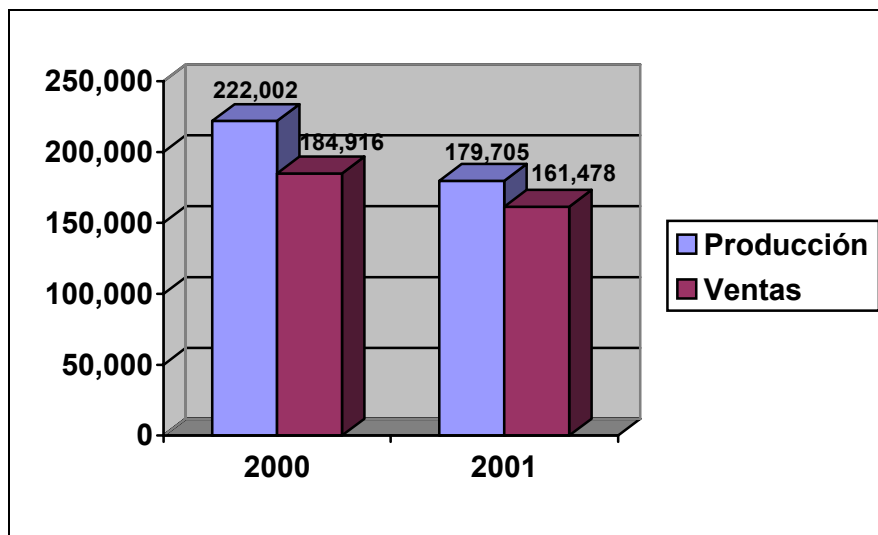
2.2.2 Herramientas manuales

Para la presentación de la producción de herramientas manuales, fueron utilizados los resultados de la Investigación Industrial 2001 – Productos, realizado por IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), siendo que esta fue la última publicación hasta la realización de este trabajo.

Los gráficos de este estudio se basan en las informaciones suministradas por los fabricantes más representativos de materiales. Conforme conversado cada con uno de los responsables de esta institución, se estima que el valor presentado en este estudio representa 80% de la realidad.

En la lista de los productos considerados en el universo estudiado, está: Alicates, tenazas, pinzas, alcotanas, picos, azadas, escardas, rastrillos, raspador, destornilladores en general, llaves de ajuste de mano, cizallas para metales, corrientes cortantes de sierras, corta-tubos, corta-pinos, saca-bocados, cutillos para uso profesional, cutillos y láminas cortantes para máquinas, herramientas de achaflanar, moldurar, ranurar, embutir, estampar, puncionar, enderezar, acepillar, retificar, fresar, perforar, mandrilar o taladrar, roscar, filete, torneear, herramientas de perforación y sondeo, herramientas intercambiables, herramientas manuales para agricultura, horticultura y silvicultura, punciones, saca-remaches, hierros de soldar, aceitera, yunque, forjas portátiles, herramientas para albañiles, pintores, moldadores, hoz, sembradores manuales, cortadores de césped, hojas de sierras, horquillas, limas, hacha, podadera, martillos, mazos, partes de metal para herramientas manuales, palas, cepillos, formones, gubias, plaquetas, varillas, sierras manuales, tijeras, tornos de ajustar y herramientas / partes semejantes, entre otros.

Gráfico 1. Cantidad producida y vendida de herramientas manuales, en unidades, entre 2000 y 2001.

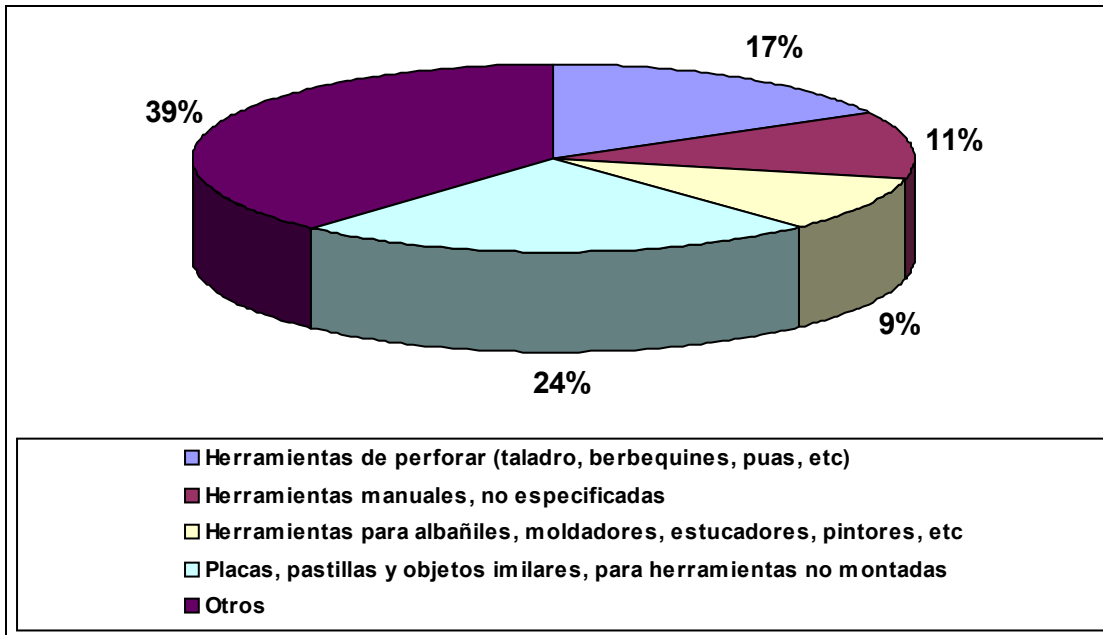


Fuente: Investigación Industrial - IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Conforme el gráfico, anterior, hubo retracción de 19% en la cantidad producida, y de 13% en la cantidad vendida. Por lo tanto, hubo aumento de las ventas con relación a la producción, de 83,4% para 90%, indicando una reducción de stock.

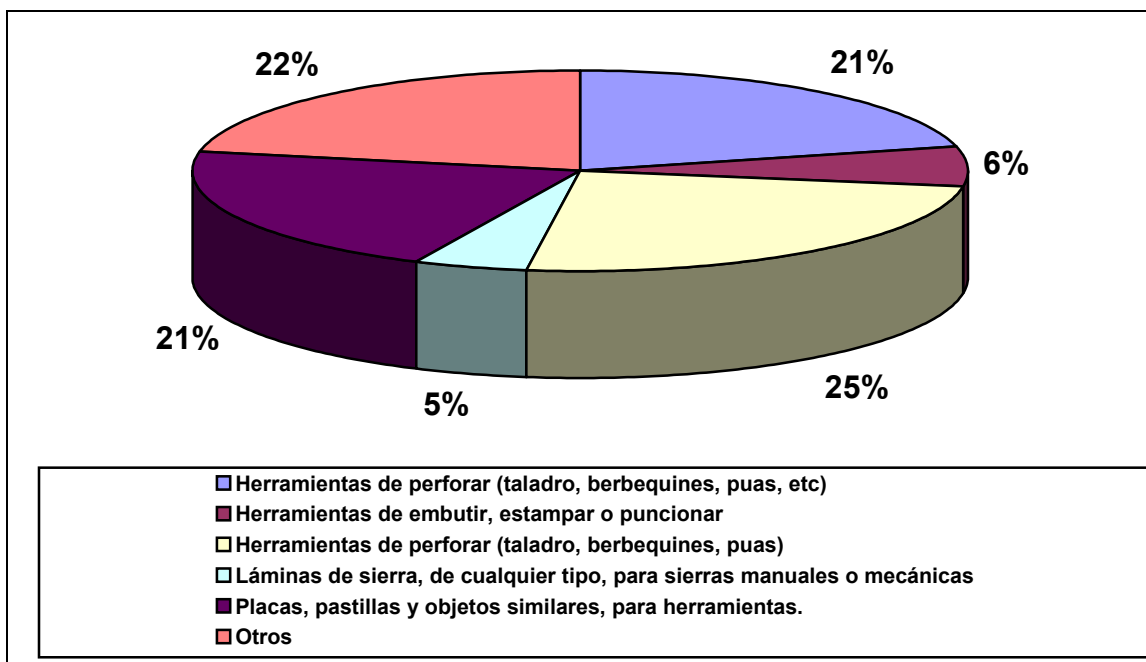
Gráfico 2. Herramientas más producidas en 2000, en porcentaje del total de unidades.



Fuente: Investigación Industrial - IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

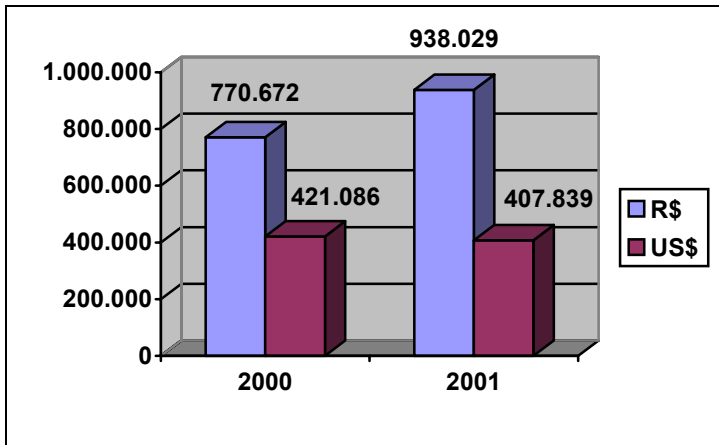
Conforme esperado y observado en los gráficos 3 y 4, este segmento, así como los diversos productos que lo componen, diversos resultados se presentaron durante el período entre los años 2000 y 2001. Esto se explica por el hecho de que las herramientas manuales son compuestas por materiales direccionados para varios sectores de la economía, y el funcionamiento de cada uno de estos sectores deberá aumentar o disminuir la demanda para una herramienta específica.

Gráfico 3. Herramientas más producidas en 2001, en porcentaje del total de unidades.



Fuente: Investigación Industrial - IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

La cantidad vendida de estos productos siguen los números de la producción, con destaque para algunas herramientas. Las tijeras de podar, tijeras-serrucho, martillos, mazos, hoz, sembradores manuales, herramientas para cortar césped, tijeras de esquila, herramientas de perforar, además de otras direccionadas para agricultura, horticultura y silvicultura presentan ventas mayores que la producción, lo que indica la comercialización de productos importados.

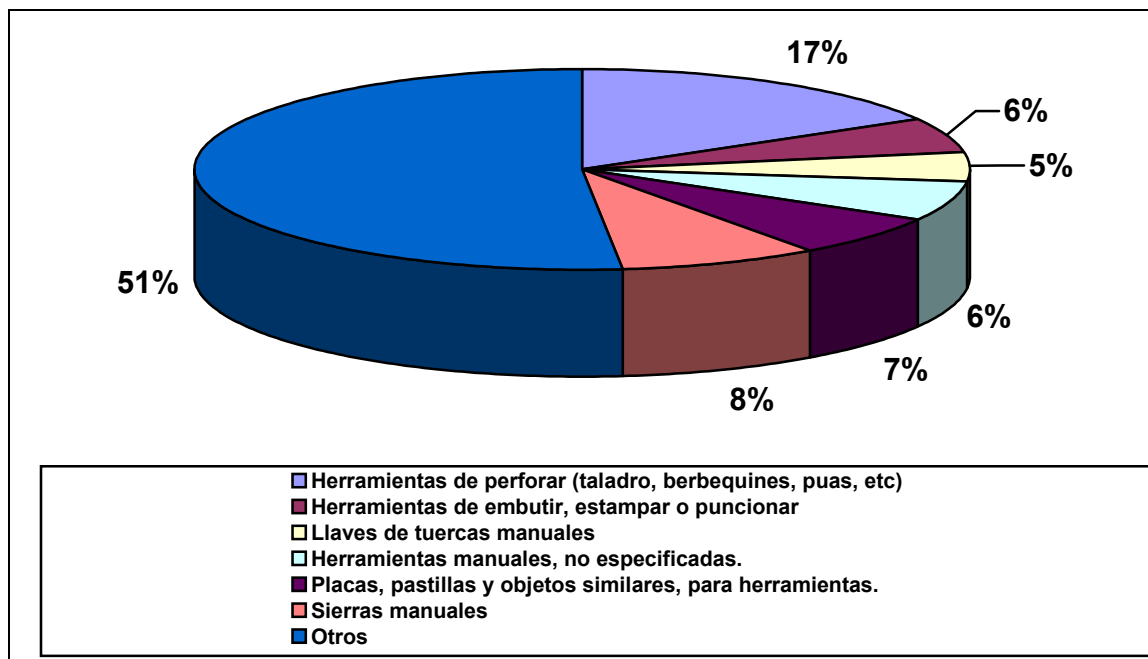
Gráfico 4. Valor de las ventas, en mil US\$ y en mil R\$, entre 2000 y 2001.

Fuente: Investigación Industrial - IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Con relación a los ingresos del segmento, es importante destacar el crecimiento real de 12,2% y la retracción de 3,2% si son considerados los valores en US\$. Esto se explica por la considerable devaluación de la moneda nacional en el período.

En contraste con la caída de la producción y cantidad vendida, el crecimiento de la facturación indica un aumento del precio medio de las herramientas.

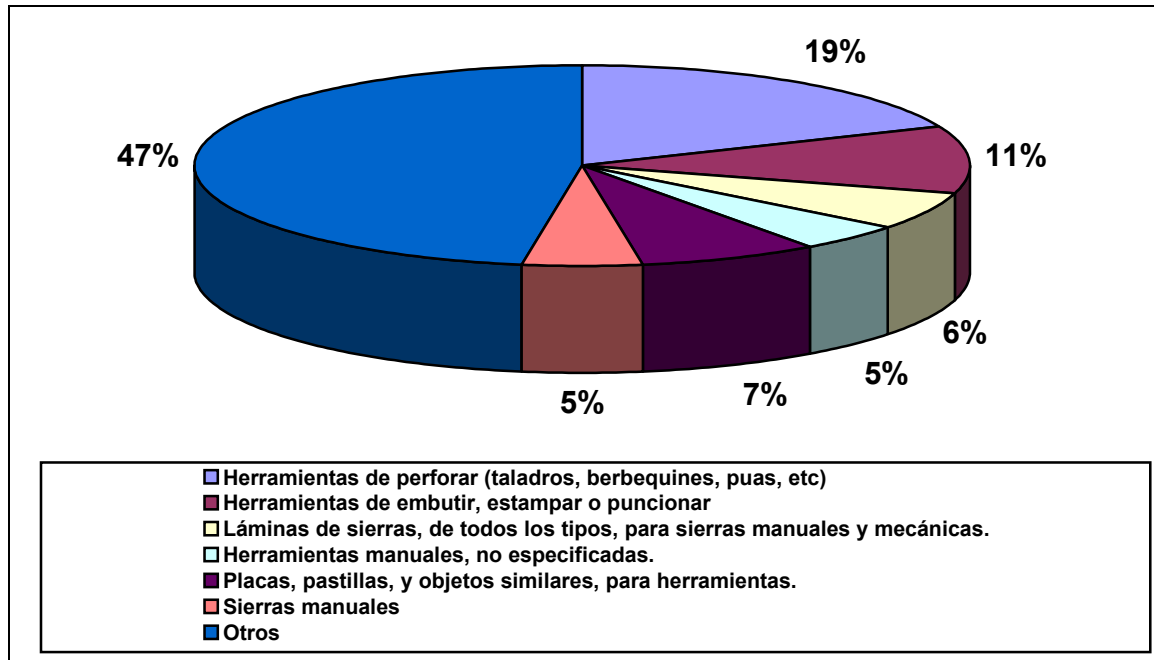
Gráfico 5. Participación en la facturación del segmento de herramientas manuales, por tipo de producto, en 2000.



Fuente: Investigación Industrial - IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Como puede ser observado en los gráficos 6 y 7, la facturación de este segmento está bastante dividida, siendo que apenas las herramientas de perforar presentan participación significativa (17% en 2000 y 19% en 2001). Otros 35 ítems dividieron el restante de las ventas.

Gráfico 6. Participación en la facturación del segmento de herramientas manuales, por tipo de producto, en 2001.



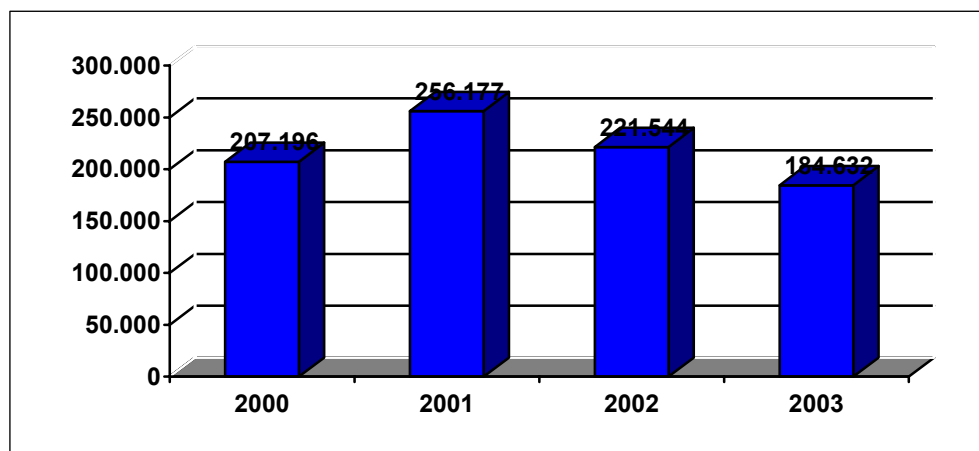
Fuente: Investigación Industrial - IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

2.2.3 Importaciones y sus mercados de origen clasificados en los últimos 3 años

2.2.3.1 Herramientas manuales

Entre las importaciones de herramientas se destacan los productos orientales que son, en general, herramientas comunes para uso doméstico. Los datos abajo representan las importaciones de los items relacionados en el capítulo 82 de acuerdo con la NCM (Nomenclatura Común del Mercosur), incluyendo cuchillería.

Gráfico 7. Importaciones de herramientas manuales, en mil US\$ FOB, entre 2000 y 2003.



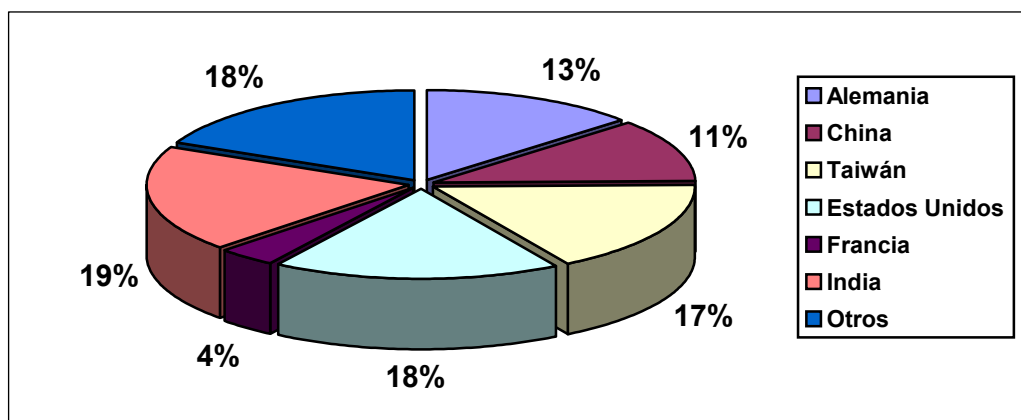
Fuente: MDIC (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

(*) Corresponde a las importaciones de herramientas manuales de uso general, dentro del Capítulo 82 de la NCM (Nomenclatura Común del Mercosur), inclusive artículos de cuchillería.

Entre los productos más importados en el período entre 2000 y 2003, las corrientes cortantes de sierras, de metales comunes, totalizaron compras externas de US\$ 10,4 millones, siendo importados principalmente de los Estados Unidos (85,6%).

Gráfico 8. Origen de la importación de alicates de metales comunes y de llaves de ajuste de mano, de abertura fija, de metales comunes, entre 2000 y 2003.



Fuente: MDIC (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Algunos destornilladores, además de alicates, entre otras herramientas más simples de uso doméstico, son importados del oriente (especialmente China, India y Taiwán, en función del bajo costo). Estos productos no tienen marca, y pueden ser fácilmente encontrados en tiendas populares y en las calles comercializadas por vendedores ambulantes.

Por otro lado, algunas fábricas como la americana Big Roc, que fabrican herramientas de calidad mediana, mantiene su producción en países de Asia y exportan para Brasil. Existe, inclusive, una empresa de este grupo en São Paulo responsable por la importación y comercio de los productos (Big Roc Tools Importação e Exportação Ltda.), no existiendo producción en territorio nacional.

Por otro lado, las importaciones originadas en países como los Estados Unidos y Alemania, ilustradas en el gráfico 9, arriba, son herramientas con algún tipo de tecnología agregada, normalmente de uso profesional, o herramientas específicas. Es necesario tener en cuenta que varios fabricantes de estos países mantienen unidades productivas en Asia, lo que aumenta aún más las exportaciones de países como China y Taiwán para el Brasil.

Abajo, la figura ejemplifica este hecho con un destornillador de la marca española Palmera. Además de ésta, otras marcas extranjeras pueden ser encontradas en el mercado. Es importante recordar que, aún manteniendo producción en Brasil, algunas empresas como Gedore importan herramientas específicas no fabricadas nacionalmente.

Figura 2. Destornillador de la marca española Palmera.



Destornillador de la marca española Palmera. Con un formato ergonómico, y materiales de alta calidad, este producto ofrece más adherencia y confort en el uso, además de total garantía anticorrosión. A pesar de eso, este no es un modelo tradicional de mercado.

Esta marca también ofrece llaves aisladas con capacidad de resistir a descargas eléctricas de alto voltaje. Este tipo de herramienta ofrece mayor seguridad a los usuarios expuestos a peligros relacionados con corrientes eléctricas. Derancout y Gedore son otros fabricantes conocidos que poseen herramientas semejantes.

Las importaciones de estos items (alicates y llaves de tuercas) para el Brasil totalizó US\$ 23,6 millones entre los años de 2000 y 2003, siendo uno de los productos más importados, juntamente con corrientes de sierras, herramientas de perforación de metales, de embutir, estampar y puncionar, plaquetas y pastillas para herramientas, aparatos de barbear no eléctricos, y láminas de barbear, además de otras herramientas no especificadas. Este grupo totalizó más de 76% de las importaciones del período entre 2000 y 2003.

2.2.3.2 Máquinas Agrícolas

La importación de máquinas agrícolas fueron reducidas considerablemente desde que se instalaron en Brasil unidades productoras de los mayores fabricantes mundiales del sector. La tendencia que se mantiene es la nacionalización de las máquinas vendidas y el aumento de las exportaciones.

Tabela 7. Ventas Internas de Tractores importados en el Brasil 2000-2002 en unidades

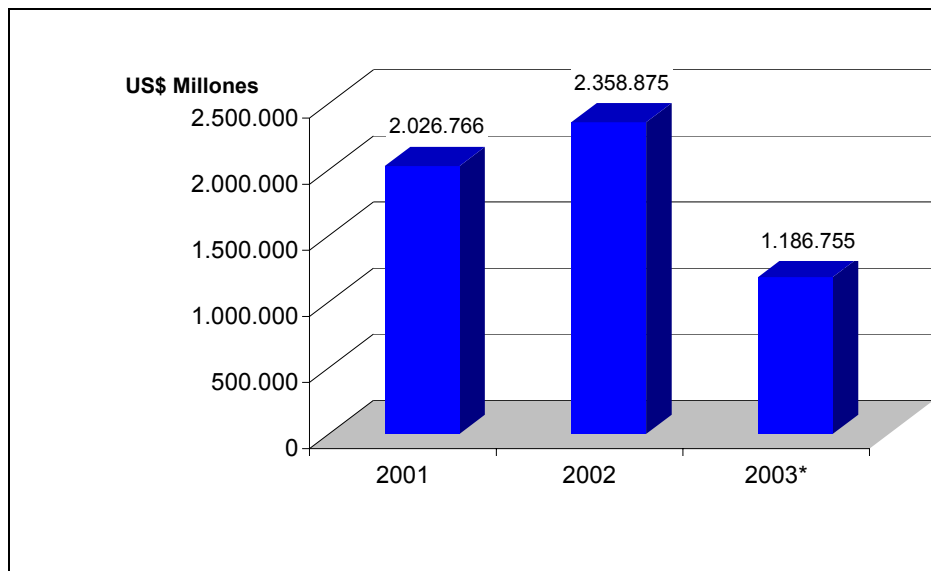
Año	Cultivadores Motorizados	Tractores de Ruedas	Tractores de Esteras	Cosechadoras	Retroexcavadoras	Total (Unidades)
2000	-	300	9	152	65	526
2001	-	113	6	44	108	271
2002	-	31	8	32	23	94

Fuente: ANFAVEA

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Conforme muestra el gráfico 9, hubo reducción de las importaciones de máquinas agrícolas desde la implementación de MODERFROTA, en el año 2000. La tabla arriba refleja esta caída considerable en el segmento de tractores, que cayó 89,7%.

Gráfico 9. Importaciones de máquinas agrícolas, en US\$ FOB, entre 2001 y 2003.



Fuente: MDIC (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

(*) Datos de 2003 hasta Octubre.

Tabela 8. Importación de máquinas e implementos agrícolas en el período 1997-2002

NCM	Descripción	US\$ FOB					
		1997	1998	1999	2000	2001	2002
8424.81.19	Otros aparatos para agricultura u horticultura	1.461.939	2.649.293	1.356.019	777.865	1.786.302	2.058.899
8432	Máquinas, aparatos y artefactos agrícolas de uso agrícola, hortícolas o forestal, para la preparación o el trabajo del suelo o para el cultivo; rodillos para césped o terrenos de deporte.	3.722.381	4.789.862	4.350.916	3.324.299	5.073.381	3.922.510
8433	Máquinas, aparatos y artefactos de cosechar o trillar de productos agrícolas, incluidas las prensas para paja o forraje; cortadoras de césped y guadañadoras: máquinas para limpieza o clasificación de huevos, frutos o demás productos agrícolas. excepto las de la partida 84.37	73.206.516	132.965.303	88.737.794	35.827.611	43.004.150	39.063.225
8434	Máquinas de ordeñar y máquinas y aparatos para la industria lechera.	16.495.968	18.348.348	11.756.188	9.930.142	6.674.243	3.652.237
8435	Prensas, estrujadoras y máquinas y aparatos análogos para la producción de vino,	764.790	766.374	293.774	1.491.621	933.182	662.106

NCM	Descripción	US\$ FOB					
	sidra, jugos de frutos o bebidas similares.						
8436	Las demás máquinas y aparatos para la agricultura, horticultura, silvicultura, avicultura o apicultura, incluidos los germinadores con dispositivos mecánicos o térmicos incorporados y las incubadoras y criadoras avícolas.	31.003.970	29.369.323	17.567.467	10.824.684	12.320.949	11.904.514
8437	Máquinas para limpieza, clasificación o cribado de semillas, granos u hortalizas de vaina secas; máquinas y aparatos para molienda o tratamiento de cereales u hortalizas de vaina secas, excepto las de tipo rural.	16.733.225	20.569.695	15.153.325	7.711.656	8.112.053	6.311.998
Total do setor		143.388.789	209.458.198	139.215.483	69.887.878	77.904.260	67.575.489

Fuente: MDIC (Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio)

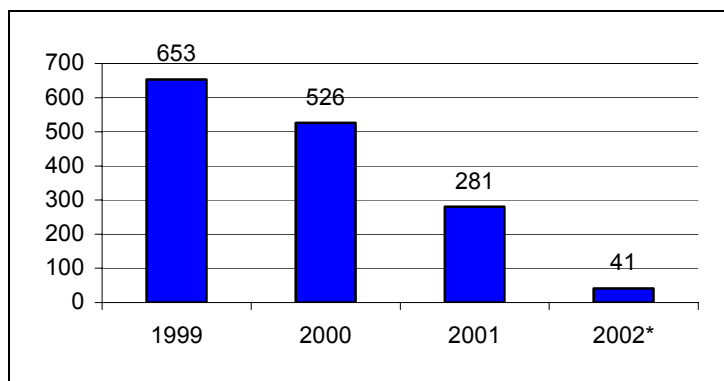
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Como muestra la tabla arriba, las máquinas y aparatos para cosecha o trilla agrícola fue más importada en el período, con 57,7% del total del sector.

En 2001, fueron importadas 281 unidades de máquinas e implementos agrícolas, sobre 526 en 2000, o sea, un descenso de 46,5 % En 2002 las revendedoras de equipamientos agrícolas importaron sólo 41 máquinas en el primer semestre del

año, volumen 77,7% inferior a las 184 unidades compradas en el exterior sobre el mismo período de 2001.

Gráfico 10. Importaciones Brasileñas de Máquinas Agrícolas (unidades), entre 1999 y 2002



Fuente: Austin Asis (*) Hasta Octubre
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

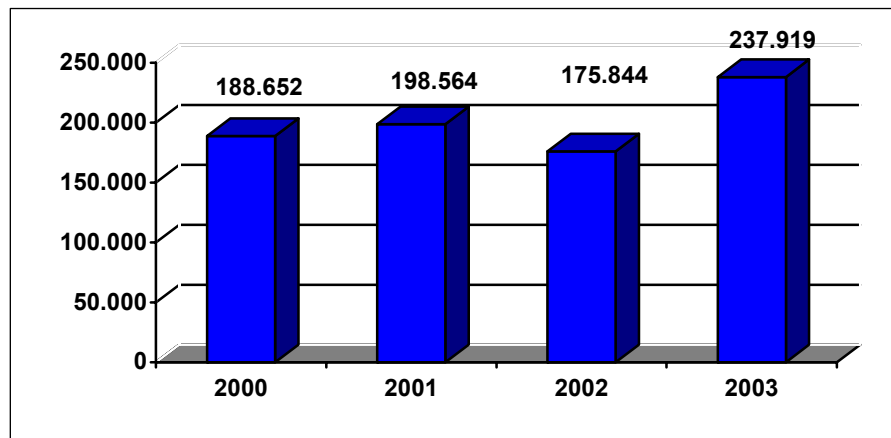
En este proceso de nacionalización de la producción de máquinas agrícolas se destaca la política de financiación del Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES) para el sector agrícola, como un factor que colaboró para este fenómeno. La incorporación de tecnología y potencia a los tractores y cosechadoras fabricados en el Brasil a finales de 2001 y el primer semestre de 2002 explica la reducción de las importaciones y la evolución de las exportaciones.

Hasta el inicio de este año, 180 Caballos de fuerza que es el máximo de potencia que los tractores nacionales tenían. Los empresarios que precisaban renovar las máquinas o reemplazar dos o tres tractores de potencias pequeñas o medias por una máquina de mayor potencia tenían que importarla. Esta realidad ha cambiado y actualmente la nacionalización no sólo ocurre en áreas de tecnología para producción de tractores con potencia superior a 200 caballos y cosechadoras de precisión, que también ha desencadenado la fabricación y utilización de componentes nacionales a un nivel promedio de 60% del producto fabricado.

2.2.4 Exportaciones y sus mercados de destino clasificados en los últimos 3 años

2.2.4.1 Herramientas manuales

Gráfico 11. Exportaciones brasileñas de Herramientas manuales (US\$ Millones, entre 2000 y 2003.

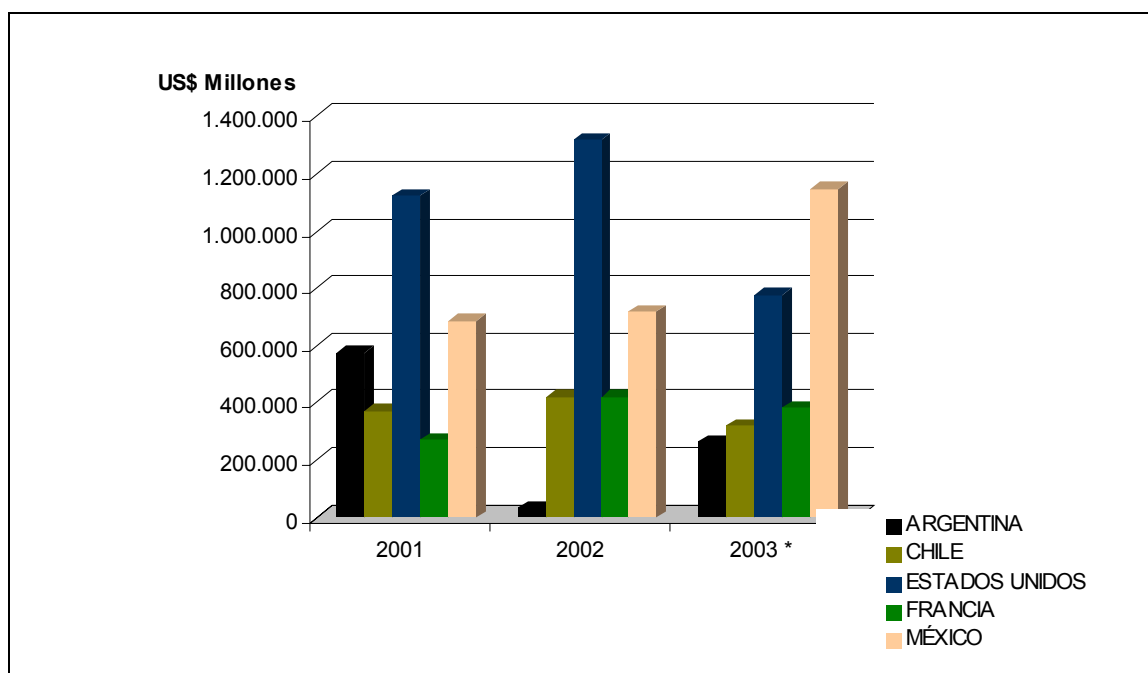


Fuente: MDIC (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

(*) Corresponde a las importaciones de herramientas manuales de uso general, dentro del Capítulo 82 de la NCM (Nomenclatura Común del Mercosur), inclusive artículos de cuchillería.

Gráfico 12. Exportaciones brasileiras de Herramientas manuales (US\$ Millones) y principales destinos - 2001 hasta 2003 *



Fuente: MDIC (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio)

(*) Datos de 2003 hasta Octubre.

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

La mayoría de los materiales exportados por el Brasil en este segmento son de fabricación común, como palas de metal, herramientas simples para agricultura, además de productos que presentan gran demanda como las corrientes cortantes de sierras, herramientas de embutir, estampar y puncionar, plaquetas y pastillas para herramientas.

El Brasil también exporta una gran cantidad de taladros helicoidales, y tiene tradición en la fabricación y exportación de cuchillos, tenedores, cucharas de cocina y herramientas semejantes.

2.2.4.2 Máquinas Agrícolas

Las exportaciones de máquinas agrícolas crecieron 101% entre Enero y Noviembre, sumando 19,1 mil unidades, a comparación de las 9,4 mil unidades del año pasado. En Noviembre, las exportaciones sumaron 1,8 mil unidades, un aumento de 173,4% sobre las ventas del mes de noviembre del año 2002. Los pronósticos indican que las ventas externas van a superar las 20 mil unidades y registrar ingresos por aproximadamente US\$ 900 millones, el doble de lo obtenido hace cuatro años.

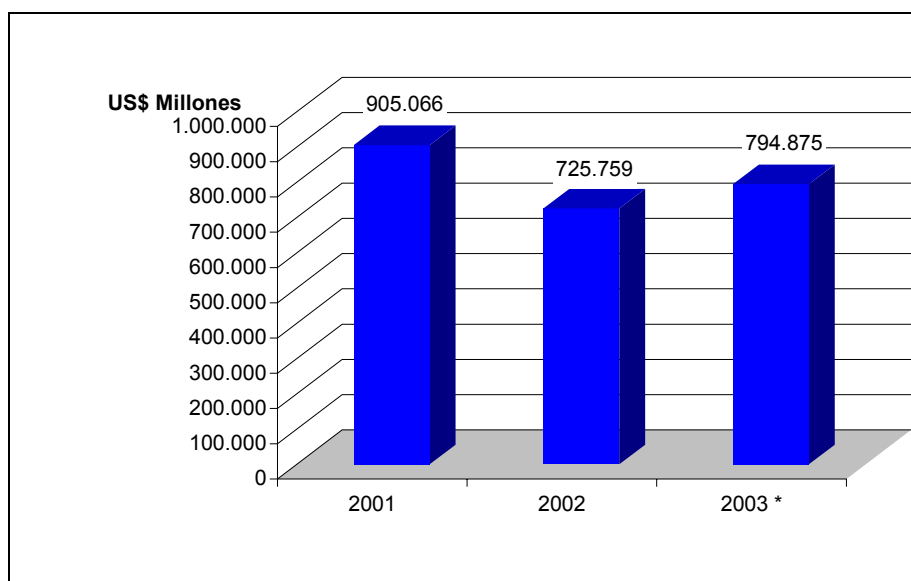
Las exportaciones del sector de máquinas **agrícolas** vienen creciendo a tasas elevadas desde 1999 como consecuencia del fuerte apoyo promocional obtenido por la APEX³. En el primer semestre del año 2002 el incremento fue de 8,7% mismo con el impacto de la crisis Argentina. Este era el principal comprador de máquinas agrícolas brasileñas en el primer semestre del año 2001 cuando importó 41,5 millones de dólares, en 2002 fueron apenas 4 millones lo que representó una disminución de más de 90%. Entretanto, esta pérdida fue más que compensada por el crecimiento en las exportaciones para otros mercados: África (+119%), ALADI* (+105%), UE (+167%), NAFTA (+27%) y Oriente Medio (+167%). Los países para donde existió mayor incremento porcentual en las exportaciones fueron Venezuela, México, Francia, España, África del Sur e Irak.

Durante el mes de Abril del año 2003, los embarques de tractores y cosechadoras crecieron 66,4% a comparación del mismo período del año 2002, alcanzando 1,76 mil unidades con relación a las 1,05 mil máquinas. Entre Enero y Abril, el crecimiento fue todavía más significativo.

En el período, las exportaciones sumaron 5,54 mil unidades, 84,4% superior al obtenido en los cuatro primeros meses del año pasado, cuando los embarques fueron de 3 mil unidades, según la Asociación Nacional de los Fabricantes de Vehículos Automotores (Anfavea).

³ Agência de Promoção de Exportações

Gráfico 13. Exportaciones brasileñas de Maquinaria agrícola (US\$ Millones), entre 2001 y 2003.



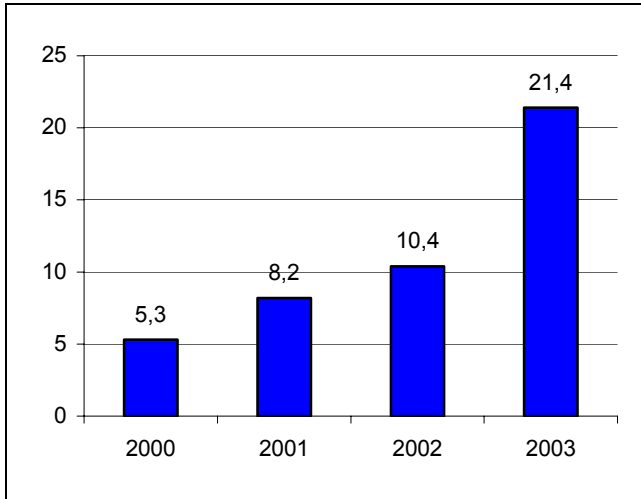
Fuente: MDIC (Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio)

(*) Datos de 2003 hasta octubre

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

En contraste con las importaciones, las tablas 9 y 10 muestran el avance de las ventas externas de máquinas agrícolas. Posterior a la implementación del MODERFROTA, varias industrias mundiales del sector se instalaron en el país y lo tornó base de exportación para el mundo entero. En unidades, el gráfico abajo indica un aumento de más de 100% desde el período del año 2002 a 2003.

Gráfico 14. Exportaciones Brasileñas de Máquinas Agrícolas y Automotivas en miles de unidades



Fuente: Anfavea (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores)
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Tabela 9. Exportación de Máquinas Agrícolas en los años de 2002 y 2003, en unidades.

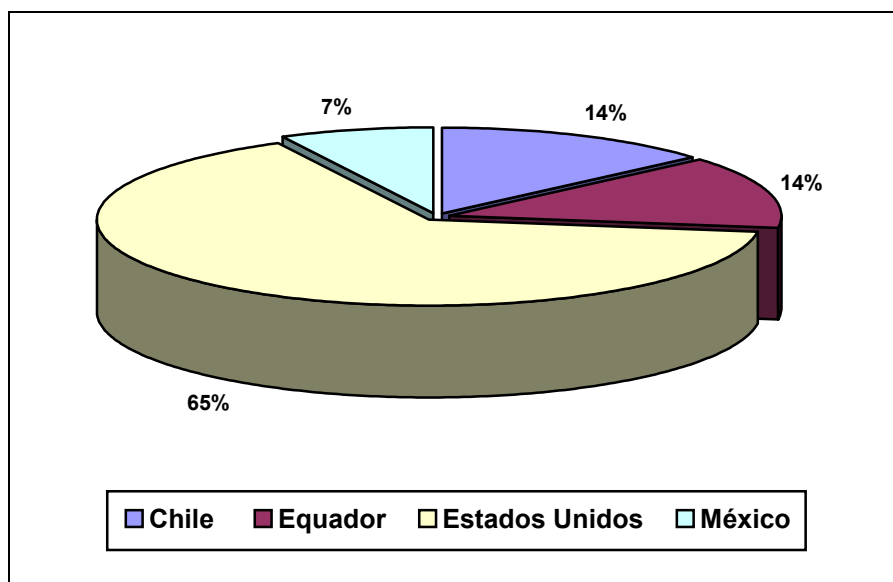
	Tractores de ruedas		Cosechadoras		Cultivadores		Esteras		Retroexcavadoras		TOTAL	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003
ENERO	405	580	140	179	-	-	85	86	9	11	639	856
FEBRERO	495	892	79	427	4	-	133	89	19	7	730	1.415
MARZO	376	1.114	68	301	20	-	94	85	19	11	577	1.511
ABRIL	759	1.369	135	299	-	-	146	79	19	15	1.059	1.762
MAYO	820	1.247	155	192	2	-	105	83	15	36	1.097	1.558
JUNIO	779	1.295	35	106	-	-	99	65	11	38	924	1.504
JULIO	983	1.275	28	232	10	-	79	83	3	84	1.103	1.674
AGOSTO	684	1.884	130	263	-	-	75	103	3	59	892	2.309
SEPTIEMBRE	781	1.898	95	292	2	-	64	106	4	63	946	2.359
OCTUBRE	579	1.758	102	334	6	-	123	111	10	76	820	2.279
TOTAL ENERO A OCTUBRE	6.661	13.312	967	2.625	44	-	1.003	890	112	400	8.787	17.277

	Tractores de ruedas		Cosechadoras		Cultivadores		Esteras		Retroexcavadoras		TOTAL	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003	2002	2003
NOVIEMBRE	508	-	101	-	2	-	67	-	14	-	692	-
DICIEMBRE	754	-	131	-	-	-	47	-	10	-	942	-
TOTAL	7.923	-	1.199	-	46	-	1.117	-	136	-	10.421	-

Fuente: Anfavea (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Gráfico 15. Principales destinos de las exportaciones brasileñas de Maquinaria agrícola - 2001 hasta 2003 *



Fuente: MDIC (Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio)

(*) Datos de 2003 hasta octubre

Acompañando la tendencia de las exportaciones brasileñas, el segmento de máquinas agrícolas tuvo 65% de las ventas externas destinadas a los Estados Unidos, conforme puede ser observado en el gráfico arriba. Sin embargo, es importante recordar que la mayoría de los grandes fabricantes es de origen norteamericana.

Además de las ventas tradicionales a los países vecinos del MERCOSUR – que están reduciendo paulatinamente las compras en el transcurso de los últimos

seis años – Brasil comercializó un elevado número de máquinas agrícolas para los Estados Unidos, México, Chile, Venezuela, Irak y Australia. En 2001, Argentina era el principal cliente brasileño, por lo tanto, con la crisis económica en aquel país, los embarques cayeron de 2.000 unidades, en el año de 2001, contra apenas 63 unidades hasta octubre de 2002. Mientras, se espera que Argentina recupere sus importaciones paulatinamente.

Con relación a los items más exportados, se destacan las máquinas para preparación del suelo y cultivos y las máquinas y aparatos para cosecha o trilla de productos agrícolas. Estos dos items juntos, representan 81% del universo exportado en el año 2002.

Tabela 10. Exportación de máquinas e implementos agrícolas en el período 1997-2002, en US\$ FOB.

NCM	Descripción	US\$ FOB			
		1999	2000	2001	2002
8424.81.19	Otros aparatos para agricultura u horticultura	8.382.003	9.407.584	9.699.143	12.194.591
8432	Máquinas, aparatos y artefactos agrícolas de uso agrícola, hortícolas o forestal, para la preparación o el trabajo del suelo o para el cultivo; rodillos para césped o terrenos de deporte.	35.850.683	36.328.177	37.161.642	46.877.032
8433	Máquinas, aparatos y artefactos de cosechar o trillar de productos agrícolas, incluidas las prensas para paja o forraje; cortadoras de césped y guadañadoras; máquinas para limpieza o clasificación de huevos, frutos o demás productos agrícolas. excepto las de la partida 84.37	60.886.268	61.767.985	78.843.743	70.656.858
8434	Máquinas de ordeñar y máquinas y aparatos para la industria lechera.	1.415.392	1.449.467	2.263.654	1.334.479
8435	Prensas, estrujadoras y máquinas y aparatos análogos para la producción de vino, sidra, jugos de frutos o bebidas similares.	972.908	1.382.149	426.843	400.761

NCM	Descripción	US\$ FOB			
8436	Las demás máquinas y aparatos para la agricultura, horticultura, silvicultura, avicultura o apicultura, incluidos los germinadores con dispositivos mecánicos o térmicos incorporados y las incubadoras y criadoras avícolas.	5.810.993	6.816.025	8.639.955	6.727.698
8437	Máquinas para limpieza, clasificación o cribado de semillas, granos u hortalizas de vaina secas; máquinas y aparatos para molienda o tratamiento de cereales u hortalizas de vaina secas, excepto las de tipo rural.	6.650.893	8.022.239	8.161.028	7.228.684
Total do setor		119.969.140	125.173.626	145.196.008	145.420.103

Fuente: DEEE/ABIMAQ (a partir de datos de la SECEX).

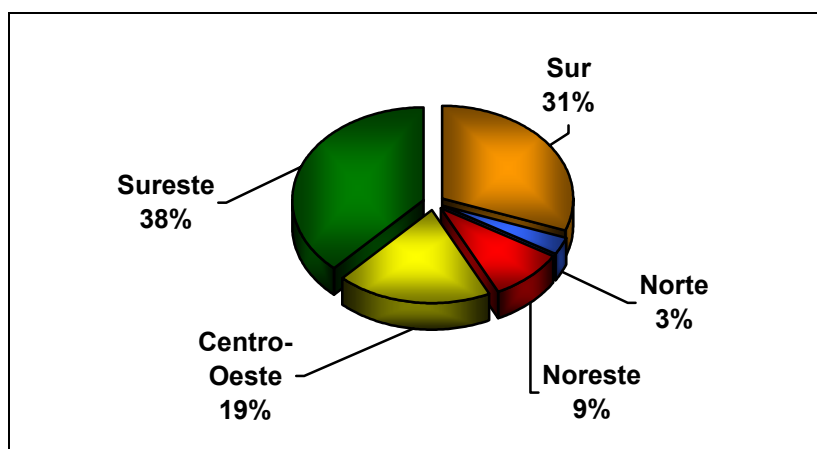
Elaboración: Equipo Consultores Brasil.

2.2.5 Consumo

2.2.5.1 Máquinas Agrícolas

Las ventas de maquinas agrícolas, se concentran principalmente en las regiones Sureste y Sur del Brasil, con 38% y 31%, respectivamente. En seguida, vienen las Regiones Centro-Oeste con 19%, Noreste con 9% y Norte con 3%.

La agricultura brasileña tiene importante reconocimiento en las Regiones Sur y Sureste, siendo las principales regiones agrícolas del país. La región Sureste presenta cultivos más mecanizados y un alto índice de tecnología aplicada en el campo.

Gráfico 16. Distribución de Venta de Máquinas Agrícolas en 2001 (%)

Fuente: Anfavea (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Tabela 11. Consumo aparente en el Brasil de máquinas agrícolas, de 2000 a 2001, en mil unidades.

	2000	2001	2002
Producción	35,5	44,3	44,3*
Importación	0,526	0,281	0,05*
Exportación	5,3	8,2	10,54*
Consumo	30,726	36,4	33,81*

(*) Estimativa

Fuente: Austin Asis

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

2.2.5.2 Herramientas manuales

La Investigación Industrial del IBGE, utilizada para estimar la producción de herramientas manuales, computa apenas parte del capítulo 82 de la Nomenclatura Común del Mercosur. De esta forma, no se tienen en cuenta, principalmente, artículos de cuchillería del análisis expuesto a continuación.

Tabela 12. Consumo aparente en el Brasil de herramientas manuales, en 2000 y 2001, en mil US\$.

	2000	2001
Producción	502.542	446.226
Importación	173.800	223.262
Exportación	103.500	112.800
Consumo	572.842	556.688

Fuente: Investigación Industrial IBGE / SECEX

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

En volumen de comercio, se destacan como consumidoras las Regiones Sur y Sureste, con destaque para São Paulo. Solamente este Estado fue responsable por casi 60% de las importaciones, siendo que estas dos regiones corresponden al 90,5%.

2.2.6 Comentarios

Brasil es uno de los grandes productores de insumos metálicos para la cadena metalmecánica. Este hecho, sumado al potencial de crecimiento de mercado, mano de obra barata, entre otros, incentivan productores de manufacturados a producir en el país.

En el caso de máquinas agrícolas, aún existen los incentivos de crédito ofrecidos por Moderfrota. Este programa fue el gran responsable por el aumento de la producción brasileña de máquinas agrícolas desde el año 2000.

Posterior a la implementación, empresas multinacionales de este segmento se instalaron en Brasil, trayendo consigo como eje una política de exportaciones de los productos. De esta manera, hubo reducción drástica de las importaciones, y aumento considerable de las exportaciones.

A pesar del descenso de ventas en el año 2003, la tendencia es un crecimiento para corto y medio plazo, ya que se espera que haya un aumento de los fondos del Moderfrota para financiamiento.

En el caso de herramientas manuales, la producción nacional alcanzó 179 millones de unidades en el año 2001, de acuerdo datos del IBGE, abajo del número alcanzado en el año 2000. La reducción de la producción, y también de las ventas, está relacionada con la situación de diferentes tipos de demandas de herramientas.

Entre estos tipos, se destaca el descenso de la renta de la población, lo que redujo la compra de herramientas para uso doméstico, y las actividades de la construcción civil. A pesar de este descenso, existió aumento de los ingresos reales en las ventas de herramientas, apuntando para un posible aumento de precios practicados en el sector.

Con relación a las importaciones, es importante destacar el volumen comprado de Oriente, siendo principalmente constituido por herramientas simples, de baja calidad y para uso doméstico. Las exportaciones, por otro lado, son de herramientas de calidad, producidas por empresas nacionales y multinacionales instaladas en el país.

Con relación al consumo, las regiones donde se concentra la producción agrícola, la Sur y Sudeste, responden por la mayor parte de las ventas de máquinas agrícolas. Para herramientas, solamente la Región Sureste concentra buena parte del consumo, pues es donde está la mayor renta y concentración industrial del país.

2.3 CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

2.3.1 Herramientas manuales

Las herramientas se diferencian de las máquinas agrícolas en este punto por atender varios nichos de mercado, desde usuarios domésticos hasta la industria de la construcción civil, automotriz, incluyendo la industria agropecuaria.

Usuarios domésticos consumen herramientas para el uso en casa, en el carro o en pequeñas plantaciones. Son herramientas simples, compradas en su gran mayoría en hipermercados y home centers (en el caso de grandes y medianas ciudades) o pequeños minoristas en ciudades menores. Las tiendas populares ofrecen items de menor costo, por lo tanto de calidad dudosa, y son buscadas por consumidores de estratos más bajos.

La industria (incluyendo todos sus segmentos) es un gran consumidor, pero estos tipos de herramientas y sus funciones difieren de acuerdo con la actividad específica de la empresa. Las industrias demandan intensivamente herramientas profesionales, así como las prestadoras de servicios de herramientas para mantenimiento.

Con relación al mercado direccionado para el segmento agropecuario, como palas, azadas y herramientas similares para uso rural, es importante recordar que los grandes productores utilizan de máquinas agrícolas modernas, consumiendo pocos items relacionados a este estudio. El mercado para la venta de estas herramientas serían los pequeños y medianos agricultores, propietarios de casas de campo, empresas de jardinería y profesionales del área (incluidos los de los centros urbanos también), entre otros.

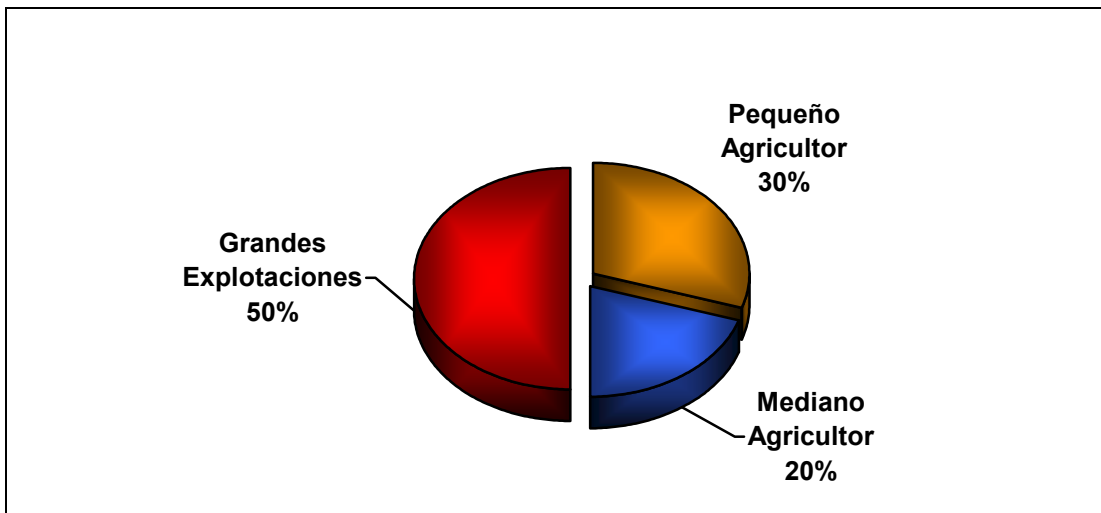
2.3.2 Máquinas Agrícolas

2.3.2.1 Segmentación de la demanda

1. El agricultor como principal cliente del sector de maquinaria e implementos agrícolas. Cabe establecer la siguiente caracterización:

- Pequeño agricultor: es estimado alrededor de un 30% de la demanda.
- Mediano agricultor: se estima que representa un 20% de la demanda.
- Grandes explotaciones, en general relacionadas o integradas en la agroindustria, que suponen aproximadamente el restante 50% del total de la demanda.

Gráfico 17. Principales clientes del sector de máquinas e implementos agrícolas.



Fuente: Oficina económica y comercial de España en Brasilia
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

2. Cooperativas: constituyen un elemento importante en la estructura agraria brasileña. Prestan el servicio de almacenaje de granos a otros agricultores no integrados en las mismas. En este sentido constituyen un grupo de demanda

importante para equipos de almacenaje (silos, transportadoras, etc). Durante el último trimestre del año se ha alcanzado una solución para aliviar la crisis que venían atravesando las cooperativas, consistente en la llamada “securitización” de la deuda agrícola que consiste en una renegociación de la deuda, permitiendo un aumento de los plazos de pago, y por consecuencia un incentivo de la capacidad de inversión en nuevas máquinas y con esto, las posibilidades de expansión del sector.

3. Gobierno: Las licitaciones de proyectos para suministro de equipos para obras de infraestructura de irrigación, como en el Noreste del país, suponen un volumen de negocio interesante para las empresas de ese tipo de productos. El Proyecto de Desarrollo de la Fruticultura Irrigada en el Noreste, en cuya ejecución es posible a los agricultores obtener financiación accesible por parte del BNDES, puede dar lugar a una explosión de la producción frutal de esta región de formidable potencial agrícola. Este, por lo tanto, es apenas un ejemplo, siendo que existen otros proyectos gubernamentales, sean de carácter Federales o Estatales, como el Programa de incentivo a la “Cultura do Dendê “(Cultivo de palma), del Gobierno del Estado de Bahia.

4. La agroindustria como cliente de equipamientos para ganadería, para fabricación de forrajes, así como para almacenaje y transformación de granos y frutas, etc. Este mercado en general es más estable que los anteriores, menos influido por los condicionantes y la política agrícola interna.

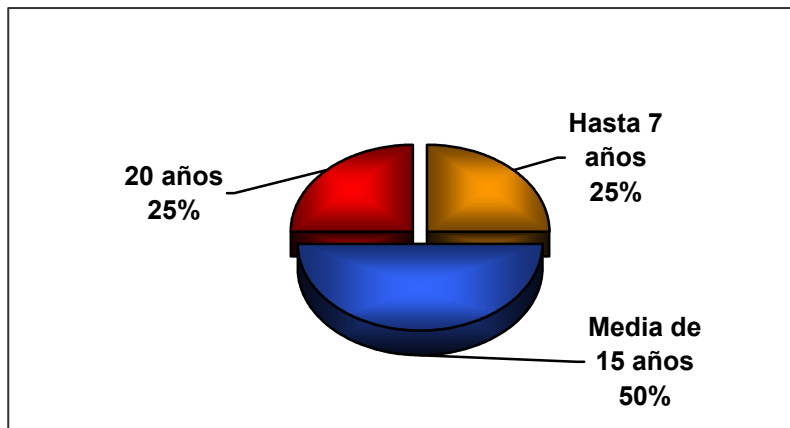
Vale la pena comentar que la agroindustria esta diferenciada de la industria de transformación en lo que se refiere a la distribución geográfica, debido a que están distribuidas en las regiones agrícolas, principalmente en la región donde se cultiva la soja (del Estado de Mato Grosso hasta el Estado de Rio Grande do Sul). En el caso de las instalaciones industriales, comentadas a continuación, la concentración se da en la Región Sureste brasileño.

5. Instalaciones industriales, tales como almacenes en puertos y otros centros de acopio de granos. Son mercados relevantes para los fabricantes de equipos de almacenaje, en especial en este momento en que los puertos están siendo objeto de privatización y reconversión industrial.

2.3.2.2 Flota Nacional

Actualmente la flota nacional está compuesta por 25% de máquinas agrícolas con hasta de siete años, 50% de máquinas con edad media de 15 años y 25% con 20 años.

Gráfico 18. Edad de la flota brasileña de máquinas agrícolas.



Fuente: Oficina económica y comercial de España en Brasilia
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

El sector de maquinaria agrícola es un sector que viene ganando mercado y cuyo potencial de crecimiento es bastante elevado. Debido a la relevancia que para el gobierno tiene el sector agrícola, incentivos en lo que corresponde al crédito a los agricultores vienen siendo autorizados, favoreciendo el desempeño del sector de máquinas e implementos. En este sentido el objetivo del plan Moderfrota es modernizarla.

2.3.3 Características y hábitos de compra de los consumidores del sector

2.3.3.1 Herramientas Manuales

Específicamente en este segmento, fue elaborada una investigación que confirma la importancia de los productos sin marcas famosas para el minorista de material de construcción, por Sincomavi (Sindicato del Comercio Minorista de Material de Construcción, Maquinismos, Herrajes, Tintas, Lozas y Vidrios del Gran São Paulo).

En este sentido parte de la "Investigación Sobre Marcas Populares", tuvo como objetivo determinar la importancia de los productos populares en la composición de lucros del minorista. Los números obtenidos e ilustrados a continuación demuestran el avance de los "anónimos" en el mercado.

En total fueron consultados 103 establecimientos pertenecientes al Club de Compras & Negocios del Sincomavi, de los cuales 73,8% afirmaron que trabajan con este tipo de producto – el anónimo. La mayor incidencia de participación de los items sin marcas famosas estuvo a cargo de los comercios localizados en los barrios de la Gran São Paulo⁴, con 78,43%. Mientras, las tiendas del centro obtuvieron un porcentaje menor 69,23%.

Con relación al desempeño en los puntos de venta, 63,16% de los empresarios entrevistados admitieron aumento en los ingresos con la venta de los items populares. Este número es mayor aún siendo considerados apenas los minoristas de barrio, que alcanzó a 70% de los consultados. La coordinadora del Club de Compras & Negocios del Sincomavi, Andréa Nista Richter señala otro dato importante de la investigación: el elevado índice de la participación de los

⁴ Interior del Estado de São Paulo, sin tener en cuenta la capital

productos populares en el “mix” de los establecimientos. Cerca de 23% de los tenderos estiman que entre 20% y 30% de todo el material a la venta es compuesta por productos sin marcas famosas.

El principal motivo destacado en el trabajo con las marcas “anónimas” fue el precio, citado por 89,47% de los comerciantes. El segundo tópico más votado fue calidad, recordado por aproximadamente 8% de los comerciantes.

La disputa fue pareja en todos los segmentos, principalmente en el sector de herramientas manuales, en la cual Tramontina y Paceta permanecieron empatadas con 31% de la preferencia.

Es importante destacar que el segmento de herramientas manuales fue destacado como uno de los más rentables entre los entrevistados.

2.3.3.1.1 Mercado de consumidores domésticos

Se asegura que el aumento de la participación del mercado “hobbista”⁵ sea una tendencia irreversible, lo que es explicado por el hecho de que la mano de obra para instalación está cara, lo que incentiva a las personas a realizar pequeños trabajos domésticos con herramientas propias. Así, muchos clientes precisan de informaciones para realizar el servicio, y por eso el comerciante minorista debe estar preparado para instruirlos, incluyendo sobre las marcas disponibles en el mercado.

El obstáculo, admitido por los propios comerciantes, es la falta de espacio y de capital de giro, considerando que este mercado exige buena exposición y alguna

⁵ Segmento de mercado representado por personas que compran herramientas para desarrollar trabajos de casa como hobby o pasatiempo

inversión en promoción. Además, los promotores precisan transferir informaciones importantes para el consumidor.

El perfil del cliente ya es conocido: hombre, edad superior a 40 años, jefe de familia interesado en economizar, jubilado y que trabaja para hijos o parientes. Entretanto, estos promotores destacan que la decisión de compra cabe siempre a la esposa.

La mejor manera de los comerciantes de tamaño pequeño puedan aprovechar este creciente mercado es el perfeccionamiento en la exposición de los productos. Los mercados minoristas precisan dar destaque a los productos dentro de la tienda, tener espacio reservado y distribuir folletos y material de divulgación de la mercancía.

El consumidor puede hasta no comprar en el momento, pero si desea la adquisición del producto irá estudiar dicha posibilidad. Para realizar este proceso de seducción, el comerciante necesita dejar bien visible el producto o sus prospectos. De esta forma es aconsejable colocar en la bolsa de compra los folletos promocionales.

2.3.4 Comentarios

Las herramientas atienden a varios tipos de demanda. Las más comunes son direccionadas a usuarios domésticos, prestadores de servicio de jardinería, entre otras actividades. La industria también representa gran parte de la demanda, incluyendo la construcción civil.

Dentro del mercado de herramientas para uso doméstico, los productos sin marca, o de marca desconocida, son bastante vendidos. Este tipo de producto

normalmente es originario de Oriente, son de calidad dudosa, y encontrados en tiendas populares y con vendedores ambulantes.

Una tendencia encontrada en este mercado es el aumento de la demanda “hobbista”, asociado al usuario doméstico que realiza pequeños trabajos en casa. Este tipo de demanda requiere una atención especial, además de un trabajo adicional de marketing en los puntos de venta.

En el caso de máquinas agrícolas, la demanda puede ser segmentada entre los agricultores, las cooperativas, el gobierno, la agroindustria y la industria. Los grandes cultivos están normalmente integrados a la agroindustria y merecen destaque por representar hasta 50% de la demanda de los agricultores. El Gobierno también compra máquinas agrícolas, a través de licitaciones para proyectos de desarrollo de culturas en varios puntos del país.

Con relación a la demanda de máquinas agrícolas, es importante resaltar que el financiamiento es fundamental para los compradores. Moderfrota, con la intención de renovar la flota nacional de máquinas agrícolas, dispone de fondos para financiamiento a bajo costo. Las ventas son fuertemente influenciadas por la disponibilidad de estos fondos.

3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

3.1 Estructura de la oferta local

3.1.1 Herramientas Manuales

En el sector de herramientas manuales, se puede contar con muchas empresas. Sin embargo las marcas más conocidas para uso general y profesional son: Tramontina y Pacetta, las dos de origen brasileño.

Otras marcas fuertes en el mercado internacional también están presentes en Brasil. grande parte, de ellas mantienen unidades productivas en el país, como Gedore, Taurus, Corneta y Coopertools.

3.1.1.1 Tramontina



Tramontina es la única empresa brasileña que exporta con marca propia para más de 100 países. Fundada en el

año 1911, en la ciudad de Carlos Barbosa, en el Estado de Rio Grande do Sul, comenzó como una pequeña herrería que dió origen al actual complejo empresarial con 10 fábricas. Al lado, una de las 10 fábricas, que producen herramientas de marca Tramontina.



Localizada en la ciudad de Carlos Barbosa, Estado de Rio Grande do Sul, esta unidad es especializada en productos para jardinería, agricultura y construcción civil. Su lista de productos va desde cubiertos, ollas en acero inoxidable, utensilios,

accesorios para cocina, piletas hasta herramientas para jardín, agricultura y para construcción civil, productos para instalaciones eléctricas, mesas y sillas en madera y plástico y estantes en madera. Solamente en los Estados Unidos, existen 18 mil puntos de venta de productos Tramontina, incluyendo la red minorista Wal-Mart.

Las exportaciones representan 55% de la facturación en el sector de cuchillería, y las de otros productos representan 30% de las ventas de sus respectivos segmentos.⁶

⁶ Datos referentes al año 2003.

La empresa invierte en calidad de sus productos, además de investigación y desarrollo. El laboratorio méatalo gráfico de Tramontina, que posee control magnaflux para la detección de grietas, además de pruebas de humedad y de tenaza para sus herramientas – Items que la afirman como fabricante de herramientas de altísima calidad.



Los precios abajo establecidos fueron obtenidos a través de una investigación en el mercado minorista. Fueron seleccionados algunos items fabricados por Tramontina, apenas para comparación. Al lado, la figura muestra la composición de uno de los kits de la empresa, con un martillo, un alicate y dos destornilladores.

Tabela 13. Precios medios de productos de Tramontina en el mercado minorista, en el mes de Agosto del año 2004.

	Herramienta	R\$	US\$
	Canivete 3ª - sin punta 26301/003	3,90	1,34
	Alicate universal Tramontina 8"	31,17	10,67
	Destornillador Tramontina 3 16x4	5,40	1,85
	Llave fija Tramontina 12x13	6,31	2,16
	Llave tipo Phillips 3/16x4	4,70	1,61
	Juego de destornillador – 5 piezas	18,15	6,22
	Kit herramientas - Martillo, destornillador y alicate universal	19,95	6,83
	Martillo uña, pintado 23mm	18,26	6,25

3.1.1.2 Coopertools



La empresa CooperTools, localizada en la ciudad de Sorocaba – Estado de São Paulo, forma parte del grupo Cooper Industries y es uno de los principales fabricantes de herramientas manuales del mercado brasileño y del mundo. La empresa está en Brasil desde 1972 y su línea de productos, que hoy cuenta con más de 5 mil items diferentes, es compuesta por herramientas de las siguientes marcas: Belzer, K&F, Mayle, Nicholson, Campbell, Crescent, Lufkin, H.K.Porter, Weller, Wiss, Airetool, Apex, Buckeye, Cleco, Cooper Automation, DGD, Doler, Dotco, Erem, Gardner-Denver, Gardotrans, Geta, Kahnetics, Master Power, Metronix, Plumb, Quackenbush, Recoules, Rotor, Utica, Wire-Wrap y Xcelite.

El gran número de marcas se debe a constantes adquisiciones de la empresa en nivel nacional e internacional. Una de las más representativas adquisiciones en el mercado brasileño fue la de Herramientas Belzer do Brasil, en 1992, que aportó para aumentar aún más la participación de la CooperTools en el mercado de herramientas.

La marcas K&F y Nicholson son bastante conocidas por sus limas, limas para maderas y sierras manuales. Las limas son fabricadas en los perfiles redondo, cuadrado, triangular, plano, media caña y cuchillo.

Ya las Sierras manuales K&F y Nicholson son encontradas en los modelos rígida y flexible bi-metálica. La línea Nicholson aún posee serruchos en cinco modelos. Con la marca Belzer, la CooperTools fabrica herramientas de alta calidad direccionadas principalmente para el segmento industrial y profesional. Producidos en acero cromo vanadio, los productos Belzer garantizan resistencia y durabilidad en las condiciones más difíciles de trabajo. Entre ellos están: Alicates, Destornillador, Llaves ajustables y para tubos, Cortafríos, Saca-clavillo de madera, Punzones.

La marca Mayle es direccionada principalmente para el mercado de bricolage y “haga usted mismo” y sus herramientas son en acero alto carbono. En esta línea pueden ser encontradas Llaves Fijas, Estrella, Combinadas, Destornillador y Tipo Phillips.

Tabela 14. Precios promedio de productos de Coopertools en el mercado minorista, en el mes de Agosto del año 2004.

<i>Herramientas</i>	<i>R\$</i>	<i>US\$</i>
Arco sierra 10 a 12" Beltzer	23,48	8,04
Llave combinada 7mm Beltzer	4,21	1,44
Llave combinada 5/16" Beltzer	4,39	1,50
Llave combinada 11/16" Beltzer	7,55	2,59
Llave Allen 1/8" Beltzer	0,74	0,25
Llave Allen 3/8" Beltzer	2,24	0,77
Llave Allen 5mm Beltzer	0,92	0,32
Llave cano 10" Beltzer	24,82	8,50
Llave canhão 1/4x125mm Beltzer	6,33	2,17
Llave Inglesa Nich/Belzer 8" – 24mm oxida Beltzer	26,89	9,21
Punción centro 4x100mm 16400 Beltzer	4,27	1,46
Lima plana murca 10" Nicholson	12,52	4,29
Lima redonda bastarda 10" Nicholson	8,53	2,92
Lima triangular murca 10" Nicholson	15,43	5,28

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Es importante recordar que la marca Beltzer es bastante conocida en el mercado, y se encuentra fácilmente en el mercado minorista, teniendo, de esta forma, gran variación de precios entre las tiendas.

3.1.1.3 Corneta



Corneta es una empresa alemana, con dos unidades industriales instaladas en São Paulo, ocupando un espacio de casi 18.000m² de área construida, empleando, juntas casi 600 empleados. Su línea de productos atiende a varios mercados, desde la jardinería hasta construcción civil, “hobby” y cuchillería.



Arriba, las dos unidades en la ciudad de Osasco y en la ciudad de Cotia, respectivamente, ilustran el tamaño de la empresa en Brasil.

Tabela 15. Precios medios de productos de la Corneta en el mercado minorista, en el mes de Agosto del año 2004.

<i>Herramientas</i>	<i>R\$</i>	<i>US\$</i>
Pinza punta curva 160mm 367	12,87	4,41
Pinza punta fina recta 160mm 366B/PL	12,40	4,25
Alicate de cuero curvo 8.1/4"	29,00	9,93
Alicate de corte 383 7-1/2	47,00	16,10

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

3.1.1.4 Gedore



Multinacional alemana, con instalaciones en más de 10 países, constituye uno de los mayores grupos del segmento de herramientas. Su fábrica en Brasil queda en la ciudad de São Leopoldo, Estado de Rio Grande do Sul, que fabrica cerca de 1,2 millones de piezas por mes. De acuerdo con datos de la Revista Gazeta Mercantil, Gedore cerró el año 2002 con una facturación de US\$ 21,1 millones. El grupo aún posee dos centros de distribución, en la ciudad de São Paulo, Estado de São Paulo, y en la ciudad de Uberlândia, Estado de Minas Gerais.

Tabela 16. Precios medios de productos de Gedore en el mercado minorista, en el mes de Agosto del año 2004.

<i>Herramienta</i>	<i>R\$</i>	<i>US\$</i>
Alicate presión 10" – 137	18,01	6,17
Alicate pico 1/2 C curvo IS 8"8132AIOP	38,63	13,23
Llave combinada 8mm 1BE	4,40	1,51
Llave combinada 1,5/16" 1BE	30,33	10,39
Llave allen 7/32" 42	1,13	0,39
Llave allen 8mm 42	1,86	0,64
Espátula plana 450mm 38/18 CrV	16,21	5,55
Llave caño reforzada 14" 227/14	57,47	19,68
Martillo Bola 700G 8601	48,04	16,45
Compás recto 350mm 740/4	38,75	13,27
Tijera plana tipo crescent 10" 8516	59,88	20,51
Destornillador 1/2x10" 150/24	6,98	2,39
Llave tipo Phillips 1/8x2,3/8" 160/0	2,73	0,93
Llave tipo Phillips 3/8x6" 160/6	6,80	2,33
Soquete 1/2" ESTR 26PÇ 1/4 ^a 1,1/4" D19KPU	249,73	85,52
Llave Inglesa reforzada 18" - 53mm 62	237,98	81,50
Chave fenda 1/8x4" 150/2	2,32	0,79

<i>Herramienta</i>	<i>R\$</i>	<i>US\$</i>
Llave cañón 5x115mm 33L	13,43	4,60
Compás externo 300mm 735/4	39,50	13,53

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

3.1.1.5 Moretzsohn



Moretzsohn Ferramentas Ltda., empresa genuinamente de capital nacional, fundada en el mes de enero del año 1953, se localiza en el municipio de Campanha, Estado de Minas Gerais. Su unidad industrial fue construida en un área de 8.000 m², donde son fabricadas herramientas manuales en general.

Tabela 17. Precios medios de productos de Moretzsohn en el mercado minorista, en el mes de Agosto del año 2004.

<i>Herramientas</i>	<i>R\$</i>	<i>US\$</i>
Destornillador 1/8x5 Moretzsohn	3,19	1,09
Destornillador 3/16x6 Moretzsohn	4,14	1,42
Juego de destornilladores - 4 piezas	18,1	6,20
Llave tipo Phillips 1/4x4	5,38	1,84

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

3.1.1.6 Pacetta



Fabricante de herramientas con centro en el mercado de la construcción civil, en la ciudad de Amparo, São Paulo. Fabrica espátulas para albañil, herramientas para acabamiento y hasta carretilla.

Tabela 18. Precios medios de productos de Pacetta en el mercado minorista, en el mes de Agosto del año 2004.

Herramientas	R\$	US\$
Espátula betunadeira 10" forjada	5,52	1,89
Cuchara de albañil 7"	4,36	1,49
Cuchara de albañil 9"	5,22	1,79
Formón chanfleado 1.1/4	4,42	1,51

Elaboración: Equipo Consultores Brasil


3.1.1.7 Famastil Taurus



Famastil, de la ciudad de Gramado, Estado de Rio Grande do Sul, fue recientemente comprada en el mes de abril del año 2004 por la empresa Taurus, multinacional conocida por la fabricación de armas, pero que también actúa en el segmento de herramientas. Tanto la antigua Famastil (ahora Famastil Taurus), como la multinacional americana, tienen su centro en el mercado “hobbista”, además de productos para la construcción civil, jardinería y accesorios para el hogar.

Solamente la unidad de Famastil produce cerca de 1,5 mil items y prácticamente todos son exportados para más de 30 países. El producto principal continúa siendo el martillo, responsable por 20% de la facturación total, estimada en R\$ 60 millones para el año 2003. Las ventas externas responden por 35% de la facturación.

Tabela 19. Precios medios de productos de Famastil Taurus en el mercado minorista, en el mes de Agosto del año 2004.

	Herramientas	R\$	US\$
	Destornillador simples 1/8x3 Taurus	2,53	0,87
	Formón Cromo Vanadium 1 Famastil	8,58	2,94
	Cuchara para albañil 7" Famastil	9,68	3,32
	Llave combinada 11mm Taurus	4,68	1,60
	Llave hexagonal 7mm Taurus	1,93	0,66

Arriba, la imagen de la cuchara de albañil 7" de la marca Famastil, encontrada en el mercado minorista por US\$ 3,32.

3.1.2 Máquinas Agrícolas

Este sector dispone de un inmenso parque industrial con más de 300 empresas independientes fabricando una enorme gama de productos. El mercado interno tiene una demanda muy grande, pero al mismo reprimida, consecuencia de una descapitalización y del compromiso de la capacidad crediticia del agricultor brasileño.

3.1.2.1 Datos de las mayores empresa de máquinas agrícolas



Analizando las tablas abajo, se observa que el líder de producción y ventas en el mayor mercado de máquinas agrícolas y tractores de ruedas, es la empresa americana AGCO ALLIS.

Tractor de rodas Massey Ferguson

MF 275 es el tractor más vendido de la historia del país. Uno de los motivos es la red con más de 200 puntos de venta dispersos por todo el territorio nacional en las principales regiones agrícolas del Brasil.

Tabela 20. Producción interna, ventas y exportación de la AGCO del Brasil, entre 2000 y 2002.

Año	Tractores de Ruedas						Cosechadoras								
	Massey Ferguson			AGCO ALLIS			Massey Ferguson			AGCO ALLIS			IDEAL		
	Prod.	Ventas Internas	Exp.	Prod.	Ventas Internas	Exp.	Prod.	Ventas Internas	Exp.	Prod.	Ventas Internas	Exp.	Prod.	Ventas Internas	Exp.
2000	9.442	8.086	1.424	37	-	27	814	611	95	29	11	34	-	3	1
2001	13.897	9.703	13.902	143	-	136	1.023	826	204	50	11	35	-	-	-
2002	16.187	11.341	4.947	77	-	84	1.355	986	319	64	18	54	-	-	-

Fuente: ANFAVEA (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

AGCO ALLIS, productora de origen americana de máquinas agrícolas, tiene como marca más conocida a la empresa Massey Ferguson, de tractores de ruedas. En la planta de la ciudad de Canoas (Estado de Rio Grande do Sul), actualmente, son producidos 20 mil tractores por año y 50% de los mismos son exportados para más de 70 países.

Tabela 21. Producción interna, ventas y exportación de la AGRALE, entre 2000 y 2002.

Año	Tractores de Ruedas			Cultivadores Motorizados		
	Producción	Ventas Internas	Exportaciones	Producción	Ventas Internas	Exportaciones
2000	737	700	59	-	-	-
2001	789	771	23	-	-	-
2002	946	855	48	-	-	-

Fuente: ANFAVEA (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Tabela 22. Producción interna, ventas e y exportación de la CASE, entre 2000 y 2002.

Ano	Tractores de Ruedas			Cosechadoras		
	Producción	Ventas Internas	Exportaciones	Producción	Ventas Internas	Exportaciones
2000	181	292	66	13	135	-
2001	27	201	7	4	74	1
2002	179	170	4	253	257	10

Fuente: ANFAVEA (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Tabela 23. Producción interna, ventas y exportación de la John Deere, entre 2000 y 2002.

Ano	Tractores de Ruedas			Cosechadoras		
	Producción	Ventas Internas	Exportaciones	Producción	Ventas Internas	Exportaciones
2000	3.742	3.309	336	1.748	1.469	429
2001	3.634	3.070	329	2.073	1.442	615
2002	4.082	3.980	490	2.731	2.112	615

Fuente: ANFAVEA (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Tabela 24. Producción interna, ventas y exportación de la New Holland, entre 2000 y 2002.

Ano	Tractores de Ruedas			Cosechadoras		
	Producción	Ventas Internas	Exportaciones	Ventas Internas	Producción	Exportaciones
2000	4.854	4.487	741	1.351	1.267	158
2001	8.307	7.275	672	2.046	1.745	347
2002	9.752	8.762	1.557	2.448	2.275	201

Fuente: ANFAVEA (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Tabela 25. Producción interna, ventas y exportación de la Valtra, entre 2000 y 2002.

Ano	Tratores de Rodas			Cosechadoras		
	Producción	Ventas Internas	Exportaciones	Producción	Ventas Internas	Exportaciones
2000	6.702	5.810	907	-	9	-
2001	7.330	6.549	742	-	-	-
2002	8.449	7.458	814	-	-	-

Fuente: ANFAVEA (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Tabela 26. Ventas internas de Máquinas Agrícolas Automotrices (nacionales e importados) por Unidad de la Federación – 2001/2002

Región	Cultivadores Motorizados		Tratores de Ruedas		Tratores de Esteras		Cosechadoras		Retroexcavadoras		Total (Unidades)	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Norte	108	31	834	843	129	130	26	53	125	130	1.222	1.187
Noreste	40	38	1.934	2.355	62	76	154	194	206	272	2.396	2.935
Sureste	370	426	11.005	10.764	146	157	388	485	906	988	12.815	12.820
Sur	288	492	9.972	13.331	43	75	2.127	2.830	571	602	13.001	17.330
Centro-Oeste	50	63	4.458	5.924	116	113	1.403	2.086	62	110	6.089	8.296

Fuente: ANFAVEA (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Las ventas domésticas de máquinas agrícolas sumaron 36.770 unidades entre enero y septiembre de 2002, un alta de 23,4 % sobre el mismo período del año anterior. En 2001 fueron vendidas 35,5 mil unidades de máquinas agrícolas, generando una facturación de US\$ 1,7 mil millones. En el año 2003 hubo una caída de las ventas internas, compensadas por las exportaciones del año.

El proceso de reducción en las compras externas fue acompañado del aumento de la producción interna. Las ventas del sector vienen creciendo a una media de 17 % al año desde 1999. El buen resultado proviene de la mejora del precio de las commodities agrícolas y la política de financiamiento del BNDES y del

Ministerio de Agricultura, que exige un grado mínimo de nacionalización de los tractores y máquinas compradas por los tomadores de crédito.

Tabela 27. Empresas líderes de mercado de cosechadoras en el Brasil en el año 2003

<i>Compañía</i>	<i>Unidades</i>
CNH	2,592
John Deere	1,638
Agco	1,210

Fuente: ANFAVEA (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

La empresa líder en el mercado de cosechadoras en el Brasil es la CNH, con 2,592 mil unidades vendidas en el País; enseguida viene la John Deere Brasil, con 1,638 mil unidades; y después la Agco, con 1,210 mil unidades, informó a Anfavea (Finanças & Mercados/Página B10) (Paulo Soares).

La mayor participación de los pequeños y medianos agricultores en la renovación de la flota agrícola del País está mudando el perfil del sector, atrayendo inversiones 18,2% mayores y frenando las importaciones de estos productos.

Del total de 44,3 mil unidades vendidas en 2001, siendo que 35,5 mil en el mercado interno, cerca de 70% de los tractores y 65% de las cosechadoras fueron para pequeñas y medianas propiedades rurales. O sea, estos agricultores vienen aumentando su productividad y están siendo beneficiados por los diversos programas de gobierno en el incentivo al crédito, entre ellos, el programa Modernización de la Flota Agrícola Moderfrota, que desde su implementación, en 2000, hubo un crecimiento de 80% en la comercialización de máquinas agrícolas tanto para el mercado interno como para el externo.

Los precios de tractores y cosechadoras para las pequeñas y medianas propiedades rurales varían entre US\$ 5,170.00 y US\$ 17,240.00. La potencia media indicada para estas propiedades, según las empresas, es de 75 caballos. Los tractores y cosechadoras de gran porte pueden alcanzar a costar aproximadamente R\$ 250 mil.

3.1.2.2 Composición de la oferta

3.1.2.2.1 Máquina agrícola automotriz

Este sector presenta una estructura oligopolística, especialmente en el área de máquinas automotrices (tractores, cosechadoras, motocultores, etc.), compuesta por un pequeño número de empresas multinacionales, muy competitivas tecnológicamente, que vienen a responder por casi el 100% de la demanda. Entre ellas como más destacadas están New Holland, VDB (Valmet do Brasil), Fiat Allis, SLC Ind Comercial, Agrale, Case Brasil & Cia, Caterpillar Brasil S.A, Yanmar, Komatsu do Brasil Ltda, Agco. A continuación se acompañan datos de producción de este segmento, suministrados por ANFAVEA “Associação dos Fabricantes de Veículos Automotores”, que representa los intereses de los fabricantes de máquina agrícola automotriz.

3.1.2.2.2 Implementos agrícolas

Existe un conjunto de grandes empresas nacionales de gran tradición familiar en este segmento. Se trata de empresas con gran capacitación tecnológica, que disfrutan de acuerdos con socios internacionales, y ostentan la representación en exclusiva de fabricantes extranjeros líderes en el mercado mundial. El 85% de las empresas está concentrado en los Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná, y Santa Catarina, presentando todas ellas un elevado nivel de integración vertical. Si bien este segmento está experimentando una progresiva desverticalización, ampliándose tendencialmente la red de proveedores. Así es

preciso desagregar por segmentos para definir los productores más significativos del sector:

3.1.2.2.3 Implementos para preparación del suelo y cultivo

Tatu Marchesan es la empresa más importante de este segmento, con una gran tradición familiar y asentamiento en Brasil, cuenta con una gran experiencia en el mercado internacional, e importa gran parte de sus componentes. Baldan es otro fabricante brasileño con gran implantación en Brasil que fabrica una amplia gama de productos dirigidos a la preparación, cultivo y plantío del suelo. Justino de Moraes es otra importante empresa que opera en este segmento, ejemplifica la empresa brasileña que busca tecnología y productividad allí donde se encuentra, mediante la realización de acuerdos con fabricantes extranjeros que comportan inicialmente la importación de equipos a ser testados en Brasil, para posteriormente ser reenviados al fabricante extranjero para su reajuste a las especificidades del campo brasileño.

3.1.2.2.4 Pulverizadores

Jacto, empresa brasileña que opera en todo el país, y desarrolla una intensa actividad exportadora, es líder en el segmento de pulverizadores, e importa componentes de Italia, Francia, etc. Industrias Reunidas Colombo Ltda., empresa brasileña de implementos agrícolas ha perseguido competir con la poderosa Jacto, ejerciendo la representación en exclusiva de máquinas importadas de la empresa danesa Hardi.

3.1.2.2.5 Almacenaje

Kepler Weber es la empresa líder en este segmento, y trabaja en tres segmentos principalmente: Agroindustria, en la que posee un 60% del mercado; instalaciones industriales; instalaciones de carga y descarga situadas en puertos

en el que ostenta un 50% del mercado, compitiendo con empresas extranjeras bastante interesadas en este segmento; fabricas de forraje, mercado al que abastece en un 30%. Otras empresas brasileñas de este segmento son la Armco Staco, especializada en silos secadoras de granos y máquinas de limpieza.

3.1.2.2.6 Riego

Asbrasil es la empresa líder en el sector, divide sus actividades en dos subsegmentos: La fabricación del Pivot central se hace con licencia de la Valley americana. Este mercado se caracteriza por una fuerte competencia en precio, en la que las pequeñas empresas reducen sus precios de forma significativa, a costa de no hacerse cargo de la asistencia técnica. El mercado de pivot está muy saturado en Brasil, en donde se comercializan desde 1975; Riego convencional y localizado, Asbrasil no fabrica, pero sí importa los productos de la empresa Israelí Naan, bajo la consideración de que Brasil está lejos de poder desarrollar esta tecnología sofisticada, lo que resultaría sumamente caro. De esta forma se encuentra aquí un campo de interés para el exportador español de este tipo de productos. Existe un número considerable de pequeñas empresas con tecnología desfasada, que no siempre garantizan asistencia técnica, cuyo futuro está sin duda comprometido por la creciente competitividad mundial.

3.2 Estrategias mercadológicas de los competidores

3.2.1 Máquinas Agrícolas

La industria de máquinas e implementos agrícolas está trabajando con 83,6% de la capacidad instalada. Las industrias brasileñas del sector se están modernizando y con eso pasaron a fabricar máquinas compatibles a las fabricadas en el exterior, con padrón superior de tecnología y porte.

El uso de máquinas de gran porte permite doblar la productividad en la operación de plantío y reduce el consumo de combustible en 35%. Posibilita también disminuir de tres para uno la necesidad de mano de obra; mejora la calidad del servicio y torna aún más rápidas las etapas de preparación de suelo, colecta y transporte en la labranza.

Conscientes de esta necesidad, las industrias que apostaron en esta nueva etapa de producción ya están recogiendo buenos frutos, ocasionados por una mayor demanda del sector, principalmente en el mercado externo.

Además de la tecnología y calidad, vale destacar también que, algunos productores, en sociedad con instituciones financieras, ofrecen crédito en la compra de sus productos. Esta estrategia surgió como una alternativa al fondo del Moderfrota y es un diferencial importante en el mercado.

3.2.2 Herramientas manuales

Con relación a las herramientas manuales, se percibe que los esfuerzos en las estrategias están direccionados para la exposición y promoción del producto en el punto de venta. Notablemente, la forma por la cual los fabricantes encontraron para abrir espacio en el mercado minorista fue la sociedad con estos puntos de venta, donde se destacan los hipermercados y home centers.

Para ejemplificar la fuerza de este tipo de mercado minorista, se destaca el esfuerzo de la empresa Tramontina – una de las mayores fábricas del segmento - que invirtió cerca de US\$ 8,2 millones en la duplicación de su Centro de Distribución (CD) en São Paulo para mejorar el atendimento de las redes minoristas y de los grandes compradores nacionales.

Esto demuestra el interés de este fabricante en estrechar las relaciones con grandes redes de mercados mayoristas (Makro, Atacadão, Grupo Martins), redes minoristas especializadas – principalmente home centers – e hipermercados.

Famastil Taurus aún ofrece soluciones de merchandising al cliente minorista, suministrando kits, góndolas y expositores para agregar valor al producto de su marca, aún favoreciendo la divulgación y destaque del mismo en los puntos de venta.

Al lado, un expositor de la marca Famastil Taurus, con herramientas destinadas al mercado de construcción civil.



Los colores anaranjados y blanco de la empresa son utilizados en la parte superior, donde también puede ser visto el logotipo de la empresa en el lado izquierdo.

Además del destaque entre otras marcas, Famastil Taurus se preocupa en capacitar sus comerciantes, enseñándoles la forma correcta de utilizar las herramientas, entre otras informaciones adicionales. Esta es una importante estrategia, considerando que la gran mayoría de los consumidores de herramientas que las compra en home centers, hipermercados y redes de tiendas minoristas son los denominados “hobbistas”, que precisan ser instruidos a respecto del producto, además de no tener conocimiento sobre las marcas disponibles en el mercado en el momento de la compra.



En el caso de Coopertools, fabricante de la marca Beltzer, entre otras, el esfuerzo en la exposición del producto está hasta en el embalaje. Algunos productos Belzer se encuentran disponibles en embalajes desarrollados especialmente para los puntos de venta. Más que tener un diseño moderno y de fuerte apelo visual, estos embalajes también permiten que el consumidor manosee la herramienta antes de adquirirla, además de poseer informaciones en la parte posterior que son de gran ayuda en el momento de la compra.

En el caso de la empresa Gedore, la forma en que esta empresa se relaciona con los minoristas es a través del Diario Conexão Gedore. Esta publicación es enviada para asociados (clientes minoristas y mayoristas, en su gran mayoría), con ayudas de ventas, exposición de productos y destaque de los mayores vendedores.

Con relación a la calidad, ya se tornó una necesidad en el mercado la certificación de calidad, donde se destaca la norma ISO 9002, principalmente debido a la competencia con los productos sin marca, donde lideran los importados de Oriente. Apenas en el mercado popular, donde el consumidor está consciente de la calidad inferior de la herramienta, no es necesaria la certificación.

Gedore enfatiza en su Página web la calidad de sus productos, fabricados de acuerdo con normas ISO, DIN, ABNT. Además de esta empresa, otras grandes del sector también enfatizan la calidad certificada en sus Páginas web, como Tramontina, Moretzsohn, Corneta y Famastil Taurus. Esta última, inclusive, fabrica algunas herramientas en la modalidad O&M para la marca americana Stanley, que reconoce la calidad de la fábrica brasileña.

Entre otras estrategias, puede ser señalada la preocupación con el medio ambiente en la fabricación de la herramienta, y en la investigación y desarrollo, divulgada por algunos fabricantes como Gedore y Tramontina. La tradición también es enfatizada y asociada a la marca Gedore y Corneta.

3.3 Comentarios

En suma, la oferta brasileña para máquinas agrícolas es mucho mayor que la demanda de importación. De esta forma, Brasil se torna la base productora y exportadora de muchas marcas internacionales.

Con apenas algunos productores, la oferta también puede ser caracterizada como un oligopolio de empresas multinacionales. No existen fabricantes nacionales de gran tradición.

Un importante diferencial estratégico es la oferta de crédito para la compra de máquinas – algunos productores, en sociedad con instituciones financieras, ofrecen estos servicios al productor.

En el mercado de herramientas, los grandes fabricantes brasileños disputan mercado, tanto doméstico como internacional, con multinacionales del sector. Tramontina se destaca entre las empresas nacionales.

A pesar de esto, las mayores marcas internacionales tienen bases productivas en Brasil, como Gedore, Corneta, y Coopertools. La oferta proveniente de la importación se refiere, en su gran mayoría, de herramientas específicas y técnicas, y piezas populares originarias de Oriente.

Con relación a las estrategias de mercado para máquinas agrícolas, se destaca la asociación de fabricantes con instituciones financieras para la oferta de crédito – una alternativa al crédito del Moderfrota. Además, la tecnología y una buena red de concesionarias en regiones agrícolas son importantes para el fabricante.

En el mercado de herramientas manuales, el apelo visual y esfuerzos en la sociedad con grandes redes minoristas son las estrategias adoptadas por los fabricantes. La divulgación de la calidad también es esencial en la competición con los importados de Oriente.

4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

4.1 Definición de los canales de distribución y comercialización más usados por empresas líderes del sector

4.1.1 Herramientas Manuales

Herramientas manuales, en general, son encontradas en varios puntos de ventas distintos. Desde tiendas populares, conocidas como tiendas de R\$ 1,99, hasta home centers, hipermercados y tiendas especializadas ofrecen este tipo de producto, siendo que el diferencial está en el foco de la demanda, tipo y calidad de la herramienta.

En tiendas populares son encontradas destornillados, alicates, entre otras herramientas de uso doméstico (inclusive tijeras y pinzas), de marcas desconocidas, principalmente importadas del Oriente (principalmente China). Estas tiendas se localizan, en su mayoría, en ciudades de grande y mediano porte, y tienen como principales consumidores los usuarios domésticos de baja renta.

Pequeños minoristas en general también ofrecen este tipo de herramienta, además de una variedad mayor y marcas fuertes en el mercado nacional. Estas tiendas pueden ser encontradas en varios puntos del país, pero así como las populares, normalmente no realizan importación directa, comprando el material de un mayorista/distribuidor o importador.

En el caso de hipermercados es más probable que ocurra la importación directa. Estos puntos de ventas ofrecen varios tipos de herramientas, desde las

automotrices hasta conjuntos de uso doméstico. Este es un nuevo punto de ventas que han crecido considerablemente en los mercados en que actúa.

Herramientas de varios tipos pueden ser encontradas en el mayorista y gran minorista (home centers) de construcción civil, que atienden desde usuarios domésticos hasta profesionales de mantenimientos y la industria.

Anamaco (Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção) publicó en el mes de enero de 2004 los resultados de la 5ª Edición del Ranking Nacional de las Tiendas de Material de Construcción, trabajo que se consolida como uno de los principales indicadores de la realidad del minorista nacional.

Con base en esta investigación realizada, serán presentadas a seguir informaciones referentes a los mayores minoristas y mayoristas de material de construcción, en volumen de ventas, en el año 2003, en los principales Estados consumidores y distribuidores de herramientas.

**Tabela 28. Ranking Nacional de las Tiendas de Material de Construcción
Año 2003 - Estado de São Paulo – Capital y Gran São Paulo**

Posición	Reventa	Municipio	Puntos	%
1º	C&C Casa e Construção Ltda.	São Paulo*	2.179	10,5%
2º	Construmega Megacenter Constr. Ltda.	São Paulo*	1.873	9,1%
3º	Leroy Merlin Cia. Brasileira Bricolagem S.A	São Paulo*	1.553	7,5%
4º	Comercial Center Líder Aricanduva Ltda.	São Paulo*	1.006,5	4,9%
5º	Center Castilho Mat. Constr.Acabamentos Ltda.	São Paulo*	877,0	4,2%
6º	Construdecor S.A	São Paulo*	762,0	3,7%
7º	Castorama do Brasil Mat. Constr. Ltda.	São Paulo	709,5	3,4%
8º	Comércio Mat. Constr. Joli Ltda.	São Paulo*	214,0	1,0%
9º	Barkev Mat. Constr. Ltda.	São Paulo*	204,0	1,0%
10º	Copafer Coml. Ltda.	São Paulo*	201,0	1,0%
11º	Village Mat. Acabamento Ltda.	Osasco*	197,0	1,0%
12º	Nicom Com. Mat. Constr. Ltda.	São Paulo*	188,5	0,9%
13º	Mauro Com. Pisos Azulejos Ltda.	São Paulo	168,0	0,8%
14º	F.Barbosa & Cia. Ltda.	São Paulo	152,5	0,7%
15º	Eletroleste Coml. Mat.Elétrico Ltda.	São Paulo	151,0	0,7%
16º	Tumkus & Tunckus Ltda.	São Paulo	144,5	0,7%
17º	Leo Madeiras Máquinas Ferragens Ltda.	São Paulo	134,0	0,6%
18º	Casa Mimosa Hidráulica Acabamentos Ltda.	São Paulo	125,5	0,6%
19º	H.Soures Mat. Const. Ltda.	São Paulo	122,5	0,6%
20º	Rede Okinawa	São Paulo	121,0	0,6%
21º	Tintas M. C. Com. Ind. Ltda.	São Paulo	120,5	0,6%
22º	Conibase Com. Mat. Constr. Ltda.	São Paulo	114,0	0,6%
23º	Felix & Antunes Ltda.	São Paulo	113,0	0,5%
24º	Itaipu de Mogi das Cruzes Imp.Com.Mat.Constr. Ltda.	Mogi das Cruzes*	106,5	0,5%
25º	Comercial José Nori Ltda.	São Paulo	106,0	0,5%
26º	Concentro Marcas Ltda. – Multicasa / Multicoisas	São Paulo	102,5	0,5%
27º	Pro Home Com. Madeiras Ferragens Utensílios Ltda.	São Paulo	101,0	0,5%
28º	Casa das Pontas Pisos Azulejos Ltda.	São Paulo	96,0	0,5%
29º	Casa Momo Com. Mat. Constr. Ltda.	São Paulo	90,0	0,4%
30º	Cristal Atac. Ferramentas Ltda.	São Paulo*	80,5	0,4%

(*) Empresa posee tienda(s) en otro(s) municipio(s)

Fuente: Revista Anamaco Diciembre 2003 / Enero 2004 – Año XIII – No 137

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

**Tabela 29. Ranking Nacional de las Tiendas de Material de Construcción
Año 2003 - Estado de Rio de Janeiro**

Posición	Reventa	Municipio	Puntos	%
1o	Casa Show S.A	São João do Meriti*	794,5	10,4%
2o	Grupo Amoedo	Rio de Janeiro*	514,0	6,8%
3o	Leroy Merlin Cia. Brasileira Bricolagem S.A	Rio de Janeiro	482,0	6,3%
4o	Manoel Crispun Mat. Constr. S.A	Rio de Janeiro	349,5	4,6%
5o	Fornecedora Chatuba de Nilópolis Ltda.	Nolópolis*	323,0	4,2%
6º	C&C Casa e Construção Ltda.	Rio de Janeiro	315,0	4,1%
7º	Palácio das Ferramentas Máquinas Ltda.	Rio de Janeiro	152,0	2,0%
8º	Comércio Repr. Tigre Ltda.	Rio de Janeiro	81,5	1,1%
9º	Vilarejo de Macaé Mat. Constr. Ltda.	Macaé*	74,5	1,0%
10º	Casa das Fechaduras de Niterói	Niterói	70,0	0,9%
11º	Rima Recreio Produtos Constr. Ltda.	Rio de Janeiro	59,0	0,8%
12º	Paluma 127 Com. Ferragens Ltda.	Rio de Janeiro	57,0	0,7%
13º	Cegil Mat. Constr. Ltda.	Resende	57,0	0,7%
14º	P. Jota Center Coml. Ltda.	Casimiro de Abreu	53,0	0,7%
15º	Casadinho Bazar Armarinho	Rio de Janeiro	51,0	0,7%
16º	O Farol de Campo Grande Mat. Constr. Ltda.	Rio de Janeiro	50,0	0,7%
17º	Fortilider Tubos Conexões Ltda.	Rio de Janeiro	49,5	0,7%
18º	Oliveira & Guerreiro Com. Repr. Ltda.	Rio de Janeiro*	45,0	0,6%
19º	Enquare Repr. Com. Ltda.	Nova Iguaçu	44,0	0,6%
20º	Mega Lux Mat. Constr. Ltda.	Rio de Janeiro	41,5	0,5%
21º	Vivacor Tintas Ltda.	Rio de Janeiro	41,0	0,5%
22º	Comenoc Repr. Nova Líder Ltda.	Rio de Janeiro	39,5	0,5%
23º	Pinheiro Tintas Ltda.	Rio de Janeiro	38,0	0,5%
24º	Mobilita Com. Ind. Repr. Ltda.	Rio de Janeiro	38,0	0,5%
25º	Pavan Caxias Mat. Constr. Teresópolis Ltda.	Duque de Caxias	37,5	0,5%
26º	Ranova Com. Abrasivos Ltda.	Rio de Janeiro	37,5	0,5%
27º	Forsan Fornecedora Mat. Ltda.	Rio de Janeiro*	37,0	0,5%
28º	Boni Tubos Conexões Saneamento Ltda.	Rio de Janeiro	37,0	0,5%
29º	Rio do Pincel Tintas Ltda.	Rio de Janeiro	36,5	0,5%
30º	Acimel Acabamentos Mat. Constr. Ltda.	Rio de Janeiro9	35,0	0,5%

(*) Empresa posee tienda(s) en otro(s) municipio(s)

Fuente: Revista Anamaco Diciembre 2003 / Enero 2004 – Año XIII – No 137

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

**Tabela 30. Ranking Nacional de las Tiendas de Material de Construcción
Año 2003 - Estado de Minas Gerais**

Posición	Reventa	Municipio	Puntos	%
1º	Leroy Merlin Cia. Brasileira Bricolagem S.A	Contagem	388,5	7,4%
2º	ABC Atacado Brasileiro Constr. Ltda.	Juiz de Fora*	213,0	4,0%
3º	CNR Cerâmicas Nacionais Reunidas Ltda.	Belo Horizonte	175,5	3,3%
4º	Casa Lar e Constr. Ltda.	Belo Horizonte*	144,0	2,7%
5º	Acabamentos Bel Lar Ltda.	Belo Horizonte*	122,0	2,3%
6º	O Centro Elétrico Ltda..	Sete Lagoas	110,5	2,1%
7º	Loja Elétrica Ltda..	Belo Horizonte	108,0	2,0%
8º	Ferragens Pinho Ltda.	Juiz de Fora	94,5	1,8%
9º	Excelsior Com. Repr. Ltda.	Belo Horizonte	93,0	1,8%
10º	Cimcal Ltda.	Divinópolis	70,0	1,3%
11º	Casa Ferreira Gonçalves Ltda.	Belo Horizonte	67,5	1,3%
12º	Real Com. Ltda.	Belo Horizonte	64,0	1,2%
13º	Othon de Carvalho & Cia. Ltda.	Belo Horizonte	57,5	1,1%
14º	Casa Mattos Ltda.	Cataguases*	54,5	1,0%
15º	Cofermeta S.A	Belo Horizonte	49,0	0,9%
16º	Acabamentos Santa Cruz Ltda.	Belo Horizonte	46,5	0,9%
17º	Madeira Paumax Ltda.	Contagem	43,5	0,8%
18º	P.B Ponto do Bombeiro Mat. Hidráulico Ltda.	Belo Horizonte	42,5	0,8%
19º	Pavan Mat. Constr. Ltda.	Juiz de Fora	42,0	0,8%
20º	Comercial Elétrica Cidade Ltda.	Uberlândia	42,0	0,8%
21º	Construteto Ltda.	Uberlândia	42,0	0,8%
22º	Colortintas Ltda.	Belo Horizonte	40,5	0,8%
23º	Depósito Irmão Becker Mat. Const. Ltda.	Belo Horizonte	40,0	0,8%
24º	Irmãos Soares Ltda.	Uberlândia	38,5	0,7%
25º	Tuma Coml. Ltda.	Belo Horizonte	33,0	0,6%
26º	Zema Mat. Constr. Ltda.	Araxá	32,0	0,6%
27º	A Mundial Ferragens Ltda.	Viçosa*	32,0	0,6%
28º	Industrial Cerâmico M.G. Ltda.	Uberlândia	29,5	0,6%
29º	Madepal Madeiras Ferragens Paraná Ltda.	Belo Horizonte	27,5	0,5%
30º	Ponto do Eletricista Ltda.	Belo Horizonte	27,5	0,5%

(*) Empresa posee tienda(s) en otro(s) municipio(s)

Fuente: Revista Anamaco Diciembre 2003 / Enero 2004 – Año XIII – No 137

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Los principales *Home Centers* de la construcción civil del mercado brasileño son las siguientes empresas: C&C Casa & Construção, Leroy Merlin y Construmega. Este tipo de establecimiento presenta como puntos positivos a los consumidores aspectos tales como: confort, seguridad, variedad de precios y productos en un solo local, formas de pago diferenciadas, estacionamiento, área de recreación para niños, prestación de servicios para adquisición de productos de mayor valor agregado, atención por profesionales especializados.

Tiendas especializadas ofrecen herramientas de usos específicos, como en el caso de la tienda eléctrica (herramientas para mantenimiento de la red eléctrica), tiendas de informática (mantenimiento de computadores y máquinas similares), etc.

4.1.1.1 Estructuras de distribución de los grandes productores

El grupo Tramontina va a invertir cerca de R\$ 25 millones en la duplicación de su Centro de Distribución (CD) en São Paulo para mejorar la atención de las redes minoristas y de los grandes compradores nacionales, hecho que confirma la fuerza de estos puntos de venta en el mercado.



Centro de Distribución São Paulo

El CD paulista tendrá área construida de 44 mil m², más de dos veces el tamaño de la estructura original. La inversión prevista en el nuevo proyecto tendrá la siguiente distribución: R\$ 10 millones en la construcción civil, R\$ 5 millones en equipamientos de manoseo de productos y otros R\$ 10 millones en stock.

En el mercado nacional, Tramontina tiene Centros de Distribución en los Estados de Rio Grande do Sul, São Paulo, Goiás, Bahia, Pernambuco y Pará. Ellos atienden sus respectivas regiones y, en algunos casos, compradores de países sudamericanos.

Los productos de la empresa son negociados en el Brasil por cerca de 600 vendedores especializados en líneas de productos, los cuales participan de reuniones mensuales.

Pero los negocios del grupo sobrepasan las fronteras brasileñas. Hoy, más de 100 países, en todos los continentes, utilizan productos manufacturados en las fábricas nacionales. Por esto, Tramontina también mantiene Centros de Distribución en Colombia, Chile, México, Estados Unidos y Alemania.

Solo en el mercado norteamericano, 18 mil puntos de venta comercializan productos con la marca. Algunos mercados son atendidos directamente por las fábricas, en negocios cerrados por distribuidores.

Gedore también mantiene Centros de Distribución, en la ciudad de São Paulo, Estado de São Paulo, y la ciudad de Uberlândia, Estado de Minas Gerais. Esta última ciudad se destaca como un centro mayorista y de distribución en todo el país. A través de representantes que actúan en todos los Estados, las herramientas Gedore son entregadas en cualquier punto del territorio nacional.

No fueron identificadas estructuras propias de distribución de otros grandes fabricantes, como Corneta, FamastilTaurus o Moretzsohn. Es posible que estas empresas utilizan otro tipo de estrategia de distribución, como alianzas con grandes distribuidores y mayoristas.

Se observa, también, que unidades industriales en São Paulo dispensa buena parte de la inversión con Centros de Distribución (CD), por estar en la región más demandante de herramientas del país.


4.1.1.2 Distribuidores de herramientas manuales en los mayores mercados.



São Paulo

	<p>Gran distribuidora de la ciudad de São Paulo, que trabaja con las principales marcas del mercado.</p> <p>Anfreixo S/A Avenida José César de Oliveira, 111 São Paulo - SP 05317-000 Teléfono: 55 (11) 3839-4900 Fax (11) 3834-0600 www.anfreixo.com.br</p>
	<p>Distribuidora especializada en el sector industrial y automotivo.</p> <p>Alberto Gosson Jorge & Cia. Ltda. Avenida Duque de Caxias, 408 – Sta. Cecília São Paulo, São Paulo Teléfono: 55 (11) 220-1370 www.gosson.com.br</p>

	<p>Mayorista de herrajes y herramientas.</p> <p>Ams. Pimenta Comércio e Importação Ltda.</p> <p>Calle Maria Pires Correa Lima, 199 – 12944-100 – Recreio Estoril</p> <p>Atibaia, São Paulo</p> <p>Teléfono: 55 (11) 4418-3000</p> <p>Fax: 0800-174175</p> <p>www.amspimenta.com.br</p>
---	---

	<p>Distribuidora de herramientas, que suministra para clientes del segmento automotivo.</p> <p>Banach Ferramentas Ltda.</p> <p>Calle Ribeiro do Vale, 465 – Brooklin</p> <p>CEP 04568-001 - São Paulo, São Paulo</p> <p>Teléfono: 55 (11) 5533-5435</p> <p>Fax. 55 (11) 5533-2194</p> <p>www.banach.com.br</p>
--	---

	<p>Gran distribuidor de la ciudad de São Paulo. Posee un predio con 2.600m², para stock de material.</p> <p>Nova Era Comercial e Importadora Ltda.</p> <p>Calle da Mooca, 1786 – 03104-002</p> <p>São Paulo, São Paulo</p>
---	---

	<p>Teléfono: 55 (11) 6099-3000 Fax: 55 (11) 6099-3001 www.novaeracom.com.br</p>
	<p>Tienda de herramientas en el centro de la ciudad de São Paulo, muy tradicional.</p> <p>Paulo Weigan e Cia. Ltda. Calle Florêncio de Abreu, 271 – Centro CEP 01029-001 – São Paulo, São Paulo</p> <p>Teléfono: 55 (11) 3322-1600 Fax: 55 (11) 3322-1612 www.pauloweiganferramentas.com.br</p>
	<p>Tienda de herramientas en la ciudad de Campinas (São Paulo), que trabaja con productos para la industria y el hogar.</p> <p>Anhanguera Comércio de Ferramentas Ltda. Calle Rio das Pedras, 87 – Jardim do Trevo – CEP 13030-160 Campinas, São Paulo</p> <p>Teléfono: 55 (19) 3378-4000 Fax: 55 (19) 3378-4019 www.anhangueraferramentas.com.br</p>

Minas Gerais

	<p>Red de tiendas de herramientas en la Región Metropolitana de la ciudad de Belo Horizonte.</p> <p>Cofermeta S/A Calle Paraná, 145 – Centro CEP 30120-020 – Belo Horizonte, Minas Gerais Teléfono: 55 (31) 3201-3987 Fax: 55 (31) 3201-3915 www.cofermeta.com.br</p>
	<p>Tienda de herramientas en la ciudad capital del Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte.</p> <p>Minas Ferramentas Ltda. Avenida Bias Fortes, 1853 CEP 30170-012 – Belo Horizonte, Minas Gerais</p> <p>Teléfono: 55 (31) 3279-6000 www.minasferramentas.com.br</p>

	<p>Tienda de herramientas en la ciudad capital del Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte.</p> <p>Somatex Ltda.</p> <p>Calle Paracatu, 110 – Barro Preto Belo Horizonte, Minas Gerais Teléfono: 55 (31) 3295-2333 Fax: 55 (31) 3295-3465 www.somatex.com.br</p>
	<p>Mayorista de tornillos, herrajes e herramientas.</p> <p>Ipabrac Ltda.</p> <p>Avenida Afonso Pena, 2142 – Aparecida CEP 38400-708 – Uberlândia, Minas Gerais Teléfono: 55 (34) 3233-5333 Fax: 55 (34) 3233-5310 www.ipabrac.com.br</p>

Rio de Janeiro

	<p>Gran tienda de herramientas de Rio de Janeiro.</p> <p>Todarole Hidráulica Maqs. e Ferramentas Ltda.</p> <p>Avenida Brasil, 11.331 – Penha</p>
--	--

	<p>CEP 21012-351 – Rio de Janeiro, Rio de Janeiro</p> <p>Teléfono: 55 (21) 2560-7895</p> <p>Fax: 55 (21) 2290-3196</p> <p>www.todarole.com.br</p>
---	--

	<p>Empresa familiar, comercial de herramientas y herrajes</p> <p>Ferragens Universal Ltda.</p> <p>Calle dos Inválidos, 23 e 25 – Centro CEP 20231-040 – Rio de Janeiro, Rio de Janeiro</p> <p>Teléfono: 55 (21) 2221-7791</p> <p>Fax: 55 (21) 2232-5677</p> <p>www.ferragensuniversal.com.br</p>
--	---

Rio Grande do Sul

	<p>Distribuidora de herramientas y máquinas en la ciudad de Porto Alegre.</p> <p>Bracht Máquinas e Ferramentas Ltda.</p> <p>Avenida Sertório, 185 – Navegantes Porto Alegre, Rio Grande do Sul</p> <p>Teléfono: 55 (51) 3342-7144</p> <p>www.bracht.com.br</p>
---	---

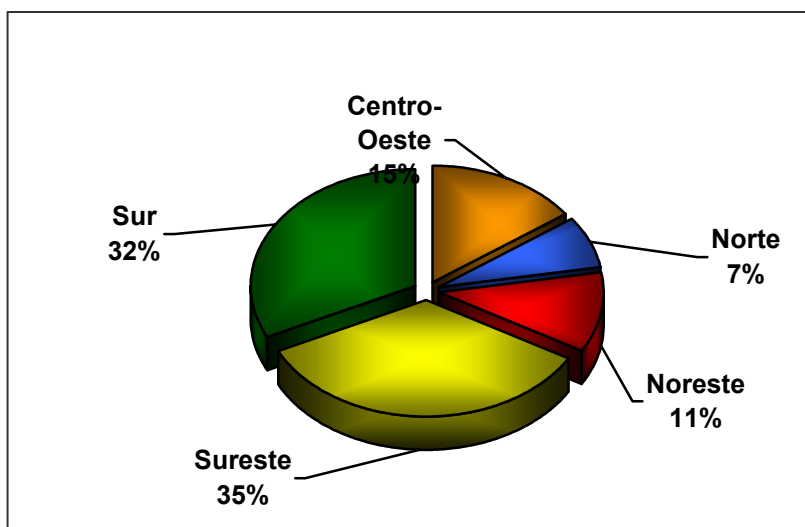
4.1.2 Máquinas agrícolas

Una adecuada red de concesionarias para la distribución en los principales centros agrícolas y agroindustriales del país es de fundamental importancia para los productores. AGCO do Brasil, por ejemplo, tiene más de 200 puntos de venta en el país.

Como el principal mercado de este tipo de producto está en el campo, los puntos de venta localizados en las ciudades de tamaño mediano, mostrándose tan eficientes como las próximas a las grandes regiones agrícolas, contando también como los puntos en ciudades de mayor tamaño.

La mayoría de las revendedoras del sector se encuentran en la Región Sureste, que responden por 35% del total. Luego enseguida se encuentra la Región Sur, con 32%, seguida por la Región Centro-Oeste con 15%, Noreste con 11% y Norte con 7%.

Gráfico 19. Concesionaria de Máquinas Agrícolas Automotrices por Región en 2001 (%)



Fuente: Anfavea
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

En este segmento, la distribución está constituida básicamente por concesionarias vinculadas a las fábricas, siendo que los minoristas que realizan la distribución de más de un productor no constituye gran parte del comercio.

BAMAC, por ejemplo, es una concesionaria vinculada al Grupo FiatAllis, propietaria de las Marcas Case y New Holland. Además de la matriz en Contagem, (MG) BAMAC también cuenta con filiales en Varginha, Uberlândia y Montes Claros, todas ciudades de tamaño promedio situadas en las regiones agrícolas del Estado de Minas Gerais.



En São Paulo, Comac es una gran concesionaria de Massey Ferguson, para la distribución de máquinas agrícolas. Su matriz está localizada en la ciudad de São Paulo, siendo que la empresa cuenta con filiales en Campinas, Marília y en Ananindeua (Pará).

4.2 Características generales del proceso de negociación

El comercio brasileño, en general, ofrece un plazo de 30, 45 y/o 60 días para el pago. Esto es más común para compras en el mercado mayorista.

Para productos de consumo, como herramientas manuales, las condiciones varían de acuerdo con el mercado minorista. Normalmente los grandes vendedores, como hipermercados y home centers, ofrecen varias condiciones y formas de pago.

En el caso de máquinas agrícolas, el financiamiento es más común, de hasta 100% del valor del producto. En algunos casos, el propio fabricante, en conjunto

con instituciones financieras, ofrece el financiamiento. En otros, es utilizado el fondo del Moderfrota, que ofrece costos más bajos.

4.3 Comentarios

Las herramientas manuales pueden ser encontradas en varios puntos de venta distintos. Su distribución está de acuerdo con el centro de la demanda, tipo de producto y hasta calidad.

Mientras, la venta de herramientas simples, inclusive para uso doméstico, tiene gran participación de home centers e hipermercados, que realizan importación directa y compran directamente del fabricante. La tendencia es de aumento de la participación de estos agentes en el mercado.

Una buena red de concesionarias para la distribución en los principales centros agrícolas y agroindustriales del país es de fundamental importancia para los productores. Las concesionarias localizadas en ciudades de tamaño mediano, próximas a las regiones agrícolas (Sur y Sureste), presentan buenos resultados.

5 ACCESO AL MERCADO

El Régimen Tributario de las importaciones en Brasil no comprende solamente el Impuesto de Importación, tributo selectivo que incide en la entrada de mercancías extranjeras en el territorio aduanero. Comprende, igualmente, la imposición de otros tributos que, a pesar de no tener exactamente el mismo Hecho Generador del Impuesto De Importación – la entrada de la mercancía en el territorio nacional, evidenciado por la fecha del registro de la Declaración de Importación – d.C., terminan por generar gastos en la operación de importación.

En marzo del año 1985, fue editado el Reglamento Aduanero, antigua reivindicación del sector importador y exportador al gobierno brasileño, que

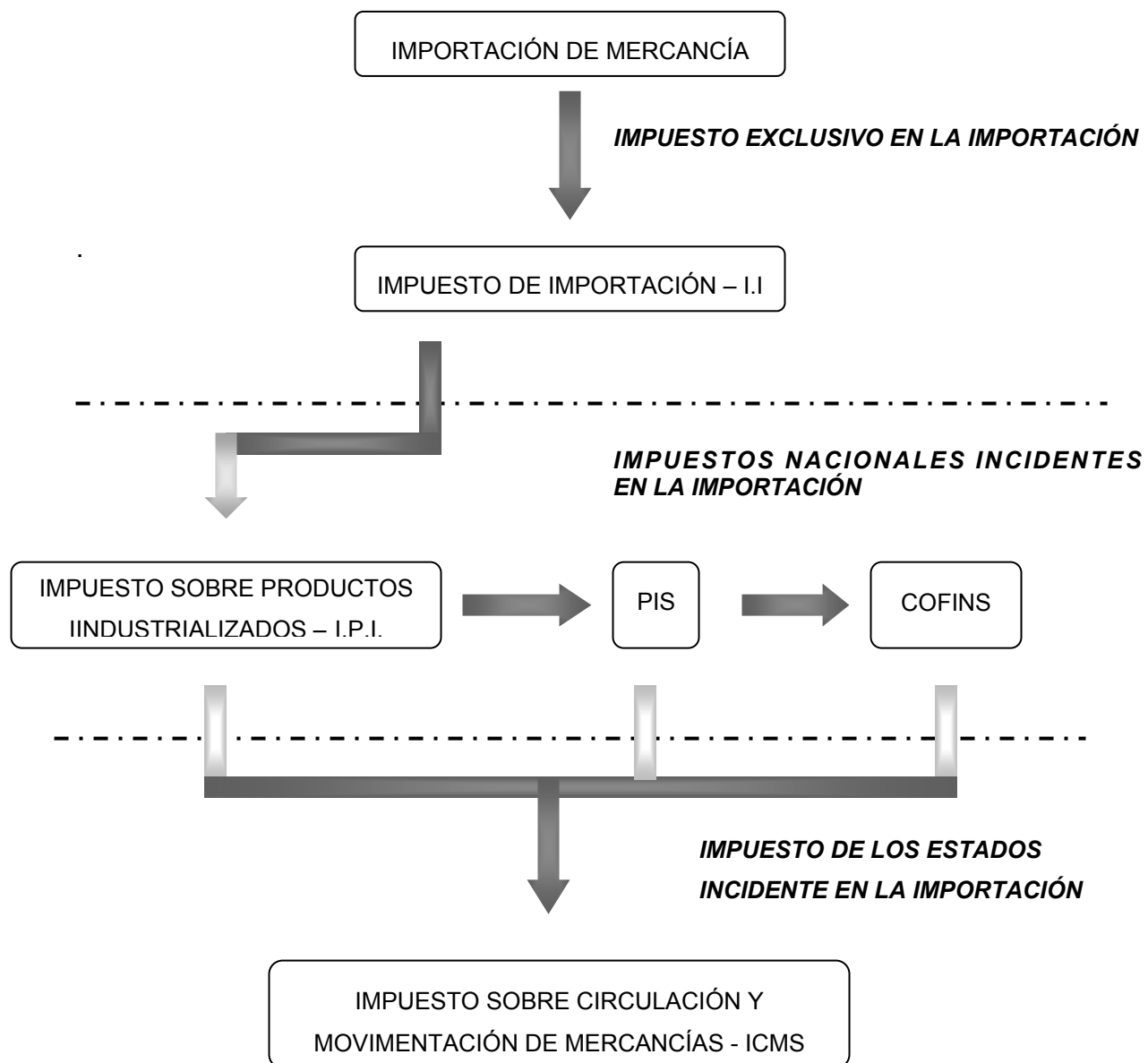
consolidó toda reglamentación anterior, adaptando los servicios aduaneros a una estructura actualizada, constituyéndose en sistematización lógica de toda la materia aduanera. El Reglamento Aduanero en vigencia es el Decreto 4.543, de 26 de Diciembre de 2002⁷.

De este Reglamento Aduanero se irán a destacar en secuencia temas pertinentes a toda empresa interesada en exportar al mercado brasileño y principalmente capacitar al exportador colombiano de vastas informaciones acerca del funcionamiento, operacionalidad, dinámica y reglamentación del comercio exterior brasileño. Aunque pueda parecer complicado a primera impresión, el Reglamento Aduanero es de gran utilidad en la medida en que por él es posible firmar conocimientos básicos y prácticos acerca de las normas que rigen las importaciones y exportaciones brasileñas.

5.1 Organigrama de los Impuestos en la Importación

Abajo sigue una demostración simplificada de cual es la evolución de la aplicación de los impuestos aplicados a las mercancías importadas. El organigrama es principalmente un elemento visual para ayudar al entendimiento de los textos que siguen.

⁷ (<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/Decretos/2002/dec4543.htm>)



5.2 Sistema Arancelario Aplicado al Producto Importado

5.2.1 Impuesto de Importación – II

El impuesto de importación incide sobre cualquier bien o mercancía extranjera que ingresa al territorio brasileño. La no-incidencia del impuesto se da cuando:

1 – se trata de una mercancía importada con la finalidad de reponer otra mercancía, previamente importada, que posterior a su nacionalización presente defecto, y respete las condiciones establecidas por el Ministerio de Hacienda.

2 – devolución de mercancía exportada por empresa brasileña, por motivos de defectos técnicos.

El pago del Impuesto de Importación debido es efectuado mediante débito automático en la cuenta corriente indicada en la Declaración de Importación (DI), junto a la agencia bancaria habilitada integrante de la red recaudadora de ingresos federales, por medio de DARF (versión en portugués: Documento de Arrecadação de Receitas Federais) ELECTRÓNICO, en el momento del registro de la Declaración de Importación. .

5.2.1.1 Alícuota

Las alícuotas de Impuesto de Importación se encuentran especificadas en la Tarifa Externa Común (TEC), que se apoya en la codificación de la Nomenclatura Común del Mercosur (NCM⁸).

⁸ Para obtener una correlación entre el código NCM y su respectivo código NANDINA, consultar el sitio: www.aladi.org

Para el sector herramientas, debido al grande numero de productos existentes, la tabla de alícuota del Impuesto de Importación demostrará los valores promedios aplicados a los productos de las posiciones 8432 y 8433 del sector de herramientas pues para estas categorías de productos la NCM ya se encuentra detallada.

Tabela 31. Impuesto de Importación – Herramientas

Impuesto de Importación						
0%	14%				16%	18%
8433.20.10	8432.10.00	8432.40.00	8433.40.00	8433.59.90	8433.90.10	8433.11.00
8433.59.19	8432.21.00	8432.83.00	8433.51.00	8433.60.10		
	8432.22.90	8432.90.00	8433.52.00	8433.60.29		
	8432.30.10	8433.20.90	8433.53.00	8433.60.90		
	8432.30.90	8433.30.00	8433.59.11	8433.90.90		

Fuente: TEC (Tarifa Externa Común) – Febrero 2004

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Considerando todos los productos de cada capítulo estudiado, el promedio de la alícuota del II es de 15,5% con variaciones de 3,12 pontos porcentuales para arriba o para bajo. El valor mínimo de la alícuota es de 0% e el valor máximo es de 20%.

Tabela 32. Impuesto de Importación – Herramientas (Capítulos 73, 82, 83 y 84)

Impuesto de Importación								
Frecuencia de Ocurrencia	0%	2%	10%	12%	14%	16%	18%	20%
0 – 5	X	X	X	X				X
90 – 100					X	X	X	

Fuente: TEC (Tarifa Externa Común) – Feb. 2004

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Las exenciones o reducciones de Impuesto de Importación son concedidas a través de leyes, pudiendo ser vinculadas a la calidad del importador o a la destinación de los bienes. En la relación Brasil-Colombia, existen dos acuerdos

en el ámbito de ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración) que propician a determinadas mercancías reducción de alícuota de hasta 100%.

Tabela 33. Márgenes de Preferencias Arancelarias

Preferencias otorgadas pelo Brasil a Colombia	
40%	60%
8433.19.00	8432.90.00
8433.90.10	
8433.90.90	

Fuente: Acuerdo Aladi n° 39

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Para hacer el cálculo del impuesto de importación es necesario tomar el valor aduanero de la(s) mercancía(s)⁹ destacado en la factura comercial, esto significa, valor CIF (costo, seguro y flete). Sobre este valor es aplicada la tarifa *ad valorem* (%). Se debe resaltar que en el caso de que alguna mercancía goce de alguna preferencia arancelaria, el cálculo del impuesto se deba realizar de la siguiente manera:

$$[\text{II (Impuesto de Importación)} - \text{Preferencia arancelaria}] \times \text{valor CIF}$$

Demostración:

Ejemplo: Partes de máquinas y aparejos agrícolas para la preparación del suelo
– 8432.90.00

$[14\% - 60\%] \times \text{CIF} \Rightarrow 5,6\% \times \text{CIF} = 5,6\%$ es el valor del Impuesto de Importación aplicado

⁹ De acuerdo con las normas del Artículo VII del Acuerdo General sobre Tarifas y Comercio, GATT 1994, promulgado en el Decreto Ley nr 1.355/94

5.2.2 Impuesto sobre Producto Industrializado – IPI

El IPI es un impuesto normalmente aplicado en el mercado interno brasileño y es también aplicado a las importaciones.

El impuesto es calculado mediante la aplicación de la alícuota del producto, con base en la referencia localizada en la tabla de Incidencia de Impuesto sobre Productos Industrializados (TIPI)¹⁰. Son considerados industrializados todos los productos que sufren industrialización, mismo que completa, parcial o intermediaria. El término industrialización se refiere a procesos de: transformación, beneficiamiento, montaje, acondicionamiento o re-acondicionamiento, o renovación del producto.

5.2.2.1 Alícuota

Para los productos del sector herramienta s, el IPI varia entre 0% y 15%.

Tabela 34. Impuesto sobre Producto Industrializado – Herramientas (Capítulos 73, 82, 83, y 84)

Impuesto de Importación								
Frecuencia de Ocurrencia	0%	2%	3,5%	5%	8%	10%	12%	15%
10 – 20			X				X	
20 – 30	X	X						
40 – 50								X
50 – 60				X	X			
> 60						X		

Fuente: TEC (Tarifa Externa Común) – Feb. 2004

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

¹⁰ Reglamento IPI: <http://www.portaltributario.com.br/ripi.htm>

Así, el valor promedio es de 7,69% con variación de 4 puntos porcentuales para más o para menos. El valor que ocurrió más veces (81 en el total) fue la alícuota de 10%.

Tabela 35. Impuesto sobre Productos Industrializados – Herramientas (Principales Productos)

Impuesto sobre el Producto Industrializado				
2%	3,5%		5,0%	
8432.21.00	8432.10.00	8433.52.00	8432.40.00	8433.20.10
8433.53.00	8432.22.90	8433.59.19	8432.83.00	8433.20.90
8433.59.11	8432.30.10	8433.59.90	8432.90.00	8433.30.00
8433.60.29	8432.30.90	8433.60.10	8433.11.00	8433.90.10
	8433.40.00	8433.60.21	8433.11.19	8433.90.90
	8433.51.00	8433.60.90		

Fuente: TEC (Tarifa Externa Común) – Feb. 2004

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Se aplican al pago del referido impuesto los mismos procedimientos establecidos para el débito en cuenta del Impuesto de Importación apurados por ocasión del registro de la Declaración de Importación.

El impuesto incide sobre productos industrializados, y tiene como valor para cálculo el valor CIF más el valor del impuesto de importación.

5.2.3 Fondo de Contribución para el Programa de Integración Social (PIS) y de Formación del Patrimonio del Servidor Público (PASEP), y Contribución para el Financiamiento de la Seguridad Social (COFINS)

El Fondo PIS-PASEP es resultante de los fondos constituidos con recursos del Programa de Integración Social (PIS), y del Programa de Formación del Patrimonio del Servidor Público (PASEP). Este tributo, que de ahora en adelante será referido como PIS, más el COFINS, anteriormente a la Medida Provisoria nr 164/04, no incidían en la importación de bienes y servicios. Pero a partir de esta

Medida Provisoria, que generó la ley 10.865/2004¹¹, quedó instituida la tributación del PIS y COFINS en las operaciones de importación.

Es importante destacar que aunque sean presentados juntos los impuestos, estos son diferentes pero la fórmula de cálculo debe ser la misma, a saber:

Figura 3. Cálculo del PIS y COFINS

$$Cofins_{(Importación)} = d \times (VA \times X + D \times Y)$$

$$Pis_{(Importación)} = c \times (VA \times X + D \times Y)$$

donde,

$$X = \left[\frac{1 + e \times [a + b \times (1 + a)]}{(1 - c - d - e)} \right]$$

$$Y = \left[\frac{e}{(1 - c - d - e)} \right]$$

VA = Valor Aduanero

a = alícuota del impuesto de importación

b = alícuota del impuesto sobre productos industrializados

c = alícuota del Pis- importación – 1,65%

d = alícuota del Cofins - importación – 7,6%

e = alícuota del ICMS

D = gastos aduaneros

La alícuota del PIS es de 1,65% y del COFINS es 7,6%. Para consultar las alícuotas vigentes del PIS y del COFINS es posible visitar el sitio de la web www.receita.fazenda.gov.br.

¹¹ <http://www.receita.fazenda.gov.br> - Legislação – por assunto – PIS/PASEP COFINS FINSOCIAL

Más adelante esta elaborada una revisión más detallada sobre como es realizado el cálculo de estos impuestos.

5.2.4 Impuesto sobre Circulación de Mercancías y Servicios de Transporte y Comunicaciones - ICMS

5.2.4.1 Incidencia y Valor Agregado

El Impuesto sobre Circulación de Mercancías y Servicios de Transporte y Comunicaciones (ICMS) es un tributo de jurisdicción estatal establecido a partir de la nueva Constitución de 1988. Incide sobre la circulación de productos como géneros alimenticios, utilidades domésticas, electrodomésticos entre otros, y también sobre servicios de transporte interestatal e intermunicipal y de comunicación, siendo que estas operaciones constituyen su valor agregado. El impuesto incide también sobre la entrega de mercancía importada del exterior, aún cuando se trata de un bien destinado al uso, consumo o activo fijo del establecimiento, así como el servicio prestado en el exterior.

Para la mayoría de los bienes y servicios tasados, la alícuota del ICMS corresponde al porcentual de 18%. Mientras, para ciertos alimentos básicos, como arroz, el ICMS cobrado es de 7%. Ahora en el caso de productos considerados superfluos, como, por ejemplo, cigarrillos, cosméticos y perfumes, se cobra el porcentaje de 25%.

En sector herramientas, el ICMS aplicado varía entre 17% y 19% de acuerdo con los Estados. Para los cinco mayores importadores en el sector, que importan juntos 84% del total, el ICMS es como sigue:

Tabela 36. ICMS en los Principales Estados Importadores

ICMS		
Estados	% del Total Importado en el Sector	% ICMS
São Paulo	45%	18%

ICMS		
Estados	% del Total Importado en el Sector	% ICMS
Rio de Janeiro	13%	19%
Paraná	12%	18%
Rio Grande do Sul	8%	17%
Amazonas	6%	17%

Fuente: Reglamento del ICMS (<http://members.fortunecity.com/icmsbrasil/id45.htm>)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

En la importación, el ICMS incide sobre el montante: CIF + II + IPI + gastos de despacho y liberación de la mercancía (honorarios de despachante aduanero, tasas de almacenajes, liberación de documentos, gastos portuarios /aeroportuarios, AFRMM).

El cálculo del impuesto se hace de manera distinta de los otros impuestos. Para el ICMS, el valor porcentual “entra” en el valor base para el cálculo.

Demostración:

(Base de cálculo/ 1 – alícuota del impuesto en decimales) x alícuota del impuesto %

Tabela 37. Estructura para el Cálculo del ICMS en el Proceso de Importación

Valor de la Mercancía FOB:	US\$ 5.000,00
Flete Internacional Marítimo:	US\$ 950,00
Seguro Internacional (0,50% del CFR):	US\$ 29,75 [(5.000 + 950) x 0,005]
Valor CIF Mercancía:	US\$ 5.979,75
II – 14%:	US\$ 835,16 (CIF x 0,14)
IPI – 5%:	US\$ 340,03 [(CIF + II) x 0,05]
AFRMM – 25% Flete:	US\$ 75,70 (950 x 0,25)
Gastos con Importación (Liberación, Almacenajes, Tasas Portuarias, etc)	US\$ 499,84 (7%, valor de referencia, sobre CIF + II + IPI)
Para el cálculo del PIS/PASEP y COFINS,	$X = \{1 + 0,18 \times [0,14 + 0,05 \times (1 + 0,14)]\} / (1 -$

Valor de la Mercancía FOB:	US\$ 5.000,00
primero es calculado el X y Y. Cálculo X:	$0,0165 - 0,076 - 0,18 = 0,35$
Cálculo Y:	$Y = 0,18 / (1 - 0,0165 - 0,076 - 0,18) = 0,24$
PIS – 1,65%	US\$ 142,45 $\{1,65\% \times [(CIF \times 1,42) + (Gastos con importación + AFRMM) \times 0,35]\}$
COFINS – 7,6%	US\$ 656,11 $\{7,6\% \times [(CIF \times 1,42) + (Gastos con importación + AFRMM) \times 0,35]\}$
ICMS – 18%:	US\$ 1.869,08 $(CIF + II + IPI + gastos con importación + AFRMM + PIS + COFINS) / 0,82^* \times 0,18$
Valor de la Mercancía con Tributos debidos:	US\$ 10.398,11
Valor porcentual incorporado al valor de la mercancía:	107,96%**

(*) Inclusión del valor de lo ICMS al valor agregado (1- alícuota del ICMS)

(**) Todos los valores aquí descritos son ilustrativos. Además, pueden existir costos eventuales específicos de cada operación que representarán un posible incremento de gastos al valor de la mercancía.

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Así, la base de cálculo para el impuesto queda mayor pues primero se divide el montante CIF + II + IPI + AFRMM + Gastos con importación por 1 menos la alícuota del ICMS. Esto hace que el montante sea mayor para después aplicar la alícuota del impuesto.

Otorgado de ICMS: conforme legislación específica de cada Estado de la federación, es posible para el importador solicitar otorgamiento de ICMS. Es decir que algunos Estados permiten que el importador tenga un plazo para pagar el valor del impuesto.

5.2.5 Tasa de Utilización de SISCOMEX (Sistema Integrado de Comercio Exterior)

La tasa de utilización de SISCOMEX será debida en el momento del registro de la Declaración de Importación. Los valores tasados proceden de la siguiente forma:

- I – US\$ 9,52 por Declaración de Importación;
- II – US\$ 3,19 por adición de la Declaración de Importación (cada adición representa una diferente Nomenclatura Común del Mercosur a constar en la importación).

Ocurriendo 3 adiciones o más en la Declaración de Importación, para cada adición. A partir de la 3ª adición, los valores cobrados por adición reducen la franja de US\$ 0,64 obedeciendo a las escalas:

- 3 – 5: US\$ 2,56
- 6 – 10: US\$ 1,92
- 11 – 20: US \$ 1,28
- 21 – 50: US \$ 0,64
- 50 - ...: US \$ 0,32

5.2.6 Otros Gravámenes

5.2.6.1 Adicional al Flete para Renovación de la Marina Mercante (AFRMM)

Es un adicional de 25%, en moneda nacional, que incide sobre el flete cobrado por las empresas brasileñas y extranjeras de navegación que operan en puerto brasileño, de acuerdo con el conocimiento de embarque y el manifiesto de carga.

Existen excepciones para el cobro de AFRMM (Adicional al Flete para Renovación de la Marina Mercante), como, por ejemplo, equipaje; libros y periódicos; ingreso de mercancías para participación en eventos culturales, cuando importadas por Órganos Federales; Drawback; sustitución de mercancías defectuosas; bien como para las mercancías constantes de compromisos internacionales, tales como los Acuerdos de Complementación Económica con los países de ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración). Hay otra excepción para no incidencia del AFRMM (Adicional al Flete para Renovación de la Marina Mercante) que es determinada por la ley nr 9.432/97, en su Artículo 17. En este artículo está determinado que para importación de mercancías con destino final puerto ubicado en la región Norte o Nordeste del país, no incidirá la tasa de 25% del AFRMM. Esta determinación tiene validez de 10 años a partir de la fecha 09/01/1997, con vigencia de ley.

5.2.6.2 ATA (Adicional de Tarifa Aeroportuaria)

El adicional es una tarifa creada con la finalidad para que ocurran mejoramientos, reforma, expansión, y depreciación de las instalaciones aeroportuarias y de la red de telecomunicaciones y auxilio a la navegación aérea.

Esta tarifa es de 50% sobre la manipulación y almacenaje aéreo.

5.2.6.3 Almacenaje

5.2.6.3.1 Aérea

Las tarifas aplicadas en el almacenaje aéreo son determinadas por el Ministerio de Defensa, Comando de la Aeronáutica, Portaria nr 219/GC-5, de 27/03/01. Cualquier alteración futura en los valores o en temas pertinentes acarrearán en la publicación de nuevas portarías.

La tasa de almacenaje aérea es estandarizada en los aeropuertos y incide sobre el valor CIP (*Carriage & Insurance Paid to*: transporte y seguro pagados hasta el local), equivalente al CIF en el transporte marítimo. Su composición es efectuada de la siguiente forma:

1% - hasta 5 días;

1,5% - 6 a 10 días

3% - 11 a 15 días + 1,5% - para cada 10 días o fracción (porcentuales acumulativos)

5.2.6.3.2 Marítima

La tarifa de almacenaje en los puertos varía conforme los puertos y las terminales que actúan en estos puertos. De esta manera, podremos tener que para un mismo puerto obtengamos tarifa de almacenaje igual entre dos terminales diferentes. En Rio de Janeiro, las terminales privadas MULTIRIO y LIBRA practican la misma tasa de 0,35% del valor CIF para el primer período (usualmente equivalente a 10 días, pudiendo en algunos casos corresponder a 7 días o hasta 30 días). Las tasas pueden oscilar de 0,035% (Puerto de PARANAGUA, Paraná) a 0,5% (Puerto de RECIFE, Pernambuco).

Tabela 38. Tasas de Almacenaje en los principales puertos

PUERTO	% SOBRE VALOR CIF	PERÍODO
BELÉM	0,50%	15 días
ITAQUI	0,50%	15 días
SUAPE	0,30%	10 días
RECIFE	0,50%	15 días
ARATU	0,50%	15 días
SALVADOR	0,50%	15 días
VITÓRIA	0,25%	10 días
RIO DE JANEIRO	0,35%	10 días
SANTOS	0,35%	10 días

PUERTO	% SOBRE VALOR CIF	PERÍODO
PARANAGUA	0,035%	30 días
ITAJAÍ	0,26%	10 días
RIO GRANDE	0,04%	10 días

Elaboración: Equipo de Consultores Brasil

5.2.6.4 Tasa de manipulación de la mercadería

La “capatazia” representa el valor del servicio referente al movimiento y manipulación de mercancías, efectuado por la administración portuaria/aeroportuaria.

5.2.6.4.1 Aérea

Ocurre en función del peso bruto. La tasa de Capatazia Aérea (peso mínimo igual a 100 kg) es de US\$ 0,015/kg, con el valor mínimo de US\$ 5,00. Como en el almacenaje, el valor de la capatazia es determinado por el Comando de la Aeronáutica.

5.2.6.4.2 Marítima

Es atribuida en función de las toneladas, acondicionamiento o cantidad de volúmenes/unidades. Las tasas son establecidas por la administración de cada uno de los puertos organizados. Como referencia siguen los valores cobrados por algunos de los puertos brasileños para unidades de contenedores:

Tabela 39. Manipulación en los Puertos Brasileños

Puertos	CNTR 20'		CNTR 40'	
	R\$	US\$	R\$	US\$
Fortaleza	105,00	33,51	125,00	39,89
Itajaí	102,25	32,63	102,25	32,63
São Francisco do Sul	91,00	29,04	106,00	33,83
Rio de Janeiro (Exportación)	115,00	36,70	115,00	36,70

Puertos	CNTR 20'		CNTR 40'	
	R\$	US\$	R\$	US\$
Rio de Janeiro (Importación)	145,00	46,27	145,00	46,27
Rio Grande	96,00	30,64	122,00	38,93
Salvador	117,00	37,34	117,00	37,34
Santos (margen izquierdo)	180,00	57,44	180,00	57,44
Santos (margen derecho)	183,36	58,52	229,18	73,14
Santos (COSIPA)	183,36	58,52	229,18	73,14
Paranaguá	129,00	41,17	129,00	41,17
Vitória	166,00	52,98	166,00	52,98

Elaboración: Equipo de Consultores Brasil

Conversión: US\$ 1,00 = R\$ 3,13 – fecha 07/06/2004

5.2.6.5 Tasa para la Entrega de Documentos de Embarque (Delivery Fee, Collect Fee, Desconsolidación)

La tasa para entrega de los documentos de embarque es tasada por el transportador (aéreo o marítimo). A partir de ahí, de acuerdo con la Compañía Aérea o Marítima contratada tendrá valores referentes a la liberación de documentos. En tabla siguiente se detalla el promedio de la tasa de liberación de Bill of Lading (BL) en algunos puertos brasileños:

Tabela 40. Tasa de Documentación / Liberación de Bill of Lading (BL)

Puerto	Moneda		Importación		Exportación	
	R\$	US\$				
Fortaleza	R\$	US\$	30,00	9,57	30,00	9,57
Salvador	R\$	US\$	40,00	12,77	30,00	9,57
Rio de Janeiro	US\$		35,00		25,00	
Santos	US\$		35,00		25,00	
Paranaguá	US\$		35,00		25,00	
São Francisco do Sul	US\$		35,00		25,00	
Itajaí	US\$		35,00		25,00	
Rio Grande	US\$		35,00		20,00	

Elaboración: Equipo de Consultores

Conversión: US\$ 1,00 = R\$ 3,13 – fecha 07/06/2004

5.2.6.6 Honorarios de Despachante Aduanero

Honorarios de despachante aduanero corresponden a los valores referentes a los servicios prestados para el despacho de mercancías junto a la fiscalización aduanera. Las empresas de despacho aduanero ofrecen asesoría amplia en el área de comercio exterior, auxiliando al importador sobre los trámites a ser cumplidos en el proceso de importación. Los honorarios varían conforme a la región del país, pero sus valores son usualmente referenciados en el salario mínimo brasileño, actualmente en R\$ 260 (US\$ 83). Adicionalmente, se trabaja con porcentuales al valor CIF en la importación, entre 0,5% a 1,5%. Normalmente, existen valores mínimos aproximados y valores máximos aproximados.

5.2.7 Hoja de Cálculo de Costos de Importación

Las dos hojas de cálculo abajo sirven para detallar como ocurren los costos tanto en la importación aérea y marítima. Los valores del flete y del seguro son valores de mercado mientras el valor de la mercancía es una estimación. El II, IPI y ICMS representan aquellos porcentajes que tienen mayor frecuencia en el sector herramientas.

Además, en la hoja de importación aérea es considerada una carga con el peso de 200kg. Y en la hoja de importación marítima es considerado el embarque de una unidad de contenedor de 20 pies.

Tabela 41. Importación Aérea

Descripción	Valor (US\$)	Observaciones
Valor FCA (Valor de la mercancía libre en el aeropuerto de embarque)	5.000,00	Valor de ejemplo
Flete	838,00	Valor promedio en el mercado. Carga considerada con el peso de 200 kg.
Seguro	29,19	Valor promedio. Equivalente a 0,5% del valor Costo + Flete
Total CIF (Costo, Seguro y Flete)	5.867,19	Suma de Costo + Flete + Seguro
Impuesto de Importación	909,41	Valor de 15,5% - aplicado en el sector herramientas
IPI	521,80	Valor de 7,70% - aplicado en el sector herramientas
PIS/PASEP	141,03	Valor de 1,65% (Detalles en <u>PIS Y COFINS</u>)
COFIAS	649,59	Valor de 7,60% (Detalles en <u>PIS Y COFINS</u>)
ICMS	1.960,73	Valor de 18% - referencia Estado de São Paulo (mayor importador)
Total CIF + II + IPI + PIS/PASEP + COFINS + ICMS	9.978,41	Suma de los valores encima
Almacenaje	58,67	Valor conforme tabla de almacenaje aérea: 1% sobre valor CIF
Manipulación	3,00	Valor conforme tabla de almacenaje aérea: US\$ 0,015/kg
ATA	37,16	Valor equivalente a (Almacenaje+Capatazia)/2
Descripción	Valor (US\$)	Observaciones
Desconsolidación	50,00	Valor promedio tasado por el Agente de Carga
Collect Fee	25,14	Tasa para flete <i>collect</i> (flete pago por el receptor)
Otros Costos por agente de carga	185,00	Son considerados otros costos: pick up, tasa de documentación, tasa de administración. Estas tasas son pagas al Agente de Carga y representan tasas promedias practicadas
Honorarios de Despachante	100,00	Valor mínimo de US\$ 100,00

Descripción	Valor (US\$)	Observaciones
Tasa Utilización Siscomex	12,78	Valor equivalente a importación de mercancía (s) de una NCM
Total Gastos de Liberación	518,71	Suma de los valores entre Almacenaje y Tasa Siscomex
Valor Final de la Mercancía	10.496,62	Total final con costos de embarque y liberación aduanera

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

1. Valor FCA: Valor de la mercancía ya incluido los costos para la entrega al agente transportador escogido en lo local determinado para embarque (Aeropuerto)
2. Flete: El flete aéreo es ventajoso para cargas que necesitan de un *transit time* (tempo de entrega) rápido y cargas poco pesadas. Normalmente, entre 200 kg y 500 kg se realiza la comparación entre fletes aéreo y marítimo y arriba de 500 kg el flete marítimo es la mejor opción *económica*. El cálculo del flete aéreo es realizado multiplicando el peso por la tasa dada por el agente de carga o por el volumen de la carga (Volumen = Longitud x Extensión x Altura, todos en m, multiplicados por 167). Aquí, para cálculo, es considerado un peso de 200kg, con dimensiones pequeñas, y un flete aéreo de US\$ 4,19/kg (este fue el mejor valor cotizado con varios agentes de carga y es válido para cargas entre 100 y 300 kg). Para este ejercicio fue considerada una carga no peligrosa.
3. El valor para el cálculo del seguro fue de 0,5%, un valor promedio en el mercado. Dependiendo del tipo de la mercancía, sus características físicas, químicas y comerciales, el valor puede tornarse mayor o menor.
4. El II (Impuesto de Importación) de 15,5% representa el valor para todos los productos en el sector herramientas.
5. El valor del IPI (Impuesto sobre producto industrializado) de 7,70% representa el valor para todos los productos en el sector herramientas.
6. El valor del ICMS (Impuesto sobre la circulación de mercancías y servicios) de 18% representa un valor promedio aplicado por los Estados.

7. Las tasas de Desconsolidación (US\$ 50,00), *Collect fee* (3% sobre el flete) y Otros Costos (como pick up, tasa de documentación, tasa de administración) que son canceladas al agente utilizadas representan valores corrientes del mercado.

Tabela 42. Importación Marítima

Descripción	Valor (US\$)	Observaciones
Valor FOB (Valor de la mercancía libre en el puerto de embarque)	20.000,00	Valor de ejemplo
Flete	2.000,00	Valor promedio en el mercado. Carga considerada: contenedor 20'
Seguro	110,00	Valor promedio. Equivalente a 0,5% del valor Costo + Flete
Total CIF (Costo, Seguro y Flete)	22.110,00	Suma de Costo + Flete + Seguro
Impuesto de Importación	3.427,05	Valor de 15,5% - aplicado en el sector herramientas
IPI	1.966,35	Valor de 7,70% - aplicado en el sector herramientas
PIS/PASEP	528,55	Valor de 1,65% (Detalles en <u>PIS Y COFINS</u>)
COFIAS	2.434,61	Valor de 7,60% (Detalles en <u>PIS Y COFINS</u>)
ICMS	6.961,22	Valor de 18% - referencia Estado de São Paulo (mayor importador)
Total CIF + II + IPI + PIS/PASEP + COFINS + ICMS	37.427,80	Suma de los valores encima
Almacenaje	254,33	Valor conforme tabla de almacenaje marítima: 0,35% sobre valor CIF (tasa en el puerto de Santos – puerto más utilizado en el sector)
Capatazia	58,52	Valor conforme tabla de capatazia marítima: equivalente para el puerto de Santos
AFRMM	500,00	Valor equivalente a 25% sobre el flete. Pero para la importación de libros y periódicos la alícuota aplicada es de 0%.

Descripción	Valor (US\$)	Observaciones
Desconsolidación	85,00	Valor promedio tasado por el Agente de Carga
Liberación de BL	35,00	Tasa para liberación del B/L debida a la agencia marítima
Honorarios de Despachante	300,00	Valor mínimo de US\$ 300,00
Tasa Utilización SISCOMEX	12,78	Valor equivalente a importación de mercancía (s) de una NCM
Total Gastos de Liberación	1.245,63	Suma de los valores entre Almacenaje y Tasa Siscomex
Valor Final de la Mercancía	39.673,43	Total final con costos de embarque y liberación aduanera

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

1. Valor FOB: Valor de la mercancía ya incluido los costos para la entrega al agente transportador escogido en el local determinado para embarque (puerto)
2. Flete: El flete marítimo es ventajoso para cargas voluminosas y que pueden esperar el mayor tiempo de transito. El flete puede ser calculado por carga fraccionada o carga en unidades en contenedores. El valor equivale para un flete para un contenedor seco de 20 pies con origen de Colombia (valor promedio de mercado). Para cualquier otro tipo de contenedor (Por ejemplo contenedores refrigerados, con abertura superior, de 40 pies y de alta cubicación) el flete es más costoso. Aquí es considerada carga general pues para cargas peligrosas y a granel de líquidos o sólidos, el flete es todavía más específico.
3. El valor para el cálculo del seguro en el ejemplo fue de 0,5%, un valor promedio en el mercado. Dependiendo del tipo de la mercancía, sus características físicas, químicas, y comerciales el valor puede tornarse mayor o menor.
4. El II (Impuesto de Importación) de 15,5% representa el valor para todos los productos en el sector herramientas

5. El valor del IPI (Impuesto sobre producto industrializado) de 7,70% representa el valor para todos los productos en el sector herramientas.
6. El valor del ICMS (Impuesto sobre la circulación de mercancías y servicios) de 18% representa un valor promedio aplicado por los Estados.
7. Las tasas de Desconsolidación (US\$ 85,00) y Liberación de B/L (US\$ 35,00) representan tasas promedias practicadas

5.3 Tratamiento Administrativo Aplicado al Producto Importado

5.3.1 Licencia de Importación

El licenciamiento de las importaciones ocurre de manera automática y no automática y es efectuado por medio de SISCOMEX. Las informaciones de naturaleza comercial, financiera, cambiaria y fiscal que caracterizan la operación y definen su encuadramiento legal son prestadas para fines de licenciamiento. Los órganos que analizan la LI y que definen su validez son el Ministerio de Salud, Ministerio de Agricultura, Ministerio de Defensa, DECEX (Departamento de Operaciones de Comercio Exterior).

A. Licenciamiento Automático

Las mercancías que no están sujetas al control previo o al cumplimiento de condiciones especiales tienen el licenciamiento automáticamente concedido en la ocasión de la formulación de la Declaración de Importación (DI) en el SISCOMEX para fines de liberación aduanera. Estas mercancías pueden ser embarcadas sin la autorización especial necesaria para las mercancías con licenciamiento no-automático.

B. Licenciamiento No-Automático

Las mercancías u operaciones sujetas a la autorización previa de importación o al cumplimiento de condiciones especiales deben obtener el licenciamiento previamente al embarque de la mercancía en el exterior. Dependiendo del producto puede ser necesaria que la LI sea analizada por más de un órgano competente. La relación de estas mercancías y/u operaciones, tanto como el momento de conseguir el referido licenciamiento, es relacionada en comunicado público por la SECEX/DECEX considerando sus condiciones generales de comercialización¹². El plazo de validez de LI es de 60 días, para embarque de la mercancía. Este plazo puede ser prorrogado, conforme solicitud del importador.

Tabela 43. Licenciamiento No-Automático en el sector de Herramientas

LI - NO AUTOMATICA						
ORGANO COMPETENTE						
DECEX*					MINISTERIO DE LA SALUD	COMEXE*
7305.12.00	7306.40.00	7314.13.00	8202.99.10	8208.90.00	7309.00.20	8205.59.00
7305.20.00	7306.90.90	7314.14.00	8207.50.11	8301.10.00	7310.10.10	
7305.90.00	7311.00.00	7314.19.00	8207.50.19		73.10.29.20	
7306.20.00	7314.12.00	7317.00.90	8207.50.90			

*DECEX: Departamento de Comercio Exterior

*COMEXE: Comando do Exercito

Fuente: MDIC (Ministerio del Desarrollo, Industria y Comercio Exterior)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

¹² Para consultar las mercancías que necesitan de Licenciamiento de Importación visite el sitio de la web: <http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivo/secex/conPorImportacao/AnuentesLIInaoAuto.pdf>

5.4 Documentación y Formalidades del Liberación Aduanera de importación

El documento oficial de la importación en Brasil es la Declaración de Importación, más usualmente conocida como “DI” . Este documento representa el registro oficial de la importación y todos los datos presentados serán la base de las estadísticas de las importaciones brasileñas. Las informaciones presentes en la DI son originadas de los documentos exigidos por la aduana brasileña: Factura Comercial, Packing List, Conocimiento de Embarque, y los demás según característica del embarque: Certificado de Origen y Certificado Fitosanitario.

5.4.1 Declaración de Importación (DI)

La Declaración de Importación (DI) es el documento que formaliza el ingreso de las mercancías extranjeras junto a la aduana brasileña. Elaborada en SISCOMEX, la DI agrupa detalles referentes al proceso de importación de tal modo que la Receita Federal y el Banco Central puedan tener control sobre el movimiento de ingreso de mercancías extranjeras y salida de divisas del país.

En la DI constan informaciones acerca del importador, exportador, tipo de mercancía, valor de la mercancía, además del flete, INCOTERM, modo de pago y embarque, incidencia de tributos y sus respectivas alícuotas, y otras informaciones que pueden ser necesarias conforme a la operación de importación registrada y a las obligaciones legales que deben ser cumplidas. Existe también la Declaración Simplificada de Importación (DSI) que sirve para el registro de las siguientes importaciones:

I – muestras sin valor comercial;

II – materias primas, insumos y productos acabados, importados sin cobertura cambiaria, de muestra, cuyo valor CIF no sobrepase US\$1,000.00;

III – importaciones, sin cobertura cambiaria, realizadas por misiones diplomáticas, reparticiones consulares de carácter permanente y representaciones de órganos internacionales de los que Brasil forme parte, al amparo de REDA-E, emitido por el Ministerio de Relaciones Exteriores (MRE), excluidos los vehículos en general;

IV - catálogos, folletos y similares, de naturaleza técnica, sin valor comercial y sin cobertura cambiaria;

V – encomiendas internacionales destinadas a personas físicas de valor hasta US\$ 3,000.00;

VI – encomiendas aéreas internacionales destinadas a personas jurídicas, para uso propio, de hasta US\$500.00, cuando son sometidas al Régimen de Tributación Simplificada (RTS);

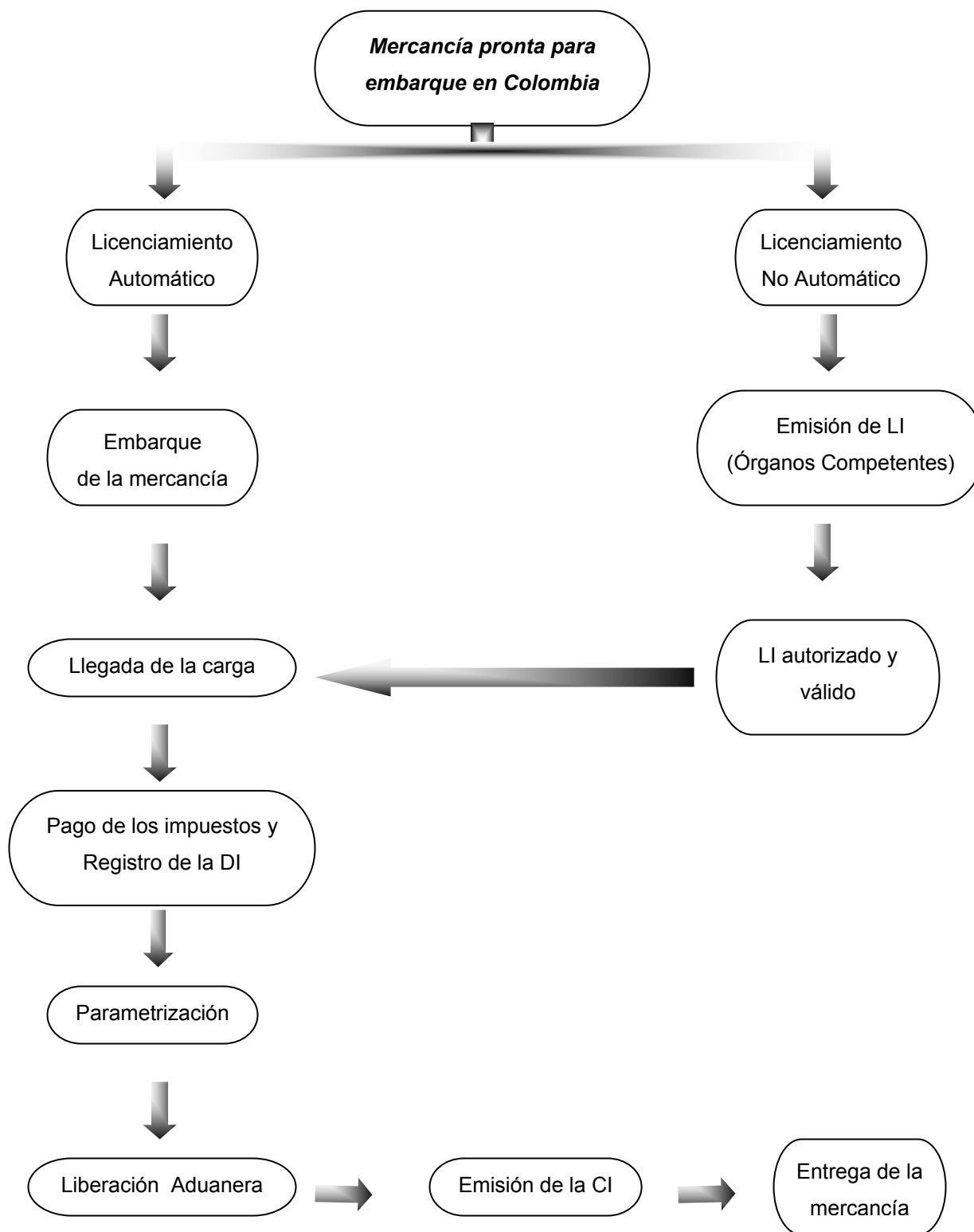
VII – remesas postales internacionales destinadas a personas físicas, de valor total superior a US\$ 500.00 y hasta US\$ 3,000;

VIII – periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas impresas, adquiridas por suscripción, sin destino comercial;

IX – equipaje sin compañía; y

X – donaciones a instituciones de asistencia social, exceptuando máquinas, aparatos, equipos y vehículos automotores.

5.4.2 Organigrama del Liberación Aduanera de Importación



El camino de una importación, conforme la legislación brasileña¹³, obedece a las siguientes líneas básicas:

1) Licenciamiento de Importación

Como regla general, las importaciones brasileñas, están sujetas al Licenciamiento de Importación que deberá ser obtenido de manera automática luego de la llegada de la mercancía en el país. Las informaciones de naturaleza comercial, financiera, cambiaria y fiscal, deberán ser prestadas en SISCOMEX en conjunto con los datos exigidos por la formulación de la Declaración de Importación para fines de liberación aduanera de las mercancías. Algunos productos y/u operaciones están sujetas todavía a procedimientos específicos que deberán ser observados hasta la liberación aduanera respectivo (exigencias zoosanitarias, ecológicas, etc).

En las importaciones sujetas al Licenciamiento No Automático (LI), el importador, directamente o por intermedio de agentes acreditados, deberá prestar las informaciones de naturaleza comercial, financiera, cambiaria y fiscal, previamente al embarque de la mercancía en el exterior, o antes de la liberación aduanera, conforme el caso. Las Licencias de Importación son autorizadas por el órgano licenciador (SECEX) o por los demás órganos federales que actúen como anuentes a la importación.

2) Si la modalidad de pago firmada con el exportador extranjero es la carta de crédito, el importador brasileño tendrá que negociar con un banco local la abertura de la mencionada carta de crédito. Si la modalidad de pago firmada es la cobranza al contado o a plazo, el importador brasileño comunica al exportador para providenciar el embarque.

¹³ <http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/LegisAssunto/default.htm> - marcar Despacho Aduanero - Instrucciones Normativas

3) Providenciado el embarque, el exportador recopila toda la documentación que compruebe la exportación (Factura Comercial, Conocimiento de Embarque, etc)

4) Providencias sobre seguro, conforme conveniencia de la operación e interés del importador. La legislación brasileña reconoce solamente seguros contratados en Brasil. Así, no es autorizada la importación de mercancías mediante el INCOTERM CIF, en otras palabras, en operaciones de compra y venta internacional el seguro debe ser contratado en el país.

5) En posesión de los documentos, el importador tendrá que procesar la liberación aduanera, recogiendo los tributos correspondientes.

6) Liberación de la mercancía: el agente fiscal verifica la documentación presentada (Factura Comercial, Conocimiento de Embarque, Packing List, DI y otros conforme legislación específica –Certificado de Origen, Certificado Fitosanitario, etc) y, enseguida, se efectúa el examen físico de la mercancía despachada para efecto de desembarque aduanero.

7) Canales de análisis aduanera (Parametrización): En este momento, conforme a la orden de mercancías dispuestas para la aduana, una a una será sometida a una pre-evaluación y por esta se determina el tratamiento a ser dado a la mercancía:

- Canal Verde: la mercancía es despachada automáticamente por el sistema de la SRF, siendo dispensado cualquier tipo de examen de los documentos o de la mercancía;
- Canal Amarillo: la DI es sometida a examen documental, y, no constando ninguna divergencia de informaciones o cualquier irregularidad, se procede con el despacho de la mercancía;

- Canal Rojo: en este canal es necesaria la verificación física de la mercancía además del examen documental. Caso existan divergencias de información entre los documentos presentados o sea notada la ausencia de alguno, será necesario proceder con las alteraciones necesarias.
- Canal Gris: aquí, es efectuado el análisis preliminar del valor aduanero. Sirve para averiguar si la mercancía está ingresando sub-valorizada y si así fuese el caso, será efectuada la valoración aduanera de la mercancía.

La ausencia de información o irregularidades en lo que dice respecto a la legislación específica incurrirá en multas. La ley nr 10.833, 29/12/2003, delimita el ámbito de la aplicación de las multas y su valor agregado. A saber:

- Omisión o prestación errónea o incompleta de información de naturaleza administrativa-tributaria, cambiaria o comercial: Multa de hasta 10% del valor total de las mercancías constantes en la DI;
- Documentos de instrucción de las declaraciones aduaneras que no estén en buena guarda y orden: aplicación acumulativa de las multas:
 - a. 5% del valor aduanero de las mercancías importadas;
 - b. 100% sobre la diferencia entre precio declarado y precio efectivamente practicado en la importación;
- Ausencia del Packing List: US\$ 160,00;
- Factura Comercial que no presente todas las informaciones acerca de la importación: US\$ 65,00

8) Posterior a este proceso de canales, estando todo en orden la mercancía es liberada y entregada al importador.

5.4.3 Acuerdos Comerciales referentes a los productos estudiados

5.4.3.1 Acuerdo de Complementación Económica Nr 18 - Mercosur

El Mercosur evolucionó a partir de un proceso de proximidad económica entre Brasil y Argentina, iniciado a mediados de la década del 80. En julio de 1990, fue firmada el Acta de Buenos Aires, que fijó para enero de 1995 la fecha de inicio de vigencia de un mercado común entre los dos países. En diciembre de 1990, los protocolos firmados entre los dos países fueron consolidados en un solo instrumento denominado Acuerdo de Complementación Económica – ACE nr 14, firmado entre Brasil y Argentina, que constituyó el referencial adoptado posteriormente en el Tratado de Asunción. El 26.03.1991 fue firmado el Tratado de Asunción entre Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay para la constitución del Mercado Común del Sur (Mercosur).

5.4.3.2 Nomenclatura Común del Mercosur (NCM)

Con base en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, los Estados Partes elaboraron una nomenclatura de 8 dígitos, denominada Nomenclatura Común del Mercosur, la cual constituye la base de la Tarifa Externa Común.

5.4.3.3 Tarifa Externa Común (TEC) y las Listas de Excepciones

A partir de enero de 1995, fue establecida la Unión Aduanera que implicó en la adopción de una Tarifa Externa Común (TEC). La Tarifa Común Externa correlaciona los ítems de la Nomenclatura Común del Mercosur (NCM) con los derechos de importación incidentes sobre cada uno de estos ítems, y se aplica solamente a las importaciones provenientes de los países no miembros.

Cada nación integrante de elaboró una lista de excepciones a la Tarifa Externa Común (TEC), compuesta de producto del sector de bienes de capital, informática y telecomunicaciones y otras excepciones nacionales (productos cuya incorporación inmediata a la Tarifa Común Externa –TEC- causaría problemas a determinado miembro del bloque). Cada país podría incluir hasta 399 productos.

Todos esos items tarifarios ya se igualaron a los niveles de la Tarifa Externa Común (TEC) en 2001, excepto a los bienes de informática y telecomunicaciones, bien como las demás excepciones del Paraguay, que solo igualaron a la Tarifa Externa Común (TEC) en 2006.

5.4.3.4 Acuerdo de Complementación Económica Nr 35 – Mercosur/Chile

El acuerdo tiene como objetivo formar un área de libre comercio entre las Partes Contratantes, mediante la expansión y la diversificación del intercambio comercial y la eliminación de las restricciones tarifarias y no-tarifarias que afectan el comercio; crear un espacio económico ampliando, que la circulación de bienes y servicios y la plena utilización de los factores productivos, estableciéndose un instrumento jurídico e institucional de cooperación económica y física; promover el complemento y cooperaciones económicas, energéticas, científicas y tecnológicas; entre otros.

5.4.3.5 Acuerdo de Complementación Económica Nr 36 – Mercosur/Bolivia

Este acuerdo visa la conformación de un Área de Libre Comercio entre las Partes en un plazo máximo de 10 años. Al final de este período, parte sustantiva del Comercio deberá estar totalmente desgravada, bien como eliminadas las restricciones no-tarifarias que afectan el comercio. El Acuerdo de Complementación Económica Nr 36 fue firmado en diciembre de 1996 e incorporado en Brasil por el decreto nr 2240 de 28/05/07.

5.4.3.6 Acuerdo de Complementación Económica Nr 39 – Brasil/Comunidad Andina (Colombia, Ecuador, Perú, Venezuela)

El Acuerdo de Complementación Económica Nr 39 entró en vigor el 16 de agosto de 1999, y su duración sería de dos años. Pero, su plazo fue prorrogado hasta el 30/06/2004. El ACE nr 39 otorga a las Partes preferencias sobre cerca de 3.000 ítems NALADI/SH 93 fijas, o sea, no hay un programa de desgravación como en algunos acuerdos. Integran el acuerdo los países integrantes del Mercosur (Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay) y los países de la Comunidad Andina – CAN (Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela). La clasificación de los productos en el acuerdo obedece a lo dispuesto NALADI/SH 93. Un beneficio adicional es la no-incidencia de AFRMM (Adicional al Flete para la Renovación de la Marina Mercante) sobre los productos incluidos en ese acuerdo y que sean importados por Brasil.

Una salvedad debe ser realizada, pues para los productos que gocen al mismo tiempo de preferencias arancelarias en virtud de la Preferencia Tarifaria regional (PTR) y de las Listas de Abertura de Mercados (LAM), se aplica preferencia más favorable.

5.4.3.6.1 Nuevo Acuerdo de Preferencias Arancelarias – Márgenes de 100%

El ACE nr 39 deberá ser sustituido en el momento que el Mercosur y la Comunidad Andina firmen un acuerdo para la conformación de un área de libre comercio. En el ultimo mes de Abril, el Mercosur y la CAN (menos Perú pues con este país el Mercosur hay un acuerdo separado) han definido las bases del acuerdo que substituirá el Acuerdo Aladi 39. Este acuerdo establece reducciones arancelarias por 15 años. Son seis plazos diferentes para las reducciones: Automático (inicio del acuerdo); 4 años; 6 años; 8 años; 12 años; y 15 años. Los plazos varían según el producto y por país. Las reglas de origen del Brasil a

Colombia exigirán que el mínimo de 60% de los insumos utilizados en la producción de la mercancía sean de origen de la región (Mercosur y CAN). Existía la previsión del acuerdo iniciar su periodo de vigencia a partir de 1º Julio. Pero dificultades técnicas impedirán que este plazo se cumpliera. Ahora, la previsión del inicio del acuerdo fue prorrogada para el fin del año de 2004.

5.4.3.7 Acuerdo de Complementación Económica Nr 43 – Brasil/Cuba

El 22/12/99, se firmó el ACE nr 43, entre Brasil y Cuba, con vigencia de tres años, a partir del 01/01/2000. El acuerdo fue incorporado, en Brasil por el decreto nr 3389 publicado en el Documento nr 57, del 23/03/2000. El Primer Protocolo del Acuerdo amplió para 100% las preferencias otorgadas por las partes, salvo las correspondientes a los items del capítulo 72 (sector siderúrgico), que pasaron a tener carácter recíproco al nivel de 80%. El Segundo Protocolo Adicional de Acuerdo de Complementación Económica Nr 43, suscripto el 16/12/2002, prevé la prorrogación automática, por anualidades sucesivas, la vigencia del acuerdo a partir de 1 de enero de 2003.

5.4.3.8 Preferencia Arancelaria Regional (PTR) Nr 04 – Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

Ese acuerdo, firmado por todos los países miembros de ALADI, establece la Preferencia arancelaria de Integración, conforme previsto en el Artículo 5 del Tratado de Montevideo – TM 80. En él, los países miembros otorgan preferencias arancelarias de acuerdo con su respectiva categoría. Esa preferencia consiste en una reducción porcentual, calculada sobre los gravámenes aplicables en la importación de productos similares provenientes de países terceros. El montante de la reducción varía conforme a la categoría del país que concede la reducción y del país que la recibe, siendo este denominado “tratamiento diferencial”.

Tabela 44. Márgenes de preferencias otorgadas entre los países otorgantes y los países beneficiarios.

<i>País Otorgante</i>	<i>País Beneficiario</i>		
	<i>PMDER</i>	<i>PDI</i>	<i>Otros</i>
PMDER	20%	12%	8%
PDI	28%	20%	12%
Otros	40%	28%	20%

PMDER: De Menor Desarrollo Económico Relativo (Bolivia, Ecuador y Paraguay)

PDI: Desarrollo Intermedio (Chile, Colombia, Perú, Uruguay, Venezuela y Cuba)

Otros: otros países (Argentina, México y Brasil)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Actualmente, lleva a cabo las negociaciones del Mercosur con los países de ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración), continúan válidas las concesiones arancelarias, al amparo del Artículo n. ° 4, sólo para los siguientes países: Colombia, Ecuador, México, Perú y Venezuela.

5.4.3.9 Régimen de Origen de los acuerdos

Para los acuerdos en el ámbito de ALADI, la aplicación del producto importado a los beneficios estipulados por estos es determinada por el Régimen de Origen de ALADI, que fue aprobado por la Resolución nr 78, del 24/11/1987 y consolidación por la Resolución nr 252, de 4/8/1999. Ese Régimen permite que los productos tengan 50%, mínimo, de contenido nacional para todos los países, excepto para los de menor desarrollo económico, que podrán tener 40%. El certificado de origen constituye, así, documento necesario junto a los otros documentos referentes a la importación.

5.4.3.10 Preferencias otorgadas al sector y países beneficiados

Tabela 45. Acuerdos de Complementación Económica – Principales Productos del Sector Herramientas

NCM	ACUERDOS POR PAÍS							
	BOL 35	CHI 36	COL 39	ECU 39	PER 39	VEN 39	CUB 43	MEX 53
8432.10.00	80%	100%	50%	50%	50%	50%	100%	60%
8432.21.00	80%	100%					100%	60%
8432.22.90	80%	100%					100%	60%
8432.30.10	80%	100%					100%	100%
8432.30.90	80%	100%					100%	100%
8432.40.00	80%	100%					100%	
8432.80.00	80%	100%					100%	60%
8432.90.00	80%	100%	60%				100%	
8433.11.00	80%	100%					100%	
8433.19.00	80%	100%	40%	40%	40%	40%	100%	
8433.20.10	80%	100%					100%	
8433.20.90	80%	100%					100%	
8433.30.00	80%	100%					100%	
8433.40.00	80%	100%					100%	
8433.51.00	80%	100%					100%	
8433.52.00	80%	100%					100%	
8433.53.00	80%	100%					100%	
8433.59.11	80%	100%					100%	100%
8433.59.19	80%	100%					100%	100%
8433.59.90	80%	100%					100%	100%
8433.60.10	80%	100%					100%	
8433.60.21	80%	100%					100%	
8433.60.29	80%	100%					100%	
8433.60.90	80%	100%					100%	
8433.90.10	80%	100%	40%	40%	40%	40%	100%	100%
8433.90.90	80%	100%	40%	40%	40%	40%	100%	100%

Fuente: TecWin-Software para Classificação de Mercadorias

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

5.5 Comentarios

La sistemática de la importación de mercancías en Brasil posee una característica propia, en parámetros internacionales, y entender las minucias existentes en la legislación e en las practicas del comercio exterior brasileño es de grande importancia a fin de que el interesado en mantener relaciones comerciales con Brasil conozca los beneficios que podrá encontrar para cuando sus mercancías adentrar en el país.

En el sector herramientas, los beneficios aplicados en la importación de sus productos son amplios en términos de las preferencias arancelarias existentes. Los acuerdos comerciales de Brasil con los países de la América Latina facilitan la entrada de los productos de estos países aunque la concurrencia de los productos europeos sea muy fuerte. Las preferencias arancelarias para países como Colombia, Cuba, Venezuela y México, funcionan como estímulos para que los importadores brasileños tengan los proveedores de estos países en su cartera de proveedores internacionales.

El proceso de importación de mercancías en Brasil, aunque ha mejorado en los últimos anos, principalmente a través de la informatización de los sistemas de conferencia de la aduana brasileña (Receita Federal), todavía es burocrático y deja los importadores / exportadores rehenes de la tramitología y de las instituciones que actúan en el comercio exterior. Sin embargo, la tendencia indica que este panorama irá a mejorar y la adopción de un perfil profesional de las instituciones estatales promueve grandes progresos en la dinámica del proceso de importación, principalmente.

Además, existe un proyecto de ley en el congreso del Brasil que establece la adopción de un impuesto único (IVA – Impuesto sobre el Valor Agregado) en

2007. De esta forma, la importación sería más fácil de ser realizada una vez que no existirá la cascada de impuestos actual.

6 DISTRIBUCIÓN FÍSICA

La distribución física en Brasil es probablemente el tema más debatido en los ambientes industriales y empresariales que tengan relación con el comercio internacional, ya sea importando o exportando. En el caso de la exportación brasileña, el término más utilizado en alusión a la distribución física es el “Costo Brasil” que son los costos demandados para realizar la exportación (costos de transporte, de embarque, e impuestos en la industrialización del producto, entre otros).

En la importación también es posible afirmar de la existencia de este mismo costo, formado obviamente; por todos los impuestos asociados a la importación más los costos de desembarque de la carga en el puerto o aeropuerto y costos de entrega hasta el destino final.

Los costos de la distribución física en la importación son caracterizados por las dificultades de realizarse el transporte de la carga desde el puerto hasta el comprador con seguridad, eficacia y al menor costo. Infelizmente, en el Brasil, la logística de transporte todavía no se encuentra en un nivel comparable a de los países de mayor desarrollo económico. Los robos a cargas de carretera todavía son grandes, las condiciones de las autopistas son precarias, los ferrocarriles no atienden a todas las regiones siendo que no es posible hacer una integración ágil entre ferrocarriles de diferentes compañías, y finalmente la operación de cabotaje, crucial para un país con la extensión costera del Brasil, ejerce hasta ahora sus primeros pasos en dirección al desarrollo definitivo de la operación con mayor frecuencia.

6.1 Análisis de la Distribución Física Internacional relacionada con el Producto Importado

Tabela 46. Importación Brasileña en el sector de Herramientas

PUERTOS DE ENTRADA	US\$	%	ORIGEN	US\$	%
SANTOS PUERTO	354.861.711,00	33,07%	ESTADOS UNIDOS	279.371.849,00	26,03%
PARANAGUA PUERTO	97.828.831,00	9,12%	ALEMANIA	183.122.502,00	17,06%
RIO DE JANEIRO PUERTO	96.223.383,00	8,97%	JAPÓN	98.017.774,00	9,13%
CAMPINAS AEROPUERTO	88.547.786,00	8,25%	ITALIA	80.462.579,00	7,50%
SÃO PAULO AEROPUERTO	79.076.533,00	7,37%	FRANCIA	54.217.453,00	5,05%
RIO GRANDE PUERTO	54.981.892,00	5,12%	CHINA	49.115.205,00	4,58%
MANAUS PUERTO	48.852.228,00	4,55%	ARGENTINA	33.622.009,00	3,13%
SEPETIBA PUERTO	36.931.864,00	3,44%	ESPAÑA	30.519.475,00	2,84%
RIO DE JANEIRO AEROPUERTO	35.478.211,00	3,31%	SUECIA	29.456.282,00	2,74%
VITORIA PUERTO	32.783.107,00	3,05%	REINO UNIDO	26.209.570,00	2,44%
OTROS (44) PUERTOS	7.159.822,00	6,76%	OTROS (85) ORÍGENES	209.104.213,00	19,48%
			COLOMBIA	980.836,00	0,09%
IMPORTACIONES BRASILEÑAS FEBRERO 2003 / FEBRERO 2004			US\$ 1.073.218.911,00		

Fuente: Sistema de Análisis de Comercio Exterior vía Internet (<http://aliceweb.mdic.gov.br/>)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

En las importaciones brasileñas de herramientas en el periodo de febrero/2003 a febrero/2004, la matriz de utilización de los transportes presentó los siguientes valores:

- Importación Marítima: 67%
- Importación Aérea: 25%
- Importación vía Carretera: 8%

Para el total de 54 puertos, aeropuertos y fronteras terrestres utilizados para realizar las importaciones en el sector, su distribución geográfica en el territorio brasileño ha tenido las siguientes características:

- Región Sur: 4 puertos, 5 aeropuertos, 9 fronteras terrestres (transporte vía carretera)

- Región Sureste: 5 puertos, 8 aeropuertos
- Región Centro-Oeste: 1 aeropuerto, 1 frontera terrestre
- Región Noreste: 7 puertos, 6 aeropuertos
- Región Norte: 4 puertos, 3 aeropuertos, 1 frontera terrestre

Estos datos reflejan la distribución de la utilización de los modales de transporte de acuerdo con la región. Por ejemplo, como la región Sur posee fronteras terrestres con todos los países del MERCOSUR la utilización del transporte vía carretera es mayor que en otras regiones. La región Nordeste presenta mayor utilización de puertos porque de todas las regiones brasileñas es la que posee mayor área costera.

Con relación a los orígenes de las importaciones se destaca la participación de los países de grande desarrollo económico. Entre los 10 principales orígenes, solamente China y Argentina son países que no presentan el mismo histórico de desarrollo económico e industrial de los otros países. Todavía, China es actualmente el país que presenta los mejores índices de crecimiento industrial en los últimos años.

Esta característica del proceso de desarrollo industrial de los orígenes es un detalle importante en el sector de herramientas porque la industria que aprovisiona los productos del sector es una industria pesada, que necesita de grandes inversiones, una condición que países de medio desarrollo económico no poseen. Así proveedores localizados en los países ricos poseen una ventaja competitiva delante proveedores de países menos desarrollados.

En el estudio del sector de herramientas, fueron analizadas las importaciones de 305 categorías de productos contenidos en los capítulos 73, 82, 83, 8432 y 8433 de la NCM. Entre las 305 categorías, 4 han llamado la atención por presentaren las mayores sumas de importación. En total importado por estas 4 categorías fue de US\$ 243,7 millones, o sea, 23% del total del sector. El producto más

importado en el sector de herramientas fue Los demás tornillos y pernos de hierro o acero (NCM 7318.15.00) con el total de US\$ 87 millones.

Tabela 47. Importaciones Brasileñas – Los demás tornillos y pernos de hierro o acero

IMPORTACIONES 02/2003 – 02/2004			
NCM	7318.15.00 – LOS DEMÁS TORNILLOS Y PERNOS DE HIERRO O ACERO		
DESTINO	US\$	ORIGEN	US\$
SANTOS PUERTO	31.052.335,00	ESTADOS UNIDOS	21.992.750,00
PARANAGUÁ PUERTO	11.886.668,00	ALEMANIA	17.767.539,00
CAMPINAS AEROPUERTO	9.828.931,00	JAPÓN	13.156.100,00
MANAUS PUERTO	8.372.978,00	FRANCIA	7.815.742,00
SÃO PAULO AEROPUERTO	5.136.813,00	ITALIA	6.946.104,00
RIO DE JANEIRO PUERTO	4.815.381,00	TAIWÁN	3.107.672,00
RIO DE JANEIRO AEROPUERTO	2.380.187,00	CHINA	2.587.204,00
MANAUS AEROPUERTO	2.321.398,00	SUECIA	2.470.631,00
SEPETIBA PUERTO	1.784.532,00	REINO UNIDO	1.691.696,00
RIO GRANDE PUERTO	1.756.245,00	SUIZA	1.607.662,00
OTROS (46) DESTINOS	7.906.177,00	OTROS (56) ORÍGENES	8.098.545,00
TOTAL IMPORTADO US\$ 87.241.645,00			

Fuente: Sistema de Análisis de Comercio Exterior vía Internet (<http://aliceweb.mdic.gov.br/>).

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Así como en la tabla general del sector, fueron muchas las puertas de entrada y orígenes utilizados en la importación de este tipo de producto. Todavía, en ambas situaciones ocurrió la concentración de las importaciones. El puerto de Santos fue el destino más común de las importaciones mientras los EE.UU. fue el principal proveedor.

La participación de los aeropuertos en la importación de los demás tornillos y pernos está relacionada con la necesidad de embarques urgentes. Estos embarques son caracterizados por la necesidad de importar pequeñas cantidades por avión mientras que cantidades mayores del producto son

transportadas por barco. De esta manera, es evitada la posibilidad de que la fábrica se detenga y genere grandes prejuicios a la empresa.

El según producto más importado fueron los demás artefactos sin rosca, de hierro fundido, hierro o acero. El total importado fue de US\$ 54,6 millones.

Tabela 48. Importaciones Brasileñas – Los demás artefactos sin rosca, de hierro fundido, hierro o acero

IMPORTACIONES 02/2003 – 02/2004			
NCM	7318.29.00 – LOS DEMÁS ARTEFACTOS SIN ROSCA, DE HIERRO FUNDIDO, HIERRO O ACERO		
DESTINO	US\$	ORIGEN	US\$
SANTOS PUERTO	17.164.929,00	ESTADOS UNIDOS	16.725.189,00
MANAUS PUERTO	7.464.074,00	ALEMANIA	14.549.674,00
PARANAGUÁ PUERTO	6.286.356,00	JAPÓN	8.221.261,00
CAMPINAS AEROPUERTO	5.582.653,00	ITALIA	3.604.455,00
SÃO PAULO AEROPUERTO	4.415.985,00	FRANCIA	2.910.958,00
RIO DE JANEIRO AEROPUERTO	2.206.672,00	SUECIA	1.627.724,00
RIO GRANDE PUERTO	1.562.340,00	REINO UNIDO	1.447.217,00
RIO DE JANEIRO PUERTO	1.541.348,00	ESPAÑA	1.186.355,00
VALORES NO DECLARADOS*	1.518.405,00	SUIZA	1.139.439,00
CURITIBA AEROPUERTO	1.518.198,00	COREA DEL SUR	374.435,00
OTROS (33) DESTINOS	5.385.871,00	OTROS (55) ORÍGENES	2.860.124,00
TOTAL IMPORTADO US\$ 54.646.831,00			

Fuente: Sistema de Análisis de Comercio Exterior vía Internet (<http://aliceweb.mdic.gov.br/>).

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

*Valores para los cuales no fue posible identificar los puertos o aeropuertos utilizados para realizar las importaciones

En las importaciones de este producto, 69% fueran realizadas por importación marítima y 28% fueran realizadas por importación aérea. Los 3% que faltan son referentes a valores no declarados. Este tipo de clasificación ocurre cuando no es posible identificar la puerta de entrada (puerto, aeropuerto o frontera terrestre) utilizada para realizar la importación.

Nuevamente el puerto de Santos fue la principal puerta de destino, así como los Estados Unidos fue el principal origen. Con relación a los orígenes es importante destacar que los 9 principales orígenes concentran las importaciones realizadas. Estos 9 países son responsables por 94% del total de las importaciones. A pesar del producto poseer 65 diferentes orígenes de aprovisionamiento, para 54 orígenes queda la media de US\$ 60 mil en valor importado.

El tercero producto más importado fue Partes de máquinas o aparatos y artefactos de cosechar o trillar, con el total de US\$ 52,4 millones en valor importado.

Tabela 49. Importaciones Brasileñas – Partes de máquinas o aparatos y artefactos de cosechar o trillar.

IMPORTACIONES 02/2003 – 02/2004			
NCM	8433.90.90 - PARTES DE MÁQUINAS O APARATOS Y ARTEFACTOS DE COSECHAR O TRILLAR		
DESTINO	US\$	ORIGEN	US\$
PARANAGUÁ PUERTO	21.194.977,00	ESTADOS UNIDOS	32.447.145,00
RIO GRANDE PUERTO	17.775.605,00	ARGENTINA	3.974.717,00
SANTOS PUERTO	3.761.195,00	ALEMANIA	3.796.012,00
URUGUAIANA CARRETERA	3.141.916,00	DINAMARCA	3.553.501,00
CURITIBA AEROPUERTO	3.118.544,00	POLONIA	2.442.171,00
PORTO ALEGRE AEROPUERTO	2.042.343,00	ITALIA	1.692.911,00
CAMPINAS AEROPUERTO	872.833,00	BÉLGICA	1.488.505,00
SÃO PAULO AEROPUERTO	195.172,00	REINO UNIDO	1.105.035,00
RIO DE JANEIRO PUERTO	124.994,00	AUSTRALIA	529.699,00
VITORIA PUERTO	87.868,00	FRANCIA	354.773,00
OTROS (10) DESTINOS	145.079,00	OTROS (20) ORÍGENES	1.076.057,00
TOTAL IMPORTADO US\$ 52.460.526,00			

Fuente: Sistema de Análisis de Comercio Exterior vía Internet (<http://aliceweb.mdic.gov.br/>).

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

La tabla de las importaciones de este producto presenta características diferentes de las otras tablas de otros productos del sector. En un primer momento, los dos principales destinos de las importaciones son dos puertos

localizados en la región Sur del Brasil. Esto demuestra que las importaciones de este producto poseen un perfil diferente del sector.

Otro detalle es el menor número de destino y orígenes utilizados para importar partes de máquinas o aparatos y artefactos de cosechar o trillar. Además, la concentración de las importaciones por origen y por destino es más acentuada. En el Brasil, los EE.UU. son responsables por 62% del total importado y los puertos de Paranagua y Rio Grande fueron responsables por el 74%.

En cuarto lugar como producto más importado surgen las demás manufacturas de hierro o acero que presentaron la suma de US\$ 49,5 millones en valores importados.

Tabela 50. Importaciones Brasileñas – Las demás manufacturas de hierro o acero

IMPORTACIONES 02/2003 – 02/2004			
NCM	7326.90.00 – LAS DEMÁS MANUFACTURAS DE HIERRO O ACERO		
DESTINO	US\$	ORIGEN	US\$
SANTOS PUERTO	10.061.245,00	ESTADOS UNIDOS	16.049.261,00
CAMPINAS AEROPUERTO	9.214.610,00	ALEMANIA	6.668.028,00
RIO DE JANEIRO PUERTO	5.461.251,00	FRANCIA	3.759.571,00
PARANAGUÁ PUERTO	4.533.424,00	JAPÓN	3.375.574,00
SEPETIBA PUERTO	3.694.050,00	ITALIA	3.143.494,00
RIO DE JANEIRO AEROPUERTO	3.361.003,00	SUECIA	2.957.764,00
SÃO PAULO AEROPUERTO	2.927.784,00	SUIZA	2.588.228,00
MANAUS PUERTO	2.215.133,00	REINO UNIDO	1.353.524,00
CURITIBA AEROPUERTO	1.086.205,00	COREA DEL SUR	1.160.856,00
SALVADOR PUERTO	918.231,00	ESPAÑA	1.101.714,00
OTROS (32) DESTINOS	6.083.765,00	OTROS (47) ORÍGENES	7.398.687,00
TOTAL IMPORTADO US\$		49.556.701,00	

Fuente: Sistema de Análisis de Comercio Exterior vía Internet (<http://aliceweb.mdic.gov.br/>).

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

En la importación de otras manufacturas de hierro o acero, el puerto de Santo reasume su condición de destino más común de las importaciones. Con relación a los orígenes, los EE.UU. mantienen su posición de líder del sector

concentrando 32% de las importaciones. Como ocurrió en las importaciones de los tres productos más importados, entre los 10 principales orígenes están presentes en grande mayoría países de grande desarrollo económico e industrial.

6.2 Infraestructura Física

En el sector herramientas una puerta de entrada concentra la llegada de los principales importaciones.

El puerto de Santos es el principal puerto de entrada de los productos colombianos en Brasil de una manera general (50%), y específicamente para el sector herramientas (33%).

Figura 4. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Santos



Fuente: Puerto de Santos

Adaptación: Equipo Consultores Brasil

Siendo actualmente el puerto que posee mayor movimentación de cargas en el país, en términos de valores, pues para $\frac{1}{4}$ de todo el comercio exterior (importación y exportación) brasileño en 2003 el puerto fue su puerta de entrada o salida, y con relación de importancia, la ubicación del puerto de Santos es factor determinante para esta situación.

El puerto tiene acceso directo a los principales centros industriales y comerciales del Brasil. La área de influencia del puerto, que abarca los Estados de São Paulo, Minas Gerais, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Paraná y países del MERCOSUR, responde por 55% del PIB del Brasil, 49% de la producción nacional y 45% del mercado de consumo.

Con relación a la importación en el sector herramientas específicamente, en los Estados que forman el área de influencia del puerto de Santos, la importancia del puerto es comprobada. Para los estados que se localizan en su área de influencia, la participación del puerto de Santos fue destacada con relación al estado de Goiás.

Tabela 51. Influencia del Puerto de Santos por Estado - % del Total Importado por Estado en el Período Febrero/2003 – Febrero/2004

ESTADO	TOTAL IMPORTADO DE HERRAMIENTAS	% IMPORTADO POR SANTOS
TOCANTINS	US\$ 2.852.645,00	100%
GOIÁS	US\$ 18.538.800,00	95,53%
SÃO PAULO	US\$ 298.392.465,00	61,38%
DISTRITO FEDERAL	US\$ 654.075,00	49,05%
RIO GRANDE DO NORTE	US\$ 333.305,00	32,68%
MINAS GERAIS	US\$ 12.004.733,00	22,55%
ESPIRÍTO SANTO	US\$ 7.809.350,00	20,28%

Fuente: Sistema de Análisis de Comercio Exterior vía Internet (<http://aliceweb.mdic.gov.br/>)
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Sorprendentemente, para estados que están localizados muy lejanos como Tocantins y Rio Grande do Norte, el puerto de Santos ha tenido una participación relevante como puerta de entrada de productos para estos estados. Esto muestra el destacado papel que el puerto de Santos desempeña como un “*hub-port*” (puerto concentrador). Además, el puerto de Santos está incluido en la ruta de los principales barcos que realizan el tránsito internacional de cargas.

El fácil acceso al puerto, sea por avión, carretera o tren, permite que la conexión entre los centros y el puerto sea rápida y, así, atienda a la necesidad de los importadores y exportadores.

Además el puerto de Santos posee 5 terminales especializados en contenedores, cargas frías, carbón, carga ro-ro, y graneros líquidos.

6.3 Comparativo de la Distribución Física Internacional entre Colombia y los Principales Competidores

El comparativo entre Colombia y los principales competidores en este sector intentará mostrar el efecto de la logística como factor a determinar la participación de Colombia en el mercado de importados.

Tabela 52. Comparativo de Fletes entre EE.UU., Alemania y Colombia

ORÍGENES	EE.UU.	COLOMBIA	ALEMANIA
	PUERTO DE HOUSTON	PUERTO DE CARTAGENA	PUERTO DE HAMBURGO
MODO DE EMBARQUE	MARÍTIMO	MARÍTIMO	MARÍTIMO
VOLUMEN	20'	20'	20'
PESO ESTIMADO	20.000 KG	20.000 KG	20.000 KG
TIEMPO DE TRANSITO	10 DÍAS	15 DÍAS	15 DÍAS
FRECUENCIA	SEMANAL	QUINZENAL	SEMANAL
DESPESAS EN EL ORIGEN	US\$ 482,50	US\$ 100,00	US\$ 300,00
FLETE	US\$ 500,00	US\$ 1.125,00	US\$ 622,00

ORÍGENES	EE.UU.	COLOMBIA	ALEMANIA
	PUERTO DE HOUSTON	PUERTO DE CARTAGENA	PUERTO DE HAMBURGO
TOTAL EN EL PUERTO DE DESTINO	US\$ 982,50	US\$ 1.225,00	US\$ 922,00

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Comparativamente a los EE.UU. y Alemania, la logística de transporte internacional de Colombia a Brasil pierde en competitividad en el transporte marítimo. Así, queda la pregunta de ¿por qué los dos países tienen una participación mayor que de Colombia que no es posible realizar una comparación entre ellos?

Obviamente, la explicación a esta pregunta no reside solamente en el ambiente de la logística internacional de distribución. Detalles de los productos, como características propias de cada producto, calidad, garantía de compra, relaciones comerciales ya existentes entre las partes, son factores que como la logística internacional, determinan la participación de un país en la matriz de importación de un sector en un país determinado.

Así, en el sector herramientas un factor a ser considerado para analizar la competencia entre los proveedores es el tamaño del mercado de herramientas en los propios proveedores. Esto se establece como factor determinante ya que grandes mercados, como los Estados Unidos y Alemania, ofrecen mayor oferta de productos, y por esto pueden atender a distintas necesidades y demandas, además de ofrecer productos de calidad, y todo esto con real capacidad de atender a los pedidos de los compradores en la cantidad y tiempo requeridos. Además, grande porción de las empresas establecidas en Brasil poseen raíces americanas o alemanas. De esta manera, las empresas subsidiarias siguen contratos de la matriz con proveedores y por esto importan de los mismos proveedores de la matriz.

Sin embargo, los motivos que guían el importador en la importación, con relación a la logística de la importación, transponen el aspecto comercial. En la área de logística existen actualmente varios métodos de gestión, mas la logística del *just in time* (en el tiempo justo) es sin duda a cual predomina en los procesos productivos y de servicios. De esta manera, más que los costos implicados, la administración del tiempo para recibir la orden de compra, procesar el pedido, tener los productos prontos para embarque, y expedición de los mismos dentro, o antes del tiempo estimado por el comprador para la entrega, se presenta como el aspecto más importante en el momento de que el comprador escoja sus proveedores.

En el sector herramientas, como sus productos se caracterizan por un giro de estoque alto (bajas cantidades en estoque y renovación del estoque en cortos periodos de tiempo), existe la necesidad de un flujo ágil entre el comprador y el proveedor, y por las características del transporte de Colombia frente a los principales competidores, especialmente los Estados Unidos y países europeos, la menor frecuencia de embarques es una considerable barrera que debilita la competitividad colombiana.

Es claro que la solución de este problema no garantizará para Colombia la mayor participación como proveedor internacional en el sector herramientas brasileño. La baja frecuencia de embarques y frágiles condiciones del proveedor colombiano de atender a la demanda existente, conforme a las necesidades y características de esta demanda, son los obstáculos más altos que impiden la evolución del comercio entre los dos países en el sector

6.4 Comentarios

La competición en el sector herramientas es marcada por la elevada competición entre los grandes proveedores que a pesar de poseer el predominio en el aprovisionamiento de los productos más importados (demandados) permiten que

otros proveedores ganen destaque en el aprovisionamiento a los pequeños compradores que poseen menor representatividad en el mercado brasileño. Además, países con los cuales Brasil posee relaciones comerciales muy intensas, Alemania y Estados Unidos, aprovechan de estas condiciones para facilitar su participación en el mercado de herramientas.

Todavía el ámbito de la logística internacional, la distribución física, que posee influencia en la determinación de la competitividad en el sector, no se considera en la importación de todos los productos del sector. Esto ocurre porque para algunos productos existe un monopolio en el aprovisionamiento de algunos de los insumos donde el principal proveedor ya tiene un control del mercado de una manera que los compradores del producto tienen conocimiento que para importar el producto existirán los costos logísticos que deberán ser considerados normales a la importación.

Además, la fuerza de los principales proveedores guía la demanda de los importadores brasileños para ellos de una manera que la estrategia logística de importación de los productos es realizada sin que exista la necesidad de realizar comparativos de costos entre importaciones de diferentes países pues los proveedores que poseen capacidad y calidad para atender eficazmente la demanda son solamente ellos, los grandes proveedores.

Por otro lado, igualmente con la tendencia del predominio de los grandes proveedores, pequeños proveedores consiguen realizar exportaciones a Brasil en la medida que porciones del mercado que no son atendidas por los grandes proveedores, sea por motivos relacionados al precio o por ser despreciados a los grandes consumidores. Esta porción del mercado brasileño tiene en los pequeños proveedores la alternativa para obtener mejores condiciones de compra una vez que los pequeños proveedores están más dispuestos a negociar las condiciones de compra y establecer sólidas relaciones comerciales.

El mercado para importaciones es grande y con el constante crecimiento del sector de automóviles, que en el actual momento aumenta las ventas internas y también las exportaciones, la demanda por suplementos posee la real tendencia de crecimiento para el futuro próximo. Saber posicionarse como un proveedor que atienda a las necesidades del mercado brasileño, será factor determinante en la categorización de los proveedores y que podrá abrir acceso a nuevos proveedores.

En resumen, el mercado brasileño es grande lo suficiente para soportar muchos proveedores y la competitividad entre ellos. Este mercado es caracterizado por su gran tamaño y exigencia de sus consumidores, y por esto, los grandes proveedores serán aquellos que sean capaces de ofrecer el mejor producto, atiendan las demandas específicas, cumplan el menor plazo de entrega y tienen el mejor, no menor, costo asociado al beneficio de los productos a los ojos del consumidor.

7 PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES

El complejo metalmecánico es caracterizado por la vasta cantidad de sub-sectores y productos que lo constituye, siendo apenas interconectados por el hecho de ser utilizado algún tipo de metal en su producción. Para el desarrollando de este estudio, el centro establecido fue el mercado de máquinas agrícolas y herramientas manuales.

7.1 Máquinas Agrícolas

En el caso de máquinas agrícolas, fue identificada una oferta bastante competitiva, que puede ser caracterizada como un oligopolio de multinacionales de origen extranjera.

Moderfrota fue definitivamente un programa fundamental en el desarrollo de esta oferta. El programa fue responsable por la instalación de nuevas unidades fabriles de multinacionales del sector, que inclusive tornaron al país una base exportadora de máquinas agrícolas. La reducción de las importaciones y aumento de las exportaciones fueron consecuencias de este programa.

A pesar de esto, todavía existe desigualdad entre la demanda por crédito y la oferta del Moderfrota. Esto torna las ventas inestables, siendo que los agricultores prefieren esperar por la liberación de dineros del BNDES para financiamiento de bajo costo del Moderfrota, que contratar crédito más caro con instituciones financieras – que, inclusive, son aliadas de los fabricantes.

Además del financiamiento, es fundamental una red de distribución capaz de ofrecer las máquinas en las regiones agrícolas del país. En este punto, existe la desventaja de ya existir una red bien estructurada de concesionarias de empresas competentes en el Brasil.

Para 2004, los técnicos de la Anfavea afirman ser probable que las exportaciones de máquinas agrícolas superen el nivel de mil millones de dólares, posicionando el segmento como uno de los más dinámicos exportadores de bienes de alto valor agregado en la pauta brasileña y por este hecho estratégico.

De acuerdo con los especialistas, la abertura de nuevos mercados, el retorno del crecimiento económico argentino y la expansión de las filiales brasileñas de las montadoras de máquinas son indicativos de que las transacciones internacionales tienden a ampliar su participación en la facturación del segmento.

Tabela 53. Matriz SWOT.

Puntos Fuertes	Puntos Débiles
<ul style="list-style-type: none"> • Multinacionales del sector instaladas en el país, lo que lo convierte la base de las exportaciones de máquinas agrícolas. • Demanda creciente, con perspectivas de desenvolvimiento. • El Brasil es un gran productor de insumos para el sector. • Financiamiento de bajo costo de Moderfrot, lo que incentiva a los productores a comprar máquinas agrícolas. • Reducción de las importaciones. • Red de distribución bien-estructurada. 	<ul style="list-style-type: none"> • No existen productores nacionales de tradición. • Oferta oligopolizada.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Mercado en crecimiento y buenas perspectivas para el sector. • Financiamiento de la Moderfrot, lo que incentiva el consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas altamente competitivas. • Buena estructura de distribución de las empresas. • Reducción de las importaciones, siendo que la tendencia es disminuir todavía más. • Las empresas privadas ofrecen financiamiento, como alternativa al plan Moderfrot.

7.2 Herramientas manuales

El mercado de herramientas manuales es bastante suficiente, con innumerables tipos de productos, direccionados para varios tipos de demanda. Su oferta consiste en una producción nacional de calidad, ya sea de empresas

genuinamente nacionales o multinacionales que instalaron unidades fabriles en el Brasil.

La producción, así como las ventas, varían de acuerdo con diversas variables, como el nivel de renta de la población, la situación de cada sector demandante de herramientas (con destaque para la construcción civil). Las fábricas en el Brasil exportan para el mundo entero herramientas de calidad certificada, un diferencial frente a los productos fabricados en Oriente.

A diferencia de máquinas agrícolas, las importaciones de herramientas son significativas. Mientras tanto, el análisis de los datos de importación apunta para un gran volumen originario de Oriente, donde se fabrican herramientas más simples a un bajo costo.

Estas herramientas son fácilmente encontradas en tiendas populares, o vendedores ambulantes, a precios bajos. A pesar de ser un modelo consumido por clases más bajas, se puede notar un gran avance de estas herramientas en otros puntos de venta más sofisticados.

Las importaciones de herramientas – principalmente profesionales – más sofisticadas, específicas para determinados trabajos, son originarias de países tradicionales en la fabricación de herramientas, como los Estados Unidos (Coopertools), Alemania (Gedore, Corneta) y Francia (Derancourt). Se observa también que la mayoría de estas empresas tienen bases productivas en Brasil y que son importadas piezas de estas marcas, con tecnología agregada, no fabricadas en el país.

Se nota en el mercado una tendencia de crecimiento, principalmente del mercado “hobbista”, o usuarios domésticos que realizan pequeños trabajos en casa. Esto demanda una atención especial con el mercado minorista, ya que este nuevo mercado necesita de informaciones sobre el producto y como

utilizarlo correctamente, además de recursos visuales en los puntos de venta para llamar la atención de este tipo de comprador.

Con relación a distribución, existe una tendencia clara el aumento de la participación en las ventas de los grandes minoristas, como hipermercados y home centers. El esfuerzo de los fabricantes en firmar sociedades con estos puntos de venta y organizar estrategias de distribución directamente asociadas con sus necesidades confirma la fuerza de estos agentes.

Tabela 54. Matriz SWOT.

Puntos Fuertes	Puntos Débiles
<ul style="list-style-type: none"> • Grandes fabricantes instalados en el país. • Fabricantes competitivos de origen nacional. • Excelente calidad del producto fabricado en Brasil. • Brasil es un gran productor de insumos metálicos para la producción de herramientas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia con productos importados de Oriente. • Tipo de producto que depende de diversas variables, ya que es demandado por varios sectores de la economía.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Perspectivas de crecimiento. • Tendencia de aumento del mercado “hobbista”, que consume herramientas simples, para uso doméstico. • Aumento de la participación de las ventas en hipermercados y home centers, que compran directamente del fabricante o importan 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas bastante competitiva.

8 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Artigos diversos. Jornal Estado de Minas, Belo Horizonte, MG, outubro de 2003 a Junho de 2004.

Artigos diversos. Jornal Gazeta Mercantil, São Paulo, SP, outubro de 2003 a Junho de 2004.

ÊSCUDERO, Simone. Análise Setorial – Máquinas Agrícolas. Austin Asis, São Paulo, SP, novembro de 2002.

ÊSCUDERO, Simone. Austin Update – Máquinas Agrícolas. Austin Asis, São Paulo, SP, maio de 2003.

GARCIA, Raul. Maquinaria Agrícola. Ofcomes / ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior), Brasília, DF, fevereiro de 1999.

ANFAVEA (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores) . Anuário Estatístico. Disponible en www.anfavea.com.br, acessado em 14 de junio de 2004.

ADTP (Agência de Desenvolvimento Tietê-Paraná). Grupo Tramontina investe R\$ 25 milhões em CD de São Paulo. Disponible en www.adtp.org.br, acessado em 4 de agosto de 2004.

IPECE (Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará). Cadeia produtiva da metal-mecânica. Disponible en www.iplance.ce.gov.br, acessado em 26 de novembro de 2003.

Outros sites consultados:

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio – www.mdic.gov.br

Confederação Nacional da Indústrias – Exportadores Brasileiros –
www.brazil4export.com

9 GLOSARIO DE TERMINOS Y ENTIDADES

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas.

APEX – Agência de Promoção às Exportações

ALICE WEB: Sistema de Análisis de las Informaciones de Comercio Exterior via Internet, órgão vinculado a la Secretaria de Comercio Exterior (SECEX), del Ministerio do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC).

ANFAVEA - Associação Nacional dos Fabricantes de Automóveis.

BACEN – Banco Central do Brasil.

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.

COFINS - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social.

DECEX – Departamento de Operações de Comércio Exterior.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial.

MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

MODERFROTA – Programa de Modernização de Tratores Agrícolas, Implementos e Colheitadeiras.

NCM – Nomenclatura Comum do Mercosul.

PIB - Produto Interno Bruto.

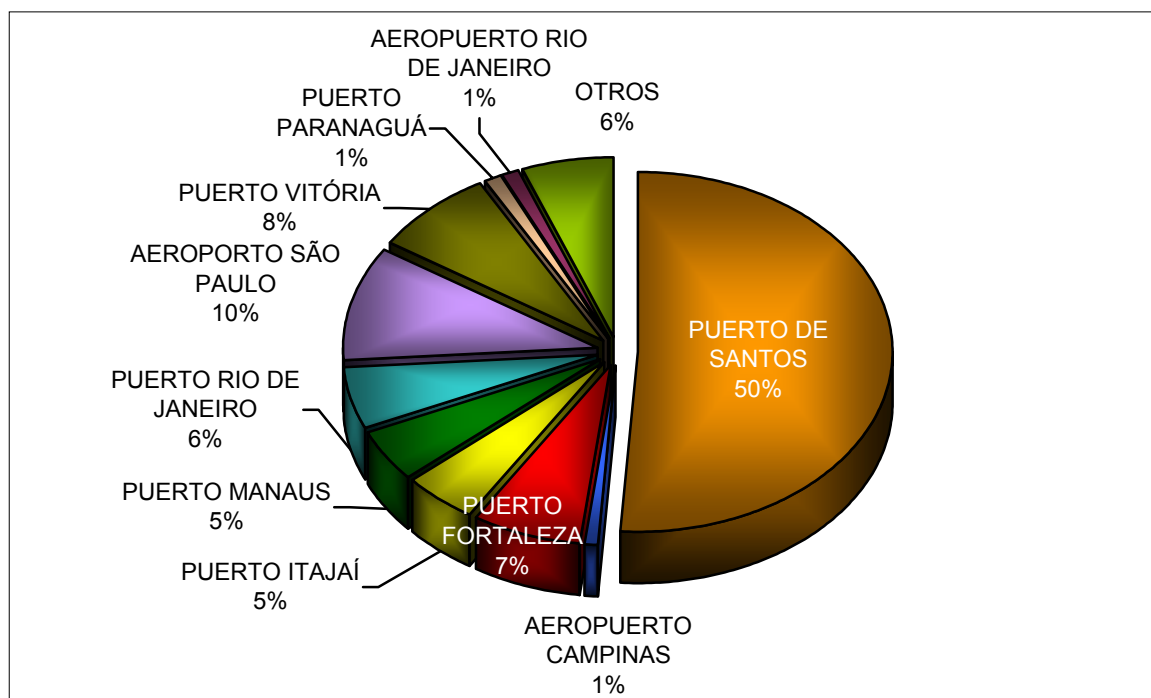
SECEX – Secretaria de Comércio Exterior.

10 Anexo I - Aspectos Generales de la Distribución Física y Logística

10.1 Disponibilidad de Distribución Física desde Colombia

Entre las principales puertas de entrada de los productos colombianos al Brasil, se destaca el Puerto de Santos con 50% del valor total de cargas generales (no fueron consideradas las cantidades y valores de importación en graneles de Hulla Betuminosa, Coque de Hulla y Querosén de Aviación), seguido del Aeropuerto de São Paulo con 10% y el Puerto de Vitoria con 8%. Analizando el gráfico abajo podemos concluir que 70% del total de importaciones llegan a la región Sudeste del País

Gráfico 20. Principales Puertas de Entrada de las Importaciones Brasileñas Originarias de Colombia – Período: Febrero de 2003 hasta Febrero de 2004



Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Fuente: Sistema de Análisis de Comercio Exterior vía Internet (<http://aliceweb.mdic.gov.br/>)

Con excepción de los productos como Hulla Betuminosa, Coque de Hulla y Querosén de Aviación, los productos colombianos importados por Brasil tienen dos formas de acceso: Via Aérea (13%) y via Marítima (87%) como medio de transporte en la forma como ingresaron los productos colombianos al Brasil.

Tabela 55. Detalles del transporte de Colombia al Brasil

TRANSPORTE COLOMBIA – BRASIL			
MODAL	Participación en la matriz de importaciones	Tiempo de transporte	Frecuencia
AÉREO	13%	6 HORAS	3 DÍAS
MARÍTIMO	87%	15 a 20 DÍAS	QUINCENAL

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Un detalle contra los productos colombianos es principalmente, la frecuencia de los embarques, comparada a otros mercados de consumo y venta que poseen mayor competitividad en el mercado internacional y movilizan volúmenes de cargas mayores causando mayor capacidad de operación de medios de transporte. La frecuencia de embarques de Colombia a Brasil no atiende totalmente la demanda de las empresas e industrias brasileñas que, con la filosofía en la logística industrial del *just in time*, necesitan de un flujo intenso entre ellas y sus proveedores. Esto impide una mayor participación de empresas y productos colombianos en el mercado brasileño, haciendo con que las empresas colombianas sean proveedores secundarios, “reservas”, para el empresario e industrial brasileño.

Además, los dos medios de transporte visados, presentan dificultades propias. En el modal aéreo, fuera el hecho de que la frecuencia es a cada tres días, la conexión aérea es hecha para solamente un aeropuerto (Aeropuerto de Guarulhos, São Paulo). El principal problema de esta conexión es que para destinos diferentes a la ciudad de São Paulo, es necesario movilizar la mercancía hasta el lugar pretendido y esto se constituye un costo adicional para embarques originarios de Colombia. Considerando el transporte aéreo, que se

caracteriza por la menor distancia y tiempo entre importador y exportador, la condición obligatoria de realizar un puente en São Paulo, que conecte el origen en Colombia y el destino final en Brasil, es una gran desventaja, con relación a los costos, para el exportador colombiano frente a proveedores de otros países.

En el transporte marítimo, el atraso de los navíos en puertos colombianos impide que el *transit time* estimado entre el puerto colombiano de origen y el puerto brasileño de destino este, en lo mínimo, próximo a la estimativa de 15 días. Esto ocurre cuando no hay cargas suficientes para cargar el navío de forma que “se pague el viaje”, es decir, que hasta que el navío tenga un cupo mínimo considerable de carga a bordo, este atraca por más tiempo en el puerto hasta que dicha capacidad mínima sea ocupada. Así, el transporte marítimo queda rehén de las condiciones de mercado disponibles a los armadores marítimos que intentan hacer con que todas sus rutas marítimas sean lucrativas. Obviamente, que en el caso de contratos firmados entre empresas y armadores, los plazos son respetados, a pesar de que el armador use el mayor plazo que tenga para cargar su navío lo máximo posible.

Ya los transportes vía carretera o ferrocarril son logísticamente inviables para atender a las necesidades del transporte entre Colombia y Brasil. Así, para mejorar la competición colombiana, la solución a corto plazo, al menos en la parte del transporte (tiempo de entrega) y costos, no está en la ampliación de la oferta de distintos medios de transporte. Fundamentalmente es necesario que el flujo comercial entre los dos países crezca y que los productos colombianos se tornen proveedores titulares a los empresarios e industriales brasileños.

10.2 Aspectos Generales de la Distribución Física en el Brasil

En Brasil son utilizados principalmente cuatro tipos de transporte: el transporte por carretera, transporte marítimo, transporte por ferrocarril y transporte aéreo. Cada transporte posee sus ventajas y desventajas, sean ellas los costos de los

fletes, las condiciones viales para transporte, la oferta de servicios o la disponibilidad de atender a la demanda específica.

10.2.1 Infraestructura para la distribución física en el país

En el transporte interno existe el predominio del transporte por carretera una vez que las autopistas proveen acceso a la mayoría del territorio brasileño. Sin embargo, este modal de transporte sufre la competencia del transporte por ferrocarril que se presenta como un transporte menos peligroso, con menores índices de accidentes y robos, y tan viable económicamente como el transporte por carretera para pequeñas distancias y más viable todavía para grandes distancias. El transporte fluvial o por cabotaje todavía es poco utilizado y las hidrovías brasileñas se encuentran poco desarrolladas. El transporte aéreo, en última instancia, es bastante caro, y su utilización ocurre solamente cuando se tiene la necesidad de una entrega rápida sin cualquier pérdida de tiempo.

10.2.1.1 Modal por carretera

10.2.1.1.1 Contexto

El modo de carreteras siempre fue privilegiado en las políticas de desarrollo adoptadas por el Gobierno brasileño durante los años pasados. Como destino preferencial de las inversiones, este modo también atrajo la mayor parte del volumen de carga transportada en el país. A comparación con otros países, mientras el modo de carretera representa el 60% de la matriz de transportes brasileña, en los Estados Unidos esta representación está en el orden de 26% y en China dicho valor es del 8%.

Un hecho que explica porque predomina este modo en la matriz de transportes es casi la inexistente fiscalización en el sector que permite que cargas por encima del peso transiten libremente y empresas irregulares consigan operar

normalmente. Así, aumenta la competencia en el sector y el flete se torna suficientemente bajo para atraer clientes mientras otros indicadores de eficiencia no son alentadores.

FIGURA 5. Puntos de Frontera de Carreteras



Fuente: DNIT (Departamento Nacional de Infra-Estructura y Transportes)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

10.2.1.1.2 Problemas

Con base en los problemas existentes en el sector se tienen altos índices de accidentes, robo de cargas, ineficiencias operacionales (cumplimiento de plazos establecidos) y, principalmente, la mala conservación de las carreteras.

A pesar de la preocupación de las empresas transportadoras con la seguridad en el período de 1994-2001, el número de robos de carga/año ascendió de 3.000 para 8.000 denuncias, y el valor de las mercancías robadas quintuplicó de US\$ 32 millones para US\$ 160 millones.

10.2.1.1.3 Características del Transporte

Tabela 56. Principales productos transportados

PRODUCTO	%
Granel sólido	41,6
Carga Fraccionada	17,9
Granel Líquido	13,7
Químicos o Peligrosos	10,8
Carga de Frigoríficos	9,0
Mudanzas	8,1
Contenedores	3,7
Carga Viva	3,5
Materiales de Construcción	2,7
Productos Alimenticios	2,0
Vehículos	2,0
Bebidas	1,8

Fuente: CNT (Confederación Nacional del Transporte)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

De manera contraria, la distancia promedio recorrida por las transportadoras de carreteras se concentran en la línea de más de 1.000 km (32,1% de los transportes realizados), datos que demandarían el modo ferroviario, sin embargo, este modal no es capaz de atender a la demanda actualmente.

10.2.1.1.4 Red vial

La extensión de la red vial en el país era cerca de 1,725 millones de km, de los cuales 165.000 km eran pavimentados, en el año 2000. La densidad de la red vial es de 17,3 km de carreteras por km² del territorio brasileño.

10.2.1.1.5 Carreteras

Las carreteras brasileñas se dividen en:

- Carreteras Radiales: son las carreteras que parten de la Capital Federal en dirección a los extremos del país. Se presentan como BR0XX. Ej: br034, carretera que conecta Brasília hasta Belo Horizonte.
- Carreteras Longitudinales: que tienen dirección Norte-Sur. Se presentan como BR1XX.
- Carreteras Transversales: dirección latitudinal. Se presentan como BR2XX.
- Carreteras Diagonales: estas carreteras pueden presentar dos modos de orientación: Noroeste-Sureste o Noreste-Sudoeste. Se presentan como BR3XX.
- Carreteras de Conexión: estas carreteras se presentan en cualquier dirección, generalmente conectando carreteras federales, o por los menos una carretera federal a ciudades o puntos importantes y también a fronteras internacionales. Se presentan como BR4XX.

Brasil posee actualmente 6 trechos de carreteras federales concesionadas:

- NOVADUTRA - BR 116/RJ/SP (Rio de Janeiro São Paulo)
- PONTE S.A. - BR 101/RJ (Ponte Presidente Costa y Silva)
- CON CER - BR 040/MG/RJ (Juiz de Fora Petrópolis Rio de Janeiro)

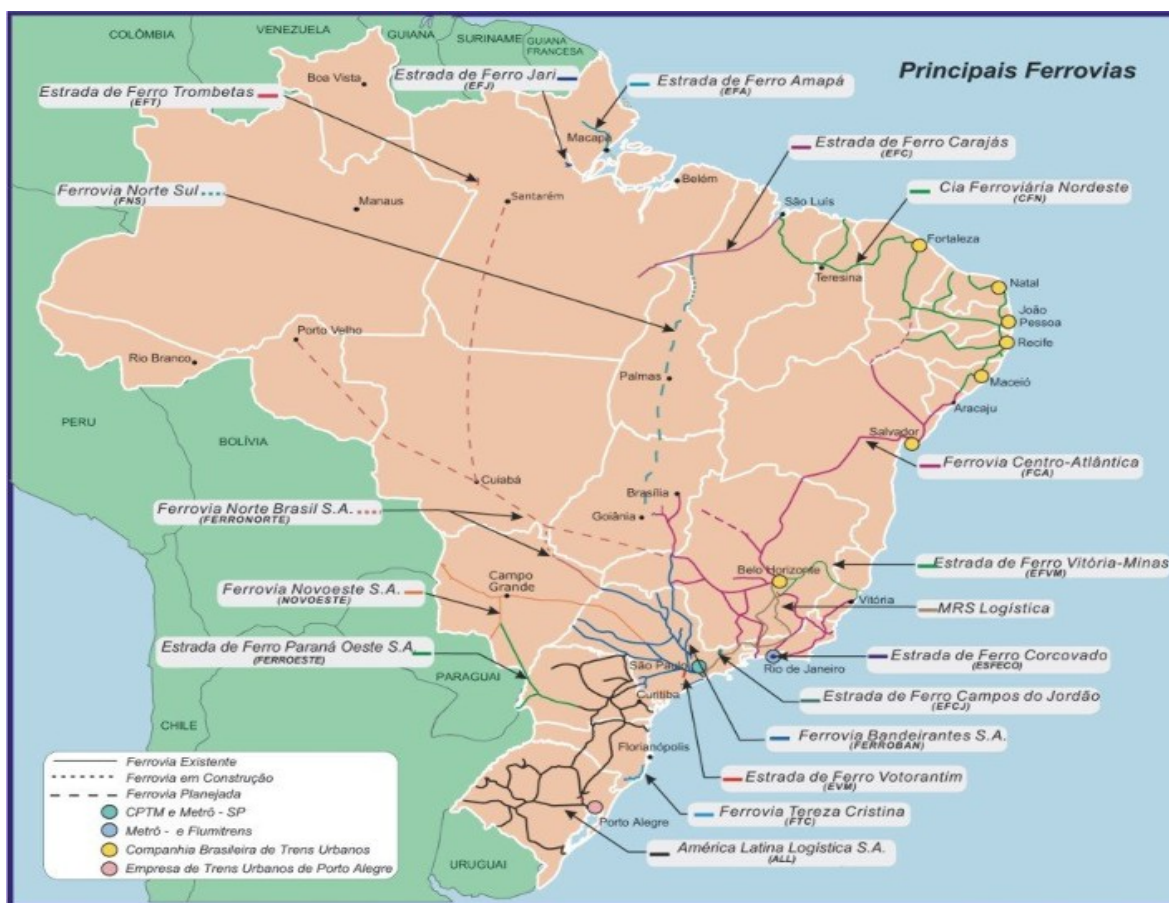
- CRT - BR 116/RJ (Trecho Além Paraíba – Teresópolis – cruce con BR 040/RJ)
- CONCEPA - BR 290/RS (Trecho Osório – Porto Alegre)
- ECOSUL - BR 116, BR 392 y BR 293 (Polo Rodoviário de Pelotas)

Los trechos concesionados son los que presentan mejores condiciones y mejor servicio de atención en caso de accidentes.

10.2.1.2 Modal Ferroviario

10.2.1.2.1 Contexto

La historia de la política nacional para el sector de transportes demuestra la poca atención atribuida al sector de transporte ferroviario brasileño. Por varios años este sector recibió pocas inversiones que resultó en el desgaste excesivo de la red ferroviaria. Sin embargo, la concesión del servicio de transporte ferroviario y arrendamiento de los bienes operacionales al sector privado permitió que inversiones fuesen aplicadas y que este modal de transporte aumentara su participación en la matriz brasileña del transporte de cargas.

Figura 6. Mapa de la Red Ferroviaria Brasileña

Fuente: DNIT (Departamento Nacional de Infraestrutura y Transporte)

Adaptación: Equipo Consultores Brasil

10.2.1.2.2 Inversiones

A lo largo de 15 años, la participación de la matriz ferroviaria en las inversiones destinadas al sector de transporte representaba 21% de las inversiones totales en 1983, reduciéndose para la ínfima participación de 0,6% en el año 1995, un año antes de la privatización.

Tabela 57. Inversiones en los Sectores de Transportes

Modo de Transporte	Inversión en US\$ millones												
	83	84	85	87	88	90	91	92	94	95	96	97	98
Carretera	397	328	267	836	844	467	756	680	564	591	1004	1180	1520
Ferrocarril	383	214	99	213	278	180	147	96	109	11	44	61	104
Otros	1021	956	931	871	763	781	617	598	1302	1116	1312	919	1081
TOTAL	1801	1498	1297	1920	1885	1428	1520	1374	1975	1718	2360	2160	2705

Fuente: CNT (Confederación Nacional del Transporte)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

El bajo índice de inversión en el sector se reflejó en su pobre desempeño y su incapacidad de atender a la demanda comercial por un medio de transporte más barato y eficiente que el de carretera, pues la falta de mantenimiento y actualización de las tecnologías utilizadas en el transporte imposibilitaban que la renovación de la flota, además de demorar la reestructuración de la red, con el fin de integrar las diferentes redes ferroviarias que no se interconectaban por razón de la diferencia entre padrones de las redes más antiguas (padrón largo) con las redes más recientes (padrón métrico). De esta manera, para viajes de largo recorrido, eran necesarios transbordos que no solo retardaban el viaje como lo encarecían. En una acción conjunta, empresarios y Gobierno planean invertir, en los próximos 5 años, cerca de US\$ 3,84 mil millones para revitalizar y eliminar los principales trastornos del transporte ferroviario, de forma de acompañar el crecimiento económico del País.

10.2.1.2.3 Privatización

Después del proceso de concesión y arrendamiento sucedido en el sector de transporte ferroviario, la red ferroviaria brasileña atribuyó a cada concesionaria una determinada región brasileña, a saber:

Tabela 58. División del sistema ferroviario

<i>Red</i>	<i>Concesionaria</i>
Noreste	Cía. Ferroviario del Nordeste (CFN)
Centro-Este	Ferrocarril Centro-Atlántica (FCA)
Sureste	MRS Logística
Sur	ALL Logística (ex Ferrocarril Sur-Atlántico)
Oeste	Ferrocarril Novoeste
Teresa Cristina	Ferrocarril Teresa Cristina (FTC)
Paulista (FEPASA)	Ferrocarriles Bandeirantes S.A. (Ferroban)

Fuente: ANTF (Agencia Nacional del Transporte Ferroviario)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Además de la red, todavía existen dos ferrocarriles privados: El EFC (Estrada de Ferro Carajás) y el EFVM (Estrada de Ferro Vitória-Minas) que pertenecen a la Empresa Cía. Vale do Rio Doce.

La manera por la cual fue realizada la concesión de los ferrocarriles no exigió que ninguna de las concesionarias se comprometiera con un valor exigido a ser invertido en la ferrovía concesionada. Por lo tanto demandó el compromiso de las concesionarias de modo que las mismas atendieran a un plano de disminución de accidentes y aumento de la producción del sector. Por motivos de adecuación, las concesionarias, en su plenitud, todavía no consiguieron las metas establecidas en estos dos requisitos.

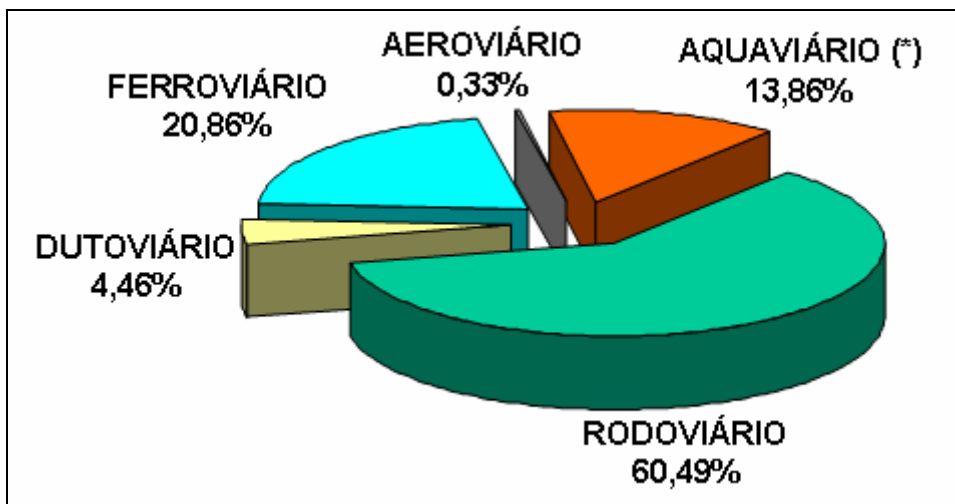
10.2.1.2.4 Características del Transporte

Las cargas típicas de modal ferroviario son:

- Productos Siderúrgicos;
- Granos;
- Mineración de Hierro;
- Cemento y Cal;
- Abonos y Fertilizantes;
- Derivados de Petróleo;
- Calcáreo;
- Carbón Mineral y Clinquer;
- Contenedores.

10.2.1.2.5 Desempeño Operacional

El transporte de cargas en el modo ferroviario todavía encuentra algunas barreras que impiden su crecimiento en la matriz de transporte nacional. A pesar de ofrecer bajos costos para el transporte de mercancías, el hecho de que la red ferroviaria no sea tan amplia como la red de carretera (la densidad de la red ferroviaria en Brasil es de 3,4 km de ferrocarriles por 1.000 km² del territorio nacional), además del tiempo empleado entre destino y origen, es uno de los principales motivos para explicar la posición que el modal ferroviario presenta en la matriz de transporte.

Gráfico 21. Matriz de Transportes Brasil – 2000

(*) Incluye Navegación Interior, de Cabotaje y de Curso Largo

Fuente: AET 2001 / GEIPOT

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

La tendencia es de un gran desarrollo de este transporte. Todas las concesionarias del sector presentan una cartera diversificada de inversiones que prometen mejorar la utilización del modo ferroviario como solución para el transporte de carga en general.

Desde 1996, los concesionarios aplicaron US\$ 0,9 mil millones en la recuperación de la red y del material rodante. Estuvo lejos de lo necesario, pero fue lo suficiente para realizar el crecimiento del volumen del transporte ferroviario de carga 25% en cinco años, considerando que la participación en la matriz no ha crecido.

10.2.1.2.6 Fronteras

Actualmente, existen fronteras ferroviarias con los siguientes países:

- Argentina (ALL LOGÍSTICA)
- Uruguay (ALL LOGÍSTICA)
- Paraguay (FERROESTE, NOVOESTE)
- Bolivia (FERRONORTE, NOVOESTE)

Puede ser observada en la tabla a continuación, la cantidad importada vía modal ferroviario en valores, en el período de 1996 a 2003.

Tabela 59. Total de mercancía importada en US\$ vía modo ferroviario en el período de 1996 a 2003

Período	Valor (US\$ FOB)	Variación % (año/año)
1989	96.812.577	-
1990	79.893.448	17,48%
1991	107.574.881	34,65%
1992	77.683.133	27,79%
1993	81.738.256	5,22%
1994	110.224.945	34,85%
1995	123.723.010	12,25%
1996	122.988.468	0,59%
1997	105.984.677	13,83%
1998	120.696.750	13,88%
1999	69.410.665	42,49%
2000	85.228.084	22,79%
2001	96.361.532	13,06%
2002	113.167.705	17,44%
2003	116.762.389	3,18%

Fuente: Sistema de Análisis de Comercio Exterior vía Internet (<http://aliceweb.mdic.gov.br/>)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

En el período post privatización (1996-2003), el valor acumulado fue negativo en 5,63%. A pesar de esto, las inversiones previstas y la expansión de las exportaciones brasileñas motivarán el crecimiento en el sector, y los resultados deberán reflejar la cantidad importada también.

10.2.1.3 Modal Marítimo

10.2.1.3.1 Contexto

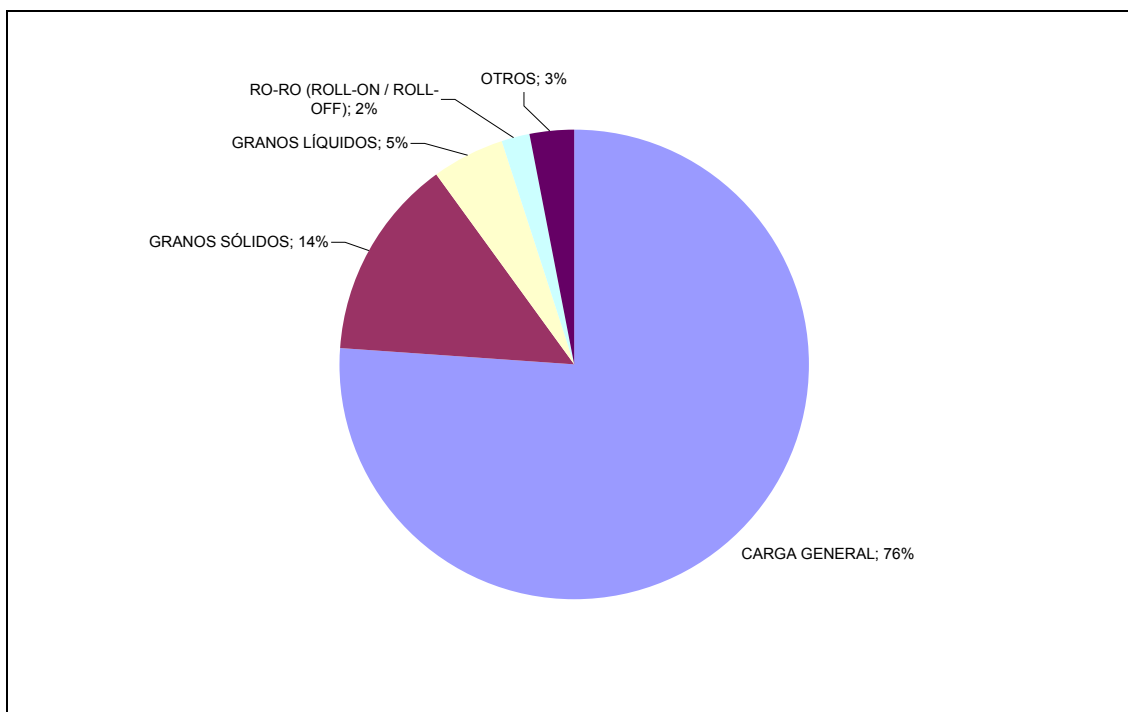
Todos los puertos brasileños pertenecen al Gobierno: aún que siendo administrados por entidades privadas, al gobierno le cabe explorar, directamente o mediante concesión el puerto organizado. Hasta inicio del año 90, el sector portuario en Brasil era controlado directa o indirectamente por el Gobierno. El Sistema Portuario era constituido por puertos administrados directamente por la Empresa de PUERTOS DE BRASIL S.A. (PUERTOBRÁS), por las COMPAÑÍAS DOCAS (subsidiarias de PUERTOBRÁS), por concesionarios privados (la mayoría en muelles particulares) y por concesionarias estatales. La centralización resultante de este proceso aportó para la formación de un ambiente altamente burocratizado, poco eficiente y, por consecuencia, de elevado costo. En el año 1997 se da inicio al proceso de privatización por parte de las terminales portuarias. Con la competencia dentro de los puertos y entre los puertos, se crea un ambiente de competición en el cual el dueño de la carga y el armador pasaron a tener opciones de terminales con los cuales operar.

FIGURA 7. Mapa de los Puertos Brasileños: Costeros y Fluviales

Fuente: DNIT (Departamento Nacional de Infra-Estrutura y Transporte)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

El nuevo clima competitivo y las inversiones realizadas por el gobierno y por los operadores privados en las instalaciones y equipos de movimientos de contenedores en tierra tienen como resultado una reducción del promedio nacional de los costos de movimiento de contenedores superior a 50% entre 1997 y 2002.

Gráfico 22. Principales Productos Transportados

Fuente: CNT (Confederación Nacional de Transportes)
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

10.2.1.3.2 Cabotaje

La operación de cabotaje, también denominadas como navegación interior, todavía no está muy avanzada en el país. Normalmente, se utiliza el cabotaje para ejecución de proyectos específicos o especiales. Estando hoy fuertemente concentradas en el movimiento a granel de sólidos y líquidos, el cabotaje comienza a dar señales positivas con relación al transporte de contenedores, aunque de forma aún modesta. El número de navíos en servicio, que actualmente es de 10, apenas 6 años atrás llegaron a ser 2. De esta manera, con este avance, la frecuencia continúa baja (en promedio 1,3 salidas por semana) y las empresas de navegación todavía no alcanzaron el punto de equilibrio, en la operación. Una serie de barreras viene dificultando el desarrollo más rápido de esta alternativa de transporte. De los otros aspectos el desarrollo del transporte de cabotaje en Brasil: el exceso de mano de obra en las

operaciones portuarias, y la baja eficiencia relativa en el movimiento de contenedores. La cantidad de mano de obra empleada en las operaciones portuarias en Brasil alcanza a ser de 3 a 9 veces superior a lo observado en puertos europeos y sudamericanos. Este hecho contribuye también para demorar el proceso de mecanización de los puertos, afectando directamente su eficiencia productiva. Mientras que la práctica internacional de movimientos de contenedores es de 40 por hora, en Brasil se llega al máximo de 27.

10.2.1.3.3 Puertos Nacionales

Brasil posee actualmente 31 puertos ubicados en el litoral y 14 puertos de interior, y entre el total 14 son administrados por Estados o Municipios, 30 son administrados por COMPAÑÍAS DE DOCAS, controladas por el Gobierno, y, apenas, 1 puerto posee administración privada.

Tabela 60. Principales Puertos Brasileños (Importación y Exportación) registros en toneladas, año 2003

Nro.	Puertos Brasileños	Toneladas
1	VITÓRIA	116.065.359.133,00
2	SEPETIBA	58.702.130.260,00
3	SÃO LUIS	54.962.741.446,00
4	SANTOS	48.761.492.958,00
5	PARANAGUÁ	27.260.357.589,00
6	SÃO SEBASTIAO	11.216.254.488,00
7	RIO GRANDE	10.130.272.552,00
8	RIO DE JANEIRO	7.531.645.489,00
9	ARATÚ	6.782.763.620,00
10	SÃO FRANCISCO DO SUL	6.425.856.837,00

Fuente: Sistema de Análisis de Comercio Exterior vía Internet (<http://aliceweb.mdic.gov.br/>)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Tabela 61. Principales Puertos Brasileños (Importación y Exportación) registros en US\$, año 2003.

Nro.	Puertos Brasileños	US\$
1	SANTOS	32.406.162.629,00
2	VITÓRIA	9.272.672.836,00
3	PARANAGUÁ	8.825.556.384,00
4	RIO GRANDE	5.724.130.627,00
5	RIO DE JANEIRO	5.686.934.707,00
6	SEPETIBA	4.320.812.674,00
7	ITAJAÍ	3.458.817.991,00
8	SÃO FRANCISCO SO DUL	2.824.648.910,00
9	SALVADOR	2.630.982.295,00
10	MANAUS	2.303.646.207,00

Fuente: Sistema de Análisis de Comercio Exterior vía Internet (<http://aliceweb.mdic.gov.br/>)

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

10.2.1.3.3.1 Puerto de Santos

El puerto es administrado por COMPANHIA DOCAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. Ubicado en el centro del litoral del Estado de São Paulo, se extiende a lo largo de un estuário limitado por las islas de São Vicente y Santo Amparo, a 2 km del Océano Atlántico. Se caracteriza también por tener dos márgenes de atracado: Derecha e Izquierda. Así, tener conocimiento sobre donde irá a atracar el navío de interés es fundamental, pues los costos de operación y, hasta, los costos de locomoción difieren entre estas dos márgenes.

Figura 8. Terminales en el Puerto de Santos

Fuente: Puerto de Santos

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Santos es el puerto de la industria, agroindustria y agricultura de la provincia de São Paulo y de gran parte de las regiones Sureste, Sur, Centro-Oeste y países del Mercosur, o sea, la parte más próspera del sub-continente. Con inversiones y la logística necesarias, Santos puede garantizar su posición de "hub-port" (puerto concentrador) para la región sudeste de Brasil y todo el cono sur de Latinoamérica. El proceso de modernización, que comenzó en 1993 y que aún continúa, calificó 150 empresas operadoras, privatizando la movimentación de cargas. El puerto está localizado en un área responsable por 55% del PIB de Brasil, 49% de la producción nacional y 45% del mercado de consumo.

Tabela 62. Características del Puerto de Santos

AREA (M²)	TOTAL	7.700.000
	MARGEN DERECHA	3.600.000
	MARGEN IZQUIERDA	4.100.000
ATRACADEROS (CANTIDAD)	TOTAL	64
	PÚBLICO	54
	PRIVADOS	10
EXTENSIÓN DEL MUELLE (METRO LINEAR)	TOTAL	13.013
	PÚBLICO	11.600
	PRIVADOS	1.413
CALADO	GENERAL	5,0 a 13,5
	PÚBLICO	5,0 a 13,5
	PRIVADOS	5,0 a 13,0
TANQUES (CANTIDAD)	UNIDADES	520
	VOLUMEN (M³)	1.000.000
FERROCARILES (metro linear)	TOTAL	100.000
ALMACENES (M³)	499.701	
PATIOS (M²)	974.353	
TUBERÍAS (METRO LINEAR)	55.676	

Fuente: Puerto de Santos

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Su área de influencia comprende el Estado de São Paulo y gran parte del Estado de Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Goiás, Minas Gerais y Paraná.

Figura 9. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Santos

Fuente: Puerto de Santos

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Posee acceso por carretera por la autopista SP-055, SP-150 y SP-160; y ferroviario por 3 ferrocarriles:

- FERROBAN.
- MRS
- FERRONORTE

Tabela 63. Movimientos de contenedores importación – Puerto de Santos/2003

MOVIMIENTOS DE CONTAINERS IMPORTACIÓN 2003						
Terminales	Tecon-1	Terminal 37	Terminal 35	Tecondi	Muelle Público	Total
20'	52.965	36.025	15.817	13.468	7.834	126.109
40'	41.623	33.600	16.026	12.499	6.184	109.932
Suma	94.588	69.625	31.843	25.967	14.018	236.041

Fuente: Puerto de Santos

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

10.2.1.3.3.2 Puerto de Vitória

El puerto es administrado por COMPANHIA DOCAS DO ESPÍRITO SANTO. Este puerto esta compuesto por los puertos de Praia Mole y de Barra do Riacho, incorporando apenas terminales de uso particular, que son administrados de la siguiente forma: en Praia Mole, el terminal de productos siderúrgicos es administrado por el condominio que reúne a las siderúrgicas de Turabão (CST), Usiminas y Açominas, y el terminal para carbón por la Companhia Vale do Rio Doce (CVRD). En Barra do Riacho, el terminal de celulosa por la Portocel – Terminal Especializada de Barra do Riacho-. El puerto de Vitória se ubica en ambos lados de la Bahía de Vitória, ocupando parte de la ciudad de Vitória y del municipio de Vila Velha. El puerto de Praia Mole esta localizado en la Bahía do Espírito Santo, en la extremidad norte de la playa de Camburi, en área próxima a Ponta do Tubarão. El puerto de Barra do Riacho se sitúa en el centro del litoral del Estado de Espírito Santo, distando a 25 km de la ciudad de Aracruz.

El área de influencia del complejo portuario alcanza a todo el Estado de Espírito Santo, tanto como a las áreas Este y Oeste del Estado de Minas Gerais, Este de Goiás, Norte fluminense, Sur de Bahia y de Mato Grosso do Sul.

Figura 10. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Vitória



Elaboración: Equipo de Consultores

Posee acceso por carretera por las autopistas ES-080, BR-262, BR-101; y ferroviario por ESTRADA DE FERRO VITÓRIA A MINAS GERAIS (EFVM), por la COMPANHIA VALE DO RIO DOCE (CVRD), y la FERROVIA CENTRO-ATLÂNTICA S.A.

El perfil de los movimientos de cargas de importación en el puerto es el siguiente:

- trigo;
- maíz;
- malta;
- fertilizantes;
- cromita;
- sorgo;
- coque de hulla;
- roca fosfática;
- productos siderúrgicos;
- algodón;
- automóviles.

10.2.1.3.3.3 Puerto de Paranaguá

El puerto es administrado por la autarquía estatal ADMINISTRACIÓN DOS PUERTOS DE PARANAGUÁ y ANTONINA. Se localiza en la ciudad de Paranaguá, en el Estado de Paraná, en la margen sur de la Bahía de Paranaguá.

Su área de influencia atiende al Estado de Paraná y parte de los siguientes Estados: São Paulo, Santa Catarina, Rio Grande do Sul y Mato Grosso do Sul.

Alcanza también a la República de Paraguay, que dispone de un depósito en el puerto.

Figura 11. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Paranaguá



Fuente: Puerto de Paranaguá

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Posee acceso por carretera por la autopista BR-277 y ferroviario por ALL LOGÍSTICA.

El perfil de los movimientos de cargas de importación en el puerto es el siguiente:

- algodón;
- celulosa;
- papel;
- cebada;
- fertilizantes;
- aceites vegetales;

- derivados de petróleo;
- productos químicos;
- GLP (gas licuificado de petróleo)
- alcohol;
- trigo;
- minerales;
- sal.

Tabela 64. Importación en el puerto de Paranaguá

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES REGISTRADAS EN EL PUERTO DE PARANAGUÁ (TONELADAS)						
Importación	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	2.469.225	2.550.635	3.213.082	3.199.663	3.766.830	4.065.458
Variación %	-	3,2%	25,9%	- 2,9%	17,7%	7,9%
1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
5.034.066	5.325.015	4.338.453	6.636.433	6.602.394	6.600.809	9.137.301
23,8%	5,7%	- 18,5%	52,9%	- 0,5%	0%	38,4%

Fuente: Puerto de Paranaguá

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

10.2.1.3.3.4 Puerto de Rio Grande

El puerto es administrado por la SUPERINTENDENCIA DEL PUERTO DE RIO GRANDE. Está ubicado en el margen derecho del canal del norte, que conecta la Laca de los Patos al Océano Atlántico.

Su área de influencia comprende los Estados de Rio Grande do Sul y Santa Catarina, la República Oriental del Uruguay, sur de la República de Paraguay y norte de la República Argentina.

Figura 12. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Rio Grande



Elaboración: Equipo de Consultores

Posee acceso por carretera por la autopista BR-392; y ferroviario por ALL LOGÍSTICA S.A.

El perfil de los movimientos de cargas de importación en el puerto es el siguiente:

- fertilizantes;
- derivados de petróleo;
- trigo;
- productos químicos maíz;
- sorgo;
- hilos de máquina;
- goma;
- cuero;
- carne;
- vidrio;
- arroz.

Tabela 65. Evolución de la Importación de contenedores registrados en el – Puerto de Rio Grande (1999 – 2002)

EVOLUCIÓN DE IMPORTACIÓN TEU'S (UNIDAD EQUIVALENTE A UN CONTENEDOR DE 20 PIES) REGISTRADOS EN EL PUERTO					
Terminales		Tecon	Puerto Nuevo	Total	Variación
Año	Pies	Importación	Importación	Importación	
1998	TEU	19.395	10.476	29.871	-
1999	TEU	22.383	6.691	29.074	- 2,67%
2000	TEU	37.811	2.786	40.597	39,63%
2001	TEU	38.624	2.349	40.973	0,93%
2002	TEU	55.254	1.550	56.804	38,64%

Fuente: Puerto de Rio Grande

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

10.2.1.3.3.5 Puerto de Rio de Janeiro

El puerto es administrado por COMPANHIA DOCAS DO RIO DE JANEIRO. Se localiza en la costa Oeste de la bahía de Guanabara, en la ciudad de Rio de Janeiro.

Su área de influencia alcanza los Estados de Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo y las áreas del Sureste de Goiás y del Sur de Bahia.

Figura 13. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Rio de Janeiro



Elaboración: Equipo de Consultores

Posee acceso por carretera por la autopista BR-040, BR-101, BR-116, RJ-071y RJ-083; y ferroviario por MRS LOGÍSTICA S.A.

El perfil de los movimientos de cargas de importación en el puerto es el siguiente:

- trigo;
- otros a granel sólidos;
- derivados de petróleo;
- otros a granel líquidos;
- productos siderúrgicos;
- papel;
- carga en roll-on / roll-off;
- carga en container.

10.2.1.3.3.6 Puerto de Sepetiba

El puerto es administrado por COMPANHIA DOCAS DO RIO DE JANEIRO. Está ubicado en la costa norte de la bahía de Sepetiba, en el municipio de Itaguaí, Estado de Rio de Janeiro, al sur y al este de la Ilha da Madeira.

El alcance de su área de influencia coincide en parte con la del puerto de Rio de Janeiro, cubriendo los Estados de Rio de Janeiro, Minas Gerais y el Sur-Oeste de Goiás.

Figura 14. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Sepetiba



Elaboración: Equipo de Consultores

Posee acceso por carretera (el puerto es conectado por una carretera de 8 km a la BR-101); y ferroviario por FERROVIA CENTRO-ATLÂNTICA S.A.

El perfil de los movimientos de cargas de importación en el puerto es el siguiente:

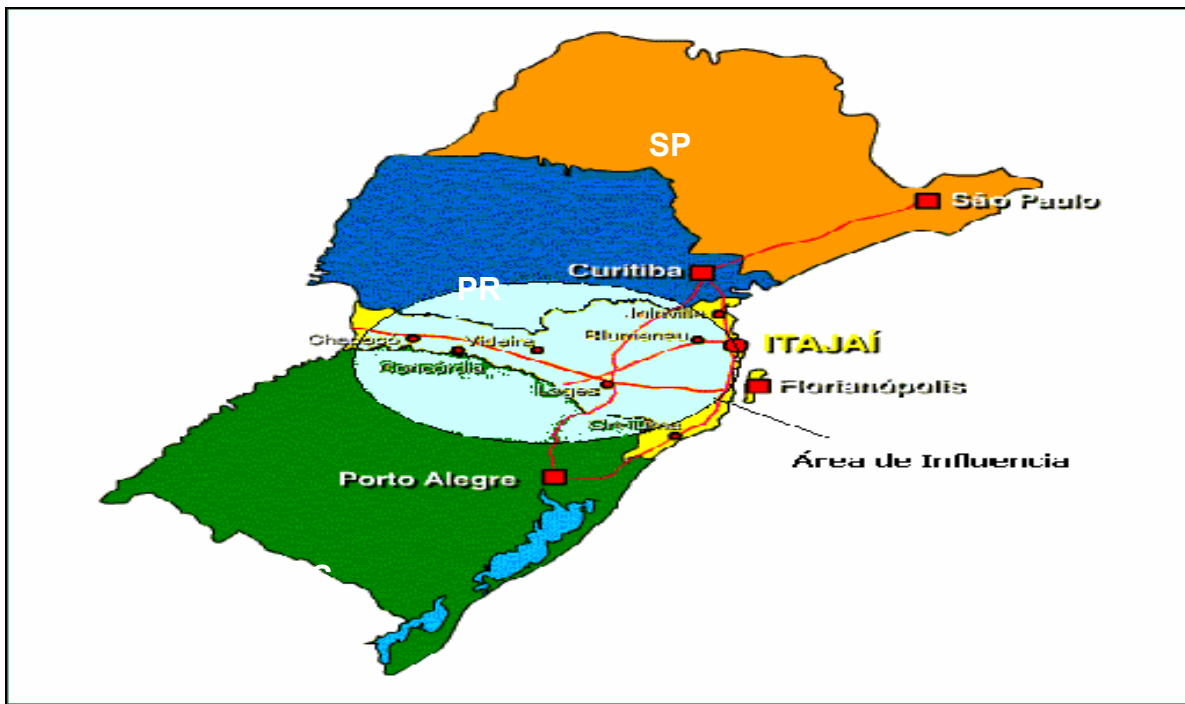
- carbón metalúrgico;
- coque de hulla;
- concentrado de zinc;
- contenedores.

10.2.1.3.3.7 Puerto de Itajaí

El puerto es administrado por la SUPERINTENDENCIA DEL PUERTO DE ITAJAÍ, autarquía de la Municipalidad de Itajaí. Está situado en la ciudad de Itajaí, en el margen derecho del Río Itajaí-Açu.

Su área de influencia atiende al Estado de Santa Catarina y parte del Estado de Rio Grande do Sul.

Figura 15. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Itajaí



Fuente: Puerto de Itajaí

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Posee solamente acceso por carretera por la autopista SC-470 y BR-470.

El perfil de los movimientos de importación de cargas registradas es el siguiente:

- trigo;
- contenedor vacío;
- algodón;
- productos químicos;
- polietileno / polipropileno;
- manufacturas textiles;
- sulfatos diversos;
- sorgo;
- maíz;
- resinas sintéticas;
- máquinas diversas;
- automóvil / camión;
- goma sintética;
- cerámica.

10.2.1.3.3.8 Puerto de São Francisco do Sul

El puerto es administrado por el GOBIERNO DEL ESTADO DE SANTA CATARINA, a través de la Administración del Puerto de São Francisco do Sul. Se ubica en la Región Este de la bahía de Babitonga, en São Francisco do Sul, Estado de Santa Catarina.

Su área de influencia atiende al Estado de Santa Catarina y parte del Estado de Rio Grande do Sul.

Figura 16. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de São Francisco do Sul



Elaboración: Equipo de Consultores

Posee acceso por las autopistas BR-280, BR-116; y ferroviario por ALL LOGÍSTICA S.A.

El perfil de los movimientos de cargas de importación en el puerto es el siguiente:

- fertilizantes;
- maíz;
- trigo;
- auto partes;
- contenedor vacío;
- lámpara;
- sombrilla quitasol;
- manufacturas textiles;
- papel kraft;
- productos químicos;

- PVC;
- resina sintética;
- sardina;
- red.

10.2.1.3.3.9 Puerto de Salvador

El puerto es administrado por COMPANHIA DAS DOCAS DO ESTADO DA BAHIA. Está localizado en la bahía de Todos os Santos, en la ciudad de Salvador, Estado de Bahia.

Su área de influencia abarca todo el Estado de Bahia, la Región Sur-Oeste y Sur de los Estados de Pernambuco y Sergipe, respectivamente.

Figura 17. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Salvador



Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Posee acceso por carretera por la autopista BR-324; y ferroviario por FERROVIA CENTRO ATLÂNTICA S.A.

El perfil de los movimientos de cargas de importación en el puerto es el siguiente:

- papel;
- equipos;
- concentrado de cobre;
- productos químicos;
- trigo;
- alimentos;
- container vacío;
- harina de trigo;
- pescado;
- vehículos;
- algodón;
- fertilizantes;
- neumáticos.

10.2.1.3.3.10 Puerto de Manaus

El puerto es administrado por la Sociedad de Navegación, Puertos y Hidrovías del Estado de Amazonas (SNPH). Está localizado en el margen izquierdo del Río Negro, en la ciudad de Manaus, capital del Estado de Amazonas.

Su área de influencia abarca todo el Estado de Amazonas y los Estados de Roraima y Rondônia.

Figura 18. Hinterland (Área de Influencia) del Puerto de Manaus

Elaboración: Equipo de Consultores

Posee acceso por carretera por las autopistas AM-010 (Manaus Itacoatiara), así como por las carreteras BR-174 y BR-319, que conectan el puerto, respectivamente, a los estados de Roraima y Rondônia. Además, el puerto es la principal entrada de productos con destino a la Zona Franca de Manaus.

El perfil de los movimientos de cargas de importación en el puerto son los siguientes:

- aparatos eléctricos
- bicicletas y accesorios
- material plástico y resina
- productos químicos
- mercadería en transito
- cinta magnética
- leche en polvo
- máquinas y accesorios
- motocicletas y accesorios

- artículos de papel
- tejidos
- fertilizantes
- insumos para la Zona Franca de Manaus

10.2.1.4 Modo Aéreo

Brasil posee aproximadamente 250 aeropuertos nacionales, lo que da como resultado una densidad de aeropuertos de 1 a cada 22 municipios. De esta manera, el modo aéreo apenas pierde para el modal por carretera con respecto al alcance territorial.

El movimiento de cargas en los aeropuertos brasileños es bajo y posee poca representatividad en la matriz nacional de transportes, es comparada a otros modos.

Tabela 66. Transporte Aéreo de Cargas. Principales Aeropuertos.

Aeroporto	Sigla	Total de Carga (Toneladas)
Aeroporto Internacional Guarulhos	GRU	203.638
Aeroporto Internacional Campinas	VCP	132.590
Aeroporto Internacional Galeão	GIG	54.654
Aeroporto Internacional Manaus	MAO	23.969
Aeroporto Internacional Porto Alegre	POA	8.443
Aeroporto Internacional de Curitiba	CWB	8.117
Aeroporto Internacional Confins	CNF	4.151
Aeroporto de Vitória	VIX	3.856
Aeroporto Internacional Recife	REC	3.154
Aeroporto Internacional Salvador	SSA	2.301
Aeroporto Internacional Natal	NAT	1.058

Fuente: Infraestructura Aeroportuaria año 2003 (INFRAERO)
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Además, los movimientos de cargas son caracterizados por el valor superior del promedio de las mercancías transportadas en los otros modos, también por el hecho de que son mercancías que exigen un *transit time*¹⁴ menor.

Tabela 67. Peso y Valores por Modales/Importación. Transporte Aéreo de Cargas

Transporte Aéreo de Cargas			
Período	US\$ FOB	Peso Líquido (Kg)	Relación Valor/Peso
2001	15.056.329.081	185.515.331	81,16
2002	11.256.373.376	143.640.183	78,37
2003	11.455.994.480	137.637.672	83,23

Tabela 68. Peso y Valores por Modales/Importación. Transporte por carretera de Cargas

Transporte por Carretera de Cargas			
Período	US\$ FOB	Peso Líquido (Kg)	Relación Valor/Peso
2001	3.014.751.470	4.678.378.423	0,64
2002	2.689.863.135	4.890.822.300	0,55
2003	2.892.194.169	5.883.678.642	0,49

Fuente: Sistema de Análisis de Comercio Exterior vía Internet (<http://aliceweb.mdic.gov.br/>)
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

¹⁴ Tiempo empleado en el transporte de mercancías. Varía conforme al medio de transporte.

Tabela 69.A Peso y Valores por Modales/Importación. Transporte marítimo de Cargas

Transporte Marítimo de Cargas			
Período	US\$ FOB	Peso Líquido (Kg)	Relación Valor/Peso
2001	36.898.299.526	85.045.824.454	0,43
2002	32.601.034.139	80.778.829.958	0,40
2003	33.209.241.749	82.318.312.114	0,40

Fuente: Sistema de Análisis de Comercio Exterior vía Internet (<http://aliceweb.mdic.gov.br/>)
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Tabela 70.A Peso y Valores por Modales/Importación. Transporte ferroviário de Cargas

Transporte Ferroviario de Cargas			
Período	US\$ FOB	Peso Líquido (Kg)	Relación Valor/Peso
2001	96.361.532	301.560.454	0,32
2002	113.167.705	308.521.757	0,37
2003	116.762.389	281.741.022	0,41

Fuente: Sistema de Análisis de Comercio Exterior vía Internet (<http://aliceweb.mdic.gov.br/>)
Elaboración: Equipo Consultores Brasil

Además, si en la matriz nacional de transporte de cargas el modo aéreo representa apenas 0,33%, en la matriz de transporte internacional de cargas, la importación, en la participación en el modo aéreo decae para 0,16%, con referencia al año 2003. Pero, se considerado el transporte en términos de valores, la importación aérea fue responsable por la importación de 23,73% de los totales de US\$ 48 mil millones importados por Brasil en 2003.

10.3 Proceso de Importación

10.3.1 Importación sobre la forma de Donación

Este tipo de importación está sujeta a la Licencia de Importación no-automática, caracterizada por la no-cobertura cambiaria, siendo registrada en Sistema Integrado de Comercio Exterior (SISCOMEX) previamente al embarque. La

factura Pro-forma debe ser presentada al Departamento de Operaciones de Comercio Exterior (DECEX), constando el valor comercial de los bienes y declaración de que es una Donación. Para este tipo de operación es efectuada la Declaración Simplificada de Importación (DSI). Es necesario que exista un documento que testifique la naturaleza, calidad y cantidad con relación a sus finalidades.

Para donaciones con bienes que poseen valores superiores a US\$ 1.000,00; es obligatorio que exista una carta de donación original emitida por el exportador con aprobación del Consulado o Cámara de Comercio Brasileña del país de origen.

10.3.2 Drawback

El régimen de Drawback es considerado como un incentivo a las exportaciones, pero su relevância en las importaciones es preponderante. Por Drawback, el importador/exportador al comprobar que los bienes importados servirán de insumos o compondrán, en parte o integralmente, un bien exportado, se le concede la suspensión, exención o restitución (práctica en desuso), de los tributos aplicados a la importación (II, IPI, AFRMM, ICMS, PIS/PASEP, CONFINS).

En análisis desarrollado por la Secretaria da Receita Federal, se constató que Drawback fue, de los regímenes aduaneros especiales el más empleado en 2001 con representación de 29%.

10.3.3 Tránsito Aduanero

El régimen especial de Tránsito Aduanero es el que permite el transporte de mercancía, sobre control aduanero, de un punto a otro del territorio aduanero, con suspensión de impuestos. Las obligaciones fiscales, cambiarias y otras, suspendidas por la aplicación del régimen de tránsito aduanero, serán

garantizadas, en la Declaración de Tránsito Aduanero (DTA), esto significa, en el momento de la conclusión de la Declaración de Tránsito Aduanero (DTA), en la aduana de destino, los correspondientes impuestos referidos a la importación serán debitados al importador. La validez de la Declaración de Tránsito Aduanero (DTA) está comprometida con la integridad de la carga que debe llegar a destino con las mismas características constatadas en el momento del comienzo del tránsito.

10.3.4 Puerto Seco (EADI)

El Puerto Seco ("dry port"), por lo común denominado Estación Aduanera Interior (EADI) es una terminal de uso público, localizado en una zona secundaria, en términos de aduana, con destino a la prestación, por terceros, de los servicios públicos de movimientos y almacenaje de mercancías sometidas al control aduanero.

Los servicios ofrecidos en el Puerto Seco son delegados, por licitación pública, a las personas jurídicas con el objetivo de almacenaje, y/o transporte de mercancías.

En el puerto seco son ejecutados todos los servicios de aduana, de responsabilidad de la Secretaria da Receita Federal, incluyendo los servicios de liberación aduanera en la importación y exportación. Los Puertos Secos ofrecen también los servicios de acondicionamiento, montaje de mercancías importadas, bajo el régimen especial de "Entrepuesto Aduaneiro".

10.3.5 Admisión Temporal

El régimen aduanero especial de Admisión Temporal es el que permite la importación de bienes que deban permanecer en el país durante el plazo determinado con la suspensión del pago de los impuestos incidentes en la importación, o con el pago proporcional al tiempo de permanencia en el país.

La aplicación del régimen de Admisión Temporal quedará sujeta al cumplimiento de las siguientes condiciones:

- importación en carácter temporal y sin cobertura cambiaria;
- adecuación a la finalidad para la cual fueron importados;
- utilización en conformidad con plazo de permanencia y la finalidad constantes del acto concesivo.

Continúa ejemplo de casos cuando es posible aplicar el régimen de Admisión Temporal:

- las ferias y exposiciones, comerciales o industriales;
- la promoción comercial, inclusive muestras sin destinación comercial y muestras de representantes comerciales;
- la prestación, por técnico extranjero, de asistencia técnica a bienes importados en virtud de garantía;
- a su propio beneficio, montaje, renovación, re-acondicionamiento, acondicionamiento;
- al acondicionamiento o manipulación de otros bienes importados, desde que sean reutilizados;
- a la identificación, acondicionamiento o manipulación de otros bienes, destinados a la exportación;
- a actividades temporarias de interés de la agropecuaria, inclusive animales para ferias o exposiciones, pastoreo, trabajo, cobertura y cuidados de la medicina veterinaria.

10.3.6 Depósito Aduanero

Es el régimen que permite el depósito de mercancías, en local determinado (aeropuerto/puerto aduanero, puerto seco), con **suspensión del pago de tributos** y sobre control fiscal, a título temporal, por período de **1 año en consignación**.

Las importaciones son conducidas **sin cobertura cambiaria** a través de una Pro-forma Invoice y podrán permanecer en depósito por el plazo de hasta 1 año, prorrogable por igual período y, en condiciones especiales podrá ser concedida nueva prorrogación, obedeciendo el límite de 3 años.

La amplia utilización de este régimen consiste en el hecho de aprovecharse de la realización de un gran embarque para minimizar el impacto de los costos al contrario de tener que efectuar pequeños embarques seguidos para suplir demanda encareciendo el precio del producto por causa de los gastos fijos que ocurren por expedición de la importación.

10.3.7 Entrepuesto Aduanero

Este régimen posibilita el depósito de la mercancía en el Puerto Seco **sin cobertura cambiaria** y con **suspensión del pago de los impuestos** incidentes en la importación por el plazo de 1 año. El plazo es prorrogable por igual período y, en condiciones especiales, podrá ser concedida una nueva prorrogación, obedeciendo el límite de 3 años, con la posibilidad de nacionalización en **lotes parciales**. Para el importador, es como si el proveedor, en el extranjero, tuviera un depósito vecino a su fábrica.

En el régimen es posible realizar:

- etiquetado y marcación para reventa
- exposición, demostración y prueba de funcionamiento
- algunas operaciones de industrialización
 - acondicionamiento o re-acondicionamiento;
 - montaje;
 - beneficiar la mercancía;
 - renovación o re-acondicionamiento de las partes, piezas; y transformación, para alimentos para consumo en el caso de

preparación de alimentos para consumo en embarcaciones que fuerán o serán utilizadas para el transporte internacional

10.3.8 Importación de Muestras y Remesas Expresas (Courier)

El despacho aduanero de importación de remesas expresas transportadas por las empresas de courier fue tema de varias reglamentaciones, siendo que la instrucción normativa 122 de 2.002¹⁵ es que delimita las actuales fronteras legales a regir tal asunto.

De interés, pueden ser importados:

I documentos;

II libros, folletos y periódicos, sin finalidad comercial;

III otros bienes destinados a persona física, en la importación, en cantidad y frecuencia que no revelen destinación comercial, cuyo valor aduanero no sea superior a US\$ 3.000,00 (tres mil dólares estadounidenses) o lo equivalente en otra moneda;

IV – otros bienes destinados a una persona jurídica con sede en el País, importados sin cobertura cambiaria, para uso propio o en cantidad estrictamente necesaria para dar a conocer su naturaleza, especie y calidad, cuyo valor aduanero no sea superior a US\$ 3.000,00 (tres mil dólares estadounidenses) o el equivalente en otra moneda;

Los siguientes bienes no son elegibles a la lista enunciada arriba:

I – bienes cuya importación o exportación esté suspendido o vedado;

II – bienes de consumo usado o reacondicionados, excepto los de uso personal;

III bebidas alcohólicas, en la importación;

IV – moneda corriente;

¹⁵ [www.receita.fazenda.gov.br/ Legislacao/ins/2002/in1222002.htm](http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/ins/2002/in1222002.htm)

V armas y municiones;

VI – tabaco y productos de tabaquería, (...)

VII otros bienes, cuyo transporte aéreo esté prohibido, conforme la legislación específica.

El documento que sera emitido después de la liberación de las mercancías no será la Declaración de Importación y si la DRE-I (Declaración de Remesas Expresas de Importación). Junto a la DRE-I, debe ser anexo el conocimiento de embarque aéreo, el DARF, documento que comprueba el pago de impuesto debido, más la Factura pro Forma o Comercial, conforme el caso.

El tratamiento tributario a ser dado a las remesas expresas será el Régimen de Tributación Simplificada (RTS). Este régimen implica solo en la cobranza del impuesto de importación y exención del IPI, siendo que la tributación simplificada se dará en función de la aplicada de la alícuota de 60% (a los medicamentos destinados a personas físicas será aplicada la alícuota 0%) a los bienes (excepto bebidas alcohólicas, tabaco, productos de tabaquería, y bienes destinados a la reventa) de valor hasta US\$ 500.00, o lo equivalente en otra moneda. Se excluyen de lo dispuesto arriba los bienes contenidos en remesas postales y encomiendas aéreas internacionales de valor no superior a US\$ 50.00, o el equivalente en otra moneda, que serán despachadas con exención de II, desde que el remitente y el destinatario sean personas físicas. Las personas jurídicas podrán importar, en RTS, bienes contenidos en remesa postal o encomienda aérea de valor no superior a US\$ 500.00, el equivalente en otra moneda.

10.4 Costos de Distribución en el País

Tabela 71. Cuadro de los Impuestos y Gravámenes en la Importación

IMPUESTO / GRAVAMEN	DESCRIPCIÓN	TIPO DE COBRO
Impuesto de Importación I.I.	Aplicado al producto importado. Puede tener reducciones a razón de acuerdos comerciales	Valores porcentuales
Impuesto sobre los Productos Industrializados I.P.I.	Impuesto interno aplicado al producto importado. Incidente a los productos que sufren industrialización	Valores porcentuales
PIS / COFINS	Impuestos relativos a la previdencia social nacional.	Valores porcentuales
ICMS	Impuesto estatal que varía de valor porcentual de acuerdo con el Estado importador y categoría de la mercancía	Valores porcentuales
AFRMM	Gravamen aplicado solamente en la importación marítima	25% del valor del flete
Almacenaje	Gravamen que ocurre en las importaciones marítima y aérea.	Valores porcentuales
Capatazia (Manipulación)	Gravamen que ocurre en las importaciones marítima y aérea.	Valores fijos
ATA	Gravamen aplicado solamente en la importación aérea	(Valor del almacenaje + capatazia dividido por dos)
Costos referentes al flete	Costos relativos a cada tipo de embarque sea marítimo, con carga fraccionada o en contenedores, o aéreo	Valores porcentuales y/o fijos
Liberación Aduanera	Valor pago al agente aduanero que será el responsable por el importador para liberar la carga en la aduana	Valores porcentuales y/o fijos
Costos de Transporte hasta el destino final	Costo de transporte del puerto o aeropuerto hasta la fábrica del importador	Valores que varían conforme valor y peso de la carga

Elaboración: Equipo Consultores Brasil

10.5 Directorio de Servicios de Distribución Física en el País

10.5.1 Puertos Brasileños

PORTO DE SANTOS

COMPANHIA DOCAS DO ESTADO DE SÃO PAULO (CODESP)

Av. Conselheiro Rodrigues Alves, s/n – Macuco

CEP: 11015-900 – Santos (SP)

PABX: (13) 3233-6565

Teléfono: (13) 3222-5485

Telefax: (13) 3222-3068

e-mail: codesp@carrier.com.br

www.portodesantos.com.br

PORTO DE VITÓRIA

COMPANHIA DOCAS DO ESPÍRITO SANTO (CODESA)

Av. Getúlio Vargas, 556 – Centro

CEP: 29020-030 – Vitória (ES)

PABX: (27) 3132-7300

Teléfono: (27) 3132-7360

Telefax: (27) 3132-7311

e-mail: dirope@portodevitória.com.br

www.portodevitoria.com.br/

PORTO DE PARANAGUÁ

ADMINISTRAÇÃO DOS PORTOS DE PARANAGUÁ E ANTONINA (APPA)

Calle Antonio Pereira, 161

CEP: 83221-030 – Paranaguá (PR)

PABX: (41) 420-1100

Teléfono: (41) 422-0185

Telefax: (41) 422-6767, 422-5324

e-mail: administ@pr.gov.br

www.pr.gov.br/portos

PORTO DE RIO GRANDE

SUPERINTENDÊNCIA DO PORTO DE RIO GRANDE (SUPRG)

Av. Honório Bicalho, s/n – Caja Postal 198

CEP: 96201-020 – Rio Grande (RS)

PABX: (53) 231-3366, 231-1366, 323-1366, 231-1237

Teléfono: (53) 231-1996, 231-1507

Telefax: (53) 231-1857 y 231-1740

e-mail: suprg@portoriogrande.com.br

www.portoriogrande.com.br

PORTO DO RIO DE JANEIRO

COMPANHIA DOCAS DO RIO DE JANEIRO (Gerência)

Porto do Rio de Janeiro

Av. Rodrigues Alves, nr 20 4º piso Praça Mauá

CEP: 20081-000 Rio de Janeiro (RJ)

Teléfono: (21) 2291-2122 y 2263-1518

Telefax: (21) 2516-1958

www.portosrio.gov.br/

PORTO DE SEPETIBA

COMPANHIA DOCAS DO RIO DE JANEIRO (CDRJ)

GERÊNCIA DO PORTO DE SEPETIBA

Carretera de la Ilha da Madeira s/nr, Km 18 Rio Santos, Município de Itaguaí

CEP: 23854-410 Itaguaí (RJ)

Teléfono: (21) 688-1402 y (21) 688-1424 -Telefax: (21) 688-1287

www.portosrio.gov.br/

PORTO DE ITAJAÍ

SUPERINTENDÊNCIA DO PORTO DE ITAJAÍ

Av. Cel. Eugênio Müller, 622

CEP: 88301-090 – Itajaí (SC)

Teléfono: (47) 341-8000, 344-0722

Telefax: (47) 341-8024, 341-8067

e-mail: porto@portoitajaí.com.brwww.portoitajai.com.br/**PORTO DE SÃO FRANCISCO DO SUL**

ADMINISTRAÇÃO DO PORTO DE SÃO FRANCISCO DO SUL (APSFS)

Av. Engenheiro Leite Ribeiro, 782

CEP: 89240-000 – São Francisco do Sul (SC)

Teléfono: (47) 471-1200, 444-2200

Telefax: (47) 471-1211

e-mail: porto@apsfs.sc.gov.brwww.apsfs.sc.gov.br**PORTO DE SALVADOR**

COMPANHIA DAS DOCAS DO ESTADO DA BAHIA (CODEBA)

Av. da França, 1551 Estação Marítima Comércio

CEP: 40010-000 Salvador (BA)

PABX.: (71) 243-5066

Teléfono: (71) 243-9293, 241-0551

Telefax: (71) 320-1375

e-mail: info@codeba.com.brwww.codeba.com.br**PORTO DE MANAUS**SOCIEDADE DE NAVEGAÇÃO, PORTOS E HIDROVIAS DO ESTADO DO
AMAZONAS (SNPH)

Calle Taqueirinha, nr 25 Centro
CEP: 69005-420 Manaus (AM)
PABX: (92) 633-3433
Teléfono: (92) 622-4482 y (92) 622-1330/232-4059
Telefax: (92) 232-6253
e-mail: snph@nutecnet.com.br
www.portodemanaus.com.br/

PORTO DE ITAQUI

EMPRESA MARANHENSE DE ADMINISTRAÇÃO PORTUÁRIA EMAP
Porto de Itaqui, s/n
CEP: 65085-370 – São Luís (MA)
Teléfono: (98) 216-6000, 216-6002
Telefax: (98) 216-6060
e-mail: itaqui@emap.ma.gob.br
www.portodoitaqui.ma.gov.br/Pagina.htm

PORTO DE FORTALEZA

COMPANHIA DOCAS DO CEARÁ (CDC)
Plaza Amigos da Marinha, s/n Mucuripe
CEP: 60182-640 – Fortaleza (CE)
PABX: (85) 266-5300
Teléfono: (85) 263-2267
Telefax: (85) 266-5241
E-mail: dinfor@secrel.com.br
www.docasdoceara.com.br/

10.5.2 Operadores Logísticos Código Regional Teléfono

10.5.2.1 Armadores de Graneles Líquidos

Flumar Transportes Fluviales y Marítimos	11	3549-5800
Global Transporte Oceánico	21	3849-5588
Tankpool Logística Brasil	11	3816-0988

10.5.2.2 Almacenes Frigoríficos

Arfrio Almacenes Generales Frigoríficos	11	4195-4000
Brasfrigo S/A	47	341-2300
Frimorite Frigorifico	21	2601-4108
C.P.A Centro Paranaense de Almacenes	41	356-1919

10.5.2.3 Agentes de Aduana

Capixaba Servicios Aduaneros	27	3233-3527
Danzas AEI do Brasil	13	5042-5500
Demaer Despachantes e Assessoria	51	322-8077
Exel Global Logistics e Freight Forwarding	11	5584-4400
Fiorde Assessoria e Despacho	11	3218-7000
Kuene & Nagel	11	3037-3300
Nethuno Assessoria Tecnica Aduaneira	11	5073-7077
Master Servicos Aduaneiros e Comex	41	329-6181
Open Trade Logistica Internacional	47	349-1809
Panalpina	11	5033-3800
Porto Alegre Despachantes Aduaneiros	51	3228-5801
Rodrimar S/A Ag. E Com.	13	3222-4545
Transcex Transitaria de Comex	21	2263-5900
Unicoex Uniao Comercio Exterior	27	3200-2013
Inter Aduaneira	31	3213-3213
DHL Danzas	11	5042-5500

CÓDIGO REGIONAL TELÉFONO

Expeditors	11	5054-4600
Phoenix	13	3232-5577

10.5.2.4 Puertos Secos

São Bernardo do Campo	11	4390-8177
Armazens Gerais Columbia	11	6120-4100
Armazens Gerais Columbia	11	4689-9999
Armazens Gerais Columbia	19	3745-7100
Armazens Gerais Columbia	41	316-1900
Armazens Gerais Columbia	71	394-7000
Cia Emporio de Armazens Gerais	71	312-5161
Cia Nac de Armaz Gerais Alfandegados	11	5545-1966
Coimex Armazens Gerais	27	3331-3000
Cotia Armazens Gerais	27	3331-5000
Cia Reg Armazens Gerais e Entrepoto Aduaneros	11	4746-7500
Deicmar	11	3097-5300
Dry Port São Paulo	11	6413-4800
EADI Bauru	14	3108-1000
EADI Salvador	71	2106-7200
EADI São Jose do Rio Preto	17	231-2223
EADI Taubate	12	227-7000
EADI Ribeirao Preto	16	615-9160
Embragen	11	3837-0044
EADI Jundiai	11	4526-1155
EADI Santos	13	3279-1000
EADI São Bernardo	11	4347-6244
Libraport Campinas	19	3282-0100
Maringa	44	225-4646
Martini Meat	41	420-3200
Mesquita	13	3203-2460
MultiRio	21	3891-5533
Porto Santo André	11	4976-9544
Porto Seco Centro Oeste	62	310-6100

CÓDIGO REGIONAL TELÉFONO

Portobelo	47	341-5000
Silotec	11	3256-5282
Universal	12	3958-1622
Usifast	31	3391-5700

10.5.2.5 Empresas de Courier

DHL	11	3618-3200
FEDEX	11	5641-7788
TNT	11	5564-8600
UPS		0800 109226

10.5.2.6 Operadores en el Puerto**10.5.2.6.1 Alagoas**

Empresa Alagoana de Terminais	82	2123-1400
Agencia Alagoana de Navegação	82	223-5408

10.5.2.6.2 Amazonas

Transnav	92	633-1570
Amazonia Operações Portuarias	92	635-9462

10.5.2.6.3 Bahia

Consorcio EADI Salvador Log e Dist	71	394-7000
Intermaritima Operações Portuarias	71	319-5500
Tecon Salvadoir	71	243-3165
Tequimar	71	602-6424

10.5.2.6.4 Ceará

Companhia Docas do Ceara	85	266-5300
Termaco	85	263-2244

10.5.2.6.5 Espírito Santo**CÓDIGO REGIONAL TELÉFONO**

Multilift Operador Portuario	27	3328-8999
Pentamares	27	3223-9944
TCG	27	3226-0707
Safmarine	27	3222-1858

10.5.2.6.6 Maranhão

Arrow shipping	98	231-2999
Companhia Operadora Portuaria de Itaquí	98	222-8923

10.5.2.6.7 Paraná

Cargonave	41	422-5480
InterPortos	41	432-1266
Multitrans	41	423-2344
TCP	41	423-4479
Rocha Top Terminais	41	423-1221

10.5.2.6.8 Para

Companhia Docas do Pará	91	216-2012
Docenave	91	3754-3435

10.5.2.6.9 Pernambuco

Suape comercio e Navegacao	81	3424-3944
Start Navegação	81	3424-1520

10.5.2.6.10 Rio de Janeiro

Libra	21	2585-8503
MultiRio	21	3891-4800
Sepetiba TECON	21	2688-9245

10.5.2.6.11 Rio Grande do Norte

Modallink	84	221-2020
porto Flash	84	211-2781

10.5.2.6.12 Rio Grande do Sul**CÓDIGO REGIONAL TELÉFONO**

Companhia Estadual de Silos e Armazens	51	233-4611
Tecon Rio Grande	53	234-3000
Wilson Sons	53	233-7700

10.5.2.6.13 Santa Catarina

Compania Docas de Imbituba	48	255-0137
Maersk Brasil	47	444-2876
WaterLine	48	255-0116

10.5.2.6.14 Sao Paulo

Cargil	13	3344-2100
Citrosuco	13	3227-5577
Ciesa	11	3315-0075
Deicmar	11	3816-4121
Kuene & Nagel	13	3201-6500
Libra Terminai	13	3232-4122
Santos Brasil	13	3352-2574
Tecondi	13	3219-7091
Termares	13	3219-7657
Wilson Sons	13	3211-2300

10.5.2.7 Ship / Cargo Brokers

Aquarius Shipping	11	5506-0002
Brasil Links	11	4229-6936
Fertimport	11	3741-7562
Safe Port	13	3223-5011

10.5.2.8 Terminales

Armazens Gerais Agricolas	35	3219-1140
Aurora Termnais e Servicos	15	235-4800

CÓDIGO REGIONAL TELÉFONO

Cia Paulista de Armazens Gerais	14	3108-1000
Libra Port Campinas	19	3282-0100

10.5.2.9 Terminales de Contenedores

Decimar	11	3298-2200
Fassina	13	3298-3000
Intercontainers	53	231-2700
Rio Cubatao	13	3362-2100
Sepetiba Tecon	21	2688-9235
Termares	13	3219-7657

10.5.2.10 Terminales Privados

Cargill	13	3344-2100
Cia Vale do Rio Doce	21	3814-4419
Alumar	98	218-1360
Cosipa	13	3362-2040
Petrobras	21	2534-1510
Samarco	31	3269-8787
Tecondi	13	3219-7091

11 ANEXO II – Lista de empresas del sector

Razón social: TRAMONTINA Marca Fantasia:	Producto (s): Herramientas, utilidades domésticas, materiales eléctricos, muebles, lavabo y cubas en acero inoxidable.
Actividad empresa (1 e 5)	1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista 5) Minorista
Contactos / Localización: Tramontina Multi Ferramentas S.A. Rodovia RST 470, Km 230 - 95185-000 - Carlos Barbosa – Rio Grande do Sul Teléfono: 55 (54) 461 8250 - Fax: 55 (54) 461 2085	
Comentarios adicionales: www.tramontina.com.br	
Perfil de la Empresa <p>Tramontina posee una estructura diversificada con fábricas y oficinas en todo el mundo. En Brasil, con un total de diez fábricas, donde son producidos los más variados productos. La empresa también posee diversos Centros de Distribución en varias localidades del país para garantizar que sus productos lleguen hasta sus clientes. plazo establecido.</p> <p>Tramontina tiene unidades en el exterior en diferentes partes del mundo, responsables por algunos de los mayores mercados de la marca en el mundo. A través de alianzas estratégicas, Tramontina busca aprovechar mejor las oportunidades que el mercado ofrece. La red de representantes cubre una gran cantidad de países en todos los continentes.</p> <p>La empresa posee una línea diversificada de productos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Productos de utilidad doméstica: navajas, espátulas, panelas, asadores, cuchillos, cubiertos, tijeras, etc - Herramientas: alfanjes, rastrillos, forjados, articuladores, aspiradores, llaves de boca, llaves combinadas, destornillador, llaves de rueda, cortadores de césped, descascadores, cuchillos, herramientas eléctricas, herramientas para jardín, foices, forjados, martillos, etc. - Muebles: mesas y sillas en diseño moderno - Materiales eléctricos: desde líneas para suplir de energía eléctrica hasta tomadas, conectores e interruptores - Línea empresarial: productos seleccionados para hoteles, bares y restaurantes - Lavabos y cubas en acero inoxidable. <p>La tienda Minorista Tramontina, establecida en la ciudad de Carlos Barbosa, Estado de Rio Grande do Sul, fue creada exclusivamente con productos de la marca. Además de funcionar como show-room para los productos de todas las fábricas del Grupo, atiende el flujo turístico de la región. Hay otra tienda Minorista Tramontina, instalada en la ciudad de Farroupilha, también en el Estado de Rio Grande do Sul, la cual opera exclusivamente con productos de la unidad local - ollas, cubas gastronómicas y cubiertas en acero inoxidable.</p>	

Razón social: MORETZSOHN FERRAMENTAS LTDA.
Marca Fantasía: MORETZSOHN

Producto (s): Herramientas Manuales

Actividad empresa (1)

1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista
5) Minorista

Contactos / Localização:

Calle Moretzsohn Luiz de Oliveira, n° 87 - Campanha - Minas Gerais

Comentarios adicionales:

<http://moretzsohn.com.br/>

Perfil de la Empresa

Moretzsohn Ferramentas Ltda., empresa genuinamente de capital nacional, fundada en el mes de enero del año 1953, construida en un área de 8.000 m2, fabrica y comercializa herramientas manuales en general, buscando el liderazgo en los segmentos de mercados interno y externo, a través de productos diferenciados con calidad y visual adecuados, y la excelencia en servicios a los clientes.

La empresa ofrece condiciones adecuadas en actividades manuales en los rubros de mecánica, eléctrica, electrónica y mobiliario.

Razón social: CORNETA FERRAMENTAS
Marca Fantasia: CORNETA

Producto (s): Herramientas Manuales, Artículos de Cuchillería

Actividad empresa (1)

1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista
 5) Minorista

Contactos / Localización:

UNIDAD OSASCO

Calle Manuel Antônio Portela, 240 - Pres. Altino - 06210-901 - Osasco – São Paulo

Teléfono: +55 (11) 3651-7930

Fax: +55 (11)3651-7955

UNIDAD COTIA

Av. Roselândia, 1500 – Lajeado - 06700-000 - Cotia – São Paulo

Comentarios adicionales:

www.corneta.com.br

Perfil de la Empresa

Corneta Ferramentas, fundada en el año 1932, posee actualmente dos unidades industriales, instaladas en São Paulo, ocupando un espacio de casi 18.000m² de área construida, empleando, juntas casi 600 personas que, utilizando los recursos más modernos y de tecnología de punta, son responsables por la fabricación de herramientas de la más alta calidad.

En estas unidades son fabricados más de 1.000 productos – líneas de herramientas manuales, artículos de cuchillería e instrumentos quirúrgicos, todos con la calidad garantizada por las certificaciones internacionales de las normas ISO 9002, RW TÜV, desde el año 1995.

La empresa también se dedica a la producción específica de piezas, industrializadas por la División Forjados Corneta, que atiende principalmente al exigente mercado de la industria automovilística, donde son necesarios sofisticados equipamientos de última generación para proyectar y desarrollar forjados que se encuadren a los más rigurosos padrones y normas internacionales de calidad.

Razón social: FAMASTIL TAURUS FERRAMENTAS S.A
Marca Fantasía: FAMASTIL TAURUS

Producto (s): Herramientas manuales mecánicas, herramientas manuales para construcción civil, herramientas manuales para jardinería

Actividad empresa (1)

1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista
5) Minorista

Contactos / Localización:

RS 115, km 38, Nr 3535 - Bairro Varzea Grande - 95670-000 Gramado / Rio Grande do Sul
Teléfono: 55 54 295.9500 - Fax: 55 54 286.2909

Comentarios adicionales:

Perfil de la Empresa

Famastil Taurus Ferramentas inició sus actividades en el año 1953 arreglando armas, cuando no era permitida su importación. Veinte años después, en el año 1973, la empresa comenzó a exportar para Argentina, Chile, Paraguay, Uruguay, Colombia, Perú, Estados Unidos y Europa, llegando un momento después a Asia. Actualmente, además de distribuir su línea de productos en el mercado interno, FamastilTaurus exporta para los cinco continentes, ofreciendo su calidad para grandes redes, como Wal-Mart, la mayor cadena de tiendas del mundo, con más de 2.000 puntos de venta.

En el año 2004, FamastilTaurus realizó una alianza estratégica con Taurus Ferramentas, dando inicio la construcción de una nueva historia, bajo la marca FamastilTaurus, que ya nace con más de 110 años de historia. Esta unión resultó en la ampliación del mix de productos, que ahora cuenta con Línea de Herramientas Manuales Mecánicas (FamastilTaurus y FamastilTaurus Premium), Línea de Herramientas Manuales para Construcción Civil (Pro y Durasteel) y Línea de Herramientas Manuales para Jardinería (Vida Verde).

Razón social: FERRAMENTAS GEDORE DO BRASIL S.A
Marca Fantasia: GEDORE

Producto (s): Herramientas Manuales

Actividad empresa (1)

1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista
 5) Minorista

Contactos / Localización:

MATRIZ:

Calle Vicentina Maria Fidélis, 275 - Bairro Vicentina - CEP 93025-340 – São Leopoldo – Rio Grande do Sul

Teléfono: 55 51 589-9200 - Fax: 55 51 589-9222 - E-mail: gedore@gedore.com.br

CENTRO DE DISTRIBUCIÓN SÃO PAULO

Calle Dom Luis Felipe de Orleans, 426 - Vila Maria - CEP 02118-000 – São Paulo - SP

Teléfono: (11) 6955-9677 - Fax: (11) 6955-7655 - E-mail: vendascsp@gedore.com.br / tecnica@gedore.com.br

Comentarios adicionales:

www.gedore.com.br

Perfil de la Empresa

Grupo Gedore posee 13 fábricas distribuídas por diversos países como Alemania, Áustria, África del Sur, Turquía, Inglaterra y Brasil. La empresa a lo largo de los años adicionó las marcas Habero, Dako, Baldur, Metec, Altas y Torqueleader. El Grupo fabrica más de 10.000 diferentes items. Con más de 2.500 empleados, Gedore es una empresa privada de la familia Dowidat, con oficina central en la ciudad de Remscheid (Alemania) y dirigida por Karen Dowidat.

La empresa produce y comercializa las siguientes categorías de productos:

- Muebles para oficina (cajas, armarios, repisas, expositores, baules para herramientas)
- Torquímetros
- Extractores
- Llaves
- Herramientas para cortar, doblar, prender y línea separada
- Martillos y cortadoras
- Herramientas para conformación de tubos
- Soquetes y accesorios

Razón social: PACCETA FERRAMENTAS
Marca Fantasía:

Producto (s): Herramientas manuales para construcción civil y jardín

Actividad empresa (1)

1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista
5) Minorista

Contactos / Localización:
Teléfono: 55 19-3807-9799

Comentarios adicionales:

<http://www.pacetta.com.br>

Perfil de la Empresa

Empresa especializada en la fabricación de herramientas diversas para construcción civil y jardinería.

Pacetta sumó recientemente 2 lanzamientos a su línea de herramientas: la pala de bloque, que debido a su forma proporciona economía de 30% de masa, direccionando la aplicación apenas al local de encaje de las piezas, y la maquina para encajar los tubos de PVC puro, indicada para trabajos con yeso o realizar acabamientos texturados. Asta fijada con tornillos inoxidables.

Razón social: COOPER TOOLS INDUSTRIAL LTDA.
Marca Fantasía: COOPER TOOLS

Producto (s): Herramientas Manuales

Actividad empresa (1)

1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista
5) Minorista

Contactos / Localización:

Av. Liberdade 4055 – Sorocaba – São Paulo
Teléfono/Fax: 55 15 238-3929

Perfil de la Empresa

Empresa fabricante de herramientas manuales diversas.

Razón social: AGCO DO BRASIL
Marca Fantasía:

Producto (s): Máquinas Agrícolas

Actividad empresa (1)

1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista
 5) Minorista

Contactos / Localización:

Av. Guilherme Schell, 10260 - Canoas/ Rio Grande do Sul - CEP: 92420-000
 Teléfono/Fax: 55 51 462 8000 *(la unidad de Canoas fabrica tractores)*

Rodovia RS 344 s/n Km 1 - Alto da Prenda – Santa Rosa / Rio Grande do Sul - CEP: 98900-000
 Teléfono/Fax: 55 55 3511 5500 *(la unidade de Santa Rosa fabrica cosechadoras)*

Perfil de la Empresa

AGCO es una compañía norteamericana, responsable por 25% de la producción mundial de máquinas agrícolas y está presente en más de 140 países. La empresa fabrica y distribuye tractores, cosechadoras, retroexcavadoras, palas de carga, tractores de estera y pulverizadores.

Brasil, posee fábricas en Canoas y Santa Rosa, en el Estado de Rio Grande do Sul y contempla las marcas Massey Ferguson AGCO ALLIS, Challenger, Ag-Chem, Fieldstar, Auto-Guide, Soilteq, MF Industrial y Spra-Coupe. También posee la mayor red de concesionarias del país, con 220 tiendas que garantizan el mejor soporte técnico. Además, mantiene el primer programa de marketing de relacionamiento del sector agrícola, siempre escuchando el cliente, para desarrollar soluciones cada vez más adecuadas.

AGCO do Brasil controla los negocios de la Corporación en América del Sur, en América Central y el Caribe, exportando productos y máquinas para América del Norte, Oriente Medio, Europa, Oceanía y países del Pacífico.

La empresa posee en Brasil tres Centros de Distribución, siendo uno en São Paulo, próximo de Santos, y otro en Rio Grande do Sul, junto a la fábrica de Canoas, y también en Haedo, Buenos Aires, Argentina. Son siete Centros de Capacitación en Brasil: Canoas/Rio Grande do Sul, Santa Rosa/ Rio Grande do Sul, Maringá/Paraná, Piracicaba/São Paulo, Rio Verde/Goiás, Rondonópolis/Mato Grosso y Recife/Pernambuco. Más de 200 puntos de venta en Brasil.

Razón social: AGRALE S.A
Marca Fantasía:

Producto (s): Máquinas Agrícolas

Actividad empresa (1)

1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista
 5) Minorista

Contactos / Localización:

BR 116 KM 145 N° 15104 - Caxias do Sul – Rio Grande do Sul - CEP 95059-520
 Teléfono: 55 54 238.8000

Comentarios adicionales:

www.agrale.com.br

Perfil de la Empresa

Con 38 años en el mercado, Agrale S.A. posee 4 parques industriales, siendo la única empresa brasileña de capital nacional que produce vehículos, tractores y motores a diesel. Ella pertenece al Grupo Francisco Stedile, que cubre las empresas Agrale y sus subsidiarias (Agrale Amazônia y Agrale Montadora), Lavrale, Fazenda Três Rios, Germani Alimentos y Agritech (tractores Yanmar). La historia de la empresa comienza en el año 1965, cuando el Grupo Francisco Stedile adquiere el control accionario de Agrisa. El primer producto de la empresa desarrollado con tecnología propia, que es un suceso de ventas hasta hoy en día, fue el tractor 4100. Desde entonces, Agrale desarrolló inúmeros productos, como camiones, chasis, tractores, motores, grupos generadores, motocicletas y la Furgovan, el furgón de cargas de Agrale.

Uno de los momentos decisivos para la empresa fue la obtención de la Certificación en las Normas de la serie ISO 9000 para tractores, camiones, chasis de micro-buses y motocicletas, comprobando los padrones mundiales de calidad de los productos y servicios. Otro factor que contribuyó para la proyección de la Agrale en el mercado nacional e internacional fueron los importantes acuerdos tecnológicos con empresas de renombre internacional, como MV AUGUSTA, RUGGERINI, ZETOR, NAVISTAR INTERNATIONAL CORPORATION, STANDARD MOTOR CORPORATION, DEUTZ y MARCOPOLLO.

En los dos últimos años, la empresa inició la operación de su primera unidad productiva fuera del Brasil, la Unidad Colombia, inaugurada en el año 2002, destinada a la producción de camiones y chasis para microbuses, instalada en la ciudad de Bogotá. En el mes de mayo del año 2002 la Agrale lanzó el vehículo FURGOVAN, entrando de esta manera en un nuevo segmento de mercado, el de furgones de carga. En el año 2003, la Agrale firmó un acuerdo con la empresa Lombardini, uno de los mayores fabricantes de motores diesel estacionarios del mundo. Agrale pasa a distribuir productos y servicio en el Brasil. Desde que inicio sus actividades, ya fueron producidos más de 338.000 motores diesel, 64.000 tractores, 100.000 motos, scooters y 34.000 camiones y chasis. Hoy Agrale posee un nombre respetado, asociado a calidad, durabilidad y eficiencia de sus productos

Razón social: JOHN DEERE BRASIL Marca Fantasía:	Producto (s): Máquinas Agrícolas
Actividad empresa (1)	1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista 5) Minorista
Contactos / Localización: Av. Jorge A. D. Logemann, 600 – Distrito Industrial – Horizontina – Rio Grande do Sul – CEP: 98920-000 Teléfono: 55 55 3537-5000 Fax: 55 55 3537-1844	
Comentarios adicionales: www.deere.com.br	
Perfil de la Empresa John Deere tiene por misión suministrar sistemas de mecanización para la agricultura. Los productos de la empresa incorporan la más avanzada tecnología y comprenden: equipamientos agrícolas de precisión, sistemas mecanizados, cosechadoras, tractores, cosechadoras de algodón, pulverizadores, forrajeras. La Compañía invierte, diariamente, cerca de US\$ 1,5 millones en I&D (Investigación e Desarrollo), lo que la mantiene, a décadas, en la vanguardia mundial en este segmento. Todo el proceso de producción es dividido en células de manufactura o "mini fábricas", dirigidas por mecanismos de gestión participativa en las 32 unidades fabriles de la Compañía. Cada una tiene administración propia y procesos de producción constituidos por módulos que ejecutan todas las operaciones necesarias a la fabricación de cada conjunto.	

Razón social: GRUPO KEPLER WEBER (KELPER WEBER INDÚSTRIA S.A)
Marca Fantasía:

Producto (s): Máquinas Agrícolas

Actividad empresa (1)

1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista
 5) Minorista

Contactos / Localización:

Fábrica: Panambi/RS - F.2

Calle Adolfo Kepler Júnior, 1500 - 98280-000 - Panambi – Rio Grande do Sul

Teléfono: 55 55 375-3212 - Fax: 55 55 375-3166

Porto Alegre/RS - Regional Sul / DPS

Calle Andaraí, 566 - Bairro Passo D'Areia - 91350-110 - Porto Alegre – Rio Grande do Sul

Teléfono: 55 51 3361-9600 - Fax: 55 51 3341-2578

Comentarios adicionales:

www.kleper.com.br

Perfil de la Empresa

Kepler Weber Industrial S/A es una empresa con más de 75 años de trayectoria empresarial, desarrollando, fabricando e instalando equipamientos destinados al uso en unidades almacenadoras de cereales, industrias de alimentos, instalaciones industriales y distribución.

Proyectando y ejecutando cerca de 500 instalaciones anuales, Kepler Weber Industrial es una empresa certificada ISO 9001 por Bureau Veritas Quality International y comercializa sus productos, además del mercado interno, también en los mercados latinoamericano, africano, Oriente Medio y Asia.

La producción en las empresas del Grupo Kepler Weber es esencialmente bajo encomienda y obedece a una rigurosa planificación de recursos de manufactura. Las fábricas son extremadamente preparadas, constituidas de células de manufactura y mini-fábricas, que viabilizan la fabricación en menos tiempo. También son utilizadas técnicas de reducción de set-up e indicadores visuales que, además de reducir el tiempo de proceso, aún contribuyen con la disminución de costos.

Los Parques Industriales están localizados en las ciudades de Panambi, a 380km de Porto Alegre, capital del Estado de Rio Grande do Sul, y en la ciudad de Bauru, Estado de São Paulo, situada a 345km de la capital paulista.

Razón social: NEW HOLLAND BRASIL
Marca Fantasía:

Producto (s): Máquinas Agrícolas

Actividad empresa (1)

1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista
 5) Minorista

Contactos / Localización:

Avenida General David Sarnoff, 2.237 – Ciudad Industrial
 32210-900 - Contagem – Minas Gerais - Brasil
 Teléfono 55 31 3329-3111

Comentarios adicionales:

www.newholland.com

Perfil de la Empresa

New Holland es una marca líder mundial de maquinaria agrícola, ofreciendo a los agricultores de todo el mundo la máquina exacta para sus necesidades: para cultivar, producir y crecer.

La línea de tractores New Holland en todo el mundo incluye modelos de pequeño, mediano y grande porte, tractores de chasis articulado, tractores direccionales, tractores compactos para sitios y pequeñas propiedades, tractores especiales para plantaciones estrechas, fruticultura y viticultura, tractores de esteras y otros modelos para utilización doméstica y jardinería.

Las cosechadoras New Holland son líderes de mercado, gracias a su tecnología, productividad y líneas estéticas. New Holland ofrece también una amplia gama de cosechadoras-picadoras de forrajes y colectoras de uva, para responder a las necesidades de colectas específicas.

New Holland es también el líder mundial en enfardadoras de grandes dimensiones en enfardadoras de cámara fija y variable. La línea de equipamiento para la colecta de henos y forrajes incluye también enfardadoras de fardos cuadrados de pequeñas dimensiones, colectoras de forraje rebocadas, segadoras de discos/foices, forrajeras autopropulsionadas, distribuidores de estiércol y remolques de fardos automáticos.

La línea de herramientas de Producción para Plantío New Holland, construida dentro de las tradiciones de renombradas marcas de suceso, basada en sólidos principios agronómicos y desarrolladas dentro de tecnología líder en la industria, suministra un portafolio completo: desde el plantío hasta la colecta.

Razón social: VALTRA DO BRASIL
Marca Fantasía:

Producto (s): Máquinas Agrícolas

Actividad empresa (1)

1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista
5) Minorista

Contactos / Localización:

Calle Capitão Francisco de Almeida, 695 - Mogi das Cruzes – São Paulo - CEP: 08740-300
Teléfono: 55 11 4795-2000 / Fax: 55(11)4795-2119

Comentarios adicionales:

www.valtra.com.br

Perfil de la Empresa

La producción de los tractores Valtra está basada en un sistema rápido y eficiente de pedido personalizado por el cliente que, no tiene similar en la competencia. Los tractores Valtra son elaborados en módulos conforme el deseo de los clientes, o sea, todos los tractores son realizados bajo encomienda y especificaciones decididas por el comprador.

Los productos de Valtra son tractores agrícolas de calidad superior en la línea entre 65-180 cv. Los componentes fundamentales son desarrollados y producidos por la propia empresa. La gran cantidad de estructuras y módulos permite producir alrededor de medio millón de variaciones de productos diferentes.

Las fábricas de tractores están situadas en Suolahti y Nokia en Finlandia, y en Mogi das Cruzes, en Brasil. La fábrica de motores Diesel de Valtra es especializada en fabricar motores para uso agrícola. Una parte considerable de la producción es entregada para otros fabricantes agrícolas y de máquinas de construcción alrededor del mundo.

12 ANEXO III – Home centers y grandes minoristas del sector de construcción civil

Razón social: LEROY MERLIN	Producto (s): Tienda de material de construcción
Actividad empresa (5)	1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista 5) Minorista
Contactos / Localización: Avenida Presidente Castelo Branco, 6061 - Sao Paulo/SP - CEP: 20730-140 Teléfono: 55 11 3471-6200 Fax : 55 11 3611-0900 Rua Domingas Galleteri Blotta, 315 - Sao Paulo/SP - CEP:04455-330 Teléfono: 55 11 5613-2500 Fax : 55 11 5677-0738 Departamento de Compras: 55 11 5670-8670 – Sr. Rommel Silveira / Sra. Eliane Leopoldo	
Comentarios adicionales: www.leroymerlin.com	
Perfil de la Empresa Leroy Merlin llegó a Brasil en el año 1998 con un nuevo concepto de construcción para los brasileños. Especialista en Bricolage, Construcción, Decoración y Jardinería, Leroy Merlin vino para ofrecer a sus clientes una variedad de productos adecuada al mercado brasileño, de cemento al picaporte del armario. Leroy Merlin comercializa más de 70.000 ítem distribuidos en 14 sectores: materiales básicos, maderas, eléctrica, herramientas, alfombras, cerámica, sanitario, tuberías, jardinería, herrajes, ordenación, pintura, decoración e iluminación. Hoy, en Brasil, Leroy Merlin cuenta con 10 tiendas, distribuidas en 6 ciudades: São Paulo, ciudad de São Caetano do Sul (Estado de São Paulo), ciudad de Campinas (Estado de São Paulo), ciudad de Ribeirão Preto (Estado de São Paulo) ciudad de Contagem (Estado de Minas Gerais), ciudad de Rio de Janeiro (Estado de Rio de Janeiro) y ciudad de Curitiba (Estado de Paraná).	

Razón social: C&C CASA & CONSTRUÇÃO	Producto (s): Tienda de material de construcción
Actividad empresa (5)	1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista 5) Minorista
Contactos / Localización: Avenida Marquês de São Vicente 2907 - 2o piso – Água Branca Teléfono: 55 11 3879-3900 / 3879-3951 Fax: 55 11 3879-3963/3996 Contacto: Sr. Valdir Parente (Gerente de Compras) – E-mail: valdirp@c-net.com.br	
Comentarios adicionales: www.c-net.com.br	
Perfil de la Empresa <p>C & C Casa & Construção es el mayor grupo minorista de materiales para construcción, reforma y decoración del Cono Sur. En total, la red cuenta con 28 home-centers padronizados en términos de visual, atendimento, servicios a los clientes y administración, dispersas por los Estados de São Paulo (Grande São Paulo, Sorocaba, São José dos Campos, Campinas, Ribeirão Preto São José do Rio Preto e Jundiaí) e Rio de Janeiro (Grande Rio de Janeiro), más una central de Televendas, un departamento de ventas exclusivo para persona jurídica y constructoras, además de la tienda virtual (www.c-net.com.br). En total, C&C dispone de un mix superior a 40 mil productos, inclusive productos de marca propia.</p> <p>C & C posee el mayor stock de pisos, azulejos, escuadras, cajillas, metales sanitarios, tintas y demás artículos para el hogar y construcción del Brasil. Son más de dos mil entregas diarias para todo el País, que en el Gran São Paulo pueden ser realizadas en hasta 48 horas. El cuadro funcional de la empresa es compuesto por más de 2.500 colaboradores y 1.500 promotores y prestadores de servicios.</p> <p>Con el objetivo de prestar el mejor atendimento posible en todas las etapas de la obra, desde el inicio del proyecto hasta el acabamiento de la construcción o reforma, y orientar el consumidor, C & C intensificó la prestación de servicios en sus tiendas, ofreciendo cursos prácticos gratuitos y la mano de obra C & C, resultado de la sociedad constructoras, que ejecutan diversos servicios de mano de obra con garantía y calidad.</p> <p>EMPRESA ENTREVISTADA POR EL EQUIPO CONSULTORES BRASIL</p>	

Razón social: CONSTRUMEGA MEGACENTER DA
CONSTRUÇÃO LTDA. – TELHANORTE

Producto (s): Tienda de material de construcción

Actividad empresa (5)

1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista
5) Minorista

Contactos / Localización:

Av. Presidente Castello Branco, 6201 – CEP: 05034-900 – São Paulo-SP
Teléfono: 55 11 3611-0266

Comentarios adicionales:

Perfil de la Empresa

Uno de los grandes *home centers* de la construcción que actúan en el mercado brasileño. La empresa es controlada por el grupo francés Saint-Gobain. Es considerada la tercera mayor red en el comercio nacional de material de construcción, con actuación concentrada en la Gran São Paulo, aunque tenga planes de expandir en la Región Sureste y Sur del país.

El grupo está en Brasil desde fines de la década del 30', pero solamente comenzó a actuar en el rubro de materiales de construcción en el año 2000, cuando se asoció a Telhanorte, creando una nueva empresa, Construmega. Desde entonces, fueron abiertas ocho tiendas y un Centro de Distribución en la ciudad de Jundiaí (São Paulo).

Razón social: CENTER CASTILHO MAT. CONST.
ACABAMENTOS LTDA.

Producto (s): Tienda de material de construcción

Actividad empresa (5)

1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista
5) Minorista

Contactos / Localización:

Av. Marechal Tito, 5699

Cep: 08115-100 - São Paulo – SP

SAC: 55 11 3721-8044

Departamento de compras: 55 11 3721-5777

Comentarios adicionales:

www.centercastilho.com.br

Perfil de la Empresa

La empresa es especializada en la comercialización de materiales diversos de construcción, acabamiento y decoración. La empresa tiene nueve tiendas en el Gran São Paulo y una unidad recién inaugurada. En el barrio Ipiranga, en São Paulo. La tienda tendrá cerca de 30 mil items para construcción de reforma de fabricantes como Suvini, Coral, Deca y Tigre, entre otros. El departamento denominado UTI de la Construcción promete envío de los materiales en pronta entrega en hasta 90 minutos.

Razón social: GRUPO AMOEDO	Producto (s): Tienda de material de construcción
Actividad empresa (5)	1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista 5) Minorista
Contactos / Localización: R. Farme de Amoedo, Lojas 107 e 109 Ipanema - CEP: 22410-020 - Rio de Janeiro-RJ Teléfono: 55 21 2287-7000 E-mail: amoedo@amoedo.com.br	
Comentarios adicionales: http://www.amoedo.com.br	
Perfil de la Empresa El grupo Amoedo es una red de empresas que está en el mercado más de 30 años, incluyendo siete tiendas, y tiene como marca principal la rapidez en la entrega de sus productos. La empresa comercializa los siguientes productos: material de construcción (artículos de cemento, artículos de hierro, tanques de agua, maderas, minerales, tejas, ladrillos), calentamiento, revestimiento, vajillas, material hidráulico, material sanitario, material eléctrico, herrajes, escuadras, químicos, pintura, utilidades domésticas, cerraduras, herramientas, camping. Estos son los servicios que Amoedo tiene para ofrecer a sus clientes: - Arquitectura: orientación técnica con relación a la elección de productos y paginaciones de ambientes. - Instalación y arreglo de calentadores y bombas hidráulicas. - Bricolage: Cursos gratuitos de "Haga usted mismo" ("Faça você mesmo", por su versión en portugués)	

Razón social: MANOEL CRISPUN MAT. CONST. LTDA.

Producto (s): Tienda de material de construcción

Actividad empresa (5)

1) Productora 2) Distribuidora 3) Importadora 4) Mayorista
5) Minorista

Contactos / Localización:

Guadalupe
Calle Francisco Portela, 330 – Rio de Janeiro/RJ - Teléfono: 55 21 3359-6161

Bangu
Avenida Brasil, 32.310 – Rio de Janeiro/RJ - Teléfono: 55 21 3332-3850

Méier
Avenida Dom Helder Camara, 5.269 – Rio de Janeiro/RJ - Teléfono: 55 21 2595-6161

Barra Home Center
Avenida das Américas, 13.100 – Rio de Janeiro/RJ - Telefax: 55 21 2487-6688

Comentarios adicionales:

www.crispun.com.br

Perfil de la Empresa

Fundada el día 10 de diciembre del año 1958, Crispun Materiais de Construção es hoy una empresa líder en ventas de materiales de construcción en el mercado de Rio de Janeiro, colocándose entre las mayores del mercado brasileño en el rubro de comercio minorista.

Su efectivo de 500 (quinientos) empleados, distribuidos por todos sus establecimientos, y su siedad con los principales proveedores del sector, le permite operar con un gran y variado número de productos en stock (cerca de 15.000 ítems), una rápida entrega y una alta competitividad en el mercado (Rio, São Paulo, Belo Horizonte, Juíz de Fora y Vitória).