




FCCE

FEDERAÇÃO DAS CÂMARAS DE COMÉRCIO EXTERIOR
FOREIGN TRADE CHAMBERS FEDERATION



Seminário Bilateral de
Comércio Exterior e Investimentos

BRASIL  **BÉLGICA/LUXEMBURGO**

30 de maio de 2005

Confiar é essencial.



No Belgo, confiança é a base para o desenvolvimento de todos os setores de atuação: seja no mercado e de suporte ao consumidor de seus diversos produtos. Pois que isso, constitui sua política de crescimento sustentável, que para os setores públicos de governo corporativo, a qualidade de produtos e serviços e, principalmente, a relação com os clientes.

Resposta, integridade e qualidade asseguram o Belgo ponto de destaque entre as melhores empresas do Rio.

Belgo. Após que geram confiança.



FCCE

**FEDERAÇÃO DAS CÂMARAS
DE COMÉRCIO EXTERIOR**

**FOREIGN TRADE CHAMBERS
FEDERATION**

**FÉDÉRATION DES CHAMBRES
DE COMMERCE EXTÉRIEUR**

**FEDERACIÓN DE LAS CÁMARAS
DE COMERCIO EXTERIOR**



Federação das Câmaras de Comércio Exterior Foreign Trade Chambers Federation

FCCE is the oldest Trade Association dedicated Exclusively to Foreign Trade activities.

Founded in 1950 by entrepreneur Joao Daudt de Oliveira (who was also the founder of the National Trade Federation five years earlier), FCCE has been in operation for over 50 years, motivating and supporting the work of Bilateral Chambers of Commerce, Foreign Consulates, Business Councils and Mixed Commissions at the federal level.

FCCE, by force of its Statute, has national scope with Regional Vice-Presidents in various states of the Federation, and also operates in the international realm through "Cooperation Convention's" established with various organizations of the highest credibility and tradition. Among these is the International Chamber of Commerce (ICC) founded in 1919, with headquarters in Paris, which has more than 80 National Committees across the five continents, in addition to running the most important "International Arbitration Court" in the world, founded in 1923.

The FOREIGN TRADE CHAMBERS FEDERATION headquarters is located at Avenida General Justo 307, Rio de Janeiro, which is also the main office of the National Confederation of Commerce (Confederação Nacional do Comércio – CNC). The FCC and the CNC have held a partnership for nearly two decades, working through the "Administrative Support Convention and Mutual Cooperation Protocol."

In the recent past, the FOREIGN TRADE CHAMBERS FEDERATION – FCCE signed an accord with the CHAMBERS OF COMMERCE COUNCIL OF THE AMERICAS, an organization representing the Bilateral Chambers of Commerce in the following countries: ARGENTINA, BOLIVIA, CANADA, CHILE, CUBA, ECUADOR, MEXICO, PARAGUAY, SURINAM, URUGUAY, TRINIDAD AND TOBAGO and VENEZUELA.

In addition to the several dozen Bilateral Chambers of Commerce affiliated with FCCE throughout Brazil, the Presidents of these Chambers of Commerce belong to the current Administration: Brazil-Greece, Brazil-Paraguay, Brazil-Russia, Brazil-Slovakia, Brazil-Czech Republic, Brazil-Mexico, Brazil-Belarus, Brazil-Portugal, Brazil-Lebanon, Brazil-India, Brazil-China, Brazil-Thailand, Brazil-Italy and Brazil-Indonesia, in addition to the President of the Brazilian Committee of the International Chamber of Commerce, the President of the Brazilian Commercial Exporting Company Association ABECE, the President of the Brazilian Railroad Industry Association ABIFER, President of the Brazilian Container Terminal Association and the President of the Mechanical Industries and Electric Material Union, among others. Also included are various Consuls and foreign diplomats, among them the Consul General of the Republic of Gabon, the Consul of Sri Lanka (formerly Ceylon) and the Trade Counselor Minister of the Portuguese Embassy.

FCCE

ADMINISTRATION FOR THE 2003/2006 TRIENNAL

President

JOÃO AUGUSTO DE SOUZA LIMA

1st Vice-President

PAULO FERNANDO MARCONDES FERRAZ

Vice-Presidents

Gilberto Ferreira Ramos

Joaquim Ferreira Mângia

José Augusto de Castro

Ricardo Vieira Ferreira Martins

Antonio Carlos M. Bonetti – São Paulo

Sohaku R. C. Bastos – Bahia

Claudio Chaves – Norte

Directors

Diana Vianna de Souza

Alberto Vieira Ribeiro

Alexander Zhebit

Alexandre Adriani Cardoso

André Baudru

Antonio Augusto de Oliveira Helayel

Arlindo Catoia Varela

Augusto Tasso Fragosso Pires

Bruno Bastos Lima Rocha

Carlos Fernando Maya Ferreira

Cassio José Monteiro França

Cesar Moreira

Charles Andrew Tang

Claudio Fulchignoni

Daniel André Sauer

Jeferson Malachini Barroso

José Paulo Garcia de Pinho

Juan Clinton Llerena

Luis Cesario Amaro da Silveira

Mariano Marcondes Ferraz

Oswaldo Trigueiros Junior

Raffaele Di Luca

Ricardo Stern

Roberto A. Nóbrega

Ronaldo Augusto da Matta

Sergio Salomão

Stefan Janczukowicz

Fiscal Council (Holders)

Dello Urpia de Seixas

Elysio de Oliveira Belchior

Walter Xavier Sarmiento

Um encontro proveitoso

A FEDERAÇÃO DAS CÂMARAS DE COMÉRCIO EXTERIOR – FCCE realizou em 30 de maio de 2005, no Rio de Janeiro, o Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Bélgica-Luxemburgo. Iniciativa privada e governo de ambas as partes apresentaram seus objetivos e discutiram formas inteligentes de cooperação e complementação econômica. Os interesses privados, as oportunidades de negócio e os esforços do governo belga na dinamização de sua economia foram apresentados pelos representantes das regiões da Valônia, de Flandres e de Bruxelas; pelo Presidente da Câmara de Comércio Belgo-Luxemburguesa-Brasileira na Bélgica; pelo Presidente do Porto de Ghent; pelo Presidente do Porto de Antuérpia e pelo Sócio-Diretor do escritório de advocacia CMS deBacker, que vieram ao Rio de Janeiro para coroar com êxito os trabalhos do Seminário. Como representante de investimento produtivo bem sucedido em território brasileiro, é preciso registrar a ilustre presença do presidente da Belgo Arcelor, cuja brilhante exposição elucidou também as vantagens de atuar no mercado nacional.

No Brasil, a atual posição cambial não favorece diretamente as exportações mas indiretamente privilegia o setor exportador, a partir da importação de insumos e componentes mais baratos e do Drawback. Independente da "maré cambial", o Brasil precisa ampliar sua eficiência logística a fim de reduzir seus custos e atuar com competitividade no mercado internacional. Nesse sentido, a eficiência dos portos belgas é o exemplo que deve seguir o Brasil em sua trajetória em busca da ampliação de saldos comerciais. Os Portos de Ghent e de Antuérpia, e sua logística integrada, aproveitam a posição central da Bélgica e sua proximidade aos países que constituem o maior PIB da união Européia.

Este terceiro Seminário realizado pela FCCE, nas palavras de um graduado representante do governo brasileiro, é "um complemento aos esforços e às negociações bilaterais que se desenvolvem em outras instâncias; uma oportunidade ímpar de reunir interesses e de traçar objetivos." De fato, a iniciativa da FCCE é uma prévia às negociações que ocorrerão em novembro, com a vinda da missão comercial do governo belga ao Brasil.

O que dizer de Luxemburgo? Além de sua importância como praça financeira internacional, abrigando, inclusive, bancos brasileiros, dá também seu exemplo ao mundo ao adquirir aviões importados do Brasil. Um mostruário do potencial tecnológico e exportador da indústria aeronáutica brasileira ao exigente mercado europeu.

Chegamos ao terceiro número de nossa revista e, com ele, a certeza de que o Brasil, sob os ditames de sua política externa universalista e não excludente é uma potência exportadora em aprimoramento. Os sucessivos saldos comerciais refletem esse poderio, mas é preciso que se entenda que por de trás do sucesso está o trabalho. Se, de um lado, está o produtor reduzindo custos e investindo em qualidade, de outro, está o governo, eliminando gargalos, fechando acordos e desobstruindo barreiras.

Boa leitura.

O EDITOR

A profitable meeting

In the Bilateral Seminar of Foreign Commerce and Investments Brazil-Belgium-Luxemburg, held by the Federation of Chambers of Foreign Commerce on May 30th of 2005, private initiative and government of both parties presented their objectives and discussed intelligent ways of cooperation and economic complementation. At the end of the encounter it remained clear: Belgium, whose ports have proven efficient logistics and is situated in a privileged position in relation to the most prosperous countries of the European Union; Luxemburg, large international financial market where Brazilian banks operate; and Brazil, exporting potency being enhanced and whose government is boosting the business activities connected to foreign commerce, are three friendly countries which have all that is necessary to decidedly increase their interchange.

APOIO



Associação de
Comércio Exterior
do Brasil - AEB

Brazilian Foreign Trade Association

Expediente

Produção

Agência Brasileira de Imprensa

Diretores: Eduardo Teixeira e

Maurice Stéphane Habib

Editor

O coordenador da FCCE

Textos e Reportagens

Elias Fajardo

José Antonio Nonato

Marlene Custódio

Projeto Gráfico, Editoração e Arte

Estopim Comunicação

Fotografia

Christina Bocayuva

As opiniões emitidas nesta revista são de responsabilidade de seus autores.

É permitida a reprodução dos textos, desde que citada a fonte.

6 ENTREVISTA

"Produzir com qualidade e tecnologia pode aumentar a exportação e debelar a inflação"

**16** ABERTURA

Longa amizade anima bons negócios num futuro próximo

20 PAINEL I

O grande potencial de comércio entre os três países

**25** PAINEL II

Parcerias Público-Privadas, um investimento seguro e rentável

27 PAINEL III

Missões realizadas e resultados esperados: a visão belga

**33** PAINEL IV

Novos rumos e conhecimento da realidade comercial

36 ENCERRAMENTO

Investir no Brasil é bom negócio

**39** OPORTUNIDADE

Brasil/Bélgica: um mercado a ser conquistado

41 EM PAUTA

Laços históricos e estratégicos

**42** CULTURA

O Leão da Bélgica

44 PANORAMA

Brasil, Bélgica e Luxemburgo: agenda comercial diversificada

**45** PARCERIA

Excelência em aço e ética nas ações

49 TURISMO

A abençoada cerveja dos mosteiros belgas

Luxemburgo: O pequeno país que deu certo

**54** TABELAS**62** CURTAS

“Produzir com qualidade e tecnologia pode aumentar a exportação e debelar a inflação”

A Associação de Comércio Exterior do Brasil – AEB tem mais de 300 empresários associados e se propõe a refletir sobre o comércio exterior, analisando os gargalos e sugerindo alternativas e soluções. Seu presidente, o economista Benedicto Fonseca Moreira, ex-presidente da Petrobrás e ex-diretor da Cacex, faz questão de dizer que os empresários do comércio exterior não são “queixadores”, mas parceiros na busca de bons negócios. Ele é um entusiasmado com o crescimento do setor e com a evolução do meio empresarial brasileiro, que quer atuar no mercado interno e externo. Por isto adverte: “é preciso melhorar custos internos e transformar uma tendência conjuntural em realidade permanente. Neste cenário, a informação é parceira estratégica.”

A AEB projeta um crescimento para 2005 de 5,3% das exportações brasileiras, sendo que as de manufaturas devem crescer 10,4%. A que devemos estes resultados?

BFM – Fizemos estimativa no começo do ano com base em parâmetros disponíveis no momento. O forte crescimento em 2004 e as condições internacionais indicavam aumento das exportações, porém em ritmo menor. Por enquanto, felizmente, erramos no diagnóstico: as exportações estão mantendo uma taxa superior e é possível chegar

ao valor em torno de 110, 112 bilhões de dólares em 2005. Mas como a economia não é solidificada, nunca se tem certeza. Apenas se pode dizer que a exportação deverá crescer esse ano, ainda a taxas elevadas.

Tradicionalmente, quando esquentam as vendas no país, os empresários tendem a dar menos importância às exportações. Em 2004 isto não aconteceu e eles ampliaram a produção com vistas a exportar. O que o senhor acha disto?







“O empresário brasileiro sabe que hoje o mercado é o somatório do interno com o externo”

BFM – Isso ocorre tradicionalmente, mas está havendo amadurecimento do empresário nacional. Ele sabe que hoje o mercado é o somatório do interno com o externo, investe em tecnologia e escala, portanto, não pode ficar limitado ao mercado interno; o horizonte é mais amplo. O grande estrangulamento são as barreiras internas, o chamado “custo Brasil”. O exportador, sobretudo pequeno e médio, não agüenta a elevação dos custos, agravada pela valorização do real diante do dólar. A desvalorização que ocorre compensava parte do custo interno. À medida que a moeda se valoriza, as empresas menores se voltam para o mercado interno para sobreviver. De modo geral, o setor empresarial procura se manter no externo; isso porque o mercado interno não tem dimensão para absorver toda a sua produção; outros incorporaram modernas tecnologias, com saltos na escala de produção; alguns têm contratos no exterior e não querem rompê-los.

O principal mercado do Brasil, com cerca de 24%, é a União Européia, seguido dos Estados Unidos com 21%. Como vê esse cenário?

BFM – Esta concentração é uma tradição brasileira. Já foi maior. Esses mercados já

absorveram 60%, ou mais, da nossa exportação. O Brasil cresceu muito para os demais mercados da Ásia, América do Sul, Oriente Médio e África. Está havendo uma positiva e paulatina diversificação de mercado, um trabalho do ministro Luiz Fernando Furlan diretamente e via APEX. Mas a concentração de mercados pode ser explicada na composição da pauta de exportação, majoritariamente de *commodities* demandadas pelos mercados desenvolvidos. Mas a diversificação está ocorrendo, o que é positivo.

Que importância e significação têm nossos negócios com a Bélgica e Luxemburgo?

BFM – São dois mercados importantes. As importações giram em torno de 500 a 600 milhões de dólares por ano; as exportações são mais ou menos o dobro. Não se deve olhar os países europeus isoladamente, mas como área econômica de mercado integrado. Muitas vezes a estatística indica Bélgica ou Holanda, mas é trânsito. Mercadorias consignadas para os portos de Antuérpia, na Bélgica, ou Roterdã na Holanda, vão para a Alemanha, Rússia, Itália. Deve-se olhar a Europa, sobretudo Ocidental, como um todo.

A exportação é determinante na sustentação do crescimento e o nosso sistema é de taxas de câmbio flutuantes. Explique a importância dos saldos comerciais para a economia brasileira.

BFM – A taxa de câmbio flutuante é um sistema muito melhor do que o que se praticava antigamente. O Brasil é uma economia aberta, com crescente inserção internacional, engajado nos compromissos e regras da OMC. A abertura econômica com inserção internacional deve ser vista como permanente e estratégica; instrumento de desenvolvimento econômico e não fator negativo à produção nacional. Assim, a exportação torna-se também política estratégica de caráter hegemônico. Se não houver capacitação competitiva para que as exportações cresçam permanentemente, há riscos. É preciso arrumar a casa para que a exportação cresça a taxas superiores àquelas da importação. Se não ocorrer, haverá vulnerabilidade externa e futuras crises cambiais.

Para que o Brasil possa exportar mais e ampliar a abertura econômica é preciso resolver questões como burocracia pesada, gargalos logísticos e sistema tributário oneroso. Como modificar positivamente esta realidade?

BFM – Política cambial de taxas flutuantes significa dizer que a taxa pode subir ou descer. É preciso, portanto, ter política que reduza custos e eleve a capacidade de competição de modo a neutralizar eventuais movimentos de valorização artificial da moeda.

Estávamos competindo bem com taxa desvalorizada, acima de três reais por dólar. Com o real mais valorizado em relação ao dólar, perdemos parte da competitividade. Os empresários reclamam e pedem a desvalorização do real, enquanto o governo resiste porque a taxa é flutuante. Seria recomendável, além de inteligente reforma do sistema cambial, atacar os fatores que oneram a exportação. Há várias propostas indicando os que podem ser eliminados de modo a que se reduza de 15 a 18% os custos dos exportadores e, com isso, se reequilibraria a capacidade de competição com o real valorizado. Essa seria uma política sadia que manteria um ritmo forte de crescimento da exportação auto-sustentável.

O real valorizado pode significar melhoria macroeconômica. Há quem prefira o dólar mais valorizado. Isto afeta nosso comércio exterior?

BFM – Já está afetando. Não de imediato o setor agrícola, que exporta em escala, como também alguns setores com maior produtividade por incorporações de tecnologia e aqueles com regimes aduaneiros especiais. Acontece que muitas empresas aumentam a importação para reduzir custos, afetando o nível de emprego interno, o que é um contra-senso em termos de política de governo. As pequenas e médias empresas que o governo faz grande esforço para incluir na exportação estão sendo prejudicadas. No setor calçadista ou em alguns segmentos têxteis é grande o número de empresas pequenas e médias saindo da exportação porque não conseguem sustentar o preço. A única alternativa é mexer nos custos internos. O sistema tributário brasileiro onera a exportação. É o ônus do PIS/Cofins para alguns setores,

IPI para outros, além da pesada carga do ICMS e de dezenas de taxas e muitas contribuições sociais. Some-se a burocracia documental tributária; a tramitação de papéis e documentos nos bancos; a deficiência do sistema de transporte. No mundo atual, em geral, exige-se que o exportador venda nas condições CIF ou D.D.P. Isto é, mercadoria colocada no estabelecimento do importador. A pequena e a média empresa não têm condição de atender tal exigência, salvo por meio de operadores multimodais de transporte. No caso, existem dois problemas: primeiro, o multimodalismo no Brasil depende do Conselho Nacional de Política Fazendária – CONFAZ aprovar a não incidência do ICMS; e, segundo, eliminar a cobrança do imposto de renda sobre as remessas para o pagamento dos custos, no exterior, com desembaraço e transporte das mercadorias.

A competitividade brasileira está limitada por diversas medidas factíveis, dependentes de decisão do governo. Acredita-se ser o atual superávit comercial auto-sustentável quando grande parte dele é conjuntural.

Leis que regulamentam as exportações são necessárias para diminuir as incertezas do mercado, entretanto seu sucesso dificulta o entendimento dos procedimentos. Como lidar com isto?

BFM – O Brasil é reconhecidamente exagerado. Tem excesso de leis, de decretos, de normas executivas, de ministérios. É um país controlador, por formação e cultura.

Com a abertura econômica e compromissos internacionais assumidos, precisamos maximizar a capacidade de competição. No comércio exterior existem mais de 300 leis e 600 decretos, cerca de 3.000 atos executivos e 18 ministérios baixando atos que se conflitam. Os empresários ficam tontos, não sabem com quem falar e como falar. Mesmo porque, em país organizado, o empresário não precisa, a toda hora, estar falando com pessoas do governo. Deve saber as normas, diretrizes e deveres e merecer certa confiabilidade. É preciso que as pessoas sejam mais respeitadas, que o governo dê mais liberdade e puna com rigor o descaminho. Por exemplo, a Receita Federal baixou a Instrução Normativa nº 455 com o sadio

objetivo de melhor controlar o descaminho, mas acabou por gerar enorme burocracia. Vivemos na era da informatização e é preciso usá-la como instrumento de trabalho. Foi criada a taxa de utilização do Siscomex na importação cuja arrecadação, em 2004 e 2005, ultrapassa o valor de R\$ 100 milhões, que daria para modernizar todo o sistema de controle e acompanhamento da importação e da exportação, inclusive para criar o Siscomex de Serviços, de importância determinante para orientar e facilitar a política para o setor, além de subsídio indispensável às negociações internacionais.



“Acredita-se ser o atual superávit comercial auto-sustentável, mas grande parte é conjuntural”

As altas taxas de juros criam sensações positivas no controle da inflação, mas podem ter efeitos negativos, afetar a exportação e estimular importações. É possível conviver com isso?

BFM – O governo faz um esforço meritório para reduzir a pesada dívida interna, por outro lado adota uma política que eleva os juros e a própria dívida interna. Não acredito no combate à inflação apenas por meio da taxa de juros. Isso é apropriado numa economia organizada, com pleno emprego e alta tecnologia. Nós somos subdesenvolvidos. A inflação no Brasil tem muitas faces e o próprio governo, por meio dos preços ad-

ministrados, faz inflação. Há inflação decorrente do baixo nível de produtividade, consequência do baixo nível educacional, com pressão para o “carritismo”. Não se usa a infraestrutura é ruim porque somos subdesenvolvidos ou se somos subdesenvolvidos porque temos uma infra-estrutura ruim. Isto cria uma tendência à concentração de atividades nos grandes centros. O país é muito grande e precisa ser desconcentrado. Além disto, com a infra-estrutura inadequada, obriga-se a indústria e o comércio a operarem com estoques elevados. O Banco Mundial calcula que o estoque médio na indústria brasileira é 300% acima do dos Estados Unidos e da Europa. É um custo brutal para a economia e cria pressão adicional para empréstimos no sistema bancário, para sustentar estoques de matéria-prima.

A inflação não vai ser debelada apenas por meio dos juros elevados. Em país subdesenvolvido, as pessoas têm necessidades básicas de consumo de bens e serviços. A realidade estrutural há de ser corrigida, portanto, com a maximização da produção e da oferta, que é ainda limitada porque o Estado condiciona a iniciativa privada. A pesada burocracia brasileira para o produtor, sobretudo porque a quase totalidade é constituída de micro, pequenas e médias empresas, induz a troca do investimento para produzir pela aplicação no mercado financeiro onde se consegue rentabilidade maior. Ao invés da dogmatização do controle da demanda, que existe há 20 anos, é preciso dogmatizar a necessidade de aumentar oferta. A massificação da produção com qualidade, incorporando tecnologia, parece ser o caminho mais lógico para debelar a inflação e consolidar o crescimento da exportação.

“A informação é arma da sociedade, o alimento, a sustentação da liberdade”. O senhor escreveu isto e afirmou que, para o comércio exterior, ela é fundamental. Por quê?

BFM – A vida moderna é complexa e os meios de comunicação fornecem informações fundamentais. Quem não é bem informado não tem mais condições de gerir seus negócios. A informação é um instrumento estratégico de tomada de decisões empresariais, inclusive para o próprio governo.

"To produce with quality and technology can increase exportation and combat inflation"

The Foreign Commerce Association of Brazil – AEB has more than 300 businessmen associated and proposes to reflect on foreign commerce, analyzing the bottlenecks and suggesting alternatives and solutions. Its president, economist Benedicto Fonseca Moreira, ex-president of Petrobras and ex-director of Cacex, insists on saying that the foreign commerce businessmen are not "complainers" but partners in the search for good business. He is enthusiastic with the sector growth and with the evolution of the Brazilian business medium that wishes to operate in the domestic and foreign markets. For this he alerts: "It is necessary to improve internal costs and transform a tendency of conjuncture into a permanent reality. In this scenario, information is a strategic partner."

AEB projects a growth for 2005 of 5.3% for the Brazilian exports, being that those of manufacture should increase 10.4%. To what do we owe these results?

BFM – We made an estimate at the beginning of the year based on parameters available at that moment. The strong growth in 2004 and the international conditions indicated an increase of the export, however, in a lower rhythm. For the present, fortunately, we made a mistake in the diagnosis: the exports are maintaining a higher rate and it is possible to achieve an amount of around 110, 112 billion dollars in 2005. But as the economy is not solidified, one is never certain. One can only say that exportation should increase this year still at high rates.

Traditionally, when Sales heat up in the country, the businessmen tend to give less importance to exports. This did not happen in 2004 and they amplified production with the aim of exporting. What do you think of this?

BFM – This occurs traditionally, but the national businessman is maturing. He knows that today the market is the sum of the domestic with the foreign, he invests in technology and scale, therefore he cannot be limited to the domestic market: the horizon is wider. The great strangulation is the internal barriers, the so called "Brazilian cost". The exporter, especially the small and medium one, cannot support the rising costs aggravated by the valorizing of the real in face of the dollar. The devaluation that occurred compensated part of the internal cost. In the measure in which the currency is valorized, the smaller

companies return to the domestic market to survive. In a general way the business sector seeks to keep itself in the foreign one, some because the domestic market does not have the dimension to absorb all of its production, others incorporate modern technologies with jumps in the scale of production; some have contracts abroad and do not wish to break them.

The principal market of Brazil with close 24% is the European Union, followed by the United States with 21%. How do you see this scenario?

BFM – This concentration is a Brazilian tradition. It was greater. These markets have already absorbed 60%, or more, of our exports. Brazil grew a lot for the other markets of Asia, South America, Middle East and Africa. A positive and gradual diversification of the market is taking place, the work of Minister Luiz Fernando Furlan directly and via APEX. But the concentration of markets can be explained in the composition of the list of exports, mostly commodities demanded by the developed markets. But diversification is taking place, which is positive.

What importance and significant has our business with Belgium and Luxemburg?

BFM – They are two important markets. The imports turn around 500 to 600 million dollars per year; the exports are more or less double. One should not look at the European countries separately but as an economic area of an integrated market. Many times statistics indicate Belgium or Holland but it is transitory. Merchandise consigned to the ports of Antwerp

in Belgium or Rotterdam in Holland is going to Germany, Russia and Italy. One should look at Europe, above all the West, as a whole.

Exportation is determinant in the sustaining of the growth and our system is of floating Exchange rates. It explains the importance of the commercial balances for the Brazilian economy.

BFM – The floating Exchange rate is a much better system than what was practiced in the past. Brazil is an open economy with increasing international insertion engaged in the undertakings and rules of the OMC. The economic opening with international insertion must be seen as permanent and strategic, an instrument of economic development and not a negative factor to the national production. Thus exportation also becomes a strategic policy of hegemonic character. If there is not competitive capacity for the exports to permanently increase, there are risks. It is necessary to clean the house so that exports increase at rates higher than those of importation. If it does not take place there will be external vulnerability and future exchange crises.

For Brazil to be able to export more and expand the economic opening it is necessary to solve questions such as heavy bureaucracy, bottleneck logistics and onerous tax system. How can one positively modify this reality?

BFM – Exchange policy of floating rates means to say that the rate can go up or down. Therefore it is necessary to have a policy that reduces costs and raises the capacity of competition so as to neutralize eventual movements of artificial valorization of the currency.

We were competing well with a devaluated rate, above three reais per dollar. With the real more valorized in relation to the dollar we lost part of the competitiveness. The businessmen complain and ask for the devaluation of the real, whilst the government resists because the rate is floating. Apart from intelligent it would be recommendable to reform the Exchange system, attack the factors that burden the exports. There are various proposals indicating those that can be eliminated so as to reduce the costs of the exports by 15 to 18% and with this the capacity of competition would be re-balanced with the real valorized. This would be a healthy policy

that would maintain a self-sustainable strong rhythm of growth of exportation.

The valorized real can mean macroeconomic improvement. There are those who prefer the dollar more valorized. Does this affect our foreign commerce?

BFM – It is already affecting it. Not immediately the agricultural sector, which exports in scale, as also some sectors with greater productivity from incorporation of technology and those with special customs regimes. It so happens that many companies increase exports to reduce costs, affecting the level of domestic employment, which is counter sense in terms of the government policy. The small and medium companies that the government makes great efforts to include in the exportations are being prejudiced. In the footwear sector or in some textile segments the number of small and medium companies leaving exportation is great because they cannot manage to sustain the price. The only alternative is to deal with the internal costs. The Brazilian tax system burdens exportations. It is the onus of the PIS/Cofins for some sectors, IPI for others, apart from the heavy burden of the ICMS and the dozens of taxes and many social contributions. Add to this the tax documental bureaucracy: dealing with papers and documents in the banks and deficiency of the transport system. In the current world, in general, it is demanded that the exporter sells in the conditions of CIF or D.D.P. that is, merchandise placed in the establishment of the importer. The small and medium company does not have conditions to satisfy such demand except by means of multimodal transport operators. In this case there are two problems: first, multimodalism in Brazil depends on the National Council of Finance Policy – CONFAZ to approve the non application of the ICMS; and, second, to eliminate the charging of the income tax on remittances abroad for the payment of the costs for clearance and transport of the merchandise.

Brazilian competitiveness is limited by diverse factual measures, dependent on the decision of the government. The current commercial superavit is believed to be self-sustainable when a large part of it is of conjuncture.

Laws that regulate the exportations are necessary to reduce the uncertainties of the market; however, their success makes the understanding of the procedures difficult. How can one deal with this?

BFM – Brazil is recognizably exaggerated. It has an excess of laws, decrees, and executive norms from ministries. It is a controlling country by formation and culture. With the opening economic and international undertakings assumed, we need to maximize the capacity of competition. In foreign commerce there are more than 300 laws and 600 decrees, close on 3,000 executive acts and 18 ministries issuing acts that are conflicting. The businessmen are dizzy: they do not know who to talk to and how to talk. Even because in an organized country the businessman does not need to be talking to people in the government all the time. He must know the norms, directives and duties and deserve a certain trust. It is necessary for the people to be respected more, that the government should give more freedom and rigorously punish embezzlement. For example, the Federal Income issued Normative Instruction nº 455 with the healthy objective of improving the control of embezzlement, but ended up creating enormous bureaucracy. We live in an era of computerization and it is necessary to use it as a work instrument. The tax for the use of Siscomex in importation was created, whose payment in 2004 and 2005 went beyond the amount of R\$ 100 million, which would be enough to modernize the whole system of control and accompanying of the importations and exportations, including to create Siscomex Services, of determining importance to orientate and facilitate the policy for the sector, apart from the indispensable subsidy to the international negotiations.

The high interest rates create positive sensations in the control of inflation but can have negative effects, to affect the exportations and to stimulate importations. Is it possible to live with this?

BFM – The government makes a meritorious effort to reduce the heavy domestic debt, on the other hand it adopts a policy that raises interest and the very domestic debt. I do not believe in the combat of inflation only by means of interest rates. This is appropriate in

an organized economy with full employment and high technology. We are underdeveloped. Inflation in Brazil has many faces and the very government, by means of administered prices, makes inflation. There is inflation resulting from the low level of productivity consequence of the low educational level, with pressure for the paternalism. I do not know if the infrastructure is bad because we are underdeveloped or if we are underdeveloped because we have bad infrastructure. This creates a tendency to concentration of activities in the large centers. The country is very large and needs to be de-centralized. Apart from this, with inadequate infrastructure, industry and commerce is obliged to operate with high stocks. The World Bank calculates that the average stocks in Brazilian industry are 300% above that of the United States and Europe. It is a brutal cost to the economy and creates additional pressure for loans from the bank system to sustain stocks of raw materials. Inflation is not going to be overcome only by means of high interest. In an underdeveloped country people have basic needs for consumer goods and services. The structural reality has to be corrected, therefore, with the maximizing of production and offer, which is still limited because the State conditions private initiative. The heavy Brazilian bureaucracy for the producer, above all because almost the totality is constituted of micro, small and medium companies, induces the exchange of investment to produce for application in the financial markets where one gets greater profitability. Instead of the dogmatizing of the control of demand, which has existed for 20 years, it is necessary to dogmatize the need to increase the offer. Mass production with quality incorporating technology seems to be the most logical route to reducing inflation and consolidating the growth of exportation.

“Information is the arm of society, food the sustaining of liberty”. You wrote this and stated that for foreign commerce it is fundamental. Why?

BFM – Modern life is complex and the means of communication provide fundamental information. Whoever is not well informed has no more conditions to manage his business. Information is a strategic instrument of business decision making, including for the very government.



www.desenvolvimento.gov.br

www.aprendendoaexportar.gov.br

www.portaldoexportador.gov.br

100 bilhões de dólares exportados.

Um recorde do Brasil,
uma conquista dos brasileiros.

**Ministério do Desenvolvimento,
Indústria e Comércio Exterior**



SEMINÁRIO BILATERAL DE COMÉRCIO EXTERIOR E INVESTIMENTOS BRASIL-BÉLGICA/LUXEMBURGO

30 de Maio de 2005

Local: Av. General Justo nº 307 (sede da CNC)
RIO DE JANEIRO

PROGRAMA

14:00h Sessão Solene de Abertura

Presidente da Sessão: João Augusto de Souza Lima –
Presidente da Federação das Câmaras de Comércio Exterior –
FCCE

Pronunciamentos: Embaixador Marc Franck – Consu-Geral da
Bélgica no Rio de Janeiro

Marie Cristiane Meyers – Consu-Honorário do Grão-Ducado de
Luxemburgo

Componentes da Mesa

Márcio Fortes de Almeida – Ministro de Estado, Interino, do
Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Michel Ardui – Consu-Geral da Bélgica em São Paulo

Raoul Grossmann – Presidente da Câmara de Comércio e
Indústria Brasil-Bélgica/Luxemburgo

Alain De Waele – Presidente da Câmara de Comércio Belgo-
Luxemburguesa Brasileira na Bélgica

Theóphilo de Azeredo Santos – Presidente da Câmara de
Comércio Internacional - CCI

Senador Bernardo Cabral – Consultor Jurídico da CNC

Phillipe Tasso de Saxe-Coburgo e Bragança – Membro-Titular
do Conselho Superior da FCCE

14:30h PAINEL I: O Estado Atual das Relações Comerciais Brasil-Bélgica/ Luxemburgo

Presidente do Painel: Raoul Grossmann – Presidente da
Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Bélgica/Luxemburgo

Moderador: Gustavo Affonso Capanema – Diretor do Conselho
Superior da FCCE

Expositores:

Carlo Panunzi – Presidente da BELGO-ARCELOR

Yves Jadoul – Presidente da Câmara Belgo/Luxemburguesa
Brasileira de São Paulo

Edson Lupatini Junior – Diretor do Departamento de Comércio
Exterior – DECEX – MDIC

André Baudru – Conselheiro de Comércio Exterior de S.M. O Rei da
Bélgica

Debates com o Plenário


15:00h PAINEL II: Oportunidades de Investimentos e as PPP's (Infraestrutura: Energia e Obras Públicas)

Presidente do Painel: André Baudru – Conselheiro de
Comércio Exterior de S.M. O Rei da Bélgica

Moderador: Laura Veloso – Chefe da Assessoria Especial da
Casa Civil da Presidência da República

Expositores:





Arthur Pimentel – Coordenador-Geral dos Programas de Exportação do MDIC
Antonio José Alves Junior – Chefe da Assessoria Econômica do Ministério do Planejamento

Debates com o Plenário

16:00h Coffee-Break (brunch)

16:30h PAINEL III: Missões Realizadas e Resultados Esperados

Presidente do Painel: Ministro Hélio Magalhães de Mendonça – Chefe-substituto do Departamento da Europa - MRE

Moderador: Fabio Martins Faria – Diretor do Departamento de Planejamento e Desenvolvimento do Comércio Exterior

Expositores:

Bernard Fierens Gevaert – Representante da Região de Bruxelas

Pierre Goffin – Representante da Região da Valônia

Raymond Van de Putte – Representante da Região de Flandres

André Bianchi – Diretor de Regulamentação da Telemar

Debates com o Plenário

17:15h PAINEL IV: Êxitos e Problemas – A Visão Empresarial

Presidente do Painel: Embaixador Paulo Pires do Rio – Membro Titular do Conselho Superior da FCCE

Moderador: Sérgio Salomão – Presidente da ABRATEC

Expositores:

Jean-Marie De Backer – Presidente do Grupo CMS DeBacker

Raymond Van de Putte – Presidente do Porto de ANTUÉRPIA

Daniel Termont – Presidente do Porto de GHENT

Debates com o Plenário

18:30h Sessão de Encerramento

Pronunciamento:

Marcio Fortes de Almeida – Ministro de Estado, interino, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC

Ministro Hélio Magalhães de Mendonça – Chefe-substituto do Departamento da EUROPA – MRE

Embaixador Paulo Pires do Rio – Membro Titular do Conselho Superior da FCCE

Senador Bernardo Cabral – Consultor da Presidência da CNC

Embaixador Marc Franck – Consul-Geral da Bélgica no Rio de Janeiro

Marie Cristiane Meyers – Consul-Honorário do Grão-Ducado de Luxemburgo

Michele Ardui – Cônsul-Geral da Bélgica em São Paulo

Raoul Grossmann – Presidente da Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Bélgica/Luxemburgo

Alain De Waele – Presidente da Câmara de Comércio Belgo-Luxemburguesa Brasileira na Bélgica

Sérgio Salomão – Presidente da ABRATEC



A solenidade de abertura do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos foi prestigiada com a presença de ministros, embaixadores

Longa amizade anima bons negócios num futuro próximo

Parceiros tradicionais, Brasil, Bélgica e Luxemburgo, trocam informações em busca de novas oportunidades

Países que mantêm laços comerciais desde a década de 1920, Brasil, Bélgica e Luxemburgo procuram aprofundar o conhecimento mútuo e pensar novas fórmulas de desenvolver e ampliar os investimentos. Na sessão de abertura do *Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos*, todos os oradores salientaram a importância dessa aproximação num momento em que o cenário mundial é favorável ao comércio exterior em que

o Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e do Comércio Exterior traça uma política de busca de parceiros alternativos e de reforço dos laços com os tradicionais. As vantagens de um estreitamento das relações comerciais com a União Européia nesse campo são inegáveis já que esse mercado absorve, atualmente, 25% das exportações e responde por 25% das importações brasileiras.



e representantes da Bélgica e Luxemburgo

Marc Franck

Cônsul-Geral da Bélgica no Rio de Janeiro

O Embaixador Marc Franck, há três anos servindo como cônsul-geral da Bélgica no Rio de Janeiro, é um entusiasta do potencial econômico do Brasil e da possibilidade de grandes negócios com a Bélgica. Em seu pronunciamento na sessão solene de abertura do *Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil – Bélgica/Luxemburgo*, Franck destacou os laços de amizade que unem os dois países e sua confiança no avanço de grandes negócios em futuro próximo.

O Brasil tem percorrido e, agora, nos três anos de governo Lula, uma trajetória de estabilidade que ninguém pode desmentir. Por seu vigor econômico, sua solidez nos fundamentos e suas conquistas sociais, o Brasil tem despontado como líder regional. O Brasil é um país para o qual os olhos do mundo estão voltados.

Este seminário da Federação das Câ-

maras de Comércio Exterior acontece num momento duplamente importante, quando o Brasil busca parceiros alternativos e reforça laços tradicionais, através desses contatos, reata um diálogo com os países chamados clássicos, como a Bélgica. A Bélgica tem uma relação tradicional com o Brasil desde 1920, quando o rei Alberto I e sua esposa, a Rainha Elisabeth, aqui estiveram. Essa foi a primeira visita de um chefe de estado europeu ao Brasil. Para marcar a ocasião, os brasileiros, com muita delicadeza, batizaram uma das principais ruas do Rio de Janeiro com o nome de Rainha Elisabeth; homenagem que se mantém até hoje, quase um século depois, e da qual muito nos orgulhamos.

De uma maneira geral, as relações comerciais entre o Brasil e a Bélgica são crescentes, e atingiram, no último ano, aproximadamente três bilhões de dólares. As exportações do Brasil para a Bélgica são, sobretudo, de produtos alimentícios, têxteis, calçados e minerais. A grosso modo, para melhor entender o papel da Bélgica

no âmbito do comércio exterior brasileiro, é importante saber primeiramente que a Bélgica representa 3,4 % do comércio exportador mundial. Esta cifra enorme é mais da metade da totalidade das exportações da China.

Como isso é possível para um pequeno país de 10 milhões de habitantes? É possível porque a Bélgica além de exportar sua produção, importa do mundo inteiro e reexporta para 25 países da Europa, detendo 3,4% dessas transações no âmbito da União Européia. Uma cifra exemplar.

O crescimento das importações brasileiras providas da Bélgica acontece especialmente em três itens: têxteis, pérolas e calçados.

Os nossos investimentos no Brasil remontam a 1920 com a instalação da Belgo Mineira. Hoje há outros projetos como, por exemplo, o da criação de uma hidroelétrica no rio Tocantins com a Vale do Rio Doce, que representa um investimento de 250 milhões de euros.



Marc Franck acredita no avanço das negociações comerciais entre Brasil e Bélgica.



Marie Christiane Meyers fala da importância de Luxemburgo como centro financeiro mundial.

Alain de Waele

Presidente da Câmara de Comércio Belgo-Luxemburguesa-Brasileira, na Bélgica

Alain de Waele, presidente da Câmara de Comércio Belgo-Luxemburguesa-Brasileira, defendeu duas ideias essenciais para o desenvolvimento das relações entre os três países.

A primeira é a necessidade de se estabelecer uma ponte entre as nações; fazer com que se conheçam melhor. Segundo ele, ainda nos dia de hoje, a imagem do Brasil na Bélgica ou em qualquer outro país da Europa é reduzida à cidade do Rio de Janeiro, ao Carnaval e, certamente, à

de um país que é um grande produtor de alimentos. Diz-se que o Brasil é o celeiro do mundo (*potager du monde*) mas essa imagem é ainda insuficiente e não faz justiça aos outros setores da atividade produtiva, às empresas e, sobretudo, à força de trabalho e à *expertise* brasileira.

A Bélgica, por sua vez, é um país apenas conhecido pela capital, Bruxelas, sede da UE, e constantemente, por uma conotação de legisladora, de interventiva. Essa imagem não corresponde à importância desse pequeno país, hoje um dos maiores exportadores do mundo.

"Esta ponte que permita aos dois países melhor se conhecerem é que devemos

construir. Para isso, precisamos de um programa de ação e, creio, ainda este ano, criaremos uma boa perspectiva neste sentido com a chegada ao Brasil, no próximo mês de novembro, da missão comercial belga. Tenho certeza de que, com essa visita, teremos uma oportunidade importante para os dois países mostrarem suas imagens mais precisas, mais próximas da realidade."

A segunda ideia defendida é a necessidade de se estabelecer relações entre as pessoas; entre brasileiros e belgas, para que se conheçam melhor. Fazer contato pessoal para melhor negociar. Sem que cada lado conheça as especificidades do outro, não podem haver bons negócios.

A Bélgica é desconhecida porque tem uma população muito pequena. O número de habitantes da Bélgica é igual ao do Rio de Janeiro e sua extensão territorial é a mesma que vai da praia do Leblon ao Norte do Estado do Rio. É um país minúsculo; mas este país tem de tudo, tem *expertise* e esta *expertise* está ligada à *expertise* do Brasil em muitas associações bem sucedidas. Podemos melhorar, e muito, esta relação.

Helio Magalhães de Mendonça

Chefe-substituto do Departamento da Europa no MRE

"O Departamento da Europa no Ministério das Relações Exteriores tem como finalidade organizar as relações políticas da Europa para o Brasil.

O Brasil não foi só descoberto e colonizado pelos portugueses, mas recebeu, a partir da segunda metade do Século XIX, muitas levas de imigrantes do Velho Mundo, sendo possível hoje encontrar em nosso território comunidades de todos os países europeus.

Lembramo-nos sempre, das mais importantes: portugueses, espanhóis e italianos, mas não podemos esquecer as menores, como ucranianos, lituanos, etc. Isso, evidentemente, cria vínculos, laços culturais muito profundos entre o Brasil e a Europa. Laços que foram, ao longo do século XX, se expressando

em grandes vínculos comerciais e de investimentos.

Hoje, só a União Européia absorve 25% das exportações e 25% das importações brasileiras, sendo o nosso segundo parceiro comercial. O comércio entre o Brasil e a UE atinge a cifra de 150 bilhões de dólares.

Essas poucas idéias dão aos senhores uma visão da importância das relações entre os dois países. Importância no sentido político, que vai além de laços imediatos, por criarem laços de ordem emocional; importância também no sentido dos interesses que existem entre o Brasil e a Europa.

Isso faz com que este seminário seja de grande importância, porque permitirá um aprofundamento do conhecimento mútuo, uma avaliação do que já foi e vem sendo feito no plano dos negócios entre Brasil, Bélgica e Luxemburgo, e nos permitirá pensar em novas formas de desenvolver e ampliar os investimentos.

Quero agradecer à Federação das Câmaras de Comércio Exterior pelo convite para participar desta solenidade de abertura e também para presidir a um dos painéis deste seminário, o que é uma oportunidade sempre honrosa para mim, como pessoa e como representante do Ministério das Relações Exteriores."

Marie Christiane Meyers

Cônsul-honorária do Grão-Ducado de Luxemburgo

Luxemburgo, apesar de pequeno, deu grande contribuição para o desenvolvimento do Brasil, coisa que poucos brasileiros sabem. A siderurgia dominou a vida econômica e social de Luxemburgo, de 1870 a 1975, e a Cia. Siderúrgica Belgo Mineira, instalada em Minas Gerais na década de 1920 do século passado, apesar do nome, pertencia à ARBED, que foi o primeiro projeto de siderurgia integrada na América do Sul. Luxemburgo é um centro financeiro mundial; abriga 250 bancos estrangeiros – entre eles diversos bancos brasileiros, como Banco do Brasil, Safra, Bradesco e Unibanco – e está aberto a empresas brasileiras, inclusive no setor bancário e financeiro.



Alain de Waele destacou a importância do maior conhecimento entre as nações.

O intercâmbio também é grande no setor de aviação. A Lux-Air, companhia aérea nacional, tem hoje quase metade da frota composta por jatos da Embraer. É o pequeno e rico Luxemburgo comprando alta tecnologia deste grande Brasil. Sem esquecer o que Luxemburgo tem a oferecer por sua privilegiada situação geográfica, no coração da Europa: belezas naturais, cultura, infra-estrutura hoteleira, estabilidade econômica e política, alta qualidade de vida. É o país com a maior renda *per capita* do mundo.

Um dos idealizadores e fundadores da União Européia, Luxemburgo ocupa, até junho deste ano, a presidência da UE e durante todo este período esteve muito voltado para os problemas que o bloco vem enfrentando. Para finalizar, trago uma boa notícia: no ano que vem estaremos recebendo uma missão econômica luxemburguesa. Conto com o apoio da Câmara de Comércio para organizar esse encontro. Sucesso a este seminário e obrigada pela atenção de todos!

Long friendship animates good business in the near future.

At this time in which the world conjuncture widely favors international commerce and in Brazil the Ministry of Development, Industry and Foreign commerce is executing a policy of seeking alternative partners and reinforcement of the ties with the traditional ones, the advantages of tightening relations with the countries of the European Union are undeniable. In this market that currently absorbs 25% of the exports and responds for 25% of Brazilian imports, Belgium and Luxemburg, two exceptional economies, must be the priority targets of Brazilian foreign commerce. Belgians and Luxemburgers, in turn, must not ignore the great economical potential of Brazil, country of wide and diversified productive spectrum that supplies them from cultivated pearls to jet aircraft.

Relações atuais

O grande potencial de comércio entre os três países

Empresários e autoridades destacam as possibilidades de crescimento das relações comerciais entre Brasil, Bélgica e Luxemburgo

“A diferença entre os empresários europeus e os de outros países é que os europeus levam um tempo mais longo para tomar decisões, mas quando se decidem eles vêm para o Brasil como imigrantes, adotam a terra onde vão investir, e não se comportam como investidores oportunistas”.

Esta foi uma das principais afirmações de Yves Jadoul, presidente da Belgalux, a Câmara de Comércio e Indústria Belgo/Luxemburguesa e Brasileira, no primeiro painel do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Bélgica/Luxemburgo, realizado em maio de 2005, na sede da Confederação Nacional de Comércio – CNC, no Rio de Janeiro.

O painel procurou refletir sobre o estado atual das relações comerciais entre os três países e foi presidido por Raoul

Investimentos e presença Brasileira na Bélgica e no Luxemburgo

Brazilian investments and presence in Belgium and Luxembourg



Investimentos e presença Belga no Estado de São Paulo

Belgian investments and presence in São Paulo State



Carglux	Sibelco	Etex Group
Cebi Brasil Ltda – Eth	Dujardin	Barco
Arcelor	Fortis	Fademac
Cimaf	Evolukit	Parafix
Bekaert	Packo	Kip'ing
Katoen Natie	Packo Plurinox	Ecu Line
Propiso	Solvay	Sonaca
Umicore	Perdidos do Brasil LTDA	Eurodear
Sogem	Dacarto Bervic	UCB
OM Group	SRW	De Smet
Prodatta Systems	Prayon	AGFA
Puratos	Fosbrasil	Acalântis Rec. Humanos
Danly	Grupo van Parijs	Elvepe
Unimin	Keppel Corporation	Honey Murcott
Saint-Gobain	Seghers Keppel	

Algumas das mais importantes empresas brasileiras estão presentes na Bélgica e em Luxemburgo e, no estado de São Paulo, impressiona a presença de firmas belgas.

Grossman, presidente da Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Bélgica/Luxemburgo, tendo como moderador Gustavo Affonso Capanema, diretor do Conselho Superior da FCCE, e como expositores Yves Jadoul e Ivan Ramalho, Secretário de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento da Indústria e Comércio Exterior – MDIC. Também participou do painel o presidente da Belgo-ARCELOR, Carlo Panunzi.

Em todas as intervenções, ficou claro que há um grande potencial a ser explorado na expansão das relações comerciais entre brasileiros, belgas e luxemburgueses. Raul Grossman afirmou que a fruticultura brasileira, especialmente a nordestina, que já se faz presente na Bélgica, pode exportar ainda muito mais. Grossman observou também que brasileiros e belgas estão dando mais ênfase às suas relações comerciais, e apontou como um bom momento para estreitar estas relações a visita ao Brasil do príncipe herdeiro Felipe da Bélgica, em novembro de 2005, acompanhado de uma comitiva de empresários.

“A venda de produtos brasileiros manufaturados no exterior está crescendo extraordinariamente”

Em sua exposição, Yves Jadoul traçou um perfil da Belgalux, apontando também em mapas onde estão e quais são as principais empresas brasileiras na Bélgica e em Luxemburgo e onde ficam os investimentos belgas nos principais estados brasileiros.

Jadoul aconselhou os empresários brasileiros interessados em comercializar com a Europa a ter “paciência e fé”. “A situação de conforto e desconforto acompanha sempre o quadro do comércio”, disse ele. “Neste momento as empresas européias estão com as exportações abaladas e têm que arcar com custos sociais muito altos. O Brasil é um país muito complexo e, para trazer para cá investimentos belgas, é preciso que os belgas

conheçam melhor os brasileiros e se convençam de que o Brasil é um país bom. O Brasil é saudável, mas os estigmas têm de ser retirados e as câmaras de comércio locais têm de abandonar as idéias preconceituosas, entre elas a de que o Brasil não é um país sério, como dizia o ex-presidente francês Charles De Gaulle”. Finalmente, de forma bem humorada, Yves Jadoul resumiu seu pensamento: “É preciso paciência, trabalho, muitas viagens e argumentos concretos para convencer as pessoas e empresas a constituir operações *joint-ventures* e parcerias”.

Carlo Panunzi, presidente da Belgo-ARCELOR fez uma rápida apresentação da siderurgia nacional, como surgiu este grupo, o que é a Belgo Mineira, as forças que afetam a siderurgia mundial, marcada por fatores como equilíbrio e desequilíbrio entre oferta e demanda, os movimentos de produtores, principalmente na formação e consolidação dos



Yves Jadoul, presidente da Belgalux

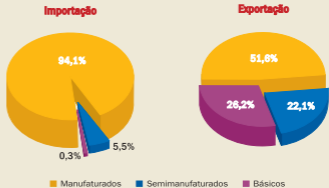
“A corrente de comércio entre Brasil, Bélgica e Luxemburgo cresceu em torno de 14% no último ano”

Relações comerciais Brasil – Bélgica/Luxemburgo por fator agregado

Brazil – Belgium/Luxembourg dealing

Jan - Abril 2005 - PART %

Jan - April 2005 - PART %



Balança Comercial Brasileira Acumulada em 12 Meses (US\$ milhões)

	Mai/2004-Abr/2005	Mai/2003-Abr/2004	Var.%
Exportação	104.090	78.366	32,8
Importação	66.320	51.006	30,0
Saldo	37.770	27.360	
Corrente de Comércio	170.410	129.372	31,7

grandes grupos dos quais a formação da ARCELOR foi um dos maiores exemplos dos últimos anos.

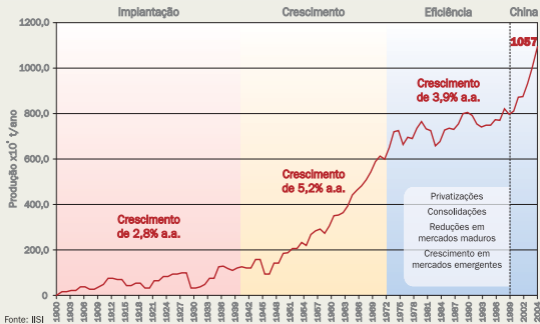
“A criação da Belgo Mineira aconteceu em 1921. Depois da Segunda Guerra Mundial a siderurgia conheceu uma fase de forte crescimento, em média de 5,2% em nível mundial, que se sustentou por mais de 20 anos e uma fase de eficiência que chamamos de crescimento menor, com média de crescimento negativo em estados tradicionais e um crescimento positivo nos estados emergentes. Além disso, esta fase foi caracterizada, principalmente no Brasil, por privatizações e consolidações de empresas.

“A China foi o país em que a produção de aço mais cresceu nos últimos sete anos, passando de 47 milhões para 272 milhões de toneladas”



Carlo Panunzi, presidente da Belgo-ARCELOR, falou da formação e consolidação de grandes grupos siderúrgicos mundiais, e da importância deste mercado na economia mundial.

Evolução da indústria siderúrgica mundial no sec. XX





Ivan Ramalho, Secretário de Comércio Exterior do MDIC, destacou o crescimento da exportação de produtos manufaturados do Brasil, durante o painel que contou com a presença, como moderador, de Gustavo Capanema, Diretor do Conselho Superior da FCCE.

A fase que chamamos de fina, é de crescimento geral a qual vem se adicionar uma fase de crescimento extraordinário que a siderurgia nunca havia conhecido.

A China produziu, em 2004, 272 milhões de toneladas, seguida do Japão com 113 milhões de toneladas. Na União Europeia o maior produtor é a Alemanha. A China foi o país que mais cresceu nos últimos sete anos, passando de 47 milhões para 272 milhões de toneladas, seguida da Coreia do Sul de 14 para 47, da Índia de 11 para 33 e, mais modestamente do Brasil de 20 para 33 milhões de toneladas, alcançada o ano passado.

A ARCELOR nasceu oficialmente em 2002, por vontade de três grandes grupos

*“A presença do grupo
ARCELOR está concentrada
80% na Europa e cerca de
20% na América do Sul”*

siderúrgicos europeus: a Cerália, da Espanha, a ARBET de Luxemburgo e a Usinor, da França, que queriam criar uma empresa líder mundial em aço. Em 2004 o grupo tinha 94 mil empregados em quatro continentes, com vendas no mesmo ano de 30 bilhões de euros e uma produção de 45 milhões de toneladas de aço bruto.

A presença do grupo ARCELOR está concentrada 80% na Europa e cerca de

20% na América do Sul, sendo menor na Ásia e nos países do NAFTA onde concentra-se na transformação e comercialização de produtos.”

Alain DeWaele, presidente da Câmara de Comércio Belgo-Luxemburguesa na Bélgica, lembrou que os laços comerciais se reforçam quando se tem em mente que estas relações não se dão de forma abstrata, mas sim entre homens e mulheres; entre seres humanos.

O mediador do painel, Gustavo Affonso Capanema, lembrou que o Brasil está diversificando cada vez mais sua produção para permitir um crescimento seguro das exportações. Já exporta itens de alta tecnologia como celulares e computado-



Raoul Grossman, presidente da Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Bélgica-Luxemburgo, falou da presença da fruticultura brasileira em território belga.

res e o principal destino de nossas exportações (cerca de 25%) é hoje a União Europeia.

Segundo Ivan Ramalho, Secretário de Comércio Exterior do MDIC, a corrente de comércio entre os brasileiros, os belgas e os luxemburgueses cresceu em 14%, o que é um bom resultado, mas quando se comparam esses números com o crescimento geral do comércio exterior brasileiro que está em torno de 30% ao ano, chega-se à conclusão de que é possível crescer bem mais. "Creio que o Brasil tem mais produtos para oferecer aos dois países e que eles, por sua vez, também têm muitos produtos a nos oferecer, afirmou Ivan Ramalho, que informou que há uma negociação em curso entre o Mercosul e a União Europeia que, a longo prazo, vai dar muitos frutos. "Mas enquanto isso não se dá, a aproximação bilateral por meio de seminários e rodadas de negócios pode contribuir para incrementar as relações comerciais".

Em sua exposição, Ivan Ramalho afirmou que "neste início de ano, nosso país

“O Brasil está diversificando cada vez mais sua produção para permitir um crescimento seguro das exportações”

registrou um crescimento extraordinário de exportações de produtos manufaturados, acima de 30%, ou seja, acima da média mundial do crescimento do setor. "Estamos apresentando produtos de maior valor agregado que aumentam nossa presença no mundo. Hoje, a maioria do que vendemos ao exterior é composta de manufaturados (em torno de 55 a 56%). Podemos dizer que 15% de nossas exportações são de semimanufaturados, que também são produtos industrializados. Ou seja, nossa indústria responde por 70% das exportações, e o restante delas são os produtos básicos (minério de ferro, soja, suco de laranja etc)."

O Secretário de Comércio Exterior informou também que, de maio de 2004 a abril de 2005, nosso país exportou US\$

104,9 bilhões e a tendência é continuar o crescimento das exportações e também o das importações. Ele ressaltou que foi a primeira vez na história brasileira que o acumulado de 12 meses de exportações ultrapassa a marca de US\$ 104 bilhões.

Mesmo com este resultado significativo, Ivan Ramalho acha que ainda há muito a fazer: "melhorar a logística do processo de exportação, investir mais em modernização de portos, em estradas e em ferrovias. E se considerarmos as oportunidades que se apresentam nas parcerias públicas e privadas estimuladas pelo governo brasileiro, a Bélgica tem todas as condições de investir em nosso território e pode ajudar nosso país a superar suas deficiências".

No encerramento do painel, o moderador Gustavo Affonso Capanema concluiu: "Reuniões como este seminário oferecem uma bela base para as relações políticas e comerciais entre os países envolvidos nele".

The great potential of commerce between the three countries

Businessmen and authorities highlight the possibilities of growth in the commercial relations between Brazil, Belgium and Luxemburg

"The difference between the European businessmen and those of other countries is that the Europeans take a long time to make decisions but when they decide, they come to Brazil as immigrants, adopt the land where they are going to invest and do not behave as opportunistic investors", stated Yves Jadoul, at the opening of the panel. All the exhibitors highlighted the great opportunities of growth in the commercial relations between Belgium and Brazil, a potential still to be explored. Carlo Panunzi, president of Belgo ARCELOR, related the trajectory of the group in Brazil and Ivan Ramalho, Secretary of Foreign Commerce of the MDIC presented the current picture of Brazilian exports with highlight for the manufactured products that had growth of more than 30%. The secretary also informed that from May of 2004 to April of 2005, our country exported US\$ 104.9 billion.

Parcerias Público-privadas, um investimento seguro e rentável

Cinco projetos prioritários esperam por investimentos, já em 2006



Antonio José Alves Junior, chefe da Assessoria Econômica do Ministério do Planejamento fez uma explanação sobre a importância das PPPs.

Com o intuito de atender às obras de infra-estrutura de que o país necessita urgentemente, o governo tem pressa em implementar o programa das Parcerias Público-Privadas – PPPs, cujo objetivo é o de atrair o setor privado para investir em setores importantes, como estradas, ferrovias, portos, irrigação, usinas de energia, e reduzir o déficit crônico de recursos aplicados nessas áreas.

Com a expectativa de que investir em PPPs também pode se tornar uma opção atrativa e rentável para o capital estrangeiro, e para os belgas e luxemburgueses em especial, o tema foi objeto do Painel II

“A corrente de comércio entre Brasil, Bélgica e Luxemburgo cresceu em torno de 14% no último ano”

do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Bélgica/Luxemburgo, presidida por André Baudru, Conselheiro de Comércio Exterior da Bélgica e representante da Anglo Belgian Corporation no Brasil. Os expositores Arthur Pimentel, Coordenador-Geral dos Programas de Exportação do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, e Antonio José

Alves Júnior, Chefe da Assessoria Econômica do Ministério do Planejamento, fizeram uma análise conceitual do programa, já aprovado no Congresso, e examinaram seus cinco projetos prioritários.

Ao abrir os trabalhos do Painel II, o presidente André Baudru destacou os laços de amizade que unem brasileiros, belgas e luxemburgueses e ressaltou a vitalidade do comércio entre seus países. Quanto ao tema em debate, lembrou que o encontro se constituía em rara oportunidade para os participantes conhecerem, de forma clara, os detalhes de um programa de grande importância a ser desenvolvido pelo Brasil, que pode

contar com a simpatia e a colaboração dos que desejam investir no país ou aumentar a participação em seu processo de desenvolvimento.

Antonio José Alves Júnior iniciou sua participação pela explicação conceitual do que vêm a ser as PPPs, que definiu como parcerias estabelecidas entre o governo e as empresas para a execução de projetos de infra-estrutura que não têm garantia de um retorno econômico imediato, ou que não sejam grandes o suficiente para despertar interesse de investimentos privados individuais. Nesses casos, o governo mitiga o risco de demanda através da compra de parte do investimento e incentiva a rapidez na execução das obras, para que ocorra o devido recebimento. Esclareceu que existem duas modalidades de PPPs: na "Concessão Patrocinada", o retorno do investimento feito por um grupo privado será pago com a tarifa do serviço cobrado do usuário – como um pedágio – mais uma complementação, se for o caso, de até 70% do valor final do empreendimento; na "Concessão Administrada" não ocorre cobrança de tarifas e o investidor privado recebe apenas a contraprestação do governo, sendo remunerado apenas com o dinheiro público.

Investimento sem risco

A União poderá depender na complementação de tarifas para o setor privado das PPPs (cuja lei está vinculada à Lei de Responsabilidade Fiscal) até, no máximo, o valor de 1% das receitas líquidas anuais, que hoje giram em torno de R\$ 3 bilhões. Para acabar com o risco de não-pagamento da parte que cabe à União, a lei brasileira das PPPs adotou como inovação um "Fundo Garantidor" destinado a satisfazer as obrigações de pagamentos dos diferentes níveis de governos, se eles não as cumprirem. Comporá esse fundo recursos advindos do orçamento e de ativos da União, num total de R\$ 6 bilhões. Os estados e municípios serão estimulados a participar das PPPs através dos programas Estado Exportador e Exporta-Cidade, e deverão criar seus próprios fundos garantidores. No programa Estado Exportador – um conjunto de atividades do



Arthur Pimentel apresentou os sobre os projetos primeiros projetos que serão para PPPs.

Governo Federal em parceria com os governos estaduais – estarão envolvidos entidades públicas e privadas, organismos nacionais e internacionais, instituições de ensino e as próprias empresas exportadoras, com o objetivo inicial de incrementar em 20% as exportações estaduais. O Exporta-Cidade visa a inserir os municípios nos trâmites e na órbita do comércio exterior.

Arthur Pimentel informou que já foram definidos cinco projetos prioritários, que o governo deseja implantar já em 2006, e que totalizam investimentos de cerca de 1 bilhão e 400 milhões de reais: construção do trecho ferroviário de Estreito, no Maranhão; complementação do Anel Ferroviário da Cidade de São Paulo; construção da variante ferroviária Ipiranga-Guarapuva, no Paraná; duplicação e modernização da Rodovia BR-116, entre Feira de Santana, na Bahia, e o Nordeste de Minas Gerais; e construção do Arco Rodoviário Metropolitano, no Rio de Janeiro, que dará acesso ao Porto de Sepetiba.

Os contratos das PPPs poderão ter uma duração de 5 a 35 anos e está prevista a participação de financiamentos oriundos de bancos federais, até o teto de 70% do valor do projeto. Para fazer parte de

uma PPP os investidores deverão criar uma Sociedade de Propósito Específico, que não poderá ser controlada pelo governo. Cada projeto deverá ter o valor mínimo de R\$ 20 milhões.

Ao final do painel, os expositores reafirmaram suas convicções de que as Parcerias Público-Privadas são um elemento básico para a promoção do desenvolvimento nacional e expressaram o desejo de que elas possam contar com a colaboração preciosa dos investimentos belgas, cuja presença já é tão atuante e dinâmica na economia brasileira.

Public-Private Partnerships, safe and profitable investments

With the program of Public-Private Partnerships about to be implemented the Brazilian government intends to settle the problem of lack of investment in the infrastructure of the country. A fund composed of resources and assets of the Union will guarantee the obligations of payments to the private sector. The five priority projects, which will be implanted in 2006, can constitute an excellent opportunity for Belgian and Luxemburg investments.

Missões realizadas e resultados esperados: a visão belga

O Painel III teve como presidente o Ministro Hélio Magalhães de Mendonça, Chefe-substituto do Departamento da Europa do Ministério das Relações Exteriores. O moderador foi Fábio Martins Faria, Diretor do Departamento de Planejamento e Desenvolvimento do Comércio Exterior do MDIC e os expositores, Bernard Fierens Gevaert, Representante Região de Bruxelas, Pierre Goffin, Representante da Região da Valônia, e Raymond Van de Putte, Representante da Região de Flandres.

Bernard Fierens Gevaert, Representante da Região de Bruxelas, apresentou os programas de apoio aos empreendedores para a promoção do comércio exterior.



Para Bernard Gevaert, as relações econômicas entre Brasil e Bélgica foram particularmente estreitadas no século XX, quando ocorreu uma presença industrial belga importante no Brasil; presença que foi encorajada pela visita oficial do Rei Alberto I e da Rainha Elisabeth, durante 26 dias. Mesmo se essa presença belga no Brasil seja menor nos dias de hoje, ela se manteve na energia, na engenharia, na cerveja, na química, na logística, para citar alguns setores, além de muitos outros. A União Europeia é um grande investidor estrangeiro. É muito oportuno intensificar as relações comerciais belgo brasileiras, para restaurar o equilíbrio da balança comercial que permita às exportações financiar as importações, que acabam gerando outras exportações.

Entre as políticas comerciais desenvolvidas em cada região do país para a promoção do comércio exterior,

Bernard Gevaert destacou os resultados obtidos na Região da Capital de Bruxelas, e apresentou os instrumentos que a região tem utilizado para obter esses resultados:

“Diferentes atores trabalham para a promoção do comércio exterior, em Bruxelas. Na área governamental temos a Agência Bruxe-

lense para a Empresa, que atua tanto a nível nacional quanto internacional, e a Direção de Comércio Externo, que é o Ministério de Comércio Exterior propriamente dito, associado ao setor privado sob a bandeira da Brussels Exports.”

Na Agência Bruxelense para a Empresa, os investidores, estrangeiros e bruxelenses, encontram as coordenadas necessárias para realizar, com segurança, seus projetos na Região de Bruxelas. Todas as informações estão no site: www.abe-bao.be. A agência desempenha também o papel de uma plataforma de acesso para os outros serviços e instituições e atua como centro de interface e inovação para a União Europeia.

Para atingir a esses objetivos a Agência está dividida em quatro departamentos: *Economia e Starters*, *Urbanismo e Meio Ambiente*, *Tecnologia e Projetos Inovadores*, e *Relações Internacionais*.

A missão do Departamento *Economia e Starters* é ser o primeiro ponto de contato entre os investidores e os *starters* bruxelenses. Informar, aconselhar, acompanhar verdadeiramente as empresas no que concerne aos problemas econômicos, ajudando no que se refere aos serviços públicos, aos financiamentos, à criação de empresas, servindo como uma porta de acesso para as diferentes instituições públicas em Bruxelas.

Para lembrar alguns exemplos de realização, Bernard Gevaert citou a “caixa de ferramentas” *Starterkit*. São distribuídos cerca de 5000 mil exemplares por ano desse material, com toda a informação para se criar uma empresa e um site de pesquisa na Internet *EcoSubsiBru* que recebe mais de mais de 600 acessos por dia e fornece informações preciosas sobre o tema.

O Representante da Região de Bruxelas mencionou também a *newsletter Brubizze*, que fornece, sete vezes por ano, pela Internet,



Raymond Van de Putte, Pierre Goffin, Bernard Fierens Gevaert, Ministro Hélio Magalhães de Mendonça e João Augusto de Souza Lima no Painel III.

a atualidade econômica de Bruxelas, as novidades e a legislação vigente e, por fim, a título de exemplo, o programa de formação *Coach Academie* que forma consultores para pequenas e micro empresas. Em 2004, 761 projetos foram acompanhados por esse grupo de consultores, sendo 42% de novos produtos e 58% de desenvolvimento de novos processos.

O segundo departamento, *Urbanismo e Meio Ambiente*, tem a função de informar e acompanhar as empresas em vias de obter licença para o exercício da atividade produtiva. Seja licença de obra, licenciamento ambiental ou qualquer outra obrigação legal. Diante das dificuldades para a instalação de uma nova empresa é fundamental que o poder público coloque à disposição dos interessados um caminho seguro a trilhar.

O terceiro departamento, *Tecnologia e Projetos Inovadores* visa a sensibilizar e informar as empresas quanto às oportunidades de financiamento, e ajudá-las a desenvolver projetos economicamente viáveis. Tem como objetivo colocar as novas tecnologias e processos de inovação na pauta das empresas. As ações estão subdi-

*“A corrente de comércio entre
Brasil, Bélgica e Luxemburgo
cresceu em torno de
14% no último ano”*

vidadas em cinco pólos setoriais, o que demonstra a importância dada a esta política: o pólo agro-alimentar, principalmente no que se refere à carne, padaria e chocolate; o pólo de meio ambiente, produtos e processos (www.brusselsgreen.tech.be); o de indústrias urbanas (ajudas públicas); o pólo NTIC (Multimídia – Internet – IT – Telecon – Printing/Publishing) e, finalmente, o pólo saúde.

O departamento de *Relações Internacionais* tem a missão de desenvolver parcerias estratégicas e tecnológicas e atrair investimentos estrangeiros.

A Brussels Export é uma P.P.P., Parceria Pública Privada que reúne a Câmara de Comércio e de Indústria de Bruxelas, a União das Empresas de Bruxelas, e o Ministério de Comércio Exterior da Região de Bruxelas. Esses organismos visam, sobretudo, a desenvolver as relações econô-

micas e comerciais, estimulando financiamentos entre a Região de Bruxelas e o resto do mundo, promovendo missões econômicas no exterior e o acolhimento dessas missões. Promove também seminários de compradores, feiras, formação de novos técnicos e o respectivo acompanhamento jurídico e financeiro. Mais informações no www.brussels-export.be ou no www.500.be

Para terminar, Bernard Gevaert ressaltou: “Este seminário é extremamente importante e se realiza no momento em que a Bélgica prepara uma missão econômica que chegará ao Brasil em novembro, conduzida pelo príncipe Felipe. Com programação no Rio, São Paulo e Brasília, temos certeza de que ela será muito bem sucedida, pois acontece quando o Brasil, líder do Mercosul, se apresenta como parceiro importante para o comércio internacional.

Bruxelas é hoje a capital da Europa, lugar das decisões comerciais e econômicas, centro das decisões políticas; um mercado que pode oferecer bens e serviços consideráveis.”♦

Um excelente laboratório para o lançamento de novos produtos no coração da União Européia

O crescimento econômico da Bélgica, em 2004, foi o maior da Europa

“Para mim é sempre um grande prazer estar no Brasil, onde vivi 12 anos, gosto muito do país e, quando voltei à Bélgica, passei horas convencendo muita gente a investir no Brasil. Agora vou fazer o contrário, vou tentar convencê-los do interesse da Bélgica por vocês, em especial de uma parte da Bélgica, pois a Bélgica é um país pequeno mas muito complicado, dividido em três partes.

A Região da Valônia está localizada ao sul da Bélgica e a língua oficial é o francês. Região privilegiada por sua localização. Num raio de mais ou menos 300km de Bruxelas, pode-se atingir a parte mais rica da Europa, a Bélgica incluída, onde o poder aquisitivo da população é realmente o mais elevado.

Bruxelas é a capital da Europa, sede de organizações internacionais muito importantes como o Otan e também de 1700 empresas internacionais. É a quarta cidade em número de conferências internacionais e a segunda no mundo em concentração de jornalistas, por ser o centro europeu dos acontecimentos. Outra coisa muito importante para nosso país, e para a Valônia de maneira especial, é a sua infra-estrutura. Lá



Pierre Goufin, representou a Região da Valônia.

“A corrente de comércio entre Brasil, Bélgica e Luxemburgo cresceu em torno de 14% no último ano”

ocorre a maior concentração de rodovias no mundo; uma malha ferroviária com terminais internacionais ligados a todas as capitais européias, como o novo caminho do TGV. Também ao lado dos aeroportos temos o maior centro de distribuição europeu, com ligação para Inglaterra e Alemanha. Em Liège temos um *hub* para transporte de mercadorias que chegou a 380.000 toneladas em 2003. Finalmente, menciono os rios e canais, que possibilitam a ligação com todos os grandes portos da Europa: Antuérpia, Roterdã, os da Alemanha e da França, o que facilita muito o escoamento de mercadorias.

A Bélgica se encontra no topo do crescimento econômico da Europa. A economia na Bélgica cresceu, em 2004, 2%. Isso pode parecer pouco para um país como o Brasil, mas é muito num país já desenvolvido como o nosso, principalmente se tomarmos como base o crescimento dos 15 países europeus, que, no mesmo ano não ultrapassou 1,9%. A produtividade do trabalhador belga é uma das maiores do mundo, só ficando atrás da dos Estados



No centro da Europa, a Valônia

A Valônia está localizada, ao sul da Bélgica, numa região privilegiada da Europa. Num raio de mais ou menos 300km de Bruxelas, pode-se atingir o norte da França, o sul da Inglaterra, parte da Alemanha e todo o Luxemburgo.

Unidos. As taxas e os salários são altíssimos. A produtividade compensa. Temos uma tradição de comércio internacional totalmente excepcional. 70% de nosso PIB é exportado e 65% importado. Somos o primeiro do mundo, *per capita*, em comércio internacional.

No que se refere à educação temos nove universidades (65.367 estudantes) para um território de apenas 4 milhões de habitantes. Temos 130 instituições de terceiro grau, 300 centros de pesquisas e 11 000 pesquisadores. Temos também vários setores econômicos muito importantes e vou citar como exemplo a área de biotecnologia, onde a *Glaxosmithkline* Internacional, uma empresa anglo-americana, faz toda a produção de vacinas, pois encontrou na Bélgica os pesquisadores e os universitários para poder desenvolver seus produtos, aproveitando o elevado conhecimento da população. Isso facilita a abertura de negócios com outras empresas. A indústria aeronáutica e espacial oferece 10.500 empregos diretos e indiretos e 90% de sua produção é exportada.

A qualidade de vida na Bélgica é muito elevada, apesar do clima. Oferece clubes esportivos e culturais, poucos problemas de

*“Quem faz sucesso na Bélgica
pode fazer sucesso
em qualquer outro lugar
da Europa.”*

trânsito, infra-estrutura de comunicação muito grande. 57% das famílias possuem PC, e 20% das famílias da Valônia têm internet. Além disso, está a trezentos quilômetros das principais capitais européias.

Em resumo, a Valônia é um lugar interessante para o lançamento de novos produtos, pois o mercado é pequeno, a competição é muito grande e quem faz sucesso na Bélgica pode fazer sucesso em qualquer outro lugar da Europa. A Bélgica pode ser um excelente laboratório para lançamento de novos produtos.”

Proximidade, infra-estrutura, logística, os trunfos de Flandres

Raymond Van Putte, representante de Flandres, destacou a grande concentração de portos, a infra-estrutura, a logística e a proximidade com as principais cidades européias, como os principais atrativos da região. E lembrou a importância dos portos de Ghent, Zeebrugge, Oostende e Antuérpia, todos localizados em Flandres.

“Quero dar uma idéia sobre as vantagens logísticas dessa pequena parte da União Européia chamada Flandres. A proximidade de Flandres oferece acesso

logístico aos maiores mercados da Europa. Podemos oferecer apoio logístico a 2.273 milhões de consumidores e a 66% da população total da União Européia. Isso significa consumidores com poder de compra. Um estudo da Healey & Baker nos coloca no coração da principal indústria e da área da União Européia.

Flandres é uma pequena região, mas tem quatro portos marítimos que servem logisticamente como Antuérpia, Ghent, Oostende e Zeebrugge. Juntos, recebem



O Porto de Antuérpia é um dos maiores da Europa e oferece excelentes condições de logística e localização



O empacotamento de produtos e a capacidade de armazenamento dos portos belgas são diferenciais que marcam a excelência dos serviços oferecidos aos usuários.





Michel Ardi, Cônsul-Geral da Bélgica, em São Paulo e Raymond Van de Putte, presidente do Porto de Antuérpia: encontro durante o seminário.

cargas que vêm e vão para o Brasil. Nenhum outro país na União Europeia tem essa capacidade e, por estar em uma região atrativa da União Europeia, não é de se admirar que a indústria internacional invista pesadamente em Flandres. Antuérpia se tornou o maior centro petroquímico da Europa e provavelmente está entre os três maiores do mundo.

Outro serviço que se tornou um dos pontos fortes é a montagem e o empacotamento de produtos do Canadá para toda Europa, feito no porto de Antuérpia. Volvo, General Motors são algumas das mais antigas montadoras de carros instaladas em Flandres. Hoje o controle da qualidade é mais feito no próprio porto, com a vantagem de que os contêineres podem ser abertos no local, economizando custos de transporte. Em Flandres temos mais de 400 centros europeus de distribuição. A qualidade do produto hoje faz parte do seguro de risco.

Outra vantagem que a região oferece é a capacidade de transferência de uma grande variedade de produtos. Hoje, o centro de distribuição é sempre responsável



Fábio M. Faria, do MDIC, conduziu o painel.

por acrescentar serviços valiosos como facilidade de escolha, cores e montagem.

Estamos no coração das rodovias europeias, em melhores posições que a França e a Alemanha, o mesmo acontece com as ferrovias. O transporte de barco, em 2004, foi de 107,4 milhões de toneladas de car-

gas pelos quatro portos de Flandres e 1,5 milhão de toneladas de carga por mar e pelos rios para os terminais marítimos. Flandres está situada no meio do sistema de navegação da Europa.*

Missions made and results expected: the view of the Belgians

Since the beginning of the XX century, when King Albert and Queen Elisabeth made a triumphal visit to Brazil, the relations between the two countries, friendly in the diplomatic plane, are more and more intense with respect to investments and commerce. The country that had the largest economical growth in Europe in 2004, Belgium has developed efficient policies to awaken the interest of foreign appliers. The different regions of the country Brabante, Valônia and Flanders invested strongly in works of infrastructure and adopted legal and administrative instruments that de-bureaucratize, speed up and give incentive to the foreign commerce operations.

A visão empresarial

Novos rumos e conhecimento da realidade comercial

Quanto mais informação circular entre empresários e autoridades da Bélgica e do Brasil, melhores serão os resultados para o comércio bilateral

Vivemos um momento de grande valorização do comércio exterior, com ênfase nas exportações. Para continuar tendo bons resultados, é necessário um esforço conjunto do governo e da iniciativa privada e o entendimento de que, para o setor, o mais importante é o olho no olho, com a realização de missões comerciais e de seminários em que se possa discutir e construir boas relações entre os países.

Esta foi a tônica da maioria das intervenções dos representantes brasileiros no painel quatro – destinado a discutir os êxitos, problemas e a visão empresarial nas relações entre os três países – e no encerramento do *Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Bélgica/Luxemburgo*.

O painel foi presidido pelo embaixador Paulo Pires do Rio, membro titular do Conselho Superior da FCCE; teve como moderador Sergio Salomão, presidente da Associação Brasileira de Terminais de Containers – Abratec e como expositores Jean-Marie De Backer, presidente do grupo de advocacia CMS De Backer; Daniel Termont, presidente do Porto de Ghent e Raymond Van de Putte, presidente do Porto de Antuérpia.



De Backer, um entusiasmado com o Brasil.

*Produtos brasileiros
têm custos competitivos
no mercado internacional*

“Nos últimos anos o Brasil melhorou sua posição nos mercados internacionais e deve promover uma imagem do país mais de acordo com a sua realidade, destacando a qualidade dos serviços que presta e o custo competitivo de seus produtos”. Com estas palavras, o advogado Jean-Marie De Backer mostrou seu entusiasmo durante sua exposição, no painel quatro. Ele revelou que descobriu o Brasil há cerca de dois anos e vem pro-

curando contribuir para intensificar as relações comerciais entre belgas e brasileiros. O grupo presidido por ele é uma aliança de nove escritórios de advocacia europeus, presente em 55 centros de negócios, e que conta com mais de 2.000 advogados e consultores tributários que oferecem soluções comerciais e financeiras baseadas no conhecimento do funcionamento de empresas e indústrias dos países envolvidos. No Brasil, CMS De Backer assinou acordo de cooperação com os escritórios Advocacia Gandra Martins e Approbato Machado Advogados Associados, localizados em São Paulo. Trata-se do primeiro acordo de cooperação entre escritórios brasileiros e europeus aprovado e averbado pela Seccional São Paulo da Ordem dos Advogados do Brasil.

Jean Marie De Backer afirmou que é urgente criar um tratado entre Brasil e Bélgica para legalizar documentos em ambos os países, a exemplo de um tratado semelhante já firmado entre Brasil e França. Este instrumento legal permite que os atos públicos expedidos no território de um dos países contratantes serão dispensados de legalização e de qualquer formalidade análoga quando tiverem de ser apresentados no território do outro país contratante. “Pretendo apresentar um projeto neste sentido a autoridades competentes”, afirmou De Backer.

Ele considera o Brasil a terra da hospitalidade e da amizade, na qual os belgas têm sido uma presença importante desde o início do século XX, e acha que, desde então, o interesse da Bélgica em nosso país é inversamente proporcional

ao modesto tamanho do território belga. O advogado aconselha ainda que, para incrementar o comércio exterior brasileiro, devemos lutar contra a burocracia e diminuir as cargas fiscais.

O moderador Sergio Salomão ressaltou a importância dos portos para as regiões que eles servem, incrementando o comércio e colocando-se a serviço da

A importância dos portos para as regiões que eles servem

população. Segundo ele, eficiência portuária tem tudo a ver com gestão moderna. "No Brasil não temos isto: faltam dragagem, garantia de acesso terrestre aos portos etc. Seria interessante que a boa conduta portuária demonstrada pelos belgas fosse importada pelas nossas autoridades para ajudar na correção das nossas mazelas no setor", afirmou.

O expositor Raymond Van de Putte traçou um perfil do porto do qual é presidente. O Porto de Antuérpia tem 14 mil hectares de área, ligações ferroviárias com Alemanha, França e Holanda e, em 2004, movimentou 152,3 milhões de toneladas em tráfego marítimo, a maior parte delas de petróleo. É considerado o maior porto de carga geral da Europa e o primeiro centro petroquímico marítimo europeu.

As importações e exportações brasileiras movimentaram em Antuérpia em torno de 6 milhões de toneladas em 2004, sendo os principais produtos papel, celulose e minérios. O site para quem quiser maiores informações sobre este porto é www.portofantwerp.be.

Daniel Termont informou, em sua exposição, que o Porto de Ghent fica no centro da Europa Ocidental e tem conexões de transportes com os mais importantes mercados do Velho Continente. Tem 36 km de área, gera cerca de 30.000 empregos e tem capacidade de transpor-



Embaixador Paulo Pires do Rio, presidente do painel.

te marítimo para 25 milhões de toneladas de mercadorias. Dispõe de mais de 30 terminais para embarque e desembarque de contêineres e sua capacidade de armazenamento é 2.840.000 toneladas de mercadorias.



Brasil: importação & exportação via Antuérpia			
Volumes em ton.	2002	2003	2004
Importações			
Cellulose	743,877	610,950	692,000
Paper	42,980	50,885	55,000
Steel products	238,000	236,000	198,000
Non-ferro	196,000	121,000	93,000
Kaolin	407,000	455,000	490,000
Granit	54,000	39,000	35,000
Ore	1,533,000	1,632,000	1,682,000
Other products	226,143	141,165	334,000
Total não/containerizado	3,441,000	3,286,000	3,579,000
Containers TEU	17,013	40,354	47,609
Exportações			
Total non containerized	685,000	591,000	637,000
Containers TEU	75,269	87,333	102,584
Importações & Exportações			
Não/containerizado	4,126,000	3,847,000	4,216,000
Containerizado	1,098,000	1,648,000	1,789,000
Total	5,224,000	5,495,000	6,005,000
Containers TEU	92,282	127,687	150,193



Daniel Reymond, presidente do Porto de Gent.

*O Porto de Ghent
tem conexão com
os mais importantes
mercados da Europa
e dispõe de mais de
30 terminais para embarque
e desembarque de contêineres*



Porto de Ghent

Parceria no comércio, no transporte e na indústria

- ✓ embarcações até 80.000 TWT
- ✓ 40 milhões de ton. de carga./ano
- ✓ Centro de distribuição e logística
- ✓ Brasil: principal parceiro comercial com 5 milhões de ton./ano



Raymond Van de Putte: O Porto de Antuérpia é considerado o maior da Europa, em carga geral.



Sérgio Salomão, Presidente da Abratec, sugeriu que o desempenho dos portos belgas sirva de modelo para a correção das mazelas dos portos brasileiros.

New directions and knowledge of the commercial reality

The more information circulates between authorities and businessmen in Belgium and Brazil the better will be the results for bilateral commerce. To adapt the new and increasing reality of Brazil - and the quality of its products and services - - to the stereotyped and outdated image of the country abroad, will certainly help to improve even more its position in international markets. Another lever for the growth of commercial relations between Brazil and Belgium will be the signing of a treaty that gives legal validity to the respective public acts in the two countries, without other formalities. The development and efficiency of the Belgian ports can also serve as an example and incentive to Brazilian foreign commerce.

Investir no Brasil é bom negócio

Ações governamentais criam condição favorável para novas parcerias

No encerramento do Seminário, o Ministro de Estado, interino, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Márcio Fortes de Almeida, informou que as perspectivas de aumento das nossas relações comerciais com a Bélgica e Luxemburgo são promissoras. Citou como um bom exemplo a fusão de dois grupos do setor de cerveja e afirmou: “na área de energia elétrica, as novas regras definidas pelo governo federal podem trazer mais investimentos belgas. Também há boas expectativas no setor de ferrovias, hidrovias e portos e existem projetos siderúrgicos em curso no Maranhão, em parceria com o grupo Arcelor e com empresas chinesas e coreanas”.

Segundo o ministro, o governo brasileiro está reduzindo impostos sobre investimentos e produção e investindo em qualificação de mão-de-obra na área de exportação. “Para o comércio, o importante mesmo é o olho no olho, através de missões e seminários como este. Do Presidente da República aos secretários e técnicos do MDIC, todos se esforçam para intensificar os contatos e fazer

negócios. Os resultados estão aparecendo”, finalizou Márcio Fortes de Almeida.

Ao discursar na sessão de encerramento do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil – Bélgica/Luxemburgo, o Ministro de Estado, interino, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Márcio Fortes de Almeida fez uma exposição sobre as medidas que o Brasil vem adotando para se tornar um país em que cada vez mais vale à pena investir.

“O número de investimentos europeus no Brasil têm crescido muito. Países que tinham pequenas inversões no Brasil saltaram no quadro estatístico, como foi o caso de Portugal e Espanha. Com a Bélgica não é diferente; por meio de investimentos no setor siderúrgico, e da presença marcante no setor elétrico. Associações vêm ocorrendo em diversos ramos de negócios. O setor cervejeiro, por exemplo, tem atuação de destaque nesse sentido.

O setor de energia elétrica tem sido o maior atrativo. As novas regras que foram baixadas pelo governo brasileiro, apesar de algumas restrições havidas no último leilão, poderão trazer ainda mais investimentos. Com as PPPs, Parcerias Público-Privadas, estaremos criando condições para o pleno desenvolvimento para a infra-estrutura e, com isso, cresce o quadro de expectativas favoráveis para investimentos em ferrovias, rodovias, portos, energia elétrica e telecomunicações. São muitos os campos em que podemos ampliar esta participação da ação conjunta das APPs.

Os projetos siderúrgicos são volumosos: temos em vários estados projetos em curso, desde o Ceará, passando pelo Espírito Santo com estudos já realizados da VEGA, do Sul, e da ARCELOR. Temos também projetos de grande vulto no Maranhão, com a presença da ARCELOR em parceria com os chineses, e com os

coreanos. A atração de investimentos se faz num clima de competitividade muito grande no mundo moderno. Brasil, Índia, Rússia e China também estão neste jogo e o nosso ministério, por meio da Secretaria de Comércio Exterior, faz um acompanhamento sobre competitividade, verificando tudo o que os outros fazem e que nós não fazemos.

O Secretário da Receita Federal procura nos atender da melhor forma possível e foi desta forma que conseguimos esta nova MP, a que temos chamado de “Medida Provisória do Bem”, que foi pensada para atrair investidores e para reduzir impostos sobre investimentos, coisa que há não muito tempo não se ouve falar neste país. Essa medida vai tratar não só desta redução do PIS/ Cofins para investimento, como também ações importantes para a qualificação da mão-de-obra, não só da pessoa física, como inclusive das próprias empresas pequenas, com o barateamento dos computadores e também com a isenção do PIS/Cofins na venda. Temos ainda uma nova lei de inovação, para a capacitação. Esses são pontos muito importantes e virão mais sete, que estou acertando com o ministro Furlan. Talvez tenha que desdobrar a “Medida Provisória do Bem” e aumentar as MPs, já que o efeito positivo é muito grande e temos o compromisso do Congresso, tanto na Câmara como no Senado, de que estas medidas vão tramitar muito rapidamente com o inteiro apoio dos presidentes das duas casas.

A vinda da missão belga, em novembro, se enquadra perfeitamente neste novo cenário. Relatava-me o presidente da Câmara Brasil/Bélgica, em Bruxelas, que devem vir vários investimentos novos para o Brasil, e que eles estão esperando investimentos brasileiros lá. Creio que essa parte de investimentos brasileiros lá passa pela ação dos portos, o que é muito importante, pois a questão não é só vender; é preci-

so ter logística para vender bem e rápido. Bélgica e a vizinha Holanda a têm. Também estamos em contato com Lisboa para outros convênios nesta área; para ação mais direta nesta área da Agência de Promoção de Exportações do Brasil – Apex, eventualmente para algum centro distribuidor. Não sei como seguirá a UE depois da decisão da França, mas democracia é isso e vamos aguardar mais alguns dias para saber qual será a posição da UE com relação à aprovação da constituição do grupo. O quadro de investimentos é positivo, claro que afetado por terceiros países, já que temos na Bélgica uma ação mais ou menos de inter-postagem e os números do ano passado não cresceram muito em comparação com a média das exportações brasileiras, que têm sido na faixa de 30% a 35%. Com a Bélgica, temos ficado com um crescimento de 7,6% nas exportações e de 24,4% das importações, modesto para as possibilidades. Este ano a exportação reagiu um pouco e já atingimos o índice de 15,7% de crescimento nos quatro primeiros meses. Vamos ver como se comporta até o final do ano, já que existem outros atores em jogo: não é só a competitividade do produto brasileiro que conta, mas também a competitividade das moedas. Vamos ver como fica a taxa de câmbio – ela vai influenciar o resultado de nossos negócios no exterior.

Creio que o Itamaraty deve ter feito uma análise sobre as diversas missões que foram enviadas ao exterior e quero assinalar que temos em Bruxelas um embaixador que é muito dinâmico, Geraldo Moscardo de Souza. Ele deve ser um elemento muito importante neste estreitamento de relações. A Apex já tem trabalhos desenvolvidos com a Bélgica e, acredito que a ação do Itamaraty, do Ministério da Indústria e do Comércio e seminários como este, organizados pela FCEE são esforços que vão se somando para estreitarmos ainda mais esta relação com Bélgica e Luxemburgo. Luxemburgo é um mercado importante na área financeira. Tem agências de grandes bancos brasileiros, o que é importante para o desenvolvimento dos negócios. É claro que



Márcio Fortes de Almeida, Ministro, interino, do MDIC destaca as políticas de estímulo ao comércio internacional, no atual governo.

Boas perspectivas no encerramento do Seminário

existe um lado de um certo *paradis fiscal*, mas é um importante centro financeiro para marcar presença no mundo europeu.

O objetivo deste seminário, com o apoio do Ministério da Indústria Comércio e Desenvolvimento, apoio da Apex e do Itamaraty é visualizar os pontos frágeis existentes nas relações bilaterais com cada país. Verificar o que pode ser feito para estreitar mais estas relações, somando esforços com as missões que têm sido feitas pelo governo brasileiro, muitas delas lideradas pelo próprio presidente Lula. Ele tem procurado “vender” como nunca, o país. O presidente tem sido obstinado em relação a essa política e tem sido um dos mais entusiastas do programa. O presidente faz questão de estar sempre ao nosso lado, dizendo que o ministério que defende a produção é o ministério que defende a arrecadação.

Ele comemorou muito esta última MP, que foi uma grande vitória na questão da redução dos impostos sobre os investimentos. O presidente quer também restabelecer aqui, no nível latino-americano, uma presença brasileira muito intensa, com a exportação de serviços e em nível mundial, colocar o Brasil (a marca Brasil) em cada país e equilibrar os relacionamentos.

A relação com Portugal, por exemplo, que estamos tratando, passa por um desequilíbrio estrutural. Com a Bélgica a conversa é um pouco diferente já que o desequilíbrio que existe é em função do próprio papel da Bélgica como entreposto de produtos brasileiros. Em muitos lugares nós compramos muito e vendemos pouco, caso da Argélia e da Nigéria, onde em breve estaremos coordenando novas missões.

No comércio o importante é olho no olho, é conhecer as pessoas. Muitas vezes a gente fica pensando porque que o Brasil não alguns produtos; se é por falta de qualidade, se é por logística, se é por preço, por financiamento. A gente vai lá fora, pergunta e a resposta muitas vezes é: “A gente nem sabia que

você produzía isso.” Então tem que ser olho no olho; temos que lutar por cada dólar, estamos presentes em todos os mercados, e com todos os níveis de autoridade, do presidente, ao ministro e aos técnicos da área. Nossa despesa com viagem é muito alta. No nosso ministério tem sempre alguém viajando e isso talvez tenha sido o motivo dos resultados que temos alcançado. Agora, passei pela ABDI e todo mundo está viajando, porque a maneira de fazer negócio é viajar. Nunca vi empresário ficar sentado na mesa esperando que caia alguma coisa do céu. O governo então resolveu ser empresário e os resultados estão aparecendo.

Agradeço a todos a presença na certeza que este encontro vai ser o começo de grandes negócios entre nossos países.

To invest in Brazil is good business

Governmental actions create a favorable condition for the construction of new partnerships

On speaking in the closing session of the Bilateral Seminar of Brazil Foreign Commerce and Investments Brazil – Belgium/Luxemburg, the Interim Minister of State for Development, Industry and Foreign Commerce, Márcio Fortes de Almeida made an exposition about the measures that Brazil has been adopting to become a country in which it is more and more worthwhile investing.

“The number of European investments in Brazil has increased a lot. Countries that had small inversions in Brazil jumped in the statistical picture, as was the case of Portugal and Spain. It is not different with Belgium: by means of investments in the steel industry and the marked presence in the electrical sector. Associations have been occurring in different branches of business. The beer sector, for example, has highlighted action in this sense.

The electrical energy sector has been the major attraction. The new rules that were issued by the Brazilian government, in spite of some restrictions had in the last auction, could bring even more investments. With the PPPs, Public-Private Partnerships, we will be creating conditions for the full development

for infrastructure and with this the picture of favorable expectations grows for investments in railways, highways, ports, electrical energy and telecommunications.

The steel projects are voluminous: in various states we have projects under way, from Ceará, going through Espírito Santo with studies already done of VEJA, of the South and of ARCELORWe also have large sized projects in Maranhão, also with the presence of ACELOR together with the Chinese and also with the Koreans. The attraction of investments is done in a climate of very high competitiveness in the modern world. Brazil, India, Russia and China are also in this game and our ministry, through the Secretary of Foreign Commerce, accompanies the competitiveness, checking all that the others do and what we do not do.

The Secretary of Federal Income seeks to satisfy us in the best possible way and it was in this way that we got this new MP, which we have called “Provisional Measure of Good”, which was thought of to attract investors and to reduce taxes on investments, something one has not heard of for some time in this country. This measure is going to deal not only with this reduction of the PIS/ Cofins for investment but also important actions for the qualification of labor, not only of the natural person but including the very small companies with the cheapening of computers and also the exemption of the PIS/Cofins in the sale. We also have a new law of innovation for the qualification.

The coming of the Belgian mission in November fits perfectly into this new scenario. The president of the Brazil/Belgium Chamber in Brussels told me that various new investments should come to Brazil and that they are expecting Brazilian investments there. I think that this part of Brazilian investments there goes to the action of the ports, which is very important, since the question is not only to sell: it is necessary to have logistics to sell well and rapidly. Belgium and its neighbor Holland have it.

I do not know how the EU will follow after the decision of France but democracy is this and we are going to await some days more to know what the position of the EU will be with relation to the approval of the group constitution. The picture of investments is

positive. With Belgium we have remained with a growth of 7.6% in export and 24.4% of imports, modest for the possibilities. This year exportation reacted a little and we have already achieved the index of 15.7% growth in the last four months.

Apex already has work developed with Belgium and I believe that the action of Itamaraty of the Ministry of Industry and Commerce and seminars such as this, organized by the FCCI are efforts that are going to add to our narrowing even more this relationship with Belgium and Luxemburg. Luxemburg is an important market in the financial area. It has agencies of large Brazilian banks, which is important for the development of business.

The objective of this seminar, with the support of the Ministry of Industry, Commerce and Development, support from Apex and from Itamaraty is to visualize the existent weak points in the bilateral relations with each country. President Lula has been obstinate in relation to this policy, being one of the most enthusiastic persons of the program. The president insists on always being on our side, saying that the ministry that defends production is the ministry that defends tax revenues. He greatly commemorated this last MP, which was a great victory in the question of reduction of taxes on investments. The president also wishes to reestablish here, at the Latin American level, a very intense Brazilian presence with the exportation of services and at world level to place Brazil (the brand Brazil) in each country and to balance the relationships.

In commerce what is important is eye to eye to know persons. Many times we wonder why Brazil does not (export) some products: is it for lack of quality, for logistics, for price or for financing. We go out there and ask and many times the answer is: “We did not even know that you produced this.” Then it has to be eye to eye: we have to fight for each dollar, be present in all the markets and with all the levels of authority, from the president to the minister and to the technicians of the area.

I thank you all for your presence in the certainty that this encounter is going to be the start of big business between our countries.

Brasil/Bélgica: um mercado a ser conquistado

A Bélgica, um pequeno país de pouco mais de dez milhões de habitantes, tem uma participação de 3,4% no mercado exportador mundial. Enquanto isso no Brasil, um país continental, com uma riqueza extraordinária, essa participação não representa mais do que 1,1% do mercado mundial.

Para o cônsul-geral da Bélgica no Rio de Janeiro, Embaixador Marc Franck, um entusiasta das relações comerciais entre os dois países, muito pode ser melhorado nesse setor: "Na minha opinião, Bélgica e Brasil têm um grande futuro pela frente no que se refere aos negócios na área internacional. A Bélgica, que tem uma bem estruturada capacidade de armazenamento e transporte, pode representar uma porta de entrada ao produto brasileiro na Europa."

O Embaixador Marc Franck acredita na sofisticação do design para conquistar o exigente mercado europeu.

Na sua opinião, quais são as reais possibilidades de crescimento do comércio bilateral entre Brasil e Bélgica?

MF – A Bélgica é hoje o sétimo cliente do Brasil no comércio bilateral. O volume de operações comerciais é de três bilhões de dólares, com a balança pendendo positivamente para o lado brasileiro em R\$1,5 milhão. Os principais produtos importados pela Bélgica são alimentícios, madeiras e celulose, mas existe uma grande margem para crescimento com a exportação de têxteis, calçados e pérolas cultivadas.

Quais são os trunfos do produto brasileiro no exigente mercado europeu?

MF – Os tecidos brasileiros, por exemplo, não perdem em qualidade para os produtos árabes e os calçados poderiam ocupar um espaço muito maior no

mercado europeu, se houvesse uma mudança e uma atenção maior ao estilo do produto por parte da indústria. É preciso um cuidado maior com a estética, mais personalidade no *design* e mais refinamento na qualidade do acabamento. Acho que está na hora de o empresário brasileiro investir mais no estilo de seu produto e agregar mais qualidade. Caso contrário vai continuar competindo com os chineses, que disputam uma faixa de consumo menos exigente e sofisticada.

Quais os problemas que nossos produtos enfrentam, além da concorrência com produtos oriundos da China?

MF – Acho que há uma certa timidez na colocação de alguns produtos no mercado. De forma geral, a produção artesanal e toda a produção brasileira se comportam como uma manufatura africana, europeia ou japonesa. Falta personalidade ao produto do Brasil, cujo povo tem um talento criativo enorme, ainda pouco explorado no mercado exterior.

Quais os nichos ainda poucos explorados e que poderiam receber uma atenção maior do Brasil, melhorando a performance do país neste mercado?

MF – Eu penso que o Brasil pode ser o primeiro país do mundo na produção de itens na área da farmacologia ou da cos-



metologia, pois tem a maior reserva natural do mundo. Talvez faltem investimentos mais sérios nesta área.

A indústria ainda não explora a criatividade dos designers brasileiros, o que poderia conquistar um mercado mais exigente, na Europa

O Brasil está preparado para enfrentar a concorrência internacional?

MF – Todo mundo fala da mundialização e os brasileiros foram os primeiros a praticar essa abertura ao mundo. Este povo, que misturou raças e culturas, é quem está praticando a mundialização *avant la lettre*. Uma das maiores vantagens do Brasil é que, mesmo antes da moda, já estava aberto ao mundo. Eu penso que o Brasil precisa melhorar o controle das finanças do Estado, em todo os níveis, e desenvolver o mercado interno, pois a metade dos brasileiros não participa da economia. É inacreditável que 50 milhões de pessoas não tenha acesso a esse mercado. Para isso é necessário uma política séria e urgente de redistribuição de renda o que poderá ser a salvação do país. Não há investidor que confie num mercado cuja metade da população está fora da economia.

Brazil – Belgium, a market to be conquered

Today Belgium is the seventh client of Brazil in bilateral commerce. The volume of the operations reaches three billion dollars, with the commercial balance pending positively to the Brazilian side. Apart from importing for itself, Belgium constitutes an excellent entry door to Europe, where the success of the Brazilian industrial products can be greater still if there is more refinement in their design, finish and quality in general. A good example is that of the Brazilian cosmetic company Natura; and a hope that the Brazilian Amazon preserved can offer the World the rational use of its treasures.

Uma reserva chamada Amazônia

A Amazônia, como todos já sabem é o maior patrimônio natural do mundo. O Brasil deveria proteger a Amazônia.

Mais do que uma área para a criação de gado ou de produção agropecuária, que só contribuem para a sua devastação, a região tem uma grande importância para o mercado da cosmética, como já afirmei. Além de muito rentável do ponto de vista econômico, este tipo produção serve para proteger a riqueza natural. É sabido que, em 30 ou 40 anos, o petróleo produzido no mundo estará se extinguindo e os grandes fabricantes de produtos de beleza vão depender de outras fontes para continuar produzindo. Esta matéria prima poderá ser extraída da Amazônia.

A Amazônia vem sendo destruída, de modo preocupante, conforme revelam imagens de satélites, e o Brasil – isso que é uma pena! – permite que o cultivo da soja e a pecuária de corte ocupem grandes áreas dessa região e contribuam com a devastação da floresta, de maneira permanente.

É uma pena, porque a Amazônia representa uma riqueza para o Brasil – mais do que para o mundo – uma riqueza extraordinária. Talvez fosse importante que essa questão fosse discutida e que leis regionais e internacionais fossem adotadas para sua proteção.



O embaixador Marc Franck une-se aos que defendem uma política de proteção mais intensa para a Floresta Amazônica.



A Amazônia pode fornecer, de modo sustentável, matéria prima para a indústria cosmética.

Laços históricos e estratégicos

FCCE vai propor ao Príncipe Herdeiro a criação de um Conselho Empresarial Binacional Brasil – Bélgica

João Augusto de Souza Lima, Presidente da Federação das Câmaras de Comércio Exterior, vai propor a Sua Alteza, o Príncipe Herdeiro da Bélgica, que visita ao Brasil, em novembro, a criação de um órgão sediado nos dois países e que trate das relações comerciais bilaterais em nível nacional. Souza Lima expõe as razões que o levaram a idealizar esse novo conselho:

“Ao término do seminário que discutiu as relações comerciais entre Brasil, Bélgica e Luxemburgo, cabe-me celebrar o sucesso do encontro e, mais uma vez, as excelentes relações da Federação das Câmaras de Comércio Exterior não só com as Câmaras de Comércio Belgo-Luxemburguesas-Brasileiras do Rio de Janeiro e de São Paulo, mas também com a Câmara de Comércio Belgo-Luxemburguesa-Brasileira, em Bruxelas, com quem sempre mantivemos intenso intercâmbio, desde a época em que a presidiu seu grande incentivador, Gérard Van Skendel.

Temos excelente relacionamento com todas as câmaras bilaterais de comércio com o Brasil, instaladas no mundo inteiro; mas existe algo de especial em nossa empatia com a câmara de Bruxelas, um carinho que, de minha parte vem de longe, desde que conheci aquele belo país e o dinamismo e o espírito empreendedor dos belgas. Posso dizer que sou correspondido: fui duas vezes condecorado pela Bélgica: tenho a Ordem da Coroa e a Ordem de Leopoldo. Sou, ainda, Conselheiro de Comércio Exterior de Sua Majestade, o Rei da Bélgica. Essa honraria, o rei a concede, geralmente, a nacionais que morem no exterior; no meu caso, que sou brasileiro e não tenho qualquer ligação de sangue ou parentesco com os belgas, trata-se de honrosa exceção, que julgo ser, a um só tempo, uma delicadeza pessoal, uma homenagem ao Brasil e uma



João Augusto de Souza Lima é Conselheiro de Sua Majestade, o Rei da Bélgica.

referência elogiosa ao intenso comércio entre os dois países.

Em novembro virá ao Brasil, à frente de uma missão comercial composta por empresários, o Príncipe Felipe, filho do Rei Alberto II, herdeiro do trono belga. Baseado no sucesso em que se constituem as nossas relações comerciais e nas inúmeras possibilidades de sua maior dinamização, estamos firmemente dispostos a obter de sua alteza a chancela para a criação de um Conselho Empresarial Binacional, formado por determinado número de empresários belgas residentes em seu país e por outros tantos, residentes no Brasil. Seria um fórum que se reuniria uma vez por ano, lá e aqui, alternadamente e, com mais frequência, pela Internet. Quero assegurar que a interlocução dos empresários belgas não se dê apenas em de São Paulo e no Rio, do lado brasileiro, ou da capital de seu país, mas alcance um padrão nacional. A Câmara

de Comércio Belgo-Luxemburguesa-Brasileira de São Paulo fala com os empresários paulistas; a do Rio, com os fluminenses; a de Bruxelas com os daquela cidade. Quero mais. Já iniciei entendimentos para a criação da infra-estrutura necessária à instauração desse órgão, cuja criação deverá coroar a visita do príncipe ao Brasil.”

FCCE is going to propose the creation of a new bilateral commerce organ.

João Augusto de Souza Lima, President of the Federation of Foreign Chambers of Commerce, is going to propose to the Prince Inheritor of Belgium, who he will visit Brazil in November, the creation of a Bi-national Business Council to deal with the bilateral relations of commerce at national level between the two countries.

“O Leão da Bélgica” e as origens da Heráldica

HENRIQUE DO AMARAL

Dentre os heraldistas, ate o dia de hoje, existem enormes discussões, debates e controvérsias, quanto à origem, o início, o “aparecimento” da Heráldica.

Essa discussão é estéril e infrutífera, já que a Heráldica nada mais é do que o “registro”, a “identidade” de cada indivíduo, de cada família, profissão ou território.

Em termos práticos, a Heráldica foi, no passado, sobretudo na Idade Média, exatamente o que é hoje o Instituto Felix Pacheco, isto é, um documento de identidade, um documento de identificação, uma prova de parentesco, origem e cidadania.

Assim sendo, concluímos que a Heráldica existe desde que o mundo é mundo, desde que o segundo homem sentiu necessidade de se diferenciar do primeiro, desde que se instalou, no ser humano, a vaidade, a necessidade da afirmação pessoal e a importância da individualidade.

Impossível, portanto, classificar, no tempo, a origem, exata, do nascimento da Heráldica. Não vamos nos esquecer de que quando o Arcanjo Gabriel expulsou do Paraíso o espírito do mal, Lúcifer, ele já portava, em seu braço esquerdo (segundo as ilustrações religiosas) um escudo composto de: *cruz de gales em campo de prata* (frase em termos heráldicos que significa “cruz vermelha em escudo branco”)

Caminhamos um pouco mais na história, em termos heráldicos, registramos a famosa identificação INRI (Jesus Nazarenus Rex Iudeorum) colocada como dístico acima da cabeça de Cristo crucificado. Também podemos citar o não menos conhecido IEN HOC SIGNO VINCES, pregado pelo todo poderoso Jeová nos céus do Imperador Constantino, e de sua piedosa genitora, Helena.

O próprio SPQR dos estandartes das legiões romanas, embora represente uma das primeiras provas de cabotismo político, já que o Senado nunca foi o povo de Roma, também registrava e identificava as poderosas legiões que dominaram o mundo antigo por vários séculos, caracterizando o auge da Idade Antiga, e o marco de uma grande civilização.

Verificamos, assim, que, no que diz respeito ao “nascimento” da Heráldica, são tantas as possibilidades de interpretação, que passa a ser uma tarefa absolutamente impossível de se precisar, tornando-se assim, por definição, irrelevante.

Todavia, é importante, em termos de registro histórico, definir-se quando a Heráldica passou a existir como uma ciência-arte definitiva, oficial, reconhecida.

Esse fato se deu exatamente durante as primeiras Cruzadas, as primeiras incursões dos nobres e religiosos europeus para libertar a Terra Santa dos infieis.

Naquela época, sécs. XI e XII, os cavaleiros e titulares usavam, na guerra, em combates, armaduras completas, e elmos absolutamente fechados, não deixando nem um pequeno pedaço de seus corpos a descoberto, evitando assim o assédio da infantaria, com suas lanças e espadas curtas.

Suas Excelências eram verdadeiras “latas de sardinha”, hermeticamente fechadas, de alto a baixo, e portanto ... IMPOSSÍVEIS DE SE IDENTIFICAR!

Como fazer, então, para que os ilustres barões e condes não se esquarterassem, se mutilassem entre si, se ninguém sá quem era quem?

Ai, então, entra a HERÁLDICA!

Os diversos grupos de cavaleiros passaram a se identificar, a se reconhecer, usando símbolos e cores. Assim tínhamos os cavaleiros do “Leão Vermelho”, os da “Águia Preta”, da “Torre prateada”, e aí por diante.



Dessa forma, nossos heróis da alta Idade Média podiam se trucidar e se esquarterar tranqüilamente, sem correrem o risco de estarem acabando com a sua própria dinastia, liquidando o titio ou o irmão caçula sem saber ...

Curioso registrar que foi nessa época, das Cruzadas, que ficou consagrada a utilização da figura Heráldica da cruz, por razões óbvias, e que se mantém até hoje.

Em vários países da Europa, até os dias de hoje, as famílias que possuem, em seus brasões, uma cruz, seja da natureza que for, alardeiam orgulhosamente sua descendência de cavaleiros daquela época.

Em Heráldica, a cruz se transformou em uma peça tão popular e importante, que hoje em dia registramos mais de 60 tipos de cruzes diferentes! (cruz gironada, filetada, canelada, potenciada, recruzada, latina, de Lorena etc.)

A cruz é, portanto, a figura Heráldica mais importante. Mas, logo depois dela, significando coragem, dignidade, valentia e honradez, aparece o LEÃO.

O Leão rompante, o Leão passante, o Leão leopordado etc. etc., tal é o grande número de representações deste nobre animal, considerado, até hoje, o “Rei dos Animais”!

E o Reino da Bélgica adotou o LEÃO como seu símbolo.

O leão está de tal forma ligado à Bélgica, e aos belgas, que, em Heráldica, hoje em dia, não se diz simplesmente "Leão", para identificar esse animal, mas sim "Leão Belgicus" ...

O Rei dos Animais, considerado e homenageado heralamicamente, por tantas famílias, territórios e reinos, passou assim a ser propriedade dos conterrâneos de Hercule Poirot, Johny Halli-

day e Jean Claude Van Damme (isso, se não quisermos incluir nessa lista o "super-star" Tin-Tin ...).

As "Grandes Armas" do Reino da Bélgica, aqui reproduzidas, mostram, de forma inequívoca, essa preferência dos belgas.

Temos o leão de jalne, lampassado e armado de goles, em campo de sable no escudo principal; o leão, em par, como suportes afrontados de jalne, e, importante ressaltar, dos 9 estandartes representativos de províncias, oito possuem a

figura do leão representado em seus braços, nas mais diversas posições.

A Alemanha tem a águia como sua representação Heráldica mais conhecida, assim como a França tem a "fleur de lys", a Inglaterra os leopardos, Portugal as Quinas, e a Espanha a representação de seus 4 reinos, com "Bourbon" em abismo.

Nada, porém, nenhuma representação heráldica, nenhuma designação "brasão" é tão forte e tão significativa quanto o LEÃO DA BÉLGICA!



Brasil, Bélgica e Luxemburgo: agenda comercial diversificada

O Ministro Hélio Magalhães de Mendonça, Chefe-substituto do Departamento da Europa do Ministério das Relações Exteriores compareceu ao Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Bélgica/Luxemburgo, tendo presidido ao Painel III do encontro, cujo tema foi Missões Realizadas e Resultados Esperados. O ministro esteve, ainda, entre as autoridades que compuseram a mesa da sessão de encerramento. Para ele, o evento foi uma excelente oportunidade de as partes se conhecerem melhor, avaliarem seus respectivos desempenhos e incrementarem suas relações de comércio e investimento.

O senhor tem conhecimento das pautas de importação e exportação dos respectivos países envolvidos no seminário?

HMM – Além de conhecê-la, por força mesmo de meu trabalho, eu trouxe para ser distribuída aos participantes do seminário uma tabela atualizada até março de 2005 com os índices mais importantes desse intercâmbio: produtos, quantidades, valores. Foi um trabalho elaborado pela Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e que eu reputo de grande utilidade para o embasamento das discussões realizadas no âmbito do seminário.

Como se apresenta a balança comercial entre Brasil e Bélgica/Luxemburgo?

HMM – O Brasil tem sido, há mais de vinte anos, amplamente superavitário em suas relações comerciais com a Bélgica e Luxemburgo. O auge de nossas exportações ocorreu em 1998, quando vendemos cerca de 2 bilhões e duzentos milhões de dólares. De lá para cá, temos



Ministro Hélio Magalhães de Mendonça.

vendido uma média de 1 bilhão e oitocentos milhões de dólares de produtos brasileiros para os dois países. Já as importações oscilam entre 600 e 700 milhões. Em relação exclusivamente a Luxemburgo, as estatísticas daquele país registram um superavit comercial com o Brasil no ano de 2004. Eles nos teriam vendido cerca de 24 milhões de euros e comprado algo em torno de 11 milhões, um comércio pequeno, como se vê.

O fato de nosso principal item de exportação para Luxemburgo serem os aviões da Embraer é uma prova de que o Brasil já não é mais aquele país exportador de matérias primas e de produtos agrícolas?

HMM – Em termos. O desenvolvimento tecnológico brasileiro é inegável e os aviões da Embraer são um sucesso no exterior. Em Luxemburgo, eles constituem a maioria da frota do país. Não podemos, porém, nos esquecer de que o suco de laranja, o café e o minério de ferro são também importantes componentes da pauta de vendas do Brasil para a Bélgica e Luxemburgo e, em termos financeiros, ainda rendem mais que as

exportações de produtos industrializados, manufaturados e semi-manufaturados, para os dois países, como um todo. Quanto às exportações dirigidas à União Europeia, em geral, no último ano, constatou-se que o volume de produtos industrializados atingiu pouco mais de 50 por cento do total. Ainda não se pode dizer que é uma tendência, mas é um dado que ratifica o desenvolvimento científico e tecnológico do nosso país.

O que é que nos vendem, respectivamente, Bélgica e Luxemburgo?

HMM – Sobre tudo produtos industrializados, máquinas, equipamentos e uma curiosidade: as vacinas. Essas com que se imunizam as crianças contra rubéola, sarampo e caxumba, por exemplo, constituem o segundo item da pauta de importações brasileiras; e ainda compramos outras, destinadas ao combate de diferentes doenças. O malte, utilizado na fabricação de cerveja, também faz parte de nossas compras na Bélgica. Não devemos nos esquecer, enfim, de que, além do comércio, os principais bancos brasileiros atuam na praça de Luxemburgo, que é um dos maiores centros financeiros de todo o mundo.

Brasil Commerce with Belgium and Luxembourg, a diversified agenda

Traditional exporter of raw materials and agricultural products in the past, today Brazil has already achieved an index of a little more than 50% of industrialized, manufactured and semi-manufactured products on its list of exports to the European Union. Brazilian aircraft have made a success abroad but one cannot belittle the economical importance of Brazilian exports of orange juice, coffee and iron ore to Belgium and Luxembourg.

Belgo ARCELOR

Excelência em aço e ética nas ações

*O maior produtor do Brasil pensa
principalmente no ser humano*

O Grupo Arcelor foi criado em 2002, com a união das siderúrgicas Arbed, de Luxemburgo, Acerália, da Espanha, e Usinor, da França. Trabalha com aços planos, aços longos e aços planos especiais. Produziu 45 milhões de toneladas de aço bruto em 2004 e gera aproximadamente 94 mil empregos nos quatro continentes. No Brasil, controla as empresas Belgo, Acesita, Companhia Siderúrgica Tubarão e Vega do Sul, cuja capacidade instalada de produção é de 9,3 milhões de toneladas de aço bruto, quase um terço do que se produz no país. Por isto, o Arcelor é considerado o grupo com maior volume de produção de aço no Brasil, exportando principalmente para a América do Sul, do Norte e para a Ásia.



“Nosso pessoal é o nosso ativo principal”

A política do grupo, informa Carlo Panunzi, presidente da Belgo ARCELOR, é pensar mais em margens de lucro do que em volumes de negócio. Para a Belgo, o principal neste momento é internacionalizar uma cultura empresarial fortemente voltada para resultados e fundamentada no desenvolvimento sustentável e na qualificação das pessoas. Dai o lema: “excelência em aço, ética nas ações”.

De uma maneira geral, a estratégia hoje pode ser definida como: agregar valor ao longo da cadeia produtiva, expandir a produção e aumentar as vendas. Trata-se de um grupo voltado basicamente para a siderurgia, mas que desenvolve também atividades nas áreas florestal e de carvoejamento, de geração de energia elétrica e de serviços. Atualmente, a Belgo procura reduzir a dependência externa de matérias-primas básicas para a produção do aço. Por isto, arrendou para a Companhia Vale do Rio Doce a Mina do Andrade e estabeleceu uma *joint venture* com a Companhia Siderúrgica de Tubarão e a Sun Coal & Coke Company. Essas iniciativas garantem o suprimento atual e futuro de minério de ferro e a auto-suficiência do coque para a Usina Integrada de Monlevade.

“As empresas do grupo”, informa Carlo Panunzi, “estão diante do desafio de gerenciar toda a cadeia produtiva do aço para criar valor, e também buscar um relacionamento harmonioso com todos aqueles que têm, de maneira direta, algum contato com as atividades da empresa: os acionistas, o nosso pessoal empregado, as comunidades onde atuamos, nossos clientes e fornecedores. Damos uma importância muito grande ao fator humano, pois achamos que nosso pessoal é o nosso ativo principal. É preciso ter um pessoal motivado e bem treinado”.



O presidente Carlos Panunzi traçou uma política que valoriza o fator humano e prioriza o relacionamento harmonioso entre dirigentes, empregados, clientes, fornecedores e as comunidades onde atua a Belgo ARCELOR.



O casamento de interesses econômicos, sociais e ambientais

Para que possa ser considerada sustentável, qualquer atividade humana tem que garantir não só as nossas necessidades atuais, mas também as necessidades das gerações futuras. Segundo Pannunzi, “a busca da sustentabilidade tem um impacto na evolução social das áreas onde atuamos e também implica em respeito ao meio ambiente em qualquer atividade que fazemos”. Esta preocupação se expressa no cuidado com a natureza, com a saúde e a segurança ocupacional dos empregados. O grupo Belgo possui as seguintes certificações: ISO 14001 (meio ambiente), ISO 9002 (qualidade), OHASAS (saúde e segurança) e SA 8000 (responsabilidade social).

As empresas do grupo estão preocupadas com a convergência dos interesses de natureza econômica, social e ambiental. Uma parte considerável do material utilizado nos fornos é sucata. “A siderurgia à base de sucata”, explica Carlo Pannunzi, “é uma tendência e um procedimento natural no mundo inteiro para se fazer aços longos e já se começa também a fabricar alguns aços planos com este sistema. A indústria siderúrgica é, pois, considerada uma das maiores recicladoras do mundo, em vez de tirar o metal da terra, fica mais barato, e é mais vantajoso para o meio ambiente, usar aquilo que já foi retirado e usado. Com o desenvolvimento do Brasil, a geração de sucata aumenta e nós vamos aproveitando isso”.

Mas não é só na sucata que a preocupação ambiental se manifesta. “A reutilização da água é um outro ponto de grande atenção em todo o processo industrial”, afirma Pannunzi. “Desde o conceito até a definição das plantas industriais e a compra de equipamentos modernos, tudo leva aos circuitos fechados de água e faz com que a Belgo reutilize em torno de 98% da água que seus processos de atuação necessitam”.

ARCELOR no Mercosul / Empresas



Belgo – produtora de aços longos no Brasil



Acindar – produtora de aços longos na Argentina



Acesita – produtora de aços planos especiais no Brasil



CST – produtora de semi-acabados e laminados planos no Brasil



Vega do Sul – transformadora de aços planos no Brasil

Belgo: Setores de Atuação



A proteção de mananciais é parte das atribuições de planejamento da empresa.

Atuação da Fundação Belgo na área de cidadania

A Fundação Belgo trabalha principalmente com educação, saúde e cultura. A sua atuação é gerenciada hoje como uma parte integrante dos negócios do grupo e está sempre na ponta de uma atividade socialmente responsável. Por causa desta preocupação, pela quinta vez, a Belgo foi eleita uma das dez empresas-modelo em responsabilidade social pelo Guia Exame da Boa Cidadania Corporativa. Além disso, a revista Exame/Você S. A. a reconheceu como uma das dez melhores empresas para se trabalhar no Brasil, de acordo com uma pesquisa realizada pelo *Great Place to Work Institute*, uma organização norte-americana que avalia o grau de satisfação no trabalho.

Em 2004, a Usina de Juiz de Fora ganhou o Prêmio Nacional de Qualidade, o mais importante do país; as usinas de Monlevade e de Juiz de Fora foram as vencedoras do Prêmio Mineiro de Qualidade e a Usina de Vitória ganhou o Prêmio Espírito Santo de Qualidade.

O Código de Ética Belgo é o documento que orienta as ações e o comportamento da empresa e de seu corpo funcional. Em 2004 foram criados comitês de ética nas fábricas e o assunto foi discutido em documentos, palestras e oficinas. Em reuniões, os empregados ou seus representantes levam informações sobre o trabalho e têm a oportunidade de expressar suas opiniões sobre a empresa. A cada dois ou três anos é realizada uma pesquisa de clima e os pontos de melhoria identificados pelos grupos de empregados passam a fazer parte dos Planos de Ação de Clima Organizacional. Programas de sugestões também são estimulados para envolver os empregados nos processos de gestão. De 1996 a 2004, as sugestões apresentadas na Unidade de Juiz de Fora geraram uma economia de R\$ 6.682.376,00, com 1.120 autores premiados.



O trabalho desenvolvido pela Fundação Belgo em educação, saúde e cultura é tido como um dos dez melhores do Brasil, pelo Guia Exame da Boa Cidadania Corporativa

Excellence in steel and Ethics in actions

The Arcelor Group, created in 2002, produced 45 million tons of raw steel last year and generates around one hundred thousand jobs on four continents. In Brazil it controls the companies Belgo, Acesita, Companhia Siderúrgica Tubarão and Veja do Sul, and is the group that most produces steel in the country. The use of scrap in the material processed by the ovens and the re-use of the water in closed circuits denotes the social-environmental preoccupation of its companies; and the investments made in the areas of education, health and culture has already brought them various prizes for quality.



crianças no Centro de Educação Ambiental Casa da Natureza, em Juiz de Fora, um dos projetos educacionais da Fundação Belgo.

Para saber mais: www.belgo.com.br

A abençoada cerveja dos mosteiros belgas

A Bélgica é famosa em todo o mundo pela grande diversidade e invejável qualidade das cervejas que produz e de que tem justo orgulho. Essa variedade é tão grande que se torna complicado fazer uma opção: na Bélgica, 110 cervejarias

de todos os tamanhos produzem mais de 450 tipos diferentes de cervejas e, só em Bruxelas, as autoridades encarregadas do turismo elaboraram quatro roteiros diferentes – tendo a cerveja como guia – para explorar a cidade.



Nessa abundante produção, um tipo da bebida se destaca e constitui-se em uma gostosa especialidade do país: a cerveja trapista, elaborada por monges, em seus antiquíssimos mosteiros, com abadias medievais. Elas são comercializadas com a proteção de direitos autorais, que são atribuídos a marcas que pertencem à Ordem Cisterciense. Essa proteção legal implica em alguns requisitos: esse tipo de cerveja tem que ser produzida em um mosteiro da Ordem Cisterciense, sob a supervisão de monges trapistas.

Os trapistas, seus mosteiros e segredos

Os trapistas pertencem à Ordem dos Cistercienses da Observação Estrita que, como o nome indica, cumprem sua vida monacal no silêncio, na oração e no trabalho. A ordem foi fundada no século XII, no Mosteiro de Cîteaux, na Borgonha. Seus monges aderiram à Regra de São Bento, que data do 4º século. Eles têm laços históricos

com a Abadia da Grande Trapa, na Normandia, daí o nome trapistas.

A origem da produção de cerveja dos trapistas vem, quase sempre, da Idade Média. A produção de cerveja em escala industrial, no entanto, é uma atividade relativamente recente dos trapistas belgas. No início do século XX, as cervejas dos trapistas alcançaram um sucesso tão grande que apareceram inúmeras imitações, até que, em 1962, elas passaram a ser protegidas por lei, devendo ser produzidas num mosteiro cisterciense, sob a supervisão de monges trapistas para obterem o devido *copyright*.

Existem na Bélgica seis mosteiros de monges trapistas. Cinco deles têm produção própria de cerveja e três estão na região da Valônia: Chimay, Orval e Rochefort.



– ou Abadia – de Chimay é o mais novo e foi fundado em 1850. Construído em um platô sobre uma reserva de água puríssima (e a pureza da água é a condição mais essencial para a produção de uma boa bebida), começou a produzir cerveja, industrialmente, em 1862, para prover as necessidades dos monges e gerar empregos na região. A cerveja, hoje muito famosa, tem “safiras”, como as dos mais famosos e sofisticados vinhos. Os monges de Chimay foram os primeiros a comercializar a bebida além das paredes de sua abadia. A produção foi aumentada e modernizada em 1990. O mosteiro não é aberto ao público, que só pode assistir à fase de engarrafamento do produto.

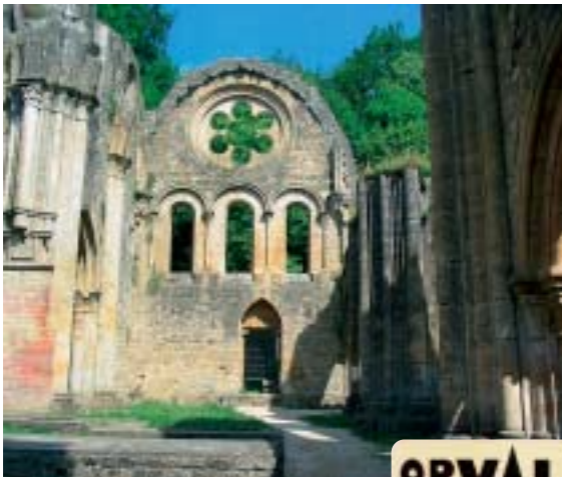
A Abadia de Nossa Senhora de Orval, na Província de Luxemburgo, fica em uma região ocupada por comunidades religiosas desde o ano de 1070. Em 1132, as construções foram harmonizadas, de acordo com as exigências da Ordem dos Cistercienses. O século XVIII assinalou o ponto mais alto da história do mosteiro que, no entanto, foi destruído durante a Revolução Francesa e só voltou a existir em 1926, tendo as obras de reconstrução durado até 1948. Desde 1931 produz cerveja, atualmente, apenas um

tipo, cuja elaboração emprega ingredientes e técnicas alemãs e inglesas, incluindo o lúpulo seco, cru. Orval é fechado aos turistas e os visitantes só têm acesso às ruínas das velhas edificações medievais.

A Abadia de Nossa Senhora de São Remi foi fundada em 1230 por Gilles de Walcourt, Conde de Rochefort, e destinou-se, inicialmente, às freiras da Ordem Cisterciense.

Como o meio ambiente era rigoroso demais para a sobrevivência das religiosas, elas foram substituídas por monges, em 1464.





Trechos em ruínas da Abadia de Orval convivem com modernas fábricas de cerveja.

Durante a Revolução Francesa o mosteiro foi dissolvido e seus bens confiscados. Metade das construções foi destruída. Apesar disso, ele renasceu em 1887, quando um grupo de trapistas se estabeleceu por lá. Desde 1595 havia no mosteiro uma fábrica de cerveja para uso dos monges e a atual data de 1899. Não são admitidas visitas de estranhos.

Para quem fica surpreso com a associação de religiosos com cerveja, é bom lembrar que, há muitos séculos, os monges europeus têm fama de comer e beber bem. É clássica a identificação dos frades gordos e corados com bons vinhos, principalmente a champanha.

Quanto à cerveja dos trapistas belgas, pelo menos eles têm uma boa desculpa para cultivá-la: ainda na Idade Média, tempo de pestes e contaminações, uma reforma que mitigava um pouco as durezas da Ordem dos Cistercienses tornou possível aos monges consumir uma bebida da região em que se situava o mosteiro, se fosse constatado que a água local não apresentava condições de consumo. Em alguns mosteiros que ocupam partes do atual território da Bélgica, os monges deveriam escolher sua bebida preferencial entre o leite – desnatado ou amanteigado – e a cerveja. Parece que eles fizeram a melhor opção...



The blessed beer of the Belgian monasteries

Copyright protects the integrity of the savory and envied beers produced by the Cistercian monks of Belgium, in abbeys that can date back to the Middle Ages.

Luxemburgo:

O pequeno país que deu certo

Discrição e eficiência são marcas inegáveis do Grão Ducado de Luxemburgo, um dos menores e mais desenvolvidos países do mundo. Uma população de 600 mil habitantes, cem por cento alfabetizada e cuja estimativa de vida é de 74 anos para os homens e 80 para as mulheres, ocupa um território com apenas 2 586 km² de superfície, entre a França, a Bélgica e a Alemanha.

Fala-se o luxemburguês, mas todos os habitantes conhecem o francês e o alemão, idiomas administrativos de um país em que

a influência dos poderosos vizinhos mistura-se às peculiaridades locais para formar uma sociedade multicultural e democrática. Luxemburgo é uma monarquia constitucional e tem seis partidos políticos, que atuam sob o regime parlamentarista. Com níveis baixíssimos de inflação e desemprego – inferiores a 3% anuais – a população dispõe de um nível de vida que pode ser medido pelo índice de automóveis do país: 632 para cada 1000 habitantes. Esse alto índice de desenvolvimento tem sido acompanhado da consciência de que é preciso apoiar economicamente os países mais necessitados: desde 1992, Luxemburgo vem destinando 0,78% de seu produto nacional bruto para a luta contra a pobreza mundial, sendo o quarto país do mundo mais ativo nessa área.

Patrimônio da humanidade

Nesse país de sonho, 40% das terras são ocupadas por florestas, 24% se destinam ao plantio de cevada, aveia, batata, trigo e frutas e à criação de gado. O resto são cidades, das quais a principal se chama também Luxemburgo, tem cerca de cem mil habitantes e é a capital do país. A importância histórica da Cidade de Luxemburgo remonta ao século IV, quando ali foi construída, no cruzamento de duas estradas abertas pelos romanos, uma torre de vigília. No século X, reafirmando o valor estratégico do local, o conde Sigefroi fez construir sobre o Rochedo de Bock um pequeno castelo, o Lucilinburhuc, que deu seu nome à cidade.

Ao longo dos séculos a pequena fortaleza foi aumentada com inúmeros muros de arrimo, diversas torres de guarda, várias casamatas subterrâneas e uma infinidade de fortes e bastiões. No século XVII, Vauban, comissário geral de fortificações de Luís XIV, transforma as instalações de defesa da cidade (o país estava sob intervenção francesa) em uma das mais pode-



rosas praças-fortes da Europa, conhecida como A Gibraltar do Norte. A seu redor começa a se desenvolver a metrópole, hoje uma cidade moderna, com uma população pequena e adequada a seu tamanho, que dispõe de excelentes condições urbanas.

Apesar de terem ocorrido algumas demolições, no século XIX, os vestígios e ruínas das antigas fortalezas, as casamatas restantes e um grande acervo sobrevivente foram inscritos pela UNESCO na lista do patrimônio mundial da humanidade e podem ser visitadas em um passeio agradável e instrutivo para os que se interessam por História e Arqueologia. No interior do país, outros castelos e monumentos religiosos misturam-se às paisagens naturais e se constituem em outros pontos dignos do interesse de visitantes, que chegam de toda a Europa. Os visitantes brasileiros terão a sorte de encontrar em Luxemburgo uma enorme (para as proporções locais) colônia portuguesa, cujos membros já totalizam cerca de 13% da população local, e que poderão nos ajudar a conhecer melhor o país, utilizando nosso próprio idioma.

Os segredos do sucesso

A ligação de Luxemburgo com o Brasil data dos anos 30 do século XX, quando o capital luxemburguesa passa a integrar a Siderúrgica Belgo-Mineira, de grande atuação em nosso parque industrial. Na atual agenda do comércio entre os dois países é importante ressaltar que nas duas companhias de aviação do país, a Lux-Air e a Cargo-Lux, encontram-se em atividade aviões brasileiros, produzidos pela Embraer. Quanto às importações, têm se intensificado as compras de frutas tropicais brasileiras e é tão grande o interesse dos luxemburgueses por esses produtos que, para melhor viabilizar a sua compra, acaba de ser estabelecida uma rota aérea entre Luxemburgo e Recife, com vôos semanais.

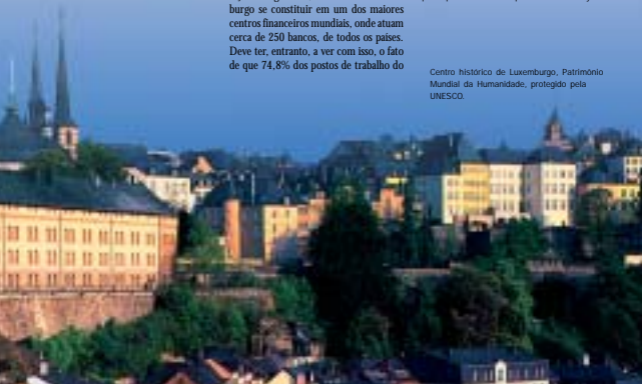
Alto índice de desenvolvimento humano, qualidade excepcional de vida, acesso a novas tecnologias, educação de alto nível, pode-se dizer que, mesmo entre os países do chamado Primeiro Mundo, são excepcionais os índices econômicos e sociais de Luxemburgo. Todo esse sucesso é atribuído, ora à força da indústria local, composta principalmente por produtos químicos e metalúrgicos, alimentos e serviços de engenharia, ora ao fato de Luxemburgo se constituir em um dos maiores centros financeiros mundiais, onde atuam cerca de 250 bancos, de todos os países. Deve ter, entretanto, a ver com isso, o fato de que 74,8% dos postos de trabalho do

país sejam ocupados por mulheres, o que representa o índice de participação feminina mais alto da Europa. Um bom exemplo dessa eficiência feminina pode estar aqui mesmo, entre nós: os interesses do Grão Ducado são muitíssimo bem representados, no Rio de Janeiro, pela cônsul honorária Marie Christiane Meyers, uma filha de luxemburgueses que nasceu nas Minas Gerais, e sob cujos belos e tranquilos olhos azuis, percebe-se uma atuação que combina firmeza e determinação nas gestões comerciais com doçura e elegância no trato diplomático.

Luxemburg: the small country that did well

One of the countries with the highest index of human development in the whole world, the multi-cultural Luxembourg, whose beautiful capital is the World Patrimony of Humanity, loves aircraft and fruit that reach them from Brazil. Amongst the secrets of its progress can be the ample industrial development, the intense financial movement and the enormous feminine participation in the work posts of the country.

Centro histórico de Luxemburgo, Patrimônio Mundial da Humanidade, protegido pela UNESCO.



Bélgica – Luxemburgo Principais Produtos

Fonte: SISCOMEX

Seq.	NCM	Descrição
TOTAL GERAL		
TOTAL DOS PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS		
1	20091100	SUCOS DE LARANJAS, CONGELADOS, NÃO FERMENTADOS
2	47032900	PASTA QUIM. MADEIRA DE N/ CONIF A SODA/SULFATO, SEMI/BRANCO
3	76011000	ALUMINIO NÃO LIGADO EM FORMA BRUTA
4	26011100	MINÉRIOS DE FERRO NÃO AGLOMERADOS E SEUS CONCENTRADOS
5	09011110	CAFÉ NÃO TORRADO, NÃO DESCAFEINADO, EM GRÃO
6	23040090	BAGAÇOS E OUTS. RESÍDUOS SÓLIDOS, DA EXTR. DO ÓLEO DE SOJA
7	24012030	FUMO N/MANUF. TOTAL/PARC. DESTAL. FLS. SECAS, ETC VIRGINIA
8	25070010	CAULIM
9	44121900	OUTS. MADEIRAS COMPENSADAS, COM FOLHAS DE ESPESURA <= 6MM
10	12010090	OUTROS GRÃOS DE SOJA, MESMO TRITURADOS
11	20091200	SUCOS DE LARANJA NÃO CONG. C/ VALOR BRIX <= 20
12	75021010	CATODOS DE NIQUEL NÃO LIGADO, EM FORMA BRUTA
13	44079990	OUTRAS MADEIRAS SERRADAS/CORTADAS EM FOLHAS, ETC, ESP > 6MM
14	48025610	PAPEL FIBRA MEC <= 10%, 40 <= P <= 150G/M2, FLS. LADO <= 360MM
15	44121400	MADEIRA COMPENSADA C/FLS <= 6MM, FACE DE MADEIRA N/CONIFER
16	71129900	OUTS. RESID./DESPERD. DE OUTS. METAIS PREC. ETC
17	48041100	PAPEL/CARTÃO "KRAFTLINER", P/ COBERTURA, CRUS, EM ROLOS/FLS
18	24012040	FUMO N/ MANUF. TOTAL/PARC. DESTAL. FLS. SECAS, TIPO "BURLEY"
19	81052010	COBALTO EM FORMAS BRUTAS
20	47020000	PASTA QUÍMICA DE MADEIRA, PARA DISSOLUÇÃO
21	84291190	OUTROS "BULLDOZERS" E "ANGLEDOZERS", DE LAGARTAS
22	38083023	HERBICIDA A BASE GLIFOSATO, SEUS SAIS, DE IMAZAQUIM, ETC
23	20091900	OUTROS SUCOS DE LARANJAS, NÃO FERMENTADOS
24	70072100	VIDROS DE SEGURANÇA, DE FLS. CONTRACOLADAS, P/ AUTOMÓVEIS ETC
25	29153200	ACETATO DE VINILA
26	72193400	LÁMIN. AÇOS INOX. A FRIO, L >= 600MM, 0.5MM <= E <= 1MM
27	71021000	DIAMANTES NÃO SELECIONADOS, NÃO MONTADOS, NEM ENGASTADOS
28	85179092	BASTIDORES E ARMAÇÕES P/ APARELHOS DE TELEFONIA/TELEGRAFIA
29	02050000	CARNES DE CAVALO, ASININO E MUJAR, FRESCAS, REFRIG. OU CONG.
30	52010020	ALGODÃO SIMPLEMENTE DEBULHADO, NÃO CARDADO NEM PENTEADO
31	10059010	MILHO EM GRÃO, EXCETO PARA SEMEADURA
32	39012029	OUTROS POLIETILENOS S/ CARGA, D >= 0.94, EM FORMAS PRIMÁRIAS
33	39011010	POLIETILENO LINEAR, DENSIDADE < 0.94, EM FORMA PRIMÁRIA
34	85015210	MOTOR ELETR. CORR. ALTERN. TRIF. 750W < P <= 75KW, ROTOR GAIOLA
35	90213919	OUTRAS VÁLVULAS CARDIACAS
36	72189100	PRODS. SEMIMANUFATURADOS, DE AÇOS INOX. SEC. TRANSV. RETANG.
37	44111100	PAÍNEIS DE FIBRAS DE MADEIRA, N/ TRAB. MECAN. D > 0.8G/CM3
38	72193300	LÁMIN. AÇOS INOX. A FRIO, L >= 600MM, 1MM < E < 3MM
39	72071110	BILLETS DE FERRO/AÇO, C < 0.25%, SEC. TRANSV. QUAD/RET. L < 2E
40	24013000	DESPERDÍCIOS DE FUMO
41	39021020	POLIPROPILENO SEM CARGA, EM FORMA PRIMÁRIA
42	93062100	CARTUCHOS P/ ESPINGARDAS/CARABINAS DE CANO LISO
43	72029990	OUTROS FERROLIGAS
44	44129900	OUTRAS MADEIRAS COMPENSADAS, FOLHEADAS OU ESTRATIFICADAS
45	94035000	MÓVEIS DE MADEIRA P/ QUARTOS DE DORMIR
46	29232000	LECITINAS E OUTROS FOSFOAMINOLÍPIDIOS
47	44072920	MADEIRA DE IPE, SERRADA/CORTADA EM FOLHAS, ETC.ESP > 6MM
48	16025000	PREPARAÇÕES ALIMENTÍCIAS E CONSERVAS, DE BOVINOS
49	10019090	TRIGO (EXC. TRIGO DURO OU P/ SEMEADURA), E TRIGO C/ CENTEIO
50	63026000	ROUPAS DE TOUCADOR/COZINHA, DE TECIDOS TOALHA DE ALGODÃO

	2004 (Jan/Dez)			2003 (Jan/Dez)			Var. ReL
	Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso /KG	Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso/Kg	04/03-Jan/Dez
	1.931.061.321	100,00	12.377.559.813	1.795.080.045	100,00	10.981.221.994	7,58
	1.812.871.730	93,88	12.263.988.166	1.572.693.512		10.551.722.169	
	322.017.544	16,68	422.180.072	374.714.735	20,87	457.359.745	-14,06
	192.729.963	9,98	477.812.634	136.644.968	7,61	346.393.361	41,04
	181.416.925	9,39	110.618.626	163.904.367	9,13	120.195.285	10,68
	159.357.191	8,25	9.085.649.489	119.835.531	6,68	7.287.777.223	32,98
	86.013.251	4,45	67.121.520	52.068.604	2,90	52.912.500	65,19
	77.147.634	4,00	333.937.467	65.291.047	3,64	324.757.446	18,16
	76.627.311	3,97	25.189.970	42.378.865	2,36	15.128.622	80,81
	55.395.868	2,87	532.413.010	48.154.928	2,68	446.653.690	15,04
	47.920.818	2,48	104.709.940	34.070.413	1,90	93.850.887	40,65
	38.023.605	1,97	137.845.997	148.140.395	8,25	677.838.472	-74,33
	37.923.644	1,96	167.856.521	38.925.591	2,17	173.002.620	-2,57
	31.080.176	1,61	2.396.000	6.671.057	0,37	800.000	365,90
	25.998.174	1,35	58.852.160	16.137.253	0,90	39.136.324	61,11
	21.979.412	1,14	35.604.042	26.056.633	1,45	39.729.105	-15,65
	19.799.599	1,03	33.890.248	11.454.876	0,64	23.440.355	72,85
	19.766.976	1,02	369.709	8.044.546	0,45	147.556	145,72
	18.561.885	0,96	53.494.390	15.188.434	0,85	42.449.166	22,21
	18.248.766	0,95	6.650.290	11.183.915	0,62	4.331.400	63,17
	17.710.091	0,92	350.503	-	-	-	-
	15.524.883	0,80	29.723.241	12.359.703	0,69	20.343.522	25,61
	14.685.630	0,76	2.238.742	7.830.637	0,44	1.324.350	87,54
	14.490.000	0,75	3.000.000	19.706.400	1,10	4.080.000	-26,47
	11.953.714	0,62	25.072.063	5.362.890	0,30	9.477.410	122,90
	11.352.707	0,59	3.495.110	8.601.753	0,48	2.807.570	31,98
	10.137.465	0,52	15.489.043	7.986.618	0,44	12.307.062	26,93
	9.870.646	0,51	4.283.894	3.305.273	0,18	1.850.040	198,63
	8.851.991	0,46	22	4.893.670	0,27	12	80,89
	8.845.499	0,46	721.759	783.380	0,04	83.881	-
	8.596.142	0,45	7.856.897	6.436.312	0,36	7.382.785	33,56
	8.102.961	0,42	6.488.947	2.191.094	0,12	2.078.576	269,81
	7.479.037	0,39	66.136.300	10.048.867	0,56	92.694.971	-25,57
	7.312.260	0,38	7.431.875	7.677.163	0,43	14.614.500	-4,75
	7.202.903	0,37	7.375.500	4.665.525	0,26	8.761.500	54,39
	7.071.418	0,37	3.323.901	4.710.868	0,26	2.237.281	50,11
	6.749.685	0,35	1.262	6.050.605	0,34	1.369	11,55
	6.171.942	0,32	4.967.943	-	-	-	-
	6.111.466	0,32	25.097.674	2.900.789	0,16	13.201.286	110,68
	6.003.094	0,31	2.730.790	3.163.844	0,18	2.099.544	89,74
	5.688.012	0,29	17.193.048	11.502.685	0,64	45.124.223	-50,55
	5.574.541	0,29	12.159.109	2.658.948	0,15	5.093.493	109,65
	5.532.580	0,29	6.319.200	7.158.409	0,40	13.030.850	-22,71
	5.227.695	0,27	419.402	967.066	0,05	91.780	440,57
	5.088.112	0,26	5.368.000	1.835.551	0,10	1.999.000	177,20
	5.085.467	0,26	11.529.691	2.118.310	0,12	4.733.003	140,07
	4.782.395	0,25	2.601.913	2.856.214	0,16	1.595.051	67,44
	4.733.053	0,25	5.482.640	2.407.467	0,13	2.919.230	96,60
	4.727.505	0,24	8.083.394	1.490.385	0,08	3.151.369	217,20
	4.653.285	0,24	1.812.434	3.717.561	0,21	1.559.879	25,17
	4.497.528	0,23	29016.310	-	-	-	-
	4.336.941	0,22	479.284	3.049.308	0,17	374.819	42,23

Bélgica – Luxemburgo Principais Produtos

Fonte: SISCOMEX

Seq.	NCM	Descrição
51	44189000	OUTRAS OBRAS DE MARCENARIA OU CARPINTARIA. P/ CONSTRUÇÕES
52	26070000	MINÉRIOS DE CHUMBO E SEUS CONCENTRADOS
53	28276012	IODETOS DE POTÁSSIO
54	94036000	OUTROS MÓVEIS DE MADEIRA
55	25161200	GRANITO CORTADO EM BLOCOS OU PLACAS
56	72023000	FERROSSILÍCIO-MANGANÊS
57	72091600	LÁMIN. FERRO/AÇO, A FRIO, L >= 6DM, EM ROLOS, 1MM < E < 3MM
58	38200000	PREPARS. ANTICONGELANTES/LÍQUIDOS PREPAR. P/ DESCONGELAÇÃO
59	84742090	OUTS. MÁQUINAS E APARS. P/ ESMAGAR, ETC. SUBST. MINER. SÓLIDA
60	87087090	OUTRAS RODAS, SUAS PARTES E ACESS. P/ VEÍCULOS AUTOMÓVEIS
61	68131010	PASTILHAS NÃO MONTADAS, PARA FREIOS, DE AMIANTO, ETC.
62	44170090	ARMAÇÕES E CABOS, DE MADEIRA, DE FERRAMENTAS, ESCOVAS, ETC.
63	26011200	MINÉRIOS DE FERRO AGLOMERADOS E SEUS CONCENTRADOS
64	44183000	PAINÉIS DE MADEIRA, PARA SOALHOS
65	70191290	OUTRAS MECHAS DE VIDRO, LIGEIRAMENTE TORCIDAS
66	02013000	CARNES DESOSSADAS DE BOVINO, FRESCAS OU REFRIGERADAS
67	85015310	MOTOR ELÉTR. CORR. ALTERN. TRIF. 75KW < POT <= 7500KW
68	72071900	OUTS. PRODS. SEMIMANUF. FERRO/AÇO, N/ LIGADOS, CARBONO < 0.25%
69	72022100	FERROSSILÍCIO CONTENDO PESO > 55% DE SILÍCIO
70	24011030	FUMO N/ MANUFAT. N/ DESTAL. EM FLS. SECAS, ETC. TIPO VIRGÍNIA
71	29349911	MORFOLINA E SEUS SAIS
72	08081000	MAÇAS FRESCAS
73	72021100	FERROMANGANÊS CONTENDO, EM PESO > 2% DE CARBONO
74	03061399	OUTROS CAMARÕES CONGELADOS, EXCETO 'KRILL'
75	72139110	FIO-MÁQUINA DE FERRO/AÇO, SEC. CIRC. D < 14MM, CARBONO >= 0.6%
76	48109290	OUTS. PAPÉIS DE CAMADA MULTIPLA, REVEST. CAULIM, ROLOS/FLS
77	39023000	COPOLÍMEROS DE PROPILENO, EM FORMAS PRIMÁRIAS
78	82024000	CORRENTES CORTANTES DE SERRAS, DE METAIS COMUNS
79	68030000	ARDÓSIA NATURAL TRABALHADA E OBRAS DE ARDÓSIA NAT/AGLOM
80	29053910	2-METIL-2, 4-PENTANODIOL (HEXILENOGLICOL)
81	29094421	ETER ETÍLICO DO DIETILENOGLICOL
82	76031000	POS DE ALUMÍNIO, DE ESTRUT. NÃO LAMELAR
83	02023000	CARNES DESOSSADAS DE BOVINO, CONGELADAS
84	39022000	POLIISOBUTILENO EM FORMA PRIMÁRIA
85	39011092	POLIETILENO SEM CARGA, DENSIDADE < 0.94, EM FORMA PRIMÁRIA
86	15162000	GORDURAS E ÓLEOS, VEGETAIS, HIDROGENS. INTERESTERIFS. ETC
87	24011090	OUTROS FUMOS NÃO MANUFATURADOS, NÃO DESTALADOS
88	25041000	GRAFITA NATURAL EM PÓ OU EM ESCAMAS
89	44111900	OUTROS PAINÉIS DE FIBRAS DE MADEIRA, DENSIDADE > 0.8G/CM3
90	28492000	CARBONETO DE SILÍCIO
91	84672100	FURADEIRAS COM MOTOR ELÉTRICO INCORPORADO
92	84559000	OUTRAS PARTES DE LAMINADORES DE METAIS
93	29381000	RUTOSÍDIO (RUTINA) E SEUS DERIVADOS
94	72279000	OUTROS FIO-MÁQUINAS DE OUTROS LIGAS DE AÇOS
95	72172090	OUTROS FIOS DE FERRO/AÇO, N/ LIGADOS, GALVANIZADOS
96	23099090	OUTRAS PREPARAÇÕES PARA ALIMENTAÇÃO DE ANIMAIS
97	29269029	OUTS. DERIVS. ÉSTERES DO ALCOOL ALFA-CIANO-3-FENOXIBENZIL
98	79011111	ZINCO N/ LIG. CONT. ZINCO >= 99.99%, ELETROLÍTICO, EM LINGOTES
99	72091700	LÁMIN. FERRO/AÇO, A FRIO, L >= 6DM, EM ROLOS, 0.5MM < E <= 1MM
100	52010090	OUTROS TIPOS DE ALGODÃO NÃO CARDADO NEM PENTEADO

DEMAIS PRODUTOS

2004 (Jan/Dez)			2003 (Jan/Dez)			Var. ReL
Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso /KG	Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso/Kg	04/03-Jan/Dez
3.968.262	0,21	6.424.034	3.305.691	0,18	5.904.534	20,04
3.902.687	0,20	11.092.905	-	-	-	-
3.834.974	0,20	287.000	2450.295	0,14	224.500	56,51
3.730.213	0,19	2.142.639	2.107.365	0,12	1.180.541	77,01
3.540.501	0,18	23083.638	3.040.538	0,17	21431.960	16,44
3.517.100	0,18	4.049.450	3.854.747	0,21	8.019.000	-8,76
3.510.114	0,18	5.301.280	6.717	-	20.180	-
3.423.515	0,18	12.100.339	1.092.659	0,06	3.659.381	213,32
3.366.997	0,17	530.498	899.881	0,05	168.757	274,16
3.359.328	0,17	661.354	5.073	-	897	-
3.345.284	0,17	788.796	684.361	0,04	161.816	388,82
3.275.061	0,17	3.481.556	3.483.386	0,19	3.781.487	-5,98
3.252.492	0,17	133.466.000	-	-	-	-
3.121.921	0,16	5.054.502	778.053	0,04	1.613.536	301,25
3.004.248	0,16	2.848.983	5.680.957	0,32	5.490.380	-47,12
2.965.884	0,15	493.329	2494.016	0,14	506.439	18,92
2.834.330	0,15	1.089.229	1.819.893	0,10	675.623	55,74
2.807.934	0,15	9.186.682	-	-	-	-
2.706.466	0,14	3.342.495	2452.254	0,14	3.557.965	10,37
2.702.273	0,14	1.041.030	1.623.159	0,09	729.000	66,48
2.700.720	0,14	312.000	5.133.360	0,29	588.000	-47,39
2.681.937	0,14	5.657.171	2.070.709	0,12	4.098.805	29,52
2.672.187	0,14	2.803.245	211.772	0,01	540.000	-
2.649.193	0,14	274.992	540.042	0,03	108.280	390,55
2.635.948	0,14	6.359.230	2.693484	0,15	8.795.502	-2,14
2.619.045	0,14	3.926.716	1.772.525	0,10	2.758.070	47,76
2.474.015	0,13	3095.750	4.753.904	0,26	8.194.850	-47,96
2.447.376	0,13	333.889	3.727.595	0,21	499.253	-34,34
2.423.253	0,13	7.987422	1.581.481	0,09	5.486.689	53,23
2.420.930	0,13	2.507.530	1.557.675	0,09	1.827.630	55,42
2.331.728	0,12	2.468.930	1.446.164	0,08	2.142.430	61,24
2.289.045	0,12	649.440	3.096.605	0,17	785.160	-26,08
2.215.961	0,11	432.457	1.870.885	0,10	436.304	18,44
2.172.666	0,11	4.047.115	1.815.902	0,10	3.806405	19,65
2.125.534	0,11	2.524.500	6.495.390	0,36	11.508.750	-67,28
2.005.848	0,10	1.088.880	885.273	0,05	1.099.790	126,58
1.921.738	0,10	682.252	2.079.109	0,12	734.713	-7,57
1.915.527	0,10	1.361.520	1.891.084	0,11	1.308.460	1,29
1.871.395	0,10	3.958.899	998.538	0,06	2.307.956	87,41
1.709.239	0,09	2.089.289	1.924.770	0,11	2.748.000	-11,20
1.699.305	0,09	129.983	-	-	-	-
1.681.272	0,09	481.257	1.599.824	0,09	405.298	5,09
1.657.158	0,09	101.600	4.193.919	0,23	260.532	-60,49
1.652.795	0,09	2.712.449	21.672	-	43.623	-
1.622.167	0,08	2.864.777	3.079.645	0,17	8.436.463	-47,33
1.611.825	0,08	573.735	104.696	0,01	30.000	-
1.603.188	0,08	66.000	-	-	-	-
1.596.933	0,08	1.566.312	2.874.383	0,16	3.502.312	-44,44
1.573.357	0,08	2.371480	7.070	-	21.140	-
1.561.471	0,08	1.251.631	1.183.538	0,07	1.199.645	31,93
118.189.591	6,12	113.571.647	222.386.533	12,39	429.499.825	-46,85

Bélgica – Luxemburgo Principais Produtos

Fonte: SISCOMEX

Seq.	NCM	Descrição
TOTAL GERAL		
TOTAL DOS PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS		
1	88033000	OUTRAS PARTES P/ AVIÕES OU HELICÓPTEROS
2	30022026	VACINA CONTRA RUBÉOLA, SARAMPO E CAXUMBA, EM DOSES
3	31022100	SULFATO DE AMÔNIO
4	30022019	OUTRAS VACINAS PARA MEDICINA HUMANA, EXC. EM DOSES
5	84463010	TEARES P/ TECIDO DE L > 30CM, S/LANCADEIRA, À JATO DE AR
6	38081029	OUTROS INSETICIDAS APRESENTADOS DE OUTRO MODO
7	29221200	DIETANOLAMINA E SEUS SAIS
8	11071010	MALTE NÃO TORRADO, INTEIRO OU PARTIDO
9	84834010	CAIXAS DE TRANSMISSÃO, REDUTORES, ETC. DE VELOCIDADE
10	28047010	FÓSFORO BRANCO
11	87032310	AUTOMÓVEIS C/ MOTOR EXPLOSÃO, 1500 < CM3 <= 3000, ATÉ 6 PASSAG
12	87089990	OUTRAS PARTES E ACESS. P/ TRATORES E VEÍCULOS AUTOMÓVEIS
13	76012000	LIGAS DE ALUMÍNIO EM FORMA BRUTA
14	48101390	OUTS. PAPÉIS P/ ESCRITA, ETC. FIBRA <= 10%, EM ROLOS
15	84148012	OUTROS COMPRESSORES DE AR, DE PARAFUSO
16	29215135	N-FENIL-P-FENILENODIAMINA (4-AMINODIFENILAMINA) E SAIS
17	30043210	MEDICAMENTO CONT. HORMÔNIOS CORTICOSTEROIDES, EM DOSES
18	69091930	COLMEIA DE CERAM. DE ALUMINA, SILÍCA E ÓXIDO MAGNÉSIO, ETC
19	27101932	ÓLEOS LUBRIFICANTES COM ADITIVOS
20	20041000	BATATAS PREPARADAS OU CONSERVADAS, CONGELADAS
21	29173919	ÁCIDO M-FÁLICO E SEUS SAIS
22	39123910	METIL-, ETIL- E PROPILCELULOSE, HIDROXILADAS, FORMA PRIMÁRIA
23	48010090	OUTROS PAPÉIS JORNALIS, EM ROLOS OU EM FOLHAS
24	30049099	OUTROS MEDICAM. CONT. PRODS. P/ FINS TERAPÊUTICOS, ETC. DOSES
25	31043010	SULFATO DE POTÁSSIO, TEOR DE ÓXIDO DE POTÁSSIO (K2O) <= 52%
26	84621090	OUTS. MAQS. FERRAM. P/ FORJAR/ESTAMPAR METAIS, MARTELOS, ETC.
27	37029400	OUTS. FILMES SENSIB. N/IMPRES. 16MM < L <= 35MM, C > 14M, EM ROLOS
28	84798999	OUTRAS MÁQUINAS E APARELHOS MECÂNICOS C/ FUNÇÃO PRÓPRIA
29	30043999	OUTS. MEDICAMENTOS CONT. HORMÔNIOS, EM DOSES, ETC
30	39029000	OUTROS POLÍMEROS DE PROPILENOIOLEFINAS, EM FORMAS PRIMÁRIAS
31	38151900	OUTROS CATALIZADORES EM SUPORTE
32	85393200	LÂMPADAS DE VAPOR DE MERCÚRIO/SÓDIO OU HALOGENETO METAL
33	37011010	CHAPAS/FILMES PLANOS, P/ RAIOS X, SENSIB. 1 FACE, N/ IMPRESS.
34	76169900	OUTRAS OBRAS DE ALUMÍNIO
35	30066000	PREPARS. QUÍMS. CONTRACEPTIVAS, DE HORMÔNIOS/ESPERMICIDAS
36	29021990	OUTS. HIDROCARBONETOS CICLÂNICOS, CICLENICOS, CICLOTERPEN.
37	39021010	POLIPROPILENO COM CARGA, EM FORMA PRIMÁRIA
38	29041090	OUTS. DERIVADOS SULFONADOS DOS HIDROCARBONETOS, SAIS, ETC.
39	84463040	TEARES DE PINÇAS, P/ TECIDO, L > 30CM, S/ LANCADEIRA
40	21069090	OUTRAS PREPARAÇÕES ALIMENTÍCIAS
41	48026191	PAPEL FIBRA MEC > 65%, P <= 57G/M2, EM ROLOS
42	39023000	COPOLÍMEROS DE PROPILENO, EM FORMAS PRIMÁRIAS
43	39033020	COPOLÍMEROS DE ACRILONITRILA-BUTADIENO-ESTIRENO, S/ CARGA
44	84314920	PARTES DE OUTS. MAQS. E APARELHOS DE TERRAPLANAGEM, ETC.
45	29419083	VIRGINIAMICINAS E SEUS SAIS
46	28112290	OUTROS DÍOXIDOS DE SILÍCIO
47	71101100	PLATINA EM FORMAS BRUTAS OU EM PÓ
48	84339090	PARTES DE OUTS. MÁQUINAS E APARS. P/ COLHEITA, DEBULHA, ETC.
49	87087090	OUTRAS RODAS. SUAS PARTES E ACESS. PNEUCULOS AUTOMÓVEIS
50	39012029	OUTROS POLIETILENOS S/CARGA, D >= 0,94, EM FORMAS PRIMÁRIAS

2004 (Jan/Dez)			2003 (Jan/Dez)			Var. ReL
Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso /KG	Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso/Kg	04/03-Jan/Dez
640.256.939	100,00	524.681.967	514.553.815	100,00	543.991.594	24,43
474.491.018	74,11	445.938.386	296.544.467		324.807.737	
73.738.830	11,52	112.535	53.498.604	10,40	81.196	37,83
37.659.159	5,88	64.251	193.535	0,04	2.182	-
27.944.386	4,36	272.377.645	13.889.304	2,70	194.897.367	101,19
26.730.758	4,18	345	27.917.814	5,43	420	-4,25
16.582.456	2,59	1.923.852	6.344.961	1,23	589.095	161,35
12.278.148	1,92	380.785	7.653.232	1,49	206.357	60,43
11.554.644	1,80	12.653.657	11.419.794	2,22	13.894.792	1,18
10.763.269	1,68	36.994.311	9.860.429	1,92	35.744.427	9,16
8.503.339	1,33	1.194.821	7.713.613	1,50	1.290.739	10,24
8.079.366	1,26	4.962.520	8.484.774	1,65	5.529.800	-4,78
7.816.793	1,22	664.881	2.974.660	0,58	267.233	162,78
7.506.931	1,17	1.140.271	7.358.853	1,43	1.445.087	2,01
7.352.362	1,15	3.999.418	55.107	0,01	7.830	-
7.075.329	1,11	6.526.876	287.672	0,06	280.805	-
6.841.280	1,07	483.828	5.154.715	1,00	364.849	32,72
6.218.889	0,97	3.474.190	5.856.295	1,14	2.881.200	6,19
5.790.704	0,90	66.854	3.727.905	0,72	32.898	55,33
5.755.941	0,90	314.537	3.754.461	0,73	225.047	53,31
5.571.242	0,87	5.057.747	3090.054	0,60	3.052.289	80,30
5.008.718	0,78	8.109.899	5.059.182	0,98	11.062.995	-1,00
4.823.451	0,75	5.200.000	2.549.377	0,50	2.980.001	89,20
4.022.231	0,63	861.728	434.295	0,08	97.805	826,15
3.992.813	0,62	8.057.409	127.446	0,02	282.721	-
3.889.320	0,61	11.652	3.885.429	0,76	13.938	0,10
3.802.755	0,59	16.998.993	2.721.597	0,53	12.448.333	39,73
3.790.478	0,59	263.502	2.177.542	0,42	157.823	74,07
3.671.055	0,57	193.608	3.392.527	0,66	181.104	8,21
3.590.357	0,56	186.379	1.001.975	0,19	12.900	258,33
3.576.874	0,56	19.605	801.451	0,16	2.652	346,30
3.569.986	0,56	2.988.205	2.843.313	0,55	2.784.814	25,56
3.554.897	0,56	11.043	1.770.618	0,34	18.337	100,77
3.492.260	0,55	55.227	2.753.293	0,54	49.112	26,84
3.439.167	0,54	201.230	2.277.476	0,44	128.922	51,01
3.406.946	0,53	25.613	1.893.319	0,37	4.356	79,95
3.294.117	0,51	28.800	1.759.200	0,34	10.830	87,25
3.253.988	0,51	1.270.700	13.990	-	5.650	-
3.248.275	0,51	1.760.081	2.604.072	0,51	1.470.989	24,74
3.156.951	0,49	994.780	597.403	0,12	214.060	428,45
3.152.616	0,49	343.915	4.160.171	0,81	438.382	-24,22
3.111.360	0,49	1.560.380	1.743.800	0,34	1.012.495	78,42
2.976.568	0,46	4.816.016	1.928.995	0,37	3.285.780	54,31
2.880.026	0,45	2.129.525	2.266.558	0,44	2.010.700	27,07
2.874.802	0,45	1.980.488	99.066	0,02	32.350	-
2.720.191	0,42	868.077	603.556	0,12	172.922	350,69
2.705.490	0,42	44.750	1.087.600	0,21	19.800	148,76
2.510.879	0,39	518.340	1.808.582	0,35	530.180	38,83
2.432.125	0,38	92	156.575	0,03	7	-
2.279.948	0,36	173.363	1.332.363	0,26	94.471	71,12
2.256.882	0,35	272.127	2.071.387	0,40	232.591	8,96
2.220.707	0,35	2.006.756	2.608.831	0,51	2.766.285	-14,88

Bélgica – Luxemburgo Principais Produtos

Fonte: SISCOMEX

Seq.	NCM	Descrição
51	39209100	CHAPAS, ETC. BUTIRAL POLIVINILA, S/ SUPORTE, N/ REFORCAD. TC.
52	84313900	PARTES DE OUTS. MÁQS. E APARS. DE ELEVAÇÃO DE CARGA, ETC.
53	39059920	POLI (BUTIRAL DE VINILA)
54	85399090	OUTRAS PARTES P/ LÂMPADAS/TUBOS ELETR. INCANDESCÊNCIA, ETC
55	87084011	SERVO-ASSISTIDAS P/ TORQUE >= 750NM DE TRATORES/"DUMPERS"
56	30039089	MEDICAMENTO C/OUTS. COMPOST. HETEROCICL. ETC. EXC. EM DOSES
57	71103100	RÓDIO EM FORMAS BRUTAS OU EM PÓ
58	28403000	PEROXOBORATOS (PERBORATOS)
59	30022029	OUTRAS VACINAS PARA MEDICINA HUMANA, EM DOSES
60	28049000	SELENIO
61	85422125	CIRCUITOS INTEGRAD. MONOLIT. MONTAD. "CHIPSET"
62	84089090	OUTROS MOTORES DIESEL/SEMIDIESEL
63	39069043	CARBOXIPOLIMETILENO, EM PÓ
64	84198919	OUTROS ESTERILIZADORES
65	34021300	AGENTES ORGÂNICOS DE SUPERFÍCIE, NÃO IÔNICOS
66	26080090	OUTROS MINÉRIOS DE ZINCO E SEUS CONCENTRADOS
67	90279099	PARTES E ACESS. P/ OUTS. INSTRUM. E APARS. P/ ANÁLISE, ETC.
68	29362952	NICOTINAMIDA NÃO MISTURADA
69	37011021	CHAPAS/FILM. PLANOS, P/ RAIOS X ODONT. SENSIB. 2 F.N./ IMPRESS
70	23099090	OUTRAS PREPARAÇÕES PARA ALIMENTAÇÃO DE ANIMAIS
71	70052900	OUTS. CHAPAS/FLS. DE VIDRO FLOTADO, DESBASTADO, ETC. N/ ARMAD
72	28470000	PERÓXIDO DE HIDROGÊNIO (ÁGUA OXIGENADA)
73	85129000	PARTES DE APARS. ELETR. ILUMIN/SINALIZ. P/ AUTOMOVEIS, ETC.
74	29026000	ETILBENZENO
75	85281290	OUTS. APARS. RECEP TELEVISÃO CORES, MESMO C/ APARS. SOM/IMAG
76	73121010	CORDAS E CABOS, DE FIOS AÇO, REVEST. BRONZE/LATAO, P/ ELETR.
77	87082999	OUTRAS PARTES E ACESS. DE CARROÇARIAS P/ VEIC. AUTOMÓVEIS
78	39019010	COPOLIMERO DE ETILENO/ÁCIDO ACRÍLICO, EM FORMAS PRIMÁRIAS
79	39269090	OUTRAS OBRAS DE PLÁSTICOS
80	39100090	SILICONES EM OUTRAS FORMAS PRIMÁRIAS
81	32041700	PIGMENTOS E SUAS PREPARAÇÕES
82	39079919	TEREFTALATO DE POLIBUTILENO EM OUTRAS FORMAS PRIMÁRIAS
83	74101110	FOLHA DE COBRE REF. S/ SUPORT. E <= 0.07MM, PUREZA >= 99.85%
84	30022012	VACINA CONTRA A POLIOMIELITE, EXC. EM DOSES
85	84794000	MÁQUINAS P/ FABR. DE CORDAS/CABOS
86	39199000	OUTS. CHAPAS, FOLHAS, TIRAS, ETC. AUTO-ADESIVAS, DE PLÁSTICOS
87	29211939	OUTRAS BUTILAMINAS E SEUS SAIS
88	30022027	OUTRAS VACINAS TRÍPLICES, EM DOSES
89	29334919	OUTS. DERIVADOS DO ÁCIDO QUINOLINOCARBOXÍLICO
90	23099040	PREPARAÇÕES CONT. DICLAZURIL, UTIL. NA ALIMENT. DE ANIMAIS
91	84834090	ENGRENAGENS E RODAS DE FRICÇÃO, EIXOS DE ESFERAS/ROLETES
92	56031310	FALSOS TECIDOS DE FILAM. POLIET. ALTA DENS. 70 < P <= 150G/M2
93	72193300	LAMIN. AÇOS INOX. A FRIO, L >= 600MM, 1MM < E < 3MM
94	20052000	BATATAS PREPARADAS OU CONSERVADAS, NÃO CONGELADAS
95	84149039	OUTRAS PARTES DE COMPRESSORES DE AR/OUTRAS GASES
96	29342031	2-(TERBUTILAMINOTIO) BENZOTIAZOL (N-TERBUTIL-BENZOT.) ETC.
97	39012021	POLIETILENO S/ CARGA, VULCANIZ. DENS > 1.3, EM FORMA PRIMÁRIA
98	30049069	OUTS. MEDICAM. C/ COMP HETEROCICL. HETEROATNITROG. EM DOSES
99	84195010	TROCADORES (PERMUTADORES) DE CALOR, DE PLACAS
100	85389090	OUTRAS PARTES P/ APARELHOS INTERRUPT. CIRCUITO ELETR.

DEMAIS PRODUTOS

2004 (Jan/Dez)			2003 (Jan/Dez)			Var. ReL
Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso /KG	Valor/US\$ F.O.B.	Part. %	Peso/Kg	04/03-Jan/Dez
2.210.505	0,35	546.295	1.644.717	0,32	316.059	34,40
2.144.035	0,33	66.480	299.772	0,06	19.394	615,22
2.139.265	0,33	781.843	3.554.898	0,69	1.187.840	-39,82
2.114.503	0,33	5.219	2.394.932	0,47	25.271	-11,71
2.111.988	0,33	154.303	31.500	0,01	2.348	-
2.038.365	0,32	2.157	2.136.645	0,42	2.252	-4,60
2.021.958	0,32	53	702.726	0,14	41	187,73
2.010.505	0,31	2.759.000	1.487.383	0,29	2.088.000	35,17
2.005.953	0,31	8.298	1.384.110	0,27	6.004	44,93
1.967.396	0,31	43.745	37.710	0,01	2.153	-
1.953.283	0,31	416	30.207	0,01	13	-
1.938.301	0,30	176.141	462	-	13	-
1.880.340	0,29	177.121	1.414.538	0,27	130.282	32,93
1.862.947	0,29	50.850	-	-	-	-
1.852.811	0,29	814.527	2.358.479	0,46	848.440	-21,44
1.847.568	0,29	5.173.095	-	-	-	-
1.846.516	0,29	18.414	1.698.901	0,33	25.020	8,69
1.740.939	0,27	410.000	1.433.069	0,28	330.000	21,48
1.646.569	0,26	38.137	343.330	0,07	7.212	379,59
1.640.868	0,26	1.116.420	1.484.380	0,29	918.811	10,54
1.601.355	0,25	2.338.138	1.614.158	0,31	2.981.164	-0,79
1.583.280	0,25	6.407.498	1.059.104	0,21	5.438.856	49,49
1.534.082	0,24	270.857	1.772.495	0,34	234.618	-13,45
1.526.666	0,24	2.993.962	-	-	-	-
1.467095	0,23	17.394	666.444	0,13	19.645	120,14
1.463.494	0,23	541.511	1.447.261	0,28	595.008	1,12
1.454.396	0,23	116.711	2.349.747	0,46	192.575	-38,10
1.443.534	0,23	965.267	1.402.804	0,27	866.691	2,90
1.388.473	0,22	201.520	948.466	0,18	156.311	46,39
1.386.887	0,22	493.482	1.296.578	0,25	555.121	6,97
1.376.949	0,22	156.886	1.096.870	0,21	103.071	25,53
1.369.210	0,21	256.819	873.076	0,17	147.407	56,83
1.363.614	0,21	259.788	794.577	0,15	203.598	71,62
1.321.710	0,21	258	6.039.466	1,17	1.170	-78,12
1.320.709	0,21	94.221	-	-	-	-
1.283.628	0,20	349.893	3.052.228	0,59	851.496	-57,94
1.251.072	0,20	548.460	1.437.304	0,28	626.400	-12,96
1.222.900	0,19	6.110	2.317.453	0,45	9.982	47,23
1.215.420	0,19	415.600	814.577	0,16	274.450	49,21
1.196.950	0,19	109.140	303.480	0,06	28.780	294,41
1.187.156	0,19	56.038	423.802	0,08	17.727	180,12
1.168.121	0,18	138.117	696.809	0,14	83.595	67,64
1.163.211	0,18	531.106	403.704	0,08	222.378	188,13
1.161.708	0,18	374.586	902.939	0,18	335.163	28,66
1.144.184	0,18	35.417	997.528	0,19	35.437	14,70
1.124.889	0,18	411.360	511.475	0,10	185.400	119,93
1.106.372	0,17	1.064.250	1.237.693	0,24	1.367.975	-10,61
1.093.956	0,17	33.308	1.175.683	0,23	21.244	-6,95
1.070.180	0,17	74.938	150.418	0,03	9.449	611,47
1.055.143	0,16	32.630	553.798	0,11	14.955	90,53
165.765.921	25,89	78.698.581	218.009.348	42,37	219.183.857	-23,96

Visitas reais

Em 1920, o Rei Alberto I, (1909-1934), chamado carinhosamente pelos belgas de "Rei Cavaleiro", esteve no Brasil naquela que foi considerada a primeira visita de um chefe de estado europeu ao nosso país no século XX. Os brasileiros, que desde a proclamação da República, em 1889, não viam um rei, dispensaram uma recepção triunfal ao soberano e até as crianças das escolas públicas do Rio de Janeiro aprenderam o hino belga para cantar em honra ao ilustre visitante. O rei chefiava uma missão comercial e trouxe consigo sua esposa, a Rainha Elisabeth, que batizou com seu nome uma importante rua de Copacabana. Entre as

mais representativas homenagens recebidas por suas majestades esteve a do mais importante sambista carioca do seu tempo, José Barbosa da Silva, o Sinhô, que fez questão de entregar-lhes um álbum com suas músicas. Na volta para a Bélgica, um pequeno quarteto divertia a Rainha Elisabeth tocando no tombadilho do navio um repertório carioca, que encantara a rainha. A visita real marcou o interesse dos belgas em se aproximar cultural e comercialmente do nosso país.

Em janeiro de 2005, teremos outra visita real: o príncipe Felipe, herdeiro do trono da Bélgica, vai visitar o Brasil à frente de uma missão comercial. Os promotores e incentivadores dessa iniciativa

desejam que ela produza um impacto tão grande nas relações entre os dois países quanto a vinda do Rei Alberto I.

Cultura de exportação

Durante o Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Bélgica/Luxemburgo, a maioria dos representantes de governos e de empresas estrangeiros louvou o fato de que o Brasil está criando uma "cultura de exportação" que valoriza o comércio exterior. Segundo Michel Ardoui, cônsul geral da Bélgica em São Paulo, a Bélgica é um grande especialista em infra-estrutura e em distribuição de produtos para os mais diferentes países. "Gostaríamos", disse Ardoui, "que o Brasil exportasse cada vez mais para a Europa e que

seus produtos passassem pelo território belga. Os interesses dos dois países são complementares. A Bélgica pode colaborar e compartilhar seu *know-how* em dragagem e manutenção de portos e em transportes. O mais importante é que o Brasil está entendendo a importância da abertura da economia e a promoção comercial no exterior".

Aviões brasileiros em Luxemburgo

A Lux-air, uma empresa de aviação de Luxemburgo, tem quase a metade de sua frota de aviões comprada da Embraer brasileira. A informação é de Marie-Cristine Meyers, Cônsul-honorário do Grão Ducado de Luxemburgo.

EM BREVE



Manuais de Procedimentos e Informações
Brasil-Portugal, Brasil-Marrocos
e Brasil-Bélgica/Luxemburgo

Agência Brasileira de Imprensa

Esta revista é distribuída entre as mais destacadas personalidades, do Brasil e do exterior, que atuam no comércio internacional.

Anunciar aqui é fazer chegar o seu produto a quem realmente interessa, a quem decide. Procure-nos.

Tel.: 55 21 2131 0950
eduardo.teixeira@abrapress.com.br



Rio de Janeiro, 1 Juin 1955

*Consul Général de Belgique
Rio de Janeiro*

ME: Sr. João de Souza Lima

Président de FCEE

Monsieur le Président,

Il a l'honneur de vous remercier avec profonds sentiments pour le séminaire bilatéral Brésil - Belgique - Luxembourg qui vient de se tenir.

La préparation et l'organisation de ce séminaire ont été à votre entière, et très remarquable, tant par les remarquables études que par les débats érudits.

Le succès des présentations a été obtenu avec une grande compétence et tout a été fait pour que le séminaire soit un grand succès. Les études, les travaux, les débats ont été très intéressants et ont permis de faire un bilan et de faire ressortir les points de vue des entreprises de nos pays. Les résultats obtenus par les grandes sociétés industrielles dans les pays belges à des fins de réhabilitation économique.

Le personnel publicitaire a fait un grand effort et il sera que les entreprises des nos deux pays à des vues nouvelles en ce qui concerne les relations.

La présence constante du ministre de développement économique et du commerce ainsi que du directeur "Export" a permis à ce séminaire tout le bien que nous espérons. Nous vous le remercions et vous remercions toute gratitude.

Je vous prie de croire, Monsieur le Président, au l'intérêt de toute nos contributions.

Marck Frank

Consul Général de Belgique

O presidente da Federação das Câmaras de Comércio Exterior, João Augusto de Souza Lima, recebeu esta carta do Cônsul Geral da Bélgica no Rio de Janeiro, Embaixador Marck Frank, em que são mencionadas a excelência da organização e a riqueza de conteúdo do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-Bélgica-Luxemburgo.



FEDERAÇÃO DAS CÂMARAS DE COMÉRCIO EXTERIOR
FOREIGN TRADE CHAMBERS FEDERATION
FÉDÉRATION DES CHAMBRES DE COMMERCE EXTÉRIEUR
FEDERACIÓN DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO EXTERIOR

Conselho Superior

Membros Vitalícios

Antônio Delfim Netto

Benedicto Fonseca Moreira

Bernardo Cabral

Ernane Galvêas (*Presidente*)

Giulite Coutinho

Gustavo Affonso Capanema

José Carlos Fragozo Pires

Laerte Setúbal Filho

Milton Cabral

Nilo Neme (*Vice-Presidente*)

Paulo D'Arrigo Vellinho

Paulo Pires do Rio

Paulo Tarso Flecha de Lima

Philippe Tasso de Saxe-Coburgo e Bragança














Theóphilo de Azeredo Santos



FCCE

Sessões Bilaterais de Comércio Exterior e Investimento

Estimado 2005

04 de abril	PORTUGAL	
12 de maio	MARROCOS	
30 de maio	BÉLGICA/LUXEMBURGO	
27 de junho	SUIÇA	
11 de julho	ARGENTINA	
01 de agosto	VENEZUELA	
26 de agosto	MÉXICO	
02 de outubro	CANADÁ	
17 de outubro	TURQUIA	
07 de novembro	ITÁLIA	
21 de novembro	CHILE	
28 de novembro	POLÓNIA	
12 de dezembro	HOLANDA	

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

31. Há 3 anos, o código de longa distância mais lembrado do país.



Você sempre vai, ou já se lembra, com um código mais lembrado do país, ganhando a Prêmio de nº 31 no levantamento de popularidade. Não mais são mais 02 códigos mais lembrados entre brasileiros para mais 01 país do que para, para longa, para qualquer lugar do Brasil e do mundo. E se não for o 31, se não for mais, por quê, por quê, por quê, por quê, por quê, por quê, por quê, por quê, por quê, por quê.



31

É O DA VOTAÇÃO