FCCE

Federação das Câmaras de Comércio Exterior

Foreign Trade Chambers Federation

Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos

BRASIL ⇄ MÉXICO

29 de agosto de 2005

O MELHOR DO BRASIL
É O BRASILEIRO

UM HOMEM À FRENTE DO SEU TEMPO.

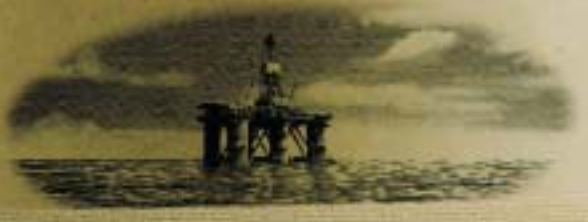
OU VOCÊ ACHA QUE ALGUÉM FALAVA EM MERCOSUL E GLOBALIZAÇÃO NO SÉCULO XIX?

Barão de Mauá

Irineu Evangelista de Sousa foi mais conhecido como Barão de Mauá e como o grande pioneiro da indústria brasileira. Apesar de viver entre senhores e escravos, suas idéias tinham tudo a ver com globalização, tecnologia de ponta e outros conceitos de hoje. Inaugurou a primeira estrada de ferro do Brasil e levou seus empreendimentos ao Uruguai e à Argentina.

Inspirada em visionários como o Barão de Mauá, a Petrobras busca, a cada dia, novas descobertas e possibilidades de atuação. O que a Petrobras não descobre, ela cria. É a empresa brasileira com o maior número de patentes registradas no País e nos Estados Unidos. Antecipar o futuro é um desafio que a gente não cansa de superar.

PETROBRAS. VISIONÁRIA COMO O BARÃO DE MAUÁ.



PETROBRAS

O DESAFIO É A NOSSA ENERGIA

Ministério de Minas e Energia

BRASIL UM PAÍS DE TODOS GOVERNO FEDERAL

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
Federación de las Cámaras de Comercio Exterior

La FCCE es la más antigua Asociación de Clase dedicada exclusivamente a las actividades de Comercio Exterior.

Fundada en el ano 1950, por el empresario João Daudt de Oliveira (se debe a él la fundación de la Confederación Nacional de Comercio – CNC, 5 años antes), la FCCE opera, ininterrumpidamente, desde hace más de 50 años, incentivando y apoyando el trabajo de las Cámaras Bilaterales de Comercio, Consulados Extranjeros, Consejos Empresariales y Comisiones Mixtas a nivel federal.

La FCCE, por fuerza de su Estatuto, tiene ámbito nacional y posee Vicepresidentes Regionales en diversos Estados de la Federación, operando también en el plano internacional, a través de "Convenios de Cooperación" firmados con diversos organismos de la más alta credibilidad y tradición, a ejemplo de la International Chamber of Commerce (Cámara de Comercio Internacional – CCI), fundada en 1919, con sede en París, y que posee más de 80 Comités Nacionales, en los 5 continentes, además de operar la más importante "Corte Internacional de Arbitraje" del mundo, fundada en el año 1923.

La FEDERACIÓN DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO EXTERIOR tiene su sede en la Avenida General Justo nº 307, Río de Janeiro, (Edifício de la Confederación Nacional de Comercio - CNC) y mantiene con esta entidad, hace casi dos décadas, "Convenio de Respaldo Administrativo y Protocolo de Cooperación Mutua".

En un pasado reciente, la FEDERACIÓN DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO EXTERIOR – FCCE firmó Convenio con el CONSEJO DE CÁMARAS DE COMERCIO DE LAS AMÉRICAS, organismo que representa a las Cámaras Bilaterales de Comercio de los siguientes países: ARGENTINA, BOLIVIA, CANADÁ, CHILE, CUBA, ECUADOR, MÉXICO, PARAGUAY, SURINAME, URUGUAY, TRINIDAD Y TOBAGO y VENEZUELA.

Además de varias decenas de Cámaras Bilaterales de Comercio afiliadas a la FCCE en todo Brasil, forman parte de la Directoria actual, los Presidentes de las Cámaras de Comercio: Brasil-Grecia, Brasil-Paraguay, Brasil-Rusia, Brasil-Eslovaquia, Brasil-República Checa, Brasil-México, Brasil-Belarus, Brasil-Portugal, Brasil-Líbano, Brasil-India, Brasil-China, Brasil-Tailandia, Brasil-Italia y Brasil-Indonesia, además del Presidente del Comité Brasileño de la Cámara de Comercio Internacional, el Presidente de la Asociación Brasileña de las Empresas Comerciales Exportadoras – ABECE, el Presidente de Ia Asociación Brasileña de la Industria Ferroviaria – ABIFER, el Presidente de la Asociación Brasileña de los Terminales de Contenedores, el Presidente del Sindicato de las Industrias Mecánicas y Material Eléctrico, entre otros. Súmese aun, la presencia de diversos Cónsules y diplomáticos extranjeros, entre los cuales, el Cónsul General de la República de Gabón, el Cónsul de Sri Lanka (antiguo "Ceilán"), y el Ministro Consejero Comercial de la Embajada de Portugal.

La Directoria

FCCE

DIRECTORIA PARA EL TRIENIO 2003/2006

Presidente

JOÃO AUGUSTO DE SOUZA LIMA

1° Vicepresidente

PAULO FERNANDO MARCONDES FERRAZ

Vicepresidentes

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

Directores

Diana Vianna de Souza
Alberto Vieira Ribeiro
Alexander Zhebit
Alexandre Adriani Cardoso
André Baudru
Antonio Augusto de Oliveira Helayel
Arlindo Catoia Varela
Augusto Tasso Fragoso Pires
Bruno Bastos Lima Rocha
Carlos Fernando Maya Ferreira
Cassio José Monteiro França
Cesar Moreira
Charles Andrew T'ang
Claudio Fulchignoni
Daniel André Sauer
Jeferson Malachini Barroso
José Paulo Garcia de Pinho
Juan Clinton Llerena
Luis Cesario Amaro da Silveira
Marcio Eduardo Sette Fortes de Almeida
Mariano Marcondes Ferraz
Oswaldo Trigueiros Junior
Raffaele Di Luca
Ricardo Stern
Roberto A. Nóbrega
Ronaldo Augusto da Matta
Sergio Salomão
Stefan Janczukowicz

Consejo Fiscal (Titulares)

Delio Urpia de Seixas
Elysio de Oliveira Belchior
Walter Xavier Sarmento

Aproximação estratégica

O México, hoje, colhe frutos de um programa que iniciou há mais de duas décadas, quando decidiu romper com antigos pressupostos, e olhar de vez para o futuro. Políticas de liberalização permitiram àquele país atrair e aproveitar fluxos de investimento produtivo, que ampliaram sua capacidade industrial. A conseqüente melhoria na competitividade de seus bens exportáveis permitiu a ampliação dos ganhos advindos do incremento em sua corrente de comércio. Desde sua adesão ao GATT, em 1976, o México firmou mais de 40 acordos com outros países, entre tratados de livre comércio e acordos de complementação econômica. A ampliação do potencial exportador mexicano é também resultante da participação do México como membro do *North American Free Trade Agreement* – NAFTA, do qual participam os Estados Unidos, e seu cobiçado mercado. Este é o México que se renovou; que optou por aderir ao NAFTA e, mais recentemente, por tornar-se membro da OCDE. Nesse contexto é que deve o Brasil incentivar um acordo de livre comércio e que incorpore o México como membro associado do Mercosul, considerando, inclusive, os bons resultados advindos da experiência com o Acordo de Complementação Econômica ACE 53, que proporcionou aos bens agrícolas e manufaturados, por ele contemplados, preferências alfandegárias de até 100%. Um ACE específico para veículos e bens automotivos, por sua vez, se justifica, visto que cerca de 50% do comércio entre Brasil e México é ocupado pelo setor automotivo e que metade dos veículos que o Brasil exporta anualmente tem o México como destino final.

O Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-México, realizado pela FEDERAÇÃO DAS CÂMARAS DE COMÉRCIO EXTERIOR – FCCE, em 29 de agosto de 2005, no Rio de Janeiro, ocorreu num contexto de aproximação entre os dois países, que se intensificou após a visita do Presidente Vicente Fox ao Brasil. A iniciativa de João Augusto de Souza Lima, presidente da FCCE, assegurou a participação nos trabalhos do seminário das principais lideranças mexicanas no Brasil. As presenças da embaixadora plenipotenciária do México, do representante do BANCOMEXT, da representante do México na Associação Latino-Americana de Integração – ALADI, do presidente da Associação Empresarial Mexicana no Brasil, dos representantes das principais empresas mexicanas aqui implantadas, entre outros, retrataram o interesse e a confiança do governo e dos investidores mexicanos na solidez e na sustentabilidade do crescimento da economia brasileira. Não é coincidência que o México, um país em desenvolvimento, tenha se tornado o sétimo maior investidor no Brasil, com um volume de cerca de US$ 7 bilhões, deixando para trás inúmeros países desenvolvidos.

A participação de representantes brasileiros do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, do Ministério das Relações Exteriores, da CAMEX, da Sala de Investimentos e da Casa Civil da Presidência da República, além de grandes empresas brasileiras com atuação no território mexicano, como Odebrecht e Petrobrás, conferiu reciprocidade no interesse sobre as relações com aquele país. O seminário tornou-se o foro ideal para discutir os novos papéis de Brasil e México, enquanto nações emergentes, no contexto globalizado do Século XXI. Mais uma vez, a FCCE cumpriu seu papel: as oportunidades, os erros e os acertos foram amplamente discutidos pelo empresariado e pelos representantes dos governos de ambos os países.

Esta edição – a sétima de nossa coleção – traz para o leitor o acompanhamento dos trabalhos do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-México. Apresentamos o perfil das duas principais economias da América Latina. Destacamos as oportunidades para os setores de infra-estrutura, energia e construção no México e no Brasil, bem como os principais nichos do mercado mexicano a serem explorados pelos exportadores brasileiros. O México vive hoje um *boom* de importações anuais e, certamente, o Brasil produz muito do que o México consome. Competência, boa vontade, liberalização comercial e complementação econômica certamente deslancharão as relações comerciais entre os dois países.

Boa leitura.

O EDITOR

APOIO

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

BRASIL UM PAÍS DE TODOS

CNC

100

Associação de Comércio Exterior do Brasil - AEB
Brazilian Foreign Trade Association

Expediente

Produção
Agência Brasileira de Imprensa
Diretores: Eduardo Teixeira e Maurice Stéphane Habib
Tel.: 55 21 3251 0950
e-mail: eduardo.teixeira@abrapress.com.br

Editor
O coordenador da FCCE

Textos e Reportagens
Elias Fajardo
José Antonio Nonato
Marlene Custódio

Projeto Gráfico, Editoração e Arte
Estopim Comunicação
Tel.: 55 21 2518 7715
e-mail: estopim@estopim.com

Revisão
Rozane de Souza

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

"As duas maiores economias da América Latina podem fazer muito pelo Continente"

14 ABERTURA

O comércio exterior independe das variações do clima político

17 PAINEL 1

Dois gigantes buscam novos rumos nas mesas de negociação

Uma política voltada para a exportação

23 PAINEL II

Cultura aproxima países e ajuda a realizar grandes negócios

Coelba ilumina o desenvolvimento

30 PAINEL III

Brasil e México: um intercâmbio em processo de crescimento

Banco do Brasil ajuda a exportar

38 ENCERRAMENTO

União permite alcançar boas posições no mercado mundial

40 HISTÓRIA

Pok ta pok, o jogo de futebol dos maias

42 EM PAUTA

Lula condecora Presidente da FCCE com a Ordem do Rio Branco

44 NEGÓCIOS

"O turismo continua sendo o segundo maior produto de exportação do México"

48 CULTURA

Tequila, uma arte tradicional do México

51 EMPRESAS

FEMSA: a presença no Brasil do grupo mexicano de bebidas

"Buscamos parcerias com os países latino-americanos"

Odebrecht retorna ao México

54 DIÁLOGO

México pode ser porta de entrada para novos mercados

Os produtos brasileiros que interessam ao consumidor mexicano e vice-versa

57 INVESTIMENTOS

Governo quer atrair mais investimentos para o Brasil

59 INTERCÂMBIO

"O comércio exterior veio para ficar na mente do empresariado"

62 TABELAS

71 CURTAS

"As duas maiores economias da América Latina podem fazer muito pelo Continente"

Segundo a Embaixadora do México no Brasil, o comércio exterior é uma atividade complexa que abrange muito mais do que as trocas de produtos

Nesta entrevista exclusiva, a Embaixadora Plenipotenciária do México, Cecília Soto Gonzáles, tratou da proximidade cultural e comercial entre o México e o Brasil, realçou a necessidade de uma maior integração na América Latina e revelou que se a China, por um lado, assusta por vender muito barato no mercado internacional, por outro lado, tem colocado milhares de consumidores chineses no mercado. Eles podem se tornar futuros compradores de produtos de outros países.

O que o Brasil tem a ver com o México? O que nos aproxima e o que nos afasta?

Cecília Gonzáles – Basicamente, temos a mesma cultura emocional e cordial. Partilhamos, também, uma posição no mundo dos países emergentes que não precisam necessariamente ser hegemônicos. Temos tudo a ver um com o outro: a nossa formação histórica, o futebol, a música.

A senhora acha que temos também os mesmos desafios? Modificar a distribuição de renda desigual, a questão social etc.?

CG – Claro. Os dois países têm uma estrutura social muito injusta e uma massa grande de população com baixa renda. Isto faz com que o desafio social seja muito parecido.

E o comércio entre o México e o Brasil? Ele tem crescido muito, mas existem possibilidades de crescer ainda mais? Em que setores?

CG – Depende do que se entende por comércio exterior. Não se trata só de fluxo de mercadorias, mas é uma equação bastante mais complexa que inclui integração de cadeias produtivas, alianças estratégicas frente a terceiros componen-

tes e também investimentos produtivos. Então, temos um crescimento muito rápido do fluxo estritamente comercial entre México e Brasil que quase decuplicou nos últimos 20 anos e tem um perfil bastante interessante, pois é composto basicamente por produtos da indústria manufaturada, com grande peso do setor automotivo, graças a acordos assinados em 2002. Neste quesito, o Brasil tem um superávit muito importante, o segundo ou terceiro superávit brasileiro no mundo é com o México: em torno de US$ 3 bilhões e foi gerado principalmente pela indústria automotiva, o que é um resultado da reestruturação desta indústria em nível mundial. É preciso considerar que o mercado mexicano não é composto apenas de uma população de 100 milhões de pessoas. O mercado do México é um mercado Nafta, que inclui Estados Unidos e Canadá. As indústrias automobilísticas internacionais fizeram, junto com os países, uma reestruturação de produção, na qual o Brasil produz para o México os automóveis pequenos, e o México produz os automóveis grandes e de luxo. O México importa todos os automóveis pequenos do Brasil. São quase 250 mil por ano. É uma quantidade muito significativa e nós exportamos e temos um superávit automotivo positivo com os Estados Unidos de US$ 10 bilhões.

Quanto ao quesito investimentos, o México é o maior investidor da América Latina no Brasil, com quase US$ 8 bilhões. Já o Brasil, infelizmente, tem um investimento muito pequeno no México.

Que outros setores são expressivos no nosso comércio? O que os brasileiros gostam de comprar dos mexicanos e vice-versa?

CG – A maior parte do nosso fluxo comercial envolve o setor automotivo: automóveis e auto-peças. E no campo da indústria farmacêutica existe também um intenso comércio, envolvendo muitos sais. Pode-se destacar, ainda, o campo dos eletrônicos. O México é o maior produtor de televisões do mundo e compra componentes do Brasil, que também importa peças do México.

"O fluxo comercial entre México e Brasil é composto basicamente por produtos manufaturados e pelo setor automotivo"

CECÍLIA SOTO GONZÁLES

É preciso mencionar também um intercâmbio significativo na indústria química, mais do México para o Brasil. Além disso, deve-se destacar a presença de laminados de aço, madeira e produtos de beleza, exportados do Brasil para o México.

É pouco conhecida, embora significativa, a presença de indústrias de cosméticos atuando no México. A senhora acha que ela tende a aumentar?

CG – A Natura e outras empresas são muito interessantes e acho que as vendas deste setor tendem a crescer no meu país.

A cultura (o cinema, a música, o teatro, a literatura etc) também pode ser matéria de trocas? Já que as nossas raízes culturais nos aproximam, elas também podem ser objeto de comércio entre os dois países?

CG – Elas já são motivo de grande troca. Além de tudo, esta é uma área muito interessante e que tem uma dinâmica própria. Os intelectuais, os diretores de cinema e os músicos já realizam um intercâmbio muito intenso que não passa pelos governos e que gera dinheiro. A música popular brasileira tem uma presença muito importante no meu país, é muito apreciada pelos mexicanos. Este ano vai acontecer em Morélia um dos festivais de música mais importantes do México; ele será dedicado ao Brasil e vamos ter muitos artistas brasileiros lá. Esperamos também que a Petrobras esteja presente lá. Além disto, freqüentemente os grandes artistas brasileiros se apresentam no México. Temos também no Brasil uma presença muito importante da indústria cultural mexicana, por meio da Companhia de Entretenimento – CIE, uma produtora que atua em São Paulo e agora está apresentando "O Fantasma da Ópera" e antes já apresentou "Os miseráveis" e outros grandes musicais. Nestas produções há investimentos do Brasil, mas a maioria dos recursos são mexicanos. É a maior companhia de entretenimento da América Latina.

Segundo os analistas políticos internacionais, Brasil e México, pelas suas características não só físicas, mas também econômicas, podem ser os líderes naturais de um processo de integração latino-americana que é muito desejado, mas pouco objetivado. Como a senhora vê isto?

CG - Nós já estamos negociando, por iniciativa do México, um acordo de livre comércio com o Mercosul. As conversações começaram em maio de 2005 e vamos ter outra rodada de negociações em setembro. Eu acho perfeitamente possível os dois países assumirem a integração. Temos a possibilidade de integrar grandes cadeias produtivas. Na indústria de calçados, por exemplo, os fabricantes mexicanos estão negociando com os fabricantes de máquinas da indústria do calçado brasileiro e estamos finalizando os sapatos no México. O mesmo se dá, no caso da indústria do vestido, na qual temos a concorrência da China, o que se constitui num desafio muito importante.

Desconfio sempre, por outro lado, da busca da liderança pela liderança. Eu não sei se seremos os líderes continentais. O México não busca ser líder de nada. Nós achamos importante, para os nossos produtos, o acesso ao mercado sul-americano. Pensamos que as duas maiores economias

da América Latina, juntas, podem fazer muito para a estabilidade do continente.

O Brasil está tentando negociar com a China um limite voluntário de exportação de produtos chineses para o nosso país. O México também se preocupa com esta "invasão" de produtos chineses em seu território?

CG – O México não reconhece a China como economia de mercado, o que o Brasil já fez. A diferença entre as duas situações está nos instrumentos que se tem para a luta contra a invasão de produtos. Os produtos chineses chegaram ao México muito antes do que ao Brasil, principalmente por meio do contrabando, por meio do território dos Estados Unidos. Esta entrada maciça causou problemas, principalmente, no setor de brinquedos e de calçados. Por causa disto, muitas indústrias mexicanas quebraram. Agora elas já estão se recuperando e principalmente, redefinindo suas áreas de atuação e seus objetivos. Elas passaram, por exemplo, a fabricar tipos diferentes de sapato, pois o México não pode, e nem quer, concorrer com sapatos chineses que custam um dólar. Partimos para definir melhor os mercados que nós queremos.

Eu acho que a China é, para todos nós, um desafio e uma oportunidade. Eles vendem muito e a preços baratíssimos no mercado internacional mas, ao mesmo tempo, os chineses estão colocando milhões de cidadãos no mercado. Estas pessoas representam futuros consumidores e compradores de produtos de outros países.

A política mexicana também é voltada para o incremento contínuo de exportações, como a brasileira?

CG – Foi a economia mexicana que iniciou este processo. Nós exportamos quase US$ 200 bilhões por ano. É uma quantia expressiva e pode-se dizer que temos uma economia maior do que a do Brasil. Nós temos 43 acordos de livre comércio com diferentes países e isto ajuda bastante.

Em que setores comerciais Brasil e México têm problemas a resolver?

CG – Isto depende. A gente descobre os problemas quando tem atividade. Se não existem atividades, não se tem problemas. Está tramitando, agora, um acordo para evitar dupla tributação entre Brasil e México. Este acordo está pronto há algum tempo no México, mas estamos tendo alguma dificuldade em aprová-lo aqui, pois o Congresso do Brasil tem uma agenda sempre muito cheia. Achamos que isto é um assunto importante, pois este acordo vai significar, para algumas empresas exportadoras, uma redução entre 15 e 20% de impostos. Este é um tipo de problema que temos de resolver, esperando que ele entre em pauta no Congresso brasileirol e seja aprovado, para que não haja mais dupla tributação, desonerando os nossos produtos. É um acordo que estabelece que se pague um imposto aqui e outro lá, mas não o mesmo tipo de imposto nos dois países.

O que a senhora diria sobre o papel das federações de comércio no incremento das relações entre os dois países?

CG – As federações de comércio podem informar aos parlamentares que as empresas brasileiras vão ganhar com este acordo, que é importante para elas. Os parlamentares podem, assim, ter uma idéia mais concreta das tarefas que estão realizando. Não se trata de uma coisa abstrata, mas de um instrumento para melhorar a economia brasileira. As federações de comércio também podem ter um papel muito importante para informar às autoridades quais são os problemas que seus federados encontram. Os exportadores mexicanos, por exemplo, verificam que o tratamento das frações alfandegárias às vezes é mudado pela Receita Federal. Neste caso, as federações de comércio podem ajudar a resolver estas questões.

Qual a importância de um Seminário Bilateral como este?

CG – Acho que é um primeiro passo muito importante para ampliar as informações entre as duas partes, para estabelecer os contatos e os canais de informações. É um primeiro passo, mas ainda há muitos outros a serem dados.

Uma embaixadora versátil

Cecília Soto Gonzáles nasceu em Hermosillo, Sonora, México. Estudou Física na Universidade Nacional Autônoma do México mas, profissionalmente, dedicou-se à política militante. Em 1988, foi deputada na LII Legislatura do Estado de Sonora e integrou as comissões de Justiça e Orçamento. Em 1991, foi deputada da LV Legislatura Federal, sendo Secretária da Comissão de Ecologia e integrante das comissões de Programação e Orçamento, Comércio e Fomento Industrial; Ciência e Tecnologia e Pesca.

Em 1994, foi candidata à Presidência da República pelo Partido do Trabalho. Participou ativamente de encontros e discussões ligadas a gênero. Integrou a Delegação Mexicana à IV Conferência Mundial sobre a Mulher da ONU (Beijing, setembro de 1995); o Conselho Consultivo do Programa Nacional da Mulher (1996-2000), assim como o Conselho Consultivo do Instituto Sonorense da Mulher (2000).

Na área de meio ambiente, foi Consultora Particular para o Plano Piloto de Descentralização Ambiental, Banco Mundial – Semarnap, no estado de Sonora, (1999-2000); Membro do Conselho Assessor da Comissão para a Cooperação Ambiental da América do Norte do Tratado de Livre Comércio durante os trabalhos do Alto Rio São Pedro, Arizona (1998-2000).

Foi colunista em diversos jornais mexicanos e comentarista de rádio e televisão. Desde abril de 2001 é Embaixadora do México ante o Governo da República Federativa do Brasil.

www.desenvolvimento.gov.br

www.aprendendoaexportar.gov.br

www.portaldoexportador.gov.br

112 bilhões de dólares exportados.

Um recorde do Brasil,
uma conquista dos brasileiros.

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

BRASIL
UM PAÍS DE TODOS
GOVERNO FEDERAL

SEMINÁRIO BILATERAL DE COMÉRCIO EXTERIOR E INVESTIMENTOS BRASIL-MÉXICO

29 de Agosto de 2005

Local: Av. General Justo nº 307 – Sede da Confederação Nacional do Comércio – 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:

Cecília Soto Gonzáles – Embaixadora Plenipotenciária do México

Ivan Ramalho – Ministro de Estado, interino, do Desenvolvimento, Industria e Comércio Exterior

Componentes da Mesa:

Dra. Dora Rodriguez – Representante Alterno do México na ALADI

Raúl Moch Mercado – Presidente da Associação Empresarial Mexicana no Brasil

Theóphilo de Azeredo Santos – Presidente da Câmara de Comércio Internacional – ICC

Embaixador Salvador Arriola y Barrenechea – Cônsul-Geral do México em São Paulo

Jorge Gerardo Sánchez Sosa – Cônsul-Geral do México no Rio de Janeiro

Lic. Roberto Diaz – Conselheiro Comercial do México no Brasil – BANCOMEXT

14:30h PAINEL I: As Relações Bilaterais: Missões Realizadas e Resultados Esperados

Presidente do Painel: Mario Mugnaini – Secretário-Executivo da CAMEX

Moderador: Raúl Moch Mercado – Presidente da Associação Empresarial Mexicana no Brasil

Expositores:

Dra. Dora Rodriguez – Representante Alterno do México na ALADI

José Tortelli – Diretor da COCA-COLA FEMSA S.A.

Roberto Toledo – Gerente Executivo da PETROBRÁS no México

Debates com o Plenário

15:30h PAINEL II: Oportunidades de Investimentos, Desafios e Cooperação – Infraestrutura: Energia e Construção

Presidente do Painel: Jorge Gerardo Sánchez Sosa – Cônsul-Geral do México no Rio de Janeiro

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

Expositores:

Lucimar Rocha – Gerente de Grandes Clientes da COELBA

Guilherme Furtado Lopes – Superintendente da Secretaria de Indústria, Comércio e Mineração do Governo do Estado da Bahia

Paulo Cesena – Diretor da Construtora Norberto ODEBRECHT

Aluizio Bomfim Margarido – Diretor de Investimentos da ODEBRECHT no México

Debates com o Plenário

16:30h PAINEL III: O Estado Atual das Relações Comercias Brasil-México

Presidente do Painel: Maria Auxiliadora Bousquet Carneiro – Gerente Executiva do Banco do Brasil

Moderador: Arthur Pimentel – Coordenador-Geral dos Programas de Exportação – MDIC

Expositores:

Fábio Martins Faria – Diretor do Departamento de Planejamento e Desenvolvimento do Comércio Exterior – MDIC

Roberto Diaz – Conselheiro Comercial do México no Brasil – BANCOMEXT

Agostín Rodriguez – Conselheiro da Embaixada do México

Debates com o Plenário

18:00h Sessão de Encerramento

Presidente da Sessão: Antonio Carlos Mourão Bonetti – Presidente da Câmara de Industria, Comércio e Turismo Brasil-México

Pronunciamento:

Embaixador Salvador Arriola y Barrenechea – Cônsul-Geral do México em São Paulo

Componentes da Mesa:

Cecília Soto Gonzáles – Embaixadora Plenipotenciária do México

Dra. Dora Rodriguez – Representante Alterno do México na ALADI

Theóphilo de Azeredo Santos – Presidente da Câmara de Comércio Internacional – ICC

Jorge Gerardo Sánchez Sosa – Consul Geral do México no Rio de Janeiro

Raúl Moch Mercado – Presidente da Associação Empresarial Mexicana no Brasil

COQUETEL: Após a Sessão de Encerramento, em homenagem a Sua Excelência a Senhora Embaixadora Plenipotenciária do México Cecília Soto Gonzáles.

Da esquerda para a direita: Fábio Faria, Dora Rodriguez, Jorge Sosa, Theóphilo de Azeredo Santos, Antonio Carlos Bonetti, João Augusto de Souza

O comércio exterior independe das variações do clima político

A atividade comercial é a espinha dorsal de um bom relacionamento entre países

O comércio exterior é uma atividade capaz de gerar divisas e permitir um estreitamento das relações entre países. Por suas características estruturais, ele tem uma dinâmica própria, que independe das variações típicas do cenário político. Esta foi a essência da palestra da Embaixadora Cecília Soto Gonzáles na abertura do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-México.

O Presidente da Federação das Câmaras de Comércio Exterior – FCCE, João Augusto de Souza Lima, convidou a Embaixadora Plenipotenciária do México, Cecília Soto Gonzáles para presidir a sessão solene de abertura do Seminário Bilateral Brasil-México. Também participaram da mesa o Senador Bernardo Cabral; o Presidente da Câmara de Comércio Internacional – ICC,

Lima; Cecília Gonzáles, Bernardo Cabral, Salvador Arriola, Laura Veloso e Roberto Diaz.

Theóphilo de Azeredo Santos; o Presidente da Câmara de Indústria, Comércio e Turismo Brasil-México, Antonio Carlos Mourão Bonetti; o Cônsul-Geral do México em São Paulo, Embaixador Salvador Arriola y Barrenechea; o Cônsul-Geral do México no Rio de Janeiro, Jorge Gerardo Sánchez Sosa; a Representante Alterno do México na Associação Latino-Americana de Integração – Aladi, Dora Rodriguez; a Chefe da Assessoria Especial da Casa Civil da Presidência da República, Laura Veloso; o Conselheiro Comercial do México no Brasil – Bancomext, Roberto Diaz; o Diretor do Departamento de Planejamento e Desenvolvimento do Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento da Indústria e Comércio Exterior – MDIC, Fábio Martins Faria.

A Embaixadora Cecília Soto Gonzáles abriu a solenidade falando sobre a importância do Seminário Bilateral para melhorar ainda mais as relações comerciais entre Brasil e México. Nos últimos anos, o comércio entre os dois países tem crescido, em média, 20% ao ano.

"Agradeço muito à FCCE por esta iniciativa e estou segura de que este encontro vai traduzir-se em novos negócios entre o México e o Brasil. Examinando as cifras do recente intercâmbio entre nossos países, devo dizer que o crescimento de nosso comércio tem sido verdadeiramente espantoso. Há 20 anos tínhamos uma troca comercial total de US$ 20 milhões. Hoje ela soma US$ 5 bilhões. Como sou otimista, acredito que em mais dois anos poderemos quadruplicar esses números.

A Embaixadora chamou a atenção também para o tipo de produto que Brasil e México comercializam hoje, muito diferente das trocas de bens primários do passado.

"É importante salientar que, além do volume crescente, o comércio que praticamos reflete a nova América Latina: tem como base bens industriais sofisticados. Falo de uma nova parceria, de uma nova potencialidade no papel que a América Latina pode desempenhar na área comercial. Temos, sim, algum intercâmbio de bens primários mas, repito: nosso comércio exterior, basicamente, é de bens manufaturados sofisticados."

Segundo Cecília Soto Gonzáles, este setor desempenha um importante papel nos relacionamentos entre as nações modernas e deve ser compreendido por seu caráter estratégico.

"Além do volume crescente, o comércio que praticamos hoje reflete a nova América Latina: tem como base bens sofisticados"

Cecília Soto Gonzáles

"Estou segura de que esta atividade é a espinha dorsal de um bom relacionamento entre os países. Por comércio exterior temos que compreender o sentido amplo da palavra: não é só o intercâmbio de bens ou a geração de superávit e déficit. É uma equação bem mais complexa que inclui o investimento dirigido a melhorar a produtividade dos países. Outra característica muito importante é que o comércio exterior tem uma dinâmica própria, uma dinâmica da economia real que não se deixa influenciar pela política. Este comércio se incentiva naturalmente e permite ganho aos países, renovação da planta produtiva a quem produz e, de alguma maneira, é indiferente aos tempos bons e não tão bons da política. Isto possibilita uma dinâmica auto-sustentável de relações entre os dois países. Estou feliz com este seminário e tenho certeza que, hoje, vamos aprender muito sobre o tema."

Seminário da FCCE contribui para formar estudantes de comércio exterior

A Embaixadora Cecília Soto Gonzáles conversa com as alunas do Curso de Relações Internacionais

Desde o Seminário Brasil-Marrocos, um jovem e empolgado grupo de estudantes tem assistido atentamente os debates, conversado com os profissionais presentes e trocado idéias com colegas. No Seminário Brasil-México, três estudantes do Curso de Relações Internacionais da Universidade Estácio de Sá conversaram com a Embaixadora Plenipotenciária daquele país, Cecília Soto Gonzáles, sobre as funções, as dificuldades e os desafios de seu cargo e da carreira diplomática. Depois, elas falaram à revista da FCCE sobre a experiência de acompanhar os diversos seminários.

Possibilidades profissionais

Para Ana Carolina Rodrigues, Natália Valles Araújo e Pamella Melo, esta tem sido uma grande oportunidade de entrar em contato com a realidade de sua futura profissão. O Curso de Graduação em Relações Internacionais tem três anos e meio de duração, abrangendo áreas como comércio exterior, diplomacia, economia, política, história.

Ana Carolina Rodrigues está pensando na carreira diplomática. "Quero, em seguida, fazer o curso do Instituto Rio Branco, pois sempre tive interesse por profissões que têm como finalidade representar e defender os interesses do país no exterior".

Com relação ao Curso de Relações Internacionais, ela diz que é apenas o primeiro que faz e que está achando muito interessante.

"Não tenho encontrado maiores dificuldades. Com relação ao comércio exterior, como carreira, é uma possibilidade que estou descobrindo agora, depois que comecei a participar dos seminários da FCCE. Tem sido uma experiência muito interessante."

Já Natália Valles Araújo diz que escolheu o Curso de Relações Internacionais para complementar uma outra faculdade que ainda pretende fazer.

"Meu sonho é fazer o curso de jornalismo. Com certeza o que estou aprendendo agora será de grande utilidade para minha futura carreira. Sempre tive curiosidade por outras culturas, o que o Curso de Relações Internacionais nos permite conhecer melhor. Também gosto de política e, depois que comecei comparecer aos seminários bilaterais, meu interesse pelo assunto cresceu ainda mais".

Segundo as estudantes, a principal vantagem tem sido a possibilidade de conviver com profissionais da área, o que lhes dá uma visão real do mercado de trabalho e das especificidades da área, além de permitir entrar em contato com informações de bastidores.

Pamella Melo, por sua vez, concorda com as colegas sobre a importância dos Seminários da FCCE, para uma maior compreensão das oportunidades de trabalho na área de Relações Internacionais.

Dois gigantes buscam novos rumos nas mesas de negociação

É preciso considerar os pontos semelhantes e também as diferenças para incrementar as relações econômicas e comerciais entre México e Brasil

A necessidade e a urgência da assinatura de um acordo de livre comércio entre México e Brasil; a continuidade da luta pela desoneração fiscal, pela desburocratização e pela facilitação de procedimentos necessários à exportação no Brasil; a análise das exportações brasileiras de produtos agrícolas e de autopeças para o México; as relações desses dois países entre si e com seus parceiros no Mercosul e no Nafta foram alguns dos temas abordados no Painel I, "As Relações Bilaterais, Missões Realizadas e Resultados Esperados", pelo Secretário-Executivo da Camex, pelo Presidente da Associação Empresarial Mexicana no Brasil e pela Representante do México na Aladi.

Nesse painel, a atuação empresarial mexicana no Brasil e a brasileira no México, foi destacada respectivamente pela experiência da Coca-Cola FEMSA e da Petrobras.

Mario Mugnaini Jr.: "nossos países constituem dois grandes blocos econômicos na América Latina."

O Painel I foi presidido por Mario Mugnaini Jr., Secretário-Executivo da Câmara de Comércio Exterior – Camex; teve como moderador Raul Moch Mercado, Presidente da Associação Empresarial Mexicana no Brasil; como expositores Dora Rodriguez, Representante Alterno do México na Associação Latino-Americana de Integração – Aladi; José Tortelli, Diretor de Abastecimento da Coca-Cola FEMSA e Roberto Toledo, Gerente de Produção e Reservas da Área Internacional da Petrobras.

Mario Mugnaini iniciou sua intervenção falando na satisfação em presidir um painel destinado a tratar dos interesses do México e do Brasil. Acrescentou que compartilha com a Embaixadora Cecília Gonzáles, com o Cônsul Salvador Arriola e com Antonio Carlos Bonetti um grande interesse em música e culinária mexicanas.

O Secretário-Executivo da Camex se propôs a fazer algumas reflexões sobre as relações bilaterais que ele ajudou a mediar por meio de negociações na Aladi.

"Nossos países, hoje em dia, constituem dois grandes blocos econômicos.

O México é parceiro do Nafta, junto com o Canadá e os Estados Unidos; o Brasil participa do Mercosul ao lado de Argentina, Uruguai e Paraguai. Este fato altera certos elementos das negociações e influencia positivamente alguns aspectos. As relações do México com o Brasil partiram de um patamar de US$ 600 milhões e chegam hoje a US$ 5 bilhões, o que significou um salto não só quantitativo como qualitativo."

Mario Mugnaini Jr. acrescentou que não devem ser esquecidas as diferenças de tamanho entre as duas economias, pois o México exporta cerca de US$ 190 bilhões por ano. "Em 2002, quando exportávamos US$ 60 bilhões, os mexicanos já tinham um comércio exterior três vezes maior que o nosso. Hoje em dia, os exportadores brasileiros têm feito grandes esforços e devemos atingir US$ 112 bilhões em 2005 e, assim, estamos cada vez mais nos aproximando dos US$ 150 a 200 bilhões e, dentro de alguns anos, estaremos competindo com nossos amigos mexicanos."

Os dois países têm o PIB mais ou menos semelhante, sendo o do México um pouco maior que o do Brasil. As duas economias têm aspectos relativamente iguais, com algumas diferenças que Mugnaini passou a analisar.

"Nas relações internacionais brasileiras, surge um parâmetro complicador: o tema agrícola. O Brasil tem neste setor uma produtividade excelente e isto assola determinadas posições. São cerca de dez itens (açúcar, carnes, suco de laranja e mais alguns produtos agrícolas processados) nos quais costumam surgir dificuldades em nossas negociações. Com o México isto também ocorreu, mas, felizmente, nos dias atuais estamos tendo elementos de melhoria, com uma certa facilidade de exportação para os mexicanos, principalmente de soja, cerca de 600 mil toneladas por ano".

Outro tema importante é o setor automotivo, incluindo as autopeças e a participação das montadoras. Segundo o representante da Camex, aquele setor não pode ser entendido simplesmente no contexto das relações bilaterais mexicano-brasileiras, mas deve ser pensado sob ótica mais ampla, que é a do Nafta, no qual se destacam os Estados Unidos.

Raul Moch Mercado: "o intercâmbio comercial tem de crescer para gerar novos empregos.

"O fluxo do setor automotivo não deve ser entendido apenas como México e Brasil: deve-se incluir nele os Estados Unidos"

MARIO MUGNAINI JR

"Se o México tem um déficit no setor automotivo com o Brasil, a partir da incorporação de partes e peças ou mesmo de automóveis ao setor mexicano, ele consegue e logra grandes exportações para os Estados Unidos com estas mesmas partes. Como ele não reverte a exportação para nós e, sim, para os Estados Unidos, deveríamos fechar um balanço Brasil-México-Estados Unidos, pois não é conosco que ele tem superávit neste setor e, sim, com os americanos."

Área de livre comércio

Um outro tema analisado por Mario Mugnaini Jr. foi a ampliação do Acordo de Complementação Econômica – ACE 53 e a criação de uma área de livre comércio entre o Mercosul e o México.

"O México tem firmado dezenas de acordos internacionais. A cada semana eles fazem mais um. Ora, não há razão para não firmar mais um com o Brasil e o Mercosul, pois oferecemos as mesmas condições que outros países. O comércio mexicano apresenta uma concentração muito forte com os Estados Unidos e seria necessário um esforço grande de diplomacia para diversificar, olhando um pouco mais para o Sul. Neste seminário, eu gostaria de provocar meus colegas no sentido de explorar estes campos, para que o intercâmbio, o investimento e as produções locais aumentem. Na medida em que você tenha produções locais e capitais mexicanos no Brasil, fica mais fácil fazer negociação de tarifas, pois as produções locais são elementos propulsores."

A posição do exportador

Em seguida, a palavra foi passada ao mediador Raul Moch Mercado que realçou a necessidade de modificar comportamentos tanto dos governos como dos empresários.

"Estou no ramo agropecuário e meus sócios mexicanos estão interessados em fazer importação de soja brasileira. Por isto contatei várias empresas brasileiras que falaram: 'não é interessante exportarmos soja para o México, porque normalmente este país compra soja nos Estados Unidos'. Enfim, já que os mexicanos não podem dar garantia de negócios a longo pra-

zo, os brasileiros que contatei não ficaram interessados em negociar a curto prazo. Só que meus colegas mexicanos dizem o contrário."

Segundo Raul Moch, esta é uma situação que deve ser modificada e nela existem vários complicadores.

"Muitas vezes os complicadores são as instâncias governamentais de ambos os lados. Estou tentando exportar para o México e só para mandar amostras tive de entregar 26 documentos e certificados diferentes. Estou há mais de um ano atrás da permissão chamada Radar para exportar, já levei dez vezes os mesmos documentos à Receita Federal e ainda não tenho o Radar. Chegaram a pedir o número do CNPJ da minha empresa, quando são eles, a Receita Federal, que determinam este número!"

"Nossos ministros e secretários se reúnem para planejar, chegam a documentos claros, assinam decisões ótimas, só que os funcionários que estão abaixo deles não ficam sabendo."

O representante da Associação Empresarial Mexicana no Brasil terminou relatando a seguinte passagem. Há alguns anos, os presidentes da Guatemala, Honduras e El Salvador estabeleceram 15 dias sem barragens aduaneiras entre seus países. "Eu trabalhava numa empresa de rações para camarões e carregamos vinte conteineres de ração e enviamos para Honduras. Só que, na fronteira, o funcionário não tinha sido avisado e embargou a carga. Temos de convencer estas pessoas de que o intercâmbio comercial tem de crescer para o bem deles e de suas famílias para gerar trabalho."

Uma política voltada para a exportação

A política mexicana para o comércio exterior, os acordos dos quais o país participa e uma análise da relação bilateral com o Brasil, foram os temas desenvolvidos por Dora Rodriguez, Representante Alterno do México na Aladi.

Segundo ela, a política comercial do seu país foi definida nos anos 1980, quando o governo a colocou como parte de uma estratégia com duplo propósito: resolver os problemas de desenvolvimento internos e, também, enfrentar o mundo e relacionar-se com uma economia internacional cada vez mais globalizada.

O México começou, então, um programa de abertura para corrigir distorções geradas por um modelo de substituição de exportações da década de 1950 e que freou o crescimento dos investimentos durante a década de 1970. "Assim, prosseguiu Dora, o país se propôs a aproveitar as oportunidades associadas a correntes de comércio e investimento, mediante políticas de liberalização, procurando fomentar a competitividade de suas exportações e fazer do seu território um lugar mais atraente para as inversões estrangeiras produtivas. O processo de liberalização comercial se fez acompanhar de um esforço de abertura dos quadros externos, por meio de negociações multiregionais e bilaterais que o México iniciou, com sua entrada para o Gatt em 1976, e que, posteriormente, prosseguiu com a elaboração do primeiro dos tratados de livre comércio que nos vinculam hoje com 43 países na América do Norte, do Sul, Europa e Ásia."

Na América Latina, firmou 22 acordos, dos quais sete são tratados de livre comércio que o vincula a cinco países da América Central e a cinco da América do Sul: Colômbia, Venezuela, Chile, Bolívia e Uruguai. Para completar o relacionamento, os mexicanos têm também acordos de complementação econômica bilaterais com Argentina, Brasil, Peru, Cuba e Mercosul.

Os acordos com o Brasil

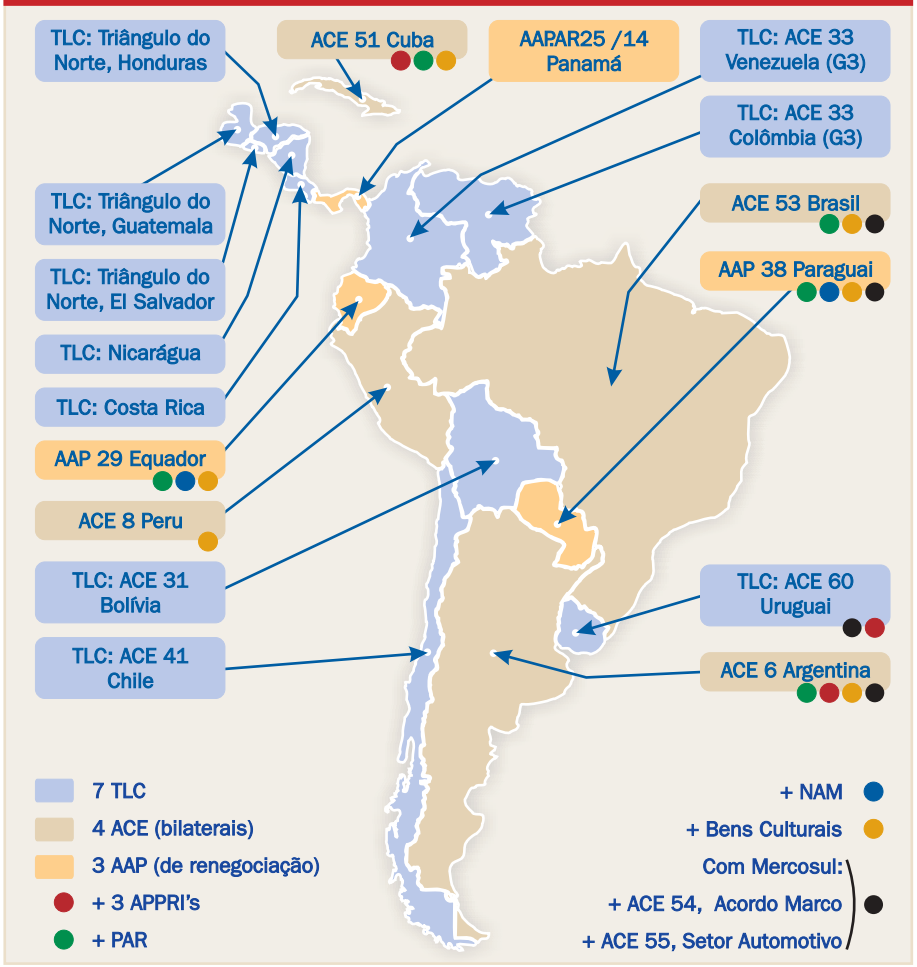
Segundo Dora Rodriguez, por meio da Aladi, Brasil e México participam de vários acordos regionais, dos quais um dos mais importantes, por seu caráter prático, é o da Preferência Arancelaria Regional – PAR, ou em português, Acordo de Preferência para Impostos Alfandegários. Por meio dele, os dois países se outorgam, reciprocamente, uma preferência de 20% sobre o universo alfandegário.

"Muito importante também é o Acordo de Complementação Econômica ACE 53 que foi subscrito em 2002 e constitui um ponto de partida de uma nova etapa de relacionamento entre os dois países. Nele, se incorporaram cerca de 800 posições alfandegárias, na sua maioria de preferência recíproca e ele será, futuramente, substituído por um outro entre México e Mercosul. Boa parte dos produtos que estão negociados neste acordo têm uma preferência alfandegária de 100%."

> *"O ACE 53 materializou a decisão do México e do Brasil de procurar integrar as duas maiores economias da América Latina"*
>
> **Dora Rodriguez**

Segundo Dora Rodriguez, o ACE 53 materializou a decisão de ambos os governos de fortalecer a relação bilateral das duas principais economias da América Latina. Foram atendidos os interesses dos respectivos setores empresariais, dando-lhes oportunidades de acesso aos dois mercados mais importantes da região. Neste acordo foram incluídos produtos

Os acordos do México na América Latina



Fonte: Subsecretaría de Negociaciones Comerciales Internacionales – México

"A carga tributária no Brasil preocupa, chega, praticamente, a 37% da receita bruta do nosso empreendimento"

JOSÉ TORTELLI

industriais e agropecuários. Ele constitui um marco jurídico de certeza e transparência para os agentes econômicos dos dois países, pois ele é uma base jurídica do comércio preferencial.

Dora Rodriguez analisou também o Acordo de Complementação Econômica ACE 55, dedicado ao setor automotivo e destinado a liberalizar os produtos deste setor entre cinco países: de um lado o México e, do outro, um bloco sub-regional integrado por Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai. Ele deve entrar em vigor em 2011, quando permitirá um livre comércio entre México e Mercosul de todos os ítens automotivos.

O setor automotivo chega a 50% do total do fluxo comercial entre México e Brasil e tem como base jurídica o ACE 53. Segundo Dora Rodriguez se, por um lado, o comércio cresce, por outro há ainda uma sub-utilização dos acordos. "Nos faltam

"A Pemex está buscando outras formas de atrair investimentos externos para o México"

ROBERTO TOLEDO

ações importantes para usar mais o aparato jurídico que os governos põem à disposição dos operadores econômicos".

A situação da Coca-Cola

Em sua palestra, o expositor José Tortelli, Diretor de Abastecimento da Coca-Cola FEMSA, analisou a trajetória de uma empresa mexicana que tomou a decisão de vir se estabelecer no Brasil.

A Fomento Econômico Mexicano S.A - FEMSA é uma empresa tradicional que atua principalmente no ramo de cervejas e refrigerantes em nove países latino-americanos. Foi fundada em 1890 em território mexicano e hoje é composta de inúmeras divisões, *holdings* e unidades de negócios, além de uma franquia do sistema Coca-Cola, que é dono de 40% do negócio na área de refrigerantes. Segundo José Tortelli, a FEMSA está diversificando sua atuação e possui também uma cadeia de lojas de conveniências com mais de 3.000 lojas em postos de gasolina no México, além de ser a fundadora de uma instituição de pesquisa e ensino técnico que hoje conta com mais de 100 mil alunos naquele país. Tortelli considera que hoje a FEMSA é um dos maiores grupos no segmento de bebidas na América Latina, com uma receita de US$ 8,4 bilhões.

No Brasil, a FEMSA atua no setor de

refrigerantes, cervejas e águas minerais, sendo dona, entre outras, da Água Cristal, distribuída em São Paulo.

Com relação ao Brasil, o representante da FEMSA revelou alguma preocupação com a alta carga tributária, "que sobre nossa receita bruta chega praticamente a 37%. Preocupa-nos ainda a legislação estadual de ICMS no Estado de São Paulo. Também é objeto de preocupação a taxa de juros que, se se mantiver por muito tempo em níveis elevados, a longo prazo poderá afetar o crescimento da economia."

O representante da Petrobras

O terceiro expositor foi Roberto Toledo, da Petrobras Internacional, que falou do sonho antigo da estatal brasileira de se estabelecer no México. Para ele, a partir do momento em que deixa de ser um empresa petroleira e passa a atuar no mercado energético nacional e internacional de forma integrada, a Petrobras definiu um foco especial para a América Latina. "Para isto, foram priorizados o México e a Venezuela que, no setor petróleo, são muito importantes. Em 2003, assinamos dois contratos de serviço múltiplo nas áreas de Curvito e Fronteirizo, no Nordeste do México, na fronteira com o Texas, em parceria com a Pemex, a estatal de petróleo, para exploração de gás natural na bacia de Burgos. Em janeiro de 2004 começamos a operar no México."

São dois blocos pequenos, ambos de 31 m^2, explorados por meio de um consórcio da Petrobras associada a uma empresa japonesa. Segundo Roberto Toledo, a atuação de empresas estrangeiras no México é limitada pela legislação do país. A Pemex tem procurado contornar esta realidade, mas os contratos de serviço múltiplo não foram muito bem sucedidos.

"A Pemex está estudando outras formas de atrair a iniciativa privada. Já existem gasodutos privados no México e, nesta área, poderão ser criadas oportunidades de negócios. A legislação é uma das mais fechadas do mundo, já existe alguma abertura no setor de energia elétrica e gás natural, mas ela é contestada por setores políticos", finalizou o representante da Petrobras.

Visão empresarial

"Para crescer no comércio internacional é preciso inaugurar novos caminhos"

Raul Moch Mercado, Presidente da Associação Empresarial Mexicana no Brasil e Diretor-Presidente da Malta Clayton, foi o moderador do Painel I do Seminário Brasil-México. Sua entrevista reflete as posições de quem deseja remover barreiras para aumentar o fluxo comercial entre os dois países.

Como o senhor o estágio atual das relações entre México e Brasil?

RM – As relações entre os dois são, de modo geral, excelentes. Só tem um único tema em que não podemos falar muito, que é o futebol. Aí, entra a competição. Nos outros setores nos entendemos muito bem, mas do futebol é bom ficar um pouco longe.

O que poderíamos fazer para ampliar nosso comércio?

RM – Eu acredito que tanto o México tem muito a fazer no Brasil quanto o Brasil tem muito a ampliar no México. O mais importante é romper com os paradigmas existentes há muitos anos e que tentam nos levar a crer que o que nunca se fez não pode ser feito. Isto não é verdade: temos de estar sempre experimentando, testando e correndo os riscos. Temos muitas coisas em comum e podemos ampliar ainda mais.

Quais os setores com maior potencial?

RM – Devemos estar sempre atentos ao comércio de produtos agropecuários. Este é o intercâmbio que queremos aumentar. É a área em que desempenho meu trabalho e vejo nela grandes oportunidades. O Brasil é um país com um potencial gigantesco, com enorme produção de grãos e que poderia até alimentar o mundo todo. Temos de procurar o que o México pode fazer para ampliar a compra de cereais brasileiros e vender aqui sua tecnologia.

Quais seriam os principais entraves ao maior fluxo comercial: excesso de burocracia, tributação ou falta de infra-estrutura? O que impede que o nosso comércio cresça ainda mais?

Raul Moch Mercado

RM – A bitributação existe, mas já está sendo trabalhada e todos nós esperamos que, brevemente, possamos ter um bom acordo sobre ela. A interferência da burocracia é algo que existe em qualquer país e, infelizmente, todos nós temos sofrido bastante com ela. Neste sentido, quandonós aprendemos o jeito de fazer, os problemas burocráticos diminuem. Eu acho que o maior entrave está nas nossas cabeças e nos paradigmas que a gente não quebrou, tanto do ponto de vista dos empresários mexicanos quanto dos brasileiros.

Quer dizer que os entraves mentais e culturais atrapalham?

RM – Os culturais, não. O que acontece é que nós todos estamos muito acomodados, comerciando da maneira como já se faz há muito tempo. É muito cômodo continuar assim, mas para crescer, temos de inaugurar novos caminhos. Aproveito esta entrevista para mandar um grande abraço a meus amigos brasileiros.

Opiniões diferentes em clima democrático

Ao final das palestras, o público que lotava o auditório da Confederação Nacional de Comércio – CNC manifestou-se intensamente. Paulo Werneck, Fiscal Aduaneiro da Receita Federal, se apresentou dizendo que era uma das pessoas citadas "como aquele que cria problemas na ponta dos processos. Passam pela minha mesa milhares de pedidos de Radar. A questão é que se a análise do problema está certa, a solução proposta não está certa. Quando o presidente resolve que vamos deixar passar, ele tem de fazer um decreto para os funcionários da ponta. É como se eu tivesse uma empresa e convidasse uma pessoa para vir me visitar e não avisasse o porteiro. O porteiro não pode deixar qualquer um entrar, a função dele é barrar na porta e não posso brigar com o porteiro que está fazendo o serviço dele."

Mario Mugnaini Jr. reconheceu que o Radar tem causado problemas: "a Camex não abarca funções do Banco Central, principalmente em questões de câmbio, administradas pela Receita Federal. Mas acho que ambas as partes têm razão. O funcionário não pode mesmo tomar certas decisões sozinho. Neste processo de liberalização do comércio, a gente desburocratiza 50 itens e logo em seguida encontra mais 49. O MDIC tem a desburocratização como objetivo, estamos informatizando o processo para tornar o sistema mais amigável. Vamos permitir que o empresário, a partir da tela do seu computador, obtenha a sua permissão."

Mario Mugnaini acrescentou que, em certos tipos de produtos, é necessário que o Estado tenha controle, principalmente quando estes envolvem alimentos e medicamentos. "É fácil criticar e simples também é não fazer nada. O mais ambicioso é chegar a algum resultado."

Jovelino Pires, da Associação de Comércio Exterior do Brasil – AEB, manifestou-se dizendo que os problemas surgem "não por culpa da Camex nem da Receita Federal, mas do sistema atual." O trabalho brilhante do Presidente Souza Lima e de outros colegas da FCCE ajudou a chamar a atenção para a base do problema. É a instrução normativa SRF 455-04, que estabelece a sua posição de obrigar a repetir toda a documentação do CNPJ para dentro do sistema para você entrar outra vez. Esta instrução foi examinada, também, dentro da Receita Federal para que possa ser redefinida. Não sei quando vai acontecer uma solução, mas a Comissão Nacional de Desenvolvimento Econômico e Comércio está analisando; porém os procedimentos administrativos são um pouco lentos. Tenho certeza de que, em breve, vamos ter uma notícia sobre a simplificação desta instrução. Esperamos que os mexicanos simplifiquem seus processos para que também possamos trabalhar lá."

Paulo Werneck, da Receita Federal: "é preciso fazer a informação chegar à base."

Jovelino Pires: simplificar as instruções

O público se manifesta e ajuda a fazer dos seminários um amplo fórum de discussão.

Cultura aproxima países e ajuda a realizar grandes negócios

Órgãos públicos brasileiros divulgam um balanço do que fazem para atrair investimentos e empresas mostram a sua atuação no México

O Painel II, "Oportunidade de Investimentos, Desafios e Cooperação" abrigou temas diversos. De filmes de Cantinflas à montagem de plataformas marítimas. Do repertório de Carmen Miranda à construção de hidrelétricas. A diversidade de oportunidades que foram apresentadas no contexto das relações bilaterais entre México e Brasil focou principalmente os investimentos em infra-estrutura e a imensa potencialidade cultural, ainda não aproveitada plenamente pelos dois países, em seu intercâmbio.

O Cônsul-Geral do México no Rio de Janeiro, Jorge Gerardo Sánchez Sosa, presidiu o Painel II, que teve como moderadora a Assessora Especial da Casa Civil da Presidência da República, Laura Veloso. Como expositores, atuaram o Diretor da Construtora Norberto Odebrecht, Paulo Cesena; o Diretor de Investimentos da Odebrecht, no México, Aluizio Margarido; a Diretora da Companhia de Eletricidade da Bahia – Coelba, Lucimar Rocha e o Superintendente da Secretaria de Indústria, Comércio e Mineração do Governo da Bahia, Guilherme Furtado.

O Cônsul-Geral Jorge Gerardo Sánchez Sosa abriu o Painel falando sobre o trabalho do Consulado-Geral do México no Rio de Janeiro que, segundo ele, tem uma especial vocação para a difusão da cultura mexicana. Lembrou que a força da indústria cultural pode ser o maior elo para uma efetiva aproximação com Brasil.

"As culturas mexicana e brasileira têm potencial, são capazes de facilitar a efetiva aproximação entre nossos povos e os interesses comerciais de nossos países."

Lembrou que Brasil e México já viveram, nos anos de 1940 e 1950, uma relação muito intensa e estreita no âmbito do audiovisual. Por meio do cinema, os público dos dois países conhecia músicos, escritores e dramaturgos; bem melhor do que nos dias de hoje. Os brasileiros sabiam quem era o cômico Cantinflas e os mexicanos ouviam as músicas de Carmem Miranda.

"Esta constatação é um absurdo, pois com todas as novas tecnologias da área da comunicação, quando tudo indicava que

"Os brasileiros sabiam quem era o cômico Cantinflas e os mexicanos ouviam as músicas de Carmem Miranda"

JORGE GERARDO SÁNCHEZ

Mario Moreno, o Cantinflas

Carmen Miranda, a Pequena Notável

ficaríamos mais próximos, que nossos povos se conheceriam melhor, sinto que estamos mais distantes do que no passado. Esta é uma situação que ainda não soubemos enfrentar e à qual não conseguimos dar solução adequada. Quero deixar registrado meu inconformismo com isso. Acho que temos muitas formas de superar estes problemas. Somos povos com identidades muito fortes e temos indústrias culturais num grau de desenvolvimento com capacidade de imprimir mais efetividade a este relacionamento."

O Cônsul-Geral citou ainda o brilhante desempenho da comédia "Um dia sem mexicanos", do diretor Sérgio Arau, que tem levado o público brasileiro a dar boas gargalhadas, o que, comprova que nosso humor tem a mesma sintonia e que temos a mesma reação diante da vida.

"Isso para mim é muito motivador, tanto quanto a alegria que sinto ao ouvir Caetano Veloso interpretando, na cerimônia de premiação do Oscar, a canção "*Burn it blue*", de Elliot Goldnthal, do filme "Frida", de Julie Taymor. Nossos criadores e intelectuais têm encontrado diversas possibilidades de relacionamento, enquanto nós, como governo e como Estado, vamos reagindo lentamente. Recentemente tomei conhecimento de que grandes diretores mexicanos estiveram no Brasil filmando

"Alguns segmentos têm se beneficiado de incentivos oferecidos pelo governo baiano, como o setor têxtil, o automotivo e o calçadista"

GUILHERME FURTADO

obras de escritores como Rubens Fonseca e filmando com grandes atores como Lázaro Ramos."

O diretor Paul Leduc realiza "O cobrador", baseado em conto de Ruben Fonseca. Carlos Bolado filma "Solo Dios sabe", ambos em co-produção com o Brasil e em fase de finalização. Neste momento, México e Brasil trabalham num protocolo de audiovisual para o fomento e o desenvolvimento da distribuição, para a co-produção de filmes e também para a cooperação num programa da Secretaria de Cultura, o DOCTV-Ibero América.

"Quero, diante de vocês, me comprometer a ter uma forte atuação neste sentido. Vamos com nossos criadores, cineastas e produtores culturais trabalhar com a Embaixada. A Embaixadora Cecília Soto Gonzáles tem tido uma atuação especial neste sentido, para superar os muitos e muitos anos de atraso nesta reaproximação que considero importantíssima."

Um mercado em busca de parceiros

O Superintendente da Secretaria de Indústria, Comércio e Mineração da Bahia, Guilherme Furtado, falando em nome do Governo daquele estado, apresentou os principais programas e ações que tem desenvolvido para atrair novos investimentos e aumentar o nível de emprego e renda da sexta economia do país e a primeira da Região Nordeste.

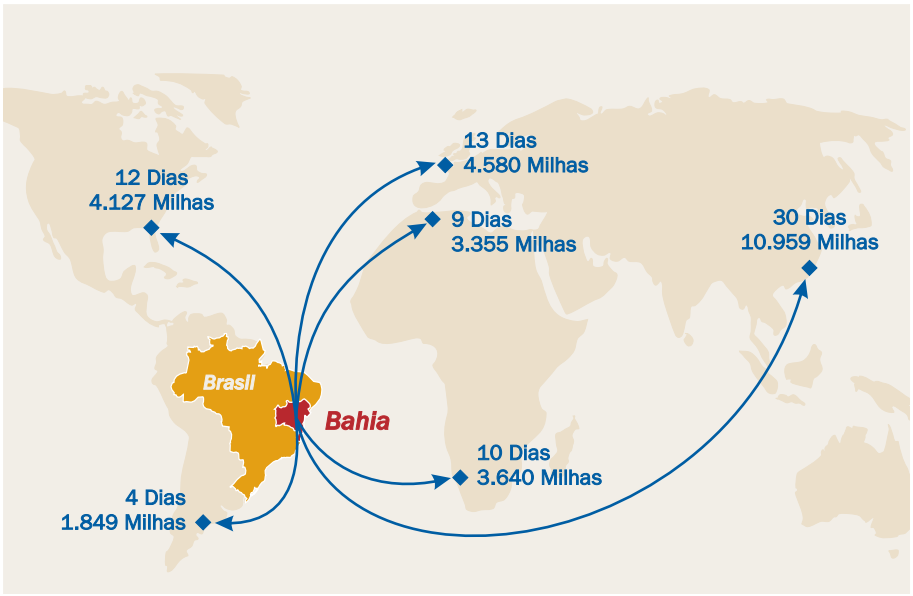
Guilherme Furtado destacou a privilegiada posição geográfica de seu estado, que fica a 4.580 milhas da Europa, a 4.127 da América do Norte, a 10.359 da Ásia, em média 3.500 da África e 1.849 do Sul da América do Sul.

"Aparentemente, nossa presença pode parecer estranha a esta reunião mas, indiretamente, minha ligação com o mercado mexicano vem da década de 1980, quando trabalhei numa empresa que tinha vínculos de negócios com o México. Desde 1991, sou o responsável pela política que o governo da Bahia tem desenvolvido para atrair novos parceiros comerciais."

Guilherme Furtado informou que o estado tem 50% de sua economia no mercado secundário, 38,8% no setor terciário e 11% no setor primário. O setor secundário é ocupado principalmente pela indústria química e petroquímica. Nos dados apresentados, ainda não estavam contabilizados os índices da indústria automobilística, de metalurgia e de papel e celulose. A Ford começou a operar no estado no final de 2001, com a promessa de produzir 250 mil carros por ano, gerando cinco mil empregos diretos. Hoje, já emprega 8 mil pessoas e tem um forte impacto na economia baiana. A Bahia tem desenvolvido uma mudança na sua matriz industrial, que se estabeleceu a partir dos produtos intermediários, como papel, celulose, petroquímica e siderurgia, incluindo a produção de bens de consumo, com uma atualização tecnológica, incorporando à matriz produtiva indústrias de tecnologia de ponta.

"Os principais pontos da nova política industrial da Bahia estão na desconcentração geográfica da atividade industrial, na atualização tecnológica, no desenvolvimento de programas de capacitação da mão-de-obra, na expansão e moderniza-

A posição estratégica do Estado da Bahia



Fonte: Secretaria de Indústria, Comércio e Mineração da Bahia

ção da indústria existente, na oferta de infra-estrutura logística, no sistema de incentivos e de atrativos para novos investimentos e na criação de novos postos de trabalho. Com isso, temos 326 novas indústrias que já assinaram o protocolo de intenção, num investimento previsto de R$ 16,7 bilhões e a possibilidade de geração de 70.227 novos postos de trabalho."

Incentivos a nova arma baiana

O estado tem 16 distritos industriais implantados e oferece a seus investidores todas as facilidades de estruturas logísticas e incentivos fiscais atraentes. Com esta política, instalaram-se na região, em 2004, 86 empresas incentivadas, num total de R$ 724 milhões de investimentos e geração de 17 mil novos empregos. De janeiro a julho de 2005, mais 21 empresas iniciaram suas atividades, com a criação de mais cinco mil postos de trabalho e investimentos de R$142 milhões.

"Neste momento, estão em processo de implantação 86 empresas com um investimento previsto de R$ 9 milhões e a capacidade de absorver 15.550 novos postos de trabalho, o que vai gerar novas negociações com o país e com o exterior. Com esta finalidade, foi criado o Promo Centro Internacional de Negócios da Bahia, órgão responsável pela internacionalização da economia, que recebe investimentos e promove a comercialização."

"A Coelba presta serviços de um consultor de negócios especializado"

Lucimar Rocha

Alguns segmentos apresentam grande expansão no estado, como o setor têxtil, o setor automotivo e o calçadista. Há cinco anos não se produzia um par de calçados no estado. Hoje, estão em operação 59 fábricas de sapatos e 16 de componentes, num investimento total de R$ 572,7 milhões e cerca de 40 mil novos postos de trabalho. Entre os incentivos fiscais oferecidos pelo governo, destacam-se o Probahia, o Crédito Presumido, o Bahiaplast e o Desenvolve; este último reduz a carga tributária do ICMS em até 81%.

A atuação da Coelba

A representante da Companhia de Eletricidade da Bahia – Coelba, Lucimar Rocha, começou sua apresentação destacando o esforço que tem sido feito para desenvolver o estado.

"A idéia é fornecer ao governo informações do tipo: onde é mais adequado e econômico montar uma nova fábrica e também receber do governo solicitações de expansão da rede elétrica numa determinada área. Esta parceria já tem oito anos e tem rendido bons frutos."

"A Coelba planeja investir, em 2005, cerca de R$ 500 milhões. Hoje, tem entre seus principais clientes a Continental, a Firestone, a Brallco, a Grendene, a Belgo Bekaert e a Columbian-Chemical. Há 50 novos projetos em sua carteira de captação. Juntamente com o governo, presta um acompanhamento personalizado, ou seja, serviços de um consultor de negócios que resolve toda a parte burocrática dentro de uma empresa de eletricidade, o que facilita muito o trabalho da empresa e os novos clientes."

Tecnologia brasileira em quatro continentes

Paulo Cesena, Diretor da Construtora Odebrecht, afirmou que é sempre importante, num seminário sobre comércio bilateral, trazer para o debate o conceito de exportação de bens e serviços de engenharia.

"A Odebrecht é uma empresa de engenharia e construção com atuação internacional em 19 países. Com esta capacidade operacional, atrai para o Brasil os benefícios de suas conquistas. Isto significa a oportunidade de inserir toda uma cadeia produtiva de exportação de bens e serviços de engenharia, serviço de bens de capital, assim como detalhamento e gerenciamento, de forma que, gradativamente, vá se inserindo a marca e a tecnologia brasileira nos países onde tem relações comerciais."

Ao analisar o grande número de acordos internacionais mantidos pelo Méxi-

co, o representante da Odebrecht afirmou que "esta é uma demonstração clara que empresas locais e internacionais estão atuando de forma extremamente competitiva, em relação às margens de lucro e aos custos oferecidos aos clientes. Com as informações trazidas pelo representante da Petrobras, ficou claro que o México é ainda carente de investimentos em infra-estrutura. É um país com desigualdades regionais, com carência de investimentos no setor elétrico, de óleo e gás, de irrigação e rodoviário."

Em seguida, o Diretor de Investimentos da Odebrecht no México, Aluizio Margarido, procurou mostrar os investimentos da empresa em oportunidades de negócios de infra-estrutura no mercado mexicano.

Aluizio Margarido dividiu sua apresentação em quatro fases. Na primeira, falou sobre a empresa. Na segunda, sobre o passado da Odebrecht no México. Na terceira, sobre os contratos em desenvolvimento. Ele encerrou falando sobre as perspectivas futuras naquele país.

"A empresa está dividida em dois tipos de negócios: o primeiro, de engenharia e construção, no qual acontece a prestação de serviços, e a outra é a área de química e petroquímica, basicamente no Brasil. Em breve, estará exportando também este tipo de serviço."

Maior empresa de engenharia do Brasil, a Odebrecht teve, em 2004, 84% de seu faturamento no exterior: cerca de US$ 2,5 bilhões. Tem escritórios em praticamente toda a América Latina e também nos Estados Unidos, México, Portugal, Angola e Iraque, com perspectiva de instalação no Leste Europeu, a partir da entrada de países da região na União Européia e da necessidade de infra-estrutura desses países.

"Como empresa nacional, a Odebrecht tem uma ação global. É a segunda maior empresa no mundo em construção de hidroelétricas, a segunda em pontes, a 16ª. em energia, a 13ª. em rodovias. Já construiu 127 km de metrôs e 8. 247 Km de rodovias, 49.000 MW de energia na construção de barragens."

"A Odebrecht sempre busca os serviços de engenharia. Para tal, ajuda e assessora governos, entidades e investidores privados na busca de financiamentos. Já participamos da estruturação financeira de mais de quarenta projetos. Trabalhamos com os maiores agentes financeiros e creditícios de grandes países, obtivemos mais de US$ 7,5 bilhões em investimen-

Coelba ilumina o desenvolvimento

Empresa faz parcerias com diversos setores para atrair indústrias ao estado da Bahia

Lucimar Rocha demonstrou que a política do governo baiano tem atraído grandes empresas.

A Gerente de Grandes Clientes da Coelba, Lucimar Rocha, foi uma das integrantes da empresa que veio ao Rio de Janeiro para participar do encontro, juntando-se à elite do empresariado nacional que, como sempre, dele participou.

Já se sabe que tudo o que vem da Bahia é sempre bem recebido no Rio de Janeiro, e foi nessa amistosa condição de bem-vinda que Lucimar falou à nossa revista. Para ela, o Seminário representou, antes de tudo, um aprendizado por conta das trocas de idéias e das informações que nele circulam, podendo significar, também, uma boa oportunidade de início de negociações a respeito de investimentos, nacionais ou estrangeiros, que possam vir a favorecer a companhia, particularmente, e a Bahia, de um modo geral. Ela lembra que os governos baianos têm desenvolvido uma forte política de atração de investimento, o que resultou na ida para o estado de empresas brasileiras, como o Grupo Sauípe, a Colúmbia, a Pindorama, e a Crea-Ligas, uma empresa de siderurgia mineira. Entre as estrangeiras, destacam-se a Ford, a Firestone, o grupo dos hotéis Continental e a Belgo-Mineira, que está chegando por lá.

Indústria gera indústria

Além da graça apimentada da Bahia e dos orixás que a protegem, Lucimar atribui a migração de grandes empresas à diligência do governo estadual, que se aparelhou para atrair e captar, criando grupos de estudos e treinando pessoal para trabalhar na área, inclusive com a participação

Posição da Odebrecht no ranking das empresas de engenharia com contratos internacionais

2ª. Hidrelétricas	10ª. Transportes
2ª. Pontes	11ª. Transporte de Massa e Ferrovias
4ª. Abastecimento de Água	13ª. Rodovias
3ª. Tratam. de Água e Desalinização	16ª. Energia

Fonte: Engineering News Record

tos para *project finance* e fundos de projetos. Temos acesso e relações com muitos agentes multilaterais e bancos comercias, como o CAF, na América Latina, o International Finance Corporation – IFC; o BNDES, no Brasil, e alguns bancos comerciais como o Crédit Lyonnais, o Deutsche Bank e o Chase Manhattan Bank ."

Há 15 anos, a empresa participa de concessões e Parcerias-Público Privadas – PPPs, em projetos que totalizam US$ 8,7 bilhões em investimentos. A Odebrecht participou da primeira concessão pública no Brasil, em 1989: a Ponte de Vitória, assim como da primeira concessão privada no Brasil, a Usina Hidroelétrica de Itá, além de ter tomado parte na construção da Ponte Vasco da Gama, em Portugal, a primeira PPP de Portugal e a segunda da Europa. Hoje, trabalha em quatro concessões em Portugal.

dos empresários interessados. Outros fatores favoráveis foram os incentivos fiscais concedidos e a criação e manutenção de uma infra-estrutura de estradas e portos que viabiliza a importação e a exportação. A participação das universidades na qualificação da mão-de-obra necessária aos vários empreendimentos que chegam à Boa Terra, e a inteligência demonstrada pelos trabalhadores baianos – contratados para montar e iniciar os trabalhos das diferentes indústrias são – na opinião de Lucimar, fatores que também concorreram para o bom sucesso da empreitada. Além, é claro, da participação da Coelba, a maior empresa de distribuição de energia do Nordeste brasileiro, que atende a quase todos os municípios baianos (à exceção de dois deles, situados ao norte, nos limites com Sergipe). A empresa já mapeou todo o estado e tem ajudado o governo e o empresariado a instalar-se onde o fornecimento e os custos da eletricidade são mais eficientes e mais rentáveis.

> *"Um forte pólo petroquímico convive com o gigantismo das multinacionais e um belo e modesto artesanato"*
>
> **Lucimar Rocha**

A atuação da Coelba é um tema que desperta o entusiasmo de sua gerente.

"Ela está presente em 415 municípios baianos , uma enorme área de concessão, com perfis distintos. O oeste do estado, até há pouco abandonado, é hoje um pólo de grande desenvolvimento das lavouras de soja e algodão; já em outras regiões convém plantar eucaliptos, que são fornecedores de matéria-prima para a celulose e cuja produtividade, na Bahia, é muito grande: as árvores crescem muito em um período curtíssimo, graças às condições do ecossistema. Tudo isso convive com um forte pólo petroquímico e com uma diversidade que vai do gigantismo das multinacionais ao belo, intenso e modesto artesanato quase caseiro. À Coelba cabe atender às demandas de um parque tão diversificado e é isso que ela vem fazendo com muito sucesso, modéstia à parte".

Ao analisar as conseqüências advindas da chegada de empresas como a Ford ao estado, Lucimar esclarece que elas têm atraído, por sua vez, outras indústrias menores, fornecendo mais empregos e mais possibilidades de desenvolvimento. "É o caso", exemplifica, "do pólo plástico instalado na região de Camaçari, que, além de exportar seus produtos, gravita também em torno das demandas introduzidas pelo funcionamento da grande construtora e montadora de veículos. Mais de 40 novas empresas especialmente dedicadas à indústria automobilística e de veículos em geral instalaram-se na região, nos últimos três anos."

Animada com a chegada maciça desses investimentos a seu estado, Lucimar ofereceu a ajuda da Coelba para a captação de novos parceiros. "Quem sabe os empresários mexicanos aqui reunidos também não resolvam ganhar um bom dinheiro investindo por lá?", perguntou.

Luz da Bahia também brilha no México

A Coelba é uma empresa do Grupo Neoenergia com sede no Rio de Janeiro. Foi privatizada em julho de 1997, com um investimento de R$ 2,2 bilhões. Hoje, a empresa tem mais de 3,7 milhões de consumidores, sendo mais de 1,5 milhões de baixa renda.

O grupo Neoenergia é formado pela Iberdrola – que recentemente, ganhou uma concorrência no México – o Banco do Brasil e a Previ. Tem um total de investimento de R$ 9,5 bilhões. Desde 1996, o grupo tem três distribuidoras: a Coelba na Bahia; a Cosern, no Rio Grande do Norte e a Celpe, em Pernambuco. Tem também uma comercializadora de energia, a Itapebi, com sede em Pernambuco e filial no Rio de Janeiro: NC Energia; uma térmica em Pernambuco com capacidade de 520 MW, a Termope; e, em parceria com a Petrobrás, trabalha na construção uma usina térmica no Rio Grande do Norte: a Termoaçu.

A Coelba foi fundada em 1960 e é a terceira maior empresa do estado, abrangendo 415 dos 417 municípios baianos. Representa cerca de 42% da receita líquida do Grupo Neoenergia.

Os projetos no México

"A Odebrecht iniciou sua atuação no México em 1992, no projeto da hidroelétrica de Los Huites, onde trabalhou com empresas locais e empresas espanholas. A local foi a I.C.A., do Grupo Mexicano de Desenvolvimento da Nacional Construtora. Também desenvolveu um contrato de uma linha distribuidora e subestação, num montante de US$ 76 milhões, de 1995 a 1997. Além disso, atuou num grande contrato com a Pemex Exploração e Produção, para a construção de três plataformas marinhas, num investimento de US$ 350 milhões, no qual foi parceira da CIGSA e da ENRON. Esse projeto foi executado em Tampico e as plataformas foram construídas na Inglaterra, onde a empresa tinha um canteiro de obras em Teeside, perto do Mar do Norte."

Terminados estes contratos, em 1997, os escritórios no México foram fechados. Só foram reabertos em 2002. Em dois anos, a Odebrecht já conquistou dois novos contratos com a Pemex. Um deles é a reconfiguração da refinaria General Lázaro Cárdenas da Pemex, em Minatitlán, obra orçada em US$ 635 milhões. O objetivo é duplicar a refinaria e aumentar a capacidade de refino, que passará de 186 mil barris para 350 mil barris de petróleo cru , além aumentar a produção e a qualidade da gasolina.

"Há 15 anos a Odebrecht participa de concessões e PPP's em projetos que totalizam US$ 8,7 bilhões"

ALUIZIO MARGARIDO

"A Pemex lançou este projeto em seis pacotes. Fomos os vencedores de dois pacotes, o quatro e o cinco, cada um no valor de US$ 317 milhões. Trabalhamos em parceria com o Grupo R, mexicano, e com o grupo Técnicas Reunidas, espanhol. Além de atuar no México, temos parceiros mexicanos em outros projetos em diversos países. Entre eles, quero destacar o projeto da barragem de Miel, na Colômbia, onde tínhamos como parceiros o grupo mexicano GMD, a Alstom e a GE. Também trabalhamos com uma empresa mexicana em Buenos Aires, na construção, operação e manutenção do Acesso Oeste, mais uma vez com a participação da GMD mexicana e com a Benito Roggio, uma empresa argentina."

Perspectivas futuras

A Odebrecht tem buscado projetos que necessitem de estruturação financeira e requerem uma tecnologia especial, seja por magnitude ou por suas características técnicas específicas. A empresa tem também uma preocupação com o meio ambiente e busca obras socialmente inquestionáveis que tenham a parte ambiental bem resolvida.

"Dentre os projetos que estamos estudando, um é o de concessão de rodovias mexicanas, que na década de 1990 teve problemas. Algumas empresas de engenharia e bancos sofreram muito com o que ocorreu na economia mexicana naquela época. Hoje, o México tem um novo programa de concessão rodoviária muito melhor estruturado. Trata-se da rodovia Arco Norte, na qual estamos trabalhando com a Auto Route Sul de France – ASF, que já tem três mil quilômetros de concessão rodoviária na França. Esta é a primeira parceira internacional da empresa. A ASF escolheu dois países para trabalhar, o Brasil e o México. Infelizmente, no Brasil, o programa de PPPs está atrasado mas a empresa se associou à Odebrecht para fazer este investimento. Também trabalhamos com a mexicana Omega, um grupo que já tem várias concessões para participar desta concorrência. Não queremos só trazer o investimento e fazer a construção mas, sim, agregar novos conhecimentos e tecnologias."

"A Bahia participa do grande esforço dos brasileiros para exportar manufaturados"

Guilherme Furtado Lopes, Superintendente da Secretaria de Indústria, Comércio e Mineração do Estdo da Bahia, concedeu esta entrevista à Revista da FCCE

"A Secretaria tem como uma de suas funções a promoção do crescimento industrial e agroindustrial no estado da Bahia. Para isto ela se incumbe de formular políticas voltadas para este crescimento. Isto significa desde estabelecer prioridades na atração de investimentos até a formatação dos incentivos que porventura o estado venha a oferecer às empresas para que se sintam atraídas para a Bahia. O estado da Bahia, desde 1991, vem desenvolvendo uma intensa política de atração de investimentos. E felizmente temos tido bastante êxito, já que hoje temos no nosso território empresas como a Ford, a Monsanto e toda a indústria de formação plástica, de calçados, de informática, enfim, vários segmentos que se desenvolveram a partir desta política."

O representante baiano informou também que o governo do seu estado "tem interesse em todos os países que representem um mercado potencial para os produtos fabricados no estado ou que estejam dispostos a investir na Bahia. Uma de nossas funções é mostrar a viabilidade de empreendimentos industriais em nosso território. Como o Brasil necessita de capital externo, exercemos também a função de atrair investimentos estrangeiros."

Guilherme Furtado Lopes considera que a Bahia mudou muito a sua feição tradicional de exportador de produtos agrícolas e hoje se destaca pela participação no mercado da produção de automóveis.

Uma empresa de todos.

O compromisso da FEMSA é com todos.
Cultivamos ações transformadoras que aproximam as comunidades e formam um poderoso elo de integração. Para nós valorizar o ser humano é estimular o desenvolvimento amplo de sua capacidade.
Promovendo ações sociais e culturais estamos incentivando todos que fazem parte do grupo FEMSA.
Este desenvolvimento começa em cada um de nossos colaboradores e se espalha por suas famílias e comunidades.
São diversas atividades e projetos que fazem a diferença para muita gente.
Realizando com transparência nosso compromisso, estamos contribuindo para o progresso de todos.

Alguns números das ações da Coca-Cola FEMSA para o público interno: Acampamento de Jovens 500 filhos de colaboradores Encontro de Esposas 1.000 esposas Copa de Esportes 1.100 colaboradores Campanha deVoluntariado 19.200 pessoas Dia da Família 10.000 colaboradores e familiares.

Alguns números das ações da Coca-Cola FEMSA para o público externo: Programa Coca-Cola de Valorização de Jovem 10 escolas beneficiadas e 1.100 jovens Programa Coca-Cola FEMSA no Teatro 10.000 crianças e 2.000 profissionais da área Prato Popular 80 mil refeições Programa Educaçãopara o Trabalho 300 jovens Programa de Visita à Fábrica 8.000 pessoas

Coca-Cola FEMSA

* Números anuais

Agostín Rodriguez, Maria Auxiliadora Bousquet Carneiro, Arthur Pimentel, Fábio Faria e Roberto Diaz discutem rumos do comércio bilateral

Brasil e México: um intercâmbio em processo de crescimento

Quase a metade dos 500 mil veículos brasileiros exportados a cada ano segue para o México, que não produz carros pequenos e baratos

O Painel III do Seminário de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-México, cujo tema foi "O Estado Atual das Relações Comerciais", foi presidido pela Gerente-Executiva do Banco do Brasil, Maria Auxiliadora Bousquet Carneiro, e teve por moderador o Coordenador-Geral dos Programas de Exportação do MDIC, Arthur Pimentel. Como expositores, estiveram presentes, Fábio Martins Faria, Diretor do Departamento de Planejamento e Desenvolvimento do Comércio Exterior do MDIC; Roberto Diaz, Adido Comercial do México no Brasil, e Agostín Rodriguez, Conselheiro da Embaixada do México.

Os participantes chegaram à conclusão de que, em face do potencial dos dois países, Brasil e México estão longe de um patamar satisfatório em relação ao volume e à diversificação dos ítens de sua pauta comercial. Medidas para incrementar os negócios bilaterais foram apresentadas e debatidas no decorrer do Painel.

Ao abrir os trabalhos, a presidente Maria Auxiliadora Bousquet Carneiro manifestou-se honrada em participar na qualidade de representante do Banco do Brasil, cuja presença considera justificada, por lhe

parecer que o financiamento do comércio exterior, é das vocações mais fortes da instituição em que trabalha. Ela lembrou, ainda, que o Banco tem apoiado, incentivado e facilitado o intercâmbio entre os dois países. Para isso, apresentou alguns números que comprovam a ativa e intensa participação do Banco do Brasil nesse comércio.

"Em 2004", afirmou, "o México foi o sexto maior destinatário das exportações brasileiras. Desde 2000, o comércio entre os dois países vem crescendo continuamente e apresenta, atualmente, estimativas de um crescimento ainda mais expressivo nos próximos anos. As exportações brasileiras cresceram 111%, entre 2001 e 2004 e o Brasil vem a ser o segundo país do continente em volume de investimentos diretos no México. O Banco do Brasil é o maior banco brasileiro em volume de ativos e tem hoje 22 milhões de clientes em todo o território nacional. São 15 mil agências no Brasil e 40 no exterior, situadas em 22 países, em quatro continentes, com exceção, da Oceania. O banco é líder, no Brasil, em câmbio de exportação e de importação, detendo, respectivamente, 28% e 22% desses mercados e detém 37% do volume total de financiamentos a exportações."

A seguir, Maria Auxiliadora abordou o mecanismo de financiamento à exportação, que se realiza por meio de qualquer uma das 18 gerências regionais especializadas em comércio exterior existentes em território nacional, que têm por objetivo auxiliar pequenas, médias e grandes empresas. "A inserção de pessoas e firmas que não sabem como, mas desejam penetrar o mundo do comércio exterior é uma das atuações mais solicitadas e efetivadas pelo banco e das quais nós mais nos orgulhamos", declarou. "Já estamos oferecendo também serviços eletrônicos. O câmbio de exportação já é fechado pela Internet e, brevemente, faremos o mesmo com a importação. Outro benefício é o Balcão de Exportação, que o banco criou para dar visibilidade e facilitar esse comércio". Reiterando a disposição do Banco do Brasil de ajudar a exportar, Maria Auxiliadora passou a palavra ao moderador, Arthur Pimentel.

"Os seminários têm caráter democrático e analítico, investigando e formulando críticas construtivas"

ARTHUR PIMENTEL

O Coordenador-Geral dos Programas de Exportação do MDIC ressaltou a diversidade de pessoas que participaram do seminário: estudantes, empresários, diplomatas, políticos, técnicos brasileiros e mexicanos irmanados no objetivo de estudar os problemas relativos ao intercâmbio comercial. Arthur Pimentel destacou o caráter democrático e analítico dos seminários, cujos participantes investigam os assuntos em pauta e formulam críticas para aperfeiçoar os temas tratados.

Os números da nossa exportação

Ao iniciar sua exposição, Fábio Martins Faria lembrou a simpatia que os brasileiros começaram a sentir pelo México a partir de 1970, quando os tricampeões mundiais de futebol foram excepcionalmente bem recebidos pelo povo mexicano. Mencionou os arquétipos que remetem os brasileiros ao universo cultural mexicano, desde o estudo da civilização asteca, até o cinema e a música do país, sem esquecer o personagem televisivo Chávez, com quem sua filha, quando pequena, se deleitava, "sem querer, querendo..."

Ao analisar as exportações brasileiras, o Diretor do Departamento de Planejamento e Desenvolvimento do Comércio Exterior do MDIC constatou que elas vêm aumentando progressivamente. Atingiram recentemente a cifra de US$ 110 bilhões no acumulado de 12 meses, bem próxima, portanto, da meta de US$ 112 bilhões estabelecida pelo ministro Luiz Fernando Furlan para 2005.

Fábio Martins Faria relacionou, em seguida, as vantagens que o Brasil obteve com esses bons resultados: redução da volatilidade externa do país, equilíbrio de contas externas e obtenção de um saldo positivo nas transações correntes a partir de 2004. Observou que os produtos manufaturados ocupam 55%, os básicos, 28%, e os semimanufaturados, 14% da pauta de exportações brasileiras. Para ele o país, cada vez mais, agrega valor a suas exportações. O expositor lembrou que o maior mercado é o dos Estados Unidos, seguido pela Argentina e pela China. O México é o sexto principal destino.

Quanto às importações brasileiras, o expositor esclareceu que o país é um grande comprador de matérias-primas e insumos básicos, especialmente para o processo produtivo das empresas brasileiras, e que vem importando, também, grande volume de bens de capital. Fábio Martins Faria lamentou que o México não esteja entre os países que mais exportam para o Brasil, ressaltando que a superação desse panorama deve ser uma tarefa prioritária para um melhor equilíbrio comercial entre os dois países. A propósito, mencionou que, no primeiro semestre deste ano, importamos mais do que exportamos para o México, estabelecendo-se, assim, um novo parâmetro nas relações bilaterais. Tal fato pode ajudar no combate ao desequilíbrio da balança, já que o Brasil passou a ocupar o 11º lugar entre os destinatários das exportações mexicanas. "Tem sido crescente o volume do fluxo de comércio entre nós, o que só pode evocar projeções otimistas em relação ao futuro de nossas transações."

"Um dos aspectos positivos é o de que, ao se tornar importante fornecedor para a economia mexicana, o Brasil o fez através de seus produtos manufaturados (principalmente os ligados à indústria automotiva e de autopeças) o mesmo ocorrendo, até com mais intensidade, no que respeita às importações, o que demonstra a complementaridade entre as indústrias dos dois países", concluiu.

"Brasil comercializa produtos manufaturados com o México, o que mostra a complementaridade das nossas indústrias"

FÁBIO FARIA

Ao encerrar sua participação, o expositor considerou que a potencialidade do comércio entre os dois países vai muito além dos resultados até agora obtidos, acrescentando que, para constatar isso, bastaria cotejar as respectivas pautas de exportação. Como exemplos, citou a carne bovina, a celulose e o algodão, que o Brasil vende abundantemente mas não exporta para o México, grande consumidor dos três produtos. Nas áreas de frutas, de crustáceos e de cereais preparados, por outro lado, o México é grande exportador, mas nada vendeu ao Brasil. Fábio Martins Faria lembrou que o volume de comércio bilateral já foi semelhante, mas passou a ser diferenciado depois que o México aderiu ao Nafta e teve acesso pleno ao mercado norte-americano.

Receita para investir no México

O Conselheiro Comercial, Roberto Diaz, iniciou com breve exposição sobre o Banco Nacional de Comércio Exterior – Bancomext, órgão do Governo Federal mexicano que tem 32 escritórios ao redor do mundo. Sua função é a de apoiar os esforços dos interessados em investir no comércio exterior do país, sejam mexicanos ou estrangeiros. Para ilustrar, mencionou que o trabalho de promoção internacional das atividades do banco resultou em convites aceitos, nos últimos quatro anos, por 15 empresários brasileiros, hoje investidores naquele país.

Em seguida, falou aquilo que, na opinião de muitos empresários, é o mais importante na decisão de investir no México: os financiamentos oferecidos pelo Bancomext tanto para importações quanto para exportações, que possibilitam a rentabilidade do investimento no país pelo baixo custo e pelo longo prazo disponibilizados. O expositor esclareceu que empresários estrangeiros que desejam estabelecer-se no país podem obter até 50% de seu projeto fixo, desde que sejam aportados, previamente, os 50% de capital desse investimento. Posteriormente, ainda será possível obter crédito, capital de giro e financiamento, com taxas bastante competitivas.

Roberto Diaz falou, depois, sobre a necessidade de se implementarem os acor-

Empresas mexicanas no Brasil

Empresas	Setor	Estado
ATL (América Movil)	Telefonia celular	São Paulo
Telmex	Telefonia fixa	São Paulo
Coca Cola – Femsa	Bebidas	São Paulo
Caesar Park Hotel	Hotelaria	São Paulo e Rio de Janeiro
Bimbo do Brasil	Padaria / Confeitaria	São Paulo, Rio e Recife
Sucos del Valle do Brasil	Bebidas	Americana, SP .
Dako Eletrodomésticos	Eletrodomésticos	Campinas, SP
Mabesa do Brasil S/A	Higiene	Bahia e Santa Catarina
Rassini – NHK	Autopeças	São Paulo
São Marco Ind. e Com. Ltda.	Autopeças	São Paulo
Yazaki do Brasil Ltda	Autopeças	São Paulo
Cablena do Brasil	Autopeças	São Paulo
CIE Brasil	Entretenimento	São Paulo
Dalka do Brasil Ltda.	Construção	Valinhos, SP
Sofittek	Software	São Paulo

Fonte: Consejería Comercial de México en Brasil

dos comerciais de complementação econômica firmados com o Brasil alegando que, nas relações com o Chile, por exemplo, essa implementação multiplicou por sete o volume do fluxo comercial. Ele deu, ainda, outros exemplos das vantagens da efetivação desse tipo de acordo que , assinado com Costa Rica, Colômbia, Venezuela e Nicarágua, já dinamizou o comércio bilateral com o México, chegando a duplicar, em alguns casos, o volume dos respectivos fluxos.

O expositor referiu-se, adiante, à necessidade de os empresários brasileiros conhecerem como o México realiza suas compras em nível mundial que, este ano, alcançam US$ 200 bilhões. Para ele, é ínfima a participação do Brasil em tais transações, o que lhe parece lamentável. Ele apelou aos empresários presentes para que participem desse *boom* das importações mexicanas, citando o exemplo do setor metal-mecânico brasileiro cujos produtos o México precisa importar. Mencionou, ainda, outra área promissora: a exportação brasileira de tecnologia da informação.

Roberto Diaz garantiu que não faltará apoio e orientação aos empresários brasileiros, desde a fornecida pelo escritório do Banco em São Paulo, até a que será desenvolvida pelos agentes diplomáticos mexicanos acreditados no Brasil.

Ele ressaltou, ainda, que estão chegando aqui novos investidores mexicanos de peso, como o Banco Azteca, que vão gerar empregos e ajudar o desenvolvimento.

Quanto à natureza do apoio fornecido aos clientes, informou que eles são separados em quatro grupos: o dos empresários mexicanos interessados em negociar com o Brasil; o dos brasileiros que desejam investir no México; o dos mexicanos que querem investir no Brasil e, finalmente, o dos empresários brasileiros que querem fazer alianças estratégicas, ou apenas vender aos mexicanos. Para cada um desses grupos, são desenvolvidas estratégias diferentes, sendo o primeiro deles o mais importante para o governo mexicano, o que não implica negligenciar as atividades desenvolvidas com os demais. Em relação ao segundo grupo, Roberto Diaz assegura que, instalados no México, receberão suporte financeiro para importar a maquinaria indispensável ao funcionamento pleno de suas indústrias. Ele lembrou que algumas empresas brasileiras ali radicadas e financiadas pelo sistema bancário mexicano são, ainda, beneficiárias de incentivos fiscais fornecidos pelos governos estaduais e exportam para o enorme mercado americano.

"Acordos de complementação econômica precisam ser implementados, pois aumentam o volume do fluxo comercial"

ROBERTO DIAZ

O conselheiro comercial, demonstrou confiança no vigor do comércio bilateral Brasil-México se ele assumir e mantiver as seguintes características: continuação e dinamização das alianças estratégicas

Empresas brasileiras no México

Empresas	Setor	Estado
Krupp Siderúrgica S.A.	Automotivo	Puebla
Marcopolo S.A.	Automotivo	Nuevo León
WEG S.A.	Metal-Mecânico	Estado de México
Scania do Brasil S.A.	Automotivo	S.L.P.
Aunde Coplatex do Brasil	Têxtil-Automotivo	Tlaxcala
Microsiga Software	Software	Querétaro
Azaléia S/A	Calçados	Cidade do México
O Boticário	Perfumaria	Cidade do México
Poloplast	Plástico	Nuevo León
Stefanini	Software	Cidade do México
RMS Soluções Ltda	Software	Cidade do México
Tramontina	Artigos para o lar	Cidade do México
Cipatex	Máquinas	Guanajuato
Construtora Andrade Gutierrez	Construção	Cidade do México
Construtora Norberto Odebrecht	Construção	Cidade do México

Fonte: Consejería Comercial de México en Brasil

Carros importados pelo México, do Brasil e da Argentina

Brasil: 220.000 unidades

FORD
- FIESTA
- KA
- ECOSPORT
- COURIER
- LUPPO

GM
- MERIVA
- CORSA
- ASTRA
- CHEVY PICK UP

MERCEDEZ BENZ
- CLASSE A

VW
- GOLF
- POLO
- POINTER

Argentina: 19.000 unidades

GM
- CHEVY STATION WAGON

PEUGEOT
- PARTNER

TOYOTA
- HILUX

Fonte: Apresentação de Agostín Rodriguez

"Quase 75% dos automóveis feitos no México são para exportar, enquanto a maioria da produção no Brasil é para consumo interno"

AGOSTÍN RODRIGUEZ

mantidas com as universidades, como a de Monterrey e a Fundação Getúlio Vargas; diversificação setorial do mercado para que vá além do âmbito circunscrito pelos acordos comerciais em vigor; pesquisa aprofundada para encontrar nichos comerciais complementares entre as duas economias e parcerias viáveis para investimento em conjunto; a assinatura definitiva de um tratado de livre comércio.

Indústria automobilística, um caso à parte

Agostín Rodriguez, Conselheiro da Embaixada do México, foi o último expositor. Ele começou por abordar a indústria automotiva. O expositor argumentou de que ocorre um superávit favorável ao Brasil e explicou que o componente mais importante do déficit experimentado pelo seu país, é o intercâmbio de veículos do Brasil para o México. Para Agostín Rodriguez, isso aconteceu graças a uma estratégia planejada no México desde 1989, quando se editou o decreto para o fomento desta indústria, para torná-la competitiva e independente do mercado nacional. A estratégia foi a da especialização, adotando-se a decisão de se importar automóveis de pequeno porte e, para consegui-lo, a de se buscar acordos comerciais com países estrangeiros.

"Como se chegou a essa importação?", perguntou o Conselheiro. "Primeiramente, por via de um planejamento entre o governo e as indústrias automobilísticas para a manutenção de uma política industrial com continuidade. A indústria automotiva mexicana tem tradição e, se é verdade que as grandes companhias americanas já estavam estabelecidas no país desde os anos 30, o México produzia veículos quase que com o emprego de peças exclusivamente fabricadas no país. Isso lhe assegurou bom desenvolvimento tecnológico e excelente capacitação de mão-de-obra especializada, indispensáveis para enfrentar a economia globalizada e exportar para o mercado americano, que gosta de importar carros luxuosos e camionetes de carga. Foi preciso realinhar a indústria mexicana para satisfazer as exigências daquele mercado. Fez-se necessário, ainda, concluir um tratado de comércio, o Nafta, que possibilitou a venda desses veículos. Estabeleceu-se, repito, uma aliança em que a indústria produzia e o governo possibilitava a venda dessa produção."

O expositor abordou, então, as diferenças entre as duas indústrias automotivas: "cerca de 75% da indústria mexicana destina-se à exportação, enquanto que a maior parte da produção brasileira volta-se ao consumo nacional. O fato de o México ter voltado sua produção para o exterior, fabricando produtos de alto luxo e grande valor agregado, criou um sério problema para o mercado nacional, que não possuía mais carros pequenos, de baixo custo, e destinados a pessoas de pequeno poder aquisitivo. Foi preciso, portanto, procurar fora do país um fornecedor desse tipo de veículos, e o Brasil, que justamente fabricava esse

Recorde é alcançar

US$ 39,4 bilhões

em operações de comércio exterior.

*Referente a dezembro de 2004

Banco do Brasil. O seu sócio no Brasil.

Liderança em ativos. Liderança em administração de recursos. Liderança em comércio exterior. Banco do Brasil. Solidez nos cenários brasileiro e internacional.

BRASIL UM PAÍS DE TODOS GOVERNO FEDERAL

www.bb.com.br

BANCO DO BRASIL

Balança comercial Brasil-México

Millhões de dólares

	2002	2003	2004
Exportações	2,342	2,741	3,947
Importações	580	533	704
Saldo	1,762	2,208	3,243
Fluxo Comercial	2,922	3,274	4,651

Fonte: Apresentação de Agostín Rodriguez

tipo de carros, mostrou-se uma boa opção. Nascia aí o Acordo de Complementação Econômica número 55 para possibilitar a compra desse tipo de carros. A entrada no México de produtos oriundos do Mercosul (na prática, carros brasileiros) cresce vertiginosamente, a ponto de provocar queda de importações da União Européia e de praticamente igualar-se às dos Estados Unidos. Curiosamente, o Brasil exporta cerca de 500 mil veículos anualmente, dos quais quase a metade, cerca de 220 mil, seguem para o México. São marcas e modelos pequenos que o mercado mexicano precisa, mas suas fábricas não produzem.

"Atualmente", continuou Agostín Rodriguez, "acontecem alguns impasses em torno das taxas de juros e dos modelos de câmbio, como o ocorrido durante a valorização do euro, que deslocou para o Brasil a importação do modelo Astra, até então vindo da Europa, pois é uma versão modificada do Opel alemão. É preciso, portanto, acautelar-se, pois há fatores que podem perturbar os termos das parcerias hoje em vigor. No México contemporâneo, ocorre um novo tipo de risco: acaba de ser editado um decreto que legaliza carros ilegais que haviam entrado no país de diferentes maneiras, com variadas origens. Mais perigoso, ainda, foi a antecipação, para 2006, da licença de importação de carros usados dos Estados Unidos, que estava prevista para 2009. Essa medida representa uma séria ameaça, não apenas à indústria mexicana, mas também à brasileira, que precisará competir com carros maiores, usados e vendidos a preços dos carros pequenos feitos no Brasil".

O expositor explicou, também, que o mercado de automóveis mexicano é, por isso mesmo, muito curioso: do total que se vendeu, até julho de 2005, os mexicanos compraram mais carros importados, apesar de o país produzir muito também para exportação; de 612 511 carros vendidos, quase 400 mil são importados. Que resultados essa política, vigente desde 1989, trouxe para o país? "Resultados muito positivos", avalia Agostín Rodriguez, "primeiro porque as grandes fábricas americanas,européias e asiáticas vieram instalar-se no México e, em sua periferia, surgiram fábricas para fornecer-lhes produto de que necessitavam. Tudo isso proporcionou níveis de crescimento e desenvolvimento antes inimagináveis. Atualmente, a indústria automotiva mexicana continua crescendo a níveis bem altos e, uma fábrica a ser instalada pela Ford para a produção de um modelo que vai se chamar Futura demandou investimentos que chegam a US$ 1,5 milhão, afora mais US$ 500 mil a serem investidos pelas indústrias periféricas. A Volkswagen também se amplia, assim como a Toyota e a Nissan".

"Obteve, portanto, completo êxito a estratégia, pois nossas exportações de automóveis alcançam, agora, cerca de US$ 33,4 milhões, enquanto as importações somam US$ 23,5 milhões, proporcionando saldo positivo de quase US$ 10 milhões. Isso evita conseqüências graves para um eventual déficit com determinado país, como é nosso caso com o Brasil, pois o resultado global é altamente positivo. Por isso, quando chegar a hora de negociar um tratado de livre comércio, será preciso olhar mais longe do que focar simplesmente bons resultados imediatos para estabelecer estratégias que levem em conta uma conjuntura global, onde se poderá perder um pouco aqui, e ganhar muito, acolá".

Banco do Brasil ajuda a exportar

Gerente-Executiva do BB ensina ao empresário brasileiro que quer exportar o pouco conhecido caminho das pedras.

Na condição de maior parceiro do comércio exterior do país, o Banco do Brasil não poderia estar ausente dos seminários promovidos pela Federação das Câmaras de Comércio. No encontro dedicado à análise das relações bilaterais entre Brasil e México, coube à Gerente-Executiva Maria Auxiliadora Bousquet Carneiro representar a instituição. Ela presidiu o painel que tratou do estado atual das relações comerciais entre os dois países e, nesta entrevista, faz outras colocações relativas ao comércio bilateral.

Maria Auxiliadora lembrou, inicialmente, que o Banco do Brasil está presente no México com um escritório em funcionamento na capital federal desde maio de 2003 e que tem contatos e trocas de informação com todas as grandes empresas brasileiras que lá investem, como as que exportam autopeças, ou veículos de passeio e

"O BB apóia o comércio exterior exercido por grandes, médias e pequenas empresas"

MARIA AUXILIADORA CARNEIRO

de transporte. A representante do Banco do Brasil faz questão de ressalvar, no entanto, que não apenas os grandes merecem a atenção do Banco, cuja finalidade, relembra, tem um eminente cunho social e precisa atender também – e até principalmente – aos pequenos. Esse, aliás, é um dos papéis mais importantes a ser desenvolvido pelo banco: o de "apoiar o comércio exterior brasileiro, tanto o que é exercido por grandes, como por médias, ou pequenas empresas". Quanto à participação neste seminário, Maria Auxiliadora considera uma honra poder colaborar com a iniciativa da FCCE, trazendo ao debate os subsídios adquiridos pelo Banco do Brasil por meio de uma longa tradição de atuação na área do comércio exterior

"Trabalhamos para ajudar os brasileiros a investir no México e para viabilizar iniciativas de empresários mexicanos no Brasil"

MARIA AUXILIADORA CARNEIRO

Com referência ao brutal aumento do superávit comercial brasileiro nos últimos anos, ela faz questão de ressaltar que o Banco do Brasil tem também sua participação no sucesso: "o Banco do Brasil é detentor de várias *market-share* e é o maior financiador do nosso comércio exterior; ele detém, ainda, *market-share* sobre operações de câmbio e sobre importação. Podemos, portanto, dizer, que a atuação do Banco do Brasil faz diferença".

Satisfeita, portanto, com os resultados obtidos em nossa balança comercial, Maria Auxiliadora considera também importante ir além dos números. Lembrar outra missão que o Banco do Brasil vem realizando a contento, que é a de inserção de novas empresas brasileiras no comércio exterior, cujos meandros exigem um *know how* que o Banco do Brasil detém e repassa aos interessados. Frisando que essa inserção nem sempre resulta em cifras espetaculares, pois a maioria das empresas atendidas é de médio e, principalmente, de pequeno porte, ela ressalta que isso acarreta, entretanto, maior recepção e distribuição de renda para a população brasileira de um modo geral. "Mais de 200 empresas, só no primeiro semestre deste ano, passaram a atuar no comércio exterior; são pequenas e microempresas que jamais pensariam em atuar fora do Brasil e que estão se beneficiando, graças ao Banco do Brasil, dessas benesses", explicou.

"Esse trabalho do Banco de ensinamento e treinamento dos empresários e de acompanhamento burocrático dos pleitos, muitas vezes começa com a explicação aparentemente prosaica, mas de grande utilidade, do que vem a ser uma carta de crédito, documento praticamente desconhecido daqueles empresários que, até então, não ousavam exportar. Todas as gerências de comércio exterior do Banco do Brasil, espalhadas pelo país inteiro, tomaram para si a realização dessas tarefas, que podem não significar, repito, um incremento poderoso do volume de negócios, mas têm uma inegável repercussão social, no sentido de que ajudam a promover o desenvolvimento do país."

Um balcão para o mundo

Para Maria Auxiliadora, não há mistério nem complicação nos procedimentos a serem adotados para que uma firma penetre no mundo do comércio exterior sob a égide e com a ajuda do Banco do Brasil.

"Antes de mais nada, é preciso que o empresário seja cliente de uma agência do banco que ele deve procurar demonstrando interesse em exportar seu produto. Essa agência vai acionar uma das nossas 18 gerências regionais de comércio exterior, as Gecex, que se encontram em todo o território nacional, de Manaus (AM) a Caxias do Sul (RS). Cada uma delas possui um gerente de negócios internacionais que, junto ao gerente da conta, vai realizar uma consultoria, prover o necessário treinamento e ensinar como colocar melhor o produto. Nesse particular, dispomos de um excelente instrumento de auxílio que é o Balcão de Comércio Exterior, por meio do qual, sem custo adicional, o empresário vai ter seu produto colocado na Internet, usando o endereço eletrônico do Banco do Brasil. Isto vai dar uma visibilidade internacional ao produto. Além disso, ele poderá fazer uma pequena demonstração virtual do produto e, até mesmo, enviar amostras por meio de um convênio assinado entre o Banco e os Correios. Toda a primeira exportação será, portanto, monitorada de perto pelo BB que, posteriormente, quando o fluxo estiver em funcionamento regular, continuará a dar a assistência que se fizer necessária para que a entrega seja sempre revestida de qualidade."

Simplificação e desburocratização

Cerca de 60% das empresas que, em 2004, exportaram seus produtos pela primeira vez fizeram-no com a ajuda do Banco do Brasil; índice que deixa orgulhosa a sua gerente executiva. O sucesso em sua opinião, deve ser atribuído à visão do governo que, por meio do MDIC, da Camex, da Receita Federal e de outros órgãos ligados ao comércio exterior, vem promovendo medidas de simplificação e desburocratização da legislação e dos procedimentos a serem observados nas áreas de exportação e importação, permitindo que mesmo as pequenas empresas brasileiras possam se internacionalizar.

"O Banco do Brasil é o maior financiador do nosso comércio exterior e sua atuação faz diferença"

MARIA AUXILIADORA CARNEIRO

Relativamente ao comércio bilateral Brasil-México, Maria Auxiliadora fez questão de demonstrar confiança na atuação do representante do Banco do Brasil no México, cuja competência e profundo conhecimento sobre comércio exterior ela atesta.

"Nossa missão, como sempre, é a de facilitar e viabilizar o intercâmbio comercial entre os dois países. Para isso trabalhamos por lá: para tornar possível aos brasileiros investir no México e, já que atuamos em uma esfera de bilateralidade, para também tornar exeqüíveis as aspirações de empresários mexicanos quanto a

União permite alcançar boas posições no mercado mundial

O Brasil deve aproveitar a parceria comercial que tem estabelecido com o México para conquistar novos mercados com uma visão de longo prazo

Mario Mugnaini, Salvador Arriola, Antônio Carlos Bonetti e Cecília Gonzáles ao final do seminário.

Um auditório lotado assistiu à sessão solene de encerramento do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-México. Na mesa, estavam João Augusto de Souza Lima, Presidente da FCCE; Cecília Soto Gonzáles, Embaixadora Plenipotenciária do México; o Embaixador Salvador Arriola y Barrenechea, Cônsul-Geral do México em São Paulo; Jorge Gerardo Sánchez Sosa, Cônsul-Geral do México no Rio de Janeiro; Dora Rodriguez, Representante Alterno do México na Aladi; Laura Veloso, Assessora Especial da Casa Civil da Presidência da República; Mario Mugnaini, Secretário Executivo da Camex; Fábio Martins Faria, Diretor do Departamento de Planejamento e Desenvolvimento do Comércio Exterior do MDIC; Raúl Moch Mercado, Presidente da Associação Empresarial Mexicana no Brasil; Antonio Carlos Mourão Bonetti, Presidente da Câmara de Indústria, Comércio e Turismo Brasil-México, que presidiu a sessão.

O Presidente da Câmara de Indústria, Comércio e Turismo Brasil-México, Antonio Carlos Bonetti, falou da importância do seminário, segundo ele, altamente informativo. "É um prazer participar de eventos como esse em que se destacam a qualidade das informações, o nível dos participantes e o encontro de interesses de duas economias pujantes como as nossas. Somos as duas maiores economias da América Latina e tenho certeza de que, em breve, nosso comércio bilateral vai triplicar. Com esta mensagem de otimismo passo a palavra ao Cônsul-Geral do México, em São Paulo para o encerramento de nossos trabalhos."

México associado ao Mercosul

O Embaixador Salvador Arriola y Barrenechea destacou os esforços feitos nos últimos anos pelas autoridades brasileiras e mexicanas para de desenvolver as relações comerciais entre os dois países.

"Em 2004, as relações Brasil-México se reforçaram tanto na definição de acordos e mecanismos integrais quanto na amplitude e profundidade das questões políticas, sociais e culturais. Ações como a visita do Presidente Vicente Fox Quesada ao Brasil e a intenção de nossas autoridades em incorporar o México como membro associado do Mercosul são demonstrações do interesse dessa aproximação. A presença do Presidente Fox na constituição da Associação Empresarial Mexicana no Brasil, em julho passado, foi mais uma mensagem da confiança e da certeza dos empresários mexicanos no desenvolvimento do Brasil."

Segundo Salvador Arriola, dados do Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC, do mês de dezembro de 2004, demonstram que o saldo comercial do Brasil com o México foi o terceiro mais favorável do Brasil no comércio mundial. Registrou a cifra de US$ 3,4 bilhões, sendo superado apenas pelo saldo comercial do Brasil com os Estados Unidos, de US$ 8,7 bilhões e o saldo da União Européia que foi de US$ 8,2 bilhões.

"No período de janeiro a dezembro de 2004, as exportações brasileiras para o México cresceram em 44%, se compara-

das com o crescimento das exportações totais do Brasil, de 32,01%. Outros números das exportações brasileiras revelam os percentuais para os Estados Unidos: 20,05%; para a União Européia: 30,01 %; para a China: 20,02%; para o Japão: 19,80%; para a Rússia: 10,52%; para a Índia: 17,78%; e, para a África do Sul: 41,28%. Esses dados são muito importantes, pois devemos levar em conta que o crescimento das exportações do Brasil para o México, em 2004, parte de um patamar significativo: US$ 2,7 bilhões em 2003. Entre janeiro e dezembro de 2004, as exportações para o México somaram praticamente o mesmo que as exportações brasileiras para todos os demais países da Comunidade Andina de Nações."

Nos primeiros sete meses de 2005, as exportações brasileiras para o México aumentaram 5,54% e as exportações do México para o Brasil 17,46%, no mesmo período. É igualmente significativa a importância do México como destino de grandes investimentos. O contraste é ainda maior no que se refere aos investimentos do México no Brasil, cerca de US$ 6,7 bilhões, um volume dos mais importantes de um país em desenvolvimento, ocupando hoje o sétimo lugar na classificação total de país investidor, superando um bom número de países desenvolvidos.

"Com relação aos investimentos do Brasil no México, entre janeiro de 2001 e dezembro de 2004, eles somaram US$ 180 milhões, o que representa 44% do investimento aportado pelos países da Associação Latino-Americana de Integração – Aladi . Com isso, o Brasil ocupou a primeira posição entre os países da Aladi que, neste período, realizaram investimentos no México; um aumento de 650%, entre 2001 e 2004."

Mecanismos de financiamentos

Para o Embaixador Salvador Arriola, tendo em vista a dinâmica de investimentos do Brasil no México nos últimos meses, é necessário que brasileiros e mexicanos estabeleçam um compromisso de no ano de 2005 melhorarem ainda mais os níveis de relacionamento econômico bilateral. Devem aproveitar, em benefício desse objetivo, os diferentes mecanismos de financiamento colocados à disposição dos empresários.

"De janeiro a dezembro de 2004, as exportações brasileiras para o México cresceram 44%"

SALVADOR ARRIOLA

"Mais do que dar início às negociações para ampliar o universo de produtos favorecidos pelo livre comércio e cumprir o objetivo de estabelecer um Acordo de Livre Comércio México-Mercosul, devemos acelerar as análises das cadeias produtivas em setores de interesse mútuo, com uma visão de longo prazo por meio do aproveitamento dos mercados nacionais e de terceiros."

As negociações para o Acordo de Livre Comércio México-Mercosul tiveram início no último dia 20 de maio. Neste sentido, a Confederação Nacional das Indústrias – CNI e o Conselho Mexicano de Comércio Exterior decidiram preparar encontros setoriais que permitirão apoiar as negociações oficiais. Recentemente, o BNDES, representando o Brasil, e a Nacional Financeira do México, por meio de acordos existentes entre eles, reafirmaram seu interesse em contribuir com os empresários no apoio às oportunidades bilaterais.

"O México é o sexto destino das exportações brasileiras e tem acordos de Livre Comércio com 43 países, entre eles os Estados Unidos, Canadá, União Européia e o Japão. Este países representam o destino de mais do 95% das exportações brasileiras. O Brasil deve, no curto prazo, se inspirar nos acordos que o México tem com esses mercados, os quais dificilmente assinarão acordos bilaterais com o Brasil nos próximos três anos. Além dos múltiplos acordos de promoção e investimentos que o México tem assinados, em 2004 foi negociado um convênio para evitar a dupla tributação e prevenir a evasão fiscal entre os países. Este convênio se encontra no Congresso Brasileiro para ser ratificado. São exemplos de ações que podemos desenvolver juntos e com as quais nos tornaremos mais fortes diante da concorrência mundial."

O movimento das empresas

O Cônsul-Geral anunciou, ainda, que em breve devem chegar ao Brasil novas empresas mexicanas, entre elas duas de grande porte no comércio varejista: o Grupo Elecktra e o Banco Azteca.

Por outro lado, a brasileira Gol Linhas Aéreas anunciou que está em negociações para criar um companhia aérea de baixo custo no México, inaugurando o seu modelo de gestão naquele país. Essa inclusão no mercado mexicano se dará em parceria com a empresa Promotora de Capitales.

"São muitos os exemplos semelhantes aos citados. No dia 10 de outubro passado, em Cancum, México, foi realizado o Seminário México-Brasil, que reuniu empresários e funcionários públicos de ambos os países. O objetivo foi definir ações técnicas e políticas para impulsionar as negociações oficiais que permitam estabelecer um Tratado de Livre Comércio entre México e Mercosul. Para isso, contamos com o compromisso do Ministro de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior do Brasil, Luiz Fernando Furlan, e do Secretário de Economia do México, Fernando Canales, que prometeram trabalhar para tal objetivo. Estou confiante no sucesso do presente Seminário e tenho certeza que, cada vez mais, nós, brasileiros e mexicanos, devemos nos acostumar a boas notícias como estas que hoje tivemos aqui."

Pok ta Pok

O jogo de futebol dos maias

Um estranho e sangrento jogo de bola, em que o troféu oferecido ao capitão do time vencedor era... a morte!

HENRIQUE DO AMARAL

Até hoje estudiosos da cultura e dos costumes do povo maia, que habitou a Península de Yucatán, na costa atlântica do México, não chegaram à conclusão se o *pok ta pok* era um simples e despretensioso jogo de bola com final sangrento, ou se na realidade tratava-se de um ritual religioso, uma oferenda aos deuses para garantir chuvas regulares e colheitas fartas.

Segundo a lenda maia, o *pok ta pok* foi concebido ao mesmo tempo em que se criou o universo, quando dois irmãos, Hunahpu e Ixbalanqué, que representavam o lado luminoso do cosmo, enfrentaram os senhores das trevas e da obscuridade, ilustrando, assim, o eterno movimento do dia e da noite e a luta do bem contra o mal, da luz e da escuridão, enfim, da vida e da morte. Reza a lenda que, após o jogo, os dois irmãos vencedores foram sacrificados e se transformaram, respectivamente, no Sol e na Lua que hoje passeiam pelos céus.

Sem pé nem cabeça

O nome *pok ta pok*, expressão onomatopeica que representa o som da bola batendo contra os aros de pedra e os muros que delimitavam o campo de jogo, é a designação dada a um jogo, ou a um ritual (a uma atividade, para não incorrermos em erro). Consistia na disputa entre dois times adversários, compostos, cada um, por seis ou sete jogadores – dependendo da região e das dimensões do campo.

Os integrantes de cada uma das equipes tentavam fazer com que uma bola de borracha maciça, com cerca de 50 cm de diâmetro e mais de 1 kg de peso, atravessasse o interior de um aro de pedra disposto estrategicamente a uma determinada altura do muro que delimitava as laterais do campo. Só que havia uma peculiaridade nas regras do jogo: a bola só podia ser dominada, controlada e rebatida … pelos quadris ! Pés, cabeça , ou mesmo mãos, não eram permitidos.

Em algumas grandes cidades maias, cujos campos utilizados para esses jogos tinham enormes dimensões, as regras eram facilitadas e, eventualmente, os antebraços eram permitidos; mas eram exceções destinadas a vigorar apenas nos grandes estádios. Para se ter uma idéia do tamanho dos campos de jogo, o mais conhecido, chamado Chichén Itza, media 140 metros de comprimento por 40 de largura. Podemos também deduzir que esse "esporte" era muito popular entre o povo maia, pois registramos a presença de campos de jogo na totalidade das cidades que habitavam.

Do ponto de vista tático, as duas equipes em confronto procuravam manter, o máximo de tempo possível, a bola do jogo dentro do campo adversário, tentando fazê-la passar por dentro do aro de pedra, que era colocado a uma altura de aproximadamente dois metros do solo. A passagem da bola por esse aro, com a ajuda, não nos esqueçamos, apenas dos quadris – jogada que poderíamos comparar ao gol – era de tal modo difícil e rara que, quando um jogador obtinha êxito e conseguia fazer a pelota ultrapassar o aro, os juízes imediatamente davam o jogo por encerrado e proclamavam vencedor o time desse notável artilheiro.

Os espectadores vibravam, os jogadores do time vencedor se abraçavam e comemoravam e o heróico e bravo capitão do time vitorioso se apresentava às autoridades e dirigentes, para que lhe concedessem o troféu: a decapitação! O capitão vencedor era brutal e friamente sacrificado; imolado, de acordo com as tradições maias, que consideravam esse ato uma homenagem aos deuses, um sacrifício oferecido para garantir colheitas abundantes e chuvas regulares, já que a sobrevivência do povo maia dependia visceralmente das atividades agrícolas.

Uma colheita ruim, um atraso nas chuvas, o prolongamento além do previsto de uma estação do ano poderia implicar uma catástrofe de tal monta que seria capaz de,

em poucos meses, arrasar cidades inteiras, matando de fome os seus habitantes. O sacrifício de um atleta vitorioso e bem sucedido poderia aplacar a paciência dos deuses e evitar tais inconvenientes.

Tudo leva a concluir, portanto, que o *pok ta pok* não era, simplesmente, um mero e inocente jogo de bola, mas uma manifestação religiosa, de fé e de submissão às entidades superiores, para garantir a sobrevivência do povo maia. Uma cerimônia na qual todos se empenhavam para ser o "escolhido" e, orgulhosamente, com sacrifício pessoal, garantir a benevolência das entidades divinas e a sobrevivência e o sustento de sua família e de seu povo. A grande vitória não era ganhar o jogo, mas representar o povo maia junto aos deuses e obter, com o sangue, colheitas abundantes e prosperidade.

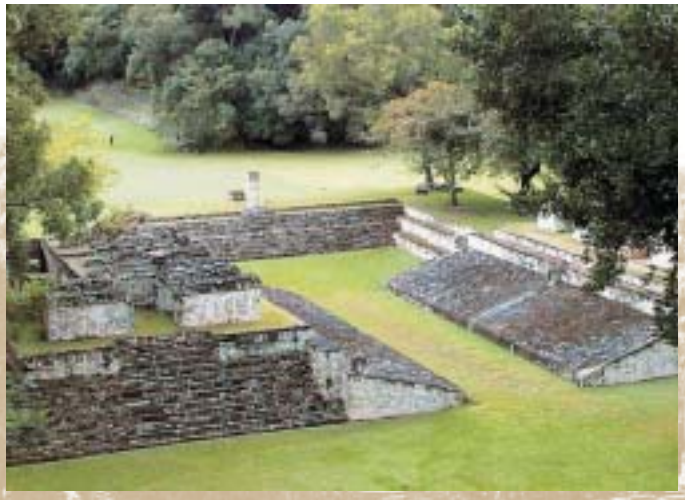
Mudanças de mentalidade

Os valores e os princípios que norteiam um povo, ou uma civilização têm que ser analisados e julgados à luz de sua época, dentro da mentalidade em voga e, de acordo com os valores morais vigentes, os quais, certamente, não são os nossos de hoje em dia. Aquele ato, que para nós parece inusitado, sangrento e bárbaro, face a nossos princípios morais e culturais, não o é, necessariamente, para quem o praticou dentro de seu contexto, seus valores, sua época.

Afinal de contas, não se justifica, perante a nossa ética, a morte de um ser humano para "propiciar" melhores colheitas, assim como também não são admissíveis o engano, a trapaça e as regras morais que são feitas para valer para todos mas não valem para os poderosos. Para alguém que acredita em casamento monogâmico e no celibato obrigatório dos sacerdotes, não deixa de ser espantoso saber que era absolutamente comum, durante a época do Renascimento, papas, cardeais e dignitários da Igreja Católica manterem uma enorme quantidade de concubinas e filhos reconhecidos, instalados oficialmente, dentro do Vaticano…! Sua Santidade, o Papa Bórgia, o terrível Alexandre VI, desfilava galhardamente com sua "esposa" oficial, Vanozza Cattanei, juntamente com a sua concubina preferida, Júlia Farnese (uma menina de 14 anos, enquanto o Santo Padre já tinha, à época, mais de 60…) e aquela "penca" de filhos bastardos, entre os quais, César, Lucrécia, Godofredo, João etc. Importante frisar, ainda, que o mesmo procedimento fora adotado pelo Papa Sixto IV e, logo em seguida, pelo belicoso e extraordinário Cardeal de San Pietro in Vincoli, Giuliano della Rovere, mais tarde, Papa Júlio II. Tudo para maior honra e glória do Criador, encenado com muita piedade e devoção, pois estavam absolutamente convencidos, todos eles de que, depois de suas respectivas mortes, iriam diretamente ao paraíso, escoltados pelos arcanjos Miguel, Gabriel e Rafael, e receberiam do Padre Eterno, em pessoa, os maiores elogios e reconhecimento pelo trabalho santificado e piedoso que levaram a efeito nesta Terra de ímpios e pecadores, entre os quais, certamente, eles não se incluíam. Cinismo, deboche? Não, claro que não… Simplesmente, o retrato de uma época que não é a nossa.

Durante o apogeu, do Império Romano, sobretudo à época dos Doze Césares, o "divino imperador" era legalmente casado, mas mantinha, oficialmente, um bando de meninas e meninos em sua cama, com o "patriótico" dever de "distrair" Sua Majestade. Não nos esqueçamos de Augusto, Tibério, Calígula, Nero e, sobretudo, do grande Adriano. Para não falar do todo poderoso Senador Agripa, que vociferava, do alto do púlpito do "Senatus Romanus" que o General e Pro-cônsul Júlio César era, em Roma, "o homem de todas as mulheres e a mulher de todos os homens…!!!" Alguém ficou espantado? Chocado? Muito pelo contrário, fizeram-no Imperador!

Nas cidades maias havia estádios onde se praticava o pok ta pok. O jogo em que bola era controlada e rebatida com os quadris e devia passar por um aro de pedra a dois metros do solo, acontecia em campos como o retratado abaixo. Ao final da disputa, o chefe (página anterior) conduzia o ritual em que o atleta vencedor era sacrificado.



Lula condecora Presidente da FCCE com a Ordem do Rio Branco

Souza Lima é homenageado pelos relevantes serviços prestados ao comércio exterior

Luiz Inácio Lula da Silva cumprimenta João Augusto de Souza Lima, condecorado pelo empenho na promoção do comércio exterior.

A Ordem de Rio Branco é concedida a pessoas físicas, jurídicas, corporações militares ou instituições civis nacionais ou estrangeiras por seus relevantes serviços prestados ao Brasil ou por méritos excepcionais. Em 1º de setembro de 2005, no do Palácio do Itamaraty, em Brasília, o Presidente Luiz Inácio Lula da Silva agraciou com a Ordem do Rio Branco, no grau de Comendador, o Presidente da Federação de Câmaras de Comércio Exterior - FCCE, João Augusto de Souza Lima. A primeira-dama, dona Marisa Letícia, esteve presente à solenidade e confraternizou com os homenageados.

A decisão do Presidente da República foi publicada no Diário Oficial da União na edição do dia 25 de agosto de 2005. Os agraciados são classificados em dois quadros: ordinário, constituído por funcionários da ativa da carreira de diplomata, e quadro suplementar, formado por funcionários aposentados da carreira de diplomata e por todas as demais pessoas físicas e jurídicas.

João Augusto de Souza Lima tornou-se Comendador da Ordem do Rio Branco pelo trabalho intenso que vem desenvolvendo há vários anos, à frente da FCCE, em prol do comércio exterior brasileiro.

A Ordem do Rio Branco

A Ordem do Rio Branco foi instituída pelo Decreto 51.697, de 5 de fevereiro de 1963. Sua insígnia é uma cruz de quatro braços e oito pontas esmaltadas de branco, tendo no centro a esfera armilar, em prata dourada, inscrita, num círculo de esmalte azul, a legenda "*Ubique Patriae Memor*". No reverso dourado, as datas 1845-1912 lembram os anos do nascimento e da morte de José Maria da Silva Paranhos Júnior, Barão

No *hall* do Palácio do Itamaraty, em Brasília, o Presidente Lula e Souza Lima. Dona Marisa Letícia cumprimenta o Presidente da FCCE. Abaixo, o Secretário-Geral do Ministério das Relações Exteriores, e Souza Lima.

do Rio Branco, a maior figura da diplomacia brasileira, que foi Ministro de Estado das Relações Exteriores e responsável, entre outras vitórias obtidas pelo Brasil no exterior, pela incorporação ao nosso território do atual Estado do Acre.

As personalidades merecedoras dessa condecoração são classificadas nos seguintes graus: Grã-Cruz, Grande Oficial, Comendador, Oficial e Cavaleiro.

A Comenda com a qual foi agraciado o Presidente da FCCE, João Augusto de Souza Lima, consta da insígnia pendente de uma fita colocada em volta do pescoço. No traje diário, aqueles que pertencem à Ordem do Rio Branco nos graus de Grã-Cruz, Grande Oficial e Comendador podem usar, na lapela, uma roseta com as cores da Ordem sobre fita de metal dourado, prateado-dourado e prateado, respectivamente.

O Conselho da Ordem do Rio Branco é formado pelo seu Grão-Mestre, Luiz Inácio Lula da Silva, Presidente da República; pelo Chanceler Celso Amorim, Ministro de Estado das Relações Exteriores, e pelos membros: Dilma Roussef, Ministra-Chefe da Casa Civil da Presidência da República; General-de-Exército Jorge Armando Félix, Ministro-Chefe do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República, e Samuel Pinheiro Guimarães, Secretário Geral das Relações Exteriores. O Secretário do Conselho é o Embaixador Ruy de Lima Casaes e Silva, Chefe do Cerimonial do Ministério das Relações Exteriores.

Embaixador José Eduardo Felício

Ivan Ramalho, Secretário Executivo do MDIC

Na mesma solenidade em que distinguiu o presidente da Federação das Câmaras de Comércio Exterior com a comenda da Ordem do Rio Branco, o Presidente da República agraciou também o Secretário Executivo do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Ivan Ramalho, investido no grau de Grande Oficial, e o Embaixador José Eduardo Felício, promovido ao grau de Cavaleiro Grã-Cruz.

“O turismo continua sendo o segundo maior produto de exportação do México”

Para Antonio Carlos Bonetti, a experiência mexicana no setor tem muito a ensinar aos empresários brasileiros que trabalham com turismo receptivo

Antonio Carlos Mourão Bonetti foi eleito Presidente da Câmara de Indústria, Comércio e Turismo Brasil-México em 1990. Antes da posse fez uma viagem para conhecer de perto o mercado mexicano com o qual começaria a trabalhar. Naquela época, a instituição chamava-se Câmara de Indústria e Comércio Brasil-México. Depois de conhecer as atividades de turismo receptivo daquele país, Antonio Carlos Mourão Bonetti teve certeza de que o turismo seria a mola propulsora da Câmara. Ao voltar ao Brasil, reuniu o Conselho da Câmara e sugeriu a mudança de nome da instituição. Foi assim que o turismo passou a fazer parte da marca e da finalidade da Câmara.

“Os investidores mexicanos descobriram o Brasil antes que nós descobríssemos o México”.

Como é o trabalho da Câmara de Indústria, Comércio e Turismo Brasil-México e qual é o seu maior desafio?

ACB – Ela tem sede em São Paulo e o objetivo é promover a aproximação entre os empresários brasileiros e mexicanos. Eu sempre digo que a Câmara tem três funções fundamentais: a primeira é a prestação de serviço, dando informações e fazendo agenda para os empresários brasileiros que querem ir ao México e para os mexicanos que querem vir ao Brasil. Para isso, nós trabalhamos em parceria com a Conselheria Comercial, que é o Banco Nacional de Comércio Exterior do México, com sede em São Paulo, onde atende os interessados de todo o Brasil . Nós fazemos um trabalho de complementação para melhor atender os empresários.

Nossa segunda finalidade é ser um instrumento de pressão política junto aos governos, no sentido de facilitar as regras de comércio entre nossos países. Para isso, fazemos reuniões mensais, toda primeira sexta-feira, no Consulado Geral do México, sempre com o cônsul a meu lado. A terceira finalidade da Câmara é ser um grande clube de negócios. Temos quase 200 associados, entre eles, muitos escritórios de advocacia.

Como estão as relações comerciais entre Brasil e México?

ACB – O comércio entre Brasil e México, que são hoje as duas maiores economias da América Latina, era bastante incipiente até 2000. A partir daí, começou a crescer à razão de 20% ao ano. Em

2004, chegamos a negociar US$ 4,6 bilhões e devemos ultrapassar os US$ 5 bilhões este ano. Esta atividade tem se intensificado com o Acordo de Complementação Econômica firmado principalmente no setor automotivo, que representa mais da metade de nosso comércio. Temos um grande superávit na balança comercial, cerca de US$ 3,6 bilhões, enquanto o México tem US$ 700 milhões.

Este desnível no fluxo comercial não afeta o bom relacionamento entre os dois países?

ACB – Não. Isso não chega a afetar o nosso relacionamento, porque uma grande parte do que exportamos para o México, composta por produtos automotivos, é incorporada à fabricação de carros mexicanos que serão reexportados para os Estados Unidos. É por isso que esta diferença não abala tanto o nosso relacionamento, senão eles já teriam gritado de alguma maneira e já teriam imposto barreiras aos nossos produtos. Este Acordo de Complementação Econômica também facilita nossas transações, pois não é um acordo conclusivo. Ele pode ser aumentado na medida em que os empresários se ponham de acordo. Claro que tudo isso envolve uma certa burocracia; os governos são muito lentos na tomada de decisões. Os mexicanos são bem mais ágeis do que nós. Eu tenho certeza que este acordo será ampliado ano a ano, de maneira que, de alguma forma, isto vai compensar a lentidão da burocracia.

Os mexicanos têm realizado grandes investimentos no Brasil nos últimos anos. Como o senhor avalia esta investida?

ACB – Eu considero fantástico o investimento mexicano em nosso país. De 2000 para cá, eles investiram mais de US$ 7 bilhões em todos os setores da atividade comercial. A destacar, temos a presença deles na área de telecomunicações, com a Embratel e a Claro. Eles estão presentes na indústria alimentícia também, como é o caso do pão Plus Vita, no Rio, e do Pullman em São Paulo, dos sucos Del Vale e da Coca-Cola.

"O México explora de forma respeitosa as suas belezas naturais, como as praias de Cancun".

> *"A atividade turística no México já ultrapassou inclusive a indústria do petróleo, em termos de importância para a economia"*
>
> ANTONIO CARLOS BONETTI

No setor de entretenimento eles têm a Companhia Interamericana de Entretenimento – CIE, que é dona do Teatro Abril e do Credicard Hall, em São Paulo, além de casas de espetáculos no Rio de Janeiro. Estão presentes também no setor de autopeças e no setor hoteleiro: o Caesar Park, por exemplo, é do Grupo Posadas. Enfim, estão vindo para o Brasil com uma violência comercial fantástica. Eles descobriram o Brasil antes que nós descobríssemos o México.

O que falta para que os empresários brasileiros comecem a investir no mercado mexicano com a mesma disposição?

ACB – Nós já estamos começando a reagir. O problema é que ainda existe uma desproporção enorme: enquanto neste período os brasileiros investiram cerca de US$ 200 milhões lá, eles aplicaram US$ 7 bilhões em negócios aqui. Nós estamos chegando lá. A empresa Marcopolo já é líder de mercado na fabricação de carrocerias de ônibus e uma série de outras empresas está se estabelecendo no México, principalmente na área de serviços. O nosso setor de informática está chegando por lá com empresas genuinamente brasileiras. Acho que, nos próximos anos, nosso comércio vai triplicar. Os empresários brasileiros estão muito interessados no México.

O fato de o México ter acordos com diversos países com os quais o Brasil tem interesses comerciais, facilita ou dificulta nosso relacionamento bilateral?

ACB – É claro que facilita e nos interessa muito. O México tem hoje 43 acordos internacionais e para nós é um grande negócio fazer uma associação com os mexicanos, para poder atingir estes mercados. Principalmente os nossos melhores mercados, que são os Estados Unidos e a União Européia. Se algum empresário brasileiro fizer uma parceria com uma empresa mexicana terá acesso a todos esses mercados. Eu não tenho dúvida que a tendência é esta parceria crescer cada vez mais e aceleradamente.

A câmara que o senhor preside é a primeira no Brasil a ter o turismo no nome. Qual é a importância deste setor na economia mexicana? O que é preciso para o Brasil alcançar este profissionalismo na área de recepção?

ACB – Até 1990, o turismo no Brasil era apenas mais uma atividade e não se dava a ele a devida importância. Quando estive no México, mesmo sendo na baixa temporada, vi o volume de serviços gerados pela atividade turística e fiquei impressionado. Naquele momento, entendi que o turismo poderia ser, aqui também, uma grande oportunidade de negócios. Com esta atividade são beneficiados diversos setores, como alimentação, transportes, hotelaria e serviços. O turismo hoje é a segunda atividade mais importante na economia mexicana. Já ultrapassou inclusive a indústria do petróleo.

Para atingir este nível de profissionalismo, é preciso formar pessoal. Não se faz uma atividade desta natureza com improvisos. O Brasil tem recursos naturais e atrações culturais capazes de atrair um grande número de visitantes estrangeiros, mas para isso é preciso profissionalizar a atividade. Infelizmente, quem chega ao Brasil ainda não recebe o tratamento adequado. Quando se entra num hotel, por exemplo, as pessoas atendem de má vontade, parece que estão fazendo um favor. Isso sem falar na péssima recepção que temos em nossos aeroportos, nos transportes, nos guichês de informações, quando estão funcionando.

Os mexicanos já descobriram este filão e tratam o turista com o maior profissionalismo. Eles fazem de tudo para que você permaneça o maior tempo possível por lá, que gaste muito dinheiro e para isso criam uma atmosfera propícia e muito agradável. Outra coisa muito importante são os preços praticados pelo turismo mexicano. Uma diária num hotel cinco estrelas na Riviera Maia, que fica a 70km de Cancun, custa, em média, US$ 85 por pessoa, com pensão completa, incluindo bebida e shows. Para completar este quadro, eles têm o maior cuidado com a natureza. A água é limpinha, peixes por todo lado, bancos de corais deslumbrantes, além da cultura maia que, por si só, já é uma grande atração.

> *"Nos próximos anos nosso comércio vai triplicar. Os brasileiros estão muito interessados no México"*

Como o setor turístico brasileiro poderia se beneficiar desta experiência e melhorar sua performance?

ACB – Eu faço a maior campanha para que os empresários brasileiros visitem o México e vejam de perto como tudo é feito por lá. Neste sentido, a Câmara de Indústria, Comércio e Turismo procura assessorar os interessados, empresários e autoridades, com indicações de roteiros e contatos comerciais. É preciso também acabar com a história de que não se pode fazer nada, porque tudo pode destruir a natureza. A prova de que isso não é verdade é que o México explora de forma respeitosa a suas belezas naturais e todos ganham, inclusive a natureza. A Câmara trabalha para promover encontros e tem realizado inúmeras atividades para incentivar os bons negócios. Neste sentido, é muito importante a realização de seminários como o da FCCE. Também criamos algumas premiações, como o Prêmio Franco Montoro que, a cada ano, homenageia uma autoridade brasileira e outra mexicana que tenham feito alguma coisa pela integração dos dois países. Temos ainda o Prêmio Bramex Comercial de incentivo ao comércio, que homenageia 15 empresas por ano, entre brasileiras e mexicanas. Ainda há muito trabalho pela frente, mas estamos confiantes que nossa aproximação com o México será muito explorada.

2,2 bilhões em investimentos nos últimos 6 anos.

64 milhões aplicados em projetos socioambientais em 2004.

Eleita a maior empresa no setor de concessões públicas da Bahia em 2005.

Mas, para a Coelba o importante mesmo é iluminar todo dia a vida de milhões de baianos.

COELBA. VENCEDORA DO PRÊMIO IMIC COMO MAIOR EMPRESA NO SETOR DE CONCESSÕES PÚBLICAS DA BAHIA.

A Coelba coloca toda sua energia para ver a Bahia crescendo e os baianos se desenvolvendo. Porque para uma empresa ser premiada como a maior do Estado, grande mesmo precisa ser sua vontade de fazer essa gente brilhar.

coelba
Grupo Neoenergia

Tequila

Uma arte tradicional do México

"Um vinho mais claro que a água, mas forte como a aguardente" tornou-se a marca registrada do país

Os agaves, como se fossem espadas que desafiam o vento, dão o caráter da paisagem mexicana. Ali receberam do conquistador, vinda das Antilhas, a denominação de *maguey*. Aparentemente indiferentes à secura do clima, carregando consigo ecos pré-hispânicos, mais que um produto vegetal da terra, são um emblema do país. Antes da conquista já se conhecia uma grande variedade de agaves, que eram utilizados de muitas e diferentes maneiras e em torno dos quais circulavam mitos e rituais antigos. Os novos têm a ver, sem dúvida, com a tequila, seu subproduto mais apreciado, no México e fora dele.

Ocupando um lugar especial – e que vai crescendo de importância – entre os rituais da comida mexicana, o da tequila já se constitui em uma iniciação a uma prática e a um conhecimento especiais, indo muito além da mera bebida que se ingere, e atingindo um mundo cultural que é o das tradições do país. Consumida por todas as classes sociais, à sombra da tequila aflora um mundo de formas e de sensações que nos remetem às artes e aos costumes tradicionais do México. Os atributos do país e os da tequila se sobrepõem, confundindo-se em uma só imagem simbólica. Resta saber como é que uma bebida que nasceu com forte caráter regional – o de Jalisco – se converteu em um patrimônio nacional.

O nome tequila é propriedade da nação mexicana e só pode ser usado por um destilado feito com a variedade azul do agave que cresce numa certa região: 72 alambiques comercializam 500 marcas.

As origens e a cronologia da bebida

Tequila, antes de ser o nome da bebida nacional, era – e é até hoje – o de uma aldeia indígena (uma *población*, como se diz por lá) de origem pré-hispânica, situada a 56 km a Noroeste da cidade de Guadalajara, no cantão hoje Estado de Jalisco. É uma pequena cidade, com cerca de 30 mil habitantes. Assim como a brasileira parati, o nome da bebida mexicana vem da cidade onde começou a ser produzida e alcançou excelência, no início do século XVII. Do ponto de vista etimológico, já foram dadas à palavra tequila interpretações diversas. Predomina atualmente a idéia de que ela seja formada de dois elementos do idioma *náhuatl*: *téquitl* e *tlan*, que dão a idéia de "lugar onde se corta", o que pode ser uma referência ancestral à colheita do *maguey*.

Desde meados do século XVI, os viajantes espanhóis já mencionavam, ocasionalmente, o hábito mexicano de se consumir o vinho *mezcal*, bebida similar à tequila, obtida também a partir do agave, e que se tornou um dos primeiros produtos que a técnica européia conseguiu obter de um elemento natural da América. Em 1600, radicou-se em Tequila, Pedro de Tagle, Marquês de Altamira e Cavaleiro da Ordem de Calatrava, que ali estabeleceu a primeira fábrica de vinho *mezcal* de toda a colônia.

Em 1621, ao escrever a sua Descrição da Nova Galícia, Domingo Lázaro de Arregui dá a primeira notícia mais específica e mais fidedigna sobre a tequila, ao falar de corações de agaves assados, que eram espremidos "para retirar um mosto que, passado pelo alambique, resultava em um vinho mais claro que a água, mas forte como a aguardente". O consumo se espalhou rapidamente e logo começaram os excessos que iriam redundar em dura repressão: de 1688 a 1766, são impostas proibições, censuras e duras penas de reclusão a quem fabricava, comerciava ou consumia o vinho *mezcal* ou a tequila.

Desafiando todas as proibições, o consumo dos destilados derivados do agave continuou a crescer. Em breve, a tequila se impôs sobre o *mezcal*, principalmente a partir do gosto dos consumidores da capital e, ao terminar o século XVIII, o produto foi largamente produzido e consumido no país. Do ponto de vista econômico, já se justifica até mesmo a criação de um porto – o de São Brás – para prover o farto abastecimento de tequila às novas colônias espanholas da América. Ainda assim, no fim do século, a partir de 1785, o Rei de Espanha, Carlos III, retoma as proibições à fabricação e ao consumo da bebida.

Em 1758, José Antonio de Cuervo adquiriu a Fazenda da Confraria das Almas, em Tequila, rica em plantações de agave. Em 1795, suspensa a perseguição, seu filho, José Guadalupe recebe do Rei Carlos IV, da Espanha, a primeira concessão oficial para comercializar o vinho *mezcal*. Sua filha, Maria Madalena, casada com Vicente Albino Rojas, ao herdar a fábrica vai batizá-la com o nome de *La Rojeña*, que é a mais antiga do país ainda em funcionamento. Com uma ou outra interrupção sazonal, ou devida a uma crise geral mais profunda, a partir daí a produção de tequila ganha a importância que merece na pauta da economia mexicana.

Um tesouro protegido

Hoje, a "marca" tequila é considerada propriedade da nação mexicana e só pode ser atribuída ao destilado produzido com o *Agave tequilana weber*, variedade azul, originário de uma área declarada. Essa cautela é semelhante à dos franceses e de alguns de seus vinhos, que têm *"Appellation d'Origine Controllée"*. Quanto ao "Weber", nome ale-

Cabeças maduras do agave são cortadas, trituradas, cozidas e dão origem a um mosto que é destilado para produzir a tequila.

mão agregado ao desse agave, ele se deve ao naturalista germânico Weber Franz, que chegou ao México em 1896 e, durante seis anos, investigou a flora ocidental do país. Ao definir o agave azul como o mais adequado para a produção da bebida, ele batizou a planta com o seu próprio nome.

Inicialmente ignorada e, mais tarde, duramente perseguida pelas autoridades governamentais do México, a tequila recebe hoje, portanto, ampla proteção, que visa a sua autenticidade e boa qualidade. Na visão oficial, será tequila a bebida alcoólica obtida por destilação e retificação de mostos – preparados direta e originalmente do material extraído dentro das instalações das fábricas – derivados da trituração de cabeças maduras de agave, prévia ou posteriormente hidrolisadas ou cozidas, e submetidos à fermentação alcoólica com leveduras cultivadas ou não, podendo ser enriquecido por outros açúcares até uma proporção de 49%. Para chamar-se tequila, como já vimos, existe ainda a obrigatoriedade de se trabalhar com apenas uma espécie de agave.

Segundo o Conselho Regulador da Tequila, existem, atualmente, no México, 72 empresas produtoras de tequila, que comercializam aproximadamente 500 marcas, enquanto outras cem são operadas por engarrafadoras na França, Bélgica, Espanha, Holanda e Estados Unidos. A produção passou de 30 bilhões de litros, em 1995, para 130 bilhões, no ano passado. A partir de 1997, constatou-se que a bactéria *Erwina caraotovora* e o fungo *Fusarium oxysporum* já infestavam 23% do total de arbustos e, pouco a pouco, estavam matando as plantações do *Agave tequilana weber* variedade azul, o que acabaria redundando numa escassez do produto (que leva entre seis e sete anos para amadurecer) e no desabastecimento e encarecimento da tequila. Para evitar a crise, entraram em cena o Centro de Pesquisa e Assessoria Tecnológica do Estado de Jalisco e o Instituto Politécnico Nacional, que pesquisam opções de combate àquelas pragas.

As esperanças dos amantes da tequila, em todo o mundo, são de que sejam vencidos os obstáculos à produção dessa bebida forte, seca e sem paralelo no mundo dos álcoois. Para que se continue a degustá-la, pura, como exigem os ortodoxos, ou em forma do seu coquetel mais conhecido e consumido (o Margarita) que se prepara com licores de frutas cítricas, limão fresco, tequila e, opcionalmente, com sal, espargido na borda do copo alto.

FEMSA: a presença no Brasil do grupo mexicano de bebidas

Ao tomar uma Coca-Cola, você acha que está consumindo uma bebida exportada pelos Estados Unidos? Não se engane: parte do produto é feito no Brasil e distribuído por mexicanos!

Uma instituição centenária da economia mexicana, o grupo Fomento Econômico Mexicano Sociedade Anônima – FEMSA compõe-se de várias divisões, *holdings* e unidades de negócios, entre as quais uma franquia do sistema Coca-Cola que está em oitavo lugar entre as maiores companhias mundiais de bebida em receita bruta em dólares.

Antes de participar da mesa diretora do Painel I do Seminário Brasil-México, na qual foi expositor, José Tortelli, Diretor de Abastecimento da Coca-Cola FEMSA, traçou o perfil da empresa e de sua atuação no nosso país.

Concentrados brasileiros

José Tortelli começou explicando a natureza do conglomerado em que trabalha, definindo-o como "um engarrafador do sistema Coca-Cola, embora tenha a própria Coca-Cola como uma de suas acionistas". Entre os vários interesses que o grupo mantém no Brasil, merece destaque, em sua opinião, um negócio fortemente constituído, já embasado e enraizado. Ele se refere à empresa resultante da compra, efetuada há dois anos, da firma também mexicana Panamco, ligada à Coca-Cola americana. Ele faz questão de lembrar, contudo, que esse é apenas o maior negócio, pois a Coca-Cola FEMSA também tem interesses no Brasil nas áreas de águas, sucos e cervejas.

> "O Brasil precisa aproveitar a especificidade econômica do México, que demanda recursos, matérias primas e produtos acabados"
>
> JOSÉ TORTELLI

De acordo com os termos que a multinacional estabelece para suas franquias, a Coca-Cola FEMSA dispõe, no Brasil, de grande autonomia administrativa, financeira e econômica nos limites do território geográfico que lhe foi atribuído. Esse domínio, que é fruto de uma opção logística, resulta no fato de que, no nosso país são fabricados, diretamente na região em que atua, tudo o que é preciso para a elaboração do produto final, sem o recurso das importações. A própria empresa fornece, através de uma planta industrial de concentrados que possui em Manaus, todas as matérias-primas necessárias que seus franqueados gerem produtos que, afinal, sairão no mercado sob a marca Coca-Cola.

Quanto ao intercâmbio comercial Brasil-México, José Tortelli vê com satisfação o seu progressivo crescimento, mas lamenta que o patamar alcançado ainda esteja muito aquém do potencial industrial e econômico dos dois países. Ele lembrou que o Brasil precisa aproveitar melhor a especificidade econômica do México que, até pela proximidade, é uma das economias que mais demandam recursos, matérias-primas e produtos acabados e semi-acabados que costumam extrapolar as fronteiras mexicanas e penetrar o maior mercado mundial, o americano. Assim, são criadas novas e interessantes perspectivas para os exportadores brasileiros.

Assistindo às idas e vindas do governo brasileiro em suas negociações para adesão à Área de Livre Comércio das Américas – ALCA, o diretor da Coca-Cola FEMSA analisa os prós e os contras da inclusão do México no Acordo de Livre Comércio da América do Norte – NAFTA, concluindo que, no momento, não deve haver interesses que se sobreponham à consolidação dos princípios, procedimentos e conquistas estabelecidos pelo Mercosul.

Finalmente, José Tortelli expressou sua satisfação em haver participado do Seminário Bilateral Brasil-México que, para ele, "desperta e incrementa a sinergia que deve existir entre os dois países amigos. Somos nações de colonização ibérica que possuem as economias mais robustas da América".

"Buscamos parcerias com os países latino-americanos"

Gerente de Produção e Reservas da Área Internacional da Petrobras fala da estratégica internacional da empresa brasileira no setor energético

José Roberto de Toledo, Gerente de Produção e Reservas da Área Internacional da Petrobras, participou da chegada e da estruturação da empresa brasileira de petróleo no México. Em 2001 começaram os contatos com a Pemex e, no início de 2004, a empresa começou a operar um contrato de serviços múltiplos em território mexicano.

"Há muito que a Petrobras tinha intenção de iniciar atividades no México. Vínhamos buscando oportunidades no setor energético e este contrato de serviços múltiplos para exploração de gás natural viabilizou a nossa presença física lá, no Nordeste do país, em áreas da bacia de Burgos."

Além de explorar gás, a empresa brasileira mantém um escritório operacional em Reinosa e um escritório de representação na capital, a Cidade do México.

Roberto de Toledo afirmou que "estamos interessados em parceria em atividades de prospecção e também em outras áreas ligadas a energia, em contratos com outras estatais. Estamos desenvolvendo também contatos com a Comissão Federal de Eletricidade e com outras empresas do meio energético mexicano para buscar oportunidades, pois a Petrobras não é mais apenas uma companhia petroleira, é uma empresa de energia".

Fim do monopólio

Desde que deixou de exercer o monopólio da exploração do petróleo em território brasileiro, a Petrobras definiu a América Latina – principalmente o México, o Cone Sul e a Venezuela – além da costa Oeste da África, como áreas estratégicas para a sua atuação internacional. Dentro desta linha de ação, seria possível considerar as outras estatais latino-americanas como concorrentes ou elas podem ser parceiras e até sócias nos negócios? Roberto de Toledo responde:

Estação de Coleta da Produção de Gás Natural de Cuervito 1, na Bacia de Burgos, Nordeste do México, operada pela Petrobras em parceria com a Pemex e em associação com uma empresa japonesa.

> *"Ao nos instalarmos no México, nossa intenção era buscar maior aproximação para desenvolver projetos conjuntos naquele país"*
>
> **José Roberto de Toledo**

"Vejo possibilidades de fazer parcerias com a Pemex e já firmamos com ela um convênio tecnológico para exploração e produção. Existem muitas sinergias entre as duas companhias e há muito que fazer. Ao nos instalarmos no México, o que pretendíamos era buscar maior aproximação para desenvolver projetos conjuntos, mas verificamos também que naquele país existem muitas restrições por causa da legislação local. Isto, às vezes, inviabiliza algumas parcerias que seriam muito úteis. De qualquer forma, a Petrobras e a Pemex vêm conversando exaustivamente buscando áreas de interesses comuns. Em outros países, também procuramos trabalhar com projetos de gás liquefeito, energia elétrica, gasodutos, geração e distribuição. Na Argentina, a empresa brasileira de petróleo adquiriu a antiga Pecom, que hoje se transformou na nossa subsidiária chamada Petrobras Energia – Pesa, com sede em Buenos Aires."

Odebrecht retorna ao México

Na sua volta ao país, a empresa brasileira está ampliando duas refinarias em contratos que totalizam cerca de US$ 700 milhões

A Odebrecht retorna ao México depois de uma experiência na década de 1990, quando permaneceu naquele país por oito anos e realizou três grandes obras. Na crise econômica que atingiu o México em 1998, a Odebrecht fechou seus escritórios, só reabertos em 2002. O engenheiro Aluizio Margarido é o novo Diretor de Investimentos da Odebrecht no México. Ele nos conta um pouco sobre 0 reinício das atividades e as perspectivas de futuro.

"A retomada de nossos trabalhos em território mexicano tem sido bastante produtiva. Já estamos com dois novos contratos com a Companhia de Petróleo do México, a Pemex, para a ampliação de duas refinarias, cada um deles no valor de US$ 350 milhões."

Segundo Aluizio Margarido, o México convive hoje com um déficit muito grande na área da infra-estrutura, tanto no setor de águas quanto no de estradas e de energia. É, portanto, um momento muito bom para as empresas brasileiras de engenharia, que têm uma vasta experiência neste setor.

Conforto e segurança

"Existe uma perspectiva muito boa de grandes projetos na área de infra-estrutura que deverão se desenvolver nos próximos anos, inclusive com uma remodelação das leis de concessão e das formas de contratação. As mudanças nas leis estão dando muito mais conforto e segurança aos investidores e aos bancos que estão chegando ao país."

Sobre os dois projetos que a Odebrecht já realiza no México, Aluizio Margarido acrescenta: "o México produz e exporta enorme quantidade de óleo bruto, mas importa gasolina porque não tem grandes refinarias. Estamos trabalhando na expansão de duas destas refinarias que hoje têm capacidade para produzir 180 mil barris. Após a obra, cada uma delas passará a produzir o dobro, cerca de 350 mil barris por dia. Existe ainda uma grande concorrência para a construção de *carreteras*, que são rodovias concessionárias. Algumas são pequenas, mas existe uma muito grande, a Libramento Norte, cuja obra está orçada em US$ 700 milhões. Nós estamos participando desta concorrência, em parceria com empresas mexicanas. Por todos os motivos já citados, podemos afirmar que o México oferece uma ótima oportunidade para as empresas brasileiras de engenharia e construção."

> *"O México produz e exporta óleo bruto, mas importa gasolina porque não tem grandes refinarias. Estamos expandindo duas delas"*
>
> **Aluizio Margarido**

México pode ser porta de entrada para novos mercados

"Temos aumentado nosso intercâmbio bilateral em 20% anuais"

O Embaixador Salvador Arriola y Barrenechea, Cônsul-Geral do México em São Paulo, está confiante no avanço das negociações sobre comércio bilateral entre os dois países, mas chama a atenção para a importância da participação dos empresários brasileiros e mexicanos para que os entendimentos se concretizem. Segundo ele, sozinhos os representantes de governos e organismos oficiais não conseguirão avançar: é preciso contar com a pressão da classe empresarial. O momento político e econômico é extremamente favorável, mas é fundamental contar com as informações dos empresários, pois eles são interessados diretos no fechamento de acordos em andamento.

"O Brasil pode se beneficiar de acordos de livre comércio que o México mantém com 43 países, inclusive UE e EUA"

SALVADOR ARRIOLA Y BARRENECHEA

"Brasil e México vivem um momento importante para definir o futuro de suas relações. Temos aumentado nosso intercâmbio bilateral em cerca de 20% por ano, o que é um índice de crescimento fantástico. Atingimos recordes tanto no comércio como nos investimentos. Em 2005 vamos chegar, provavelmente, à marca de US$ 5 bilhões, somando trocas comerciais e investimentos. Os investimentos brasileiros no México cresceram, nos últimos quatro anos, algo em torno de 650%. No mesmo período, os investimentos do México no Brasil são os maiores feitos por um país em desenvolvimento."

Sétimo investidor no Brasil

O México é o sétimo investidor no Brasil. Investiu, até o momento, US$ 6,7 bilhões, que deverão ultrapassar, até o fim do ano, a soma de US$ 7 bilhões – a maior parte no setor de telecomunicações.

"Meu país mantém no Brasil a segunda maior engarrafadora do mundo, a Coca-Cola, instalada na cidade de Jundiaí, São Paulo. Este é um investimento exclusivamente mexicano. Além disto, empresas do setor fazem fortes investimentos na área de hotelaria, alimentos e autopeças. No setor do entretenimento os mexicanos inauguraram, nos últimos anos, diversas casas noturnas e de espetáculos e gran-

des teatros na região Sudeste, em especial no Rio de Janeiro e São Paulo."

O Cônsul lembra, ainda, que os governos têm trabalhado para aprofundar as decisões sobre o acesso aos mercados brasileiro e mexicano. Os problemas ainda são muitos, mas há uma firme determinação das autoridades do comércio exterior para uma solução, a curto e médio prazo.

"As maiores dificuldades ficam na área das barreiras não tarifárias, mas acho que se nós, do governo, exercitarmos com mais determinação, e com mais atenção, os interesses dos empresários brasileiros e mexicanos e os colocarmos esses interesses na mesa de negociações, vamos consolidar as relações bilaterais e econômicas."

Uma das preocupações do Embaixador Salvador Arriola y Barrenechea é com a inserção de setores que ainda estão fora dos acordos bilaterais, o que provoca uma grande incerteza nos interessados.

"Nossa atenção está voltada, neste momento, para o acordo de livre comércio que o México está negociando com o Mercosul. Neste sentido, temos trabalhado muito com os empresários, pois será a classe empresarial que vai nos municiar com informações fundamentais para compor os acordos definitivos. Sem a participação dos empresários, tudo ficaria mais difícil."

Para Salvador Arriola, o seminário é um espaço fundamental para a divulgação e promoção do México como um grande mercado, e para confirmar sua grande importância no mercado mundial.

"As exportações brasileiras para o México cresceram, no ano passado, cerca de 44%. Isso representa mais do que a média do crescimento total das exportações do Brasil, que foi de 32%. Elas atingem, além do setor de autopeças, o de mineração e de produtos manufaturados. O setor automotivo ocupa cerca de 60%, nas duas vias. O resto do comércio tem sido bastante diversificado e com grande chance de crescer ainda mais. Para o México, o relacionamento comercial com o Brasil representa menos do que 2%, o que ainda é muito pouco. No ano passado importamos US$10,9 bilhões. O México é o maior importador da América Latina, e o Brasil ainda tem muito que explorar neste mercado. Uma das vantagens que os empresários brasileiros poderão usufruir nesta relação são os 43 acordos de livre comércio que mantemos com os grandes mercados mundiais."

Propostas de encontro

O Embaixador trouxe para o seminário a proposta de um encontro de empresários brasileiros e mexicanos da área da construção na Cidade do México. A sugestão é que as empresas brasileiras, lideradas pela Odebrecht, se associem às mexicanas do setor para criar uma grande rede de construção. Esta rede poderia prestar serviços aos países do Leste Europeu. Ele explica a sua idéia: "em 1989, o México assinou com o Banco Europeu de Reconstrução, que foi criado para apoiar as economias do Leste Europeu, um acordo que estabelece a viabilidade de exportação de bens e serviços mexicanos para aquela região, especialmente no setor de consultoria, engenharia e construções. A sugestão é que as empresas brasileiras, lideradas pela Odebrecht, possam se encontrar com as autoridades do Ministério da Fazenda e, juntamente com as empresas mexicanas do setor, estabelecer parceiras para atuação conjunta neste mercado europeu. Acho que é uma possibilidade real de unir as experiências das grandes construtoras brasileiras, conciliando interesses neste momento político favorável do México, por meio de seus acordos internacionais. Com isso, estaríamos somando esforços em favor de nossas economias."

Jorge Gerardo Sánchez Sosa, Cônsul-Geral do México no Rio de Janeiro.

Os produtos brasileiros que interessam ao consumidor mexicano e vice-versa

Jorge Gerardo Sánchez Sosa, Cônsul-Geral do México no Rio de Janeiro, conversou com a Revista FCCE sobre os diferentes aspectos das trocas comerciais e culturais entre Brasil e México.

"As relações entre os nossos países são boas hoje, e podemos dizer que os últimos cinco anos foram especialmente interessantes para o nosso relacionamento comercial. Por um lado, tivemos os investimentos mexicanos no Brasil, notadamente em telecomunicações e, por outro, tivemos também investimentos brasileiros no México: entre eles, eu citaria aqueles que foram realizados pela empresa Marcopolo, uma construtora e montadora

de ônibus. Existe, também, uma área que a alguns parece pouco significativa, mas que no fim das contas, acaba se revelando muito interessante, que são investimentos na exportação de produtos de beleza; principalmente cosméticos, representados, entre outras, pelas empresas Natura e Boticário. Os cosméticos fabricados por empresas como estas significam uma presença muito especial do produto e também do próprio sentimento brasileiro no meu país."

O fato de algumas belas morenas mexicanas estarem hoje usando perfumes e cremes da Natura e do Boticário, segundo Jorge Sosa, "representa uma entrada no mercado do meu país sem precedentes, porque é um tipo de produto que fica muito perto do caráter particular dos povos, que tem a ver com a vida cotidiana das pessoas de modo muito significativo. No futuro, isto pode fazer com que haja uma maior facilidade para a entrada da moda brasileira no México."

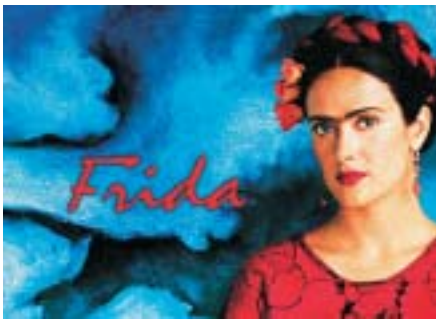
Na contrapartida, ou seja, com relação a produtos mexicanos que podem interessar aos brasileiros, o Cônsul-Geral Jorge Sosa citou especialmente o *design* de seu país, que tem uma personalidade forte e muita originalidade.

Produção e distribuição

Será que a cultura e seus diferentes ramos, como a música, a literatura, a arquitetura e as artes visuais, também pode estar mais presente nas trocas comerciais entre os dois países? Jorge Sosa responde.

"Sem dúvida, uma das vocações do Consulado do México no Rio de Janeiro é a difusão da cultura mexicana, e especialmente ajudar a aumentar o intercâmbio entre as indústrias culturais. O cinema mexicano está vivendo um bom momento e o cinema brasileiro também. Temos, inclusive, algumas produções que são feitas conjuntamente entre o México e o Brasil. No ano que vem, vamos assinar um acordo de co-produção e distribuição entre nossos países, pois é importante abarcar estes dois pontos, pois um não existe sem o outro. É preciso tentar assegurar que nossos produtos culturais tenham a maior aceitação e o maior retorno possíveis. Fico muito contente quando vejo uma livraria brasileira de qualidade exibindo em suas vitrinas um DVD de Cafetacuba, um ótimo grupo de rock mexicano; ou quando podemos assistir a cantora mexicana Lila Down cantando com Caetano Veloso no filme "Frida" e na cerimônia da entrega do Oscar. Isto são as maravilhas da vida."

"Cosméticos brasileiros e design mexicano podem se constituir em alternativas para maior intercâmbio comercial"



"Amores Perros", filme mexicano de sucesso no Brasil com o título de "Amores brutos" e o filme "Frida", sobre a talentosa pintora mexicana. O Cônsul-Geral também vê amplas possibilidades para os cosméticos brasileiros no México.

Jorge Sosa também abordou, em sua entrevista, a sinergia que já existe entre México e Brasil.

"Acho que há muitos pontos em comum entre os dois países. São duas economias com um tamanho muito parecido e o Produto Interno Bruto – PIB também. Estas duas pontas podem nos ajudar a construir um maior equilíbrio comercial e também um entendimento entre os dois países, que vão caminhar para a integração de seus mercados. As vantagens e estímulos que existem no México para exportar para os Estados Unidos, por meio do Nafta, podem também ser um fator de aproveitamento para o Brasil. A capacidade de produção e o mercado consumidor atual do Brasil são muito significativos para o México. Eles têm para nós uma importância singular."

Governo quer atrair mais investimentos para o Brasil

Sala de Investimentos, da Casa Civil da Presidência da República, é mais uma ferramenta de auxílio ao comércio e aos negócios bilaterais

A Casa Civil da Presidência da República prestigiou o Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-México, enviando a Chefe da Assessoria Especial, Laura Veloso. Laura foi a moderadora do Painel II do seminário e, antes da abertura dos trabalhos, falou à nossa reportagem. Para ela, "é uma honra participar de um evento desse nível na área internacional, principalmente sob o tema da atração de investimentos, que é do que pessoalmente eu me ocupo, na Casa Civil."

Laura Veloso esteve presente ao primeiro seminário de 2004, que abordou as relações entre Brasil e Portugal. Suas primeiras palavras, neste retorno, foram de satisfação por estar de volta aos seminários da FCCE, lamentando, porém, que não tenha podido assistir a todos por causa de uma agenda sempre lotada e repleta de urgências.

A Sala de Investimentos

Ao definir a natureza e a rotina de suas atividades ligadas à atração de investimentos no âmbito da Casa Civil, Laura explica que tudo começou quando o Presidente da República, em agosto de 2004, criou, por decreto presidencial, uma comissão interministerial voltada para a atração de investimentos, tanto para os nacionais, quanto para os estrangeiros. "É o que chamamos – e já está começando a ser chamada por todos – de Sala de Investimentos."

Os trabalhos dessa sala são presididos pela Casa Civil, mas há franca parceria com outros ministérios. Os deveres dos que ali trabalham são os de reduzir os entraves e melhorar os procedimentos para que ocorram a atração e a concretização dos investimentos. De realizações práticas, até agora, passado um ano, Laura aponta o sucesso obtido na resolução de

> *"A Sala de Investimentos trabalha em parceria com ministérios para diminuir os entraves e melhorar os procedimentos para atrair capitais produtivos"*
>
> LAURA VELOSO

12 casos que constavam de processos submetidos aos estudos do grupo. Citou, por exemplo, a renegociação da dívida da Light com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES, inteiramente realizada pela sala. Outro exemplo citado foi a iminente instalação de uma siderúrgica pertencente ao grupo Thyssen-Krupp, no Rio de Janeiro, que a sala vem ajudando a efetivar. Também na órbita de alguns procedimentos rotineiros, como o da obtenção de licenças ambientais, quando solicitada, a sala tem procurado auxiliar, se possível, na agilização do processo

"A comissão interministerial surgiu com três propósitos", explica ela: "o de facilitar, o de criar políticas públicas adequadas, diminuindo a burocracia e, finalmente, o de divulgar o Brasil lá fora como um bom lugar para investir". Desenvolvendo seus trabalhos nessas três linhas de atividades, a sala está aberta aos profissionais de comércio exterior que precisem de sua colaboração. Embora ainda não disponha de um *site* próprio, a sala poderá ser acionada por meio do *site* da Casa Civil, no item "Comitês e Comissões", ou pelo telefone, por meio dos ramais da Casa Civil da Presidência. Ainda é uma atitude reativa, ou seja, que precisa ser demandada, mas ela garante que, feito o contato, marca-se uma agenda de encontro e o trabalho começa imediatamente a se desenvolver.

Acesso às redes governamentais

Um dos serviços mais valiosos que podem ser prestados pela sala, lembra Laura Veloso, é o de encaminhar os pleitos do pessoal do comércio exterior aos setores competentes a atendê-los, em meio à burocracia brasileira. Outra vantagem, no gênero operacional, é que a sala se serve das redes existentes no aparelho governamental: no Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC, utiliza a Rede Nacional de Investimentos – Renai; no Ministério das Relações Exteriores, trabalha com o Sistema de Proteção de Investimentos – SIP; nos estados, com os representantes dessas redes federais e, no exterior, com as embaixadas.

Laura Veloso: "é preciso encaminhar os pleitos do comércio exterior aos setores competentes".

> *"À exceção de 2000, quando ocorreu a privatização da telefonia, mexicanos têm investido pouco no Brasil"*
>
> **LAURA VELOSO**

Quanto à possibilidade de o novo órgão, que deveria ser ágil e desburocratizador, vir a tornar-se um enorme e pesado integrante do nosso vastíssimo cronograma administrativo, Laura é enfática.

"A Sala de Investimentos é uma estrutura pequena e não veio para duplicar o que já existe. O que ela deseja é concentrar e tornar-se uma porta de entrada. Deseja encarnar os princípios do chamado *one stop shot* e tornar-se um primeiro ponto de apoio do empresário que, dali, será encaminhado a quem pode atendê-lo eficazmente. Impede-se, assim, que ele se perca, envolvido por perversos e inúteis trâmites. Não vamos pular etapas, não prometemos milagres, o que vamos fazer é analisar o pleito e, se possível, ajudar a satisfazê-lo de forma mais rápida e eficiente."

Relações com o México

Ao abordar as relações comerciais entre o Brasil e o México, a assessora da Casa Civil destaca, o fato de que os dois países são economias em desenvolvimento e concorrentes na atração de investimentos. Ao se computarem as tabelas de investimentos no Brasil, por exemplo, verifica-se que, à exceção do ano 2000, quando ocorreu a privatização da telefonia, os mexicanos têm investido pouco aqui, direcionando-se preferencialmente, para a área de alimentos. Em seu entender, uma política de aproximação entre os dois países poderia dinamizar essas relações e fazê-las chegar a um patamar digno da grandeza dos dois países. Outro fato a observar e estudar, no caso do México, é o da sua adesão à Acordo de Livre Comércio da América do Norte – NAFTA. Os prós e contras da inclusão de um país em desenvolvimento a um bloco integrado por economias poderosas, como as dos Estados Unidos e Canadá, podem nos nortear nas difíceis negociações em torno da possível adesão brasileira à Área de Livre Comércio das Américas – ALCA.

Finalmente, Laura Veloso destacou a importância da realização dos seminários promovidos pela FCCE, que considera "um foro perfeito para o intercâmbio de idéias e informações."

"Quem exporta é o setor privado e cabe ao governo estabelecer políticas perenes e regras para incentivar o comércio", afirma Mario Mugnaini.

"O comércio exterior veio para ficar na mente do empresariado"

Resultados obtidos pelo Brasil têm se mantido fortes e perenes

As relações comerciais entre Brasil e México produziram uma situação, no mínimo, curiosa. O intercâmbio tem aumentado, com um forte superávit para o Brasil. O México, como o Brasil, é um grande produtor de automóveis, mas tem ao seu lado o enorme mercado americano. As indústrias brasileiras vendem partes e peças para o México, que compõe os seus automóveis e, por sua vez, exporta para os Estados Unidos. Num círculo um pouco mais amplo que leve em consideração os três países, portanto, a balança seria bem mais equilibrada. O que os mexicanos deixam de vender para o Brasil, estão vendendo para os Estados Unidos.

A conclusão é de Mario Mugnaini Jr, Secretário-Executivo da Câmara de Comércio Exterior – Camex.

Segundo Mario, existe um bom intercâmbio entre brasileiros e mexicanos na área petroquímica, mas o Brasil não importa petróleo mexicano, "em primeiro lugar, porque temos hoje quase uma autosuficiência neste setor e, em segundo lugar, porque já importamos petróleo da Nigéria, da Argentina e também um pouco da Venezuela. Estamos interessados em prospectar petróleo em zonas de concessão no México, para depois vendê-lo no mercado internacional."

Uma pergunta que sempre se coloca quando se fala da performance brasileira

A Embaixadora Cecília Gonzáles conversa com o Secretário-Executivo da Camex.

no comércio exterior nos últimos anos, é por que o Brasil está conseguindo tão bons resultados negociando com países de tendências tão variadas.

Mario Mugnaini responde: "inicialmente, é bom levar em consideração que quem exporta é o setor privado. Ao governo cabe estabelecer políticas perenes e regras para incentivar o comércio. É isto que estamos fazendo: o Ministro Luiz Fernando Furlan tem tido um desempenho muito intenso em visitas a várias regiões do mundo, com o objetivo de desbravar novas possibilidades e, assim, temos negociado diversos acordos para ganhar preferência em acesso a diferentes mercados. Além disto, temos propiciado financiamentos de tal maneira que o setor privado brasileiro (principalmente aquele ligado a serviços, obras, equipamentos pesados, engenharia, aviões e tratores) possa vender no exterior. Nossos resultados têm se mantido fortes e perenes: estamos atingindo US$ 112 bilhões em 2005, o que é um numero recorde."

Segundo o Secretário-Executivo da Camex, existem obstáculos que impedem resultados ainda mais significativos. Um deles seria o problema do câmbio, que poderia ser melhorado.

"Existem outras compensações em que, com políticas de melhoria de portos e de financiamento, o governo brasileiro procura compensar o exportador em alguns pequenos percentuais quando se considera o conjunto. O conceito de comércio exterior veio para ficar na mente do empresariado brasileiro. Até o final deste ano, esperamos atingir US$ 113 bilhões, um número considerável, já que em 2003 exportávamos US$ 600 milhões, o que significa que, em quatro anos, tivemos cerca de 100% de aumento das nossas exportações."

Novos horizontes

Neste cenário, qual seria o papel desempenhado pelas relações comerciais entre o Brasil e o México na América Latina?

Segundo Mario Mugnaini, "inegavelmente a economia mexicana é forte. Para efeitos de dólar, fica muito próxima da economia brasileira, mas ela é maior do que a nossa em alguns pontos percentuais. Trata-se de um país que negociou diversos acordos, entre eles o mais importante é o NAFTA, que faz do México parceiro dos Estados Unidos e do Canadá. Tenho verificado, por meio de nossos correspondentes no México, que eles também procuram uma diversificação de mercado. Por isto, acho que o Mercosul é uma atração grande para os mexicanos e, nós, brasileiros, temos interesse em fazer com que o México seja parceiro nosso. Para isto, faremos esforços de comprar mais deles."

Bem-humorado, Mario Mugnaini concluiu: "é bom ver o México como sócio dos Estados Unidos, mas é bom tê-lo como sócio brasileiro também."

O perfil da CAMEX

A Câmara de Comércio Exterior é um órgão integrante do Conselho de Governo que atua na formulação, adoção, implementação e coordenação de políticas e atividades relativas ao comércio exterior de bens e serviços, incluindo o turismo.

A Camex é integrada pelo Ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, que a preside, e pelos ministros Chefe da Casa Civil, das Relações Exteriores, da Fazenda, da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e do Planejamento, Orçamento e Gestão.

Entre as competências da Camex destacam-se: definir diretrizes e procedimentos relativos à implementação da política de comércio exterior visando à inserção competitiva do Brasil na economia internacional; coordenar e orientar as ações dos órgãos que possuem competência na área de comércio exterior; definir diretrizes e orientações sobre normas e procedimentos para a racionalização e simplificação do sistema administrativo; habilitação e credenciamento de empresas para a prática de comércio exterior; nomenclatura de mercadoria; conceituação de exportação e importação; classificação e padronização de produtos; marcação, rotulagem, regras de origem e procedência de mercadorias.

Integram a Camex um Comitê Executivo de Gestão – Gecex, um Comitê de Financiamento e Garantia de Exportações – Cofig, um Conselho Consultivo do Setor Privado – Conex, e uma Secretaria-Executiva.

Ao Gecex cabe supervisionar e determinar aperfeiçoamentos em qualquer trâmite, barreira ou exigência burocrática do comércio exterior.

FCCE

Seminários Bilaterais de Comércio Exterior e Investimentos

Calendário 2005

04 de abril	PORTUGAL	
12 de maio	MARROCOS	
30 de maio	BÉLGICA/LUXEMBURGO	
27 de junho	SUÍÇA	
11 de julho	ARGENTINA	
01 de agosto	VENEZUELA	
29 de agosto	MÉXICO	
03 de outubro	CHILE	
10 de novembro	HOLANDA	
21 de novembro	ITÁLIA	
28 de novembro	POLÔNIA	
12 de dezembro	CANADÁ	

México Principais Produtos

Fonte: SISCOMEX

Seq.	NCM	Descrição
		TOTAL GERAL
		TOTAL DOS PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS
1	87032310	AUTOMÓVEIS C/MOTOR EXPLOSÃO, 1500 < CM3 <= 3000, ATE 6 PASSAG
2	87043190	OUTROS VEÍCULOS AUTOMÓVEIS C/MOTOR EXPLOSÃO, CARGA <= 5T
3	26011100	MINÉRIOS DE FERRO NÃO AGLOMERADOS E SEUS CONCENTRADOS
4	76011000	ALUMINIO NÃO LIGADO EM FORMA BRUTA
5	84073490	OUTROS MOTORES DE EXPLOSÃO, P/VEIC. CAP. 87, SUP. 1000CM3
6	87084090	CAIXAS DE MARCHAS P/VEÍCULOS AUTOMÓVEIS
7	87079090	CARROCARIAS P/VEIC. AUTOMÓV. TRANSP >= 10PESSOAS OU P/CARGA
8	87089990	OUTRAS PARTES E ACESS. P/TRATORES E VEÍCULOS AUTOMÓVEIS
9	72249000	PRODUTOS SEMIMANUFATURADOS, DE OUTRAS LIGAS DE AÇOS
10	84291190	OUTROS "BULLDOZERS" E "ANGLEDOZERS", DE LAGARTAS
11	87019090	OUTROS TRATORES
12	72011000	FERRO FUNDIDO BRUTO NÃO LIGADO, C/PESO <= 0.5% DE FOSFORO
13	87060010	CHASSIS C/MOTOR P/VEICS. AUTOMÓVEIS TRANSP. PESSOAS >= 10
14	40112090	OUTROS PNEUS NOVOS PARA ÔNIBUS OU CAMINHÕES
15	87083900	OUTROS FREIOS E SUAS PARTES, P/TRATORES/VEIC. AUTOMÓVEIS
16	72071200	OUTROS PRODS. SEMIMANUF. FERRO/AÇO, C < 0.25%, SEC. TRANSV. RET
17	84099912	BLOCOS DE CILINDROS, CABEÇOTES, ETC. P/MOTORES DIESEL/SEMI
18	87112010	MOTOCICLETAS C/MOTOR PISTÃO ALTERNAT. 50CM3 < CIL <= 125CM3
19	84111200	TURBORREATORES DE EMPUXO > 25KN
20	85401100	TUBOS CATÓDICOS P/RECEPT. DE TELEVISÃO EM CORES, ETC.
21	84573010	MAQS. DE ESTAÇÕES MÚLTIPLAS, P/TRAB. METAIS, DE CMDO. NUMER.
22	72085100	LAMIN. FERRO/AÇO, QUENTE, L >= 60CM, N/ENROLADO, E > 10MM
23	64022000	CALÇADOS DE BORRACHA/PLAST. C/PARTE SUPER. EM TIRAS, ETC.
24	85299019	OUTRAS PARTES P/APARELHOS TRANSMISSORES/RECEPTORES
25	72071190	OUTS. PRODS. SEMIMANUF. FERRO/AÇO, C < 0.25%, SEC. TRANSV. L < 2E
26	84292090	OUTROS NIVELADORES
27	87032210	AUTOMÓVEIS C/MOTOR EXPLOSÃO, 1000 < CM3 <= 1500, ATE 6 PASSAG
28	64039900	OUTROS CALÇADOS DE COURO NATURAL
29	84295900	OUTRAS PAS MECÂNICAS, ESCAVADORES, CARREGADORAS, ETC.
30	30049069	OUTS. MEDICAM. C/COMP. HETEROCICL. HETEROAT. NITROG. EM DOSES
31	84082090	OUTROS MOTORES DIESEL/SEMIDIESEL, P/VEIC. DO CAP. 87
32	84831010	VIRABREQUINS (CAMBOTAS)
33	72071110	BILLETS DE FERRO/AÇO, C < 0.25%, SEC. TRANSV. QUAD/RET. L < 2E
34	09011110	CAFÉ NÃO TORRADO, NÃO DESCAFEINADO, EM GRÃO
35	84159000	PARTES DE MÁQUINAS E APARELHOS DE AR CONDICIONADO
36	40111000	PNEUS NOVOS PARA AUTOMÓVEIS DE PASSAGEIROS
37	84281000	ELEVADORES E MONTA-CARGAS
38	84099130	CAMISAS DE CILINDRO, PARA MOTORES DE EXPLOSÃO
39	87087090	OUTRAS RODAS, SUAS PARTES E ACESS. P/VEÍCULOS AUTOMÓVEIS
40	72149910	BARRAS DE FERRO/AÇO, LAMIN. ETC. QUENTE, SEC. CIRCULAR
41	64029900	OUTROS CALÇADOS DE BORRACHA OU PLÁSTICO
42	84672100	FURADEIRAS COM MOTOR ELÉTRICO INCORPORADO
43	22071000	ÁLCOOL ETÍLICO N/DESNATURADO C/VOL. TEOR ALCOÓLICO >= 80%
44	84759000	PARTES DE MAQS. P/FABR/TRAB. A QUENTE, DE VIDRO/SUAS OBRAS
45	87012000	TRATORES RODOVIÁRIOS P/SEMI-REBOQUES
46	84143011	MOTOCOMPRESSOR HERMÉTICO, CAPACIDADE < 4700 FRIGORIAS/HORA
47	84295219	OUTS. ESCAVADORAS COM CAPACID. CARGA >= 19M3
48	85030090	PARTES DE OUTROS MOTORES/GERADORES/GRUPOS ELETROG. ETC.
49	72105000	LAMIN. FERRO/AÇO, L >= 6DM, REVEST. OXIDO DE CROMO E/OU CROMO
50	44121900	OUTS. MADEIRAS COMPENSADAS, COM FOLHAS DE ESPESSURA <= 6MM

2005 (Jan/Jun)			2004 (Jan/Jun)			Var. ReL
Valor/US$ F.O.B.	Part. %	Peso /KG	Valor/US$ F.O.B.	Part. %	Peso/Kg	05/04-Jan/Jun
1.955.461.279	**100,00**	**2.355.981.540**	**1.666.564.594**	**100,00**	**2.271.302.514**	**17,33**
1.569.218.814	80,25	1.052.359.453	326.759.329		1.766.802.225	–
633.865.787	32,42	98.770.782	518.929.344	31,14	84.979.078	22,15
53.304.629	2,73	9.751.910	32.574.453	1,95	6.259.961	63,64
40.092.325	2,05	1.515.970.973	25.292.846	1,52	1.288.073.600	58,51
38.154.658	1,95	21.711.107	3.154.129	0,19	1.998.815	–
37.673.844	1,93	3.896.545	38.226.243	2,29	3.499.208	-1,45
34.621.648	1,77	2.659.826	7.463.010	0,45	705.569	363,91
34.398.887	1,76	7.341.123	22.592.510	1,36	5.342.402	52,26
33.683.288	1,72	6.851.363	33.095.326	1,99	7.518.812	1,78
30.893.644	1,58	66.299.046	8.994.331	0,54	27.511.807	243,48
27.933.620	1,43	2.902.569	19.044.248	1,14	2.235.635	46,68
26.988.338	1,38	4.809.465	–	–	–	–
26.928.867	1,38	93.710.000	16.502.786	0,99	101.264.000	63,18
25.595.569	1,31	2.811.653	9.655.108	0,58	1.211.239	165,10
23.927.437	1,22	10.181.085	17.299.504	1,04	7.918.177	38,31
20.205.742	1,03	16.254.465	5.895.495	0,35	3.540.151	242,73
20.194.779	1,03	43.777.767	3.680.842	0,22	12.122.000	448,65
18.244.151	0,93	17.919.318	14.944.451	0,90	14.149.475	22,08
15.702.158	0,80	1.620.313	10.389.724	0,62	1.234.526	51,13
14.999.999	0,77	10.112	–	–	–	–
14.872.856	0,76	4.635.528	7.300.937	0,44	2.660.076	103,71
14.316.362	0,73	704.774	–	–	–	–
12.487.027	0,64	16.223.969	1.817.781	0,11	3.390.635	586,94
10.497.335	0,54	1.136.001	10.430.426	0,63	1.153.680	0,64
10.067.100	0,51	28.355	7.348.694	0,44	37.056	36,99
10.034.012	0,51	31.604.010	–	–	–	–
9.654.858	0,49	1.167.406	12.903.855	0,77	1.815.565	-25,18
8.692.570	0,44	1.333.397	956.583	0,06	161.830	808,71
8.621.116	0,44	385.267	10.665.770	0,64	581.491	-19,17
8.513.829	0,44	1.621.407	8.505.309	0,51	1.847.458	0,10
8.377.321	0,43	26.540	6.632.457	0,40	25.942	26,31
8.082.413	0,41	654.306	2.130.720	0,13	233.992	279,33
7.319.280	0,37	6.529.010	7.640.556	0,46	7.583.900	-4,20
7.224.541	0,37	20.094.771	1.945.055	0,12	5.091.767	271,43
7.173.138	0,37	5.830.020	616.056	0,04	796.800	–
7.018.710	0,36	1.478.317	6.217.016	0,37	1.494.181	12,90
6.787.587	0,35	2.765.558	3.816.693	0,23	1.620.991	77,84
6.717.170	0,34	1.644.862	3.124.458	0,19	875.432	114,99
6.451.171	0,33	3.339.163	4.747.060	0,28	2.059.322	35,90
6.428.730	0,33	2.932.749	4.200.025	0,25	1.696.902	53,06
6.281.654	0,32	9.416.127	7.535.504	0,45	17.371.896	-16,64
6.244.763	0,32	525.881	6.407.356	0,38	599.164	-2,54
6.184.975	0,32	701.725	3.171.777	0,19	337.748	95,00
6.060.157	0,31	17.368.482	8.600.853	0,52	33.866.504	-29,54
5.787.425	0,30	4.341	–	–	–	–
5.719.308	0,29	754.165	4.648.213	0,28	745.847	23,04
5.652.729	0,29	2.125.342	2.421.829	0,15	1.187.283	133,41
5.604.226	0,29	982.024	–	–	–	–
5.600.069	0,29	2.633.120	2.267.216	0,14	1.636.385	147,00
5.581.037	0,29	6.993.190	5.927.088	0,36	11.708.314	-5,84
5.540.455	0,28	11.963.567	4.749.635	0,28	10.553.250	16,65

México Principais Produtos

Fonte: SISCOMEX

Seq.	NCM	Descrição
51	72082690	OUTS. LAMIN. FERRO/AÇO, L >= 6DM, QUENTE, ROLOS, DECAP. 3 <= E < 4MM
52	72029300	FERRONIOBIO
53	72072000	PRODS. SEMIMANUFAT. DE FERRO/AÇO, N/LIGADOS, CARBONO >= 0.25%
54	87082999	OUTRAS PARTES E ACESS. DE CARROÇARIAS P/VEIC. AUTOMÓVEIS
55	85014019	OUTROS MOTORES ELETR. DE CORR. ALTERN. MONOF. 37. 5W < P <= 15KW
56	83099000	ROLHAS, OUTS. TAMPAS E ACESS. P/EMBALAGEM, DE METAIS COMUNS
57	12092900	OUTRAS SEMENTES FORRAGEIRAS, PARA SEMEADURA
58	72101200	LAMIN. FERRO/AÇO, L >= 6DM, ESTANHADO, E < 0.5MM
59	24012040	FUMO N/MANUF. TOTAL/PARC. DESTAL. FLS. SECAS, TIPO "BURLEY"
60	84189900	OUTRAS PARTES DE REFRIGERADORES, CONGELADORES, ETC.
61	39219029	OUTS. CHAPAS, ETC. DE OUTS. PLÁSTICOS, C/SUPORTE OU REFORÇO
62	84672999	OUTRAS FERRAMENTAS COM MOTOR ELETR. INCORP.
63	29224190	ÉSTERES E SAIS, DA LISINA
64	44071000	MADEIRA DE CONÍFERAS, SERRADA/CORTADA EM FLS. ETC. ESP > 6MM
65	84099920	PISTÕES OU EMBOLOS, P/MOTORES DIESEL OU SEMIDIESEL
66	85119000	PARTES DE APARS. DISPOSIT. ELÉTR. IGNIÇÃO, ETC. P/MOTOR EXPL
67	87081000	PARA-CHOQUES E SUAS PARTES P/VEÍCULOS AUTOMÓVEIS
68	84134000	BOMBAS P/CONCRETO (BETAO)
69	73219000	PARTES DE APARELHOS P/COZINHAR, ETC. DE FERRO/AÇO, N/ELETR
70	72149100	BARRAS DE FERRO/AÇO, LAMIN. ETC. QUENTE, SEC. TRANSV. RETANG.
71	85042300	TRANSFORMADOR DE DIELÉTRICO LIQUIDO, POT > 10000KVA
72	87112020	MOTOCICLETAS C/MOTOR PISTÃO ALTERNAT. 125CM3 < CIL <= 250CM3
73	18069000	OUTROS CHOCOLATES E PREPARAÇÕES ALIMENTÍCIAS CONT. CACAU
74	30049099	OUTROS MEDICAM. CONT. PRODS. P/FINS TERAPÊUTICOS, ETC. DOSES
75	72254090	OUTROS LAMIN. DE OUTS. LIGAS AÇOS, QUENTE, L >= 600MM, N/ENROL
76	29181400	ÁCIDO CÍTRICO
77	87089300	EMBREAGENS E SUAS PARTES P/TRATORES/VEÍCULOS AUTOMÓVEIS
78	72085200	LAMIN. FERRO/AÇO, QUENTE, L >= 60CM, N/ENROLADO, 4. 75 <= E <= 10MM
79	84772010	EXTRUSORAS P/MATERIAIS TERMOPLÁSTICOS, DIAM. ROSCA <= 300MM
80	85015310	MOTOR ELÉTR. CORR. ALTERN. TRIF. 75KW < POT <= 7500KW
81	85114000	MOTORES DE ARRANQUE P/MOTOR EXPLOSÃO/DIESEL
82	72164010	PERFIS DE FERRO/AÇO, EM L, T, LAMIN. ETC. QUENTE, 8 <= H <= 20CM
83	84553010	CILINDROS DE LAMINADORES, FUNDIDOS, DE AÇO/FERRO NODULAR
84	84099112	BLOCOS DE CILINDROS, CABEÇOTES, ETC. P/MOTORES DE EXPLOSÃO
85	84148021	OUTS. TURBOALIMENT. DE AR, P <= 50KG, P/MOTOR EXPLOSÃO/DIESEL
86	85122011	FARÓIS P/AUTOMÓVEIS E OUTROS CICLOS
87	52093200	TECIDO DE ALGODÃO >= 85%, TINTO, PONTO SARJADO, PESO > 200G/M2
88	72162100	PERFIS DE FERRO/AÇO, EM L, LAMIN. ETC. A QUENTE, H < 8CM
89	39122029	OUTROS NITRATOS DE CELULOSE, SEM CARGA, EM FORMA PRIMÁRIA
90	84101300	TURBINAS E RODAS HIDRÁULICAS, DE POTÊNCIA > 10000KW
91	84099190	OUTRAS PARTES PARA MOTORES DE EXPLOSÃO
92	94036000	OUTROS MÓVEIS DE MADEIRA
93	85252022	TERMINAIS PORTÁTEIS DE TELEFONIA CELULAR
94	42061000	CORDAS DE TRIPA
95	44121400	MADEIRA COMPENSADA C/FLS <= 6MM, FACE DE MADEIRA N/CONIFER
96	72111400	OUTROS LAMIN. FERRO/AÇO, L < 6DM, QUENTE, E >= 4. 75MM
97	87088000	AMORTECEDORES DE SUSPENSÃO P/TRATORES E VEIC. AUTOMÓVEIS
98	84833020	BRONZES
99	73211100	APARELHOS P/COZINHAR/AQUECER, DE FERRO, ETC. COMBUSTÍV. GÁS
100	73269000	OUTRAS OBRAS DE FERRO OU AÇO
		DEMAIS PRODUTOS

2005 (Jan/Jun)			2004 (Jan/Jun)			Var. ReL
Valor/US$ F.O.B.	Part. %	Peso /KG	Valor/US$ F.O.B.	Part. %	Peso/Kg	05/04-Jan/Jun
5.526.373	0,28	10.378.650	4.167.946	0,25	11.507.440	32,59
5.512.912	0,28	689.605	2.857.484	0,17	352.003	92,93
5.328.158	0,27	9.086.160	2.231.696	0,13	5.974.404	138,75
5.264.501	0,27	832.892	4.334.370	0,26	700.340	21,46
5.129.858	0,26	2.159.813	8.809.610	0,53	4.753.797	-41,77
5.078.364	0,26	1.677.958	3.002.130	0,18	826.477	69,16
4.505.691	0,23	1.409.846	5.511.178	0,33	1.507.564	-18,24
3.932.272	0,20	4.831.108	3.885.032	0,23	6.557.461	1,22
3.905.103	0,20	1.282.560	–	–	–	–
3.894.890	0,20	1.790.461	2.538.611	0,15	1.221.583	53,43
3.776.273	0,19	971.828	7.581	–	3.525	–
3.759.665	0,19	388.754	1.773.400	0,11	186.061	112,00
3.677.011	0,19	4.539.700	6.945.125	0,42	2.890.500	-47,06
3.675.972	0,19	11.895.729	3.484.072	0,21	13.693.011	5,51
3.651.023	0,19	606.211	3.598.130	0,22	410.448	1,47
3.650.340	0,19	438.648	1.838.570	0,11	225.268	98,54
3.443.727	0,18	427.706	2.566.089	0,15	431.080	34,20
3.429.435	0,18	285.000	697.550	0,04	60.000	391,64
3.424.825	0,18	998.024	5.217.254	0,31	2.290.098	-34,36
3.424.700	0,18	6.824.099	1.554.015	0,09	5.818.881	120,38
3.410.380	0,17	719.389	2.602.188	0,16	549.601	31,06
3.376.035	0,17	295.584	777.433	0,05	62.921	334,25
3.347.786	0,17	747.822	3.787.948	0,23	725.317	-11,62
3.326.440	0,17	100.931	5.419.606	0,33	84.251	-38,62
3.223.122	0,16	1.912.631	–	–	–	–
3.113.026	0,16	3.300.000	1.825.864	0,11	2.290.000	70,50
3.070.103	0,16	666.978	2.908.667	0,17	1.615.417	5,55
3.056.707	0,16	3.868.713	437.970	0,03	821.707	597,93
3.053.838	0,16	139.134	803.170	0,05	66.356	280,22
2.989.167	0,15	424.254	1.265.404	0,08	205.217	136,22
2.973.189	0,15	340.746	1.592.711	0,10	189.638	86,67
2.891.346	0,15	6.048.899	25.915	–	99.674	–
2.830.043	0,14	1.076.797	929.268	0,06	394.711	204,55
2.816.376	0,14	2.180.151	184.704	0,01	18.132	–
2.810.991	0,14	113.496	600.975	0,04	25.314	367,74
2.706.196	0,14	216.193	2.480.366	0,15	202.613	9,10
2.704.870	0,14	496.848	1.984.899	0,12	362.289	36,27
2.700.978	0,14	5.573.216	1.784.127	0,11	6.590.611	51,39
2.693.248	0,14	1.232.310	2.282.907	0,14	1.199.935	17,97
2.662.348	0,14	96.030	–	–	–	–
2.611.696	0,13	106.228	3.267.267	0,20	155.398	-20,06
2.554.816	0,13	1.603.386	3.024.701	0,18	1.910.849	-15,53
2.538.031	0,13	10.764	285.394	0,02	441	789,31
2.520.468	0,13	1.119	2.897.315	0,17	1.139	-13,01
2.471.803	0,13	3.771.524	460.252	0,03	971.153	437,05
2.445.066	0,13	3.628.220	2.689.534	0,16	5.550.944	-9,09
2.384.742	0,12	636.855	1.693.875	0,10	542.506	40,79
2.357.095	0,12	173.505	1.187.566	0,07	152.713	98,48
2.297.592	0,12	821.679	4.398.155	0,26	1.332.833	-47,76
2.286.929	0,12	1.808.185	1.278.157	0,08	572.738	78,92
386.242.465	19,75	167.502.405	614.205.141	36,85	504.500.289	-37,12

México Principais Produtos

Fonte: SISCOMEX

Seq.	NCM	Descrição
		TOTAL GERAL
		TOTAL DOS PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS
1	85401100	TUBOS CATÓDICOS P/RECEPT. DE TELEVISÃO EM CORES, ETC.
2	84073490	OUTROS MOTORES DE EXPLOSÃO, P/VEIC. CAP. 87, SUP. 1000CM3
3	29173700	TEREFTALATO DE DIMETILA
4	87032310	AUTOMÓVEIS C/MOTOR EXPLOSÃO, 1500 < CM3 <= 3000, ATE 6 PASSAG
5	29153200	ACETATO DE VINILA
6	32061111	PIGMENTO RUTILO, PARTÍCULA >= 0.6 MICRONS, C/MODIFICADORES
7	87089990	OUTRAS PARTES E ACESS. P/TRATORES E VEÍCULOS AUTOMÓVEIS
8	85299019	OUTRAS PARTES P/APARELHOS TRANSMISSORES/RECEPTORES
9	39076000	TEREFTALATO DE POLIETILENO EM FORMA PRIMÁRIA
10	87042110	CHASSIS C/MOTOR DIESEL E CABINA, P/CARGA <= 5T
11	70052900	OUTS. CHAPAS/FLS. DE VIDRO FLOTADO, DESBASTADO, ETC. N/ARMAD
12	85272190	OUTS. APARS. RECEP. RADIODIF. C/APARS. SOM, P/VEIC. AUTOMÓVEIS
13	32061119	OUTS. PIGMENTOS TIPO RUTILO, C/DIÓXIDO TITÂNIO >= 80% SECO
14	39033020	COPOLÍMEROS DE ACRILONITRILA-BUTADIENO-ESTIRENO, S/CARGA
15	29411020	AMOXICILINA E SEUS SAIS
16	90328911	REGULADORES ELETRÔNICOS, DE VOLTAGEM, AUTOMÁTICOS
17	29012100	ETILENO NÃO SATURADO
18	84831010	VIRABREQUINS (CAMBOTAS)
19	40022090	BORRACHA DE BUTADIENO (BR), EM CHAPAS, FOLHAS, TIRAS, ETC.
20	84733027	CARTUCHOS DE TINTA, P/IMPRESSORAS
21	87082999	OUTRAS PARTES E ACESS. DE CARROÇARIAS P/VEIC. AUTOMÓVEIS
22	84733025	CABEÇA DE IMPRESSÃO TÉRMICA/JATO DE TINTA, P/IMPRESSORA
23	29309094	DIMETILTIOFOSFORAMIDA
24	85179010	CIRCUITO IMPRESSO MONTADO P/TELEFONIA, ETC.
25	85299020	OUTS. PARTES P/APARELHOS RECEPT. RADIODIF. TELEVISÃO, ETC.
26	84733029	OUTS. PARTES E ACESS. DE IMPRESSORAS/TRAÇADORES GRÁFICOS
27	85422921	OUTS. CIRCUITOS INTEGRAD. DIGITAIS-ANALÓGICOS
28	85175010	MODULADORES/DEMODULADORES (MODENS)
29	39269090	OUTRAS OBRAS DE PLÁSTICOS
30	30066000	PREPARS. QUIMS. CONTRACEPTIVAS, DE HORMÔNIOS/ESPERMICIDAS
31	28241000	MONÓXIDO DE CHUMBO (LITARGIRIO, MASSICOTE)
32	30049099	OUTROS MEDICAM. CONT. PRODS. P/FINS TERAPÊUTICOS, ETC. DOSES
33	84082020	MOTORES DIESEL/SEMIDIESEL, P/VEIC. CAP. 87, 1500 < CM3 <= 2500
34	39072039	OUTROS POLIETERPOLIOIS, EM FORMAS PRIMÁRIAS
35	38011000	GRAFITA ARTIFICIAL
36	70109090	OUTS. GARRAFÕES, GARRAFAS, FRASCOS, ETC. DE VIDRO
37	30049029	OUTS. MEDICAM. C/AC. MONOCARBOXIL. ACICL. N/SAT. ETC. EM DOSES
38	84715010	UNID. PROC. DIGIT. PEQ. CAP. BASE MICROPROCESS. FOB <= US$12500
39	85422929	OUTS. CIRCUITOS INTEGRADOS MONOLIT. MONTADOS
40	30043100	MEDICAMENTO CONTENDO INSULINA, EM DOSES
41	39039090	OUTROS POLÍMEROS DE ESTIRENO, EM FORMAS PRIMÁRIAS
42	85114000	MOTORES DE ARRANQUE P/MOTOR EXPLOSÃO/DIESEL
43	30041012	MEDICAMENTO CONTENDO AMOXICILINA OU SEUS SAIS, EM DOSES
44	84818092	VÁLVULAS SOLENÓIDES
45	85444100	OUTS. CONDUTORES ELETR. MUNIDOS PEÇAS CONEXÃO, TENSÃO <= 80V
46	84159000	PARTES DE MÁQUINAS E APARELHOS DE AR CONDICIONADO
47	90328925	CONTROLADORES ELETRÔN. P/SIST. DE INJEÇÃO, AUTOMÁTICOS
48	83012000	FECHADURAS DE METAIS COMUNS, P/VEÍCULOS AUTOMÓVEIS
49	32099020	VERNIZES DE OUTS. POLIM. SINT. ETC. DISPERS/DISSOLV. AQUOSO
50	30039079	MEDICAM. C/OUTS. COMP. HETEROC. HETEROAT. NITROG. EXC. DOSES

2005 (Jan/Jun)			2004 (Jan/Jun)			Var. ReL
Valor/US$ F.O.B.	Part. %	Peso /KG	Valor/US$ F.O.B.	Part. %	Peso/Kg	05/04-Jan/Jun
396.583.934	**100,00**	**185.495.959**	**330.220.452**	**100,00**	**167.590.114**	**20,10**
306.106.314	77,19	133.138.714	220.041.640		96.014.779	
30.496.940	7,69	11.906.776	38.087.993	11,53	13.321.778	-19,93
26.367.360	6,65	2.871.602	22.719.354	6,88	2.333.210	16,06
16.758.983	4,23	20.500.000	11.056.918	3,35	18.500.000	51,57
13.599.872	3,43	1.317.186	3.946.923	1,20	456.121	244,57
12.470.805	3,14	12.781.529	5.895.058	1,79	8.268.255	111,55
10.833.279	2,73	6.660.000	11.039.059	3,34	7.320.000	-1,86
10.558.878	2,66	2.170.087	7.860.648	2,38	1.428.343	34,33
9.571.429	2,41	75.556	6.631.041	2,01	88.118	44,34
8.706.706	2,20	6.446.216	5.129.923	1,55	4.860.290	69,72
7.755.355	1,96	1.147.570	–	–	–	–
6.965.374	1,76	23.635.259	2.100.769	0,64	7.593.802	231,56
6.865.446	1,73	91.949	4.099.797	1,24	37.882	67,46
6.353.710	1,60	3.300.000	3.262.551	0,99	1.929.000	94,75
5.808.799	1,46	3.931.360	6.508.050	1,97	6.576.902	-10,74
5.540.040	1,40	178.275	3.815.584	1,16	105.875	45,20
4.883.918	1,23	64.340	3.466.866	1,05	46.391	40,87
3.649.872	0,92	3.927.743	–	–	–	–
3.611.903	0,91	333.480	2.559.328	0,78	256.043	41,13
3.061.160	0,77	1.951.428	229.471	0,07	170.796	–
3.059.274	0,77	79.478	580.333	0,18	49.852	427,16
3.044.417	0,77	227.492	2.579.918	0,78	196.793	18,00
2.909.197	0,73	30.653	2.005.852	0,61	19.003	45,04
2.870.189	0,72	954.250	2.840.618	0,86	1.050.090	1,04
2.643.076	0,67	2.419	628.643	0,19	3.867	320,44
2.541.417	0,64	285.709	3.446.438	1,04	273.225	-26,26
2.353.584	0,59	112.344	1.808.454	0,55	81.689	30,14
2.256.084	0,57	481	608.726	0,18	561	270,62
2.203.175	0,56	89.876	42.236	0,01	914	–
2.200.059	0,55	361.697	2.234.871	0,68	395.997	-1,56
2.165.298	0,55	36.443	2.173.309	0,66	35.342	-0,37
2.113.605	0,53	1.725.000	2.301.519	0,70	2.364.000	-8,16
2.076.074	0,52	405.895	2.345.016	0,71	367.584	-11,47
1.901.991	0,48	228.515	2.635.007	0,80	324.870	-27,82
1.888.035	0,48	1.223.055	189.461	0,06	146.585	896,53
1.844.162	0,47	817.230	1.636.428	0,50	799.649	12,69
1.831.919	0,46	598.498	701.619	0,21	222.672	161,10
1.823.471	0,46	331.093	2.853.806	0,86	385.873	-36,10
1.774.815	0,45	26.480	1.773.776	0,54	32.961	0,06
1.736.296	0,44	1.209	727.492	0,22	456	138,67
1.683.759	0,42	13.773	599.942	0,18	3.607	180,65
1.653.696	0,42	820.286	152.501	0,05	112.144	984,38
1.600.598	0,40	233.002	1.293.603	0,39	207.606	23,73
1.578.734	0,40	82.963	227.648	0,07	13.835	593,50
1.478.208	0,37	39.448	1.478.358	0,45	38.975	-0,01
1.452.702	0,37	44.126	1.669.956	0,51	45.795	-13,01
1.432.256	0,36	62.395	11.950	–	740	–
1.413.321	0,36	30.844	1.506.766	0,46	31.224	-6,20
1.400.035	0,35	79.890	914.319	0,28	40.395	53,12
1.391.820	0,35	990.072	40.262	0,01	36.000	–
1.380.250	0,35	488	1.205.250	0,36	423	14,52

México Principais Produtos

Fonte: SISCOMEX

Seq.	NCM	Descrição
51	85119000	PARTES DE APARS. DISPOSIT. ELÉTR. IGNIÇÃO, ETC. P/MOTOR EXPL
52	38249089	OUTROS PRODS. E PREPARS. A BASE DE COMPOSTOS ORGÂNICOS
53	84812010	VÁLVULAS ROTATIVAS, DE CAIXAS DE DIREÇÃO HIDRÁULICA
54	85421000	CARTÕES MUNIDOS DE UM CIRCUITO INTEGR. ELETRÔN
55	85043199	OUTROS TRANSFORMADORES ELÉTR. POT <= 1KVA
56	32099011	TINTAS DE POLITETRAFLUORETILENO, DISPERS/DISSOLV. AQUOSO
57	38249029	OUTS. DERIVADOS DE ÁCIDOS GRAXOS INDUSTRIAIS, PREPARS. ETC
58	85447010	CABOS DE FIBRAS ÓPTICAS REV. EXT. DE MATERIAL DIELÉTR.
59	73261900	OUTRAS OBRAS FORJADAS/ESTAMPADAS, DE FERRO OU AÇO
60	39021010	POLIPROPILENO COM CARGA, EM FORMA PRIMÁRIA
61	30045090	MEDICAMENTO C/OUTS. VITAMINAS/PROVITAMINAS, ETC. EM DOSES
62	34021300	AGENTES ORGÂNICOS DE SUPERFÍCIE, NÃO IÔNICOS
63	21069050	GOMAS DE MASCAR, SEM AÇÚCAR
64	84717032	UNIDADES DE FITAS MAGNÉTICAS, P/CARTUCHOS
65	55033000	FIBRAS ACRÍLICAS OU MODACRÍLICAS, NÃO CARDADAS, ETC.
66	85422123	MICROCONTROLADORES MONTADOS P/MONTAG. SUPERF.
67	85171100	APARS. TELEFÔN. POR FIO CONJUG. C/APAR. TELEF. PORTÁT. S/FIO
68	55032000	FIBRAS DE POLIÉSTERES, NÃO CARDADAS, NÃO PENTEADAS, ETC.
69	21021000	LEVEDURAS VIVAS
70	84099911	BIELAS PARA MOTORES DIESEL OU SEMIDIESEL
71	84213920	DEPURADOR POR CONVERS. CATALÍTICA DE GASES DE ESCAP. VEIC
72	38029010	FARINHAS SILICIOSAS FÓSSEIS (ATIVADAS)
73	30049039	OUTROS MEDICAM. C/COMPOSTOS DE FUNÇÃO AMINA, ETC. EM DOSES
74	30049059	OUTS. MEDICAMENTOS C/PRODS. POS. 2930 A 2932, ETC. EM DOSES
75	25120000	FARINHAS SILICIOSAS FÓSSEIS/OUTS. TERRAS SILICIOSAS, D <= 1
76	74111010	TUBOS DE COBRE REFINADO, NÃO ALETADOS NEM RANHURADOS
77	30032099	MEDICAMENTO CONTENDO OUTROS ANTIBIÓTICOS, EXC. EM DOSES
78	90262090	OUTS. INSTRUMENTOS E APARS. P/MEDIDA/CONTROLE DA PRESSÃO
79	29034200	DICLORODIFLUORMETANO
80	84733049	OUTS. CIRCUITOS IMPRESSOS P/MÁQUINAS AUTOMÁT. PROC. DADOS
81	90328929	OUTROS CONTROLADORES ELETRÔN. AUTOMAT. P/VEIC. AUTOMÓVEIS
82	32041913	OUTRAS PREPARAÇÕES P/COLORIR ALIMENTOS
83	84719019	OUTROS LEITORES OU GRAVADORES, DE PROCESSAMENTO DE DADOS
84	70052100	CHAPAS/FLS. DE VIDRO FLOTADO, ETC. N/ARMADAS, CORADO, ETC.
85	85412920	OUTROS TRANSISTORES, MONTADOS, EXC. OS FOTOTRANSISTORES
86	85422129	OUTS. CIRCUITOS INTEGRAD. MONOLIT. DIGIT. MONTAD.
87	84822090	OUTROS ROLAMENTOS DE ROLETES CÔNICOS
88	85409110	BOBINAS DE DEFLEXÃO (YOKES) P/TUBOS CATÓDICOS
89	30049069	OUTS. MEDICAM. C/COMP. HETEROCICL. HETEROAT. NITROG. EM DOSES
90	85252030	APARELHOS TRANSM/RECEP. DO TIPO MODULADOR–DEMODULADOR
91	87089100	RADIADORES P/TRATORES E VEÍCULOS AUTOMÓVEIS
92	84099912	BLOCOS DE CILINDROS, CABEÇOTES, ETC. P/MOTORES DIESEL/SEMI
93	85441100	FIOS DE COBRE P/BOBINAR, ISOLADOS P/USO ELETR.
94	84509090	PARTES DE MAQS. DE LAVAR ROUPA, CAP <= 10KG DE ROUPA SECA
95	87083900	OUTROS FREIOS E SUAS PARTES, P/TRATORES/VEIC. AUTOMÓVEIS
96	84199020	PARTES DE COLUNAS DE DESTILAÇÃO OU DE RETIFICAÇÃO
97	84716025	IMPRESSORAS C/VI < 30PPM, A "LASER", ETC. MONOCROM. LI <= 420MM
98	28369200	CARBONATO DE ESTRÔNCIO
99	87082995	INFLADOR DE BOLSA DE AR P/DISPOSIT. SEGURANÇA P/AUTOMÓV.
100	26131010	MOLIBDENITA USTULADA (MINÉRIOS DE MOLIBDENIO)
		DEMAIS PRODUTOS

2005 (Jan/Jun)			2004 (Jan/Jun)			Var. ReL
Valor/US$ F.O.B.	Part. %	Peso /KG	Valor/US$ F.O.B.	Part. %	Peso/Kg	05/04-Jan/Jun
1.358.113	0,34	219.904	1.213.915	0,37	152.709	11,88
1.353.627	0,34	402.622	968.753	0,29	245.903	39,73
1.344.019	0,34	25.390	826.576	0,25	17.223	62,60
1.321.315	0,33	4.289	736.985	0,22	4.134	79,29
1.313.103	0,33	44.530	624.115	0,19	25.467	110,39
1.310.927	0,33	1.099.990	464.641	0,14	415.605	182,14
1.262.195	0,32	821.400	550.764	0,17	331.155	129,17
1.239.364	0,31	132.112	22.150	0,01	193	–
1.226.317	0,31	454.027	39.359	0,01	10.521	–
1.216.108	0,31	623.500	1.282.775	0,39	736.825	-5,20
1.194.545	0,30	100.224	1.449.183	0,44	104.641	-17,57
1.191.152	0,30	683.016	1.087.478	0,33	746.411	9,53
1.189.073	0,30	245.150	992.416	0,30	221.950	19,82
1.186.763	0,30	10.853	921.782	0,28	8.239	28,75
1.184.680	0,30	531.428	130.390	0,04	63.861	808,57
1.118.656	0,28	2.406	209.307	0,06	126	434,46
1.085.272	0,27	29.656	422.850	0,13	12.423	156,66
1.075.144	0,27	787.733	719.248	0,22	620.200	49,48
1.042.363	0,26	573.440	436.064	0,13	237.660	139,04
1.032.452	0,26	157.397	596.914	0,18	87.089	72,96
1.028.427	0,26	46.484	978.565	0,30	53.830	5,10
1.009.239	0,25	3.197.218	541.966	0,16	2.087.833	86,22
1.007.704	0,25	127.082	1.404.355	0,43	128.474	-28,24
982.554	0,25	4.034	7.254.262	2,20	48.942	-86,46
981.684	0,25	3.169.508	750.803	0,23	2.570.308	30,75
968.805	0,24	251.138	289.466	0,09	85.780	234,69
942.194	0,24	2.025	13.500	–	75	–
936.729	0,24	9.021	858.128	0,26	7.129	9,16
934.142	0,24	299.910	1.072.633	0,32	433.520	–12,91
930.028	0,23	4.628	1.174.808	0,36	5.744	–20,84
923.697	0,23	7.731	698.432	0,21	5.565	32,25
914.377	0,23	154.803	674.209	0,20	105.227	35,62
912.239	0,23	3.064	548.199	0,17	1.367	66,41
900.110	0,23	2.499.012	1.096.237	0,33	3.284.530	–17,89
894.803	0,23	5.215	267.336	0,08	1.500	234,71
893.834	0,23	932	773.717	0,23	712	15,52
859.248	0,22	58.229	–	–	–	–
850.458	0,21	83.922	1.093.284	0,33	80.208	–22,21
849.451	0,21	11.574	1.119.213	0,34	9.336	–24,10
839.136	0,21	991	3.738	–	3	–
835.574	0,21	61.872	626.881	0,19	48.842	33,29
827.591	0,21	106.123	1.436.986	0,44	179.305	–42,41
817.106	0,21	173.803	485.680	0,15	113.743	68,24
813.177	0,21	14.199	–	–	–	–
775.701	0,20	654.470	173.224	0,05	150.949	347,80
756.712	0,19	28.387	99.120	0,03	4.061	663,43
753.959	0,19	59.777	4.265	–	60	–
749.112	0,19	1.872.000	768.136	0,23	1.958.500	–2,48
709.458	0,18	39.035	515.422	0,16	31.368	37,65
702.531	0,18	18.000	–	–	–	–
90.477.620	22,81	52.357.245	110.178.812	33,37	71.575.335	–17,88

Crescimento sólido

O Fundo Monetário Internacional – FMI considera que a expansão econômica na América Latina tem uma base sólida, bem diferente da que existiu no passado, o que gera otimismo sobre o futuro, principalmente em países como o Brasil e o México. Segundo Anoop Singh, Diretor do Departamento de América Latina do FMI, o continente latino-americano pode estar quebrando a oscilação entre ciclos de alto crescimento e quedas vertiginosas. Singh apontou Brasil e México como países que hoje se beneficiam de reformas feitas anteriormente, e realçou que o Brasil mantém boas perspectivas de crescimento, pois a expansão de sua economia se baseia em exportações diversificadas para diferentes países. O Diretor do Departamento da América Latina destacou, ainda, que o México tem uma política macroeconômica invejável.

ABRA PRESS
AGÊNCIA BRASILEIRA DE IMPRENSA

A Revista dos Seminários Bilaterais de Comércio Exterior e Investimento, organizados pela FCCE, 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

O lado positivo

Ao responder a um questionamento feito por um participante do Seminário Bilateral de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-México, a Embaixadora do México, Cecília Soto Gonzáles, declarou que é preciso sempre ver o lado positivo da realidade.

"A Petrobras avalia que há incerteza sobre a atuação de empresas estrangeiras no México. É claro que nossa legislação atual precisa se modificar para não trazer incerteza jurídica. As empresas sabem disto, o que nos faz apreciar ainda mais o gesto da Petrobras de atuar no México. É porque temos comércio que temos problemas. Vamos limpar a mesa e discutir. Esta é a forma positiva de ver as coisas. Por exemplo, na semana passada, o México, por meio da Pemex, aumentou seus investimentos no Brasil em US$ 500 milhões".

Crescimento latino-americano

A economia da América Latina crescerá em ritmo menor em 2005, principalmente por causa de políticas monetárias de controle da inflação praticadas pelo México e pelo Brasil. A previsão de expansão econômica na região é de 4,2%, enquanto em 2004 foi de 5,7%. A informação está no relatório anual da Conferência da ONU sobre Comércio e Desenvolvimento – UNCTAD.

O relatório informa que a taxa básica de juros brasileira esteve próxima de 20%, quando a inflação no ano passado ficou entre 6% e 7%. Este fato provoca queda de investimento e de consumo, o que pode afetar negativamente os manufaturados, a construção, o comércio e as comunicações. A UNCTAD sugere que os países em desenvolvimento usem os seus ganhos com a alta dos preços das *commodities* exportadas para investir em infra-estrutura e capacitação industrial. Recomenda também que os exportadores diversifiquem os produtos oferecidos e busquem novos mercados.

"O Brasil tem tido, nos últimos dez anos, uma posição pró-ativa e tem expandido seus mercados, sendo considerado um dos grandes jogadores neste cenário, com potencial de ganho de apropriação dos benefícios derivados da exportação", afirmou Renato Baumann, diretor do Brasil na Comissão Econômica para a América Latina e Caribe – CEPAL.

Reencontro

O Seminário de Comércio Exterior e Investimentos Brasil-México reuniu três colegas que há algum tempo não se viam: Antonio Carlos Mourão Bonetti, Presidente da Câmara de Indústria, Comércio e Turismo Brasil-México, Cinésio Sampaio Góes, Cônsul do Brasil em

Milão, e o anfitrião João Augusto de Souza Lima, Presidente da Federação das Câmaras de Comércio Exterior. Eles estudaram juntos,em São Paulo, no tradicional Colégio São Luís, dirigido pelos padres jesuítas.

Ética nos negócios

O país mais ético e sustentável para negócios na América Latina é o Chile. Em segundo lugar vem o México, em terceiro a Argentina e, em quinto, o Brasil, empatado com a Venezuela. A conclusão é de uma pesquisa realizada pela empresa espanhola Management & Excellence, especializada em estudos que ajudam os investidores estrangeiros a avaliar os países onde vão aplicar recursos.

A empresa ressaltou que, após a redemocratização, o Chile transformou-se numa economia aberta e moderna, tendo sido o primeiro país latino-americano a investir em governança corporativa, ampliando os direitos dos acionistas e aumentando os poderes de diretores independentes.

O México foi beneficiado pela proximidade econômica com os Estados Unidos, o que incentivou o crescimento do seu PIB. Desde 1994, quando o NAFTA entrou em vigor , o intercâmbio comercial entre os dois países cresceu 175%. O PIB *per capita* mexicano é hoje maior do que o chileno.

A Argentina foi prejudicada pela crise econômica de 2001 e tem uma dívida pública que corresponde a 65% do seu PIB. Mesmo assim, ela é forte em setores estratégicos, como educação.

Segundo a pesquisa, o Brasil tem uma boa governança corporativa, mas empata com a Colômbia em crime e desemprego. Corrupção e mau desempenho em educação foram os setores que mais prejudicaram a *performance* brasileira.

A Venezuela empatou com o Brasil. Ela tem um índice de inflação alto (31%) e obteve baixa pontuação em matéria de liberdade econômica.

EM BREVE

Manuais de Procedimentos e Informações
Brasil-Portugal, Brasil-Marrocos, Brasil-Bélgica/Luxemburgo, Brasil-Suíça, Brasil-Argentina, Brasil-Venezuela e Brasil-México

Leite para os mexicanos

O Brasil tem investido na qualidade do leite que produz e seus derivados, com medidas como resfriamento na própria propriedade em que ele é produzido e transporte granelizado. Estas iniciativas ajudaram a fazer com que, em 2005, os laticínios brasileiros tivessem permissão para ser exportados para o México, um dos maiores compradores mundiais destes produtos.

Por enquanto, apenas duas indústrias nacionais estão autorizadas a comerciar com os mexicanos e 18 estão pleiteando fazê-lo, com a proposta de vender também leite em pó e leite condensado.

Segundo Marcelo Pereira de Carvalho, da Agropoint Consultoria, o Brasil tem condições de ocupar cerca de 15% do mercado mexicano do setor, o que equivaleria a 24 mil toneladas por ano.

Meta de exportações com revisão positiva

O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior alterou a meta de exportação deste ano para um patamar mais agressivo. Prevista inicialmente para US$ 112 bilhões, ela será atingida antes do final do ano, o que permite uma revisão positiva. As projeções de vendas ao exterior para 2006, que inicialmente estavam fixadas em US$ 120 bilhões, também sofrerão alteração. O Ministro Furlan estima que a participação do comércio exterior no Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro deverá atingir 30% em 2006.

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 Fragoso Pires

Laerte Setúbal Filho

Milton Cabral

Nilo Neme *(Vice-Presidente)*

Paulo D'Arrigo Vellinho

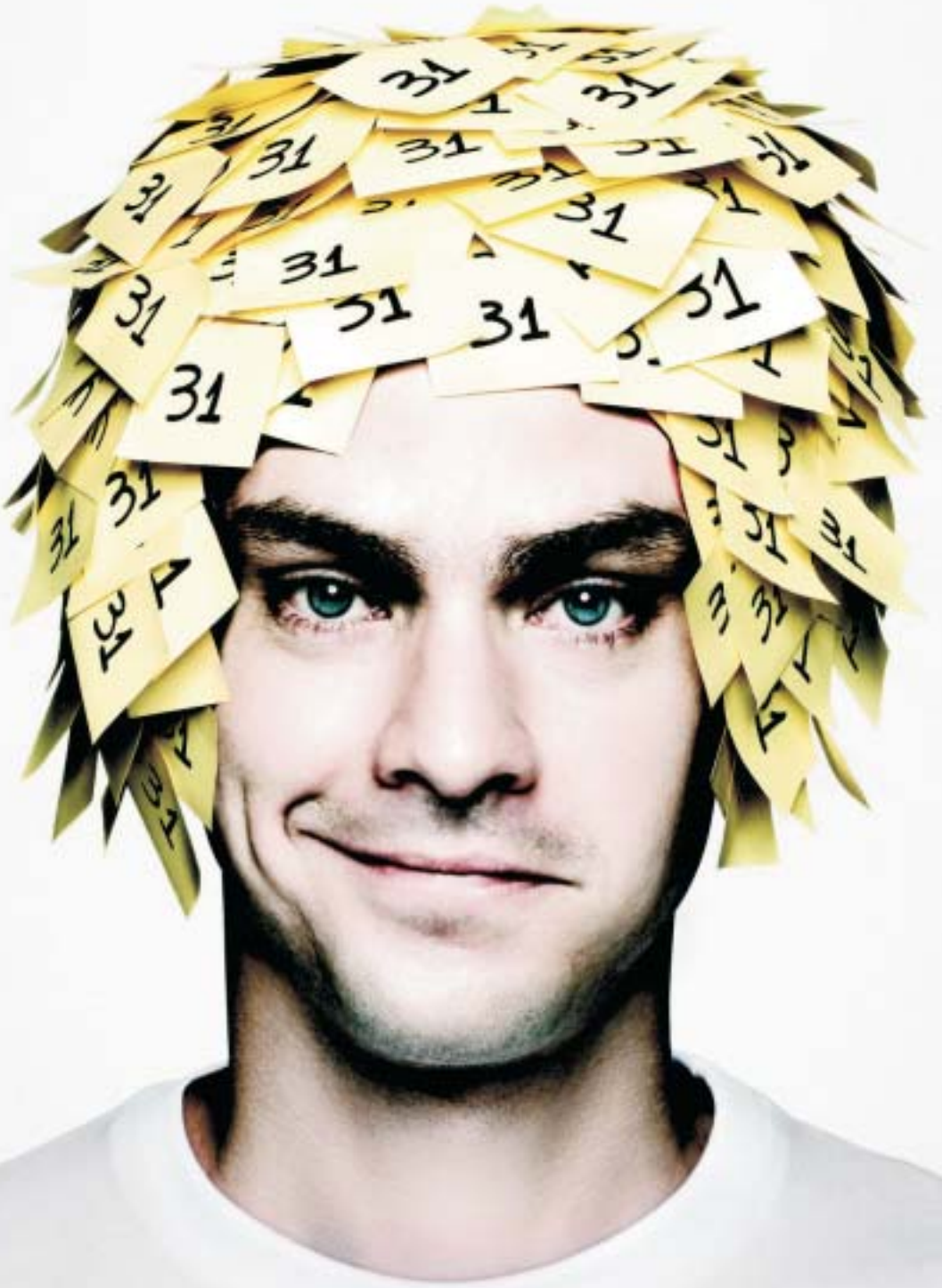
Paulo Pires do Rio

Paulo Tarso Flecha de Lima

Philippe Tasso de Saxe-Coburgo e Bragança

Theóphilo de Azeredo Santos

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



Pelo terceiro ano, o 31 se destacou como o código mais lembrado do país, ganhando o Prêmio Top of Mind* no segmento de longa distância. Nada mais justo para o 31, código mais utilizado pelos brasileiros para realizar ligações para perto, para longe, para qualquer lugar do Brasil e do mundo**. É por isso que o 31 é pra você, pra mim, pra ele, pra nós, pra todo mundo ligar a qualquer hora.

grupo TELEMAR

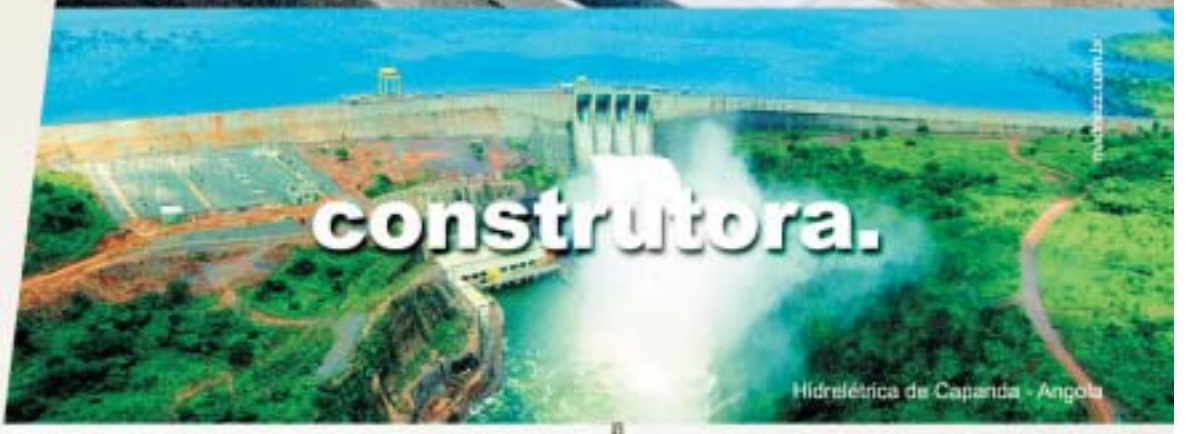
31
é pra você

DDD: 0 + 31 + cód. da cidade + nº do telefone.

DDI: 00 + 31 + cód. do país + cód. da cidade + nº do telefone.

* 2002 - 2003 - 2004 - Vencedor do Prêmio Top of Mind da Folha de São Paulo. ** Segundo dados da Anatel (junho 2004).

Projeto de Irrigação Chavimochic - Peru



Hidrelétrica de Capanda - Angola

Segunda ponte sobre o Rio Orinoco - Venezuela

Metrô de Lisboa - Portugal

A Odebrecht, ao exportar serviços de engenharia, além de contribuir com tecnologia e conhecimento para o desenvolvimento dos países em que atua, gera divisas para o Brasil e proporciona condições para que pequenas e médias empresas nacionais também ampliem sua presença no exterior. Operando há mais de 25 anos fora do Brasil, com atividades na América Latina e Caribe, América do Norte, África, Oriente Médio e Europa, a Odebrecht é a maior exportadora brasileira de serviços e suas atividades no exterior beneficiam todos: os países importadores dos serviços de engenharia, a cadeia produtiva brasileira e as comunidades para as quais trabalha.

ODEBRECHT

Engenharia e Construção

www.odebrecht.com