



MRE realiza painel sobre promoção comercial

O Ministério das Relações Exteriores realizou o painel “Promoção Comercial” no dia 14 de março, no Palácio Itamaraty, em Brasília, com o apoio da Fundação Alexandre de Gusmão (FUNAG).

O evento ocorreu no âmbito da série de debates intitulados “Diálogos sobre Política Externa”, que pretendeu discutir as linhas gerais e os principais temas da política externa brasileira, entre 26 de fevereiro e 2 de abril.

O painel – que reuniu embaixadores, representantes de Ministérios, de instituições de promoção comercial e de empresas – foi uma oportunidade única para discussão de temas como promoção comercial, atração de investimentos e internacionalização de empresas.

Durante o evento, foram apresentados comentários, sugestões e demandas, que contribuirão para o aprimoramento do trabalho do Departamento de Promoção Comercial e Investimentos (DPR) e da rede de Setores de Promoção Comercial (SECOMs) no atendimento ao empresariado nacional, bem como para a elaboração do Livro Branco da Política Externa, que definirá as principais diretrizes de atuação na área.

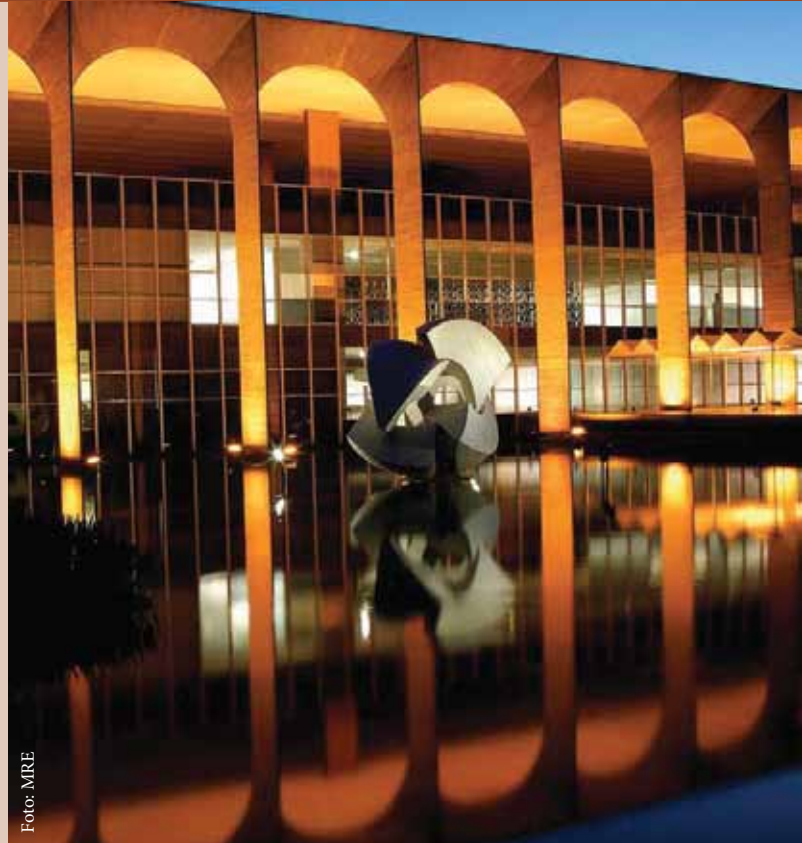


Foto: MRE

Brasil lança guia para investidor estrangeiro

Foi lançada a publicação *Investment Guide to Brasil 2014*, produzida conjuntamente pelo DPR, pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).

O guia, que fornece informações de várias fontes governamentais sobre como investir no Brasil, destina-se tanto a empresários não familiarizados com o ambiente de negócios brasileiro quanto àqueles que pretendem expandir seus investimentos no território nacional. Inédita, a publicação supre uma lacuna no âmbito do Governo federal, que não dispunha de guia geral sobre investimentos no país.

O *Investment Guide* foi lançado durante evento organizado pela Apex-Brasil, em Brasília, no dia 20 de fevereiro, e durante o Encontro Empresarial Brasil-União Europeia, em Bruxelas, no dia 24 de fevereiro, nos eventos relativos à Cúpula Brasil-União Europeia. Os dois lançamentos contaram com a participação do Subsecretário-Geral de Cooperação, Cultura

e Promoção Comercial do Itamaraty, Embaixador Hadil da Rocha Vianna, que ressaltou a importância do trabalho coordenado entre órgãos do Governo federal, para tornar mais eficiente a atração de investimentos para o Brasil.

O guia, publicado em inglês, está estruturado em cinco partes. A primeira apresenta o Brasil e elenca dez razões para se investir no país; a segunda fornece dados socioeconômicos; a terceira mostra oportunidades de investimentos em diversos setores estratégicos, como agronegócio, energia, infraestrutura e logística; a quarta parte traz informações sobre o arcabouço legal (questões tributárias, propriedade intelectual, compra de terras, legislação trabalhista, etc.); a última parte lista os órgãos responsáveis pela elaboração da obra.

O *Investment Guide* está disponível, para *download* e consultas, no *website* **BrasilGlobalNet** (www.brasilglobalnet.gov.br).

Diante da relevância da promoção comercial e da atração de investimentos para o dinamismo da economia nacional, torna-se essencial implementar ação governamental eficiente e coordenada relativa não apenas à elaboração e à execução da estratégia de promoção comercial brasileira, mas também à divulgação de oportunidades de negócios e investimentos no Brasil e no exterior, com o objetivo de alcançar o cumprimento das metas estabelecidas para o setor, sobretudo no Plano Plurianual do Governo Federal – PPA 2012-2015.

Assim, ciente da importância da integração entre os atores governamentais envolvidos em promoção comercial, o Departamento de Promoção Comercial e Investimentos tem desenvolvido ações em parceria com diversos órgãos do Governo brasileiro, com resultados bastante profícuos para o empresariado nacional e para o país, como ilustram as notícias constantes deste informativo, particularmente em relação aos debates desenvolvidos no âmbito dos “Diálogos sobre Política Externa”.

NOTÍCIAS

DPR participa do Plano Nacional de Cultura Exportadora

No dia 18 de fevereiro, o DPR iniciou sua participação no Plano Nacional de Cultura Exportadora (PNCE), iniciativa liderada pelo MDIC e que integra o Plano Brasil Maior, com vista a promover ações de desenvolvimento e difusão da cultura exportadora nos Estados.

Naquela data, em reunião no Palácio Guanabara, no Rio de Janeiro, o Chefe da Divisão de Programas de Promoção Comercial (DPG), Conselheiro Carlos Henrique Moscardo de Souza, representante do DPR, apresentou a proposta do Ministério das Relações Exteriores (MRE) para o Plano: divulgar os serviços que podem ser prestados pelos Setores de Promoção Comercial (SECOMs), localizados em 102 Embaixadas e Consulados brasileiros, em oitenta países.

No dia 25 de fevereiro, em Nova Friburgo (RJ), ocorreu a segunda participação do MRE no PNCE. Na ocasião, a Oficial de Chancelaria Luciana Belmok ministrou palestra sobre o DPR a empresários, com grande receptividade. Os executivos, que desconheciam a existência dos SECOMs, mostraram-se bastante interessados no conteúdo do *site* **BrasilGlobalNet** e solicitaram muitas informações sobre como participar em feiras e em missões promovidas pelo DPR.

Organizado pelo Governo do Rio de Janeiro, o evento contou com o apoio da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), dos Correios e do Banco do Brasil.

PNCE

O Plano Nacional de Cultura Exportadora (PNCE) foi lançado em 2012 pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). O foco do Plano é o planejamento da oferta de ações relacionadas à cultura exportadora nos Estados brasileiros, por meio de mobilização e capacitação de gestores públicos, empresários de pequeno e médio porte e profissionais de comércio exterior.

O PNCE está estruturado em ações divididas em cinco eixos temáticos: cultura exportadora; inteligência comercial e competitiva; ambiente de negócios; diversificação e qualificação da pauta exportadora; e promoção comercial.

Para atender às demandas locais, as instituições parceiras e o MDIC planejam e coordenam atividades com os governos estaduais, com vistas à transferência de conhecimento em comércio exterior.

A potencialização das iniciativas de capacitação existentes e disponibilizadas por entidades parceiras corrobora com os objetivos específicos do PNCE: fomento das políticas estaduais alinhadas às estratégias da cultura exportadora, aumento da base exportadora e internacionalização das cadeias produtivas brasileiras.



Brasil destaca-se na FOODEX 2014

O SECOM da Embaixada do Brasil em Tóquio participou da FOODEX JAPAN 2014 – *The 39th International Food and Beverage Exhibition*, realizada na cidade de Chiba, de 4 a 7 de março, em parceria com órgãos e entidades brasileiras.

Considerado a maior feira do gênero na Ásia, o evento reuniu 2.808 expositores de 78 países e recebeu 75.766 visitantes, entre potenciais compradores, proprietários de supermercados, restaurantes, confeitarias, *shopping centers*, *tradings* e redes de distribuição.

A participação do Brasil na FOODEX 2014, viabilizada graças à parceria entre o Ministério das Relações Exteriores (MRE) e o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), permitiu a exibição de diversos produtos da agroindústria nacional.

No pavilhão brasileiro, com 530 m², o maior espaço já ocupado pelo Brasil na feira, instalaram-se 62 empresas, a maior representação do país nos 25 anos em que participa da FOODEX. Além disso, participaram a Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína (ABIEPCS), a União Brasileira de Avicultura (UBABEF) e a Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA, sigla em inglês).

A ABIEPCS destacou-se ao realizar contínuas sessões de degustação em seu espaço exclusivo de 100 m² integrado ao pavilhão brasileiro. Além disso, a associação promoveu seminário para setenta representantes das principais empresas japonesas do comércio de carne suína, após o qual foram servidos vários pratos, de ambos os países, preparados com carne suína de Santa Catarina. Nos demais horários, a ABIEPCS disponibilizou o espaço para outros expositores brasileiros, que receberam clientes para degustações de variados produtos da culinária nacional.

Ao fim da feira, não faltaram elogios ao pavilhão, bem como ao apoio recebido do MAPA e da Embaixada brasileira.



Foto: MAPA

SECOM Bogotá divulga cidades-sede da Copa do Mundo



O SECOM Bogotá organizou evento promocional, em 25 de fevereiro, para divulgar as cidades-sede da Copa do Mundo da FIFA. A iniciativa destinou-se a autoridades da chancelaria e de instituições desportivas, jornalistas (mídia televisiva e escrita), formadores de opinião, celebridades, operadoras de turismo e diretores das companhias aéreas Avianca e LAN Chile, que operam a rota Brasil-Colômbia.

Entre as principais personalidades presentes, vale destacar o Presidente da Federação Colombiana de Futebol, Luis Bedoya; o Presidente do Comitê Olímpico Colombiano, Baltazar Medina; e o Presidente do Comitê Paralímpico, Juan Pablo Salazar. Também participaram do encontro autoridades locais, como o Vice-Ministro de Assuntos Multilaterais da Chancelaria, Embaixador Carlos Arturo Morales; o Diretor de Assuntos Culturais, Luis Armando Soto; e representantes da Vice-Presidência.

Pelo lado brasileiro, a equipe do Instituto Brasileiro de Turismo – Embratur foi liderada pela Diretora de Mercados Internacionais, Leila Holsbach. Além disso, o Secretário de Turismo de Mato Grosso, Jairo Pradela, e representantes das Secretarias de Turismo do Rio de Janeiro, de São Paulo e do Distrito Federal distribuíram material promocional relativo a essas unidades da federação.

O evento, realizado em parceria com o Comitê Descubra Brasil e a Embratur, recebeu ampla cobertura da imprensa, tanto dos meios de comunicação locais, como a TV Caracol, quanto dos brasileiros, a exemplo da Globo (SporTV).

A Colômbia participará das partidas pela fase classificatória (Belo Horizonte, Brasília e Cuiabá).



Consulado brasileiro em Istambul promove *roadshow*

O Consulado-Geral do Brasil em Istambul promoveu o *roadshow Brazilian Economic Outlook and Opportunities*, em Izmir, no dia 21 de fevereiro, em parceria com a Câmara de Comércio daquela cidade e com o apoio do Cônsul Honorário do Brasil em Izmir, Ali Tamer Bozoklar.

Compareceram ao evento cerca de quarenta empresários turcos e vários membros da comunidade brasileira local. Foram distribuídos folhetos sobre o Brasil, com dados sobre as doze cidades-sede da Copa do Mundo da FIFA, bem como divulgadas informações turísticas e sobre o portal de promoção comercial e investimentos **BrasilGlobalNet**.



Foto: Consulado-Geral do Brasil em Istambul



DPR e ABIMAQ realizam missão empresarial a Angola e Moçambique

Consciente do grande potencial dos mercados africanos, o Departamento de Promoção Comercial do Itamaraty (DPR/MRE) promoveu missão empresarial prospectiva a Angola e Moçambique em fevereiro de 2014, com a participação da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (ABIMAQ) e de representantes do setor privado brasileiro.

A missão identificou perspectivas de negócios em diversas áreas, com destaque para as indústrias de beneficiamento agrícola e de apoio às atividades extrativas, que apresentam oportunidades de exportação e de internacionalização para a indústria brasileira de máquinas e equipamentos.

Conforme o Ministro da Indústria e Comércio de Moçambique, Armando Inroga, a modernização da agricultura moçambicana começa a gerar crescente necessidade de máquinas e equipamentos agrícolas, fertilizantes, pesticidas e silos. Isso permite o surgimento de oportunidades nas indústrias de alimentos

e bebidas e na de agroprocessamento em geral, bem como em outros setores, como educação, serviços, franquias, óleo e gás e energia.

A missão também constatou a receptividade dos governos de Angola e Moçambique ao investimento brasileiro. O Brasil, que não adota postura agressiva na busca por recursos naturais nem é associado ao antigo colonialismo, é visto pelos africanos como um país mais próximo, que compartilha um passado comum. Essa imagem, aliada à atuação de empresas brasileiras na África com geração de emprego e com capacitação de mão de obra local, contribui para a expansão da presença brasileira no continente.

Os investimentos brasileiros na África cresceram nos últimos anos. Essa tendência tem sido apoiada pela diplomacia brasileira, por meio de suas atividades de promoção comercial e de investimentos, com o objetivo de garantir que o empresariado nacional esteja associado a uma das regiões mais dinâmicas da economia mundial.

EXPEDIENTE

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos (DPR)

Ministro Rodrigo de Azevedo Santos

Divisão de Inteligência Comercial (DIC)

Conselheiro José Armando Zema Resende

Divisão de Programas de Promoção Comercial (DPG)

Conselheiro Carlos Henrique Moscardo de Souza

Divisão de Investimentos (DINV)

Secretário Cristiano Franco Berbert

Divisão de Operações de Promoção Comercial (DOC)

Conselheira Andrea Watson

Edição: nº 2, março/2014

Conselho editorial: DPR/DIC/DPG/DINV/DOC

Redação/Revisão: Centro de Tecnologia da Informação e Comunicação (CTIC/DPR)

Projeto gráfico: CTIC/DPR

Diagramação: CTIC/DPR



Ministério das Relações Exteriores
Departamento de Promoção Comercial e Investimentos

Ministério das Relações Exteriores

Subsecretaria-Geral de Cooperação, Cultura e

Promoção Comercial

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos

Esplanada dos Ministérios

Bloco H, Anexo I, sala 534

Brasília - DF 70170-900

Site: www.brasilglobalnet.gov.br

É permitida a reprodução dos textos deste boletim desde que citada a fonte. Distribuição gratuita.