



CEBRI 

Artigos

Volume 2 | Ano 8 | 2013

**Brasil-África: a ótica dos
empresários brasileiros**

Jean-Claude E. Silberfeld



**O QUE LEVOU MILHÕES DE ANOS PARA SE SEPARAR,
O BNDES ESTÁ AJUDANDO A REAPROXIMAR.**



O BNDES está atento às grandes transformações que estão acontecendo na África e vem trabalhando para o fortalecimento de parcerias comerciais entre o Brasil e o continente africano. Atuando como agência de crédito à exportação, o Banco financia a produção e comercialização de bens e serviços brasileiros, tais como sistemas de transporte na África do Sul e obras de infraestrutura em Angola e Moçambique. Saiba mais em www.bndes.gov.br



CENTRO BRASILEIRO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Artigos

Volume 2 | Ano 8 | 2013

Brasil-África: a ótica dos empresários brasileiros

Jean-Claude E. Silberfeld

Quem somos

Criado em 1998, o Centro Brasileiro de Relações Internacionais (CEBRI) é um *think tank* que tem por objetivo desenvolver conhecimento e promover o debate sobre temas das relações internacionais, oferecendo subsídios para a definição de políticas públicas. Busca também fomentar o diálogo entre diferentes atores, públicos e privados, visando melhor entendimento da agenda internacional, bem como a inserção do Brasil no cenário global. Localizado no Rio de Janeiro, o CEBRI foi concebido por um grupo de diplomatas, empresários, acadêmicos e possui uma estrutura independente, multidisciplinar e apartidária.

De acordo com a pesquisa Global Go to Think Tanks, conduzida pela Universidade da Pensilvânia, o CEBRI tem sido relacionado entre os mais relevantes *think tanks* do mundo, estando presente em mais rankings do que qualquer outro instituto brasileiro, destacando-se por sua capacidade de congregiar prestigiados especialistas em relações internacionais.

O CEBRI é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP. Seu Estatuto Social prevê transparência em todas as suas atividades.

Conselho curador

Presidente de Honra

Fernando Henrique Cardoso

Presidente

Luiz Augusto de Castro Neves

Vice-Presidente

Tomas Zinner

Vice-Presidentes Eméritos

Daniel Miguel Klabin

José Botafogo Gonçalves

Luiz Felipe Lampreia

Conselheiros

Armando Mariante

Arminio Fraga Neto

Carlos Mariani Bittencourt

Celso Lafer

Cláudio Frischtak

Gelson Fonseca Junior

Georges Landau

Henrique Rzezinski

José Aldo Rebelo Figueiredo

José Luiz Alquéres

José Pio Borges de Castro Filho

Marcelo de Paiva Abreu

Marco Aurélio Garcia

Marcos Castrioto de Azambuja

Marcus Vinícius Pratini de Moraes

Maria Regina Soares de Lima

Pedro Malan

Roberto Abdenur

Roberto Teixeira da Costa

Ronaldo Veirano

Sebastião do Rego Barros

Vitor Hallack

Winston Fritsch

Sobre o autor

Mestre em História do Brasil (PUC - SP), especialista em Relações Internacionais, economista, professor universitário e conferencista em Relações Internacionais. Pesquisador, Grupo de Pesquisas do BRIC, UNESP – Campus Marília. Exerce, desde os anos 1990, funções de internacionalista na FECOMERCIO SP.

Sugestão de citação

SILBERFELD, Jean-Claude E. Brasil-África: a ótica dos empresários brasileiros. CEBRI Artigos, v. 2, ano 8. Rio de Janeiro: CEBRI, 2013.

Palavras-chave

África; Relações empresariais; CPLP; Atlântico Sul

Expediente

DIRETOR

Roberto Fendt

PRODUÇÃO EDITORIAL

Clarissa Pimentel Vargas

Leonardo Paz Neves

Rafael Costa

Vítor Hugo dos Santos Anastácio

PROJETO GRÁFICO

Blümchen design

IMAGEM DE CAPA:

UN Photo/Yutaka Nagata

IMPRESSÃO:

WalPrint Gráfica e Editora

6

Silberfeld, Jean-Claude E.

Brasil-África: a ótica dos empresários brasileiros, CEBRI Artigos, v. 2, ano 8.

Rio de Janeiro: CEBRI, 2013.

1. África 2. Relações empresariais 3. CPLP 4. Atlântico Sul

ISSN 2318-3713

Resumo

Busca-se analisar a vertente empresarial nas relações Brasil-África. É uma relação de pouco mais de 60 anos, restrita a poucas empresas de porte, construtoras, Petrobras, Vale, e dos esforços esporádicos de empresas de menor porte, impulsionadas, majoritariamente, por iniciativas do governo em diferentes momentos históricos a partir da década de 1960.

Há forte desconhecimento no seio do empresariado brasileiro sobre o que significa empreender no mercado africano. Como ofertar, para quem, e onde. Como enfrentar a pouca estrutura logística direta, que faz com que boa parcela das trocas e das viagens se faça por meio de empresas europeias a muito acostumadas com os diferentes mercados africanos. Razões pelas quais, também, poucos empresários africanos buscam diretamente o Brasil para empreender.

No âmbito dos países de língua portuguesa africanos, as afinidades culturais e idiomáticas não se refletem em volume e diversificação de bens e serviços. Basicamente compra-se e vende-se commodities.

Na última década o Estado brasileiro incrementou ações de *soft power* no continente africano, que todavia não redundaram em volume equivalente de iniciativas do empresariado de pequeno e médio porte, que fica à mercê de escolhas políticas dos gestores das agências e organismos paraestatais e da respectiva distribuição de subsídios.

Introdução

O presente ensaio visa a explorar, tendo por base conceitual a questão da Alteralidade de Emanuel Levinas, a análise de longa duração no tocante ao que observamos, e como os outros nos observam, o processo das relações empresariais dos dois lados do Atlântico, numa percepção que perpassa tanto os quinhentos anos de trocas quanto a busca de identidades empresariais, que afloram concomitantemente ao processo de independência política dos Estados africanos a partir do início dos anos 50 do século XX.

A base empírica deste ensaio dá-se a partir de mais de vinte anos de observação, decorrente da experiência e prática do convívio com delegações empresariais, nacionais e estrangeiras, dos diferentes quadrantes, do sistemático acompanhamento da dinâmica macro de internacionalização de marcas de bens e serviços brasileiros, de demandas acadêmicas e da percepção de que há, nos meios empresariais brasileiros, pouca cultura de empreender no continente africano. Na outra vertente, poucos são os empresários africanos de origem diversa aos de países de fala portuguesa que buscam o Brasil e, quando decidem entabular negócios, são apresentados a trâmites burocráticos e logísticos diferenciados.

Geograficamente próximos da Europa e distantes das principais rotas transoceânicas, boa parte da população e dos empresários africanos desconhecem o que seja o Brasil para além do futebol e da figura de Pelé. São poucas as regiões do continente com histórico de intercâmbio cultural com o Brasil, como os países de língua portuguesa e a Nigéria, que, com a exceção do petróleo, tem pouca troca empresarial.

Nas últimas décadas, o desenvolvimento do mercado

africano por parte das empresas brasileiras, sem incentivos governamentais, foi insignificante. As poucas empresas brasileiras que estão ou estiveram nos diversos mercados africanos ou foram para obras de infraestrutura, mineração, petróleo ou alimentos. As ações voltadas para a inserção de marcas e conceito de bens e serviços brasileiros oriundos de pequenas e médias empresas são ínfimas face ao mercado e normalmente resultantes de operações triangulares – exporta-se para Europa e de lá exporta-se para alguma região, através de uma empresa europeia ou africana.

Na memória de mais de duas décadas de acompanhamento da temática de internacionalização de empresas, poucos foram, em São Paulo, os seminários ou ações direcionadas à África. Seminários com a temática africana, na esfera empresarial, como o “Brasil-África: uma parceria estratégica”, realizado pela Federação do Comércio do Estado de São Paulo em 11 de abril de 2003, foram raros. Ações sem apoio e financiamento governamentais no mercado africano, na participação de feiras de porte da Feira Internacional de Dacar, Senegal, com apoio institucional desta mesma entidade em 1997, foram exceções. O empresariado brasileiro, na sua quase totalidade, ignorava a África e por ela era ignorado.

Delegações empresariais provenientes da África, mas não originárias de países produtores de petróleo ou do âmbito da Comunidade de Países de Língua Portuguesa (CPLP) eram, até pouco tempo, raras. As dificuldades de logística, a necessária triangulação aérea via Europa e a falta de intermediários bancários de confiança de ambas as partes, ensejaram uma atitude de afastamento, de indisposição ao empreender e prospectar por parte da

quase totalidade do empresariado brasileiro em direção à África. Na contrapartida, as demandas de fornecedores para as empresas africanas eram, e em parte ainda o são, atendidas por empresas europeias que destinam considerável esforço em preservar seus mercados africanos, situação que não se altera em demasia com a crescente inserção de empresas chinesas na África.

A pouca disposição do empresário brasileiro em empreender com recursos próprios e a falta de adequada conexão logística fazem das exportações de bens de pequenas e médias empresas brasileiras uma aventura de poucos audaciosos empresários que identificaram nichos de mercados. Normalmente, operações de ocasião, sem esforço de continuidade por falta de disposição para investir em horizonte empresarial de médio e longo prazo.

As atividades de empresas brasileiras no continente africano foram, até o presente, fortemente direcionadas por dois vetores: subsídios momentâneos para a exportação em determinados mercados de interesse do Estado brasileiro, em especial na África Ocidental Atlântica e nos países membros da CPLP, e nos últimos anos para a África do Sul.

À exceção de petróleo, potássio, carvão (mais algumas matérias-primas), aeronaves, caminhões e ônibus, o intercâmbio empresarial Brasil-África é extremamente limitado. O intercâmbio nos países da CPLP até há pouco era de petróleo da Angola e bens de consumo do Brasil. Dos demais países da CPLP, o discurso tem maior peso que as relações empresariais e conseqüentemente há pouco esforço empresarial a modificar esta realidade. Estudo realizado por Gilson de Lima Garofalo e Teresinha Filgueiras de Pinho (2008) ilustra bem a dicotomia do discurso e dos resultados de trocas comerciais no âmbito da CPLP de matiz africana. Esta realidade evoluiu muito pouco nos últimos anos.

Antecedentes

Na análise da história diplomática brasileira de longa duração, a partir do início da Era dos Descobrimentos em 1415, achamentos e decorrentes disputas diplomáticas com as potências europeias no contexto do Atlântico e, portanto, das relações Brasil-África, são estudados e registrados há mais de cinco séculos.

No que concerne à abordagem eleita, privilegiam-se as transformações tecnológicas que possibilitaram a constância no tráfego interoceânico. Logo, a relação empresarial Brasil-África é aqui observada a partir de três vértices de corte temporal com os devidos contextos históricos e tecnológicos a partir do século XIX, com a regularização da navegação a vapor – *clippers* / reabastecimento de carvão / combustível líquido; aviação propulsão a pistão (hélices) com as necessárias escalas técnicas no trajeto Brasil-África-Europa e a contemporânea era dos jatos, que eliminam ou reduzem as escalas técnicas, aproximando o Brasil da África Atlântica.

Diferentes momentos, com diferentes modelos de trocas comerciais e maior ou menor intercâmbio de costumes, culturas e tempos de residência dos representantes do Estado brasileiro nas diferentes cidades e regiões da África. Os consulados brasileiros, necessários às demandas da navegação da segunda metade do século XIX e primeira metade do século XX, foram sendo paulatinamente substituídos pelo reconhecimento dos Estados Nacionais africanos que surgem em profusão a partir dos anos 50 do século passado, ensejando, por parte do Estado brasileiro, a partir de 1960, a construção de uma política externa própria às particularidades da conjuntura da África com suas múltiplas culturas, povos, colonizações e questões econômicas.

O período deste processo de formação de Estados Nacionais independentes é coincidente com a constituição de novos fóruns multilaterais; a implementação do conceito de “não alinhamento” com a reunião de Jacarta, Indonésia, de 1956; o acirramento das tensões da Guerra Fria, que perpassam todos os momentos de descolonização europeia no espaço africano; as crises do petróleo dos anos 70; a independência dos territórios ultramarinos portugueses; a inserção de empresas brasileiras de infraestrutura e da Petrobras em diferentes regiões produtoras de petróleo no Magreb, até o fim do regime de *apartheid* na República Sul Africana; e os contemporâneos movimentos de sublevação de populações magrebina no denominado movimento da “Primavera Árabe”.

Cada momento histórico desses teve, desde os anos 60 do século XX, efeitos no empresariado brasileiro, desde a natural indiferença frente ao desconhecido, dado que poucos brasileiros têm dimensão do que seja, em termos econômicos, de consumo e de produção, a África, até investimentos de porte em obras de infraestrutura, mineração e oferta de gêneros alimentícios.

Das primeiras delegações oficiais e empresariais empreendidas no governo Jânio Quadros, junto aos recém-independentes países francófonos e ingleses, ao refluxo de iniciativas posterior a 1964 e à retomada de ações na gestão do chanceler Mario Gibson Barbosa, buscou-se preservar as duas franjas do Atlântico Sul dos conflitos da Guerra Fria e ocupar espaços numa escamoteada diplomacia empresarial.

Os choques do petróleo, a crescente dívida externa e a dependência ao petróleo importado forçam o governo brasileiro do período 1964-1988 a olvidar as questões ideológicas do contexto de Guerra Fria,

derrota no Vietnã, Camboja, etc, e incentivar grupos empresariais brasileiros a investir no mercado africano.

A atuação do Embaixador Italo Zappa – implementador operacional da abertura de várias embaixadas brasileiras em localidades extratemporâneas ao tradicional circuito de política externa brasileira na África, na segunda metade dos anos 1970 –, seguia a lógica do “Pragmatismo Diplomático” – diretrizes do chanceler Saraiva Guerreiro –, implementado a partir do governo Geisel, em consonância com as opções geopolíticas definidas em consideração a um cenário de acirramento da Guerra Fria, à Guerra das Malvinas/Falklands, em 1982, à crise da dívida externa e à necessidade imperiosa do Brasil trocar produtos por combustível (JUCA nº 2).

Episódios que foram reflexo deste período e de uma lógica própria ao momento histórico espelham ações de *soft power* do empresariado brasileiro com intrínseco apoio do Governo do Brasil, através do Grupo Pão de Açúcar de então, com operações em diferentes países, foi responsável pela alimentação de segmentos da população de Luanda no período imediato à saída dos portugueses, ou a venda de material bélico para Líbia. Operações de triangulação de exportação e pagamentos e escambo: produtos por petróleo ou direito à prospecção de matérias-primas, são fatos dos últimos 40 anos de relação Brasil-África; todavia, apesar de esforços e propaganda de iniciativas do Estado brasileiro, pouco é percebido de potencial e de negócios por parte do empresariado do Brasil.

Logo, no transcurso de aproximadamente meio século, a diplomacia brasileira em relação ao continente africano procurou, quando possível ou de forte interesse ao Brasil, adequar recursos e quadros aos desafios de estar presente em 37 dos 54 países do continente. De 12 para 37 embaixadas permanentes em pouco mais de 10 anos,

marcando simbólica posição do Estado brasileiro em face à crescente ampliação de esforços e investimentos provenientes tanto dos EUA quanto da China. Os principais Estados Membros da União Europeia desde o processo de descolonização optaram por priorizar ações em dadas partes da África, mantendo, quando possível, suas áreas de influência econômica e, mais ainda, de mercados crescentemente demandantes de bens de consumo, reflexo do acelerado processo de urbanização que tem modificado significativas partes do continente.

Garantias jurídicas, segurança logística e estruturas ágeis de pagamento serão naturalmente demandadas e ofertadas à medida que o fluxo de negócios incorpore mais atores de modalidades e perfis diversos.

Na percepção deste observador, verifica-se que os empresários africanos, habituados a negociar nas diversas praças europeias, asiáticas e turcas, têm maior compreensão dos processos e da lógica empresarial que suas contrapartes brasileiras, em especial os de pequena e média dimensão, que até pouco nada conheciam de mercados e realidades africanas.

Na segunda década do século XXI, a África é a região do mundo com maiores perspectivas e potencialidades de crescimento, e, portanto, de empreendedorismo, que não se limita às multinacionais e ao mercado de commodities.

Na segunda década do século XXI, a África é a região do mundo com maiores perspectivas e potencialidades de crescimento, e, portanto, de empreendedorismo, que não se limita às multinacionais e ao mercado de *commodities*. Naturalmente, é uma região que exigirá fortes investimentos em infraestrutura, tanto na construção de novos equipamentos quanto na revitalização de redes de comunicação, estradas de ferro, hidrovias e estradas que foram sendo implementadas no continente a partir do final do século XIX.

Questões sobre direitos e garantias empresariais, posse ou obtenção de concessão de uso de solo e subsolo são temas que exigem mais atenção e estudos e tendem a ser incorporados às rotinas empreendedoras dos gestores privados brasileiros e de seus contrapartes africanos.

Geopolítica

O Atlântico é por onde passa 70% do comércio marítimo mundial. O Atlântico Sul, em particular, tem características próprias e para além de ser um bom pesqueiro, com presença de barcos chineses, japoneses, entre outros, é pouco patrulhado e basicamente dependente das marinhas do Brasil, Argentina, África do Sul e recentemente da Namíbia (Marinha sendo estruturada pela Marinha do Brasil). No pós-Guerra Malvinas/Falklands, a região conta com alguma presença das forças da Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN) e um pacto de não beligerância - Zona de Paz e Colaboração do Atlântico Sul, de 1986.

As recentes descobertas do petróleo do pré-sal, de

reservas de petróleo e gás no Golfo da Guiné, a afinidade cultural com algumas regiões da África Atlântica e a presença de quatro países de língua oficial portuguesa nesta região, exigem maior integração empresarial, que coaduna-se com os esforços e investimentos das grandes empresas e do governo brasileiro neste continente. Há algumas portas de entrada naturais aos produtos e serviços brasileiros e alguma contrapartida na oferta e demanda dos empresários africanos, de diferentes universos culturais e econômicos. Todavia, ainda são embrionários face aos esforços dos europeus e mais recentemente dos empresários dos EUA, todos em contraponto, velado, aos crescentes esforços e investimentos promovidos pela China através de empresas “privadas” e de uma acurada diplomacia na conquista de corações e mentes africanas.

CPLP Atlântica

A concretização da criação da CPLP como entidade política transcontinental no universo dos falantes da “Última Flor do Lácio” é decorrente de uma percepção geoestratégica, dada a relevância do uso do português em partes dos cinco continentes. Há uma interessante discussão da origem da ideia nos anos 50 do século XX. De acordo com Filipe Meneses (2011), o conceito original de uma comunidade de língua portuguesa não foi de Salazar, como usualmente se infere, mas sim de Juscelino Kubitschek. Na década de 50, o Brasil buscava, em sintonia com os processos de discussão internacionais de então, autodeterminação dos povos, observador na 1ª Conferência de Países Não Alinhados em Jacarta, Indonésia, em 1956, projetar seus diferenciais naturais: mercado, território e geografia – como a vanguarda de um projeto transcontinental de lusofonia. Seria possível um exercício de política internacional objetivando

antecipar alternativas ao momento no qual a política externa brasileira defrontar-se-ia com uma possível nova realidade na relação Brasil-Portugal e na política dos então territórios ultramarinos portugueses. No momento seguinte ao processo desencadeado pela Revolução dos Cravos em 25 de abril de 1974, no processo subsequente de transferência do poder, atendendo à lógica do “Pragmatismo Diplomático”, no contexto da Guerra Fria, mas também na defesa dos interesses do Brasil nos países de língua portuguesa africanos, reconheceu-se a independência de Angola no mesmo dia de sua proclamação, em novembro de 1975 (JUCA nº 2).

No Atlântico, para além de Portugal, têm o português como língua oficial: Brasil, Cabo Verde (arquipélago de posição estratégica), São Tomé e Príncipe (muito petróleo oceânico e pouca população) e Angola (recursos naturais, reconstrução, diversificação de investimentos e parceiros, e com boas políticas de inclusão social além de um mercado do tamanho de Portugal). A Guiné Bissau, apesar de historicamente ser parte do universo lusófono, é, nos últimos anos, região conturbada, o que impede identificar, de momento, um potencial de desenvolvimento econômico.

Nas margens do Índico, por 4000 quilômetros de costa, há Moçambique, que, apesar de ser o segundo país em população da CPLP, tem ainda necessidades básicas de financiamento da máquina estatal, dependentes de doações internacionais. É um país com recursos que ainda demandam prospecção e treinamento de quadros, num entorno de mercado de 350 milhões de habitantes, com reordenamento de estrutura logística e fortes investimentos em novos equipamentos, a exemplo dos efetuados pela Vale na exploração do carvão de Tete.

Para além dos naturais atributos e potencial econômico, a CPLP é um exercício de *soft power*, interligando

Europa-América do Sul-Atlântico-Índico, e com pequena presença no Pacífico em Timor Leste. Do ponto de vista empresarial, a CPLP é quase totalmente desconhecida no seio do empresariado brasileiro, valorizada e motivada pelos empresários portugueses, parte deles nascidos ou com raízes na África. Na contraparte, em Angola, e marginalmente em Moçambique nos últimos anos, percebe-se que há benefícios em priorizar-se esta Comunidade que, todavia, ainda não é um bloco econômico nem uma zona de livre comércio. Antes de tudo a CPLP é um ente político de significância crescente que,

todavia, exige muito investimento para fluir como universo empresarial diferenciado nos países de língua portuguesa.

A CPLP é entendida em outros países como a China, Índia, EUA, e por parte dos Estados da União Europeia, como uma Comunidade a concorrer com outros arranjos que se efetuaram na África nos últimos 40 anos, dando robustez econômica às regiões. O quadro a seguir sintetiza a relevância deste gênero de esforço, de forma a preservar condições futuras de negociação de livre comércio, quer no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC),

Pilares das Comunidades Econômicas Regionais na Comunidade Econômica Africana

14

O Mercado Comum da África Austral e Oriental (COMESA), cujos 20 membros incluem todos os países da África Oriental, com a exceção da Tanzânia, e de sete países da África Austral.

A União do Magreb Árabe (UMA), que compreende cinco países do norte de África.

O Mercado Comum da África Austral e Oriental (COMESA), cujos 20 membros incluem todos os países da África Oriental, com a exceção da Tanzânia, e de sete países da África Austral.

A Comunidade Económica dos Estados da África Ocidental (CEDEAO), cujos 15 membros cobrem toda a África Ocidental.

A Comunidade de Desenvolvimento (CEDEAO), cujos 15 membros cobrem toda a África Ocidental.

A Comunidade Económica dos Estados da África Central (ECCAS/CEEAC), cujos 11 membros cobrem toda a África Central.

A Autoridade Intergovernamental para o Desenvolvimento (IGAD), compreende sete países do Corno de África e da região norte da África Oriental.

A Comunidade dos Estados do Sahel e do Saara (CEN-SAD), cujos 18 membros estão localizados na África Oriental, Central, Austral e do Norte.

A Comunidade da África Oriental (CAO), composta por cinco países da África Oriental.

Fonte: África - Construindo pontes: Estudo sobre a Atratividade, p. 39 - Ernst & Young, 2012

quer no cerne dos processos integratórios em curso no continente africano. Em contrapartida, ao pouco envolvimento do empresariado brasileiro com os temas e oportunidades a explorar no mercado africano de língua portuguesa, percebe-se, nos meios diplomáticos e acadêmicos, que a China, através de diferentes organismos oficiais, paraestatais e empresariais, tem uma forte compreensão da relevância da CPLP e criou, a partir da Região Administrativa de Macau, um programa de inserção empresarial e econômico próprio a este espaço. Há também, vários observadores de nações sem histórico de relações econômicas, significativas, com os países lusófonos que pleiteiam acesso diferenciado aos mercados, que, todavia, exigem negociações bilaterais, dado que até o presente não há delegação ao Secretariado da CPLP para este tema.

Atlântico Revigorado

O Brasil como vértice ocidental do triângulo luso-atlântico desenvolve neste início de século XXI a exploração integrada da plataforma marítima; incorpora à estratégia de defesa o conceito de proteção da Amazônia Azul, reequipando sua Marinha; amplia ofensiva diplomática e comercial com a África Atlântica; cria novas embaixadas; e articula a expansão das atividades das empresas privadas brasileiras no continente africano, ao mesmo tempo em que, na melhor acepção de *soft power*, implanta a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), em sítios-chaves da África. Isto é a rearticulação do projeto de Santiago Dantas no início da década de 60, reforçado na época do Chanceler Mario Gibson Barbosa e posteriormente pela diplomacia

15

SÓ QUEM É MAIS
QUE UM BANCO TEM
AGÊNCIA ATÉ ONDE
NÃO TEM ESQUINA.



As agências-barco da CAIXA atendem às populações ribeirinhas da Bacia Amazônica e da Ilha de Marajó, levando serviços bancários como abertura de contas, concessão de microcrédito, cadastramento e regularização de programas sociais do Governo Federal para onde não parecia possível. A agência Chico Mendes, da Bacia Amazônica, foi inaugurada em 2010 e já realizou mais de 10 mil atendimentos. A Ilha de Marajó, lançada em 2014, irá percorrer 10 municípios da ilha, promovendo o desenvolvimento socioeconômico da região e a inclusão bancária para 350 mil paraenses.

SAC CAIXA – 0800 726 0101 (informações, reclamações, sugestões e elogios) | Para pessoas com deficiência auditiva ou de fala – 0800 726 2492 | Ouvidoria – 0800 725 7474 | caixa.gov.br | facebook.com/caixa

CAIXA
A vida pede mais que um banco

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

do chanceler Azeredo da Silveira, responsável pela implementação do “Pragmatismo Responsável” e retomados com Sarney, FHC e Lula na lógica do Atlântico, CPLP, mercados e petróleo.

No campo empresarial brasileiro, este movimento, como já frisado, não é observado. Salvo ações esparsas de médias e pequenas empresas, por iniciativa própria, ou por alguma ação de curto prazo de organizações do governo e da APEXBRASIL, essas ações têm, de um modo geral, baixo impacto em volume de negócios e, historicamente, não perduram por muito tempo. As grandes empresas de engenharia, a Petrobras, a Vale, os produtores e distribuidores de proteína animal e algumas poucas empresas de matriz brasileira com investimento em um ou mais países africanos são exceção, dando espaço a empresas de terceiros países para comercializar bens e serviços brasileiros nos diferentes mercados africanos. Do ponto de vista empresarial, de potencial de negócios, há uma realidade de mercado e de trocas entre o Brasil e a África que exige investimentos privados, tanto nas questões relativas às pesquisas de mercado e visitas exploratórias, quanto ao desenvolvimento de um sistema logístico direto que possibilite, neste século XXI, movimento de negócios no mesmo patamar de importância que o Atlântico Sul tinha no século XVIII (Alencastro, 2000 e Betencout e Ramada, 2003).

As crescentes descobertas de petróleo oceânico, a nova fronteira da mineração oceânica, a crescente urbanização das populações africanas com as inerentes novas demandas por bens e serviços, fazem com que as relações empresariais Brasil-África tenham natural incremento para todos os gêneros de empreendimentos privados.

Com a África do Sul, o intercâmbio tem aumentado em função da relevância atribuída aos Estados membros dos

BRICS e do simples fato de que a ligação Brasil-África tem por Johannesburgo uma das poucas e confiáveis ligações aéreas.

Missões Precursoras

A África para a diplomacia brasileira contemporânea teve significativa importância nas décadas de 60 e 70. Com o fim do processo de descolonização e as recorrentes dificuldades econômicas que afligiram o Brasil nos anos subsequentes, a presença brasileira oficial e empresarial rarefez-se. Nas últimas décadas, enquanto a União Europeia estreitava suas posições junto aos países africanos, culminando com a Conferência de Lomé, franqueando à produção africana isenções tarifárias, o Brasil perdia terreno, de tal forma que hoje a corrente de comércio nos é deficitária.

A primeira visita oficial do chanceler Mario Gibson Barbosa a países da África Ocidental em 1972 foi acompanhada pela 1ª missão empresarial brasileira, organizada pelo então deputado Adalberto Camargo, presidente da Câmara de Comércio Brasil-África, de 25 de setembro a 29 de outubro, com 37 representantes do setor privado brasileiro. De acordo com o estudo de Ivo Santana (2003), foram visitados: Senegal, Costa do Marfim, Gana, Togo, Benim (Daomé), Nigéria, Camarões, Zaire e Líbia. Todavia, não houve em sequência a este esforço a sistemática repetição deste exercício, fazendo com que os negócios então entabulados não fossem seguidos de novos. Isto denota uma característica de parte significativa do empresariado brasileiro, que pouco empreende sem apoio do Estado, quer seja institucional quer seja por meio de subsídios.

As várias Áfricas

No imaginário popular brasileiro, que não se diferencia do universo empresarial do País, a África é uma incógnita. Pouquíssimos brasileiros têm vaga ideia do que seja o mercado, quantos países existem, quais as características culturais para além daquelas perpassadas pela história de intercâmbio Sul-Sul, bem retratada nas obras “Tratado dos Viventes” de Luis Felipe Alencastro (2000).

A falta da presença local de jornalistas e correspondentes brasileiros no continente africano dificulta a compreensão da nossa população e de nossos empresários. A pouca informação em português é produzida para leitores de Portugal ou dos países africanos lusófonos. A presença brasileira nas mídias africanas se dá majoritariamente pelas novelas e, nas duas últimas décadas, por missionários de igrejas pentecostais.

No imaginário popular brasileiro, que não se diferencia do universo empresarial brasileiro, a África é uma incógnita. Pouquíssimos brasileiros têm vaga ideia do que seja o mercado, quantos países existem, quais as características culturais para além daquelas perpassadas pela História de intercâmbio Sul-Sul.

Processos diversos de independência, de culturas políticas e empresariais decorrentes de contextos geográficos e históricos próprios, quadros governamentais preparados ou total carência destes, refletem a multiplicidade de situações que demandam das empresas brasileiras estudos e investimentos que poucas estão habituadas a empenhar. Faltam no Brasil estudos e bibliografia sobre aspectos econômicos e do mercado africano e poucos são os estudos historiográficos desenvolvidos, de raiz, no Brasil. A contrapartida não é diversa. Poucos são os empresários africanos que fazem negócios diretos com o Brasil, e boa parcela destes são provenientes de países lusófonos.

A expectativa de informações dos empresários e jornalistas brasileiros sobre países africanos direciona os mesmos para eventuais câmaras de comércio bilaterais, embaixadas em Brasília e para dados disponibilizados pelos diversos organismos vinculados ao governo brasileiro, que, à exceção de informações de balanços comerciais e eventuais relatos de postos diplomáticos estabelecidos na África, reproduzem informações produzidas por terceiros, a exemplo da Economist Intelligence Unit e afins.

As Câmaras de Comércio: papel e expectativas

As práticas de negócios, estruturas legais e sistemas financeiros que são reforçados em função do aprimoramento das áreas de integração econômicas africanas estão por demais distantes da inteligência dos empresários brasileiros. Neste sentido, as câmaras de comércio bilaterais ainda têm papel a cumprir como parte do universo do desenvolvimento dos negócios para além-fronteiras.

Antes da disseminação da internet e dos instrumentos de busca, as câmaras de comércio eram, além de um grupo de empresas aglutinadas em prol do desenvolvimento de negócios e de prestação de serviços para um dado país ou região, provedoras de informações de empresas, de estatísticas e, muitas vezes, único elo entre o Brasil e um pequeno país africano.

Em função da legislação brasileira, uma câmara de comércio bilateral é uma sociedade privada. Abre-se com um simples registro em cartório. Existem países com sobreposições de câmaras e outros que abarcam mais de um país, como a Câmara Árabe, que busca congrega os negócios entre o Brasil e os países do Magreb. Algumas câmaras bilaterais recebem algum subsídio governamental externo, mas na sua maioria mantêm-se através de contribuições de seus associados e da prestação de serviços, incluindo a organização de viagens de negócios e de relacionamento. Nos últimos anos, algumas destas câmaras bilaterais lograram obter recursos do governo brasileiro, na maior parte das vezes através de parceria com a APEXBRASIL, em ações de curta duração.

A busca de recursos para subsidiar viagens de prospecção de mercados e a participação em feiras nos países e regiões motivam a vida das câmaras. Algumas câmaras bilaterais europeias articulam fontes de financiamento de promoção de produtos e serviços, co-organizam feiras e orientam sobre normas de certificação e serviços inerentes ao comércio de bens e serviços. Em essência, são clubes de empresários que a elas aderem por entenderem que há potencial de sinergias em negócios e benefícios, quer seja uma tarifa especial de companhia aérea ou hoteleira, quer porque há um carimbo específico a apor para que seja viável ensejar o desenvolvimento de negócios.

Câmaras bilaterais têm por tradição no Brasil organizar palestras, formar *networking* local, buscar apoios dos governos dos países de cujos empresários congregam, e prestar, quando possível, serviços de agendamento, pesquisas, organizar visitas empresariais e servir de ponte entre as diferentes instâncias de governo e o empresariado. Algumas câmaras foram muito fortes no passado, pré-internet, na oferta de estudos de mercados e cadastros; contemporaneamente, algumas câmaras bilaterais, com sede em São Paulo, são referência na oferta de serviços e emissões de certificados de origem específica; outras perderam relevância em natural processo de envelhecimento de quadros, de dificuldades locais dos países contraparte e da multiplicidade de ações de entidades, como a APEXBRASIL, Sebrae, Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), etc, que não existiam até meados dos anos 90 do século XX.

No âmbito das relações empresariais com os países africanos, a primeira câmara brasileira foi inaugurada em 1968: a Câmara de Comércio Afro-Brasileira, organizada pelo então deputado Adalberto Camargo. Era um momento histórico de acirramento das tensões internacionais no contexto da Guerra Fria (Santana 2003).

No transcurso dos anos de 1980 a 2010, uma série de atividades empresariais foram motivadas pelo governo brasileiro, dando surgimento a várias câmaras de comércio bilaterais entre Brasil e os países africanos. No âmbito dos países de língua portuguesa, em função das guerras em Angola e Moçambique, o movimento de formação de câmaras bilaterais lusófonas foi postergado, fazendo com que somente na primeira década do século XXI fossem constituídas câmaras de comércio Brasil-Angola e Brasil-Moçambique; neste caso, até o final de 2013 há três instituições, em São Paulo, que objetivam este propósito e disputam membros sócios aderentes. A contrapartida ofertada é a promessa de um eficiente *networking* no país africano correspondente, facilitando, em tese, os trâmites burocráticos de toda ordem, uma adequada busca de parceiros e oportunidades de negócios e a organização de viagens de prospecção de mercado com a eventual participação na feira multisetorial local.

As viagens de prospecção organizadas pelas câmaras bilaterais Brasil-país africano são necessárias e algumas vezes, inclusive, contam com apoio de recursos do governo brasileiro e/ou da APEXBRASIL, que, todavia são limitados a participantes não afeitos ao que usualmente entende-se por cadeia ou arranjos produtivos setoriais, que priorizam, na maior parte das ações, prospecções para industriais, mas não para empresários de comércio e serviços. O Brasil em relação à África ainda exporta majoritariamente bens, alguns serviços de engenharia e de informática. A demanda dos consumidores africanos por marcas e serviços brasileiros não é atendida de forma conveniente, à exceção dos consumidores angolanos, que são atendidos pelas “sacoleiras” na ponte área Luanda-Rio de Janeiro.

Na segunda década do século XXI, a presença de empresas brasileiras na África é pequena e concentra-

se majoritariamente em atividades de infraestrutura, prospecção de petróleo, carvão e material de transporte. A Marcopolo, especializada em carrocerias de ônibus, foi a primeira empresa industrial brasileira a ter montadoras na África. A implementação de operações empresariais neste continente gera uma operação logística própria, dado que os sistemas convencionais diretos de transportes, como já mencionado, são escassos e dispendiosos. A presença de significativos investimentos ou contratos demanda, também, uma nova articulação de cooperação empresarial transoceânica, que em alguns casos coincidem com os interesses e estruturas de câmaras de comércio bilaterais ou transnacionais, a exemplo da Câmara Brasil-Árabe, que engloba no seu círculo de ações e abrangência geográfica boa parte do Magreb. Por outro lado, em países de menor expressão econômica o apoio às ações das empresas de capital brasileiro é dependente das organizações empresariais locais e, quando possível, do apoio dos quadros locais do governo brasileiro, logo, do Itamaraty.

A falta de uma câmara bilateral específica num país africano não pertencente à CPLP impede que os interlocutores empresariais brasileiros (usualmente carentes de domínio de segundo e terceiros idiomas) tenham apoio e acesso local para informações, burocracia e trâmites, que podemos identificar como barreiras não tarifárias. Esta situação, em boa parte inédita para as poucas empresas brasileiras transnacionais, exige destas empresas um esforço de inteligência e uma área de gerenciamento de riscos nem sempre disponível. O que para a Petrobras Internacional é rotina pode não o ser para uma Vale ou para uma empreiteira com contratos na Líbia, Tunísia, Egito, para atermos a exemplos de problemas enfrentados no ano de 2012 nestes países magrebins.

Nos últimos 20 anos há maior disposição de empresas brasileiras de médio porte em aceitar compradores africanos, mas há ainda preferência nas operações triangulares via Europa com as empresas europeias assumindo os riscos. No geral, há total desconhecimento nos meios empresariais brasileiros sobre as diferentes áreas de livre comércio africanas, os meios de pagamento e transferências bancárias. Em termos brasileiros, considerando-se no cone sul da África há bancos da República Sul Africana, como o Standard Bank, que assumem as ações de intermediação, em outras regiões as operações estão concentradas em bancos com sede em Londres ou Paris.

Comércio Bilateral

À exceção de algumas poucas dezenas de empresas e de centenas de técnicos, os 54 países da África são desconhecidos e, quando há oportunidades concretas, os empresários brasileiros deparam-se com a inexistência de canais logísticos compatíveis. Poucos portos da África Atlântica têm linhas diretas com o Brasil; o transbordo nas Ilhas Canárias é subutilizado; as linhas aéreas diretas sobre o Atlântico ligam, em 2013, quatro países do continente: Angola, África do Sul, Togo e Etiópia e o insular arquipélago de Cabo Verde. Quase nada para o intercâmbio de negócios.

A África do Marrocos a Djibuti era, até pouco tempo, região compreendida nos meios empresariais brasileiros como parte do mundo árabe e, portanto, com abordagem específica afeita à Câmara de Comércio Brasil-Países Árabes, com forte atuação nos anos 80-90.

A corrente de comércio Brasil-África, que na metodologia

do Itamaraty engloba 63 países entre o continente e as ilhas adjacentes, é, graças às variações dos preços das *commodities*, deficitária ao Brasil. Isto denota o pouco esforço do empresariado brasileiro em atuar no mercado africano, reforçando a máxima que os produtos e serviços brasileiros não são vendidos, mas sim comprados.

Desde a década de 1970 a balança comercial brasileira em relação à África registra um movimento no qual as exportações brasileiras tendem a evoluir em ritmo menor do que as importações. Pode-se atribuir este processo em parte ao incremento dos preços das *commodities*, que é o que o Brasil importa da África; em parte, à inexistência de contínuo processo de promoção de bens e serviços brasileiros, nestes mercados; e, como já mencionado, em boa parte resultante de processo de negociação triangular via Europa. As exceções de obtenção de *superávits* foram decorrentes de excepcional empenho do governo em incentivar exportações, a exemplo de material bélico nos anos 1980, em resposta ao segundo choque de petróleo de 1979, taxas de juros de empréstimos impulsionadas pela crise das dívidas externas de 1981/2, etc.

Nos últimos anos, em particular a partir de uma nova doutrina de inserção da presença brasileira no continente africano, desde 2002, foi ampliado o número de representações diplomáticas. 37 postos em 2012 *vis-à-vis* menos de 15 no início do século XXI buscaram apoiar a melhor inserção de empresas do segmento de construção pesada, que, em tese, auxiliariam a incrementar e diversificar a pauta de exportações brasileiras para além de *commodities*. Todavia, a falta de eficiente estrutura logística direta continua a limitar, em muito, o crescimento das trocas entre o Brasil e a África; logo, a corrente de comércio cresce em termos de valor, mas não na mesma proporção em volume.

Na grande imprensa e em publicações especializadas, a participação do intercâmbio comercial brasileiro com a África enfoca basicamente as ações das empresas de construção e infraestrutura, Petrobras, Vale, duas ou três grandes indústrias que implantaram unidades de produção e montagem, como a Marcopolo.

No âmbito da Agência Brasileira de Cooperação (ABC) cabe destacar o papel da EMBRAPA, em particular nos primeiros anos do século XXI, que auxilia diversos países da África a recuperar sua agricultura e introduzir, a partir de pesquisas locais, novas sementes, na melhor acepção de externalização de *soft power*. Em Moçambique,

por exemplo, visa-se a dar condições de produzir-se soja a partir de diferentes sementes, em conformidade com solo, latitude, etc (Paralelos: Corredor de Nacala, 2010).

No âmbito dos países lusófonos africanos, em especial em Angola e subalternamente em Moçambique, dados os respectivos mercados potenciais, de um crescente processo de incentivo à industrialização, na lógica de substituição de importações de bens de consumo corrente e de incremento no valor adicionado da produção local de *commodities*, o Brasil se faz presente com maior vigor. Há investimento direto e funcionários brasileiros em profusão. Em países africanos com menor afinidade

Brasil: evolução do intercâmbio comercial com a África (2002-2012 e janeiro-setembro de 2013)

21

Ano	Exportações	Importações	Corrente de Comércio	Saldo
2002	2,4	2,7	5,0	-0,3
2003	2,9	3,3	6,2	-0,4
2004	4,2	6,2	10,4	-1,9
2005	6,0	6,7	12,6	-0,7
2006	7,5	8,1	15,6	-0,7
2007	8,6	11,3	19,9	-2,8
2008	10,2	15,8	25,9	-5,6
2009	8,7	8,5	17,2	0,2
2010	9,3	11,3	20,6	-2,0
2011	12,2	15,4	27,7	-3,2
2012	12,2	14,3	26,5	-2,1
2013(jan-set)	8,1	12,8	20,9	-4,7
Var% 2002-2012	417%	433%	426%	n.a.

Elaborado pelo MRE/DPR/DIC - Divisão de Inteligência Comercial, com base em dados do MDIC/SECEX/Aliceweb - Outubro 2013.

cultural, a presença brasileira é mais dependente de mão de obra de terceiros países. Nos demais países da CPLP, à exceção das operações da Petrobras em São Tomé e Príncipe, há tão somente presença diplomática e de agências de cooperação técnica.

Considerações e a quiçá conclusão

O futuro das relações empresariais entre o Brasil e o continente africano exige, em primeiro lugar, que a África, particularmente sua costa Atlântica, seja mais bem estudada no seio das organizações de representação e nas empresas. Hoje, esta realidade de oportunidades e desafios é desconhecida. Consequentemente, o potencial de ingresso de quadros técnicos, produtos e tecnologia brasileiros é pouco aventado, e o pouco que existe nos é demandado, comprado, e não vendido, basicamente, das áreas de influência dos países membros da CPLP.

As possibilidades de incrementar a corrente de comércio bilateral no contexto do Atlântico Sul são inúmeras, dada a disposição de consumo e renda existentes na África continental. Realidade tão bem conhecida dos europeus e praticamente à margem dos fluxos de comércio do Brasil. Tão perto e tão longe, a África, por razões históricas, está, desde sempre, vinculada ao Brasil, e por vários séculos as relações comerciais foram muito mais intensas do que com a Europa.

As empresas brasileiras têm, nas empresas europeias, e mais recentemente nas chinesas e americanas, fortes concorrentes no mercado africano. Os bancos, empresas de logística e efetivos esforços diplomáticos e comerciais

de diferentes origens fazem da África um vigoroso e competitivo mercado. Este espaço exige do Brasil mais observação e investimento, dado que não há como melhor participar dos inúmeros mercados africanos, de suas áreas de livre comércio, sem que haja investimentos em prospecção, visitas, estudos e pesquisas em campo. Há várias culturas e práticas a compreender e mensurar antes de inserir produtos e serviços brasileiros.

A África é o continente com maior potencial de crescimento do século XXI. Há um processo de urbanização em curso, países com estruturas e instituições sólidas, após meio século, *vis-à-vis* com países que ainda necessitam consolidar-se, quer na vertente das instituições, quer na vertente de desenvolvimento econômico e social. De toda forma, a África é um mercado em forte crescimento, dado o incremento de sua população, do melhor aproveitamento de seus recursos naturais, de recuperação e construção de infraestruturas que possibilitam o melhor fluxo do comércio internacional entre nações e entre continentes.

Há logicamente áreas de franca disputa pela extração de recursos naturais entre os chineses, as Múltis de petróleo (incluindo a Petrobras) e os interesses estratégicos dos EUA, dos países europeus como França, Reino Unido, Portugal, Espanha e Itália, e naturalmente do Brasil - em função da Amazônia Azul e do petróleo pré-sal de ambos os lados do Atlântico Sul, em particular no Golfo da Guiné, de Angola e mais recentemente dos investimentos de longo prazo em Moçambique.

O Brasil, seus produtos e suas expressões culturais, tem na franja atlântica e, por razões históricas, em Moçambique, um diferencial de aceitabilidade ímpar, merecendo maior atenção do empresariado brasileiro, que hoje, na necessidade de diversificar mercados, pode vir a ter relevância na introdução de nossas manufaturas

e serviços, atendendo às especificidades técnicas nas quais as empresas brasileiras de todos os portes poderão concorrer com as empresas locais e de origem europeia. Este diferencial se dá pelas nossas vantagens comparativas que nossas empresas e empreendedores possuem em termos de semelhanças culturais, aclimação e mão-de-obra.

Os caminhos para uma maior presença do Brasil na África permeiam obrigatoriamente uma nova abordagem empresarial e de promoção comercial, que é compatível com as contemporâneas necessidades da política externa brasileira. O *Pragmatismo Diplomático* da década de 80 do século XX foi substituído por uma nova lógica, no qual o tradicional *soft power* brasileiro é mesclado com novas posturas públicas e privadas de melhor inserção de marcas, bens e serviços elaborados ou desenvolvidos no Brasil para as especificidades dos diferentes e complementares mercados africanos, que em pouco mais de 30 anos será equivalente à somatória dos atuais mercados chinês e indiano. Esta dimensão de mercado é totalmente desconhecida do conjunto da sociedade brasileira, demandando, conseqüentemente, esforços substanciais de inteligência e divulgação, para que as empresas brasileiras tenham condições de estarem presentes, condignamente, nestes mercados.

Nesta nova era de integração de mercados, o conjunto de empreendedores brasileiros é instado a investir na disputa dos mercados africanos. É tanto um investimento em modelos de negócios e de adaptação às peculiaridades locais, quanto uma disputa clássica por corações e mentes, no qual o saber-fazer brasileiro tem valor. De Nairóbi a Durban, de Adis Abeba a Dacar, a presença do empreendedor e dos produtos e serviços brasileiros é possível.

Bibliografia

Livros:

BETTENCOURT, Francisco e RAMADA, Diogo Curto (org). 2011. A Expansão Marítima Portuguesa 1400-1800, edição 70, Lisboa.

DANTAS, Lourenço. 1982. A História Vivida. Editora Jornal o Estado de SP.

MENDONÇA, Marina Gusmão de. 2008. Histórias da África. SP, LCTE.

LOPES, Ernâni Rodrigues. (coord). 2009. O Hypercluster Da Economia Do Mar. Lisboa, SAER / ACL.

RODRIGUES, José Honório; SEITENFUS, Ricardo Antônio Silva; RODRIGUES, Lêda Boechat. 1995. Uma História Diplomática Do Brasil - 1531-1945. Civilização Brasileira.

ALENCASTRO, Luiz Felipe de. 2000. O Trato Dos Viventes - Formação do Brasil no Atlântico Sul Séculos XVI e XVII -, Cia das Letras, SP.

BATISTELA, Mateus e BOLFE, org. 2010. Édson Luis. Paralelos: Corredor De Nacala. Campinas, SP, Embrapa Monitoramento por Satélite.

MENESES, Filipe Ribeiro de. 2011. Salazar: biografia definitiva. SP, Editora Leya, 2011.

Artigos e ensaios:

Embaixador Ovídio de Andrade Melo, o Jucá – Filipe Nasser – JUCA 02 – a revista dos alunos do instituto Rio Branco, Brasília. http://sistemas.mre.gov.br/kitweb/datafiles/Jucalrbr/ptbr/file/Edi%C3%A7%C3%B5es/Juca_n2_baixa.pdf

GAROFALO, Gilson de Lima e PINHO, Terezinha Filgueiras de. 2008. Integração Econômica e Educacional Entre Brasil e a Comunidade Dos Países De Língua Portuguesa. Moçambique, 9 e 11 de Abril de 2008.

SANTANA, Ivo. 2003. Relações econômicas Brasil-África: A Câmara de Comercio Afro-Brasileira e a Intermediação de Negócios no Mercado Africano Estudos Afro-asiáticos, ano 25, m nº 3, pp 517-555.

SILBERFELD, Jean-Claude E. 2003. Brasil E África: uma relação revigorada. Revista África-Brasil News, Órgão de divulgação do NEPAD no Brasil, ano 1, nº 0, Edição Especial.

Ernst & Young. 2003. África - Construindo Pontes: Estudo sobre a atratividade. <http://emergingmarkets.ey.com>

Africa Sector Outlook – Novembro 2013. <http://www.bes.pt/sitebes/cms.aspx?plg=dba1ef60-9219-4d03-a3fc-ecf504f1f4ca>

Sites:

www.brazilglobalnet.gov.br

www.desenvolvimento.gov.br

www.apexbrasil.com.br

Instruções aos autores

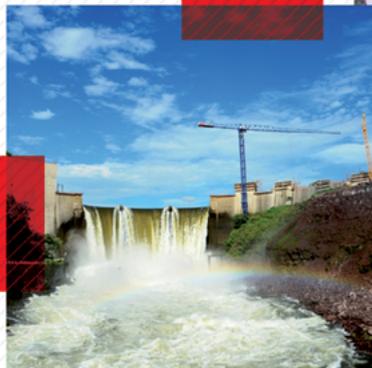
Para ser submetido, o artigo deve conter de 15 a 30 páginas e ser redigido em fonte Times New Roman, tamanho 12, espaçamento 1.5, bem como dispor de resumo/abstract, introdução e referências bibliográficas.

Os colaboradores devem encaminhar seu trabalho para a sede do CEBRI, localizada na Rua Candelária, 9, Grupo 201, Centro - CEP 20091-020 - Rio de Janeiro (RJ), e pelo email cebri@cebri.org.br

A equipe CEBRI é responsável por selecionar as colaborações a serem publicadas. O conteúdo dos artigos reflete exclusivamente a opinião dos autores. O uso desse material para fins didáticos é permitido desde que citada a fonte.

ODEBRECHT

Nós acreditamos na África



A Odebrecht é uma organização global presente em cinco continentes, com estrutura descentralizada e negócios diversificados em Engenharia & Construção, Indústria e desenvolvimento de projetos de Infraestrutura.

Presente na África há quase 30 anos, a organização tem foco em transportes, saneamento, habitação, energia e mineração, através de projetos sustentáveis e prioritários, com forte contribuição para o desenvolvimento das pessoas e comunidades.

A organização administra o Odebrecht Africa Fund, que desenvolve um portfólio selecionado de investimentos estratégicos em Varejo, Agronegócio, Shopping Center, Mineração e Óleo & Gás. Os investimentos do Africa Fund reforçam o compromisso de longo prazo da Odebrecht com o continente.



*Luanda,
Angola*

Via A1 - Av. Talatona
Cond. Belas Business Park,
Torre Cabinda 7º e 8º andares

+244 222 67 8000

*Maputo,
Moçambique*

Rua dos Desportistas,
nº 833, Edf. JAT V - 1,
7º andar

+258 21308 842

*Accra,
Gana*

3 Templesi Lane
Airport Residential Area

+233 302 733 060

*Malabo,
Guiné Equatorial*

Av. de la Independencia,
Edf. Corniche, Piso 2

+240 333 090 510

*Johannesburg,
África do Sul*

3 Lower Road, Sandton
Office 3, 1st Floor, World
Trade Centre JNB

+27 11784 3080



CENTRO BRASILEIRO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Rua Candelária, 9 | Grupo 201 | Centro
CEP 20091-020 | Rio de Janeiro | RJ
Tel.: +55 21 2206-4444 | Ramal 401
www.cebri.org | cebri@cebri.org.br