

■ Em um ano, vendas para fora aumentam quase 30%

Entre janeiro e julho deste ano as vendas de produtos do Distrito Federal para o mercado externo chegaram a US\$ 45,6 milhões. O número é 29,6% maior que o registrado no mesmo período do ano passado. Os dados são do Centro Internacional de Negócios (CIN) da Federação das Indústrias do DF (Fibra).

Mas os números do DF são ainda muito pequenos diante da balança comercial brasileira. Segundo dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comercial Exterior, de janeiro a

agos to mais levados para fora do país foram grãos de soja, consumo de bordo, como combustíveis e lubrificantes para aviões, além de máquinas e aparelhos para elevação de carga e descar-

ga. Quase a metade dos produtos exportados do DF tiveram como destino a Venezuela. O percentual foi de 43,47. Em segundo lugar, China.

A Rússia ocupou a terceira posição no mês de julho, seguida da Arábia Saudita. O Japão passou a figurar na lista dos dez maiores países importadores de produtos brasileiros.

Enquanto isso, os Estados Unidos lideram o ranking dos países que vendem para o DF, com US\$ 247 milhões, o que representa 37,19% do volume importado pela região. Em seguida, vem Suíça, Alemanha, França, Espanha e Reino Unido.

Para o presidente da Fibra, Antônio Rocha, a capital do país deixa de lado o caráter meramente administrativo para entrar no rol dos produtores e exportadores do Brasil.

– Com o dólar americano voltando a patamares acima dos R\$ 2, o desempenho da nossa balança comercial tende a melhorar. De qualquer maneira, as vendas para o mercado internacional estão crescendo – afirma.

Uma das formas de incentivar o setor produtivo do DF a exportar, acredita, é por meio de viagens empresariais a diferentes países.

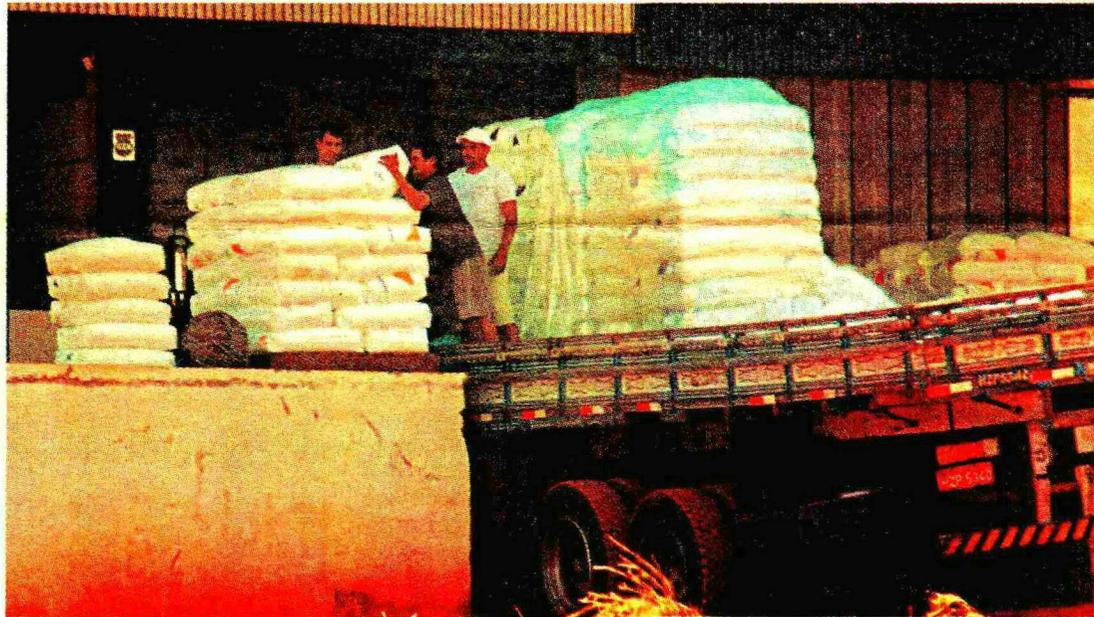
Mesmo com elevação a presença do DF na balança comercial não chega a 0,5% do total brasileiro

agosto de 2007 as exportações de produtos brasileiros somam US\$ 102,4 bilhões.

Enquanto isso, as importações no Brasil alcançaram US\$ 74,9 bilhões. O desempenho da cultura exportadora, segundo avaliação do CIN, mostra que o comércio exterior tem muito ainda o que crescer no Distrito Federal.

A Sadia continua à frente no ranking das empresas exportadoras do DF. Do total das exportações de julho, 75% foram feitas pela Sadia.

Depois do frango, os produ-



Mercadorias embarcam pelo Porto Seco: impulso para acréscimo na renda interna da capital

Como exportar

■ Rede Nacional de Agentes de Comércio Exterior

A Redeagentes oferece treinamento técnico a empresários dos diversos estados e municípios brasileiros sobre os caminhos para a exportação de seus produtos e serviços. Mais informações: www.redeagentes.gov.br

■ Portal do Exportador

Uma das principais fontes de informação sobre comércio exterior disponibilizadas pelo MDIC. Mais informações: www.portaldoexportador.gov.br

■ Aprendendo a Exportar

Ferramenta interativa e didática que oferece aos usuários um passo a passo sobre como vender para o mercado internacional, simulador de formação de preços e ensina como registrar uma operação no Sistema Integrado de

Comércio Exterior (Siscomex). Mais informações: www.aprendendoaexportar.gov.br

■ Vitrine do Exportador

Cerca de 25 mil empresas têm cadastro no Vitrine do Exportador, que funciona como um catálogo de fornecedores brasileiros, com informações em português, inglês, espanhol e francês. A ferramenta oferece serviços de construção de Vitrine Virtual, para que o importador estrangeiro conheça produtos e contate empresas brasileiras. Mais informações: www.vitrinedoexportador.gov.br

■ Radar Comercial

Instrumento de consulta e análise de dados relativos ao comércio exterior, que permite a identificação de mercados potenciais para produtos brasileiros. Mais informações: www.radarcomercial.desenvolvimento.gov.br