

ENTREVISTA / *interview*
**Welber Barral, especialista
em negociações internacionais**

*Welber Barral, expert on
international negotiations*

MISSÃO / *mission*
**Café brasileiro será
promovido no Canadá**

*Brazilian coffee to be
promoted in Canada*

SEM SAUDADES

Cada vez mais produtos tipicamente brasileiros
podem ser encontrados no exterior

No nostalgia

*Increasingly more Brazilian typical
products can be found abroad*



TRADUÇÕES QUE FAZEM SENTIDO

português, inglês, alemão

Certamente concordariam a Câmara de Comércio Brasil-Canadá, além da ...

Abbott, Accor, Allianz Seguros, Alstom, ANAHP, Bombardier, Bristol-Myers Squibb, Camargo Corrêa, CEBDS, Editora Casa Nova, Editora WDS, Eli Lilly, Embraer, Embratur, General Motors, Global Intelligence Alliance, International Paper, Governo do Canadá, Mangels, Marcopolo, Marriott International Hotels, NEC, O Boticário, Pão de Açúcar, Pfizer, Royal Bank of Canada, Samarco, Serasa, Suzuki, Toshiba, Toyota, Vale

... e dezenas de pessoas físicas e outras empresas atendidas desde 1997.

Benno Kialka
bkialka@bekom.com.br
www.bekom.com.br
Tel. 11 - 9 6398-0825 (Vivo)

BeKom
COMUNICAÇÃO INTERNACIONAL

REVISTA

BRASIL
CANADÁ

A revista **Brasil-Canadá** é uma publicação bimestral da Câmara de Comércio Brasil-Canadá, editada em parceria com a Editora Casa Nova.
www.ccbc.org.br/revista

COMITÊ EDITORIAL

Antonio F.C. Conde, Antonio Luiz Sampaio Carvalho, Dina Thrascher, Frederico José Straube, Marcio A. Francesquine, Paulo Perrotti, Paulo de Castro Reis, Sandy Josiger, Silvia Del Gallo, Sonia Martinez, Gilles Mascle



www.ccbc.org.br

SÃO PAULO

Rua do Rocio, 220 – 12º andar – cj. 121
Vila Olímpia – São Paulo – CEP: 04552-000
Tel.: (11) 4058-0400

COMITÊ EXECUTIVO

Esther Donio B. Nunes (presidente), Alex Krell, Antonio F.C. Conde, Antônio J.M. Morello, Benoit Préfontaine, Eldie Bifano, Ely Couto, Francisco Itzaina, Frederico José Straube, Giancarlo Takegawa, Luis Fernando Madella, Marcio A. Francesquine, Marcos Paulo de Almeida Salles, Roberto Castello Branco, Ronaldo Ramos, Tim Formuzewich

Superintendente Administrativo e Financeiro
Silvia Del Gallo

Superintendente de Relações Institucionais e de Negócios
Paulo de Castro Reis

CENTRO DE ARBITRAGEM E MEDIAÇÃO

Presidente: Frederico José Straube. Vice-presidentes: Antonio Luiz Sampaio Carvalho, Donald F. Donovan, Eduardo Silva Romero, Gilberto Giusti e Maristela Basso.

Secretário-geral: Carlos Suplicy de Figueiredo Forbes

FILIAL RIO DE JANEIRO

Roberto Castello Branco (presidente), Julio César Dias Moreira, Paulo Krauss



Redação, publicidade e administração
Editora Casa Nova – Rua Félix de Souza, 305
Vila Congonhas – São Paulo – CEP: 04612-080
Tel.: (11) 5095-0096
www.editoracasanova.com.br

DIRETORES

Jorge Litrenta, Giulio Rossi e Rinaldo Machado

REDAÇÃO

Diretor de redação: Marcelo Couto
marcelo@editoracasanova.com.br

Assistentes de redação:

Clarisse Sousa – clarisse@editoracasanova.com.br
Livia Fonseca Nunes – livia@editoracasanova.com.br

Diretor de arte: Roberto Gomes
roberto@editoracasanova.com.br

Assistentes de arte: Marco Aurélio Ponzo e Carolina Pagano (estagiária)

Colaboradores desta edição: Adriana Gavaça e Estela Cangerana

Tratamento de imagem: Premedia Crop
www.premediaprop.hd1.com.br

Traduções: BeKom Comunicação Internacional

Revisão: OK Linguística
www.oklinguistica.com.br

PUBLICIDADE

comercial@editoracasanova.com.br

MARKETING

marketing@editoracasanova.com.br

Impressão: CTP Impressão e acabamento CLY

10 mil exemplares distribuição nacional



Impressão realizada em papel com **certificação FSC**, que garante adequado manejo florestal.

A revista **Brasil-Canadá** não se responsabiliza por ideias e conceitos emitidos em artigos ou matérias assinadas, que expressam o pensamento dos autores. Não é permitida a reprodução integral ou parcial de textos publicados na revista sem a autorização prévia da CCBC.

EDITORIAL

Na língua do leitor

Acompanhando a crescente visibilidade internacional que a CCBC vem conquistando, especialmente em decorrência das ações do programa Doing Business in Canada e das iniciativas do Centro de Arbitragem e Mediação, a revista **Brasil-Canadá** passa a refletir mais visivelmente esse momento. Por isso, mais seções passam a ter conteúdo bilíngue, como se pode observar já na capa desta edição, no presente editorial e também no sumário. A intenção é atender ao público-leitor do exterior que recebe a revista periodicamente ou em eventos específicos da entidade.

Em algumas ocasiões, o leitor poderá encontrar ainda conteúdo em três línguas: português, inglês e francês. Isso deve ocorrer sempre que a revista acompanhar missões comerciais ao Canadá, como acontecerá com a próxima edição, que embarcará para o país da América do Norte juntamente com a comitiva de empresários liderada pela CCBC com o objetivo de promover o café brasileiro perante aquele mercado. Esperamos que goste das novidades e reiteramos o convite para que comente e contribua com sugestões para a contínua melhoria da publicação, feita para estreitar cada vez mais as promissoras relações Brasil-Canadá.

Boa leitura!

IN THE READER'S LANGUAGE

In tune with the growing international visibility CCBC is obtaining, particularly as the result of the Doing Business in Canada program and initiatives undertaken by the Arbitration and Mediation Center, the Brasil-Canadá magazine will, from now on, more visibly show this new reality. Therefore, more sections will be bilingual, as one can see beginning with the cover of this edition, the editorial and the summary as well. The intent is to serve the readers who periodically receive the magazine abroad, or at specific events staged by the entity.

On some occasions, the reader may even see content in three languages: Portuguese, English and French. This is intended to occur whenever the magazine will take part in missions to Canada, as will be the case of the next edition, travelling to that North American country together with a committee of entrepreneurs led by CCBC, with the objective of promoting Brazilian coffee in that market.

We hope you enjoy the novelties and reiterate our invitation to comment and submit suggestions for the continued improvement of the publication and as a contribution for promoting closer and promising relations between Brazil and Canada.

Enjoy the reading!



46 **CAPA/ COVER ARTICLE***

Mercado de produtos
típicos cresce no embalo
da imigração

*Typical products market
grows in the wake of
immigration*

* Articles translated to english

6 ENTREVISTA/ INTERVIEW*

Welber Barral, ex-secretário
de comércio exterior do Brasil
*Welber Barral, Brazil's former
foreign trade secretary*

16 NOTÍCIAS DO CAM/ NEWS ON CAM

CAM realiza primeiro curso de pós-
graduação em arbitragem do Brasil
*CAM stages the first graduate
course in arbitration in Brazil*

24 NEGÓCIOS/ BUSINESS*

Brasil e Canadá avançam na
cooperação para o setor espacial
*Brazil and Canada develop
cooperation in the aerospace industry*

12 NOTÍCIAS DA CCBC/ NEWS ON CCBC

Encontro da Comissão de
Assuntos Jurídicos debate a CISG
*Meeting of the Legal Affairs
Committee discusses the "CISG"*

18 NOTAS RÁPIDAS/ SHORT NEWS

Fique por dentro das notícias
que movimentam os dois países
*Be up to date on what is going on
in the two countries*

28 AGRONEGÓCIO/ AGRIBUSINESS*

Brasil tem oportunidades de ampliar
as vendas de café para o Canadá
*Brazil has the opportunity to increase
coffee sales to Canada*



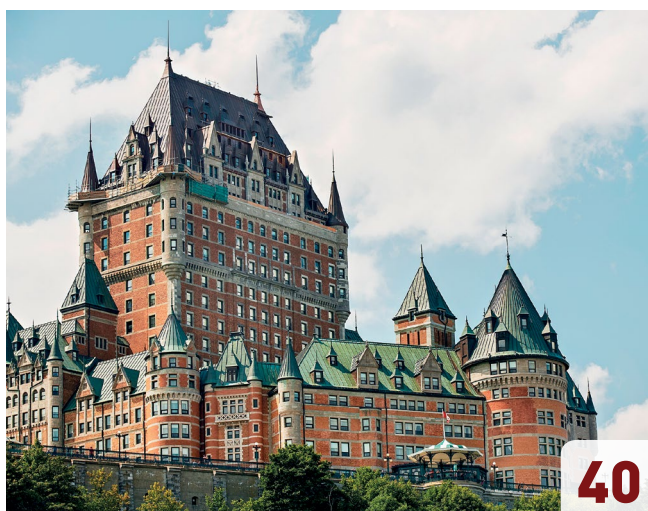
28



34



36



40

34 NA BAGAGEM/ IN THE LUGGAGE

Quebec oferece oportunidades
para profissionais brasileiros
*Quebec offers opportunities to
Brazilian professionals*

36 TECLA SAP/ SAP KEY*

Países se mobilizam para
incentivar a atividade física
*Countries mobilize to foster
physical activity*

40 TURISMO/ TOURISM

Passeios em trens revelam
paisagens deslumbrantes
*Outings by train unveil
magnificent scenery*

42 MOSAICO/ MOSAIC

Dia do Canadá celebra
aniversário da Independência
*Canada Day celebrates
independence's anniversary*

51 CAM-CCBC/ CAM-CCBC*

Centro marca presença em eventos de
arbitragem em Madri, Toronto e Lisboa
*Arbitration Center attends events in
Madrid, Toronto and Lisbon*

Acordos na agenda

Possível acordo de livre comércio entre o Mercosul e o Canadá pode ser peça fundamental para o incremento das relações do Brasil com o país da América do Norte

ESTELA CANGERANA

Agreements on the agenda

Possible free trade agreement between Mercosur and Canada may become the essential key to fostering Brazil's relations with the North American country

Há interesse tanto do Brasil quanto do Canadá em aumentar o relacionamento bilateral, e todos sabem que um acordo de livre comércio do Mercosul com o país da América do Norte seria muito importante para essa aproximação. O problema é que, até agora, apesar da semente do tratado já ter sido plantada, nenhum dos dois lados deu prioridade ao assunto. O motivo: ambos estavam ocupados com outras negociações. O Canadá acabou de fechar um acordo com a União Europeia (UE), e o Brasil voltou seus esforços ao entendimento com o bloco europeu. Mas isso pode mudar. A análise é do ex-secretário de Comércio Exterior do Brasil (de 2007 a 2011) e especialista em defesa comercial e negociações internacionais, Welber Barral.

Em 2013, o Canadá foi apenas o 23º país no ranking de destino das exportações brasilei-

Brazil and Canada are both interested in expanding the bilateral relationship and everybody knows that a free trade agreement between Mercosur and Canada would be very important to promote such approximation. The problem is that until now, although the seed of such agreement has been planted, neither party has given the matter a priority. The reason: both parties were busy with other negotiations. Canada recently concluded an agreement with the European Union (EU) and while Brazil is focused on reaching common grounds with the European block. However, this may change. Such is the assessment of Welber Barral, Brazil's former secretary of Foreign Trade (2007 to 2011) and an expert in trade defense and international negotiations.

In 2013, Canada only ranked 23rd in terms of the



FOTOS: FLÁVIO GUARNIERI

Barral é otimista com relação à evolução das discussões para o livre comércio

Barral is optimistic concerning the development of discussions on free trade

ras, e a corrente comercial bilateral movimentou US\$ 5,7 bilhões no período, segundo dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). Apesar disso, Barral é otimista com relação à evolução das discussões para o livre comércio e prevê que elas sejam mais rápidas e fáceis do que com os europeus. Nesta entrevista, o ex-secretário fala das possibilidades bilaterais, das tendências e dos desafios das negociações internacionais.

Brasil-Canadá – Ao longo da última década, as relações entre Brasil e Canadá vêm crescendo, mas ainda são muito pequenas perto do que poderiam alcançar. O que falta para incrementar esse intercâmbio comercial?

Welber Barral – Primeiro, é importante considerar que grande parte do comércio dos cana-

destination of Brazilian exports and the bilateral trade flow reached US\$ 5.7 billion in the period, according to data of the Ministry of Development, Industry and Foreign Trade ("MDIC"). Nevertheless, Barral is optimistic concerning the development of discussions on free trade and he predicts that they will take place faster and more easily in comparison to those with the Europeans. In this interview, the former secretary talks about bilateral possibilities, trends and challenges of international negotiations.

Brasil-Canadá – In the last decade, Brazil-Canada relations have been expanding, but are still modest in comparison with the status they could achieve. What is lacking to grow trade exchanges?

Welber Barral – First, it is important to take

denses é com os Estados Unidos, que é o maior cliente deles. Além disso, outras tentativas, como o recente acordo do Canadá com a União Europeia, acabaram ganhando prioridade. Há um potencial muito grande de relacionamento, porém o comércio entre Brasil e Canadá está concentrado em poucos produtos. Há grande possibilidade não só de aumento e de variação desses produtos, mas também de investimentos dos dois lados. Talvez haja uma necessidade maior de promoção comercial, mas seguramente é preciso ter alguns acordos que possam institucionalizar esse relacionamento. O ideal seria um grande acordo de livre comércio. Tratados na área sanitária, de investimentos e de tributação também são necessários.

BC – Exatamente nesse ponto, de um acordo entre Mercosul e Canadá, já houve conversas, mas elas não têm avançado. Há possibilidade de que esse tratado se efetive?

WB – O acordo foi lançado há pouco mais de dois anos, ainda é muito preliminar. Na verdade é um *framework* que foi assinado e que daria possibilidade de avançar na negociação. Eu acho que é bastante possível (que se efetive), porque com o Canadá não há grandes problemas setoriais como existe, por exemplo, com relação à negociação com a UE, principalmente no setor agrícola. Sou otimista com relação ao avanço de um acordo, mas minha percepção é a de que nem o governo brasileiro nem o governo canadense deram até hoje uma prioridade a essa negociação.

BC – Comenta-se muito que os desentendimentos dentro do Mercosul, principalmente com a Argentina, atrasam as negociações do bloco e estão prejudicando setores produtivos brasileiros.

WB – O Mercosul atrapalha as negociações do Brasil? Sim e não. Sim, porque o esforço de ordenação é muito grande. Normalmente você

“Grande parte do comércio dos canadenses é com os Estados Unidos”

“Much of Canadian trade is with the United States”

into consideration that much of Canadian trade is with the United States, their biggest client. In addition, other initiatives to that end, such as the recent agreement between Canada and the European Union, were viewed as the priority. There is high potential for Brazil-Canada trade relations, but they are concentrated on few products. Chances are great for not only increasing trade and diversifying products, but for investments on both sides. Perhaps more trade promotion initiatives are required, but surely several agreements are needed to allow for the institutionalization of this relationship. Ideally, one would have one grand free trade agreement. However, treaties in the field of sanitation, investments and double taxation are also required.

BC – Precisely on this issue, concerning an agreement between Mercosur and Canada, conversations have taken place, but did not evolve. What are the chances this agreement will materialize?

WB – *The idea of an agreement was launched a little more than two years ago, so it is still very preliminary. Actually, a framework was signed, which would allow to progress in the negotiation. I think it is quite possible (to materialize) because in relation to Canada there are no major industry-related problems as they exist, for example, with the EU, mainly in the field of agriculture. I am optimistic concerning progress towards an agreement, but in my view, neither the Brazilian nor the Canadian governments have to date considered this negotiation a priority.*

tem que fazer uma proposta única do Mercosul e ela acaba demandando muito tempo e esforço para ser consolidada. Não, porque, na realidade, os grandes problemas da negociação, não só do Brasil, mas de outros países do Mercosul, são as questões agrícolas. Então, nós temos que considerar os dois lados. Agora, o Brasil tem demonstrado esforço com a UE. Esse seria o acordo mais importante, e o País sinalizou que pode seguir adiante, inclusive com listas separadas de compromisso para cada um dos países do Mercosul. Na prática seria Brasil, Uruguai e Paraguai juntos e uma proposta separada da Argentina.

BC – Com relação ao Canadá, pode haver esse tipo de problema também?

WB – Com a UE se está na fase de troca de ofertas, que é justamente dizer o que estará coberto pelo acordo de livre comércio. Os europeus também devem apresentar uma lista só, que eles precisam consolidar. No caso do Canadá, nós estamos em uma fase muito anterior. Na verdade, é a primeira fase, que precede a que é chamada de modalidades, na qual se discute quais seriam os tipos de acordo. Por exemplo, no caso da UE, o tema central é a redução de impostos, mas também cobre outros temas, como serviços, compras governamentais, concorrência etc. E isso foi definido na fase de modalidades. Com

BC – *One often hears comments that misunderstandings within Mercosur, mainly with Argentina, delay negotiations of the trade block and adversely affect Brazilian production industries.*

WB – *Does Mercosur hinder negotiations with Brazil? Yes and no. Yes, because the coordination effort is very big. Normally, one must come up with a single proposal by Mercosur, which requires much time and effort for its consolidation. No, because, in reality, the main negotiation problems, not only for Brazil, but also for the other Mercosur countries, are related to agriculture. So, we must consider both sides. Now, Brazil has made a great effort in relation to the EU. This is probably the most important agreement and the country has signaled that it will go ahead, even considering different commitment agendas for each of the Mercosur countries. In practical terms, this means Brazil, Uruguay and Paraguay together, with a separate proposition from Argentina.*

BC – *Could this type of problem also exist as it concerns Canada?*

WB – *With respect to the EU, one is in the offer exchange phase, which is to say what is covered by the free trade agreement. The Europeans too must come up with a single list that they have*

O Canadá acabou de fechar um acordo com a UE, e o Brasil voltou seus esforços ao entendimento com o bloco europeu

Canada recently concluded an agreement with the EU and Brazil is focused on reaching common grounds with the European block





o Canadá nós não chegamos ainda nessa etapa, mas as negociações podem avançar muito mais rapidamente, porque um grande problema da Europa é conseguir fazer uma proposta conjunta dos países-membros, e o Canadá não tem esse problema. Mas precisa de relevância política para tocar o processo adiante.

BC – O fato de não ter conseguido concluir grandes negociações para a eliminação de barreiras, como a Rodada Doha (iniciada em 2001 e ainda em aberto), havia enfraquecido a Organização Mundial do Comércio (OMC). Agora, com o novo diretor-geral (o brasileiro Roberto Azevedo) e o sucesso do encontro de Bali em dezembro último, parece que ela ganhou um novo fôlego. Como se desenha a atuação da OMC daqui para frente?

WB – Bom, a OMC tem um enorme desafio, que é o de ser mais eficiente que os acordos regionais. A grande verdade é que nós estamos tendo uma nova explosão de regionais no mundo e,

to consolidate. In the case of Canada, we are in an earlier phase, which precedes the so-called modality phase, in which the types of agreement are discussed. For instance, in the case of the EU, the main theme is tax reduction, besides other topics such as services, government purchases, competition, etc. This is defined in the modality phase. Like Canada, we have not reached that phase, but negotiations could progress more quickly given that one of Europe's great problems is to make a joint proposition by the member countries, but Canada does not face this problem, although it needs the political relevance to take the process further.

BC – The fact that one has not been able to conclude major negotiations to eliminate barriers, such as the Doha Round (initiated in 2001 and still open) had weakened the World Trade Organization (WTO). Now, with the new director-general (the Brazilian Roberto Azevedo) and the success of the meeting in Bali last December, it appears that the entity has obtained

Para Barral, “OMC tem um enorme desafio, que é o de ser mais eficiente que os acordos regionais”

To Barral, “the WTO faces a major challenge, which consists in being more effective than the regional agreements are

O Canadá é apenas o 23º país no *ranking* de destino das exportações brasileiras

Canada only ranked 23rd in terms of the destination of Brazilian exports

agora, de mega-acordos, como o Transpacífico (Acordo de Associação Transpacífico, que propõe uma ambiciosa área de livre comércio entre 12 países da região do Oceano Pacífico). Na prática, os mega-acordos concorrem com os regramentos da OMC, porque, às vezes, são muito mais específicos. Bali foi extremamente importante por mostrar a liderança do Roberto Azevedo para concluir alguma coisa e teve vários acordos, mas um foi particularmente importante, o de facilitação do comércio. Foi um novo alento para a OMC. Mas o desafio continua, porque Doha não chegou a uma conclusão, e a discussão agora é sobre como seria uma nova rodada que pudesse trazer resultados mais concretos.

BC – Para onde caminham as negociações comerciais mundiais?

WB – Nós temos três movimentos importantes hoje no mundo. O primeiro continua a ser o foro multilateral, com o qual a gente sempre se lembra da OMC, embora existam outros organismos. O segundo são os mega-acordos, que estão acontecendo principalmente entre os países que já tinham acordos comerciais e que estão aprofundando-os e consolidando-os, como é o caso da Aliança do Pacífico. Além da liberalização comercial, eles entram muito na parte de propriedade intelectual, investimentos e serviços. E nós temos um terceiro movimento que persiste, que são os acordos bilaterais. Esses três, seguramente, vão conviver. São complexos, às vezes geram complementaridade e, às vezes, algum tipo de conflito, e nós temos que estar preparados para acompanhar todos esses movimentos. 🍁

an extension period. How do you envision the WTO's role from now on?

WB – Well, the WTO faces a major challenge, which consists in being more effective than the regional agreements are. The fact of the matter is that we are seeing a new boom of regional agreements around the world and currently even of mega-agreements such as the Transpacific (the Transpacific Association Agreement, which proposes a very large free trade area among 12 countries of the Pacific Ocean region). In practice, the mega-agreements compete with the rules of the WTO, because sometimes they are more specific. Bali was extremely important because it showed Roberto Azevedo's leadership in accomplishing something, so several agreements resulted, one of which was particularly important – the one on trade facilitation. It was a new stimulus for the WTO, but the challenge persists because Doha failed to reach a conclusion and the discussion now is about how a new round could bring more tangible results.

BC – Where are world trade negotiations headed?

WB – Nowadays, there are three important movements in the world. The first is still the multilateral forum, such as the WTO that comes to one's mind, although there are other entities. The second are the mega-agreements that are being celebrated mainly among countries that already had trade agreements in place and are now perfecting and consolidating them, as is the case of the Pacific Alliance. In addition to trade liberalization, they detail concerns about intellectual property, investments and services. There is a third movement, comprising bilateral agreements. These three will surely operate at the same time. They are complex. On occasion, they will generate complementarities and even some type of conflict, so we will have to be prepared to monitor all these movements. 🍁

Próximos passos

A Comissão de Comércio Exterior da CCBC (Comex) se reuniu recentemente para discutir ações e traçar os próximos passos do Doing Business in Canada, projeto da entidade que vem alcançando excelentes resultados comerciais. O encontro, realizado em junho, contou com a presença de 12 representantes de empresas associadas. No segundo semestre, a comissão realizará uma série de seminários sobre comércio exterior.

Outros detalhes e informações sobre os eventos e os serviços prestados pela Câmara de Comércio Brasil-Canadá (CCBC) podem ser obtidos no site da entidade: www.ccbc.org.br

POR DENTRO DA CISG

O início da vigência no Brasil da Convenção de Viena sobre transações internacionais de mercadorias (CISG, na sigla em inglês) foi o tema do encontro da Comissão de Assuntos Jurídicos da CCBC, realizada em junho. Durante o encontro foram ministradas palestras por Ana Carolina Beneti (escritório Pinheiro Neto), Claudio Finkelstein (PUC-SP) e Napoleão Casado Filho (PUC-SP).

Ana Carolina Beneti falou sobre histórico e princípios de interpretação das leis. As implicações nos bens intangíveis e contratos de licença de *software* foram os temas abordados pelo professor Finkelstein, e Casado Filho encerrou o encontro com palestra sobre deveres do vendedor e comprador e a correlação com obrigações no Brasil.

Gestão empresarial

Recentemente, a Comissão de Assuntos Jurídicos promoveu o concorrido *workshop* Compliance – Ferramenta de Gestão Empresarial. O tema foi abordado pelos especialistas Ana Paula de Almeida Santos e Denia de Moura (ambas da Assurant Solutions) e Walter José Senise (Mattos Muriel Kesterner Advogados).

WORKSHOP

Prêmio para a exportação

A CCBC esteve representada na quinta edição do Prêmio Apex-Brasil de Excelência em Exportação, em São Paulo. A premiação contempla o trabalho desenvolvido pelas empresas para a internacionalização de suas marcas. A cerimônia reuniu mais de 700 pessoas e teve 135 companhias inscritas em várias categorias. Paulo de Castro Reis, superintendente de Relações Institucionais e de Negócios, e Armínio Calonga Jr., da divisão comercial, representaram a entidade no evento.

ApexBrasil
AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO
DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS



COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Uma das atrações mais esperadas do 5º Encontro Internacional de Comportamento do Consumidor, organizado pela Coppead, no Rio de Janeiro, foram os canadenses Robert Kozinets e Russel Belk, professores da Schulich School of Business, de Toronto. Eles falaram sobre marca, consumo, inovação e *marketing*. A CCBC participou do evento e pode fornecer a apresentação de Belk. Os interessados devem fazer a solicitação pelo e-mail andrea.mansano@ccbc.org.br.



Clima descontraído

A mais recente edição do Happy Hour da CCBC, realizada no Les 3 Brasseurs, em São Paulo, reuniu 80 pessoas.

O clima do evento é sempre bastante propício para ampliar a rede de relacionamentos profissionais e iniciar conversações ou trocar ideias que podem se transformar em negócios. Fique atento à programação (divulgada no *site* da entidade) e participe dos próximos eventos!



Fazendo negócios

Representantes da varejista canadense Loblaw e da distribuidora Inglenuk consideraram excelentes os resultados da visita ao Brasil, em maio. As empresas participaram de encontros na capital paulista como parte das ações continuadas do projeto Doing Business in Canada. A Loblaw participou de 30 reuniões, sendo que 15 delas apresentaram possibilidades reais de negócios. A companhia encontrou produtos com *design* e



funcionalidades interessantes, e a ideia é estabelecer acordos comerciais que permitam lançamentos de produtos no segundo trimestre de 2015.

A Inglenuk esteve em 25 reuniões e acredita que sete deverão gerar bons resultados. Assim como a varejista, a distribuidora identificou preços competitivos e *designs* criativos. A expectativa é que os negócios cheguem a cerca de US\$ 500 mil, já nos próximos 12 meses.

CURIOSIDADES

Fique por dentro

Teste os seus conhecimentos quanto a acontecimentos envolvendo Brasil e Canadá:

1. Oito cientistas canadenses receberam o Prêmio Nobel nos últimos 20 anos. Eles foram reconhecidos por descobertas e invenções como:

- a Insulina e morfina
- b Bomba de cobalto e colesterol
- c Insulina e marca-passo

2. A Agência Canadense para o Desenvolvimento Internacional (ACDI) administra aproximadamente 75% da assistência oficial do Canadá. Em que ano ela foi fundada?

- a 1912
- b 1968
- c 2005

Energia em foco

Um grande encontro na área de energia, promovido no dia 16 de abril pela CCBC em parceria com o Consulado Geral do Canadá no Rio de Janeiro, atraiu o interesse de vários empresários do setor. Mais de 60 participantes assistiram à explanação do sócio-fundador e diretor do Centro Brasileiro de Infraestrutura (CBIE), Adriano Pires. Com mais de 30 anos de experiência no segmento, o especialista apresentou um panorama do setor, levando ao público o seu extenso conhecimento no campo da ener-

gia, tema fundamental ao desenvolvimento econômico. Pires é doutor em Economia Industrial e mestre em Planejamento Energético. Ao longo da carreira, atuou também na área pública. Sua última experiência na esfera governamental foi na Agência Nacional de Petróleo (ANP), na qual atuou como assessor do diretor-geral, superintendente de importação e exportação de petróleo, seus derivados e gás natural, e superintendente de abastecimento.



Cônsul Geral do Canadá no Rio de Janeiro, Sanjeev Chowdhury, presidente da CCBC, Esther Nunes, e Adriano Pires, vice-presidente da CCBC; Ely Couto, superintendente administrativa-financeira, Silvia Del Gallo e VP de eventos e serviços, Antonio F. C. Conde

Bem-vindos ao time

Ao longo do 1º semestre deste ano, a CCBC conquistou dez novos associados, incluindo empresas e profissionais liberais com atuação em diversos setores. Eles se juntam ao esforço da entidade de ampliar continuamente as relações de comércio e fortalecer os laços econômicos e culturais entre Brasil e Canadá. Saiba quem são eles:

EMPRESAS

Armstrong Fluid

Produtos e serviços para sistemas de ar condicionado central e de mineração

CSV

Serviços de assessoria em gestão para empresas e pessoas físicas

Intermanagement

Serviços de Desenvolvimento de Negócios e Gestão Executiva Interina

Kenedy Real

Escritório de assessoria jurídica em diversos ramos do Direito

Lefosse Advogados

Assessoria jurídica especializada em direito empresarial e finanças corporativas

Logica - CGI

Consultoria e integração de sistemas, outsourcing de TI e de processos

Lucidha

Prestação de serviços em soluções de negócios (*business solutions*)

Stickeman

Prestação de serviços jurídicos

PROFISSIONAIS

Cesar Watanabe

Executivo com 20 anos de experiência em vendas, marketing e pós-venda

Nasser Belalia

Conselheiro econômico comercial do Consulado-Geral da Bélgica em São Paulo



The Maple Bear Generation

Educação Infantil

A excelência da educação
bílingue canadense agora
na Granja Julieta!

Maple Bear Granja Julieta

Rua Barão de Cotegipe, 251
11 5548-3131
granjajulieta@maplebear.com.br

Agende a sua visita:
www.maplebear.com.br/granjajulieta



O melhor da educação



FOTO FLÁVIO GUARNIERI



Arbitragem e poder público

O auditório do CAM-CCBC recebeu pela segunda vez a palestra sobre arbitragem e poder público, ministrada pelo professor Gustavo Justino de Oliveira (foto), coordenador da Comissão da Administração Pública na Arbitragem do Centro. Durante a apresentação foram abordadas questões como as mudanças previstas no anteprojeto da nova lei de arbitragem e o futuro da arbitragem com a administração pública no Brasil.

Especialização inédita

O CAM-CCBC se prepara para realizar o primeiro curso de pós-graduação *lato sensu* em arbitragem do Brasil, em parceria com a Academia Brasileira de Direito Internacional (ABDI). A propósito, a entidade, ligada a atividades de ensino e pesquisa em Direito Internacional e Relações Internacionais, realiza entre 27 e 30 de agosto, o 12º Congresso Brasileiro de Direito Internacional, em Salvador.

Bolsas de estudo

Em breve serão anunciados os nomes dos contemplados da segunda seleção de bolsas para projeto de pesquisa no Instituto Max-Planck de Direito Comparado e Direito Internacional Privado (MPI), em Hamburgo (Alemanha). Está curioso para conhecer os selecionados? Acesse a área de notícias do *site* da CCBC. A iniciativa do CAM-CCBC, em parceria com o MPI, visa a capacitação científica por meio do intercâmbio acadêmico e da cooperação entre as instituições. A bolsa dura até três meses.



MAX-PLANCK-GESELLSCHAFT

Parceria francesa

A Société de Legislation Comparée é a nova parceira internacional do CAM-CCBC. O acordo contempla o intercâmbio de informações e bolsas de estudo nas áreas de arbitragem internacional, institucional e de direito comparado. O centro concederá bolsa de pesquisa na entidade francesa para doutorandos e pós-doutorados, com duração de três meses. Em breve será divulgado o regulamento de seleção. Fique atento!



Laudo arbitral em debate

Lima foi palco do 8º Congresso Latino-Americano de Arbitragem, realizado pelo Instituto Peruano de Arbitragem. O tema do encontro foi “Laudo Arbitral: decisión que resuelve la controversia o tratado doctrinario?” Um dos palestrantes foi o presidente Frederico Straube, que falou sobre a necessidade ou não de revisão da sentença pela instituição arbitral. O presidente do Instituto, Carlos Alberto Soto Coaguilido, comandou a conferência, que reuniu 450 participantes.



Direito internacional em debate

O Congresso Internacional de Direito Privado promovido, em maio, pelo Instituto de Direito Privado e pela Faculdade de Direito do Largo São Francisco (USP) reuniu especialistas de vários países. Sob coordenação de Cristiano Zanetti e Giovanni Nanni, foram debatidas importantes questões sobre direito civil, comercial e internacional. Entre os convidados estavam professores de universidades de Portugal, Itália, Espanha, Alemanha e Estados Unidos. O congresso contou com o patrocínio do CAM-CCBC.

Superando expectativas

Quase 200 profissionais participaram do Encontro de Arbitragem e Mediação do Conima, sediado em Recife. Por meio dos painéis realizados, ficaram sabendo mais sobre arbitragem tributária, arbitragem e mediação na administração pública e nos negócios desportivos e ainda acerca da aplicação da neurociência na resolução dos conflitos. Antonio Luiz Sampaio Carvalho, vice-presidente do CAM-CCBC, integrou a comissão organizadora e esteve à frente da sessão “Arbitragem e Mediação na Adminis-

tração Pública”. Segundo ele, o encontro propiciou uma grande oportunidade para levar conhecimento específico ao público.

Durante o evento, foi realizada uma homenagem ao advogado pernambucano Petrônio Muniz, arauto da arbitragem no Brasil e cujo trabalho resultou na aprovação da Lei 9307/96. Ele foi representado pela filha Paula, que recebeu uma placa de prata, entregue pelo jurista Carlos Alberto Carmona.



O encontro reuniu 200 profissionais em Recife; Antonio Luiz Sampaio Carvalho, vice-presidente do CAM-CCBC, integrou a comissão organizadora; o advogado pernambucano Petrônio Muniz foi homenageado durante o evento. Ele foi representado pela filha Paula, que recebeu uma placa de prata, entregue pelo jurista Carlos Alberto Carmona

FOTOS DIVULGAÇÃO

Contra a fome



Aproveitando o clima de Copa do Mundo, os canadenses também se mobilizaram para uma causa social. A iniciativa foi da organização não governamental Footy For Food (FFF), que promove partidas esportivas em troca de alimentos para ações de combate à fome. O evento foi realizado no Mercado Municipal de São Paulo, com o apoio do Sesc São Paulo e da entidade Mesa Brasil, responsáveis pela distribuição dos donativos. O projeto foi criado pelo canadense Richard Loat, CEO e fundador da FFF, originalmente em jogos de hóquei.

Gestão de negócios

Ainda neste ano, os brasileiros passarão a ter acesso ao conhecimento da escola de negócios John Molson Executive Centre, ligada à John Molson School of Business (JMSB), da Concordia University, de Montreal. A iniciativa é resultado de uma parceria firmada entre a instituição canadense e o brasileiro Invent Conhecimento Estratégico. Profissionais com sólida experiência acadêmica ministrarão cursos e palestras com tradução simultânea.

Engrossando a torcida

Os canadenses contribuíram para a grande festa da Copa do Mundo no Brasil. Mesmo sem participar dos jogos, o país ocupou a décima posição no *ranking* de nações que mais trouxeram torcedores ao evento. A pesquisa foi realizada pelo site Skyscanner, especializado em roteiros de viagem. De acordo com o mesmo levantamento, no topo da lista de visitantes estão os norte-americanos seguidos dos alemães.



Paixão mundial

Dois jovens franceses partiram de Montreal em direção ao Brasil para acompanhar o Mundial 2014. A jornada foi a bordo de um Citroën de 1988, decorado com desenhos em preto e branco que fazem alusão a uma bola de futebol. Pierre Pitoiset e Eric Carpentier integram a organização não governamental A Cup of World e buscam desvendar o esporte mais popular do mundo. Durante a viagem, conheceram organizações de diversos países para colaboração em projetos sociais. A jornada vai virar um documentário após o fim da Copa do Mundo.



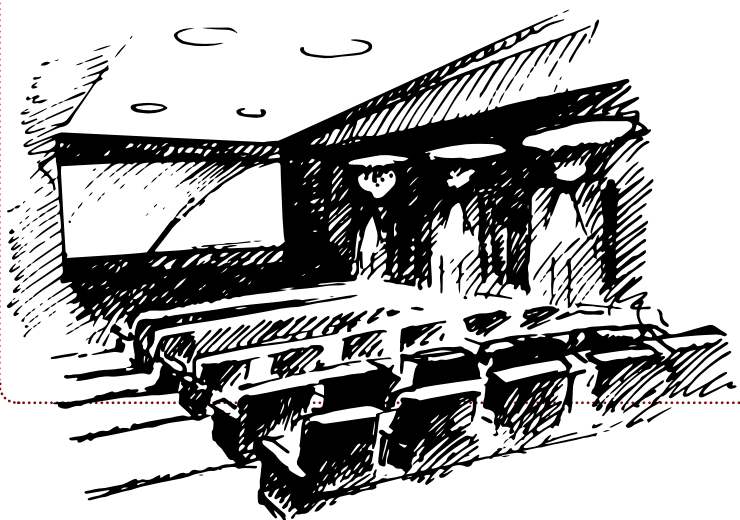
Viagem luxuosa

Representantes de 16 empresas brasileiras participaram do Rendez Vous 2014, principal evento do setor de turismo no Canadá. Durante o evento, eles conheceram em primeira mão o vagão Prestige Class dos trens The Canadian, da VIA Rail Canada. As acomodações luxuosas do vagão incluem TV com tela plana, chão aquecido e banheiro privativo com chuveiro. São oferecidos também serviços exclusivos, como cafés especiais, *snacks*, degustação de vinhos e *concierge* personalizado. A inauguração das linhas operacionais está prevista para 2015.



Parceria nas telonas

Brasileiros e canadenses trabalham juntos na produção do longa-metragem "Zoom". O filme, previsto para estrear em 2015, já concluiu sua fase de gravações no Brasil. Após as filmagens em estúdio na capital paulista e no litoral fluminense, a equipe segue para o Canadá em agosto, onde o longa será concluído. No elenco estão as brasileiras Mariana Ximenes e Cláudia Ohana, que contracenam com Gael García Bernal, Jason Priestley e Don McKeller. O roteiro é de Matt Hansen, a direção, do brasileiro Pedro Morelli, e a produção, da O2 Filmes, em parceria com a Rhombus Media.



Ligação direta

A nova rota da Air Canada entre o Rio de Janeiro e Toronto, prevista para começar a operar em 11 de dezembro, deve ter ocupação média de 80%. A estimativa é do diretor comercial da companhia, Gleyson Ranieri. O voo inicialmente terá três ligações semanais e, dependendo da demanda, poderá se tornar diário em 2015. Para reforçar o atendimento, a companhia está aumentando a equipe local no Rio.





Jovens talentos

Um grupo de jovens do interior paulista viajou ao Canadá para participar do FLL International Open, torneio de robótica que reuniu competidores de vários países em Toronto. Estudantes da unidade de Itapetininga do Serviço Social da Indústria (Sesi), eles competiram com 71 grupos de mais de 20 países, entre 4 e 7 de junho. No final, voltaram para casa orgulhosos e com o título de vice-campeões.

Edificações verdes

O mercado da construção verde no Canadá deve crescer fortemente nos próximos três anos, conforme estudo elaborado pela consultoria McGraw Hill Construction a pedido do Canada Green Building Council. O inédito relatório "Canada Green Building Trends: Benefits Driving the New and Retrofit Market" aponta que metade das empresas pesquisadas pretende aumentar as práticas verdes de maneira consistente até 2017, seguindo os padrões de edificações sustentáveis.



Não ao preconceito

O Fundo Canadá para Iniciativas Locais (CFLI) está somando forças ao projeto de brinquedotecas instaladas em hospitais públicos do Distrito Federal. As salas de jogos quebram a monotonia e as adversidades da vida de crianças soropositivas em tratamento. Os espaços contam com o apoio dos ministérios da Educação e da Saúde, além da organização não governamental Amigos da Vida. O CFLI financiou a revista em quadrinhos produzida por Mauricio de Sousa, na qual são apresentados os personagens Igor e Vitória, ambos crianças soropositivas. Os personagens passam mensagens educativas de inclusão dos pacientes.



Forte competidor

A canadense Largo Resources abriu a primeira mina de vanádio da América Latina no Brasil, onde pretende produzir 7,5% da oferta global do ingrediente de fabricação de aço dentro de um ano, segundo divulgou a Reuters. Ainda, segundo noticiou a agência, a companhia espera expandir as operações, localizadas na Bahia, e abocanhar até 40% do mercado ao longo da próxima década. A empresa tem um contrato de seis anos para vender toda a produção à gigante de mineração Glencore Xstrata. O vanádio é acrescentado ao aço para torná-lo mais forte e mais resistente à ferrugem.



Mais agilidade

O governo do Quebec deu um novo passo para incrementar as relações comerciais com o Brasil. O projeto Expansion Quebec, cuja inauguração oficial deve ocorrer neste segundo semestre, visa acelerar a implantação de empresas que desejam fincar bandeira no exterior, oferecendo soluções que minimizam os investimentos e os riscos. O projeto oferece suporte jurídico, administrativo e comercial, além de espaço para locação. As instalações ficam na Avenida Paulista, ocupam 300 metros quadrados, distribuídos em 19 espaços abertos e privativos, a serem utilizados pelas companhias interessadas.

“As expectativas são muito boas, pois o Brasil e o Canadá têm uma ótima relação comercial e grande potencial econômico. Nossa proposta é oferecer para as companhias o suporte necessário e a tranquilidade para que não percam tempo e possam focar nos negócios”, afirma a diretora Katia Garbellotto. Ela diz que a iniciativa complementa o trabalho do escritório do Quebec, que auxilia companhias com estudos de mercado, análises setoriais e de viabilidade de negócio. Para saber mais sobre o programa, visite www.expansionquebec.com



Viagens corporativas

A Uniglobe Travel, rede canadense de franquias de agências de viagens corporativas, anunciou a chegada ao Brasil de uma das empresas do grupo, a Uniglobe Universal TMC. “Nosso objetivo é atingir 90 lojas no Brasil em dez anos. Estamos em negociação avançada com cinco agências e queremos fechar mais parcerias para atender aos clientes de cada região do Brasil”, declarou o presidente regional, Patrick Tytgadt, ao portal Panrotas, especializado em profissionais de turismo.



Naturais e rentáveis

O Canadá marcou presença na 10ª Feira Internacional de Produtos Orgânicos e Agroecologia, realizada em junho na capital paulista. O segmento abarca produtos que não utilizam agroquímicos na composição ou ao longo da sua cadeia produtiva. Somente em 2014 os orgânicos certificados devem movimentar US\$ 1 bilhão no Brasil. No mundo, o setor faturou US\$ 64 bilhões em 2013, dos quais US\$ 4,4 apenas no Canadá. Matthew Holmes, diretor do Canada Organic Trade Association, gostou dos avanços que viu no Brasil. Segundo ele, o País deu um salto em organização do setor na última década.



Canal de comunicação

A BlackBerry lançou, no dia 30 de junho, um portal especializado para seus usuários. O BlackBerry Fact Check permite que os clientes chequem informações a respeito da empresa, além de trazer novidades sobre os produtos. O próximo lançamento será o *smartphone* Z3, que deve chegar inicialmente aos Emirados Árabes em agosto. Facilidade – Outra novidade da canadense é o aplicativo Tazze iT, projetado para o mundo dos negócios. O app possibilita o envio imediato de documentos do *smartphone* para o computador pessoal.

Passageiros conectados

As regras para o uso de equipamentos eletrônicos nos aviões estão mais flexíveis no Canadá. Os passageiros poderão utilizar os dispositivos, da decolagem ao pouso, com algumas restrições. Para *smartphones* e *tablets*, por exemplo, a internet ou linha telefônica continua proibida durante todo o voo.



Preocupação ambiental

A Vale está entre as 200 empresas mais verdes do mundo, segundo lista divulgada pela revista americana Newsweek e elaborada com a consultoria canadense Corporate Knights Capital. Em 171º lugar no *ranking* das 500 listadas, a Vale é uma das sete brasileiras da lista. Todas foram classificadas sob os aspectos ambiental, de governança e sustentabilidade corporativa, a partir de dimensões como produção de energia, carbono e água, geração de resíduos, reputação, comitê de sustentabilidade e auditoria.



Céu de brigadeiro

A Bombardier anunciou ter recebido um pedido para o fornecimento de seis CRJ 900 NextGen. O valor da transação está avaliado em US\$ 727 milhões. O cliente, não revelado, forneceu ainda opções sobre oito aeronaves adicionais. Caso esse negócio adicional seja concretizado, o valor do pedido poderá atingir US\$ 1,12 bilhão. Segundo foi divulgado, a companhia possui atualmente 1.833 pedidos firmes por aeronaves da série CRJ, incluindo 359 para os modelos CRJ900 e CRJ900 NextGen.



Leitura imperdível

A obra da canadense Ruth Ozeki “A Terra Inteira e o Céu Infinito” chega ao Brasil pela Casa da Palavra. O livro foi finalista do Man Booker Prize de 2013 e já foi traduzido em 35 línguas. Na história, que se passa entre Canadá, Estados Unidos e Japão, a escritora aborda temas como a ecologia e o multiculturalismo.



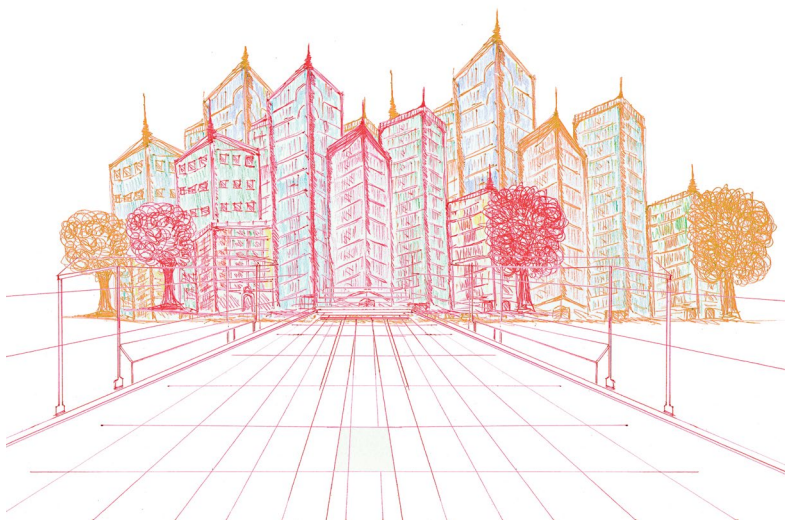
Sinal verde

O Canadá é o 3º país mais confiável para fazer negócios. É o que aponta a pesquisa da FM Global Resilience Index, que avaliou as nações de acordo com a economia, qualidade do risco e cadeia de fornecimento. Foram utilizados critérios como o PIB *per capita*, riscos políticos, abundância de combustível, controle da corrupção e qualidade da infraestrutura e dos fornecedores locais.

Craques do design

Os estudantes Renan Rocha Gomes e Ricardo Ritter de Souza Barnasky, participantes do programa Ciência sem Fronteiras na Universidade de Toronto, venceram a competição de *design* MSE 558. A competência em desenho técnico foi um dos requisitos, embora os critérios de julgamento também incluíssem um plano de negócios que considerasse fatores como ciência ambiental, segurança, economia e *marketing*.

“O projeto de engenharia de sucesso envolve muito mais do que capacidade técnica. Criação de valor e absorção exigem planejamento e análise de parâmetros muito além dos princípios tradicionais de engenharia”, disse o professor da disciplina, Steven Thorpe.



Tecnologia nos mares

O estúdio canadense Moment Factory desenvolveu tecnologias de entretenimento para encher os olhos dos passageiros do novo navio da Royal Caribbean International. Produzido especialmente para o Quantum of the Seas, o chamado Vistarama transforma as janelas em cenas e paisagens, por meio de uma combinação entre 18 projetores. Para completar o cenário, foram criados os Roboscreens, robôs de 2 metros de altura com agilidade para fazer performances e divertir os passageiros. O navio será lançado em novembro.



FOTOS: DIVULGAÇÃO



Alta sintonia

Brasil e Canadá avançam nos diálogos de cooperação no setor espacial. Comitativa canadense esteve recentemente no Brasil, e brasileiros irão ao Canadá em breve, para estreitar o relacionamento

ESTELA CANGERANA

Highly tuned

Brazil and Canada make progress in talks about cooperating in the aerospace industry. A Canadian delegation recently came to Brazil and Brazilians will soon go to Canada to strengthen relationship



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Stéphane Larue, cônsul-geral do Canadá em São Paulo, Carlos Alberto Gurgel Veral, diretor da AEB, e Luc Brûlé, diretor-geral da CSA

Stéphane Larue, consul-general of Canada in São Paulo, Carlos Alberto Gurgel Veral, AEB director, and Luc Brûlé, CSA director-general

A Agência Espacial Brasileira (AEB) e a Agência Espacial Canadense (CSA, da sigla em inglês) assinaram, em março último, a “Cooperação para a formação de profissionais e estudantes qualificados em disciplinas relacionadas ao espaço”. O documento foi um dos pontos altos da Missão Espacial Canadense ao Brasil, evento que ocorreu no Parque Tecnológico de São José dos Campos (SP), contou com nomes importantes, tanto do setor privado quanto do governamental. O encontro e o acordo foram mais um passo dado para o estreitamento dos laços entre os dois países na cooperação espacial, estabelecida por ocasião da visita do primeiro ministro canadense Stephen Harper ao Brasil em 2011.

Desde então, as agências dos dois países têm feito uma série de videoconferências e reuniões buscando gerar resultados para áreas específicas de interesse comum. A capacitação de profissionais

The Brazilian Space Agency (“AEB”) and the Canadian Space Agency (CSA), in March of this year, signed an agreement on “Cooperation for educating professionals and students qualified in space-related disciplines”. The document was one of the highlights of the Canadian Space Mission to Brazil, an event that took place at “Parque Tecnológico de São José dos Campos” (State of São Paulo), and gathered important names of the private and government sectors. The event and the agreement were yet another step towards tightening the ties between the two countries in terms of cooperation in the field of aerospace, which resulted from the visit of the Canadian Prime Minister Stephen Harper to Brazil in 2011.

Since then, the agencies of the two countries have staged a number of video conferences and meetings aimed at achieving results in specific fields of common interest. The qualification of professionals, as set forth

contemplada pelo acordo assinado é uma dessas áreas. Outra é a colaboração entre as empresas privadas. Durante a Missão Espacial, companhias dos dois países participaram de 70 reuniões individuais que integraram as rodadas de negócios.

Para o encontro, organizado pelo Consulado-Geral do Canadá em São Paulo, com o apoio da AEB, CSA e do Cluster Aeroespacial Brasileiro, veio ao País uma delegação canadense formada por sete empresas do ramo e pela Associação das Indústrias Aeroespaciais Canadenses (AIAC), Departamento de Relações Internacionais, Comércio e Desenvolvimento (DFATD), Departamento de Defesa Nacional (DND), Export Development Canada (EDC) e entidades provinciais como o Export Quebec.

INTEGRAÇÃO

“Virtualmente, todos os principais interlocutores do setor espacial brasileiro e canadense tiveram a oportunidade de se encontrar e discutir as melhores formas de colaboração e integração de suas cadeias de valor, criando sinergia entre empresas e entidades governamentais de ambos os países”, afirma o *trade commissioner* do setor aeroespacial do Consulado-Geral do Canadá em São Paulo, Alex Krell.

Ele lembra que o relacionamento bilateral na área é antigo e, ao longo dos anos, tem sido benéfico para ambos os lados. Krell cita negócios bem-sucedidos, como a entrega dos primeiros satélites de telecomunicações domésticos ao Brasil (BrasilSat A1 e A2) pela empresa canadense MDA em 1984 e o fornecimento de elementos de tecnologia radar para o Sistema de Vigilância da Amazônia (Sivam) nos anos 1990. Mais recentemente, outra canadense, a ComDev, desenvolveu parceria de pesquisa e desenvolvimento com a brasileira Orbital, através do programa conjunto entre a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) e o International Science and Technology Partnerships Canada (ISTP).



by the signed agreement, is one of those fields. Another is the cooperation among private companies. During the Aerospace Mission, companies of the two countries participated in 70 individual meetings that comprised the business rounds.

For the event, organized by the Canadian Consulate-General in São Paulo, with support from the “AEB”, “CSA” and “Cluster Aeroespacial Brasileiro”, a Canadian delegation comprising seven companies of the aerospace industry, the Aerospace Industries Association of Canada (AIAC), the Department of Foreign Affairs, Trade and Development (DFATD), the Department of National Defense (DND), Export Development Canada (EDC), as well as provincial entities such as Export Quebec, visited Brazil.

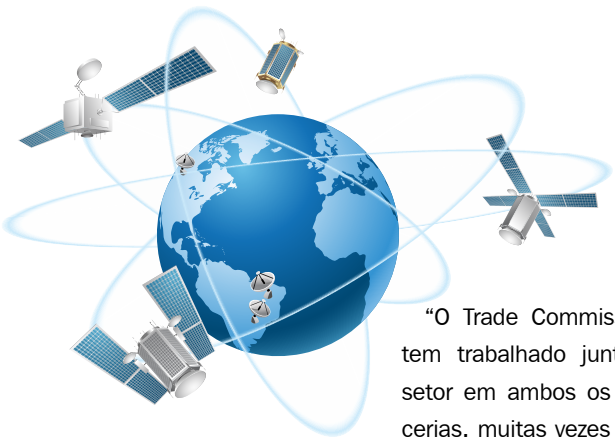
INTEGRATION

“Practically all the main contact persons of the Brazilian and Canadian aerospace industry had the opportunity to meet and discuss the best ways to collaborate and to integrate their value chains, creating synergy among companies and

O evento teve painéis de discussão, com os temas de aplicações da tecnologia espacial, iniciativas conjuntas de capacitação e parcerias no setor privado

The event comprised three discussion panels on the topics of space technology applications, joint initiatives aimed at capacity building and the organization of partnerships in the private sector





“O Trade Commissioner Service do Canadá tem trabalhado juntamente às empresas do setor em ambos os países para construir parcerias, muitas vezes entre empresas de pequeno e médio porte, que viabilizem o aumento do intercâmbio comercial e tecnológico, buscando atender as demandas presentes e futuras do Brasil, ao mesmo tempo em que incentiva o desenvolvimento da cadeia de valor espacial tanto no Canadá como no Brasil”, diz Krell.

Além do acordo de cooperação assinado e das rodadas de negócios, o evento de março ainda teve três painéis de discussão, com os temas de aplicações da tecnologia espacial para o desenvolvimento social e econômico, iniciativas conjuntas de capacitação e a construção de parcerias de sucesso no setor privado.

O próximo passo desse trabalho de aproximação bilateral se dará em setembro deste ano, com a ida de uma missão de *follow up* de brasileiros ao Canadá por ocasião do International Astronautical Congress em Toronto, na província de Ontário. 🍁

Os principais interlocutores do setor tiveram a oportunidade de se encontrar e discutir as melhores formas de colaboração e integração de suas cadeias de valor

Main contact persons had the opportunity to meet and discuss the best ways to collaborate and to integrate their value chains

government entities of both countries”, states the Trade Commissioner for the aerospace industry at the Canadian Consulate-General in São Paulo, Alex Krell.

He recalls that the bilateral relationship in this field dates back a long time, whereas over the years it has been beneficial for both parties. Krell refers to well-succeeded business deals such as the delivery of the first domestic telecommunication satellites to Brazil (BrasilSat A1 and A2) by Canadian company MDA in 1984 and the supply of radar technology elements for the Amazonian Surveillance System (“SIVAM”), in the decade of 1990. More recently, another Canadian company, ComDev, developed a research and development partnership with the Brazilian company Orbital, under the joint program managed by the São Paulo Research Foundation (“FAPESP”) and International Science and Technology Partnerships Canada (ISTP).

“The Canadian Trade Commissioner Service has been cooperating with companies from this industry in both countries to build partnerships, often between small and medium size companies, seeking to boost trade and technological exchange, while meeting current and future demands of Brazil and, at the same time, fostering the development of the value chain of the aerospace industry in Canada and Brazil”, states Krell.

Besides the signed cooperation agreement and the business rounds, the event held in March comprised three discussion panels on the topics of space technology applications for social and economic development, joint initiatives aimed at capacity building and the organization of successful partnerships in the private sector.

The next step in this bilateral approximation process will take place in September of this year, with a follow-up mission of Brazilians to Canada, on the occasion of the International Astronautical Congress in Toronto, in the province of Ontario. 🍁



É hora do café

Maior produtor e exportador mundial do grão, o Brasil ainda tem muitas oportunidades de ampliar as vendas para o Canadá

ESTELA CANGERANA

It's coffee time

The world's largest coffee bean producer and exporter, Brazil still enjoys many opportunities to grow its sales to Canada

Um produto tão tradicional do Brasil e, ao mesmo tempo, com tanto potencial a ser explorado. O café brasileiro está nas mesas do mundo inteiro, inclusive nas canadenses, no entanto, os produtores nacionais muitas vezes deixam escapar oportunidades de melhorar essa presença, tanto em quantidade quanto em qualidade, e fortalecer sua marca. Prova disso são os números do comércio com o Canadá, um grande importador deste produto. Embora o país da América do Norte esteja entre os que apresentam os maiores índices de consumo *per capita* da bebida do planeta, e o Brasil seja o maior produtor e exportador mundial do grão, o líder em vendas de café para o Canadá é a Colômbia. Uma iniciativa da Câmara de Comércio Brasil-Canadá (CCBC), porém, pretende modificar essa situação.

O café é o alvo da próxima investida comercial

A very traditional product of Brazil and, at the same time, with a high-unexploited potential, Brazilian coffee is on tables all over the world, including Canadian homes, and yet, Brazilian producers often ignore opportunities to improve their presence in the market, in terms of quantity and quality, and for strengthening their brand. This is confirmed by the trade figures with Canada, a major importer of this product. Although this North American country shows one of the highest per capita consumption indexes on the planet and although Brazil is the world's largest producer and exporter of coffee beans, the leader in sales to Canada is Colombia. However, an initiative of the Chamber of Commerce Brazil-Canada (CCBC) intends to change this situation.

Coffee is the target of the next trade initiative of the Doing Business in Canada project, developed by CCBC with the objective of approximating





do projeto Doing Business in Canada, promovido pela CCBC com a missão de aproximar compradores e vendedores dos dois países com interesses comuns, estimulando o comércio bilateral. Depois de profundos estudos de inteligência comercial, a Câmara selecionou alguns setores com grande potencial de negócios, e o café foi um dos escolhidos.

No ano passado, o café verde foi o quinto item na pauta geral de exportações brasileiras para o Canadá, com vendas de US\$ 87,29 milhões, e o café solúvel, com US\$ 22,02 milhões, ficou na 17ª posição, segundo os dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). No entanto, de acordo com as estatísticas do Conselho dos Exportadores de Café (Cecafé), enquanto os Estados Unidos foram o principal destino das nossas vendas do produto (com US\$ 990,03 milhões nas duas categorias), o Canadá foi apenas o 11º na lista de compradores do grão verde e o 9º no *ranking* do café solúvel no mesmo período.

Neste ano, ao longo dos meses de janeiro a maio, os embarques do produto verde para o Canadá já somam US\$ 45,78 milhões, uma alta de 17,7% sobre igual período de 2013, e as saídas do solúvel acumulam US\$ 9,03 milhões, o que corresponde a uma queda de 15,1% na mesma comparação, segundo o MDIC. No *ranking* geral do Cecafé, o Canadá subiu para a oitava posição entre os nossos principais parceiros neste ano, mas, para lá, vão apenas 2% de todo o café que vendemos para o exterior.

buyers and sellers of both countries sharing common interests, to foster bilateral trade exchanges. Following in-depth studies of trade intelligence, CCBC chose a few industries with large business potential, coffee being one of them.

Last year, green beans (unroasted) ranked fifth on Brazil's overall exports to Canada, with sales amounting to US\$ 87.29 million. Instant coffee reached a total of US\$ 22.02 million, ranking the country seventeenth according to data from the Ministry of Development, Industry and Foreign Trade ("MDIC"). However, according to statistics of the Brazilian Coffee Exporter Council ("CECAFÉ"), while the United States were the main destination for our sales of the product (US\$ 990.03 million in the two categories), Canada only ranked eleventh on the list of green bean buyers and ninth in the instant coffee ranking during the same period.

This year, from January to May, shipments of the green product until now reached US\$ 45.78 million, a 17.7% increase over the same time frame in 2013, with instant coffee exports reaching US\$ 9.03 million, a decrease of 15.1% in the same period, according to MDIC. In CECAFÉ's overall ranking, Canada moved up to eight place among our main partners this year, but only 2% of all the Brazilian coffee exported has Canada as the destination.

EFFORT

"These numbers increase our belief that it is possible to significantly grow the coffee business in terms of quality and quantity", states Paulo de Castro Reis, CCBC's Chief Officer of



ESFORÇO

“Esses números confirmam a certeza que temos de que é possível melhorar significativamente as exportações de café em quantidade e em qualidade”, afirma o superintendente de Relações Institucionais e de Negócios da CCBC, Paulo de Castro Reis. “Além de reconhecido exportador de café verde, o Brasil produz uma grande variedade de cafés com altíssima qualidade, porém não está fazendo o que poderia para divulgar isso. A primeira coisa que devemos fazer é dar oportunidades para o mercado canadense conhecer melhor esse produto. Muito do que não se vende é porque não se oferece”, completa ele, que explica que existe uma demanda latente e interesse pela mercadoria brasileira, detectados pelos estudos da CCBC.

A instituição já mapeou e contatou mais de 80 potenciais compradores canadenses, com interesse no café nacional. Eles serão convidados a participar de rodadas de negócios com produtores brasileiros, em missão comercial às cidades de Montreal (no Quebec) e Toronto (em Ontário), organizada pela CCBC e que acontecerá no final do mês de setembro deste ano.

Além das rodadas de negócio, a missão propiciará aos empresários brasileiros uma imersão no mercado canadense. Na agenda da comitiva estarão visitas técnicas, reconhecimento de mercado, treinamentos e visita à Canadian Coffee & Tea Show, palestras sobre o setor e estudos de *benchmarking*.

A proposta da missão com os produtores de café segue o modelo bem-sucedido da comitiva de empresas de utilidades domésticas que a

Institutional Relations and Business Affairs. “Besides being recognized as green coffee exporter, Brazil produces a great variety of high quality coffee, but unfortunately is not doing all it could to promote it properly. The first thing we should do is provide the Canadian market the opportunity to better know our products. A lot of what is not being sold is because it is not being offered”, according to Castro Reis, who concludes that there exists potential demand and interest for the Brazilian product, as shown in studies undertaken by CCBC.

The entity has identified more than 80 potential Canadian buyers, interested in Brazilian coffee. They will be invited to participate in business rounds with Brazilian producers who will take part in a trade mission to Montreal (Quebec) and Toronto (Ontario), organized by CCBC, and scheduled to take place at the end of September of the current year.

The trade mission also will provide Brazilian entrepreneurs the opportunity for immersion into the Canadian market. The program includes technical visits, retail tours, training, benchmarking studies and a stop at the Canadian Coffee & Tea Show.



FOTOS: AROUND THE WORLD DA SANTA MARIA DO ARAQUÁ

BONS NEGÓCIOS / GOOD BUSINESS

As empresas dos setores de plásticos, vidros, porcelanas, cristais e metais que participaram da missão comercial do setor de utilidades domésticas ao Canadá no último mês de março já começam a colher os frutos do trabalho. Os primeiros embarques de mercadorias com destino ao país da América do Norte aconteceram na segunda quinzena de abril. A perspectiva é de que, até março de 2015, essas vendas atinjam os US\$ 3,6 milhões.

Elas são o resultado de um esforço que propiciou quase 300 encontros de negócios entre 20 empresas brasileiras e 25 canadenses. A missão foi organizada pela CCBC em parceria com a Think Plastic Brazil, a Glass Brasil e a Metal Brasil, além da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), com o apoio do Consulado-Geral do Brasil em Toronto e da empresa Canadian National (CN).

The companies of the plastics, glass, porcelain, crystal and metal industries, which took part in the Housewares trade mission to Canada last March, have begun to reap the benefits from their efforts. Initial product shipments destined to North America took place in the second half of April. Expectations are that, by March 2015, sales will reach US\$ 3.6 million.

They are the result of an effort that allowed for almost 300 business meetings between 20 Brazilian and 25 Canadian companies. The trade mission was organized by CCBC in partnership with "Think Plastic Brazil", "Glass Brasil" and "Metal Brasil", in addition to the Brazilian Agency for Export and Investment Promotion ("APEX-Brasil"), with the support of the Brazilian Consulate-General in Toronto and the Canadian National (CN) company.



CCBC levou ao Canadá no último mês de março (veja box). “Não colocamos simplesmente 20 brasileiros com 20 canadenses frente a frente.

Estudamos o perfil de cada empresa que participará da missão e buscamos exatamente aquele parceiro cujo interesse se encaixa com o tipo de produto e que necessita da quantidade que pode ser oferecida. Por exemplo, aproximamos vendedores de pequeno porte de quem quer comprar pequenos volumes e vice-versa”, diz Castro Reis.

Preocupada em contribuir para o sucesso da missão, a CCBC vai organizar um *workshop* preparatório para orientar os produtores com pouca experiência em exportação.

LACUNA

Com esse tipo de esforço, os especialistas acreditam que seja possível preencher a enorme lacuna que existe entre o produto brasileiro e o espaço que ele poderia ocupar na mesa canadense. No período de dez anos, entre 2000 e 2010, o consumo

The purpose of the coffee producer trade mission follows the successful model of the home appliance industry's mission CCBC took to Canada last March (see box). “We did not simply put 20 Brazilians in front of 20 Canadians. We did a study of each company taking part in the mission and looked for the perfect partner match, in terms of type of product and quantity offered. For instance, we introduced small-scale sellers to who wants to buy small volumes and vice-versa”, says Castro Reis.

GAP

With all this effort, experts believe it will be possible to increase the presence of Brazilian coffee on Canadian daily lives. In a ten-year period, from 2000 to 2010, the world coffee consumption increased by 2.4% per year; whereas the Canadian market enjoyed a 7% growth in the same period, according to data of the International Coffee Organization (ICO). This accomplishment strengthened the country's position among the

O consumo *per capita* de café pelo canadense é de 6,2 quilos por ano

Canadian per capita coffee consumption is 6.2 kilos per year

mundial de café cresceu em média 2,4% ao ano, enquanto o mercado canadense teve expansão de quase 7% ao ano em igual período, segundo os números da International Coffee Organization (ICO). Esse desempenho fortaleceu a posição do país entre os tradicionais importadores do grão.

O consumo *per capita* de café pelo canadense é de 6,2 quilos por ano, um dos mais altos do mundo. De acordo com a Coffee Association of Canada (CAC), o consumo médio diário dos que apreciam a bebida é de 2,7 xícaras, sendo mais alto entre os homens (três xícaras) do que entre as mulheres (2,4). E o índice dos que bebem café diariamente é superior a 60% da população adulta em várias províncias.

Em 2011 (dado mais recente divulgado pela CAC), o Brasil foi o segundo exportador de café verde para o país da América do Norte, com 23% do total comprado, perdendo para a Colômbia, que teve 27% de participação nesse mercado. No entanto, o Brasil não aparece entre os principais fornecedores do grão com algum valor agregado (torrado, moído, solúvel).

“A qualidade do produto nacional vem crescendo ano a ano. E o Canadá é um mercado estratégico para o Brasil”, afirma Victor Pupo, produtor da modalidade arábica no interior de São Paulo e que exporta cerca de 90% de sua produção. “Por conta da grande ascendência europeia, o canadense valoriza muito o café. É um público interessante, que busca a qualidade de um café especial”, explica. Segundo ele, que aplica técnicas de alta tecnologia em sua plantação, a qualidade que deixou o grão colombiano famoso no mundo todo hoje também é característica do café brasileiro. 🍁



traditional coffee bean importers.

Canadian per capita coffee consumption is 6.2 kilos per year, one of the highest in the world. According to the Coffee Association of Canada (CAC), average daily consumption by coffee fans is 2.7 cups, higher among men (3 cups) than among women (2.4 cups). The rate of daily coffee drinkers exceeds 60% of the adult population in several provinces.

In 2011, (most recent information released by CAC), Brazil was the second green coffee exporter to Canada, with 23% of total purchases, only behind Colombia, which has a 27% share in this market. However, Brazil does not rank among the main suppliers of beans with any aggregated value (roasted, grinded or soluble).

“The Brazilian product’s quality is improving year after year, and Canada is a strategic market for Brazil”, says Victor Pupo, a producer of the Arabica type in the interior of the State of São Paulo, who exports 90% of his production. “Given their European ancestry, Canadians greatly value coffee. They are an interesting public, seeking the quality of special coffee”, explains Pupo. According to him, who applies high-tech methods on his plantation, the quality that makes Colombian beans world famous nowadays too is a characteristic of Brazilian coffee. 🍁



NABAGAGEM

Em busca de talentos

Programas de imigração e ações de recrutamento de pessoal qualificado oferecem oportunidades para brasileiros e para empresas quebequenses

ESTELA CANGERANA

A experiência de viver e trabalhar no exterior, em uma cidade muito receptiva e com ótima qualidade de vida, pode estar mais próxima para os profissionais brasileiros que se interessarem pelo Quebec. Até o dia 7 de agosto estão abertas as inscrições da Missão Virtual de Recrutamento de 2014, organizada pelo Quebec International. É a segunda ação desse tipo feita para o País e reflete um movimento que vem ganhando adeptos nos últimos anos, com vantagens tanto para os profissionais que imi-

gram quanto para as empresas que contratam.

Em setembro de 2013, a primeira missão virtual ofereceu aproximadamente 50 vagas nas áreas de tecnologia da informação (TI) e usinagem, para oito companhias contratantes. Dos inscritos, 100 foram pré-selecionados. Três meses depois, em dezembro, oito profissionais já haviam sido contratados e outros sete estavam previstos para os meses seguintes. Agora, são seis empresas que estão recrutando, principalmente para vagas nas áreas de TI, engenharia e eletrônica.



IMAGEM: SHUTTERSTOCK

O processo de inscrição e seleção é feito totalmente *on-line*, com entrevistas por videoconferência e teste de conhecimentos na língua francesa. A maioria dos postos de trabalho exige grande domínio do francês e há alguns outros cuja necessidade de proficiência na língua é menor.

O Quebec tem sido a escolha recorrente entre os brasileiros que imigram para o Canadá. Em média, entre 600 e mil têm ido morar lá a cada ano nos últimos anos, de acordo com as estatísticas oficiais da província. Boa parte dessas pessoas são jovens profissionais atraídos por vagas específicas em empresas canadenses ou multinacionais instaladas no país. Muitos são seduzidos pelas oportunidades de carreira e crescimento profissional, pelas excelentes condições de trabalho oferecidas no Quebec e pela alta qualidade de vida que se tem em uma das mais belas e seguras localidades da América do Norte.

O governo quebequense mantém programas de imigração com metas anuais. Para 2014 esta meta abrange de 49 mil e 52,5 mil pessoas. Em 2015, esse número deverá ser reduzido para um patamar de 48,5 mil a 51,5 mil. Porém, longe de constituir algum tipo de restrição a estrangeiros, o objetivo

desta redução é permitir que a província possa se dedicar a integrar melhor seus novos habitantes.

ATRAÇÃO DE TALENTOS

Desde 2008, pouco mais de mil profissionais qualificados já foram recrutados através das missões e de iniciativas de atração de talentos promovidas pelo Quebec International e seus parceiros. Com suas famílias, essas pessoas somam 2,5 mil novos moradores na cidade de Quebec e região metropolitana. Além das missões há esforços permanentes de recrutamento no exterior ao longo do ano. Em 2014, até agora, foram 12 contratações de estrangeiros fora das missões.

Além de brasileiros, as iniciativas do organismo buscam atrair profissionais colombianos, mexicanos, norte-americanos, franceses, belgas e espanhóis, entre outras nacionalidades. 🍁

Serviço

Missão Virtual de Recrutamento

Inscrições: até 7 de agosto

Entrevistas de seleção: entre 25 e 29 de agosto

Mais informações: www.quebecnacabeca.com/missaovirtual2014

Corpo em movimento

Países se mobilizam para incentivar a atividade física. No Canadá o grande foco é a saúde. No Brasil, a estética é uma das preocupações

ADRIANA GAVAÇA

Body in motion

Countries are mobilizing to foster physical activities. In Canada, the focus is on health. In Brazil, esthetics are one of the concerns

O combate ao sedentarismo é um dos desafios das autoridades e dos profissionais da saúde em todo o mundo. No Canadá e no Brasil não é diferente. Os ministérios da saúde de ambos promovem campanhas para estimular a prática de atividades físicas e estão atentos ao impacto dos exercícios na qualidade de vida dos seus cidadãos. No país da América do Norte um dos aliados para convencer a população a se mexer é o elevado nível educacional. No Brasil de clima tropical e de belas praias a preocupação com a estética do corpo contribui para tirar as pessoas do sofá e fazê-las entrar em forma.

Fighting against a sedentary lifestyle is one of the challenges of authorities and health professionals over the world. This is no different in Canada and Brazil. The health ministries of both countries promote campaigns to foster the practice of physical activities and are alert to the impact of exercising has on their citizens' health quality. In Canada, one of the contributing factors to convince the population is the high educational level. In the Brazil's tropical climate, gorgeous beaches, and the concern about body aesthetics get people off the sofa and make them shape up.

The differences in motivation for physical activity



As diferenças de motivação para a prática de exercícios físicos foi imediatamente percebida pela *personal trainer* carioca Caroline Leony Santos ao mudar-se com a família, em 2011, para o Canadá, onde dá aula de zumba, uma combinação de dança e *fitness*. “No Brasil frequentemente as pessoas chegam à academia com o claro objetivo de entrar em forma. Aqui, muita gente só quer se tornar ativa, de forma a contribuir para a manutenção da saúde. Muitas mulheres sequer levantam algum peso, sem a preocupação de exibir um corpo ‘sarado’”, compara a profissional brasileira.

Caroline destaca outras diferenças. Ela observa que no Brasil, quando se fala na prática de atividades físicas regulares, logo se pensa numa academia. Esses espaços tornaram-se um local de interação social e um estilo de vida para os alunos, mesmo considerando-se o clima local favorável a atividades ao ar livre em boa parte do ano. “Quanto mais nos aproximamos do verão, mais vemos brasileiros se exercitando *indoor*”, comenta. A propósito, não há lugar mais favorável para o culto ao corpo do que as espelhadas academias. Em contrapartida, no Canadá, sempre que as condições climáticas permitem, as pessoas optam por praticar atividades ao ar livre e esvaziar as academias.

CONSCIENTIZAÇÃO CRESCENTE

Seja qual for a motivação, os especialistas são unânimes em apontar que o importante é incentivar a prática de atividade física e combater

O importante é incentivar a prática de atividade física e combater o sedentarismo

It is important to foster the practice of physical activities and combat a sedentary lifestyle

were immediately noticed by the personal trainer from Rio de Janeiro, Caroline Leony Santos, when she moved with her family to Canada in 2011, where she teaches Zumba, a combination of dancing and fitness training. “In Brazil, quite often people go to the gym with the clear intent to shape up. Here, most people just want to be active and stay healthy. Many women, according to the Brazilian professional, do not even do weightlifting, fearing they will develop a musclebound, well-toned, body.

Santos highlights other differences. She observes that in Brazil, when people talk about regular physical activities, what comes to mind is a gym. These places have become venues for social interaction and a way of life for their attendees, even though the local climate favors outdoor activities during most of the year. “As the summer approaches, we find more Brazilians working out indoors”, says Santos. Actually, there is no better place for body cult than the mirrored gyms. On the other hand, in Canada, and with the climate allowing, people prefer outdoor activities, leaving the gyms empty.

GROWING AWARENESS

Whatever the motivation, experts unanimously agree that it is important to foster the practice of physical activities and fight against a sedentary lifestyle. Whether due to health or aesthetic reasons (or a combination of both) the benefits of regular exercising are indisputable. “The concern about the perfect body exists, but well-being feeling is increasingly occupying its space”, reasons Santos. “A lot of people already know what the benefits of exercising are for one’s health”, says Jorge Steinhilber, the president of the Federal Council of Physical Education (“CONFEF”).



o sedentarismo. Seja puramente por saúde ou estética (ou a combinação de ambos) os benefícios de exercícios regulares são inquestionáveis. “A preocupação com o corpo perfeito existe, mas o bem-estar começa a ganhar cada vez mais espaço”, considera. “Muitas pessoas já conhecem os benefícios de praticar algum exercício para a sua saúde”, avalia Jorge Steinhilber, presidente do Conselho Federal de Educação Física (Confef). O aspecto educacional, observado no Canadá, também pode ser um fator decisivo para estimular um número crescente de brasileiros a se manter ativo, na avaliação do dirigente. “Desde cedo o canadense aprende o quanto é importante se exercitar para preservar a saúde”, aponta Steinhilber. Ele considera que a presença desse tema no currículo escolar é fundamental.

Sob esse ponto de vista, a melhoria dos níveis de renda e de educação pode ser um alento para a saúde das novas gerações. “O brasileiro mais pobre ignora os benefícios para o organismo da prática do exercício físico regular ou da adoção de uma vida mais saudável”, considera o presidente do Confef. A respeito do aumento da renda, o único cuidado é que a elevação do padrão de consumo costuma ser acompanhada

In the assessment of Steinhilber, the educational factor one observes in Canada may also be decisive to increase the number of Brazilians actively exercising. He goes on saying: “from an early age Canadians learn how important exercising is to stay healthy”, and believes it is essential this issue be incorporated into the school program.

From this point of view, the improvement of income and educational levels may be a health booster for the new generations. “Brazilians with lower income tend to be unaware of the benefits of working out regularly, or even of living a healthier life”, comments CONFEF’s president. Regarding the increase of income, one needs to be specially carefull about the fact that the increase of the consumption level is usually followed by an increase in demand for industrialized foods, with higher calorie content, as one can see in developed countries.

CONFEF’s president also calls attention to an aspect in favour of Brazil, i.e., exercising with appropriate guidance: “Brazil is the only country requiring physical education professionals to have a college degree”, says Steinhilber. According to the Federal Council, currently there are 328,536 duly registered professionals and 29,569 credited gyms throughout the country.



FOTOS: SHUTTERSTOCK

também do aumento da demanda por alimentos industrializados, mais calóricos, como se verifica nos países desenvolvidos.

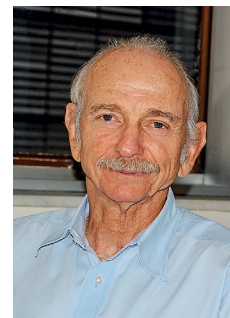
O presidente do Confef também chama a atenção para um aspecto que soma pontos a favor do Brasil quando o assunto é praticar exercícios sob orientação adequada: “Trata-se do único país que exige que o profissional de educação física tenha formação superior”, afirma. De acordo com dados do Conselho Federal, há atualmente 328.536 profissionais devidamente registrados e 29.569 academias habilitadas a funcionar em todo o território nacional.

LUTA CONTRA A OBESIDADE

Pesquisa conduzida pelo Instituto de Métrica e Avaliação para a Saúde da Universidade de Washington, publicada em maio passado pela revista científica “The Lancet”, revela que 2,1 bilhões de pessoas no mundo são obesas ou estão com sobrepeso, o que representa quase 30% da população do planeta. De 1980 a 2013, obesidade e sobrepeso, em conjunto, aumentaram 27,5% entre os adultos e 47,1% entre as crianças. As conclusões da pesquisa foram feitas com base em dados de 188 países, incluindo o Brasil e o Canadá.

No Brasil, mesmo com toda a preocupação estética, 51% da população está acima do peso ideal. Jarbas Barbosa, secretário de Vigilância em Saúde do Ministério da Saúde, aponta que em 2014, pela primeira vez, o índice de sobrepeso atingiu mais da metade da população. Uma pesquisa da Universidade de Washington identificou que 17,4% dos brasileiros são obesos (em 2006 eram 11,4%). É obeso quem tem índice de massa corporal superior a 30 kg/m².

No Canadá, levantamento feito entre 2011 e 2012 pela Health Canada (equivalente ao Ministério da Saúde) mostra que um em cada quatro adultos (6,3 milhões de pessoas) está obeso. Entre 1981 e 2011/2012, a obesidade medida no País dobrou entre homens e mulheres, incluindo jovens e adultos. 🍁



Jorge Steinhilber, presidente do Confef: desde cedo o canadense aprende o quanto é importante se exercitar

Jorge Steinhilber, the president of “CONFEE”: from early on, Canadians learn how important exercising is

THE WAR ON OBESITY

A study conducted by the Institute for Health Metrics and Evaluation of the University of Washington, published last May in the scientific magazine “The Lancet”, shows that 2.1 billion people around the world are obese or overweight. This corresponds to almost 30% of the planet’s population. From 1980 to 2013, obesity and overweight, considered together, increased 27.5% among adults and 47.1% among children. The conclusions were reached based on a survey conducted in 188 countries, including Brazil and Canada.

In Brazil, despite all the aesthetics concern, 51% of the population is over the ideal weight. Jarbas Barbosa, the secretary for health monitoring at the Ministry of Health, points out that, in 2014, for the first time, the overweight index applied to more than half the population. A survey done by the University of Washington showed that 17.4% of Brazilians are obese (the figure was 11.4% in 2006). Obese is anyone with a body mass ratio higher than 30 kg/m².

In Canada, a study conducted from 2011 to 2012 by Health Canada (the equivalent to the Health Ministry) showed that one in every four adults (6.3 million people) is obese. From 1981 until 2011/2012, the measured obesity in the country, of men and women, including children and adults, doubled. 🍁

Do Pacífico ao Atlântico

Passeios em trens cruzam o Canadá de costa a costa e revelam paisagens deslumbrantes com muito conforto

O Canadá é, sem dúvida, um país de impressionantes belezas naturais e inúmeras possibilidades de atividades para turistas aventureiros. Mas para quem deseja conhecer toda essa exuberância sem abrir mão do luxo e do conforto, há opções muito boas. O território canadense é coberto por extensas e eficientes linhas ferroviárias, que permitem ir de uma ponta a outra do país. Dos trens, é possível apreciar a beleza canadense, confortavelmente sentado, em ambiente climatizado e com acesso a uma culinária de alta qualidade.

Sofisticação é o ponto alto dos famosos hotéis-castelo da rede Fairmont, espalhados por diversas províncias e que propiciam experiências dignas dos mais exigentes e nobres hóspedes.

Duas opções de passeios de trem, hotéis-castelo e um dos maiores eventos de caubói da América do Norte são os destaques desta terceira reportagem da série que a **Brasil-Canadá** está publicando sobre as 41 experiências únicas canadenses, selecionadas pela Comissão Canadense de Turismo.



A BORDO DO THE CANADIAN

Atravessar o Canadá na rota entre Toronto e Vancouver para apreciar belas paisagens é a proposta da viagem a bordo do trem da Via Rail. Não faltam belezas naturais no trajeto, como picos cobertos de neve, florestas, cânions, campos de trigo e lagos glaciais. Para facilitar a integração, o vagão Skyline possui teto de vidro. Já o vagão-restaurant se destaca pelo atendimento simpático, além da oferta de pratos excelentes. A Comissão Canadense de Turismo recomenda que não se deixe de passear em Vancouver, assim como aproveitar as paradas para explorar destinos como Jasper, na região das Montanhas Rochosas, Edmonton, Saskatoon e, na chegada, Toronto.

Quando ir: o ano todo.

Onde: diversas cidades, de costa a costa, passando pelas províncias de Ontário, Manitoba, Saskatchewan, Alberta e Colúmbia Britânica.

DE TREM PELA COSTA OESTE

Para conhecer alguns dos mais belos cenários da costa oeste a dica é o roteiro do trem panorâmico Rocky Mountaineer. A partir dele se pode avistar montanhas, lagos cristalinos, florestas de pinheiros e campos de flores silvestres. Não raras vezes se pode deparar com animais selvagens, como ursos e alces. A cúpula de vidro do carro de observação é outro recurso impressionante, que torna viagem ainda mais impactante. Para completar, serviço de bordo de primeira qualidade e cardápio impecável. O roteiro termina no Parque Nacional de Banff, tombado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (Unesco) como Patrimônio Histórico Mundial.

Quando ir: meados de abril e outubro.

Onde: diferentes cidades nas províncias de Alberta e Colúmbia Britânica.

UM ÍCONE CANADENSE: OS HOTÉIS-CASTELO

Hotéis instalados em castelos que parecem pertencer a contos de fadas são a marca da rede Fairmont no Canadá, e eles ficaram tão conhe-

cidos que se tornaram um dos ícones nacionais. São também os lugares escolhidos por artistas, celebridades e nobres. Seu papel é tão importante que os hotéis-castelo são vistos como impulso ao desenvolvimento de várias cidades. Os estabelecimentos da rede são construídos em áreas com paisagens vistosas, esbanjam sofisticação e primam por alto padrão de atendimento aos hóspedes.

Quando ir: o ano todo.

Onde: em diferentes cidades canadenses, em diversas províncias.

PARA SE SENTIR UM CAUBÓI

A Calgary Stampede promete ser o lugar perfeito para quem quer efetivamente se sentir um autêntico caubói. A festa, que se diz “o maior *show* ao ar livre da Terra”, acontece durante dez dias de julho e atrai 1 milhão de visitantes. O evento começa com a Calgary Stampede Parade, desfile de bandas marciais, com mais de uma centena de carros alegóricos e cavalos. O rodeio reúne alguns dos melhores peões do mundo em disputas com cavalos, touros e prova do laço com gado. O clima de velho oeste fica a cargo das corridas de carroça. As atrações da festa também contemplam uma mostra agropecuária e o Grandstand Show, um espetáculo com cavalos, cantores e dançarinos.

Quando ir: em julho.

Onde: Calgary, na província de Alberta.

Uma imersão nas impressionantes experiências que a natureza proporciona em Manitoba e nas províncias e territórios do norte canadense serão os destaques da próxima edição. (EC) 🍁



Hotéis-castelo e um dos maiores eventos de caubóis da América do Norte são algumas das atrações

Uma grande festa

O Dia do Canadá celebra o aniversário da independência

LÍVIA NUNES

O 1º de Julho é cercado de celebrações em todo o Canadá e particularmente na capital, Ottawa. Nesta data, cidadãos tomam o gramado do Parliament Hill, sede do governo do país, colorindo-o de vermelho e branco. O clima festivo é para comemorar o Dia do Canadá, aniversário da ratificação da hoje chamada Lei da Constituição, assinada em 1867 e que marca a independência em relação ao Reino Unido.

Em 2014 o Canadá está completando 147 anos

de vida independente. Anualmente, as celebrações do 1º de Julho atraem em média 350 mil pessoas, sendo quase um terço turistas. O evento tem ainda importante impacto econômico: em 2011 (último dado oficial disponível), as atividades comemorativas geraram US\$ 222 milhões a Ottawa e Quebec.

PATRIOTISMO E ENTRETENIMENTO

Em Ottawa, palco das maiores celebrações, os festejos são marcados pela cerimônia de



hasteamento da bandeira, às 9 horas da manhã, seguida pela apresentação da guarda nacional e de um concerto com os sinos da Torre da Paz. Durante o dia, artistas dão *shows* de entretenimento e cultura. Neste ano, o público aproveitou a festa na rua para dançar ao ritmo de músicas das décadas de 1930 e 1940, com direito a instrutores ensinando coreografias. Tradicionalmente, a grande festa é encerrada com um espetáculo de fogos de artifício que colore o céu do centro da cidade.

A população é convidada a participar do evento não só como espectadora. Mais de 500 voluntários ajudam a acolher os visitantes, assumindo tarefas como a distribuição de bandeiras, auxílio de pessoas com necessidades especiais além de atuar como agentes de informação. Jovens de todo o país também são desafiados a usar a criatividade para representar a história, a cultura e a identidade nacionais em desenhos, textos e fotografias. Os trabalhos dos vencedores de 2014 podem ser conferidos no *site* oficial do Canada Day: www.canadaday.gc.ca

As atividades tomam conta, ainda, de diversos pontos da capital canadense. O Major's Hill Park, também na região central, concentra variadas apresentações culturais, mostras e exposições,

atividades físicas, bate-papo com atletas e momentos para tirar fotos com a guarda nacional.

As crianças divertem-se no Jacques-Cartier Park, onde são realizadas atividades especialmente criadas para aqueles com idades entre 3 e 12 anos, como pintura de murais e do rosto, jogos e espetáculo com aves de rapina.

Para completar, no Dia do Canadá, museus e institutos culturais oferecem atrações gratuitas. Neste ano, por exemplo, o belo Centro Rideau ampliou as comemorações, abrindo a programação especial em 27 de junho.

No Quebec, as atividades se concentraram nas estações Dufferin Terrace, no Parque Montmorency e no entorno da Estação Abraão. A propósito, a província tem uma curiosa atividade (leia o quadro ao lado) que coincide com as celebrações do feriado nacional. O 1º de Julho é um dia movimentado!

COM A BÊNÇÃO DO CRISTO

Neste ano, o Brasil integrou as celebrações. Pela primeira vez, a estátua do Cristo Redentor foi iluminada com as cores oficiais do Canadá, vermelho e branco. O monumento ficou iluminado das 19h às 21h, e a imagem foi transmitida em todo o Canadá pela Canadian Broadcasting Corporation (CBC) pelo apresentador Peter Mansbridge. 🍁

DIA DA MUDANÇA

No Quebec as celebrações do Dia do Canadá coincidem com o chamado Moving Day, data em que normalmente vencem os contratos de locação de imóveis na província. A tradição de efetivar a transferência de casa começou em 1866, quando o Código Civil do Baixo Canadá estabeleceu que os arrendamentos urbanos comessem em 1º de maio. Em 1973, o governo ampliou o prazo, estabelecendo como limite o dia 1º de julho.

Embora coincida com uma importante comemoração nacional, os cidadãos argumentam que a data é mais apropriada que a anterior em função do período de férias escolares, de ser feriado e do clima normalmente favorável, com temperaturas mais altas. Mais recentemente, a legislação flexibilizou o prazo dos contratos, mas a tradição permanece. O Dia da Mudança gera controvérsias entre os cidadãos, mas muitos continuam aproveitando a folga do feriado para arregaçar as mangas e se instalar numa nova casa.



MATÉRIA DE CAPA • COVER ARTICLE





Saudades de casa

O mercado de produtos típicos cresce no embalo da imigração, mas, se bem explorados, sabores do Brasil podem ter público mais amplo no exterior

ESTELA CANGERANA

Feeling nostalgic

The market for typical national products grows in the wake of immigration, but if well exploited, flavours of Brazil may appeal to a more numerous public abroad

Guaraná Antarctica, paçoquinha, achocolatado Nescau, leite condensado Moça, chocolates Bis e Prestígio, bombom Sonho de Valsa, farofa e, claro, o pão de queijo. São muitos os sabores que remetem ao Brasil e compõem o “mercado da saudade”, formado pelos produtos de desejo de brasileiros que moram fora do País na tentativa de lembrar suas origens. São mercados com demanda certa e crescimento garantido no embalo da imigração e que poderiam conquistar novos paladares em uma nação tão multicultural como a canadense. Ainda há espaço para a diversificação de itens. O varejo canadense continua um mercado pouco explorado pelos produtos brasileiros, apesar da crescente visibilidade do País.

Mesmo sendo ainda pequeno, o número de imigrantes brasileiros no Canadá aumenta a cada ano. De acordo com o último censo do país, de 2011, os residentes fixos eram, oficialmente, cerca de 25 mil pessoas. São famílias jovens com boa qualificação

Antarctica Guaraná, peanut candy, Nescau chocolate milk, Moça condensed milk, Bis and Prestígio chocolates, Sonho de Valsa bonbons, manioc flour and, of course, the traditional cheese bread. Many are the flavours associated with Brazil comprising the “homesickness market”, i.e., the products desired by Brazilians living abroad, remembered to allow them to relive their origins. These products have a steady demand, in the wake of immigration, with the potential to appeal to new palates, in a nation as multicultural as Canada. There is still place, actually plenty of it, to allow for the diversification of the items offered. The Canadian retail industry is still little exploited by Brazilian products, despite the country's growing visibility.

Although still few in number, Brazilian immigrants to Canada are increasing annually. According to the country's last census in 2011, the number of permanent residents officially added up to 25,000 people. They are young

profissional que procuram qualidade de vida ou brasileiros que se casam com canadenses e pessoas em busca de oportunidades de trabalho. Não entra nessa estatística a categoria dos estudantes. Se eles forem considerados, os números podem ser bem maiores, pois o Canadá é um dos principais destinos dos brasileiros que vão estudar no exterior.

As maiores concentrações da comunidade brasileira ficam em quatro cidades, Toronto (Ontário), Montreal (Quebec), Vancouver (Colúmbia Britânica) e Calgary (Alberta). Somente no Quebec, por exemplo, a quantidade de residentes brasileiros mais do que dobrou entre os anos de 2006 e 2010, de acordo com o Ministério da Imigração e das Comunidades Culturais (MICC) da província. Eles eram cerca 2,8 mil pessoas em 2006 e passaram para quase 7 mil em 2010. Foram entre 600 e mil novos residentes brasileiros na província por ano no período. Incluídos os estudantes, essa quantidade é várias vezes maior. Só no Quebec, estima-se que eles sejam entre 15 e 17 mil.

BOCA A BOCA

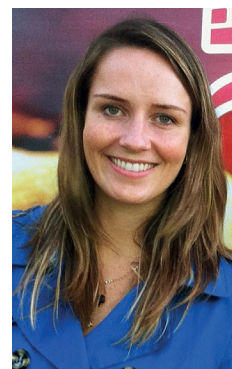
São essas pessoas as primeiras a adquirir os produtos típicos do Brasil, mas não são as únicas, e sua atuação para o sucesso das mercadorias brasileiras no Canadá não para por aí. Além de

O varejo canadense continua sendo um mercado pouco explorado pelos produtos brasileiros

Canadian retail industry is still little exploited by Brazilian products

families with good professional qualifications, seeking better quality of life, or Brazilians who marry Canadians, as well as people looking for better job opportunities. Students, however, are not a part of the statistics. If they also were to be counted, the number would be much higher. Canada is one of the main destinations of Brazilians studying abroad.

The highest concentration of the Brazilian community occurs in four of the country's cities: Toronto (Ontario), Montreal (Quebec), Vancouver (British Columbia) and Calgary (Alberta). For example, in Quebec alone, the number of Brazilian residents more than doubled between the years 2006 and 2010, according to the province's Ministry of Immigration and Cultural Communities (MICC). There were 2,800 people in 2006. The number increased to 7,000 in 2010, i.e., it rose from 600 to 1,000 new Brazilian residents in the province per year in that period. When including the students,



FOTOS: DIVULGAÇÃO/FORNO DE MINAS

Gabriela Cioba, gerente de exportação da Forno de Minas: vendas estão em crescimento

Gabriela Cioba, the Forno de Minas export manager: sales are growing





FOTO: SHUTTERSTOCK

Além de comprarem, os brasileiros são propagadores naturais desses itens para outras comunidades de estrangeiros

Besides buying the products, the Brazilians are natural propagators of the products in other foreigner's communities

comprarem, os brasileiros são propagadores naturais desses itens para outras comunidades de estrangeiros e também para os canadenses com quem convivem. Ao lado da propaganda boca a boca, a exposição mundial que o Brasil vem tendo em função dos grandes eventos esportivos que está sediando (como a Copa do Mundo 2014 e as Olimpíadas de 2016) também aumenta o interesse sobre a nação e a sua cultura.

Algumas empresas já estão usando com sucesso essa fórmula em sua estratégia de internacionalização de produtos tipicamente brasileiros. A Forno de Minas, com seu conhecido pão de queijo mineiro, é uma delas. A marca exporta para o Canadá desde 2011 e vem registrando aumento nas vendas a cada ano. O carro-chefe da companhia lá é o pão de queijo tradicional, em embalagem

this amount is several times higher. In Quebec alone, the estimate is that there are between 15,000 and 17,000 individuals.

BY WORD OF MOUTH

The referred to people are the first to buy typical products of Brazil, but while they are not the only ones doing so, their habits' contribution to the products' success in Canada goes beyond. Besides buying the products, they are natural propagators of the products in other foreigner's communities, as well as of Canadians with whom they live together. In addition to the by word of mouth publicizing, the international exposure Brazil enjoys due to the major sports events it is hosting (the World Cup 2014 and the 2016 Olympic Games) also increases interest in the country and its culture.

de 400 gramas, com 95% dos embarques, mas outros itens, como o palito de queijo e o pão de queijo assado começam a ganhar espaço.

“As vendas estão em crescimento. A partir do momento em que o consumidor conhece o produto e gosta, ele começa a buscá-lo no ponto de venda, e os pedidos, consequentemente, aumentam. A exposição brasileira no mundo, com certeza, também influencia a visibilidade”, afirma a gerente de exportação da empresa, Gabriela Cioba.

Ela, porém, ressalta o grande impulso dado pelos imigrantes para o estabelecimento do produto no mercado. “No início da operação em qualquer mercado, a comunidade brasileira tem um papel muito importante. Não somente por ser o principal cliente e consumidor, mas porque ajuda na divulgação. Hoje podemos dizer que nosso produto é consumido não somente pelos brasileiros, como também por canadenses e imigrantes de outros países.”

De acordo com Gabriela, o perfil do país ajuda na aceitação geral de mercadorias de outras origens. O distribuidor dos produtos Forno de Minas no Canadá é também uma empresa de brasileiros, que trabalha com a importação de alimentos como o açaí e a polpa de frutas, além do pão de queijo.



Some companies are successfully applying this formula in their strategy for the international expansion of typically Brazilian products. The company Forno de Minas, known for its cheese bread that is typical of the State of Minas Gerais, is one of them. The brand name has been on exports to Canada since 2011 and has been showing sales increases year after year. The company's main product is the traditional cheese bread, in 400-gram packings, which account for 95% of shipments, but other items such as cheese sticks and fried cheese bread are beginning to achieve market share.

“Sales are growing. From the instant the consumer gets to know the product and likes it, he goes looking for it at the sales outlet, with orders increasing consequently. Certainly Brazil's exposure to the world also influences visibility”, states the company's export manager, Gabriela Cioba.

Nevertheless, Cioba emphasizes the boom brought about by the immigrants in developing the market. “At the beginning of any market operation, the Brazilian community plays a very important role, not only because it is the main client and consumer, but because it helps to publicize the product. Today we can say our product is consumed not only by Brazilians, but also by Canadians and immigrants from other countries.”

According to Cioba, Canada's profile helps to bring about general acceptance of goods from other

Não só os alimentos, mas também a música nacional e a prestação de serviços de brasileiros para brasileiros são bons nichos a serem explorados

Not only food, but also national music and the rendering of services to Brazilians by Brazilians are niche markets yet unexploited





A variedade de produtos brasileiros disponíveis no Canadá ainda é muito pequena perto do que poderia ser

The variety of Brazilian products available in Canada is still small in comparison with what it could be

O “mercado da saudade” é formado pelos produtos de desejo de brasileiros que moram fora do País *“Homesickness market” is formed by the products desired by Brazilians living abroad*

FILÃO

Esse tipo de item atualmente pode ser encontrado em pequenos mercados e mercearias nos bairros mais frequentados por brasileiros, como é o caso da Alim-Pot, de propriedade dos portugueses Roberto Garcia e Carlos Valentim, em Montreal. Lá é possível adquirir, além do pão de queijo, requeijão, queijo minas, achocolatados, biscoitos, doces e carnes em cortes como picanha, fraldinha, lagarto, coxão mole e carne seca. Há mais de 30 anos no ramo, Garcia tem registrado aumento nas vendas dos produtos típicos nos últimos tempos.

“A maior parte de meus clientes, 85%, é formada por brasileiros, mas eles não são os únicos. Há canadenses, amigos de brasileiros, e portugueses que também compram e gostam bastante desses produtos”, diz o comerciante.

origins. The distributor of Forno de Minas products in Canada is also a Brazilian-owned company that operates with the import of typical food, such as products and fruit pulp, besides cheese bread.

CORE PRODUCT

These types of products can currently be found in small markets and grocery stores in the districts most inhabited by Brazilians, as is the case of Alim-Pot, owned by the Portuguese Roberto Garcia and Carlos Valentim, in Montreal. There, one can buy not only cheese bread, cottage cheese, Minas cheese, chocolate milk varieties, biscuits, sweets, and meat cuts such as filet steak, skirt steak, eye round, topside and dried meat. In the business for more than 30 years, Garcia has observed the increase in the sale of typical products in recent times.

“Most of my clients, 85%, are Brazilians, but they are not the only ones. There are Canadians, friends of Brazilians, as well as Portuguese who also buy and like these products a lot”, says the merchant.

However, only a few merchants have already identified this opportunity. According to the

Poucos são os empresários que já descobriram este filão. Segundo o publicitário e editor da revista Aquarela, Bruno Hildebrando, a variedade de produtos brasileiros disponíveis no Canadá ainda é muito pequena perto do que poderia ser. “Encontramos à venda apenas poucos itens. São coisas simbólicas, como o leite condensado e os kits para feijoada”, diz Hildebrando, que é brasileiro de Curitiba (Paraná) e mora há oito anos em Montreal.

“Fala-se muito mais da cultura brasileira do que dos produtos. As marcas não têm presença aqui ainda”, afirma. Ele, no entanto, acredita que justamente essa divulgação da cultura que já existe é um elemento facilitador para a entrada de mercadorias. “Sem dúvida pode haver uma boa saída de produtos com a imagem do Brasil, que representem as raízes do País para os canadenses.”

De acordo com Hildebrando, não só os alimentos, mas também a música nacional e a prestação de serviços de brasileiros para brasileiros são bons nichos a serem explorados. “É um mercado que ainda está se estabelecendo, mas é crescente. E é para um público formado não só de brasileiros, mas pelos que estão ao redor dessas pessoas e convivem com elas, que talvez seja um público até maior que o de imigrantes.” 🍁

publicist and editor of Aquarela magazine, Bruno Hildebrando, the variety of Brazilian products available in Canada is still small in comparison with what it could be. “One finds only few items for sale. These are symbolic items, such as condensed milk and kits for bean stew (“feijoada”)”, says Hildebrando, who is a Brazilian from Curitiba (State of Paraná) and has been living in Montreal for eight years.

“One talks a lot more about Brazilian culture than about products. The brands are still not present here”, he says. However, he believes that the publicizing of the culture, which already takes place, is a facilitating factor for the entry of goods. “There is no doubt that sales of products associated with the image of Brazil can increase, given that they represent the country’s roots for the Canadians.”

According to Hildebrando, not only food, but also national music and the rendering of services to Brazilians by Brazilians are unexploited niche markets yet. “It is a market in formation, but a growing one. The public comprises not only Brazilians, but also people who socialize with them and live together with them, and might just be an even larger public than the immigrant community.” 🍁

A exposição mundial que o Brasil vem tendo em função dos grandes eventos esportivos que está sediando também aumenta o interesse sobre a nação e a sua cultura

The international exposure Brazil enjoys due to the major sports events it is hosting also increases interest in the country and its culture



Incentivo constante

Constant incentive

CAM-CCBC marca presença em eventos de arbitragem realizados em Madrid, Toronto e Lisboa. Ciclo Nacional faz sucesso percorrendo o Brasil. E mais: conheça a nossa Comissão de Mediação

CAM-CCBC attends arbitration events in Madrid, Toronto and Lisbon. The “National Cycle” successfully tours Brazil. Furthermore: get to know our Mediation Committee

CLARISSE SOUSA



Secretaria com certificação ISO 9001
Regras eleitas para o Willem C. Vis Moot 2016/17



Arbitragem aplicada

Congresso na Espanha analisa utilização do método no meio empresarial, nos segmentos financeiro e de construção, além do setor de investimentos

Applied Arbitration

Congress in Spain assesses the use of the method in the business community and in the financial, construction and investment industries

O Congresso Internacional do Clube Espanhol de Arbitragem (CEA), realizado em Madri entre 22 e 24 de junho, despertou interesse de mais de 300 profissionais de 27 países. O Brasil esteve representado. Frederico Straube, presidente do CAM-CCBC, foi um dos palestrantes e falou sobre as principais diferenças entre arbitragens financeiras, de investimentos societários e de consumo, ao lado de especialistas de França, Cingapura e Paraguai, além da própria Espanha.

Ao todo, foram quatro mesas-redondas. A primeira analisou questões acerca da arbitragem empresarial na ótica de advogados, árbitros e tribunais. A moderação coube a Juan Fernández-Armesto, vice-presidente do CEA. Outra focou a aplicação da arbitragem no setor financeiro. O presidente Straube participou desta discussão junto com outros quatro palestrantes, coordenados por

The International Congress of the Spanish Arbitration Club ("CEA"), held in Madrid from June 22 to 24, was of interest to more than 300 professionals of 27 countries. Brazil was represented. Frederico Straube, president of CAM-CCBC, was one of the speakers, having covered the main differences of financial, corporate investment and consumer-related arbitrations, along with experts from France, Singapore and Paraguay, besides Spain itself.

In total, there were four roundtables. The first analyzed issues concerning corporate arbitrations as viewed by attorneys, arbitrators and tribunals. The moderator was Juan Fernández-Armesto, vice-president of CEA. Another roundtable covered arbitration as applied to the world of finance. President Straube took part in this discussion forum, along with four other participants, coordinated by Yves Derains, a partner in



Congresso em Madrid despertou interesse de mais de 300 profissionais de 27 países

Congress in Madrid was of interest to more than 300 professionals of 27 countries

Yves Derains, sócio do escritório Derains & Gharavi de Paris.

O terceiro bloco se concentrou na resolução de conflitos no segmento de projetos e construção, tema esmiuçado por representantes de Suíça, Espanha e Áustria. Para completar, as atenções voltaram-se à área de investimentos.

Além do conhecimento assimilado nas apresentações, os congressistas aproveitaram para trocar experiências nas atividades sociais realizadas, contribuindo para ampliar ainda mais as discussões e enriquecer o evento. 🌸



the law firm Derains & Gharavi of Paris.

The third group focused on conflict resolution in the project and construction industry, a theme assessed in detail by representatives from Switzerland, Spain and Austria. Finally, the fourth group focused its attention on the field of "investments".

In addition to the knowledge obtained from the presentations, congress attendees had the opportunity to exchange experience at the social events that took place, contributing to further expand the discussions and enrich the event. 🌸

Caminho a seguir

Profissionais debatem particularidades da arbitragem e do processo judicial

The path to follow

Professionals debate particularities of arbitration and of legal process

O 8º Congresso de Arbitragem Comercial, realizado pelo Centro de Arbitragem da Câmara da Indústria Portuguesa, em 10 e 11 de julho, em Lisboa, destacou os "Tribunais Arbitrais e Estaduais". No centro das discussões estiveram o papel das entidades empresariais e os critérios de nomeação de árbitros, regras para a fixação de honorários, tribunais judiciais e centros institucionais, providências cautelares, anulação, reconhecimento e execução de sentenças. 🌸

The eighth Congress of Commercial Arbitration, held by the Arbitration Center of the Portuguese Chamber of Commerce, on July 10 and 11, in Lisbon, emphasized "Arbitration and State Courts". The main points highlighted in the discussions were on the role of business entities and the criteria to appoint arbitrators, the rules on setting fees, courts of law and institutional centers, injunctions, annulments, and the acknowledgement and execution of sentences. 🌸



FOTO: FLÁVIO GUARNIERI

Espalhando sementes

Ciclo Nacional de Arbitragem divulga o método em todo o País

Sowing seeds

The National Arbitration Cycle publicizes the method throughout the country

O projeto itinerante criado pelo CAM-CCBC e pelas faculdades de Direito da Universidade de São Paulo (USP) e da Pontifícia Universidade Católica (PUC) para difundir a arbitragem no País, o Ciclo Nacional de Arbitragem é um sucesso. A iniciativa, que visa promover o debate e a propagação do método como mecanismo de solução de conflitos, começou no segundo semestre de 2013 em São Paulo e continua se espalhando pelas diversas regiões do País.

Além de São Paulo, já passou por Rondônia, Paraná, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Amazonas. À frente dos trabalhos estão os juristas e professores Claudio Finkelstein (PUC) e Wagner

This itinerant project, created by CAM-CCBC and the schools of law of the University of São Paulo ("USP") and the Pontifical Catholic University ("PUC") to publicize arbitration in the country, the National Arbitration Cycle is a success. The initiative, which aims at promoting the debate and the publicizing of the method as a conflict solution mechanism, began in the second semester of 2013 in São Paulo and is continuously spreading across the country's regions.

Besides São Paulo, it has reached the States of Rondônia, Paraná, Minas Gerais, Rio de Janeiro and Amazonas. Leading the efforts are the jurists and professors Claudio Finkelstein (PUC) and

À frente dos trabalhos estão os juristas e professores Claudio Finkelstein (PUC) e Wagner Menezes (USP)

Leading the efforts are the jurists and professors Claudio Finkelstein (PUC) and Wagner Menezes (USP)

Menezes (USP). A iniciativa visa estimular discussões acadêmicas pelo Brasil afora.

A receptividade do programa é grande em todas as localidades. Em Manaus, por onde o Ciclo passou recentemente sob o comando do professor Daniel Nogueira, foi grande a participação dos estudantes de direito, interessados em saber como a arbitragem pode ser alternativa ao Poder Judiciário.

“O Ciclo Nacional cumpre os objetivos de divulgar a arbitragem e levá-la a locais que, muitas vezes, não têm a dinâmica de optar por ela”, aponta Wagner Menezes. “Queremos ‘criar cultura’, incentivar os alunos a conhecerem a arbitragem nacional e internacional, porque essa técnica de solução de conflitos tem características particulares”, emenda Finkelstein.

PRIMEIRO SEMESTRE

No primeiro semestre, depois de passar pelo Rio de Janeiro, onde se discutiu o projeto de reforma da lei de arbitragem, o Ciclo foi realizado no Centro Universitário Curitiba. O primeiro painel, comandado por Viviane Séllos, reuniu os advogados João Emílio de Mendonça, Flávio Bettega, Napoleão Casado e Patrícia Shiguemi Kobayashi. Casado abordou o financiamento de terceiros no procedimento arbitral, e Patrícia, secretária-geral adjunta do CAM-CCBC, falou sobre a administração de procedimentos na entidade.

Ainda na capital paranaense foram destacadas questões como a consolidação de procedimentos, a arguição de convenção arbitral no projeto do novo código de processo civil, a arbitragem e administração pública e a arbitragem *ad hoc* e institucional. No segundo semestre, o Ciclo passará por Salvador, São Luís, Brasília, Porto Alegre e Recife. O encerramento ocorrerá na PUC/SP, onde será realizada uma síntese de todo o aprendizado proporcionado pelo programa. 🌸



Wagner Menezes (USP). The initiative aims at fostering academic discussions throughout Brazil.

The receptivity of the program has been very good in all localities. In Manaus, to where the Cycle went recently under the leadership of Professor Daniel Nogueira, law students actively participated, very much interested in learning how arbitration can be an alternative to the Judiciary.

“The National Cycle meets the objectives of publicizing arbitration and taking it to places that, quite often, lack the dynamics to be able to choose it”, states Wagner Menezes. “We want to “create culture”, foster students’ interest in getting to know national and international arbitration, because this conflict solution technique has peculiar characteristics”, adds Finkelstein.

First semester

In the first semester, after stopping in Rio de Janeiro, where the arbitration law review project was discussed, the Cycle moved on to “Centro Universitário Curitiba”. The first panel, under the coordination of Viviane Séllos, gathered the attorneys João Emílio de Mendonça, Flávio Bettega, Napoleão Casado and Patrícia Shiguemi Kobayashi. Casado covered the topic of third party financing of the arbitration procedure, while Kobayashi, CAM-CCBC’s deputy secretary-general, spoke about the entity’s procedures administration.

At the event in Curitiba, State of Paraná, some of the other topics covered were the consolidation of procedures, the argumentation concerning the arbitration convention as drafted in the new civil code bill, arbitration in the public administration and *ad hoc* and institutional arbitration. In the second semester, the Cycle will go to Salvador, São Luís, Brasília, Porto Alegre and Recife. The closing event will take place at PUC/SP, when a synthesis of the learning effect brought about by the program will be appreciated. 🌸



Foco no direito internacional

IBA organiza evento no Canadá sob o patrocínio do CAM-CCBC

Focus on international law

IBA organizes event in Canada, sponsored by CAM-CCBC

Foi realizada em Toronto a mais recente edição da conferência do International Bar Association (IBA). Desta vez, estiveram em pauta temas como arbitragem eficiente, autonomia das partes e seus limites, escolha de árbitros e a seleção do tribunal. O evento teve a participação do presidente Frederico Straube e da secretária-geral adjunta Patrícia Shiguemi Kobayashi.

O CAM-CCBC patrocina regularmente os seminários do IBA. A instituição, criada em Nova York há mais de 60 anos, é uma das principais organizações de direito internacional e busca incentivar o desenvolvimento legal, promover intercâmbios entre associações e apoiar os profissionais que atuam na área. 🌸

The most recent conference of the International Bar Association (IBA) took place in Toronto. This time, the agenda included themes such as efficient arbitration, autonomy of parties and their limits, and the selection of arbitrators and of the arbitration court. Frederico Straube and deputy secretary-general Patrícia Shiguemi Kobayashi attended the event.

CAM-CCBC regularly sponsors IBA's seminars. The institution, created in New York more than 60 years ago, is one of the main organizations in the field of international law, which engages in the development of legal affairs, promotes exchange programs among associations, and supports professionals who perform in this field. 🌸

Conferência: estiveram em pauta temas como arbitragem eficiente, autonomia das partes e seus limites, escolha de árbitros e a seleção do tribunal

Conference: the agenda included themes such as efficient arbitration, autonomy of parties and their limits, and the selection of arbitrators and of the arbitration court

Time de mediadores

Comissão trabalha para que as partes reflitam e obtenham acordos amigáveis

Team of mediators

Committee undertakes efforts so that parties can achieve amicable agreements



Curso "Advogando na Mediação", promovido pela Comissão

Course "Advocating in Mediation", sponsored by the Committee

Além de referência em arbitragem, o CAM-CCBC mantém-se atento às perspectivas de crescimento da mediação no Brasil. Nesse método, além das partes, um terceiro (mediador imparcial) coordena reuniões separadas ou conjuntas com os envolvidos. O mediador é o facilitador do processo de retomada do diálogo. Criada há dois anos, a Comissão de Mediação do CAM-CCBC é coordenada pelos especialistas Adolfo Braga Neto e Silvia Cristina Salatino, além de contar com um quadro de mediadores de alto grau de excelência.

O método pode ser utilizado na pacificação de divergências diversas. Destacam-se questões empresariais, como conflitos internos ou externos; áreas cíveis, como locação, relações condominiais e dissolução de sociedades; comerciais, em contratos, títulos de crédito, entre outros; meio ambiente, incluindo órgãos de fiscalização, pessoas jurídicas e físicas. A mediação pode ser aplicada também em problemas familiares e até conflitos coletivos.

Not only is CAM-CCBC a reference in arbitration, the institution is also alert to the perspective of the development of mediation in Brazil. According to this method, in addition to the parties, a third party (impartial mediator) coordinates joint or separate meetings with all parties concerned. The mediator is the facilitator of the process aimed at resuming dialogue. Created two years ago, CAM-CCBC's Mediation Committee is coordinated by the experts Adolfo Braga Neto and Silvia Cristina Salatino, and can rely on a body of highly skilled mediators.

The method can be used to settle a variety of disagreements, mostly corporate issues, such as internal and external conflicts, in the field of civil law, including rental and condominium-related issues and to the dissolution of societies; trade or commercial issues, contract-related matters, securities, among others; environmental issues, also as related to monitoring authorities, and corporate or private persons. Mediation may also be applied to family-related problems and community conflicts.

How it works

Mediation can be requested by any party seek-

COMO FUNCIONA

A mediação pode ser solicitada por qualquer parte que busca solução pacífica para um conflito ou cumprimento de contrato. No CAM-CCBC, o processo começa com o interessado propondo o procedimento, por meio de uma notificação por escrito. A partir daí, cabe à entidade marcar uma entrevista para apresentar a metodologia de trabalho e as responsabilidades de cada um.

Caso o proponente aceite participar do processo, o CAM convida o outro envolvido para entrevista. Depois, as partes escolhem um mediador dentre os profissionais da entidade (lista atual abaixo) ou, quando não há consenso, um especialista é nomeado pelo presidente da entidade. Depois disso, são estabelecidos cronogramas de reuniões, firmando o Termo de Mediação. O processo, desde o seu início até a conclusão, dura em média 30 dias.

Quando há acordo, o mediador redige um termo em conjunto com as partes. Não havendo consenso, recomenda o caso para a arbitragem. 🌸

ing amicable settlement of a conflict or when in compliance with contract provisions. At CAM-CCBC, the process begins with the interested party proposing the procedure by means of a written instrument. Next, the institution is required to set-up an interview to present the working method and define each party's responsibilities.

If the proposing party accepts the procedure, CAM invites the other party for an interview. Next, the parties select a mediator among the institution's accredited professionals or, in the event no consensus is reached, an expert is appointed by the entity's president. Then, finally, meeting schedules are defined and the Mediation Term is signed. The process, from start to end, on average, requires 30 days.

When an agreement is reached, the mediator and the parties write-up a joint document. When consensus is not reached, arbitration is recommended. 🌸

CORPO DE MEDIADORES / BODY OF MEDIATORS

Adolfo Braga Neto, Instituto de Mediação e Arbitragem do Brasil

Adriana Ruth Adler, Coerentia Consultoria em Desenvolvimento

Agenor Lisot, Instituto de Mediação e Arbitragem do Brasil

Alessandra Fachada Bonilha, Conselho Nacional das Instituições de Mediação e Arbitragem

Ana Luiza Isoldi, Conselho Nacional das Instituições de Mediação e Arbitragem

Andrea Cristina Ruas Maia, Find Resolution

Angelo Volpi Neto

Antonio Luiz Sampaio Carvalho, A.L.S. Advogados e Associados

Beatriz Vidigal Xavier da Silveira Rosa, Taroba Engenharia e Negócios

Carla Boin, Boin Aguiar e Soneghet Vlavianos

Carlos Eduardo de Vasconcelos, Escritório Vasconcelos Advogados

Daniela Monteiro Gabbay, Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas

David E. Poisson, SCG Legal

Diego Faleck, Faleck & Associados

Eduardo Hidal

Fernanda Levy

Fernanda Tartuce, Faleck & Associados

Frederico José Straube, Straube Advogados

Gabriela Asmar

Gian Vittorio Taralli, Saetta Consultoria em Gestão Empresarial

Gilberto Zereu, Centro de Arbitragem e Mediação do Estado Rio Grande do Sul

Henrique Gomm Neto

Henrique Mattar Neme, Nugecon – Núcleo de Gestão de Conflitos

James Mohr-Bell

Joaquim Tavares Filho

Joseph P. Folger

Juan Carlos Vezzulla

Kazuo Watanabe

Lia Justiniano

Lia Regina Castaldi Sampaio

Lilia Maia de Moraes Salles, Universidade de Fortaleza

Luis Fernando Guerrero, Dinamarco, Rossi, Beraldo & Bedaque

Luiz Carlos Marques Ricardo, Conselho Regional de Administração de São Paulo

Marc Burbridge, Comunicação, Negociação e Resolução de Conflitos

Marco Antonio Moreira Leite

Maria Cecília Carvalho Tavares

Maria Rita Carvalho Drummond, Cosan S/A - Indústria e Comércio

Nathália Mazzonetto, Moro, Muller e Mazzonetto

Paul Eric Mason, International Counsel, Independent Arbitrator and Mediator

Paulo Bekin, Felsberg, Pedretti e Mannrich Advogados e Consultores Legais

Ricardo Issa, Nugecon – Núcleo de Gestão de Conflitos

Sven Schilf

Tania Almeida

Veronica Beer, Beer e Ayres Advocacia



CCBC prepara missão para o café Brasileiro

DOING BUSINESS IN CANADA

Já pensou em exportar café para o Canadá?

- PIB per capita 5 vezes maior que o Brasil
- 9º mercado consumidor de café mundial
- 70% da população canadense é consumidora de café (2012)
- População consumidora de café cresce 3% ao ano



DBC - Missão Vendedora Café Brasileiro **22 a 28 de setembro de 2014** **Montreal e Toronto**



Rodadas de negócios em Montreal e Toronto
Treinamento logístico e tarifário
Visita a pontos de venda
Eventos de apresentação do café
Recepção oferecida pelo Consulado Brasileiro em Toronto
Visita à feira *The Canadian Coffee and Tea Show*.

Acesse mais detalhes através do site www.ccbc.org.br/braziliancoffee
Ou entre em contato através do e-mail comercial@ccbc.org.br



Câmara de Comércio Brasil - Canadá



figwal

transportes internacionais Ltda.



International Experience - Brazilian Flexibility



Experiência Internacional e Flexibilidade Brasileira

- International Freight Forwarder since 1983
Agente de Cargas Internacionais desde 1983
- Agent IATA, FIATA, NVOCC
Agente IATA, FIATA, NVOCC
- Regular Air and Sea Import / Export Consolidations
Serviços regulares de Consolidação por via aérea e marítima
- Partial and Full Charters (air and sea import/ export)
Fretamento parcial e/ou total (aéreo e marítimo)
- Project Cargo (door-to-door and turn-key)
Cargas de Projeto (porta-à-porta e "turn key")
- Export Documentation
Documentação de exportação
- Weekly Full and Consolidated Truck Service BRASIL - Argentina, Chile, Uruguay and Paraguay
Serviço Rodoviário FTL e Consolidado, semanal, entre Brasil, Argentina, Chile, Uruguai e Paraguai

- Logistics Integrator
Integrador Logístico
- Customs Consulting
Consultoria Aduaneira
- Transport Insurance
Seguro de Transporte
- Warehouse and Trucking
Armazenagem e transporte rodoviário
- Global Network present in over 75 countries and 20 important business centers in Brazil
Presença Global em mais de 75 países e em 20 importantes Centros de Negócios no Brasil
- Fumigation
Fumigação

MAZZANTI

Branches

Belo Horizonte / MG
Phone: (55-31) 3427.6456
figwal.bhz@figwal.com.br

Joinville / SC
Phone: (55-47) 3481.1500
figwal.joi@figwal.com.br

São José dos Campos / SP
Phone: (55-12) 3946.1500
figwal.sjk@figwal.com.br

Campinas / SP
Phone: (55-19) 3738.1600
figwal.cpq@figwal.com.br

Porto Alegre / RS
Phone: (55-51) 3358.1500
figwal.poa@figwal.com.br

Santos / SP
Phone: (55-13) 3229.1200
figwal.ssz@figwal.com.br

Rio de Janeiro / RJ
Phone: (55-21) 3461.9300
figwal.rio@figwal.com.br

Curitiba / PR
Phone: (55-41) 3282.9833
figwal.cwb@figwal.com.br

Vitória / ES
Phone: (55-27) 2123.1500
figwal.vix@figwal.com.br

Caxias do Sul / RS
Phone: (55-54) 3211.1552
figwal.cxj@figwal.com.br

Ribeirão Preto / SP
Phone: (55-16) 3995.8800
figwal.rao@figwal.com.br

Salvador / BA
Phone: (55-71) 3272.1699
figwal.ssa@figwal.com.br

Recife / PE
Phone: (55-81) 3326-3410
figwal.rec@figwal.com.br

Fortaleza / CE
Phone: (55-85) 3268.3633
figwal.for@figwal.com.br

Airport Handling Offices

Guarulhos / SP
Phone: (55-11) 2303.0023
figwal.gru@figwal.com.br

Viracopos / SP
Phone: (55-19) 3725.5646
figwal.vcp@figwal.com.br

Home Office - Itajubá / MG

Head Office / Matriz - São Paulo

Phone: (55-11) 5098.1500 | figwal@figwal.com.br | www.figwal.com.br