



# Como Exportar Países Baixos

 entre

**BrazilTradeNet**



Ministério das Relações Exteriores  
Departamento de Promoção Comercial  
Divisão de Informação Comercial



### SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>2</b>		
<b>MAPA</b> .....	<b>4</b>		
<b>DADOS BÁSICOS</b> .....	<b>5</b>		
<b>I. ASPECTOS GERAIS</b> .....	<b>6</b>		
1. Geografia .....	6		
2. População, centros urbanos e nível de vida ..	6		
3. Transportes .....	7		
4. Organização política e administrativa .....	8		
5. Organizações e acordos internacionais .....	8		
<b>II. ECONOMIA, MOEDA E FINANÇAS</b> .....	<b>9</b>		
1. Conjuntura econômica .....	9		
2. Principais setores de atividade .....	9		
3. Moeda e finanças .....	10		
4. Balanço de pagamentos e reservas internacionais .....	10		
5. Sistema bancário .....	11		
<b>III. COMÉRCIO EXTERIOR</b> .....	<b>12</b>		
1. Evolução recente .....	12		
2. Direção do comércio exterior .....	12		
3. Composição do comércio exterior .....	12		
<b>IV. RELAÇÕES COMERCIAIS BRASIL- PAÍSES BAIXOS</b> .....	<b>17</b>		
1. Intercâmbio comercial bilateral .....	17		
		2. Composição do comércio bilateral .....	17
		3. Investimentos bilaterais .....	17
		<b>V. ACESSO AO MERCADO</b> .....	<b>20</b>
		1. Sistema Tarifário .....	20
		2. Regulamentação de importações .....	22
		3. Documentação e formalidades .....	26
		4. Regimes especiais .....	27
		<b>VI. ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO</b> .....	<b>30</b>
		1. Canais de distribuição .....	30
		2. Promoção de vendas .....	33
		3. Práticas comerciais .....	36
		<b>VII. RECOMENDAÇÕES ÀS EMPRESAS BRASILEIRAS</b> .....	<b>39</b>
		<b>ANEXOS</b> .....	<b>41</b>
		<b>I – ENDEREÇOS</b> .....	<b>41</b>
		<b>II – FRETES E COMUNICAÇÕES COM O BRASIL</b> ..	<b>51</b>
		<b>III – INFORMAÇÕES PRÁTICAS</b> .....	<b>52</b>
		<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	<b>54</b>



## INTRODUÇÃO

Os Países Baixos ocupam uma discreta posição, quanto ao seu território e população, entre os membros da União Européia. No entanto, o aproveitamento de sua excepcional localização geográfica no estuário do Reno permitiu a esse país desempenhar um papel relevante no comércio internacional. Dotados de uma das melhores redes de transportes viários, fluviais e aéreos da Europa, os Países Baixos representam um verdadeiro emporio comercial, dispondo do maior porto do mundo, Rotterdam, através do qual se efetuam a importação e distribuição de produtos destinados ao consumo interno e ao mercado da UE.

O país é Membro Fundador da Comunidade Européia (CE), da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), das Nações Unidas, da Organização do Atlântico Norte (OTAN) e de várias outras organizações internacionais. Em 1948, o país estabeleceu, junto com a Bélgica e Luxemburgo, a primeira união alfandegária do mundo: a Benelux, com circulação completamente livre de mão-de-obra, capital e serviços. O Tratado de Maastricht de 1991, referente a uma integração econômica e política mais intensa, transformando a CE na União Européia (UE), e o Tratado de Amsterdã de 1997, com vistas a uma ampliação da UE, foram projetados pelo Governo Neerlandês quando este mesmo exercia a presidência da UE que é alternada entre os seus países membros.

O sistema econômico dos Países Baixos está baseado na iniciativa privada. O Governo participa apenas de um pequeno número de empresas, uma participação que gradualmente está sendo reduzida. A economia é

caracterizada por um setor agrícola pequeno mas altamente eficiente, uma ampla base industrial e um largo setor de serviços.

O setor agrícola, bastante mecanizado, contribui com apenas 3,4% para o PIB e emprega aproximadamente 5% da força de trabalho. Porém é um setor voltado para as exportações, servindo de base para as indústrias de processamento de alimentos e de embalagens. Os Países Baixos estão entre os três maiores exportadores de produtos agroindustriais. Dentro da agricultura, a pecuária constitui-se a atividade mais importante. Com uma participação de 60% do mercado, os Países Baixos ocupam uma posição dominante no comércio mundial de flores. A atividade industrial gera mais ou menos 30% do PIB, participando com cerca de 60% do total das exportações.

O estado da economia holandesa se reflete nos resultados de praticamente todos os setores. Em 2001, os resultados dos setores de manufaturados e de construção se mantiveram abaixo dos níveis do ano 2000. A produção agrícola diminuiu, principalmente devido a crise da febre aftosa. Entretanto, os serviços comerciais geraram uma das taxas de crescimento mais prósperas dos últimos anos. O setor que apresentou crescimento mais rápido em 2001 foi o de serviços não comerciais, como o governamental e o sanitário, que dobraram seus índices de crescimento.

O setor de serviços comerciais é o maior dos Países Baixos. E a razão se deve inteiramente à localização geográfica do país. Por natureza, o ponto ideal de en-



trada de mercadorias para Europa é através do mar e, contando com os portos marítimos de Roterdã e Amsterdã, e também com o aeroporto de Schiphol, em Amsterdã, os Países Baixos têm se tornado na “Porta da Europa” para a América e Ásia. Esta situação atrai um bom número de indústrias auxiliares, como as empresas de transporte e comércio.

O setor de serviços é o maior da economia holandesa. O índice de emprego do setor tem aumentado consideravelmente nas últimas décadas e a tendência é continuar.

Os Países Baixos têm uma tradição de livre comércio que data do Século 17. A participação de cada um dos fluxos, exportações e importações, é de mais de 50% do PIB. Com menos de 0,3% da população mundial, a participação das exportações holandesas no comércio mundial total é de 3,5%. A cada ano, bens num valor total de aproximadamente 200 bilhões de dólares são exportados para o mundo inteiro, e o sistema alfandegário holandês está dirigido para a facilitação das operações de exportação e importação pelas empresas. Impõe-se apenas um número mínimo de regulamentos.

As exportações são a principal causa do crescimento econômico dos Países Baixos. O mercado mais importante para as exportações holandesas é a União Européia (78,5% do total da exportações). Dentro da União Européia, a Alemanha é o principal mercado para os produtos holandeses.

Os indicadores macroeconômicos mostram que a situação da economia holandesa é saudável. Nos últimos cinco anos, a média do crescimento do PIB holandês foi melhor do que no resto da Europa. Uma perfeita polí-

tica fiscal e uma política monetária que mantém um forte vínculo entre o florim holandês e o marco alemão levaram a marcantes recordes no campo da inflação. Na ausência de uma espiral entre salários e preços, esta inflação tem caído desde 1992, tendo ficado nos últimos anos entre 2 e 3% ao ano. O país, que nos últimos anos conseguiu reduzir o seu déficit público, não tem uma dívida externa pública líquida. Todos estes fatores criaram uma situação doméstica estável com baixas taxas de juros e uma grande confiança na política monetária exercida pelo Banco Central Holandês.



**DADOS BÁSICOS**

**Superfície :** 41.526 km<sup>2</sup>

**População (2001) :** 16,0 milhões de habitantes

**Densidade demográfica :** 383,5 hab/km<sup>2</sup>

**Principais cidades :** Amsterdam (capital), Rotterdam, Haia, Utrecht

**Moeda :** Euro (€ )

**Cotação US\$:€ (2001) :** 0,90

**PIB, preços correntes (2001) :** US\$ 380,5 bilhões

**Formação do PIB por setores (2001) :**

Agricultura e pesca	2,6%
Mineração	2,6%
Indústria	17,9%
Comércio	13,1%
Transportes e Comunicações	7,3%
Governo	11,3%
Outros serviços	45,2%

**Crescimento real do PIB (2001) :** 1,3%

**PIB per capita (2001) :** US\$ 23.781

**Inflação (2001) :** 4,5%

**Comércio Exterior (2001) :**

Exportações: US\$ 217,2 bilhões  
Importações: US\$ 196,5 bilhões

**Intercâmbio comercial Brasil-Países Baixos (2001)**

Exportações brasileiras: US\$ 2.862,9 milhões  
Importações brasileiras: US\$ 532,8 milhões



### ASPECTOS GERAIS

#### 1. Geografia

##### Localização e superfície

O nome Países Baixos (Nederland) indica a situação geográfica do país: aproximadamente 1/5 de sua superfície de 41.526 km<sup>2</sup> está situada abaixo do nível do mar.

Limitando-se a oeste e ao norte com o Mar do Norte, a leste com a Alemanha e ao sul com a Bélgica, os Países Baixos ocupam uma posição geográfica bastante favorável, com fácil acesso aos demais países da União Européia.

##### Principais cidades

As principais cidades do país são Amsterdam, Rotterdam, Haia, Utrecht, Eindhoven e Arnhem.

##### *Distâncias entre as principais cidades:*

Amsterdam – Rotterdam	75 km
Amsterdam – Haia	55 km
Amsterdam – Groningen	190 km
Amsterdam – Maastricht	205 km
Rotterdam – Haia	25 km
Haia – Groningen	250 km
Haia – Arnhem	130 km

##### Regiões geográficas e clima

Apesar da pequena superfície, a paisagem do país é bastante diversificada. O relevo apresenta-se praticamente plano. A parte mais alta é mais acidentada e os bosques alternam com as charnecas. A parte mais baixa é composta fundamentalmente por polders (planícies inundadas ou sujeitas a

inundação).

O país possui clima marítimo e está incluído na zona temperada do hemisfério norte. As oscilações de temperatura diárias e anuais não são muito grandes. A temperatura média anual é de 10°C.

#### 2. População, principais centros urbanos e nível de vida

Com uma população de aproximadamente 16 milhões de pessoas, os Países Baixos apresentam uma das mais altas densidades demográficas do mundo. A maior concentração populacional encontra-se na conurbação que abrange as cidades de Amsterdã, Haia, Roterdã e Utrecht, na parte ocidental do país. O maior grupo populacional corresponde à faixa de idade entre 40 e 64 anos.

##### População por Províncias, 2001

Província	nº de habitantes
Groningen	570.480
Friesland	636.184
Drenthe	478.799
Overijssel	1.094.032
Flevoland	341.721
Gelderland	1.949.233
Utrecht	1.129.384
North-Holland	2.550.575
South-Holland	3.443.223
Zeeland	377.235
North-Brabant	2.391.123
Limburg	1.143.296

Fonte: Central Bureau voor de Statistiek - CBS



### População por faixa de idade, 2001

#### Faixa etária<sup>o</sup> de habitantesparticipação no total

de 0 a 19 anos	3.940.636	24,5%
de 20 a 39 anos	4.685.727	29,1%
de 40 a 64 anos	5.280.208	32,8%
de 65 a 79 anos	1.667.107	10,4%
acima de 80 anos	531.607	3,3%
<b>TOTAL</b>	<b>16.105.285</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Central Bureau voor de Statistiek - CBS

### Grupos étnicos, idioma e religião

A população holandesa é uma mistura dos povos que habitaram o país, entre eles, os frísios, os francos e os saxões. O idioma oficial é o holandês, que também é uma das línguas oficiais da União Européia. Grande parte da população tem bons conhecimentos de inglês e alemão.

A liberdade religiosa é garantida pela Constituição. As religiões mais praticadas são o catolicismo e o protestantismo, que está dividido em reformistas, liberais e luteranos. O número de muçulmanos e hindus vêm aumentando significativamente, em função da forte entrada de imigrantes vindos de países como Marrocos, Turquia, Indonésia e Suriname.

### Educação

A taxa de alfabetização é de praticamente 100%. A frequência escolar na educação de primeiro e segundo graus também é de cerca de 100%, tendo em vista a obrigatoriedade do ensino dos cinco aos quinze anos de idade.

### 3. Transportes

A posição geográfica junto ao Mar do Norte, no estuário formado pelos rios Reno, Mosa e Escalda, contribui favoravelmente para que os Países Baixos desempenhem um papel preponderante nos transportes internacionais, fazendo do país um dos maiores e mais importantes centros de transporte e distribuição do mundo.

#### Transporte marítimo

Cobrindo uma área de aproximadamente 40 km, indo do centro da cidade até o Mar do Norte, o porto de Roterdã é considerado, por décadas, como o maior porto do mundo. Cerca de 32.000 navios atracam a cada ano neste porto, transportando cerca de 400 milhões de toneladas de carga.

Todos os demais portos marítimos do país estão interligados por um complexo sistema de vias fluviais interiores que dão acesso à maioria dos mercados da União Européia.

Para manter a posição de destaque que ocupa no transporte internacional, os portos holandeses passam por constantes processos de modernização. Para permitir o acesso de grandes navios petroleiros a Roterdã, foi dragado um profundo canal navegável entre o porto e o Mar do Norte.

#### Transporte ferroviário

O transporte ferroviário nos Países Baixos é formado por uma rede de cerca de 2.800km, dos quais 75% são eletrificados, sendo que as grandes cidades estão interligadas por uma rede de trens expressos. A rede ferroviária não é relevante no que diz respeito ao transporte de mercadorias.



### *Transporte rodoviário*

A extensão da rede rodoviária era de aproximadamente 118.000 km, ao final de 1999. Apesar de apresentar uma vasta e moderna rede de estradas, a utilização de carros particulares vem sendo desencorajada por meio de medidas como adoção de pedágios e altas taxas incidentes sobre os combustíveis.

### *Transporte aéreo*

O aeroporto de Schiphol (aeroporto internacional de Amsterdam), com um avançado sistema de estacionamento e facilidades internas para os passageiros, é um dos quatro maiores aeroportos da Europa, juntamente com os aeroportos de Londres, Frankfurt e Paris. Outros aeroportos (Rotterdam, Maastricht, Eindhoven, Groningen) espalhados pelo país oferecem serviços complementares.

## 4. Organização política e administrativa

### Organização política

Os Países Baixos são uma monarquia constitucional de regime parlamentarista. A Monarca e Chefe de Estado é a Rainha Beatriz, que preside o Conselho de Estado, o mais alto órgão consultivo do governo. Sua sede está em Haia, apesar da capital do país ser Amsterdã

O Parlamento é composto por duas Câmaras: a primeira é composta por 75 deputados que são eleitos por voto indireto pelos membros das Províncias. A segunda conta com 150 deputados eleitos por votação direta pela população holandesa com direito a voto, ou seja, pela população acima de 18 anos.

O Poder Judiciário é independente, sendo o Supremo Tribunal a mais alta instância dos Países Baixos.

### Organização Administrativa

A administração do país é exercida em três níveis: Estado, Províncias e Municípios. O Estado, ao qual pertencem os Ministérios, trata dos assuntos de interesse nacional. As Províncias e Municípios são autoridades locais.

Atualmente, o país é dividido em 12 Províncias, sendo cada uma administrada por um Conselho de Província.

## 5. Organizações e acordos internacionais

Os Países Baixos são membro da Organização das Nações Unidas (ONU), da Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN), da União Européia (UE), da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), da União da Europa Ocidental (UEO) e do Conselho da Europa, entre outros organismos.



## II – ECONOMIA, MOEDA E FINANÇAS

### 1. Conjuntura econômica

Apesar de sua pequena superfície e reduzida população, a situação econômica do país é bastante favorável. Nos últimos anos, a média de crescimento do PIB holandês ficou acima da média observada para a União Européia. Os recentes ganhos de competitividade das empresas do país, aliado aos investimentos e às reformas no mercado de trabalho conduziram a um crescimento do nível de emprego, contribuindo para o aumento do consumo interno.

O Produto Interno Bruto do país passou de US\$ 370 bilhões, em 2000, para US\$ 380 bilhões, em 2001, registrando um pequeno crescimento no período.

#### Produto Interno Bruto-PIB, 1998-2001 (US\$ bilhões)

	1998	1999	2000	2001
<b>PIB, preços correntes</b>	393,6	398,6	370,6	380,5

CPB – Central Planbureau

Em 2001, a inflação atingiu 4,5%, índice mais elevado desde o início da década de 90. A elevação do índice se deu em função, principalmente, dos aumentos nos custos de mão-de-obra e nos preços de importação. Além disso, algumas medidas governamentais, como o aumento do imposto sobre o valor agregado (“value-added tax – VAT”) e da taxa regulatória de energia (“regulatory energy tax”). As previsões são de que, nos próximos dois anos, os índices de inflação apresentem queda retornando, em 2003, para aproximadamente 2,2%.

#### Índice de preços ao consumidor, 1998-2001

	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Inflação (%)</b>	2,2	2,0	2,2	2,6	4,5

CPB – Central Planbureau

#### Taxa de desemprego (%), 1998-2001

	1997	1998	1999	2000	2001
	6,2	4,9	4,0	3,6	3,3

CPB – Central Planbureau

### 2. Principais setores de atividade

Agricultura, silvicultura e pesca

O setor agrícola do país, bastante mecanizado, contribui com apenas 2,8% para o PIB e emprega aproximadamente 5% da força de trabalho. Porém, o país é auto-suficiente em alimentos e cerca de 60% da produção agrícola é direcionada para as exportações, servindo de base para as indústrias de processamento de alimentos e de embalagens. Os Países Baixos estão entre os três maiores exportadores de produtos agroindustriais, um feito memorável dado o tamanho dos seus principais competidores nesta área, principalmente os Estados Unidos. Dentro da agricultura, a pecuária constitui-se a atividade mais importante. A horticultura, em boa parte praticada em extensas estufas, é igualmente bem desenvolvida. O país ocupa, ainda, posição dominante no comércio mundial de flores de corte.



### Indústria

O setor industrial tem sido, tradicionalmente, menos importante nos Países Baixos do que na maioria dos países da OCDE. Destaques são a indústria de alimentos, bebidas e tabaco e a indústria química. Outros setores importantes são o de máquinas de escritório e computadores, de equipamentos de transporte e de máquinas elétricas.

A competitividade da indústria holandesa melhorou consideravelmente na última década, principalmente em função de uma política de investimentos em pesquisa e desenvolvimento.

### Energia

A grande reserva de gás natural existente no país – a maior da União Européia – faz com que o gás desempenhe papel preponderante no fornecimento de energia do país. Apesar de metade da produção ser destinada à exportação, o gás natural é responsável por apenas 2% do total das exportações do país.

Em função da sua situação geográfica, os Países Baixos têm-se destacado no armazenamento e distribuição de petróleo para a Europa Ocidental. A maioria das principais indústrias de petróleo operam no Mar do Norte. O país produz petróleo suficiente apenas para cobrir 5% do total do consumo doméstico. A política energética holandesa tem como objetivo tornar a economia menos dependente das importações de petróleo, por meio da diversificação no fornecimento de energia e do desenvolvimento de fontes de energia renovável, como energia solar, energia eólica ou energia produzida a partir de biomassa/resíduos.

### 3. Moeda e Finanças

#### 3.1 Moeda

Desde 1º de janeiro de 1999 a moeda adotada por 12 Estados-membros da União Européia é o Euro (€), que substituiu a unidade do sistema monetário holandês, o Guilder ou Florim Holandês (NLG).

A taxa de conversão fixada para o Euro foi a seguinte:  
1 Euro = 2,20371 NLG.

#### 3.2 Finanças

Na terceira terça-feira do mês de setembro o Ministro das Finanças apresenta o orçamento do Governo para a Câmara Baixa do Parlamento holandês. Esse orçamento é composto pelas receitas recebidas e pelos gastos de cada ministério.

As decisões sobre rendas e despesas são tomadas a cada ano e os objetivos principais da política orçamentária do governo são a melhora do balanço fiscal, a redução da dívida governamental e a redução da taxaço e das contribuições para a seguridade social.

### 4. Balanço de Pagamentos e reservas internacionais

#### Balanço de Pagamentos, 1999-2001 (US\$ milhões)

	1999	2000	2001
<b>A. Balança Comercial (líquido fob)</b>	<b>16.034</b>	<b>21.278</b>	<b>23.588</b>
Exportações	195.691	208.129	207.102
Importações	179.657	186.852	183.514



<b>B. Serviços (líquido)</b>	<b>2.497</b>	<b>- 321</b>	<b>- 1.213</b>
Receita	54.102	53.312	52.627
Despesa	51.605	53.633	53.840
<b>C. Renda (líquido)</b>	<b>2.629</b>	<b>- 3.549</b>	<b>- 3.407</b>
Receita	43.646	39.623	38.363
Despesa	41.017	43.172	41.770
<b>D. Transferências Unilaterais</b>	<b>- 6.350</b>	<b>- 6.251</b>	<b>- 6.563</b>
<b>E. Transações correntes (A+B+C+D)</b>	<b>14.810</b>	<b>11.157</b>	<b>12.405</b>
<b>F. Conta de Capitais (líquido)</b>	<b>- 214</b>	<b>606</b>	<b>- 628</b>
<b>G. Conta Financeira (líquido)</b>	<b>- 12.963</b>	<b>- 11.234</b>	<b>- 12.460</b>
<b>H. Erros e Omissões</b>	<b>- 6.243</b>	<b>- 308</b>	<b>332</b>
<b>I. Saldo (E+F+G+H)</b>	<b>- 4.611</b>	<b>220</b>	<b>- 350</b>

Fonte: FMI. International Financial Statistics-IFS, August 2002, Vol. LV, nº 8

#### Reservas internacionais, 2001 (US\$ milhões)

<b>Ouro</b>	7.863
<b>Direitos Especiais de Saque (SDRs)</b>	752
<b>Posição das Reservas no FMI</b>	2.352
<b>Divisas conversíveis</b>	5.930
<b>Total</b>	16.897

Fonte: FMI. International Financial Statistics-IFS, August 2002, Vol. LV, nº 8

#### 5. Sistema bancário

O Banco Central do país é o *Nederlandsche Bank*, que faz parte do Sistema Europeu dos Bancos Centrais (ESCB). Entre as principais funções do *Nederlandsche Bank* estão contribuir para a definição e implementação da política monetária dentro da Comunidade Européia, administrar as reservas internacionais oficiais e conduzir as operações de câmbio e supervisionar as instituições financeiras do país.



### III- COMÉRCIO EXTERIOR

#### 1. Evolução recente

Os Países Baixos são uma economia aberta e orientada para a exportação. O comércio exterior é a atividade que mais contribui para o crescimento econômico. Em termos mundiais, o país posiciona-se em 9º lugar entre os principais exportadores, uma situação excepcional para um país de pequenas dimensões e com uma população de apenas 16 milhões de pessoas. O país também ocupa a 9ª posição entre os principais importadores mundiais.

A extrema dependência do comércio exterior, no entanto, torna a economia do país bastante suscetível às atuais crises do mercado internacional, como aquelas observadas nos Estados Unidos e no Japão, que produziram reflexos em toda a economia mundial.

**Países Baixos - Comércio Exterior, 1997-2001 (US\$ bilhões)**  
(\*)

	1997	1998	1999	2000	2001
Exportações (fob)	193,7	202,4	201,8	213,3	217,2
Importações (fob)	177,9	188,7	191,2	198,8	196,5
Balança comercial	15,8	13,7	10,6	14,5	20,7

Fonte: Central Bureau voor de Statistiek – CBS

(\*) Valores originais em Euro convertidos pela média do Dólar norte-americano dos respectivos anos.

#### 2. Direção do comércio exterior

O mercado mais importante para as exportações dos Países Baixos é a União Européia, destino de, aproximadamente, 78% do total das exportações do país. Os Estados Unidos ocupam a 2ª posição com cerca de 4,4% deste total. Dentro da União Européia, o país que merece maior destaque é a

Alemanha, com 25,6% de participação nas exportações dos Países Baixos.

Com relação às importações, cabe destacar a presença de países asiáticos (China, Japão, Taiwan, Malásia) entre os principais fornecedores do país. A Alemanha continua sendo o principal parceiro nas importações, sendo responsável por 18,4% do total das importações dos Países Baixos.

veja gráficos a seguir.

#### 3. Composição do comércio exterior

A pauta de exportações dos Países Baixos é caracterizada pela presença de produtos de alto valor agregado: máquinas de escritório, máquinas elétricas, petróleo e seus derivados, veículos, produtos manufaturados em geral, produtos químicos orgânicos e produtos para telecomunicações são responsáveis por, aproximadamente, 46% do total exportado pelo país. Deve-se destacar, também, as exportações do setor agrícola, que servem de base, principalmente, para as indústrias de processamento de alimentos. Os Países Baixos estão entre os três maiores exportadores de produtos agroindustriais.



## 2.1. Exportações (US\$ milhões)

Países	<i>(US\$ milhões)</i>					
	1999	%	2000	%	2001	%
Alemanha	52.635	26,1	54.882	25,7	55.527	25,6
Bélgica-Luxemburgo	24.641	12,2	25.723	12,1	26.325	12,1
Reino Unido	21.701	10,8	23.061	10,8	24.196	11,1
França	21.727	10,8	22.542	10,6	22.450	10,3
Itália	12.023	6,0	12.614	5,9	13.568	6,2
EUA	8.541	4,2	9.991	4,7	9.503	4,4
Espanha	7.000	3,5	6.969	3,3	7.627	3,5
Suécia	4.795	2,4	4.914	2,3	4.458	2,1
Suíça	3.546	1,8	3.683	1,7	3.520	1,6
Áustria	3.106	1,5	3.206	1,5	3.446	1,6
Dinamarca	3.251	1,6	3.229	1,5	3.087	1,4
Polônia	2.142	1,1	2.305	1,1	2.329	1,1
Japão	2.124	1,1	2.138	1,0	2.270	1,0
Finlândia	1.963	1,0	2.119	1,0	2.142	1,0
Irlanda	1.552	0,8	1.695	0,8	2.088	1,0
Brasil	639	0,3	676	0,3	722	0,3
<b>SUBTOTAL</b>	<b>171.386</b>	<b>84,9</b>	<b>179.747</b>	<b>84,3</b>	<b>183.258</b>	<b>84,4</b>
<b>DEMAIS PAÍSES</b>	<b>30.415</b>	<b>15,1</b>	<b>33.559</b>	<b>15,7</b>	<b>33.947</b>	<b>15,6</b>
<b>TOTAL</b>	<b>201.801</b>	<b>100,0</b>	<b>213.306</b>	<b>100,0</b>	<b>217.205</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Central Bureau voor de Statistiek – CBS

(\*) Valores originais em Euro convertidos pela média do Dólar norte-americano dos respectivos anos.



### 2.2 Importações

(US\$ milhões)

Países	1999	%	2000	%	2001	%
Alemanha	36.836	19,3	35.406	17,8	36.228	18,4
EUA	18.150	9,5	20.299	10,2	19.372	9,9
Bélgica-Luxemburgo	19.157	10,0	18.787	9,5	18.594	9,5
Reino Unido	18.587	9,7	19.001	9,6	17.512	8,9
França	12.375	6,5	11.327	5,7	11.355	5,8
China	3.956	2,1	6.364	3,2	7.960	4,1
Japão	8.096	4,2	8.531	4,3	7.827	4,0
Itália	6.047	3,2	5.636	2,8	5.556	2,8
Espanha	4.036	2,1	4.322	2,2	4.267	2,2
Taiwan	3.657	1,9	4.308	2,2	4.233	2,2
Noruega	3.411	1,8	4.445	2,2	4.054	2,1
Suécia	5.122	2,7	4.546	2,3	3.941	2,0
Irlanda	3.718	1,9	3.612	1,8	3.428	1,7
Malásia	2.668	1,4	3.079	1,5	3.327	1,7
Rússia	1.616	0,8	2.659	1,3	3.117	1,6
Brasil	1.799	0,9	2.064	1,0	2.312	1,2
<b>SUBTOTAL</b>	<b>149.231</b>	<b>78,0</b>	<b>154.386</b>	<b>77,7</b>	<b>153.083</b>	<b>77,9</b>
<b>DEMAIS PAÍSES</b>	<b>41.998</b>	<b>22,0</b>	<b>44.387</b>	<b>22,3</b>	<b>43.414</b>	<b>22,1</b>
<b>TOTAL</b>	<b>191.229</b>	<b>100,0</b>	<b>198.773</b>	<b>100,0</b>	<b>196.497</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Central Bureau voor de Statistiek – CBS

(\*) Valores originais em Euro convertidos pela média do Dólar norte-americano dos respectivos anos.



### 3. Composição do comércio exterior

#### 3.1. Exportações, principais grupos de produtos (US\$ milhões)

Descrição	1999	%	2000	%	(US\$ milhões)	
					2001	%
Máquinas de escritório	23.521	12,3	24.411	12,3	26.026	13,2
Máquinas elétricas, não especificadas	14.183	7,4	16.278	8,2	15.608	7,9
Petróleo e seus derivados	8.487	4,4	13.289	6,7	12.958	6,6
Veículos	10.864	5,7	10.087	5,1	9.902	5,0
Produtos manufaturados diversos, não especific.	8.512	4,5	8.278	4,2	9.386	4,8
Produtos químicos orgânicos	7.882	4,1	9.249	4,7	8.914	4,5
Produtos para telecomunicações	5.541	2,9	7.736	3,9	8.606	4,4
Frutas e vegetais	7.298	3,8	6.560	3,3	6.869	3,5
Plásticos em formas primárias	6.861	3,6	7.351	3,7	6.852	3,5
Produtos animais e vegetais crus	6.862	3,6	6.568	3,3	6.530	3,3
Gás, natural e industrializado	2.932	1,5	4.508	2,3	6.178	3,1
Produtos medicinais e farmacêuticos	4.710	2,5	5.058	2,5	5.975	3,0
Máquinas industriais em geral	5.362	2,8	5.408	2,7	5.600	2,8
Carnes e suas preparações	4.983	2,6	4.872	2,5	4.634	2,4
Instrumentos científicos	4.260	2,2	4.426	2,2	4.582	2,3
Laticínios e ovos	4.414	2,3	4.409	2,2	4.441	2,3
Máquinas especiais para indústrias específicas	4.556	2,4	4.601	2,3	4.400	2,2
Fios têxteis	4.600	2,4	4.157	2,1	3.973	2,0
Metais manufaturados, não especificados	4.347	2,3	4.121	2,1	3.958	2,0
<b>SUBTOTAL</b>	<b>140.175</b>	<b>73,3</b>	<b>151.367</b>	<b>76,2</b>	<b>155.392</b>	<b>79,1</b>
<b>DEMAIS PRODUTOS</b>	<b>51.054</b>	<b>26,7</b>	<b>47.406</b>	<b>23,8</b>	<b>41.105</b>	<b>20,9</b>
<b>TOTAL</b>	<b>191.229</b>	<b>100,0</b>	<b>198.773</b>	<b>100,0</b>	<b>196.497</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Central Bureau voor de Statistiek – CBS

(\*) Valores originais em Euro convertidos pela média do Dólar norte-americano dos respectivos anos.



## 3.2. Importações, principais produtos (US\$ milhões)

Descrição	1999	%	2000	%	2001	%
Máquinas de escritório	26.154	13,7	25.444	12,8	23.366	11,9
Petróleo e seus derivados	11.012	5,8	17.527	8,8	15.851	8,1
Máquinas elétricas, não especificadas	12.815	6,7	15.403	7,7	15.198	7,7
Veículos	15.354	8,0	13.844	7,0	13.542	6,9
Produtos para telecomunicações	8.045	4,2	10.064	5,1	10.399	5,3
Produtos manufaturados diversos, não especific.	8.237	4,3	8.074	4,1	8.362	4,3
Produtos químicos orgânicos	5.333	2,8	6.383	3,2	6.165	3,1
Máquinas industriais em geral	5.901	3,1	5.545	2,8	5.873	3,0
Artigos para vestuário	6.308	3,3	5.761	2,9	5.713	2,9
Produtos medicinais e farmacêuticos	4.577	2,4	4.452	2,2	5.359	2,7
Metais manufaturados, não especificados	4.841	2,5	4.482	2,3	4.406	2,2
Instrumentos científicos	3.867	2,0	4.115	2,1	4.400	2,2
Frutas e vegetais	4.736	2,5	4.345	2,2	4.371	2,2
Papel, papelão e seus produtos	4.619	2,4	4.220	2,1	4.259	2,2
Ferro e aço	4.033	2,1	4.222	2,1	3.886	2,0
Máquinas especiais para indústrias específicas	3.529	1,8	3.268	1,6	3.214	1,6
Metais não ferrosos	3.153	1,6	3.441	1,7	3.107	1,6
Fios têxteis	3.480	1,8	3.274	1,6	3.033	1,5
Geradores	3.191	1,7	3.059	1,5	2.866	1,5
<b>SUBTOTAL</b>	<b>139.185</b>	<b>72,8</b>	<b>146.923</b>	<b>73,9</b>	<b>143.370</b>	<b>73,0</b>
<b>DEMAIS PRODUTOS</b>	<b>52.044</b>	<b>27,2</b>	<b>51.850</b>	<b>26,1</b>	<b>53.127</b>	<b>27,0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>191.229</b>	<b>100,0</b>	<b>198.773</b>	<b>100,0</b>	<b>196.497</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Central Bureau voor de Statistiek – CBS

(\*) Valores originais em Euro convertidos pela média do Dólar norte-americano dos respectivos anos.



## IV-RELAÇÕES ECONÔMICO-COMERCIAIS BRASIL-PAÍSES BAIXOS

### 1. Intercâmbio comercial bilateral

Os Países Baixos são um importante parceiro comercial para o Brasil, principalmente no que diz respeito às exportações. Em 2001, as exportações para aquele país somaram US\$ 2,8 bilhões, o que posiciona o país como o 3º principal destino das vendas brasileiras totais. Cabe ressaltar que parte destas exportações não é efetivamente introduzida no mercado local, sendo reexportada, em trânsito, para outros países.

Com relação às importações, os Países Baixos fornecem apenas 1% dos produtos comprados pelo Brasil no exterior. Com importações de US\$ 533 milhões, em 2001, o país ocupa a 23ª posição entre os principais fornecedores do Brasil.

A balança comercial bilateral é, historicamente, amplamente favorável ao Brasil.

#### Intercâmbio comercial Brasil-Países Baixos, 1997-2001 (US\$ milhões)

	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Exportações (FOB)</b>	3.998	2.745	2.594	2.796	2.863
<b>Importações (FOB)</b>	576	697	594	698	533
<b>Balança comercial</b>	3.422	2.048	2.000	2.098	2.330

Fonte: MDIC/SECEX – Sistema ALICE

### 2. Composição do comércio bilateral

As exportações para os Países Baixos são caracterizadas pela concentração em quatro grupos de produtos, respon-

sáveis por cerca de 64% do total exportado: “resíduos e desperdícios das indústrias alimentares” (21,6%), sementes e frutos oleaginosos, grãos, sementes, etc.” (20,7%), “alumínio e suas obras” (11,2%) e “preparações de produtos hortícolas, de frutas, etc.” (10,9%). Apenas dois produtos, integrantes do complexo soja, corresponderam a 40,7% do total exportado: “outros grãos de soja, mesmo triturados” (20,6%) e “bagaços e outros resíduos sólidos, da extração do óleo de soja” (20,1%). Os Países Baixos foram, em 2001, o principal mercado comprador da soja brasileira, que registrou recorde de produção na safra 2000/2001.

A pauta brasileira de importações, originárias dos Países Baixos, é marcada pela presença de bens de capital e de produtos manufaturados, distribuídos por diversos grupos de produtos, destacando-se “máquinas e equipamentos mecânicos” (13,4%), produtos químicos orgânicos” (13,0%), “máquinas, aparelhos e materiais elétricos, suas partes, etc.” (11,2%), “instrumentos e aparelhos de óptica, fotografia, etc.” (9,4%), “produtos farmacêuticos” (8,2%) e “plásticos e suas obras” (7,9%). Veja gráficos a seguir.

### 3. Investimentos bilaterais

Segundo dados do Banco Central do Brasil, os investimentos dos Países Baixos no Brasil, data base 2001, somaram US\$ 1,9 bilhões, posicionando o país em 3º lugar entre os maiores investidores estrangeiros no país. Ainda segundo o Banco Central do Brasil, os investimentos diretos brasileiros nos Países Baixos foram de US\$ 208 milhões.



## 2.1. Exportações brasileiras para os Países Baixos, principais grupos de produtos/produtos (US\$ mil)

Grupos de produtos/produtos	1999	%	2000	%	2001	%
<b>Resíduos e desperdícios das indústrias alimentares</b>	<b>421.298</b>	<b>16,2</b>	<b>439.554</b>	<b>15,7</b>	<b>619.165</b>	<b>21,6</b>
<i>bagaços e outros resíduos sólidos, da extração do óleo de soja</i>	<i>378.158</i>	<i>14,6</i>	<i>411.198</i>	<i>14,7</i>	<i>575.378</i>	<i>20,1</i>
<i>matérias, desperdícios, resíduos, etc. vegetais, p/ alimentação animal</i>	<i>42.921</i>	<i>1,7</i>	<i>27.995</i>	<i>1,0</i>	<i>41.469</i>	<i>1,4</i>
<b>Sementes e frutos oleaginosos, grãos, sementes, etc.</b>	<b>544.376</b>	<b>21,0</b>	<b>657.193</b>	<b>23,5</b>	<b>592.914</b>	<b>20,7</b>
<i>outros grãos de soja, mesmo triturados</i>	<i>532.511</i>	<i>20,5</i>	<i>656.761</i>	<i>23,5</i>	<i>590.706</i>	<i>20,6</i>
<b>Alumínio e suas obras</b>	<b>219.715</b>	<b>8,5</b>	<b>385.652</b>	<b>13,8</b>	<b>320.327</b>	<b>11,2</b>
<i>alumínio não ligado em forma bruta</i>	<i>106.979</i>	<i>4,1</i>	<i>238.080</i>	<i>8,5</i>	<i>174.022</i>	<i>6,1</i>
<i>ligas de alumínio em forma bruta</i>	<i>70.157</i>	<i>2,7</i>	<i>89.624</i>	<i>3,2</i>	<i>85.107</i>	<i>3,0</i>
<i>fios de alumínio n/ ligado, secção transv.&gt;7mm, RE&lt;=0,02830HM.mm²</i>	<i>40.286</i>	<i>1,6</i>	<i>49.139</i>	<i>1,8</i>	<i>51.103</i>	<i>1,8</i>
<b>Preparações de produtos hortícolas, de frutas, etc.</b>	<b>448.259</b>	<b>17,3</b>	<b>360.078</b>	<b>12,9</b>	<b>311.460</b>	<b>10,9</b>
<i>sucos de laranjas, congelados, não fermentados</i>	<i>433.383</i>	<i>16,7</i>	<i>348.306</i>	<i>12,5</i>	<i>302.101</i>	<i>10,6</i>
<b>Carnes e miudezas, comestíveis</b>	<b>165.735</b>	<b>6,4</b>	<b>174.489</b>	<b>6,2</b>	<b>250.073</b>	<b>8,7</b>
<i>pedaços e miudezas, comestíveis, de galos/galinhas, congelados</i>	<i>34.026</i>	<i>1,3</i>	<i>54.441</i>	<i>1,9</i>	<i>117.587</i>	<i>4,1</i>
<i>carnes desossadas de bovino, frescas ou refrigeradas</i>	<i>31.855</i>	<i>1,2</i>	<i>39.703</i>	<i>1,4</i>	<i>49.759</i>	<i>1,7</i>
<i>carnes desossadas de bovino, congeladas</i>	<i>85.400</i>	<i>3,3</i>	<i>58.672</i>	<i>2,1</i>	<i>44.017</i>	<i>1,5</i>
<i>carnes de peruas/perus, em pedaços e miudezas, congeladas</i>	<i>5.701</i>	<i>0,2</i>	<i>8.566</i>	<i>0,3</i>	<i>23.916</i>	<i>0,8</i>
<b>Ferro fundido, ferro e aço</b>	<b>95.270</b>	<b>3,7</b>	<b>98.562</b>	<b>3,5</b>	<b>102.814</b>	<b>3,6</b>
<i>ferronióbio</i>	<i>67.681</i>	<i>2,6</i>	<i>71.267</i>	<i>2,5</i>	<i>78.098</i>	<i>2,7</i>
<b>Frutas, cascas de cítricos e de melões</b>	<b>72.662</b>	<b>2,8</b>	<b>70.569</b>	<b>2,5</b>	<b>89.533</b>	<b>3,1</b>
<i>goiabas, mangas e mangostões, frescos ou secos</i>	<i>13.524</i>	<i>0,5</i>	<i>16.874</i>	<i>0,6</i>	<i>22.034</i>	<i>0,8</i>
<b>Produtos químicos orgânicos</b>	<b>48.957</b>	<b>1,9</b>	<b>87.919</b>	<b>3,1</b>	<b>65.184</b>	<b>2,3</b>
<b>Café, chá, mate e especiarias</b>	<b>81.972</b>	<b>3,2</b>	<b>50.133</b>	<b>1,8</b>	<b>45.077</b>	<b>1,6</b>
<i>café não torrado, não descafeinado, em grão</i>	<i>65.974</i>	<i>2,5</i>	<i>42.355</i>	<i>1,5</i>	<i>34.055</i>	<i>1,2</i>
<b>Fumo (tabaco) e seus sucedâneos manufaturados</b>	<b>57.030</b>	<b>2,2</b>	<b>34.099</b>	<b>1,2</b>	<b>39.480</b>	<b>1,4</b>
<i>fumo não manufaturado, total/parc destalado, fls secas, etc, virginia</i>	<i>27.434</i>	<i>1,1</i>	<i>20.247</i>	<i>0,7</i>	<i>21.775</i>	<i>0,8</i>
<b>Madeira, carvão vegetal e obras de madeira</b>	<b>25.182</b>	<b>1,0</b>	<b>33.321</b>	<b>1,2</b>	<b>37.479</b>	<b>1,3</b>
<b>Produtos químicos inorgânicos, etc.</b>	<b>44.455</b>	<b>1,7</b>	<b>34.000</b>	<b>1,2</b>	<b>34.384</b>	<b>1,2</b>
<i>outros silícios</i>	<i>39.828</i>	<i>1,5</i>	<i>27.295</i>	<i>1,0</i>	<i>25.823</i>	<i>0,9</i>
<b>Minérios, escórias e cinzas</b>	<b>38.701</b>	<b>1,5</b>	<b>41.517</b>	<b>1,5</b>	<b>30.619</b>	<b>1,1</b>
<i>minérios de ferro não aglomerados e seus concentrados</i>	<i>38.501</i>	<i>1,5</i>	<i>41.024</i>	<i>1,5</i>	<i>29.038</i>	<i>1,0</i>
<b>SUBTOTAL</b>	<b>2.263.612</b>	<b>87,3</b>	<b>2.467.086</b>	<b>88,2</b>	<b>2.538.509</b>	<b>88,7</b>
<b>DEMAIS GRUPOS DE PRODUTOS/PRODUTOS</b>	<b>330.512</b>	<b>12,7</b>	<b>329.096</b>	<b>11,8</b>	<b>324.427</b>	<b>11,3</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2.594.124</b>	<b>100,0</b>	<b>2.796.182</b>	<b>100,0</b>	<b>2.862.936</b>	<b>100,0</b>

Fonte: MDIC/SECEX – Sistema ALICE



## 2.2. Importações brasileiras provenientes dos Países Baixos, principais grupos de produtos/produtos (US\$ mil)

Grupos de produtos/produtos	1999	%	2000	%	2001	%
<b>Máquinas e equipamentos mecânicos</b>	<b>90.393</b>	<b>15,2</b>	<b>63.966</b>	<b>9,2</b>	<b>71.455</b>	<b>13,4</b>
<i>máquinas para fabricação de fibras óticas e seus esboços</i>	0	0,0	0	0,0	5.280	1,0
<i>outras máquinas e aparelhos mecânicos com função própria</i>	3.877	0,7	12.054	1,7	5.034	0,9
<b>Produtos químicos orgânicos</b>	<b>75.763</b>	<b>12,8</b>	<b>67.967</b>	<b>9,7</b>	<b>69.444</b>	<b>13,0</b>
<i>diflubenzuron</i>	1.635	0,3	3.737	0,5	8.149	1,5
<i>outros estrogênios e progestogênios</i>	9.061	1,5	6.181	0,9	6.173	1,2
<b>Máquinas, aparelhos e materiais elétricos, suas partes, etc</b>	<b>47.716</b>	<b>8,0</b>	<b>57.667</b>	<b>8,3</b>	<b>59.881</b>	<b>11,2</b>
<i>outras partes para tubos catódicos</i>	15.639	2,6	22.719	3,3	17.604	3,3
<b>Instrumentos e aparelhos de óptica, fotografia, etc.</b>	<b>39.263</b>	<b>6,6</b>	<b>31.904</b>	<b>4,6</b>	<b>49.849</b>	<b>9,4</b>
<i>aparelhos de raios X, de diagnóstico para angiografia</i>	9.898	1,7	6.549	0,9	13.035	2,4
<i>aparelhos de diagnóstico por visualiz. ressonância magnética</i>	9.350	1,6	4.819	0,7	8.857	1,7
<b>Produtos farmacêuticos</b>	<b>29.319</b>	<b>4,9</b>	<b>27.177</b>	<b>3,9</b>	<b>43.547</b>	<b>8,2</b>
<i>outros medicamentos com hormônios/derivados/asteróides, em doses</i>	12.904	2,2	9.512	1,4	18.234	3,4
<b>Plásticos e suas obras</b>	<b>48.384</b>	<b>8,1</b>	<b>44.926</b>	<b>6,4</b>	<b>42.002</b>	<b>7,9</b>
<i>tereftalato de polietileno em forma primária</i>	3.526	0,6	6.516	0,9	5.787	1,1
<b>Produtos para fotografia e cinematografia</b>	<b>27.469</b>	<b>4,6</b>	<b>24.820</b>	<b>3,6</b>	<b>22.099</b>	<b>4,1</b>
<i>papel, etc., p/ fotog. a cores, sensibil., n/ impr. em rolos, L&gt;610mm</i>	23.132	3,9	21.060	3,0	19.575	3,7
<b>Produtos diversos das indústrias químicas</b>	<b>22.931</b>	<b>3,9</b>	<b>24.445</b>	<b>3,5</b>	<b>21.357</b>	<b>4,0</b>
<i>outros reagentes de diagnóstico ou de laboratório</i>	0	0,0	0	0,0	7.230	1,4
<b>Aduos ou fertilizantes</b>	<b>6.557</b>	<b>1,1</b>	<b>14.917</b>	<b>2,1</b>	<b>17.898</b>	<b>3,4</b>
<i>superfosfato, teor de pentóxido de fósforo (p205)&lt;=22%</i>	1.394	0,2	2.548	0,4	7.767	1,5
<i>sulfato de amônio</i>	2.507	0,4	10.336	1,5	6.606	1,2
<b>Veículos automóveis, tratores, etc., suas partes/acessórios</b>	<b>8.733</b>	<b>1,5</b>	<b>13.008</b>	<b>1,9</b>	<b>10.335</b>	<b>1,9</b>
<i>automóveis com motor a explosão, 1.500cm<sup>3</sup>&lt;cc&lt;3.000cm<sup>3</sup></i>	4.173	0,7	9.108	1,3	5.470	1,0
<b>Outros produtos de origem animal</b>	<b>5.248</b>	<b>0,9</b>	<b>13.797</b>	<b>2,0</b>	<b>10.307</b>	<b>1,9</b>
<i>tripas de suínos, frescas/refrigeradas/congeladas, salgadas, defumadas</i>	2.487	0,4	11.468	1,6	8.347	1,6
<b>Extratos tanantes e tintoriais, taninos e derivados, etc.</b>	<b>9.713</b>	<b>1,6</b>	<b>8.710</b>	<b>1,2</b>	<b>8.763</b>	<b>1,6</b>
<b>Filamentos sintéticos ou artificiais</b>	<b>8.595</b>	<b>1,4</b>	<b>13.940</b>	<b>2,0</b>	<b>7.976</b>	<b>1,5</b>
<b>Resíduos e desperdícios das indústrias alimentares, etc.</b>	<b>4.901</b>	<b>0,8</b>	<b>6.344</b>	<b>0,9</b>	<b>6.245</b>	<b>1,2</b>
<b>Preparações de produtos hortícolas, de frutas, etc.</b>	<b>5.641</b>	<b>0,9</b>	<b>5.368</b>	<b>0,8</b>	<b>6.135</b>	<b>1,2</b>
<i>batatas preparadas ou conservadas, congeladas</i>	5.604	0,9	5.265	0,8	6.034	1,1
<b>SUBTOTAL</b>	<b>430.626</b>	<b>72,5</b>	<b>418.956</b>	<b>60,0</b>	<b>447.293</b>	<b>83,9</b>
<b>DEMAIS GRUPOS DE PRODUTOS/PRODUTOS</b>	<b>163.425</b>	<b>27,5</b>	<b>279.133</b>	<b>40,0</b>	<b>85.568</b>	<b>16,1</b>
<b>TOTAL</b>	<b>594.051</b>	<b>100,0</b>	<b>698.089</b>	<b>100,0</b>	<b>532.861</b>	<b>100,0</b>



## V - ACESSO AO MERCADO

### 1. Sistema tarifário

#### Estrutura tarifária

##### *Taxa de importação*

O imposto de importação é baseado na classificação tarifária do *Sistema Harmonizado*. A correta classificação dos bens é também importante, na medida em que a classificação está diretamente ligada a certas medidas específicas, como a restrição de importação e as taxas anti-dumping e agrícolas. Como os impostos de importação para produtos não provenientes da UE foram totalmente harmonizados dentro do Bloco, os impostos alfandegários devidos são os mesmos em todos os Estados-Membros.

##### *Valor alfandegário*

Na maioria dos casos, os impostos são calculados sobre o valor alfandegário. O ponto de partida para estabelecer o valor alfandegário incidente sobre a importação é o valor da transação, que corresponde ao valor total de todos os pagamentos feitos ao vendedor para os bens importados.

##### *Origem dos bens*

A origem dos bens obedece o princípio da “nacionalidade econômica”. Bens com origens em diferentes países podem ser tratados de maneiras diversas. A origem dos bens é importante na eventualidade da importação ser para a área de livre circulação da UE. Além disso, a origem também é importante caso os bens da UE sejam exportados para fora do Bloco. Se certos bens não forem totalmente produzidos em um

país específico, os produtos só irão obter a origem deste país em particular se forem suficientemente trabalhados ou processados ali. O certificado de origem deve demonstrar a origem dos bens.

##### *Isenção de importação*

Após internar produtos na UE, os mesmos normalmente têm que ser liberados para a alfândega. Isso significa que, após o pagamento dos impostos de importação, os bens podem ser colocados em estoque e aguardarem por um comprador. Caso o comprador resida na UE, os produtos podem ser enviados sem mais pagamentos de impostos. No caso do comprador estar localizado fora da UE, os impostos devem ser pagos também no país de destino, ao passo que normalmente não há possibilidade de reembolso dos impostos da UE já pagos. Entretanto, os Países Baixos fazem uso de todas as possibilidades que o sistema alfandegário da UE permite para evitar pagamentos dispensáveis de impostos de alfândega e VAT no ato da importação:

- Armazenamento em depósito ligado à alfândega;
- Assistência de processamento interno;
- Assistência de processamento externo;
- Processamento sob controle da alfândega;
- Admissão temporária; e
- Procedimentos de trânsito alfandegário.

##### *Simplificação de processos alfandegários*

Com base nos regulamentos da UE, a simplificação de processos alfandegários é possível. A alfândega holandesa coopera e é flexível no tocante à aceitação de procedimentos alfandegários simplificados.



As principais simplificações são:

- Consignatário autorizado;
- Consignante autorizado;
- Procedimentos locais de liberação para a importação; e
- Procedimentos locais de liberação para a exportação (exportador autorizado).

Elas incluem a racionalização da validação de documentos e a substituição da burocracia e verificação alfandegária com controle administrativo.

#### *Restrições à importação*

No tocante à importação de certos bens (não provenientes da UE) para a área de livre circulação, impostos, medidas antidumping ou taxas compensatórias podem ser devidas. Além disso, em alguns casos, uma licença de importação deve ser anexada a uma declaração de importação. Para alguns produtos, a emissão de licenças de importação é limitada pela quota disponível.

#### **Sistema Geral de Preferências - SGP**

Em geral, todos os bens que entram nos Países Baixos estão sujeitos a impostos de importação. O nível da tarifa depende de:

- País de origem; e
- produto.

Em junho de 2001, a Comissão Europeia adotou uma proposta de revisão do Sistema Geral de Preferências (SGP) para o período entre 2002 e 2004, com o objetivo de simplifi-

car o Sistema. Para se beneficiar do tratamento SGP, os exportadores devem providenciar o certificado "Form A" ou um certificado EUR 1 (países ACP), que são emitidos pelas autoridades competentes em seus respectivos países.

O SGP proposto pode ser consultado no seguinte endereço:

[http://europa.eu.int/comm/trade/miti/devel/ngsp\\_reg.htm](http://europa.eu.int/comm/trade/miti/devel/ngsp_reg.htm)

Informações sobre as atuais tarifas aplicáveis para produtos brasileiros podem ser encontradas no endereço:

[http://europa.eu.int/comm/taxation\\_customs/customs/Informacao\\_notes/tariff/taric\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/taxation_customs/customs/Informacao_notes/tariff/taric_en.htm); e  
<http://www.unctad.org/gsp/eu>

#### **Outras tarifas e impostos sobre a importação**

##### *VAT (imposto sobre o valor agregado)*

Além de impostos alfandegários, o VAT na importação passa a ser devido quando bens são importados para dentro da livre área de circulação da UE. O VAT na importação é calculado sobre o valor dos bens envolvidos. Se os bens são colocados sob a disposição alfandegária (isenção alfandegária), nenhum VAT na importação passa a ser devido. Em relação a transações intracomunitárias e no caso de algumas condições serem preenchidas, é permitido a um empreendedor cobrar do comprador o VAT com taxa zero.

Contrastando com a maioria dos demais Estados-Membros da UE, os Países Baixos têm uma regulamentação específica para a possibilidade de adiamento do VAT na importação que, na prática, pode levar a uma substancial vantagem no



fluxo de caixa.

Nos Países Baixos, estrangeiros que não estejam estabelecidos no país nem tenham um estabelecimento permanente podem indicar um representante fiscal para os assuntos ligados ao VAT.

### *Tarifas antidumping*

As tarifas antidumping representam sanções que podem ser aplicadas quando produtos importados são vendidos no país por um preço menor do que no mercado de origem, provocando danos para a indústria local. O país pode apresentar uma reclamação à OMC e, caso a investigação reconheça a validade da reclamação, a tarifa antidumping é imposta, baseada no artigo 113 do Tratado da UE. Estas sanções podem ser impostas em um prazo relativamente curto, portanto, antes de exportar, todos os exportadores devem confirmar se há alguma sanção ou investigação em andamento.

## 2. Regulamentos de Importações

### Regulamentação Geral

#### *Alfândega local*

Os Países Baixos possuem uma flexibilidade notável em seu sistema alfandegário, que oferece uma série de vantagens:

- Um sistema temporário e descentralizado de estocagem, depósitos vinculados e depósitos livres estão disponíveis por todo o país. É possível transferir bens para a UE e estocá-los sem impostos e sem que o VAT passe a ser devido na data da importação. O sistema é flexível, permitindo a qualquer depósito dentro do país que se declare como um depósito

ligado à alfândega, desde que sejam atendidos certos requerimentos.

- A alfândega holandesa tem reputação de ser cooperativa e flexível no tocante à aceitação de procedimentos alfandegários simplificados, que racionalizam a validação de documentos e substituem a burocracia e verificação alfandegária com controle administrativo.

- Os Países Baixos fazem uso de todas as possibilidades oferecidas pelo sistema alfandegário da UE com o intuito de evitar pagamentos dispensáveis de impostos alfandegários e VAT na importação.

- Em contraste com a maioria dos Estados-Membros da UE, os Países Baixos implementaram uma disposição específica em relação ao deferimento do VAT na importação.

- Nos Países Baixos, uma oportunidade importante de economia na alfândega existe na disposição "first sale for export".

- Oficiais alfandegários da Holanda fazem uso de sistemas computadorizado de liberação que aumentam a velocidade do fluxo de cargas. Devido a documentações unificadas e padronizadas, atrasos onerosos são eliminados e o tempo de aprovação é minimizado.

#### *Importações Proibidas*

Alguns produtos são proibidos de serem importados ou são autorizados somente sob certas condições. As proibições são aplicadas, sobretudo, no comércio de produtos perigosos, como lixo químico. Medicamentos, pesticidas, plantas e produtos alimentícios, além de produtos elétricos, plantas e animais exóticos podem estar sujeitos a proibições, baseado em questões de segurança e saúde. Importantes leis que tratam destes produtos são: a lei de lixo químico e a Convenção sobre Comércio Internacional de Espécies Ameaçadas de Extinção (Convention on International Trade in Endangered Species - CITES). Outro exemplo de proibição de importação é o das



chamadas tinturas AZO, que podem ser usadas em produtos têxteis e de vestuários.

### *Licenciamento de importação*

Licenças de importação podem ser requeridas para bens sensíveis e estratégicos, incluindo produtos têxteis, ferro, minério e carvão, além de armamentos. Licenças de importação são normalmente outorgadas sem muita dificuldade e o importador é responsável pela obtenção da licença.

### Regulamentação específica

### *Regulamentações Fitosanitárias*

As regulamentações fitosanitárias podem abranger produtos frescos como frutas, flores cortadas e vegetais. Um certificado fitosanitário tem que ser fornecido assegurando que os produtos importados deixaram o país de origem em condições saudáveis.

Informações sobre certificados fitosanitários podem ser obtidas no departamento nacional de Alfândega e no *"National Authoritative Body"*.

### *Padronização*

Os três organismos de padronização europeus reconhecidos como competentes na área de padronização técnica são o CENELEC, o CEN e o ETSI. Juntos, eles preparam os Padrões Europeus em setores de atividade específicos e fazem o "European Standardisation System" (Sistema Europeu de Padronização). Para padronização em outras áreas, outros organismos são responsáveis (ISO, por exemplo).

- CEN é o Comitê Europeu para Padronização
- CENELEC é o Comitê Europeu para Padronização

### Eletrotécnica

- ETSI é o Instituto Europeu de Padrões de Telecomunicação

A padronização resulta no surgimento de criações, rótulos e certificados.

### *Saúde e segurança*

Assuntos de saúde e segurança estão tornando-se cada vez mais importantes nos Países Baixos. Algumas das regulamentações importantes no campo da saúde e da educação estão indicadas abaixo, a fim de orientar os exportadores.

### **- Produtos manufaturados: Marca CE**

O objetivo da marca CE é impor um requisito geral aos produtores para que estes introduzam somente produtos saudáveis no mercado da UE. A marca CE pode ser vista como um passaporte que permite a fabricantes circular livremente dentro do mercado interno da UE uma ampla gama de produtos manufaturados, como máquinas, equipamentos de baixa voltagem, brinquedos, equipamentos de segurança pessoal, instrumentos médicos e outros. A marca CE é compulsória somente para os produtos listados na "New Approach Directives". A marca CE não se aplica, por exemplo, a móveis, roupas e produtos de couro. As letras CE (Francês para "Conformidade Européia") indicam que um produto está de acordo com as demandas legais e de aplicação, relacionando segurança, saúde, meio ambiente e proteção ao consumidor. Note que a marca CE não é uma garantia de qualidade.

### **- Produtos alimentícios: HACCP**

O sistema "Hazard Analysis Critical Control Point



(HACCP)” é tipicamente aplicado à indústria de processamento de alimentos. A Diretriz da UE sobre Higiene e Produtos Alimentícios (93/43/EC), que vigora desde janeiro de 1996, estipula que “companhias de produtos alimentícios identificarão cada aspecto de suas atividades que têm relação com a segurança de produtos alimentícios e garantirão que procedimentos de segurança adequados serão estabelecidos, aplicados e revistos com base no sistema HACCP”.

Todos os processadores de alimentos na UE legalmente devem ter um sistema HACCP em funcionamento ou devem estar trabalhando no sentido de implementar um sistema HACCP. O sistema HACCP aplica-se a companhias que processam, tratam, embalam, transportam, distribuem ou comercializam produtos alimentícios. Estas companhias são forçadas a compreender (e agir para neutralizar) os possíveis perigos associados à produção de alimentos em todas suas etapas, desde o crescimento, processamento, manufatura e distribuição, até o momento do consumo. Isto inclui os riscos macro-biológicos (vermes), micro-biológicos (vírus, bactérias, fungos), toxicológicos (contaminação química por meio de pesticidas), ou físicos (madeira, metal, vidro, plástico ou tecido).

O sistema HACCP é importante para exportadores brasileiros, uma vez que os importadores de produtos alimentícios nos Países Baixos são legalmente responsabilizados por qualquer dano. Portanto, a indústria alimentícia dos Países Baixos estará pouco inclinada a fazer negócios com companhias processadoras de alimentos de países em desenvolvimento que não tenham, em operação, um sistema HACCP. Companhias holandesas que produzem produtos alimentícios processados ou ingredientes de comida insistirão que seu fornecedor implemente um sistema HACCP.

#### **- Aditivos alimentares**

Os aditivos alimentares estão sujeitos à legislação da UE. Nos Estados-Membros da UE, os aditivos alimentares aprovados possuem números identificadores. O número é precedido pela letra E. Os aditivos alimentares devem estar incluídos na lista de ingredientes no pacote identificando o nome do agente e seu número E. A UE emitiu Diretrizes que definem requisitos para adoçantes (94/35/EC), corantes (94/36/EC) e outros aditivos alimentares (95/2/EC) para utilização em produtos alimentícios. Os Estados-Membros da UE incorporaram (e estão atualmente incorporando) as Diretrizes em suas legislações nacionais relativas a alimentos.

#### **- Good Agricultural Practice - GAP**

Em resposta à crescente preocupação do consumidor em relação ao impacto da agricultura sobre segurança alimentar e sobre o meio ambiente, o “Euro Retailer Producer Group EUREP – um esquema cooperativo das organizações líderes em revenda na Europa, tem desenvolvido diretrizes para a GAP para produtos de horticultura. A GAP inclui critérios sobre gerenciamento de áreas, uso de fertilizantes, proteção das colheitas e gerenciamento de pestes, além de colheitas, pós-colheita e saúde e segurança dos trabalhadores. Em um futuro próximo, os exportadores de frutas e verduras frescas que queiram fornecer a cadeias de supermercado europeias terão que provar que seus produtos foram produzidos em concordância com o GAP. Acredita-se amplamente que o GAP irá transformar-se em um importante padrão internacional no setor de frutas e verduras frescas. Para detalhes sobre contato com a EUREP, ver anexos.

#### **Meio Ambiente**

A crescente preocupação pela proteção e preservação do meio-ambiente tem forçado a UE a definir novos padrões



nesta área. Em alguns países da UE isto acarretou em acordos legislativos e voluntários entre governo e produtores. Os acordos não se aplicam somente aos produtos, mas também à embalagem. Exportadores de países em desenvolvimento terão que obedecer às regulamentações ambientais para poder exportar à UE, uma vez que importadores confrontados com diretrizes cada vez mais exigentes repassarão essas demandas ao exportador.

#### - *Gerenciamento do desperdício de embalagens*

A Comissão Européia apresentou, em outubro de 1992, a "Export Packaging Note", que foi sucedida por uma Diretriz em dezembro de 1994 (94/62/EC). A diretriz enfatiza a necessidade de reciclagem do material utilizado na embalagem. Até o prazo de 30 de junho de 2001, os Estados-Membros (excluídos Irlanda, Portugal e Grécia) deveriam reciclar entre 50 e 60 por cento dos desperdícios de embalagens. Aos estados Membros é permitido definir como meta porcentagens mais altas, contanto que não atrapalhe o comércio dentro da UE.

Os exportadores no Brasil que almejam o mercado do Países Baixos devem estar cientes destes acordos e tomar as medidas adequadas para continuar sendo um interessante parceiro de negócios. Os requisitos ambientais serão estendidos ao exportador. Isso significa que os materiais das embalagens (embalagem de transporte, invólucro e embalagem comercial) devem ser limitados, reutilizáveis ou recicláveis. Caso contrário, o importador será confrontado com custos adicionais, reduzindo assim a competitividade do exportador.

#### - *Padrões de Gerência Ambiental*

O Padrão de Gerência Ambiental ISO 14001 foi publicado em setembro de 1996 e tem como finalidade permitir o reconhecimento internacional do sistema de gerenciamento

ambiental de uma empresa. A importância do padrão para o futuro pode ser vista claramente ao acompanhar o desenvolvimento e absorção do padrão de qualidade ISO 9001 e 9002. Embora voluntário, a pressão do consumidor resulta na necessidade crescente de obter ISO 9001 e 9002 para fazer negócios ao redor do mundo. Da mesma forma, o padrão de gerência ambiental ISO 14001 pode, de fato, tornar-se um requerimento para competir no mercado.

#### - *Eco-Rotulagem*

Os Países Baixos são um dos países mais conscientes ambientalmente da Europa, juntamente com a Alemanha e a Escandinávia.

Nos Países Baixos, o Eco-Rótulo nacional chama-se "Milieukeur". A Fundação de Eco-Rotulagem (Stichting Milieukeur) é o organismo competente responsável pela organização da Eco-Rotulagem holandesa. A Fundação é proprietária do rótulo, define os padrões ambientais do sistema e controla a utilização do rótulo. Para obter o rótulo, o produto deve atingir os requisitos impostos pela Fundação. Uma vez que cada categoria de produtos tem seu impacto ambiental característico, diferentes padrões são definidos. A fundação de Eco-Rotulagem rotula somente os produtos menos poluentes de sua categoria. Os requisitos relacionam-se com todas as fases do ciclo de vida do produto. O "Milieukeur" está disponível para mais de 20 produtos.

A Fundação de Eco-Rotulagem de fato não avalia se o produto preencheu os padrões para ele definidos. Fabricantes e importadores podem submeter seus produtos para certificação às autoridades reconhecidas pelo Junta Holandesa de Credenciamento (Dutch Board for Accreditation). Se o produto submetido preenche todos os requisitos, será premiado com o rótulo 'Milieukeur'. Um contrato, determinando as condições de uso do rótulo, precisa ser assinado e uma taxa deve ser paga todo ano. Esta taxa está vinculada ao faturamento e va-



ria por categoria de produto.

**- Rótulo EKO: um rótulo para produção orgânica**

O rótulo de qualidade EKO garante a origem orgânica e qualidade agrícola do produto nos Países Baixos. Alinhado com a crescente popularidade de plantações orgânicas, o rótulo está rapidamente ganhando popularidade. Atualmente, podemos encontrar o rótulo EKO em laticínios, frutas e verduras, arroz, batatas, massas, pães e torradas, óleos culinários, etc. Produtos rotulados pela EKO estão ganhando espaço nas prateleiras dos supermercados. A organização SKAL detém o registro oficial do símbolo de qualidade EKO e executa inspeções e certificações. A SKAL está também envolvida na certificação de produtores em países em desenvolvimento.

**- MPS**

O setor produtor de flores dos Países Baixos elaborou seu próprio padrão que reflete as corretas práticas de negócio. Chama-se MPS (abreviação em holandês de "Milieu Project Sierteelt") também conhecido "Floriculture Environment Project". Refere-se a um código de conduta para o setor de horticultura ornamental. É um padrão desenvolvido como um padrão ambiental para os que cultivam flores nos Países Baixos, e que está rapidamente transformando-se em um padrão internacional. Além disso, atualmente não mais se restringe as práticas ambientais. O MPS combina padrões ambientais e sociais (saúde e segurança dos trabalhadores). Em 1997, os primeiros cultivadores estrangeiros começaram a utilizar o MPS.

Existem registrados atualmente quatro mil participantes em quinze países no mundo, tanto dentro quanto fora da Europa. Os cultivadores entram em contato com o MPS em países como Costa Rica, Equador, Colômbia, Israel, Tanzânia, Quênia, Zimbábue e Zâmbia. Atualmente, mais de sessenta por cento

das flores vendidas em leilões e agências nos Países Baixos é composta por produtos MPS.

**3. Documentação e formalidades**

***Fatura comercial:***

A fatura comercial ao ser providenciada deve conter clara e precisa descrição do produto, termos da venda e todos os detalhes necessários para estabelecer o custo total, o preço do seguro e frete. A fatura comercial deve incluir, ainda: data e local do carregamento; nome (nome da firma) e endereço do vendedor e do comprador; método de carregamento; número, marcas dos pacotes, sua ordem numérica; descrição do bem usando a descrição comercial usual de acordo com o tipo, qualidade, grau e o peso, juntamente com qualquer fator de aumento ou diminuição do valor; o preço dos bens acordados; o custo unitário; total custo FOB de fábrica mais carregamento; custos com seguro; entrega e termos de pagamento; e assinatura do oficial responsável pela firma encarregada do carregamento.

***Conhecimento de Embarque marítimo ( Bill of Lading):***

Uma cópia do conhecimento de embarque marítimo (ou conhecimento de embarque aéreo) é requerida para o desembaraço aduaneiro nos Países Baixos. O conhecimento de embarque deve trazer o nome da parte a ser notificada. O consignante normalmente precisa do original do conhecimento de embarque para tomar posse dos bens.

**Certificado de Origem:**



Este certificado deve ser providenciado no caso de alguns produtos, como têxteis sujeitos à restrições de cotas. A necessidade do certificado de origem deve ser verificada diretamente com o importador ou com a autoridade alfandegária competente. Por vezes, está especificado nos termos da carta de crédito que um certificado de origem será providenciado.

*Packing List:*

Se necessário.

*Declaração de Embarque:*

Para carregamentos postais acima de \$500 e outros tipos de carregamento acima de \$2.500.

*Licença de Importação/Exportação:*

A licença de importação é necessária principalmente para itens agrícolas e alimentícios, carvão e combustível lignite, alguns produtos específicos à base de metal, como produtos de aço, vários aparatos e produtos têxteis, e itens controlados, como armamentos e munições. As licenças são normalmente emitidas até o limite de quota de cada ano e podem ser administrados tanto pelo exportador ou pelo importador. O Departamento de Comércio e Indústria (Department of Trade & Industry) emite estas licenças. Caso o produto se enquadre no MFA e esteja sujeito à quota de importação, o exportador deve fornecer ao importador a licença de exportação para que o importador possa obter a licença de importação.

– Certificado de Seguro:

Se necessário

– Fatura Pró-Forma:

Se necessário

*Certificados fitosanitários:*

São exigidos para produtos como frutas frescas e verduras para garantir que os mesmos estejam livres de insetos ou doenças.

*Certificados Sanitários:*

Os países da UE requerem certificado sanitário para mercadorias compostas por produtos ou subprodutos de origem animal, independente da destinação para consumo humano ou não.

#### 4. Regimes especiais

*Zonas de livre comércio/Depósitos*

Não há zonas de livre comércio ou portos livres nos Países Baixos. No entanto, depósitos alfandegados, de qualquer tamanho, podem ser providenciados com facilidade. As mercadorias podem também ser re-exportadas a outros países sem terem sido desembaraçadas na área alfandegária holandesa. Com um centro de distribuição internacional e depó-



sitos servindo a Europa Ocidental, os produtos podem chegar ao local do cliente mais rápido e com menos reclamações.

O "Holland International Distribution Council" é uma organização composta de firmas holandesas estabelecidas no ramo de transportes e depósitos que ajuda empresas estrangeiras a resolver problemas de transporte, localizar estruturas e proporcionar assistência técnica sobre a rede de distribuição. O Conselho é composto por firmas envolvidas em carregamentos internacionais que apoiam a promoção dos Países Baixos como sendo um centro de distribuição e porta de acesso para a Europa. Maiores informações podem ser encontradas na página na internet do Conselho (<http://www.hidc.nl/>).

#### *Processamento Interno*

Permite que os bens sejam importados pela União Europeia, com a finalidade de serem ali processados e subseqüentemente exportados para fora do território alfandegário da Comunidade, sem o pagamento de impostos.

O processamento interno pode ser uma ferramenta útil para companhias que estejam importando bens temporariamente para a UE. Os motivos que levam à importação temporária podem ser: atividades de valor agregado como testes, controle de qualidade, configuração de montagem. Existem dois sistemas de Processamento Interno:

- O sistema de suspensão sob o qual os impostos devidos são suspensos na importação;
- O sistema de drawback, em que os impostos de importação são pagos na importação e recuperados na subseqüente exportação dos bens processados.

O benefício do Processamento Interno é normalmente outorgado somente quando uma autorização já foi emitida pela Alfândega antes da importação. Em alguns casos limitados, a

autorização pode ser emitida no momento da importação. Caso os bens sejam liberados para a livre circulação dentro da Comunidade no ato do pagamento do imposto de importação anterior à emissão de uma autorização, não será possível obter o reembolso mesmo que uma autorização tratando de bens similares for subseqüentemente emitida.

#### *Admissão temporária*

##### *Carnets ATA*

O Carnê ATA é um documento internacional da Alfândega que o viajante pode usar temporariamente para importar certos bens de um país sem ter que se envolver nas formalidades normalmente exigidas pela Alfândega e sem ter que pagar imposto ou taxa de valor agregado sobre os bens. O Carnê ATA é válido em todos os países signatários da Convenção ATA. A Câmara de Comércio destes países garante os pagamentos devidos às autoridades alfandegárias. O carnê lhe permite importar, exportar, ou carregar em trânsito bens específicos sem restrições pelo período máximo de um ano.

O carnê ATA é adequado para:

- Levar amostras ou filmes promocionais com o objetivo de obter clientes em potencial nos países participantes;
- Levar material profissional para a utilização na manutenção, reparação e serviços para clientes em países participantes;
- Divulgando e demonstrando produtos em, por exemplo, feiras internacionais de comércio ou exposições nos países participantes;
- Uso comercial (i.e. uso não privado) de material fotográfico, vídeo, materiais de filme e instrumentos musicais nos países participantes.



## Mercadorias em trânsito

### *Trânsito e Mudança de carregamento*

Os procedimentos simplificados de trânsito permitem que mercadorias sejam levadas por toda a UE até um terceiro país sem o pagamento de cobranças de importação. Enquanto as mercadorias estiverem em trânsito, podem, sob certas condições, ser reagrupadas ou re-embaladas, mas não podem ser alteradas.

As mercadorias em trânsito devem normalmente ser entregues a seu destino dentro de oito dias. As mercadorias que cheguem pelo mar podem ser mantidas por até 45 dias sob o procedimento temporário de estocagem.

A mais importante isenção do pagamento de impostos de importação ocorre no caso do "processamento ativo", que é a importação temporária de bens utilizados para melhoramentos ou processamento e posterior re-exportação para países fora da UE. Este é um grande benefício para companhias holandesas que exportam bens para fora da área da UE, desde que as regras relativas à origem sejam observadas. O processamento ativo é quase completamente administrativo.



## VI – ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

### 1. Canais de distribuição

#### Considerações gerais

Situado entre os mercados da Alemanha, França e Reino Unido, os Países Baixos têm utilizado sua posição geográfica junto ao delta formado pelos mais três importantes rios da Europa Ocidental (Reno, Mosa e Escalda) para se tornar o principal centro de transporte e distribuição no continente.

Os Países Baixos estão conectados com as principais áreas urbanas e industriais da Europa por rodovias, ferrovias e rios. Grandes cidades européias, como Londres, Paris, Bruxelas, Frankfurt e Düsseldorf estão situadas em um raio de 500 km. Aproximadamente 65% da população da UE está localizada a uma distância de oito horas, por rodovia, dos Países Baixos.

Considerando a localização estratégica, a infra-estrutura bem desenvolvida, a acessibilidade ao interior da Europa, não é surpresa que o setor de transporte holandês tenha um papel predominante na distribuição de bens na Europa.

A importância dos produtos a serem reexportados, trânsito aduaneiro e depósitos alfandegados para os Países Baixos ressaltam sua posição na distribuição internacional de bens por toda a Europa. No caso dos reexportados, a rotulação, acabamento e embalagem estão entre as principais atividades executadas. Os produtos que precisam transitar através da UE até seu país de destino final, podem ser colocados em depósitos alfandegados ou transportados diretamente a seu país de destino (trânsito aduaneiro). Em depósitos alfandegados, é permitido aos importadores desembalar, misturar, engarrafar, rotular, limpar, pintar, consertar, testar e, sob certas circunstâncias, montar produtos sem o pagamento de impostos de importação ou Imposto de Valor Agregado (VAT). De fato, pode-

se dizer que, por meio deste sistema, todo o país pode ser considerado uma zona de livre comércio.

Várias companhias estrangeiras que estejam negociando ou planejando negociar com a Europa focalizam nos Países Baixos, não apenas como um mercado, mas também por sua função estratégica como centro distribuidor na Europa. Importadores, distribuidores e agentes não estão limitados às fronteiras geográficas dos Países Baixos. O horizonte de seus negócios estende-se por toda a Europa. As opções oferecidas a empresas estrangeiras são igualmente amplas. Existem muitas facilidades para estabelecer escritórios comerciais e montadoras e centrais de distribuição.

O mundo dos serviços de logística está se tornando cada vez mais complexo. No final dos anos 80 e no início dos anos 90, surgiu uma nova tendência na qual as companhias começaram a deter estoques em um único depósito centralizado em vez de distribuí-lo a múltiplos depósitos em diferentes países. Esta tendência foi inspirada pela remoção das barreiras internas européias, a necessidade de reduzir os custos e a necessidade de ter um melhor controle do fluxo de bens. Pesquisas conduzidas pelo Conselho de Distribuição Internacional da Holanda (Holland International Distribution Council – HIDC) tem mostrado que 70% das companhias que centralizaram seus estoques o fizeram para reduzir custos com logística. As vantagens da centralização são imensas: menos espaço é necessário, portanto, reduzindo custos, níveis de estoque podem ser diminuídos, as opções de transporte são mais eficientes e o serviço ao consumidor é aperfeiçoado.

A globalização está forçando as companhias a adotar economias de escala. Os empreendimentos internacionais estão montando seus locais de produção em regiões onde há disponibilidade de mão de obra barata ou melhor treinada. Operações deste tipo exigem cadeias flexíveis.



### Estrutura Geral

Intermediários estão sendo eliminados para aumentar o controle sobre a cadeia de suprimentos e cortar custos. É um desenvolvimento que pôde ser claramente observado nas décadas de 80 e 90. Cada vez mais lojas de departamentos começam a comprar seus produtos diretamente dos produtores, por meio de seus próprios departamentos de importação, enquanto reduzem sensivelmente os custos.

Grandes revendedores, como lojas de departamentos e supermercados, cada vez mais assinam contratos diretos com produtores para colocar a marca do revendedor no produto manufaturado. Hoje em dia, marcas de rotulagem privadas contam com mais de 15% das vendas em supermercados nos Países Baixos. Em países vizinhos, membros da UE, este número chega a 25%.

### *Margens e remarcações no nível de revenda*

Margens verdadeiras podem variar muito entre produtos, qualidade do produto e tipo de local onde os artigos são vendidos. A típica remarcação para uma revendedora exclusiva no centro de uma cidade varia entre 100% e 150%, enquanto grandes revendedores tem que competir com um remarcamento bem abaixo dos 50%.

### *Margens em nível de importadores/atacadistas*

De forma similar, importadores/atacadistas remarcam, o que antes era de 30 a 35% agora estão abaixo dos 30%. Dependendo das circunstâncias mencionadas anteriormente, existe uma grande variação entre as médias. Em princípio, os importadores mantêm um certo controle sobre os preços de

revenda recomendados.

A taxa de comissão típica de um agente varia de 10 a 15% das vendas.

### *Consumo nos Países Baixos*

A partir de 2000, a demanda crescente tem se estagnado, apesar de algumas mudanças na taxação e a introdução do Ecotax (taxa de meio ambiente). A privatização dos setores de transporte, serviços e comunicação, no final dos anos 90, foi seguido de um aumento de preços e de encargos de serviços, que anteriormente eram gratuitos.

A inflação permaneceu em 4,5% em 2001, relativamente alta comparado com a média da UE. Além dos aumentos nos preços de alimentos, os consumidores começaram a perder a confiança na economia, poupando cada vez mais. Entre 2000 e 2001, a poupança total dos holandeses cresceu de € 4 para 18 bilhões.

A rede de vendas holandesa é altamente fragmentada, com 118 mil pontos de revenda, empregando quase 700 mil pessoas. A maior parte das lojas são pequenas e vinculadas a um grupo de compras, franquias ou grandes redes de lojas. As redes de lojas, em particular, têm se expandido rapidamente em áreas comerciais e centros, o que tem reduzido drasticamente a variedade de compras na maioria das cidades.

Sendo um país de comércio com uma alta densidade populacional, a revenda holandesa é muito organizada e está entre as mais eficientes da Europa, com a *Ahold*, *Laurus* e *Vendex-KBB* na liderança. Devido à limitada disponibilidade de espaço, a maioria das lojas holandesas são pequenas (até 1.000 m<sup>2</sup>) e o número de mega lojas e hipermercados é pequeno.

O mercado de revenda holandês tem amadurecido e é altamente regulamentado, com rígidos controles do desenvol-



vimento físico. Durante os últimos anos, a consolidação prevaleceu tanto nos setores alimentício quanto não-alimentício.

Outra grande parte do mercado de revenda holandês consiste em uma rede complexa e concentrada de revendedores de pequeno e médio porte, sendo que a maioria é unida em grupos de compra, como membro integral ou associado, mantendo ainda alguma independência.

No setor alimentício, *Ahold* tem sido o líder de mercado, seguido por *Laurus* (atualmente de propriedade da French Casino). A maior parte dos donos de mercearias e pequenas cadeias holandesas, operando em nível regional, estão unindo forças para competir com empresas como *Aldi*, que são bem sucedidas.

#### *Supermercados*

*Ahold* é líder no mercado de vendas e atualmente a maior parte de suas vendas são realizadas no mercado externo, notadamente nos EUA, e agora se auto intitula *revendedor Holando-Americano*. Também expandiu no mercado europeu, particularmente na Espanha e Polônia, e em dezembro de 1999 entrou no mercado escandinavo por meio de uma *joint venture* com o grupo ICA da Suécia.

Após o fracasso dos hipermercados na década de 80, apenas em 2002 a *Ahold* abriu seu primeiro hipermercado (*Albert Heijn XL*) próximo a Arnhem, na parte leste do país

No setor não-alimentício, *Vendex* é o líder de mercado. Em 1998, eles se fundiram com seu maior competidor, *KKB*, em uma transação que foi aprovada pelas autoridades competentes. Na área de eletrônicos, a *Kingfisher* adquiriu a cadeia holandesa *BBC*, mas atualmente sofre com a concorrência das novas cadeias da *Vendex* chamadas *Dynabite*, *Modern Electronics* e *It's*. Revender nos Países Baixos dá um toque internacional e vários grupos estrangeiros (incluindo a sueca *IKEA*) usam o país como base comercial ou de compra.

#### *Vestuário*

As lojas de vestuário, como, por exemplo, *Cool Cat*, *Sting*, *Steps*, *Didi*, *Mexx*, *Esprit* e *H&M*, têm foco na população mais jovem. Aproveitam-se da tendência de roupas esportivas vendendo estilos como fitness, streetwear, surfwear, pólo e malha, jogging e roupas para ski. Lojas de variedades como *C&A*, *Anson* e *WE* vendem roupas para toda a família sob sua própria marca.

Em 2000, existiam cerca de 19 mil lojas de roupas nos Países Baixos e o mercado de vestuário estava orçado em € 6.680 milhões. A maior parte das roupas é vendida a preços muito competitivos, e a butikues são flexíveis e variam regularmente.

Boas oportunidades de mercado são observadas com relação à roupas formais, elegantes e casuais, com tecidos mais suaves e leves.

#### Canais recomendados

##### Importadores

Geralmente, os importadores que operam uma rede de vendas que cobre todo o país esperam um acordo de representação exclusiva. Tendem a ser muito especializados em seu segmento de mercado.

##### Revendedores

As grandes cadeias de revenda são um fenômeno crescente nos Países Baixos. A distribuição direta a revendedores pode ser um canal de vendas alternativo para alguns produtos, especialmente para alimentos. Algumas dessas organizações compram/importam e geralmente não levantam problemas de confiança financeira e de crédito.



### *Franquias*

Como na França, Itália e Espanha, o mercado de franquias tem crescido sobremaneira nos Países Baixos no decorrer da última década, sendo que o setor de vestuário é o segmento mais desenvolvido das franquias. O segmento de serviços é o que atualmente cresce mais rápido no mercado de franquias. Entretanto, outros setores devem ser considerados, já que oferecem oportunidades para expansão e o mercado holandês ainda tem espaço para novos conceitos de franquias internacionalmente conhecidas.

### *Joint Venture ou licenciamento*

*Joint ventures* e licenciamentos são formas alternativas de entrar no mercado holandês. *Joint ventures* entre empresas estrangeiras e locais são tratadas pela legislação nacional como operação de investimento. No que se refere ao tratamento fiscal e de incentivos, tanto empresas estrangeiras como locais são tratadas igualmente. Regulamentações especiais podem ser aplicadas a investimentos em companhias estatais ou mistas.

*Licenciamento* é um acordo contratual no qual a empresa torna disponível ou vende seu know-how, patentes, marcas de fábrica ou direitos autorais para um licenciado.

### *Canal de distribuição*

É importante notar que, ao selecionar um canal de comercialização, outros canais são automaticamente excluídos. Não se pode manter um relacionamento com uma loja de departamentos ou cadeia de lojas enquanto acessa o mercado e ao mesmo tempo, com a mesma linha de produtos comercializar por meio de um importador. Frequentemente isto é inaceitável aos parceiros de negócios e certamente terá um efeito adverso sobre as operações de exportação.

### *Compras governamentais*

As compras governamentais seguem diretrizes rígidas, que variam de acordo com o tamanho e escopo do orçamento. Normalmente, estes orçamentos são publicados na mídia.

## 2. Promoção de vendas

### Considerações gerais

Em todos os momentos, exportadores devem ter em mente que os mercados da Europa diferem, não somente em tamanho e poder de compra, como também em preferências específicas por produtos e comportamento do consumidor.

Montar contatos de negócios requer um esforço considerável para abrir portas. Costumes, hábitos e tradições por vezes tornam-se problemas que surgem durante os contatos internacionais de negócios, mesmo que ambas as partes tenham feito sólidas investigações preliminares. Isto acontece especialmente com países no noroeste europeu onde importadores são muito cuidadosos na escolha de fornecedores. Eles não somente estudarão minuciosamente o produto oferecido, como também investigarão a estrutura produtiva do fornecedor. O mercado da UE é um mercado que favorece o comprador nos setores onde a competição é forte. O comprador está em uma forte posição negociadora, e por vezes irá exigir a adaptação do produto.

Além disso, confiança é palavra-chave para as relações de sucesso. Dessa forma é necessário ter uma ágil comunicação e uma atitude aberta e honesta. Respostas tardias a questionamentos, atrasos na entrega, envio de bens de qualidade inferior ao acordado são fatores decisivos quando se está tratando de estabelecer relações de negócios duradouras.

Ao informar preços e ofertas, é aconselhável não ga-



garantir preços de produtos por um grande período de tempo, mas sim vincular o preço a uma data e uma taxa de câmbio. Assim, evita-se problemas com a flutuação da taxa de câmbio. Além disso, as ofertas devem estar sempre sujeitas à confirmação por escrito. O ideal é citar preços em conformidade com o Incoterms 2000, em US\$ ou Euros.

### Feiras e exposições

Participar de feiras internacionais de comércio pode ser uma útil ferramenta na promoção de vendas. Isto requer um exame vasto e detalhado devido à sua natureza complexa.

Feiras comerciais, assim como campanhas promocionais, necessitam de uma preparação completa:

#### *Antes da feira*

- Atualize as pastas de seus clientes.
- Decida se é seu interesse achar compradores de grandes volumes ou compradores com quem você quer começar um relacionamento comercial de longo prazo.
  - Prepare toda a documentação no idioma local ou em inglês (cartões de visita, brochuras da empresa, variedade de produtos, etc.).
  - Crie uma mala direta preparatória, informando o número de seu stand a clientes atuais e potenciais, convide-os para visitá-lo em seu stand e/ou ofereça-se a visitá-los.

#### *Durante a feira*

- Registre todos os contatos e faça notas.
- Ao conversar com um comprador, tente descobrir:
  - Em qual categoria ele se encontra (grandes volumes/relacionamento comercial de longo prazo).

- Qual a posição da empresa dele/dela no mercado.
- Quantas contas eles mantêm, e com quantos vendedores.
- Qual o maior competidor deles.
- Quais os outros fornecedores ou produtos que eles possuem e de quais países.
- Qual o principal canal comercial que eles usam em seu país de origem.

#### *Após a feira*

- Insira todos os seus contatos em um banco de dados.
- Escreva para os contatos agradecendo a visita e envie as informações prometidas por você.
- Escreva um pequeno relatório, mencionando brevemente os itens discutidos e pontos acertados.
- Considere enviar uma segunda mala direta vários meses após a primeira, para lembrar ao seu contato que você terá prazer em responder qualquer dúvida que possa ter.

Organizações de Promoção de Importação como o *CBI* (<http://www.cbi.nl>), Federações de Comércio ou a Câmara de Comércio (<http://www.kvk.nl>) podem ajudar providenciando informações sobre feiras relevantes. Eles também podem aconselhar e/ou assistir o exportador na participação da feira.

É muito importante e é uma prática comum na maioria dos negócios na UE, manter seu parceiro comercial periodicamente informado, mesmo que sejam poucas as novidades. Ao fazer isto, seu parceiro comercial sempre saberá que você está levando a companhia dele a sério e que você não o esqueceu.

Publicidade



### *Mala direta e ofertas*

Uma vez feita a seleção sistemática do mercado alvo e de provável parceiro comercial, um contato direto deve ser estabelecido. Na maioria dos casos, isto significa mandar mala direta a agentes, atacadistas importadores ou compradores industriais. Banco de dados com informações contendo contato de potenciais parceiros de comércio pode ser encontrada na Internet, dentro de diretórios de negócios, ou obtidas de organizações que promovem o comércio como o CBI ([www.cbi.nl](http://www.cbi.nl)) ou a Embaixada Brasileira nos Países Baixos.

A documentação sobre a empresa e dos produtos correspondentes, e quando aplicável, especificações técnicas e informações sobre certificados de qualidade, devem ser enviados em inglês e com todos os detalhes. Deve-se ter em mente que o efeito imediato da mala direta tende a ser limitado. Os homens e mulheres de negócios são inundados por um fluxo contínuo de malas diretas. Por tanto, qualquer campanha de mala direta deve ser sucedida por indagações telefônicas ou visitas pessoais. Além disso, deve-se tomar muito cuidado com a utilização de bancos de dados de endereços, pois estes rapidamente ficam ultrapassados.

### *Visita pessoal*

Caso haja uma resposta promissora da parte do parceiro comercial, uma viagem de negócios pode ser o próximo passo. Isso permite ao exportador estabelecer contato direto e pessoal com o provável parceiro. Ao mesmo tempo, é possível obter amostras de produtos similares (produtos substitutos) disponíveis no mercado alvo, para comparar preços, design e embalagem. Isto é muito importante, já que na maioria dos casos o produto do exportador em potencial precisa ser adaptado antes de ser lançado com sucesso no mercado. Uma visita de orientação a uma feira comercial ligada a alguma visita à companhia pode provar ser uma combinação efetiva.

### *Correio eletrônico e Internet*

Para estabelecer e manter contatos com parceiros comerciais, o correio eletrônico é um meio excelente. Está tornando-se o principal meio de comunicação no mundo dos negócios. É possível por meio do correio eletrônico a comunicação freqüente e as respostas rápidas às indagações. Ao se fazer isso, você melhora sua imagem corporativa. Entretanto, utilizar apenas o correio eletrônico não é suficiente. A correspondência eletrônica precisa ser utilizada em um misto de meios de comunicações, incluindo visitas pessoais e uso do telefone.

A Internet oferece um meio adicional para promoção de empresas. Além da "Presença Net" – ou ter um Website – ser associada às organizações modernas, a Internet oferece possibilidades de exposição e espaços de publicidade. O perfil da companhia, como brochuras e catálogos, podem ser digitalizados e postos na Web. Ao colocar um material promocional na Web, pode-se economizar em custos de impressão, ao mesmo tempo em que se pode atualizar a informação a qualquer tempo sem custos substanciais. Em outras palavras, é uma opção econômica e flexível. Entretanto, construir um Website não é suficiente. Não será efetiva como ferramenta promocional a não ser que você ativamente atraia o público-alvo para que estes visitem o seu Website.

Para obter sucesso na inserção do mercado, um plano promocional deve ser feito seja pelo importador ou pela organização de revenda. Por vezes, espera-se do importador que organize demonstrações dos produtos dentro de lojas ou submeta o artigo a testes feitos por companhias de pesquisas de mercado. A publicidade é feita principalmente pelos importadores, no comércio internacional e nas revistas para consumidores.

As grandes marcas investem pesadamente na consciência de marca e campanhas extensivas. Os métodos utilizados incluem patrocinar atividades (esportes), publicidade nacional (em particular, por meio de comerciais na televisão) e



promoção de eventos.

Grupos compradores têm suas próprias ferramentas promocionais dentro da loja como, por exemplo, revistas internas, programas de incentivos (promoções, concursos de preços), eventos temáticos, campanhas de cortes de preço.

### Organizações de Promoção do Comércio

Na maior parte dos países membros da UE, existem organizações que promovem importações provenientes de países em desenvolvimento por meio de programas específicos de promoção à exportação. Os serviços das Organizações de Promoção do Comércio podem incluir:

- **Informações:**
  - Estatísticas e publicações sobre o mercado nacional
  - Informativos periódicos
  - Banco de dados de importadores
  - Oportunidades de mercado para produtos
- **Assistência individual:**
  - treinamento em gerenciamento
  - teste e exibição de produtos
  - serviços de adaptação do produto
- **Estabelecimento de contatos:**
  - missões de feiras comerciais coletivas
  - missões de vendas

### 3. Práticas comerciais

Negociações de importação e contratos

*Hábitos de negócio*

Compradores holandeses são cuidadosos ao selecionar um novo fornecedor e irão também examinar o produto oferecido.

Os itens abaixo podem levar ao sucesso quando se lida com empresas nos Países Baixos:

- Homens e mulheres de negócio holandeses são muito diretos, abertos e francos. Negócios vêm em primeiro lugar.
- São bons negociadores, falam muito e tendem a criticar primeiro, para poder obter um melhor negócio.
- Durante as negociações, você pode mencionar vários preços (incluindo o mínimo absoluto) e frisar as vantagens ambientais de seu produto.
- Consistência, pontualidade, confiabilidade e honestidade são importantes.
- Esteja preparado para críticas e lide com elas calmamente e seja crítico e franco também, o que é usualmente esperado e apreciado (i.e. crítica “construtiva”)
- Para poder sobrepor a infinita negociação de preço, crie uma situação reciprocamente benéfica.
- Em reuniões, chegue rapidamente ao cerne da questão, sugerindo um plano claro, indicando metas e prazos.

O contrato

***Detalhes que devem ser mencionados nos contratos:***

- As partes do contrato: o vendedor, o comprador, o importador e/ou o agente, com todos os nomes e endereços corretamente grafados.
- O produto, o preço e a qualidade do artigo em questão devem estar suficientemente especificadas para que não surja nenhuma mal entendido.
- O valor total do pedido de bens vendidos por ano deve ser mencionado.
- Os termos da entrega devem ser mencionados de acordo com a descrição dos Incoterms 2000. (disponível na



Câmara de Comércio local ou internacional).

- Os detalhes do pagamento devem estar escritos detalhadamente.
  - O prazo de entrega é uma informação essencial que deve ser acordada entre o comprador e o vendedor.
  - Detalhes da embalagem, incluindo medidas e pesos.
  - Se uma das partes está em uma condição especial de negociação, isto deve estar expresso no contrato.
  - O que será feito se ambas as partes se desentendem.
- A qual Corte de arbitragem ou Foro devem se encaminhar.
- O término do contrato (quando, porquê, e como) deve ser mencionado.

### *O aperto de mão ainda é o preferido*

Em todos os países, as modernas técnicas ainda coexistem com algumas práticas tradicionais. Modernas técnicas de venda são geralmente aceitas e efetivas, mas existem muitas empresas holandesas que continuam a respeitar valores tradicionais. Vários homens de negócio ainda consideram que o contato pessoal e o aperto de mão têm mais força que o contrato, mas não se ofendem na solicitação de um contrato formal.

### *Termos da entrega*

Os Incoterms 2000 são a última versão das condições de venda, revisados a cada dez anos pelo Câmara de Comércio Internacional em Paris, França. Os Inconterms 2000 descrevem os termos de entrega internacionalmente reconhecidos. Deixa claro as responsabilidades do vendedor e do comprador. Os termos deixam claro em que ponto o risco é transferido e que parte deve arcar com um custo em particular.

Os termos utilizados com maior frequência no comércio internacional são o FOB (Free on Board) e CIF (Cost, Insurance e Freight).

Tecnicamente falando, Estes termos podem somente ser utilizados para transporte marítimo ou fluvial. Muitos exportadores (e importadores também) não sabem disso. Os termos são freqüentemente mal utilizados para o transporte aéreo. Em caso de conflito, estes podem causar disputas adicionais. Os termos que são subestimados, mas que são mais convenientes no uso, aplicável a qualquer modo de transporte, são o FCA (Free Carrier) e CIP (Carriage, Insurance Paid to). Estes termos também são mais transparentes e práticos quando se trata da transferência do risco. Para maiores informações, favor consultar a publicação Incoterms 2000 da Câmara Internacional de Comércio.

### *Outras fontes de informação*

Consulados locais e câmaras de comércio estrangeiras oferecem informações detalhadas. Outras informações podem ser encontradas na Internet no site ([www.hollandtrade.com](http://www.hollandtrade.com)).

### *Indicando um agente*

A maioria dos agentes são companhias independentes que negociam e agirão como intermediários entre o comprador e o vendedor. A maioria dos agentes representa mais de um exportador, embora a competição seja evitada.

As seguintes organizações podem ser úteis:

- Câmara de Comércio nos Países Baixos
- Embaixada brasileira em Haia
- Centro de Promoção de Importações de Países em Desenvolvimento (CBI)
- EVD (Agência de Comércio Internacional dos Países



Baixos - Netherlands Foreign Trade Agency)

€ Bancos.

### Seguros de carga

Acordado entre o exportador e o importador. Normalmente, os importadores têm preferência na escolha de uma empresa transportadora ou companhia de seguro em particular.

### Inspeção de carga

Inspeção de carga (substâncias perigosas, regulações Sanitárias e Fitosanitárias, etc.) ocorrem no porto de destino. Dependendo da propriedade dos produtos entregues, os produtos permanecerão estocados até a liberação pelo serviço de inspeção.

### Financiando importações

No comércio de bens ao consumidor, o método de pagamento escolhido depende de negociações entre comprador e vendedor, em que ambos tentarão alcançar as melhores condições. Na comercialização da maioria dos bens, os exportadores preferem ser pagos antes do carregamento dos bens (através da apresentação de uma carta de crédito irrevogável), enquanto que os compradores preferem pagar o mais tarde possível, após a chegada, inspeção ou até mesmo a venda dos bens.

### Disputas e arbitragem comercial

O contrato entre o exportador e o importador precisa estipular que lei (Brasileira ou dos Países Baixos; normalmente o importador irá requerer a aplicação das leis de seu próprio país) será aplicável e se os conflitos serão resolvidos no Tribunal ou pela via arbitral.



## VII – RECOMENDAÇÕES ÀS EMPRESAS BRASILEIRAS

Existem vários elementos na sociedade holandesa que os exportadores brasileiros devem considerar:

### *Padrão de crescimento da população holandesa*

Em 2002, o número de pessoas entre 50 e 60 anos de idade cresceu para 2,1 milhões, enquanto a população entre 20 e 30 anos diminuiu para 2 milhões na última década. Portanto, o perfil etário está crescendo e a proporção de idosos com 65 anos ou mais crescerá para cerca de 19% do total da população, em 2021.

### Padrão de crescimento da população holandesa

O crescimento de lares unitários nos Países Baixos ocorre de forma extremamente rápida e espera-se que sejam ao redor de 36% de todos os lares dentro de 10 anos. Por outro lado, jovens (homens) tendem a morar com os pais por um período maior, onde encontram luxo em casa e, portanto, podem gastar mais dinheiro com vestuário, música, atividades de lazer, etc.

### Crescimento da Urbanização

A densidade populacional nos Países Baixos é a quarta maior do mundo. No 'Randstad' (i.e. Amsterdã, Utrecht, Roterdã, Haia) moram cerca de 40% da população do país. Em muitas outras cidades o número de novos subúrbios continua a crescer.

### Qualidade e serviços

Graças ao crescente poder de compra e a disponibilidade

de de produtos, os consumidores aumentaram a demanda por melhores padrões de qualidade dos produtos. De fato, na Europa, os consumidores não toleram produtos de qualidade inferior. Os consumidores querem receber informações sobre as características e utilização do produto, e querem assistência rápida e eficiente caso tenham alguma dificuldade.

### Imagem e a companhia responsável

A imagem do produto está cada vez mais associada à imagem da companhia. A consciência do consumidor aumentou consideravelmente. Cada vez mais os consumidores responsabilizam as empresas por seu comportamento ambiental e social.

### Conveniência

Cada vez mais lares europeus têm dupla fonte de renda (tanto o marido quanto a esposa trabalham). Isto significa um maior poder de compra, e por outro lado, significa menos tempo para, por exemplo, compras. Então, a demanda do consumidor é por maior conveniência e economia de tempo. Encomendar bens pelo telefone ou por meio da Internet tem se tornado mais comum, como também compras em um único local.

As maiores lojas, sejam supermercados, lojas de departamentos ou centros de faça-você-mesmo, beneficiam-se desta tendência. Atualmente cerca de 20 revendedores de grande escala estão fornecendo alimentos para 80% dos consumidores europeus. No caso de produtos alimentícios, cada vez mais consumidores exigem bens pré-embalados, pré-cozidos e preparados para uso no microondas. Por esta conveniência, aceita-se um preço maior.

Nas relações "business-to-business", a conveniência tam-



bém tem um papel importante, especialmente no tocante à Internet e à comunicação. Nas áreas de pedidos eletrônicos, planejamento conjunto e monitoramento da produção, companhias que trabalham juntas como equipes na co-fabricação utilizam cada vez mais redes de computadores conectados por Intranet. Boa vontade e habilidade para fazê-lo pode ser um importante aspecto para ganhar um cliente industrial, especialmente se consideramos que a utilização da Intranet está rapidamente deixando de ser um aspecto conveniente para se tornar em uma necessidade para competir.

#### Preço

Apesar de consumidores europeus terem um grande poder de compra e cada vez mais classificar a qualidade, serviço, imagem, responsabilidade social e conveniência como fatores no momento da decisão de comprar, a competição é intensa, portanto, o preço continua sendo um importante elemento e fator decisivo no processo de compra.

#### Dicas práticas para atingir os mercados da UE

Estar disposto a investir em pesquisas de mercado e estabelecer contatos de negócios. Negócios de exportações sustentáveis geralmente não são gratuitos, especialmente em um mercado comprador como a UE.

A correspondência é importante, já que esta é a forma de apresentação da sua companhia. Deve estar em inglês e o mais correto, preciso e cuidadoso possível.

A comunicação precisa ser rápida. Responda a qualquer pergunta o mais cedo possível. Você não é o único integrante do mercado. Caso não responda, o seu lugar será tomado por um competidor. Telefone, fax e correio eletrônico são os meios para se comunicar. Telex dificilmente é utilizado.

Não conte apenas com o correio eletrônico para estabelecer contatos de negócios. Existe a chance de sua correspondência eletrônica sequer ser lida.

No caso de uma campanha de mala direta, sempre acompanhe com um telefonema.

A afluência do mercado não significa que a margem de preços seja alta. A forte competição condiciona a margem do preço. Você terá que citar preços de forma precisa.

Cite os preços de acordo com os Incoterms 2000 e em moedas internacionalmente reconhecidas (Euros, US\$ ou na moeda nacional dos países fora da zona Européia).

Não garanta preço por produto por um período estendido de tempo e cite o preço ligado à data e taxa de câmbio.

As ofertas devem estar sempre sujeitas a confirmação por escrito.

No caso de ser uma nova relação de negócios, insista na utilização de Letra de Crédito (LC).

Independente de quão bem sucedido no seu mercado doméstico, o mercado da UE é diferente: é um mercado do comprador e certamente irá exigir que seu produto se adapte. Esteja disposto a adaptar.

Uma visita de orientação a uma feira comercial ligada a visitas a companhia pode provar ser uma combinação efetiva e eficiente.

Homens e mulheres de negócio europeus e seus hábitos são diferentes. No noroeste europeu, os homens e mulheres de negócio tendem a ser diretos, abertos e francos. Estude os costumes do mercado em particular que você almeja.

Consistência, pontualidade, confiabilidade e honestidade são muito importantes. Seja honesto e direto sobre prazos de entrega, qualidade e capacidade de produção.

O desconhecimento da qualidade e regulamentações nas áreas de saúde, segurança e meio ambiente impede a entrada ao mercado.



## ANEXOS

## I – ENDEREÇOS

## 1. Órgãos oficiais

## 1.1 Nos Países Baixos

**Representações diplomáticas e consulares brasileiras**

Brazilian Embassy  
Mauritskade 19 - 2514 HD The Hague - The Netherlands  
Telefone: +31 (0)70 3469229  
Fax: +31 (0)70 3561273  
Fax do Departamento de Comércio:  
+31 (70) 356 27 67

Brazilian Consulate  
Reimersbeek 2 - 1082 AG Amsterdam - The Netherlands  
Telefone: +31 (0)20 3015555  
Fax: +31 (0)20 3015678

Brazilian Consulate  
Groothandelsgebouw A2, Stationsplein 45 - 3013  
AK Rotterdam - The Netherlands  
Telefone: +31 (0)10 4119656  
Fax: +31 (0)10 4119657

Agências oficiais locais

**Promoção de comércio**

Centre for the Promotion of Imports from  
Developing Countries (CBI)  
P.O. Box 30009 - 3001 DA Rotterdam  
The Netherlands  
Telefone: +31 (10) 2013434  
Fax: +31 (10) 4114181  
Correio eletrônico: cbi@cbi.nl  
Website: <http://www.cbi.nl>

**Alfândega, tarifas**

Belastingdienst - Directie Douane  
(Diretoria de Alfândega dos Países Baixos, informações  
sobre impostos de importação)  
P.O. Box 50964 - 3007 BG Rotterdam  
The Netherlands  
Telefone: +31 (0)10 2904949  
Fax: +31 (0)10 2904894  
Correio eletrônico: [redactie@belastingdienst.nl](mailto:redactie@belastingdienst.nl)  
Website: <http://www.belastingdienst.nl>

Ministerie van Financiën  
(Ministério das Finanças dos Países Baixos, informação  
sobre impostos de importação, taxas, impostos e  
regulamentações)  
Centrale Directie Voorlichting  
P.O. Box 20201 - 2500 EE The Hague  
The Netherlands  
Telefone: +31 (0)70 3427540  
Fax: +31 (0)70 3427900  
Website: <http://www.minfin.nl>

**Padrões técnicos**

Comité Européen de Normalisation (CEN)  
Third countries Unit, Rue de Stassart 36  
B-1050 Brussels - Belgium  
Telefone: +32 (0)2 5500811  
Fax: +32 (0)2 5500819  
Correio eletrônico: [infodesk@cenorm.be](mailto:infodesk@cenorm.be)  
Website: <http://www.cenorm.be>

European Institute for Electrotechnical Standardization  
(CENELEC)  
35, Rue de Stassart - 1050 Brussels - Belgium  
Telefone: +32 (0)2 5196871  
Fax: +32 (0)2 519619  
Correio eletrônico: [general@cenelec.be](mailto:general@cenelec.be)  
Website: <http://www.cenelec.be>



European Telecommunications Standards Institute (ETSI)  
ETSI Secretariat, 650 - Rue des Luciolis - 06921 Sophia  
Antipolis Cedex - France  
Telefone: +33 (0)492 944200  
Fax: +33 (0)492 944333  
Correio eletrônico: [infocentre@etsi.fr](mailto:infocentre@etsi.fr)  
Website: <http://www.etsi.org>

European Organization for Testing and Certification  
(EOTC)  
Egmond House 15 - Egmond Street - 1000 Brussels -  
Belgium  
Telefone: +32 (0)2 5024141  
Fax: +32 (0)2 5024239  
Correio eletrônico: [http://helpdesk@eotc.be](mailto:helpdesk@eotc.be)

International Electrotechnical Commission (IEC)  
P.O. Box 131 - CH-1211 Geneve 20 - Switzerland  
Telefone: +41 (0)22 9190211  
Fax: +41 (0)22 9190300  
Correio eletrônico: [pubinfor@iec.ch](mailto:pubinfor@iec.ch)  
Website: <http://www.iec.ch>

Nederlands Normalisatie Institute (NNI)  
P.O. Box 5059 - 2600 GB Delft - The Netherlands  
Telefone: +31 (0)15 2690390  
Fax: +31 (0)15 2690190  
Correio eletrônico: [info@nni.nl](mailto:info@nni.nl)  
Website: <http://www.nni.nl>

Raad voor Accreditatie  
P.O. Box 2768 - 3500 GT Utrecht  
The Netherlands  
Telefone: +31 (0)30 2394500  
Fax: +31 (0)30 2394539  
Correio eletrônico: [postmaster@rva.nl](mailto:postmaster@rva.nl)  
Website: <http://www.rva.nl>

KEMA The Netherlands BV  
P.O. Box 9035 - 6800 ET Arnhem - The Netherlands  
Telefone: +31 (0)26 3569111  
Fax: +31 (0)26 3515606  
Correio eletrônico: [info@kema.nl](mailto:info@kema.nl)  
Website: [www.kema.nl](http://www.kema.nl)

KIWA  
(Certificação e inspeção: construções de concreto,  
instalações de água potável, plásticos, metais,  
certificação e inspeção ambiental)  
P.O. Box 70 - 2280 AB Rijswijk  
The Netherlands  
Telefone: +31 (0)70 3953535 – Fax: +31 (0)70 3953420

KOMO  
(Fundação para a qualidade de materiais de constru-  
ção: pela qualidade dos materiais de construção:  
certificação e inspeção de materiais de construção)  
P.O. Box 1201 - 2280 CE Rijswijk - The Netherlands  
Telefone: +31 (0)70 3072929  
Fax: +31 (0)70 3902947  
Correio eletrônico: [sbk.bouwkwaliteit@pobox.com](mailto:sbk.bouwkwaliteit@pobox.com)  
Website: <http://www.bouwkwaliteit.nl/>

The Netherlands Packaging Centre  
(Informação sobre normas, padrões e outros temas  
ligados à embalagem)  
P.O. Box 164 - 2800 AD Gouda – The Netherlands  
Telefone: +31 (0)182 512411  
Fax: +31 (0)182 512769

### *Saúde e segurança*

Inspectorate for Health Protection, Commodities and  
Veterinary Public Health  
P.O. Box 16108 - 2500 BC The Hague - The Netherlands  
Telefone: +31 (0)70 3407890  
Fax: +31 (0)70 3406251  
Website: <http://www.minvws.nl>

SGS Agro Control  
(Informações sobre padrões, certificação e "Good  
Agricultural Practices")  
P.O. Box 200 - 3200 AE Spijkensisse - The Netherlands  
Telefone: +31 (0)181 693290  
Fax: +31 (0)181 693572  
Correio eletrônico: [sgs.nl.agro@sgsgroup.com](mailto:sgs.nl.agro@sgsgroup.com)  
Website: <http://www.sgs.nl/icm/agro>



### **Regulamentos ambientais, eco-rotulagem e padrões de gerenciamento ambiental**

Milieukeur Foundation  
(Netherlands Ecolabel enquiry point)  
Eisenhowerlaan 150, 2517 KP The Hague,  
The Netherlands  
Telefone: +31 (0)70 3586300  
Fax: +31 (0)70 3502517  
Website: <http://www.milieukeur.nl>

Milieu Project Sierteelt (MPS)  
(Projeto de Floricultura ambiental - *Floriculture Environmental Project*)  
P.O. Box 533 - 2675 ZT Honselersdijk - The Netherlands  
Telefone: +31 (0)174 615715  
Fax: +31 (0)174 632059  
Correio eletrônico: [recording@st-mps.nl](mailto:recording@st-mps.nl)  
Website: <http://www.st-mps.nl>

Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening  
en Milieubeheer  
(Ministério de Habitação, Planejamento de Espaços e Meio  
Ambiente)  
P.O. Box 20951 - 2500 EZ The Hague- The Netherlands  
Telefone: +31 (0)70 3395050 – Fax: +31 (0)70 3391226  
Website: <http://www.minvrom.nl>

SKAL  
(Ponto de contato para certificação SKAL)  
P.O. Box 384 - 8000 AJ Zwolle - The Netherlands  
Telefone: +31 (0)38 4268181 – Fax: +31 (0)38 4213063  
Correio eletrônico: [info@skal.nl](mailto:info@skal.nl)  
Website: [www.skal.nl](http://www.skal.nl)

### **Assistência financeira**

FMO  
(Companhia de Desenvolvimento Financeiro dos Países  
Baixos)  
P.O. Box 93060 - 2509 AB The Hague- The Netherlands  
Telefone: +31 (0)70 3149696 – Fax: +31 (0)70 3246187  
Correio eletrônico: [fmo@wxs.nl](mailto:fmo@wxs.nl)  
Website: <http://www.fmo.nl>

## 1.2. No Brasil

### Missão diplomática e consular do país

Embaixada dos Países Baixos  
SES-Q 801, Lote 5, CEP 70405-900 Brasília-DF - Brasil  
P.O. Box 0098, CEP 70359-970 Brasília-DF - Brasil  
Telefone: (55) 61 321 47 69  
Fax: (55) 61 321 15 18  
Correio eletrônico: [nlgovea@zaz.com.br](mailto:nlgovea@zaz.com.br)

Consulado Geral dos Países Baixos  
Avenida Brigadeiro Faria Lima 1698,  
3 andar, 01452-001  
São Paulo - Brasil  
P.O. Box 11302, 05422-970  
São Paulo SP. São Paulo - Brasil  
Telefone: (55) 11 8130522  
Fax: (55) 118140802  
Correio eletrônico: [nlgovbra@u-net-sys.com.br](mailto:nlgovbra@u-net-sys.com.br)

Consulado Geral dos Países Baixos  
Praia de Botafogo 242, 10 Andar, 22250-40  
Rio de Janeiro RJ - Brasil  
Telefone: (55) 21 552 90 28  
Fax: (55) 21 552 82 94

## 2. Câmaras de Comércio

### Nos Países Baixos

Netherlands-Brazilian Chamber of Commerce  
(Instituut voor Latijns-Amerika (ILA)  
Bezuidenhoutseweg 181, 2594 AH The Hague-  
The Netherlands  
Telefone: +31 (70) 3441544  
Fax: +31 (70) 3853531  
Correio eletrônico: [info@Brasillie-kvk.nl](mailto:info@Brasillie-kvk.nl)  
Website: <http://www.Brasillie-kvk.nl>

### No Brasil



Brasilian-Netherlands Chamber of Commerce  
(Câmara de Comércio Holando-Brasileira)  
Rua Marquês de Itú, 503-6 Andar, 01223-001  
São Paulo SP - Brasil  
Telefone: (55) 11 2215899  
Fax: (55) 11 2219242  
Correio eletrônico: hollbrazchamber@originet.com.br.  
Internet: <http://www.dutcham.com.br>

### 3. Principais entidades de classe locais

#### *Informações gerais do mercado*

Netherlands Foreign Trade Agency - EVD  
(Oferece informações gerais sobre comércio a importadores e exportadores, de estatísticas a relatórios sobre países. O Website contém uma extensa lista de links interessantes)

P.O. Box 20105 - 2500 EC The Hague  
The Netherlands  
Telefone: +31 (0)70 3798933  
Fax: +31 (0)70 3797878  
Correio eletrônico: [evd@evd.nl](mailto:evd@evd.nl)  
Website: <http://www.hollandtrade.com>

BUVOHA  
(Bureau de informação sobre comércio)  
Strawinskylaan 7 - 1077 XW Amsterdam  
The Netherlands  
Telefone: +31 (0)20 6714907  
Fax: +31 (0)20 6621375  
Correio eletrônico: [mail@buvoha.com](mailto:mail@buvoha.com)  
Website: <http://www.buvoha.com>

Hoofdbedrijfschap Detailhandel  
(Comitê Nacional para Comércio de Revenda)  
Postbus 90703 - 2509 LS Den Haag  
The Netherlands  
Telefone: +31 (0)70 3385600  
Fax: +31 (0)70 3385711  
Correio eletrônico: [hbd@hbd.nl](mailto:hbd@hbd.nl)

### 4. Principais bancos

#### **Bancos brasileiros nos Países Baixos**

Banco do Brasil  
Stadhouderskade 2 - 1054 ES Amsterdam  
The Netherlands  
Telefone: +31 (20) 524 11 11  
Fax: +31 (20) 524 11 50  
Correio eletrônico: [Amsterdam@bb.com.br](mailto:Amsterdam@bb.com.br)

#### **Bancos locais**

Nederlandse Vereniging van Banken (NVB)  
(Associação de Bancos dos Países Baixos)  
P. O Box 3543, 1001 AH Amsterdam  
The Netherlands  
Telefone: +31 (20) 550 28 88  
Fax: +31 (20) 623 97 48  
Website: <http://www.nvb.nl>

ABN-AMRO Holding NV  
P.O. Box 283 - 1000 EA Amsterdam  
The Netherlands  
Telefone: +31 (20) 628 9898  
Fax: +31 (20) 628 7740

Internationale Nederlanden Bank NV (ING)  
P.O. Box 1800 - 1000 BV Amsterdam  
The Netherlands  
Telefone: +31 (20) 563 9111  
Fax: +31 (20) 563 5700

Rabobank Nederland  
P.O. Box 17100 - 3500 HG Utrecht  
The Netherlands  
Telefone: +31 (30) 290 9111  
Fax: +31 (30) 290 2672

Para uma lista completa de bancos holandeses, favor consultar:  
<http://www.nvb.nl/pages/nvb/leden.asp>



## 5. Principais feiras e exposições

### Organização de feiras de comércio

Branchevereniging voor Beurzen en Evenementen  
(FBTN)

P.O. Box 8041 - 3009 AA Rotterdam  
The Netherlands

Telefone: +31 (0)10 2280822

Fax: +31 (0)10 2280005

Correio eletrônico: fbtn@worldonline.nl

Koninklijke Nederlandse Jaarbeurs

P.O. Box 8500, 3503 RM Utrecht, The Netherlands

Telefone: +31 (0)30 2955911

Fax: +31 (0)30 2940379

Correio eletrônico: info@jaarbeursutrecht.nl

Website: <http://www.jaarbeursutrecht.nl>

RAI Group International Communications

P.O. Box 77777 - 1070 MS Amsterdam

The Netherlands

Telefone: +31 (0)20 5491212

Fax: +31 (0)20 6464469

Correio eletrônico: mail@rai.nl

Website: <http://www.rai.nl>

MECC - Maastricht Exhibition and Congress Centre

P.O. Box 1630 - 6201 BP Maastricht

The Netherlands

Telefone: +31 (0)43 3838383

Fax: +31 (0)43 3838300

Correio eletrônico: inform@mecc.nl

Website: <http://www.mecc.nl>

### Principais feiras e exposições

AVIATION TECHNOLOGY

Data: 25/2 27/2 2002

Organização: Aviation Informatics

Telefone: +44 208 444 1470

Fax: +44 208 442 0846

Correio eletrônico: chris@aviainfo.demon.co.uk

AQUATECH AMSTERDAM 2002

Data: 1/10 4/10 2002

Organização: Amsterdam RAI

Correio eletrônico: aquatech@rai.nl

INTERNATIONAL FLOWER TRADE SHOW/  
INTERNATIONAL HORTI FAIR

Data: 6/11 9/11 2002

Organização: Internationale Bloemen Vaktentoonstelling

Telefone: +31 (0) 297 344 033 –

Fax: +31 (0) 297 326 850

SUSTAIN 2003

Data: 13/5 17/5 2003

Organização: Amsterdam RAI

BBB- Feira comercial internacional de fornecedores,  
consumo de quantidade e setor alimentício

Data: 21/1 24/1 2002

Organização: MECC Maastricht

Correio eletrônico: bbb@mecc.nl

MAINTENANCE & TECHNIEK

Data: 29/1 31/1 2002

Organização: MECC Maastricht

Correio eletrônico: maintenance@mecc.nl

APEX- Feira comercial e conferência internacional  
sobre plataformas telescópicas

Data: 12/9 14/9 2002

Organização: BV Industrial Promotions

Telefone: +31 (0) 547 271 566 –

Fax: +31 (0) 547 261 238

EUROPEAN FINE FOOD FAIR

Data: 7/10 9/10 2002

Organização: MECC Maastricht

Correio eletrônico: efff@mecc.nl

DIY & HARDWARE- Feira comercial de faça-você-  
mesmo, materiais de construção, decoração e jardins

Data: 15/9 17/9 2002

Organização: Jaarbeurs Exhibitions & Media/ Beurzen



Advies Bureau B.V.  
 Telefone: +31 (0) 30 295 5286 –  
 Fax: +31 (0) 30 295 5409  
 Correio eletrônico: diy-hardware@jaarbeursutrecht.nl

AANDRIJFTECHNIEK- Exibição de transmissão de energia  
 Data: 1/10 4/10 2002  
 Organização: Jaarbeurs Exhibitions & Media/ Federatie Aandrijftechniek  
 Telefone: +31 (0) 30 295 5818  
 Fax: +31 (0) 30 295 5868  
 Correio eletrônico: aandrijftechniek@jaarbeursutrecht.nl

MACHEVO- Processamento de equipamentos, movimentos automatizados e engenharia  
 Data: 1/10 4/10 2002  
 Organização: Jaarbeurs Exhibitions & Media  
 Telefone: +31 (0) 30 295 5055  
 Fax: +31 (0) 30 295 5448  
 Correio eletrônico: info@machevo.nl

MACROPAK- Materiais para embalagem, logística para movimentos automatizados e máquinas para embalagem  
 Data: 1/10 4/10 2002  
 Organização: Jaarbeurs Exhibitions & Media  
 Telefone: +31 (0) 30 295 5055  
 Fax: +31 (0) 30 295 5448  
 Correio eletrônico: info@marcropak.nl

### 6. Comunicação

#### Principais Jornais

*Principais jornais nacionais:*  
 Algemeen Dagblad  
 de Volkskrant  
 De Telegraaf  
 NRC Handelsblad  
 Trouw  
 Het Parool (Amsterdam)

*Jornais gratuitos distribuídos principalmente nos transportes públicos:*

Metro  
 Sp!ts

#### Revistas

Kampioen  
 Libelle  
 Margriet  
 Privé  
 Het Beste  
 Donald Duck  
 Story  
 Weekend  
 Voetbal International  
 Panorama

Estações de TV

Companhia	estação	Fatia do mercado (%)
	Nederland 1	11,6
	Nederland 2	15,6
	Nederland 3	7,2
<b>Publieke omroep</b>		<b>34,4</b>
	RTL 4	15,6
	RTL 5	5,2
	Yorin	5,5
<b>HMG</b>		<b>26,3</b>
	SBS 6	9,8
	Net 5	4,3
	V8	2,6
<b>SBS Broadcasting</b>		<b>16,7</b>
	TMF	0,8
	Verônica	0,1
	MTV	0,4
	Discovery Channel	1,4
	Nat. Geographic Ch.	0,6
	Fox Kids	2,0
	Kindernet	0,3
	The Box	0,2
	Regionaal	2,0
	Eurosport	0,8
<b>Vídeo</b>		<b>4,0</b>
<b>Outros</b>		<b>10,3</b>
<b>Total</b>		<b>100,0</b>



### Estações de rádio

Estação	Fatia do mercado (%)
Rádio 1	8,3
Rádio 2	10,21
Rádio 3FM	9,5
Rádio 4	1,5
747AM	0,8
Sky Radio	13,41
Rádio 538	10,41
Rádio 10 FM	7,2
Noordzee FM	4,3
Yorin FM	3,3
Classic FM	2,7
Arrow	1,7
Radio Nationaal	1,6
BNR	0,2
Kink FM	0,3
Rádio 192	0,2
Regional stations	15,81
CRN	2,7
Overig	5,8
<b>Total</b>	<b>100</b>

### Agências de publicidade

BBDO Business Communications  
 Amsterdamseweg 206 - 1182 HL Amstelveen – The Netherlands  
 Telefone: +31 (0)20 5437999  
 Fax: +31 (0)20 5437189  
 Email: bbdobc@bbdobc.bbdo.nl  
 Website: <http://www.bbdobc.bbdo.nl>

TBWA\Company Group  
 Stadhouderskade 79 - 1072 AE Amsterdam – The Netherlands  
 Telefone: +31 (0)20 5715300

Fax: +31 (0)20 5715600  
 Website: <http://www.tbwa.nl>

Young & Rubicam Amsterdam  
 Frans van Mierisstraat 92 - 1071 RZ Amsterdam – The Netherlands  
 Telefone: +31 (0)20 5706666  
 Fax: +31 (0)20 6711515  
 Website: <http://www.yandr.com/>

### 7. Consultorias de marketing

ACNielsen  
 Diemerhof 2 - 1112 XL Diemen – The Netherlands  
 P.O. Box 276 - 1110 AG Diemen  
 The Netherlands  
 Telefone: +31 (0)20 3988777 – Fax: +31 (0)20 6903175  
 Correio eletrônico: [acnielsen@netherlands.acnielsen.com](mailto:acnielsen@netherlands.acnielsen.com)

Centrum voor Marketing Analyses  
 Plantage Gebouw - Plantage Middenlaan 62 - 1018 DH Amsterdam – The Netherlands  
 Telefone: +31 (0)20 5566666 – Fax: +31 (0)20 5566555  
 Correio eletrônico: [info@cma.nl](mailto:info@cma.nl)  
 Website: <http://www.cma.nl>

HIDC Conselho Holandês de Distribuição Internacional (Holland International Distribution Council): uma organização privada, sem fins lucrativos, que oferece um serviço de encontro de parceiros de logística na Europa. Todo o serviço de aconselhamento é gratuito e confidencial.

P.O. Box 85599 - 2508 CG The Hague- The Netherlands  
 Koninginnegracht 25 - 2514 AB The Hague- The Netherlands



Telefone: + 31 (0)70 3118800  
 Fax + 31 (0)70 3603698  
 Internet: www.hidc.nl  
 Correio eletrônico: info@hidc.nl

ProVerde - Trade Strategies  
 Hooghiemstraplein 128 - 3514 AZ Utrecht  
 The Netherlands  
 Telefone: +31 (0)30 2762824 –  
 Fax: +31 (0)30 2720878  
 Correio eletrônico: info@proverde.nl  
 Website: <http://www.proverde.nl>

PUM/NMCP - Netherlands Management Co-operation  
 Programme  
 P.O. Box 93078 - 2509 AB The Hague  
 The Netherlands  
 Pone: +31 (0)70 3490555  
 Fax: +31 (0)70 3490590  
 Correio eletrônico: info@nmcp.nl  
 Website: <http://www.pum.nl>

## 8. Obtenção de documentação

### *Alfândega, tarifas*

Belastingdienst - Directie Douane  
 (Diretoria de Alfândega, informações sobre  
 impostos  
 de importação)  
 P.O. Box 50964 - 3007 BG Roterdã  
 The Netherlands  
 Telefone: +31 (0)10 2904949  
 Fax: +31 (0)10 2904894  
 Correio eletrônico: redactie@belastingdienst.nl  
 Website: <http://www.belastingdienst.nl>

Ministerie van Financiën  
 (Ministério das Finanças, informações sobre impostos  
 de importação, tarifas, impostos e regulamentações)  
 Centrale Directie Voorlichting,  
 P.O. Box 20201, 2500 EE The Hague, The Netherlands  
 Telefone: +31 (0)70 3427540  
 Fax: +31 (0)70 3427900  
 Website: <http://www.minfin.nl>

### *Estatísticas*

Central Bureau de Statistics (CBS)  
 P.O. Box 4000 - 2270 JM Voorburg  
 The Netherlands  
 Telefone: +31 (0)70 3373800  
 Fax: +31 (0)70 3877429  
 Correio eletrônico: infoservice@cbs.nl  
 Website: <http://www.cbs.nl>

## 9. Companhias de transporte

### *Carregamento, instalações para transporte, armazenamento e distribuição*

International Federation de Freight Forwarders  
 Association (FIATA)  
 P.O. Box 177 - CH 8050 Zurique - Switzerland  
 Telefone: +41 (0)1 3116511  
 Fax: +41 (0)1 3119044  
 Correio eletrônico: info@fiata.com  
 Website: <http://www.fiata.com>

International Air Transport Association (IATA)  
 P.O. Box 416 - CH-1215 Geneve - Switzerland  
 Telefone: +41 (0)22 7992525  
 Fax: +41 (0)22 7983553  
 Website: <http://www.iata.org>



### *Companhias marítimas*

Porto de Roterdã  
 P.O. Box 6622 - 3002 AP Rotterdam  
 The Netherlands  
 Telefone: +31 (0)10 2521010  
 Fax: +31 (0)10 2521020  
 Correio eletrônico: info@port.Rotterdam.nl  
 Website: <http://www.port.Rotterdam.nl>

Porto de Amsterdã  
 P.O. Box 19406 - 1000 GK Amsterdam  
 The Netherlands  
 Telefone: +31 (0)20 5238600  
 Fax: +31 (0)20 6209821  
 Correio eletrônico: info@portofamsterdam.com  
 Website: <http://www.portofamsterdam.com>

As seguintes transportadoras navegam entre o Brasil e os Países Baixos periodicamente:

- Lykes Lines Limited
- Senator Lines
- Contship
- Montemar
- Safmarine Container
- Maersk Sealand
- Hapag Lloyd
- Hamburg Sud
- CSAV

Uma extensa lista de empresas de frete pode ser encontrada na:

- <http://www.cargoweb.nl>
- <http://www.shipguide.com>

### Companhias terrestres

Para uma lista completa dos fornecedores de serviços de logística, de transporte e facilitadores nos Países Baixos, favor conferir o Website do Conselho Holandês de Distribuição Internacional (Holland International Distribution Council): <http://www.hidc.nl>

### Companhias aéreas

#### *Companhias brasileiras*

VARIG Brazilian Airlines  
 Transview, Havenmeesterweg 313  
 1118 CE Schiphol-Centrum  
 The Netherlands  
 Telefone: +31 (0)20 4057788  
 Fax: +31 (0)20 4057787  
 Correio eletrônico: info@varig.nl

#### *Companhias estrangeiras*

Air Transport Association of The Netherlands (ATAN)  
 P.O. Box 75517 - 1118 ZN Schiphol  
 Telefone: +31 (0)20 3163940  
 Fax: +31 (0)20 3163949  
 Email: [atan@atan.nl](mailto:atan@atan.nl)  
 Website: <http://www.atan.nl>

Amsterdam Airport Schiphol  
 P.O. Box 7501 - 1118 ZG Luchthaven Schiphol  
 The Netherlands  
 Telefone: +31 (0)20 6019111  
 Fax: +31 (0)20 6041475  
 Website: <http://www.schiphol.nl>

KLM Cargo  
 P.O. Box 7700 - 1117 ZL Luchthaven Schiphol  
 The Netherlands  
 Telefone: +31 (0)20 6498113  
 Fax: +31 (0)20 6488476  
 Website: <http://www.klmcargo.com>

Cargolux Airlines International S.A.  
 P. O. Box 7689 - 1118 LE Schiphol-Zuidoost  
 The Netherlands  
 Telefone: +31 (0)20 4057490  
 Fax: +31 (0)20 4057494  
 Correio eletrônico: [cargolux@worldonline.nl](mailto:cargolux@worldonline.nl)

BAX Global Logistics B.V.



P.O. Box 193 - 3000 AD Roterdã – The Netherlands  
Telefone: +31 (0)180 446600  
Fax: +31 (0)180 411585  
Website: <http://www.baxglobal.com>

Danzas AEI  
P.O. Box 7547 - 1118 ZG Schiphol-Zuid - The Netherlands  
Telefone: +31 (0)20 3169032  
Fax: +31 (0)20 3169254  
Website: <http://www.danzasaei.com>

GeoLogistics b.v.  
Koolhovenlaan 100 - 1119 NH Schiphol Rijk  
The Netherlands  
Telefone: +31 (0)10 2812832 – Fax: +31 (0)10 2812810  
Website: <http://www.geo-logistics.com>

Road Air Distribution B.V.  
P.O. Box 45 - 2180 AA Hillegom – The Netherlands  
Telefone: +31 (0) 252535792 – Fax: +31 (0) 252535799  
Website: <http://www.roadair.com>

TNT Nederland B.V.  
P.O. Box 99456 - 3990 NA Houten – The Netherlands  
Telefone: +31 (0)30 6398398  
Fax: +31 (0)30 6397312  
Website: <http://www.tnt.com>

## 10. Inspeção de cargas

Belastingdienst - Directie Douane  
(Diretoria de Alfândega dos Países Baixos, Informações  
sobre impostos de importação)  
P.O. Box 50964 - 3007 BG Rotterdam  
The Netherlands  
Telefone: +31 (0)10 2904949  
Fax: +31 (0)10 2904894  
Correio eletrônico: [redactie@belastingdienst.nl](mailto:redactie@belastingdienst.nl)  
Website: <http://www.belastingdienst.nl>

Plantenziektenkundige Dienst (PD)  
(Serviço de Proteção de Plantas: inspeções fitossanitárias)  
Postbus 9102 - 6700 HC Wageningen – The Netherlands

Telefone: +31 (0)317 496911  
Fax: +31 (0)317 421701  
Website: <http://www.minlnv.nl/pd/>



## II – FRETES E COMUNICAÇÕES COM BRASIL

### 1. Informações sobre transportes

Para obter informações atualizadas e específicas sobre taxas de transporte, tanto entre o Brasil e os Países Baixos quanto dentro dos Países Baixos, consultar as companhias listadas no Anexo I, 9.

### 2. Comunicação: Tarifas

#### Telefone

**KPN Telecom: Taxas atuais (Novembro 2002):**

Taxa inicial: € 0.10

Por minuto: € 0.576 (a telefones móveis: € 0.838)

#### Telegramas

Desde 2001, KPN Telecom não mais oferece serviços de telegrama.

#### Telex

Ver tarifas de telefone

#### Fax

Ver tarifas de telefone

### Correspondência Postal

**Cartas para Brasil** (TPG Post: Taxas em 1-1-2002, em €)

Peso	Prioritária	Standard
0-20 gr.	0,75	0,65
20-50 gr.	1,50	1,05
50-100 gr.	2,25	1.45
100-250 gr.	4,50	2,90
250-500 gr.	9,00	5,50
500-1 kg.	17,00	8,00
1-2 kg.	20,00	11,00

### Pacotes para o Brasil

(TPG Post: Taxas atuais em 1-1-2002, em €)

Peso	Prioritária	Standard	Econômico
0-2 kg	22,00	16,00	13,50
2-5 kg.	27,00	20,00	18,00
5-10 kg.	48,00	40,00	28,00
10-15 kg.	80,00	62,00	37,50
15-20 kg.	105,00	84,00	48,00



### III – INFORMAÇÕES PRÁTICAS

#### Linguagem de Comunicação

Normalmente, o inglês pode ser utilizado em correspondências comerciais. Entretanto, nem todos os holandeses entendem inglês e para a revenda do produto, é essencial providenciar publicidade, rotulagem e instruções de uso em Holandês.

#### Transporte

A carteira de motorista internacional é aceita. Algumas ruas da cidade possuem vias especiais para bicicletas. A prioridade na passagem é dos veículos que entram pela direita, ao menos que estejam saindo de uma garagem. Nas ruas marcadas com losangos de cor laranja, não há necessidade de dar passagem. O limite de velocidade dentro das cidades é de 50 km por hora e nas autopistas é de cerca de 120 km por hora.

A maior parte das cidades nos Países Baixos tem bons sistemas de transporte (trens, ônibus, bondes), com preços razoáveis. Táxis estão disponíveis em todos os lugares e a tarifa é comparável com a de outras cidades europeias.

#### Saúde

Os serviços médicos são excelentes e os hospitais se comparam aos dos EUA. As necessidades médicas básicas podem ser supridas rapidamente, e materiais especiais podem ser obtidos, normalmente, em curto período. A qualidade da água potável é excelente, a maioria dos fármacos está disponível, e o saneamento está no padrão americano.

#### Horário comercial

Normalmente, o horário comercial vai das 8:30h às 17:30h, de segunda a sexta-feira. O horário bancário vai das 9:00h às 16:00h. Algumas repartições públicas funcionam das 8:30h às 16:00h.

#### Feriados Públicos (2003)

- 1º de Janeiro - Reveillon.
- 18 de abril - Sexta-feira Santa.
- 20 de abril - Páscoa.
- 30 de abril - Dia da Rainha.
- 5 de maio - Dia da Liberação Nacional.
- 8 de junho - Ascension Day.
- 9 de junho - Whit Monday.
- 25-26 de dezembro - Natal.

#### Passaporte / Visto

A validade do passaporte deve se estender, ao menos, por 3 meses após o último dia planejado da visita.

Visto: o visto é exigido para estadas superiores a 3 meses.

#### Vacinas

Febre amarela: Exige-se o certificado de vacinação contra febre amarela dos viajantes com mais de 6 meses de idade que venham de áreas infectadas.

#### Moradia



Normalmente, é difícil encontrar moradia e o valor do aluguel varia muito. Em muitos locais, é mais fácil encontrar alojamentos mobiliados que sem mobília. O termo “sem mobília” (“unfurnished”) deve ser interpretado literalmente. Frequentemente o inquilino deve providenciar instalações elétricas, forno, geladeira, aquecedor de água, armários, etc. Normalmente o proprietário se responsabiliza apenas pelos consertos externos; a manutenção e consertos internos costumam ser pagos pelo inquilino. Pode ser necessário contratar um corretor imobiliário (makelaar), embora seus honorários sejam elevados. Uma licença de moradia é necessária para ocupar algumas casas e apartamentos, sendo que o proprietário pode lhe informar sobre este assunto. Esteja atento ao fato que compromissos verbais são considerados contratos legalmente vinculantes.

Hotéis próximos ao aeroporto Schiphol:

- Dorint Airport - Hotel Amsterdam Schiphol  
*Telefone: +31 (0) 20 6588111,*  
*Fax: +31 (0) 20 658 8100,*  
*Correio eletrônico: sales@dha.dorint.nl*
- Golden Tulip Schiphol  
*Telefone: +31 (20) 6550550, F*  
*ax: +31 (0)20 6534999,*  
*Correio eletrônico: sales@gtschiphol.goldentulip.nl*
- Hilton Amsterdam Airport Schiphol  
*Telefone: +31 (0)20 7104000,*  
*Fax: +31 (0)20 7104080,*  
*Correio eletrônico: schiphil@cistron.nl*
- Hotel Ibis Amsterdam Airport B.V.  
*Telefone: +31 (0)20 5025100,*

*Fax: +31 (0)20 6570199,*  
*Correio eletrônico: h0649@accor-hotels.com*

- Hotel Mercure Amsterdam Airport  
*Telefone: +31 (0)20 6179005,*  
*Fax: +31 (0)20 6159027,*  
*Correio eletrônico: h1315@accor-hotels.com*

- Sheraton Amsterdam Airport Hotel & Conference Center  
*Telefone: +31 (0)20 3164300,*  
*Fax: +31 (0)20 3164399,*  
*Correio eletrônico: Sales\_Amsterdam@sheraton.com*

Outras informações

- Com as facilidades da comunicação telefônica, chamadas internacionais são frequentemente o melhor método de marcar horários e manter sólidas relações comerciais.
- O fuso horário dos Países Baixos é o tempo médio de Greenwich +1.
- A corrente elétrica é uma corrente alternante, 50 ciclos, 220 volts.
- Ter horário marcado é uma exigência e espera-se que os visitantes sejam pontuais.

**BIBLIOGRAFIA**

Para a elaboração do presente estudo foram consultadas várias fontes de informações e dados estatísticos sobre os Países Baixos, entre os quais destacam-se:

**a) Fontes oficiais:**

- Central Bureau voor de Statistiek - CBS
- CPB – Centraal Planbureau
- De Nederlandsche Bank (DNB)

**b) Fontes internacionais:**

- FMI. International Financial Statistics-IFS, August 2002, Vol. LV, nº 8
- FMI: Direction of Trade Statistics-DOTS, Yearbook 2001, Quarterly June 2002
- OCDE: Main Economic Indicators

CRÉDITOS
----------



MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES  
Departamento de Promoção Comercial  
Divisão de Informação Comercial  
Brasília, 2002

Coleção: Estudos e Documentos de Comércio Exterior  
Série: Como Exportar  
CEX: 98

Elaboração: Ministério das Relações Exteriores - MRE  
Departamento de Promoção Comercial - DPR  
Divisão de Informação Comercial - DIC  
Embaixada do Brasil em Haia  
Setor de Promoção Comercial - Secom

Coordenação: Divisão de Informação Comercial

Distribuição: Divisão de Informação Comercial

Os termos e apresentação de matérias contidas na presente publicação não traduzem expressão de opinião por parte do MRE sobre o "status" jurídico de quaisquer países, territórios, cidades ou áreas geográficas e de suas fronteiras ou limites. Os termos "desenvolvidos" e "em desenvolvimento", empregados em relação a países ou áreas geográficas, não implicam tomada de posição oficial por parte do MRE.

#### **Direitos reservados.**

O **DPR**, que é titular exclusivo dos direitos de autor (\*), permite sua reprodução parcial, desde que a fonte seja devidamente citada.

(\*) Este guia foi registrado no Escritório de Direitos Autorais da Fundação Biblioteca Nacional  
ISBN 85-98712-19-1