

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Escola de Administração

Roberto Maino

**OPORTUNIDADES E BARREIRAS PARA A
INTERNACIONALIZAÇÃO DE PEQUENAS E MÉDIAS
EMPRESAS: O CASO DOS CLIENTES DA AGÊNCIA
BAIRRO CRUZEIRO EM CAXIAS DO SUL, RS**

**Caxias do Sul - RS
2009**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Escola de Administração

Roberto Maino

**OPORTUNIDADES E BARREIRAS PARA A
INTERNACIONALIZAÇÃO DE PEQUENAS E MÉDIAS
EMPRESAS: O CASO DOS CLIENTES DA AGÊNCIA
BAIRRO CRUZEIRO EM CAXIAS DO SUL, RS**

Trabalho de conclusão do Curso de Especialização apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Administração.

Orientador: Prof. Paulo Cesar Delayti Motta

Caxias do Sul - RS
2009

Roberto Maino

**OPORTUNIDADES E BARREIRAS PARA A
INTERNACIONALIZAÇÃO DE PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS:O
CASO DOS CLIENTES DA AGÊNCIA BAIRRO CRUZEIRO EM
CAXIAS DO SUL, RS**

Conceito final:

Aprovado em..... dede.....

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. – Instituição

Prof. Dr. – Instituição

Prof. Dr. – Instituição

Orientador: Prof. Paulo Cesar Delayti Motta

SUMÁRIO

1	Introdução.....	09
1.1	Questão de Pesquisa.....	10
1.2	Objetivos.....	10
1.2.1	Objetivo Principal.....	10
1.2.2	Objetivos Específicos	10
2	BANCO DO BRASIL.....	12
2.1	Empresa e sua história.....	12
2.2	Agência Bairro Cruzeiro e o Comércio Internacional.....	12
3	COMÉRCIO INTERNACIONAL – COMEX.....	14
3.1	Comércio Exterior Brasileiro.....	14
3.1.1	Estrutura Administrativa.....	15
3.2	Organismos Internacionais.....	16
3.3	Barreiras ao Livre Comércio	18
3.4	Incoterms.....	19
3.5	Nomenclatura e Classificação de Mercadorias.....	20
3.6	Modalidades de Pagamento.....	21
3.6.1	Pagamento Antecipado.....	21
3.6.2	Remessa sem saque ou remessa direta.....	21
3.6.3	Cobrança documentária.....	22
3.6.4	Carta de crédito ou crédito documentário.....	22
3.7	Acordos Comerciais.....	24
3.7.1	ALADI e MERCOSUL.....	24
3.7.2	Outros Mercados.....	28
3.8	Canais de Distribuição.....	32
3.9	Transportes internacionais.....	34
4	MECANISMOS DE APOIO AO COMEX.....	42
4.1	Programas, Produtos e Serviços do Banco do Brasil.....	42
4.1.1	Incentivos Fiscais à Exportação - Linhas do Banco do Brasil.....	51
4.1.2	Drawback.....	52
4.1.3	Programa de Financiamento às Exportações.....	58

4.1.4 Seguro de Credito à Exportação	62
4.1.5 Sistema de Pagamentos em Moedas Locais (SML).....	64
5 METODOLOGIA.....	66
5.1 Tipo de Pesquisa.....	66
5.2 O Método <i>Survey</i>	66
5.3 População e Amostra.....	67
5.4 Caracterização da Amostra	67
5.5 Coleta dos Dados.....	67
6 ANÁLISE DOS DADOS	69
6.1 Conclusões e recomendações.....	71
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	72
ANEXOS.....	73

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Estrutura do Comércio Exterior Brasileiro.....	15
---	----

RESUMO

A presente pesquisa aborda principalmente as oportunidades e as barreiras para a internacionalização de pequenas e médias empresas, sendo baseada no perfil de pessoas jurídicas que são clientes da agência Bairro Cruzeiro do Banco do Brasil. A relevância deste estudo está, portanto, no fato de se fazer uma pesquisa diretamente com os clientes e na aplicação de um questionário específico para a coleta de informações. Estas informações possibilitaram um maior entendimento dos fatores que são relevantes e determinantes na escolha de um projeto para o início ou até mesmo a continuidade dos negócios internacionais. A amostra foi obtida a partir dos clientes desta agência que de alguma forma podem ou poderiam participar do comércio exterior, seja exportando ou importando bens ou serviços. Os resultados obtidos a partir dos cruzamentos dos dados mostram que foi possível estabelecer um perfil dos clientes, bem como subsidiar informações de como os gerentes podem realizar negócios internacionais com estas empresas.

ABSTRACT

This research consists mainly of the opportunities and barriers of internationalization of small and medium companies based on profiles of legal entities that are clients of Banco do Brasil – Agência Bairro Cruzeiro. The relevance of this study is, therefore, on the fact to research directly with customers and apply a specific questionnaire to collect information. These information enable a better understanding of facts that are relevant and determinant to choose a project to start or even to continue international business. The sample was obtained from clients of this agency that somehow are able to develop foreign trade by exporting or importing products or services. The results achieved by data crossing show that it was possible to establish a customers profile as well as contribute with information for managers of how they can develop international business with these companies.

INTRODUÇÃO

Este trabalho foi desenvolvido para analisar as principais oportunidades e barreiras na inserção das pequenas e médias empresas, clientes da Agência Bairro Cruzeiro, Caxias do Sul, RS, no cenário internacional. Estas empresas são notadamente geradoras de empregos e renda locais, mas a atuação no fluxo de comércio mundial ainda é pouco significativa. Atualmente, apenas 11% das empresas potencialmente exportadoras ou importadoras clientes desta agência atuam, direta ou indiretamente no COMEX o que exige uma preparação específica e um planejamento estratégico, apesar da tendência de crescimento da intensificação do comércio entre países.

Os próprios números do comércio exterior brasileiro mostram claramente essa tendência. Segundo o Guia Banco do Brasil de Exportação 2009(2009) em 1950, o Brasil exportou US\$ 1,4 bilhão e a projeção das exportações brasileiras em 2009 aponta para a cifra de US\$ 200 bilhões.

O ambiente extremamente competitivo e de muitas incertezas que caracteriza o cenário econômico atual tem provocado grandes mudanças, pressionando as empresas, entre outras ações, a buscar novos mercados. A inserção no comércio exterior significaria para essas empresas a oportunidade para crescer e para criar valor, isto é, para aumentar o seu desempenho em termos de lucratividade.

Apesar das muitas possibilidades, assim como os clientes desta agência, Rocha (2001) constatou serem poucas as empresas brasileiras internacionalizadas. A autora apontou quatro fatores que poderiam explicar este comportamento: fator geográfico, ambiental, motivacional e cultural. O fator geográfico se evidenciaria pelas extensas fronteiras brasileiras, na sua maioria com intransponíveis obstáculos naturais, e pelo isolamento lingüístico brasileiro dentro da América do Sul. O fator ambiental seria decorrente de fatores macroeconômicos (abertura da economia, câmbio, formação de blocos econômicos e aumento da demanda agregada) e de aspectos políticos brasileiros. O fator motivacional estaria, por sua vez, associado à falta de interesse por mercados externos ou à preferência pelo mercado doméstico, manifestada por grande parte das empresas brasileiras. Por fim, haveria o fator

cultural, que apresentaria duas dimensões no caso brasileiro: a percepção da distância psicológica para outros países e o papel da família como instituição social. Segundo Rocha (2001), os brasileiros, de forma geral, tenderiam a se ver mais distantes do que próximos da maioria dos outros povos levando a um desinteresse, por parte dos empresários, por mercados externos, que também tenderiam a não expandir as suas empresas e a não se associar a sócios externos, inclusive para não perder o controle familiar do empreendimento, limitando assim o seu acesso a mercados externos.

Estes fatores são evidenciados fortemente nas pequenas e médias empresas, que na sua maioria ainda são administradas pelas famílias que as fundaram. Mesmo localizadas em uma região onde o comércio internacional está enraizado nas grandes indústrias, esses clientes têm um desempenho pouco significativo se comparado ao potencial da região.

1.1 QUESTÃO DE PESQUISA

- POR QUE OS CLIENTES DA AGÊNCIA BAIRRO CRUZEIRO NÃO TÊM O PERFIL EXPORTADOR OU IMPORTADOR?
- QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS BARREIRAS ENFRENTADAS POR ESTE GRUPO PARA A INSERÇÃO NO COMEX?
- QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS OPORTUNIDADES QUE O COMEX OFERECE?
- COMO MUDAR ESSA REALIDADE?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Principal

Verificar as causas da pouca participação das MPEs de Caxias do Sul, RS, no mercado internacional e que são clientes da Agência Bairro Cruzeiro do Banco do Brasil

1.2.2 Objetivos Específicos

- Verificar as razões para a pouca participação das MPEs clientes da Agência Bairro Cruzeiro do Banco do Brasil no COMEX
- Identificar e descrever os programas e/ou ações do Banco do Brasil de apoio à participação no COMEX, além de regras gerais para a participação no COMEX.
- Verificar se as MPEs clientes da Agência Bairro Cruzeiro conhecem ou tem interesse em conhecer os programas e/ou ações do Banco do Brasil de suporte ao COMEX.

2 O BANCO DO BRASIL

2.1 Empresa e sua história

Segundo o site www.bb.com.br, com 24,6 milhões de clientes correntistas, 15,1 mil pontos de atendimentos em 3,1 mil cidades e 22 países, o Banco do Brasil é hoje a maior instituição financeira do País, atendendo a todos os segmentos do mercado financeiro.

Em 200 anos de existência, o primeiro banco a operar no País coleciona histórias de pioneirismo e liderança. Foi o primeiro a entrar para a bolsa de valores; a lançar cartão de múltiplas funções; a lançar o serviço de *mobile banking*, a se comprometer com uma Agenda 21 Empresarial e a aderir aos Princípios do Equador. O Banco do Brasil hoje é líder em ativos, depósitos totais, câmbio exportação, carteira de crédito, base de correntistas, rede própria de atendimento no país, entre outros.

Essas vitórias são resultado dos investimentos em tecnologia, do treinamento de 82,5 mil funcionários, da estratégia de segmentação dos mercados, do atendimento especializado e da busca constante por eficiência. Tudo isso, aliado à tradição da Empresa, fez do Banco do Brasil uma organização ágil, moderna e competitiva, com capacidade de atender as mais diversas demandas de negócios do País.

2.2 A Agência Bairro Cruzeiro e o Comércio Internacional

A Agência Bairro Cruzeiro esta situada em Caxias do Sul – RS e foi inaugurada em 05/2004 por apenas 05 funcionários. Atualmente, conta com 11 colaboradores, além de duas estagiarias e uma telefonista. É dividida em três setores, pessoa física, pessoa jurídica e suporte. Cada setor é responsável por uma parte do atendimento conforme segmentação dos clientes do Banco do Brasil.

O setor de pessoa jurídica é composto por dois gerentes, um assistente e um escrivão e atende todas as empresas e também seus dirigentes em qualquer

demanda relacionada aos seus negócios com o Banco do Brasil. Dentre estes assuntos esta o Comércio Exterior que apesar da pouca quantidade de negócios com o Banco, centraliza quase que 100% do movimento realizado pelos clientes desta agência.

3 COMÉRCIO INTERNACIONAL (COMEX)

3.1 Comércio Exterior Brasileiro

Historicamente, o comércio exterior sempre serviu de mola propulsora para a economia nacional e fonte de recursos do governo para momentos de crise. Segundo o Guia Banco do Brasil de Exportação 2009, na atual conjuntura econômica, o setor assume papel estratégico na Política de Desenvolvimento Produtivo (PDP), que estabeleceu metas de crescimento para o período de 2007 a 2010.

O objetivo central da PDP é dar sustentabilidade ao atual ciclo de expansão da economia brasileira. Para que a atual conjuntura favorável permaneça – mesmo em face dos riscos derivados da crise financeira mundial – são necessárias políticas públicas para consolidar a confiança na capacidade de crescer e que promovam a competitividade de longo prazo. Quatro desafios devem ser enfrentados: ampliar a capacidade de oferta, preservar a robustez do Balanço de Pagamentos, elevar a capacidade de inovação e fortalecer as micro e pequenas empresas (MPE).

Nesse âmbito, o governo federal considera necessário, além de outras medidas favoráveis à atividade econômica nacional, sustentar uma taxa elevada de expansão das exportações, estimulando os setores que já apresentam bom desempenho e buscando uma maior diversificação da pauta exportadora para fortalecer a contribuição dos mercados externos como fonte de demanda.

Para amplificar os efeitos competitivos e distributivos positivos do atual ciclo de expansão no longo prazo, também é vital abrir espaço para novos atores, alargando as condições de acesso a mercados para as MPEs. Esta é uma condição básica para induzir um maior crescimento do emprego e da inclusão social no País.

O comércio exterior possui papel estratégico na PDP. Das quatro macro metas estabelecidas pela Política, duas dizem respeito diretamente ao segmento: ampliação da participação das exportações brasileiras no comércio mundial e do número de MPEs exportadoras.

3.1.1 Estrutura Administrativa

Os órgãos que compõem a estrutura do comércio exterior brasileiro podem ser classificados por área de atuação. Alguns tratam dos interesses brasileiros no exterior e outros são responsáveis pela condução dos assuntos reguladores e gerenciais do comércio exterior. Estão vinculados ao Ministério das Relações Exteriores (MRE), Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) e Ministério da Fazenda, conforme mostra a Figura 1 abaixo:

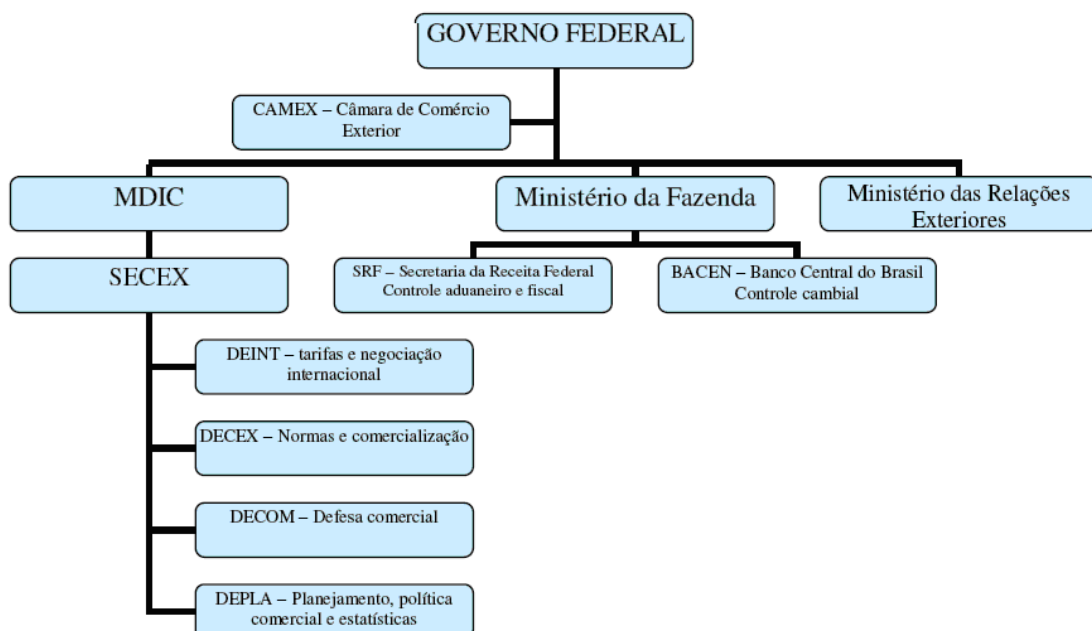


Figura 1 - Estrutura do Comércio Exterior Brasileiro
Fonte: Guia Banco do Brasil para Exportação 2001 Pg 39.

Segundo o Guia Banco do Brasil para Exportação 2001 (2001), alguns produtos, por sua natureza ou pela finalidade da operação, estão sujeitos à anuência prévia para exportação por parte de órgãos especializados. Os órgãos autorizados a atestar o cumprimento das condições para fins de licenciamento das exportações são: Agência Nacional de Petróleo (ANP), Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), Banco Central do Brasil (BACEN), Comissão Nacional de Energia Nuclear (CNEN), Comando do Exército, Comissão de Coordenação do Transporte Aéreo Civil (COTAC), Departamento de Operações de Comércio Exterior (DECEX), Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM), Departamento de Polícia

Federal (DPF), Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA), Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), Ministério da Defesa e Banco do Brasil (por delegação da SECEX).

3.2 Organismos Internacionais

Segundo o Guia Banco do Brasil de Exportação 2009 (2009), os organismos internacionais voltados para o comércio entre os países fazem parte da estrutura das Nações Unidas (ONU). Desde outubro de 1945, a organização busca atingir os seus objetivos de manter a paz e a segurança internacionais, garantir a justiça e o respeito aos direitos humanos, promover o progresso social e elevar o nível de vida dentro de um amplo conceito de liberdade. Todos esses temas estão intimamente ligados à questão do comércio, que participa como instrumento essencial para a concretização dos objetivos supracitados.

A ONU foi fundada após a 2ª Guerra Mundial com as funções principais de incrementar as relações entre as nações, promover o progresso social, melhorar o padrão de vida e o direito humano no mundo. Os 192 países que fazem parte da organização se unem sob a égide da “Carta da ONU”, um tratado internacional que declara os direitos e deveres dos membros da comunidade internacional.

A Organização Mundial do Comércio (OMC) é o órgão responsável pelas regras no comércio internacional, estabelecidas nos acordos resultantes das rodadas de negociação realizadas por seus países-membros. Seu objetivo é efetivar a crescente liberalização mundial do comércio através da redução das barreiras tarifárias e não-tarifárias aos fluxos de bens e serviços. Atua como fórum para a gradativa regulamentação das trocas comerciais, de forma a garantir direitos aos seus membros. Tem também a prerrogativa para a mediação dos entendimentos para a solução de controvérsias entre os países em casos de contenciosos comerciais. Sua principal característica é o multilateralismo, ou seja, os benefícios decorrentes das suas negociações devem atingir os países em escala global.

Antes da criação da OMC, em 1995, o General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) era o acordo que tratava do sistema multilateral de comércio desde 1947.

O Banco Mundial foi fundado em 1º de julho de 1944 por uma conferência de representantes de 44 governos em Bretton Woods, New Hampshire, EUA, tendo

como missão financiar a reconstrução dos países devastados durante a Segunda Guerra Mundial. Hoje, com 185 países membros, a tarefa do Banco é erradicar a pobreza nos países em desenvolvimento por meio de financiamento e empréstimos a juros baixos. O Banco Mundial é composto de dois órgãos cujo papel é ampliar a visão de uma globalização inclusiva e sustentável e auxiliar os países pobres no seu desenvolvimento: o Banco Internacional para a Reconstrução e o Desenvolvimento (BIRD) e a Associação Internacional de Desenvolvimento (AID). O BIRD tem o seu foco em países pobres de renda média e bons antecedentes de crédito. A AID se dedica aos países mais pobres do mundo ao quais oferece empréstimos sem juros e outros serviços.

Há também o Grupo Banco Mundial. Para diferenciar o Banco Mundial do Grupo Banco Mundial basta entender que o primeiro é composto de duas Instituições e o segundo de cinco, sendo que o BIRD e a AID participam dos dois. As três instituições que compõem o Grupo são a Corporação Financeira Internacional (IFC), a Agência Multilateral de Garantia de Investimentos (AMGI) e o Centro Internacional para Arbitragem de Disputas sobre Investimentos (CIADI). O IFC tem como objetivo promover o investimento sustentável do setor privado dos países em desenvolvimento e prestar assistência técnica e de assessoramento a governos e empresas dessas nações. A AMGI estimula investimentos estrangeiros nos países em desenvolvimento oferecendo garantia contra prejuízos causados por riscos comerciais. Além disso, ajuda os países a divulgar oportunidades de investimento por meio de assistência técnica. Mediante conciliação ou arbitragem, a CIADI promove instalações para a resolução de disputas referentes a investimentos entre investidores estrangeiros e os seus países anfitriões.

Outra organização internacional importante é o Fundo Monetário Internacional (FMI) sendo que a sua principal tarefa é zelar pela estabilidade do sistema monetário internacional pela promoção da cooperação e consulta de assuntos monetários entre os seus 184 países membros. O Fundo, por meio de concessão de recursos temporários, objetiva evitar que os balanços de pagamentos e sistemas cambiais dos países membros entrem em desequilíbrio e prejudiquem a expansão do comércio e dos fluxos de capitais internacionais. Também favorece a progressiva eliminação das restrições cambiais nos países membros. O FMI surgiu na Conferência de Breton Woods, em 1945 e, como o BIRD, é um dos pilares da ordem econômica internacional.

Na estrutura das Nações Unidas, merecem destaque como órgãos relacionados ao comércio o International Trade Centre (ITC) e a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (United Nations Conference on Trade and Development - UNCTAD) que é o ponto focal nas Nações Unidas de integração entre comércio e desenvolvimento, bem como questões a eles relacionadas nas áreas de investimento, finanças, tecnologia, desenvolvimento empresarial e sustentável. Promove a integração das economias em desenvolvimento e se tornou uma referência em conhecimento sobre comércio. Seu trabalho visa dar suporte a debates políticos e planejamento estratégico voltados para o desenvolvimento dos países. Possui três funções principais: atua como fórum para deliberações intergovernamentais; empreende pesquisas, análises políticas e coleta dados sobre comércio; e oferece assistência técnica adequada às necessidades específicas dos países em desenvolvimento.

O International Trade Centre (ITC) é uma agência de cooperação técnica da OMC e da UNCTAD, de orientação empresarial, para o desenvolvimento do comércio. Dá suporte às economias em transição, particularmente aos seus setores produtivos, num esforço para identificar seus potenciais em operações de exportação e importação. Atua em seis áreas: produtos e mercados, serviços de suporte ao comércio, informações de comércio, recursos humanos, compras internacionais e gestão de suprimentos. Além dessas atividades, participa ainda da identificação de necessidades e da elaboração de programas de promoção de comércio exterior.

3.3 Barreiras ao Livre Comércio

A participação cada vez mais intensa dos países em desenvolvimento no comércio internacional provocou pressões protecionistas nos países desenvolvidos, com a proliferação das barreiras tarifárias (imposto de importação, por exemplo) e, sobretudo, das barreiras não-tarifárias (como as cotas de importação), que afetam sensivelmente as exportações dos países emergentes. Segundo Keegan e Green (1999), barreiras não-tarifárias são quaisquer forma de impedir ou dificultar a comercialização de mercadorias oriundas de outro país.

Como forma de protecionismo, a barreira tarifária é menos combatida porque as regras estão bem definidas em função das alíquotas concedidas. Os problemas

mais sérios no campo das barreiras não-tarifárias são as práticas que discriminam o produto estrangeiro, controladas direta ou indiretamente pelo governo, e que tendem a restringir ou alterar o volume, a composição dos produtos e o destino do comércio internacional. (GUIA BANCO DO BRASIL DE EXPORTAÇÃO, 2009).

São exemplos de barreiras não-tarifárias:

- proibição da importação em caráter geral ou seletivo, ou em função da origem;
- cotas de importação (em quantidade ou valor);
- exigência de depósitos compulsórios;
- controles de preços;
- controles cambiais;
- exigência quanto a embalagens ou marcas de origem;
- regulamentações sanitárias;
- normas de qualidade (aplicada a produtos, serviços ou meio-ambiente);
- normas e especificações técnicas;
- regras de segurança industrial.

3.4 INCOTERMS

A Câmara de Comércio Internacional (CCI) criou regras para administrar conflitos oriundos da interpretação de contratos internacionais firmados entre exportadores e importadores concernentes à transferência de mercadorias, às despesas decorrentes das transações e à responsabilidade sobre perdas e danos. Em 1936, a CCI instituiu os International Commercial Terms (INCOTERMS). Os Termos Internacionais de Comércio, inicialmente, foram empregados nos transportes marítimos e terrestres e a partir de 1976, nos transportes aéreos. Mais dois termos foram criados em 1980 com o aparecimento do sistema intermodal de transporte que utiliza o processo de unitização da carga. Em 1990, adaptando-se ao intercâmbio informatizado de dados, uma nova versão dos INCOTERMS foi instituída contendo treze termos.

Desde 01.01.2000 está em vigor o INCOTERMS 2000, que leva em consideração o recente crescimento das zonas de livre comércio, o aumento das comunicações eletrônicas nas transações comerciais e mudanças nas práticas relativas ao transporte de mercadorias, como explicita LUZ (2006, p. 412)

Nos INCOTERMS 2000 há referência à responsabilidade quanto aos riscos e à responsabilidade quanto aos custos. A responsabilidade quanto aos riscos se refere ao momento de entrega da mercadoria. Esta responsabilidade é do vendedor até o momento em que se considera ocorrida a entrega. Já a responsabilidade quanto aos custos diz respeito ao momento até o qual o vendedor tem que despende valores com a mercadoria.

3.5 Nomenclatura e classificação de Mercadorias

Com o objetivo de facilitar as negociações comerciais e comparações estatísticas internacionais, vários países decidiram se reunir ao Conselho de Cooperação Aduaneira para definir um padrão de nomenclatura de produtos que recebeu o nome de Nomenclatura do Conselho de Cooperação Aduaneira (NCCA).

Em 1983, este padrão foi revisto e adaptado às evoluções ocorridas, gerando o que ficou conhecido como Sistema Harmonizado (SH), que entrou em vigor no Brasil em 1989, acrescido de especificações regionais. Por este sistema, toda referência a uma mercadoria deve ser expressa em um número de seis dígitos, sendo que os dois primeiros se referem ao capítulo, os dois subseqüentes à posição da mercadoria no capítulo e os demais às suas especificações.

Atualmente o sistema possui 96 capítulos e 5.019 códigos de produtos. Os capítulos são ordenados por ordem crescente de participação humana na criação de bens, sendo o primeiro destinado a animais vivos e o último a obras de arte. Para atender às necessidades regionais, o SH permite a inclusão de dígitos aos seis preexistentes. Foi o que aconteceu quando se formou o MERCOSUL, com a inclusão de outros dois dígitos, com a criação da chamada Nomenclatura Comum do MERCOSUL (NCM), que foi criada em 1994 e desde 1997 é a base utilizada pelo Brasil em todas as operações de comércio exterior. A estrutura da NCM é a seguinte:

Capítulo: representada pelos dois primeiros dígitos

Posição: identificada pelos quatro primeiros dígitos

Subposição Simples: representada pelo quinto dígito

Subposição Composta: representada pelo sexto dígito

Item: é a subdivisão da NCM, representado pelo sétimo dígito

Subitem: é a subdivisão do item, representado, no código, pelo oitavo dígito

3.6 Modalidades de Pagamento

As modalidades de pagamento determinam a maneira pela qual o exportador receberá o pagamento pela sua venda ao exterior. As mais utilizadas no comércio internacional são pagamento antecipado, remessa direta ou sem saque, cobrança documentária e carta de crédito (crédito documentário).

A forma de recebimento das divisas é estabelecida no contrato de compra e venda internacional, ou o equivalente. É influenciada pelas condições de mercado e pelo grau de confiança entre as partes não só empresas, mas também bancos e países envolvidos. Assim, a negociação da modalidade de pagamento deve ser resultado da análise de fatores relacionados ao comprador e ao seu país de origem, ao produto, à margem de lucro desejada, à possibilidade de financiamento, aos controles do governo etc. (GUIA BANCO DO BRASIL DE EXPORTAÇÃO, 2001).

3.6.1 Pagamento antecipado

O Pagamento Antecipado é aquele realizado antes do embarque da mercadoria. Implica risco para o comprador, pois não há a garantia de que a mercadoria será embarcada pelo vendedor. Costuma ocorrer entre empresas coligadas e na venda de produtos fabricados sob encomenda, pois representa uma garantia contra o cancelamento do pedido. São mais freqüentes os casos de pagamento antecipado parcial. As razões para a escolha dessa modalidade podem ser:

- a) financiar o exportador para a produção da mercadoria, principalmente na venda de máquinas e equipamentos feitos sob encomenda;
- b) mercadorias de valor reduzido tais como: livros, assinaturas de publicações, medicamentos etc;
- c) transações com países importadores de elevado risco, sem estabilidade política, econômica e financeira.

3.6.2 Remessa sem saque ou remessa direta

O exportador embarca a mercadoria e envia diretamente ao importador todos os documentos da operação. O importador, ao receber os documentos, promove o

desembaraço da mercadoria na alfândega e, posteriormente, providencia a remessa das divisas para pagamento da operação. Nessa modalidade, o risco para o importador é nulo, pois o pagamento somente é efetuado depois de recebida a mercadoria. O risco para o exportador, entretanto, é pleno, pois a mercadoria foi entregue ao comprador sem nenhuma garantia de pagamento.

Por estar baseada única e exclusivamente na confiança que o exportador deposita no importador, essa modalidade tem sido utilizada entre clientes tradicionais ou empresas interligadas (filiais e suas matrizes).

3.6.3 Cobrança documentária

Após o embarque da mercadoria, os documentos relativos à exportação são encaminhados a um banco no exterior por meio de um banco no Brasil. Entre os documentos, está a letra de câmbio, também denominada "saque" ou "cambial", emitida pelo exportador contra o importador. O pagamento pode ser à vista ou a prazo, conforme negociado. Na cobrança à vista, a mercadoria só pode ser retirada pelo importador após a remessa das divisas. No caso da cobrança a prazo, o importador só retira os documentos para desembaraço se "aceitar", ou seja, assinar, manifestando concordância, a cambial que lhe será apresentada para pagamento na época oportuna.

3.6.4 Carta de crédito ou crédito documentário

A carta de crédito, também conhecida por crédito documentário, é uma modalidade de pagamento bastante usual porque oferece maior garantia tanto para o exportador quanto para o importador. Pode ser definida como uma ordem de pagamento condicional, emitida por um banco – a pedido do seu cliente importador – em favor de um exportador, que somente faz jus ao recebimento das divisas referentes a uma venda externa se cumprir todas as exigências estipuladas na carta de crédito. Assim, o exportador tem o recebimento da venda garantido por dois ou mais bancos e o importador a certeza de que só haverá o pagamento se as suas exigências forem cumpridas.

A carta de crédito é uma alternativa para o exportador que não quer assumir os riscos comerciais de uma operação, pois ela confere ao banco a responsabilidade pelo pagamento, mediante o cumprimento dos termos e condições do crédito.

Os riscos políticos também podem ser eliminados ou reduzidos se for utilizada uma carta de crédito confirmada. Neste tipo de crédito, um outro banco, geralmente fora do país do importador, confirma a garantia dada pelo banqueiro emissor do crédito. Na prática, se o banqueiro emissor não puder pagar por qualquer motivo, inclusive político (moratória), o banqueiro confirmador pagará em seu nome.

A Carta de Crédito (Letter of Credit - L/C) pode ser emitida para pagamento à vista ou a prazo. Por se constituir em uma garantia bancária, acarreta custos adicionais para o importador, que paga taxas e comissões para a abertura do crédito, além de contragarantias exigidas pelo banqueiro emissor. Na negociação de crédito deve-se observar o conceito e porte do banco emissor. Existem muitos bancos pequenos e regionais. Os bancos mais tradicionais e de grande patrimônio são considerados de primeira linha.

Mesmo após a emissão, a carta de crédito pode sofrer alterações, chamadas de emendas, que somente terão validade se forem aceitas por todas as partes intervenientes no crédito: banqueiro emissor, banqueiro confirmador, tomador do crédito e beneficiário.

A Câmara de Comércio Internacional (CCI) estabeleceu normas para a emissão e a utilização de créditos documentários, consubstanciadas na Publicação nº 500 - "Regras e Usos Uniformes para Créditos Documentários", aceitas internacionalmente.

São intervenientes em uma carta de crédito de exportação:

- a) banco emissor ou instituidor (*issuing bank*): é responsável pela abertura do crédito no exterior em favor do exportador e pela condução da operação;
- b) banco avisador (*advising bank*): é o banqueiro da praça do exportador a quem cabe comunicar a abertura do crédito ao exportador, mediante verificação preliminar da autenticidade do crédito sob aviso;
- c) importador (*applicant*): é o tomador do crédito;
- d) exportador (*beneficiary*): é o beneficiário da carta de crédito;
- e) banco negociador (*negotiating bank*): é o banqueiro responsável pelo pagamento ao exportador;

- f) banqueiro confirmador (*confirming bank*): é o banco que assume o compromisso de pagamento ao beneficiário, incondicionalmente;
- g) banqueiro reembolsador (*reimbursement bank*): é o banco responsável pelo pagamento do crédito ao banqueiro negociador.

3.7 Acordos Comerciais

Segundo o Guia Banco do Brasil para Exportação 2001 (2001), negociar um acordo comercial é ampliar o acesso aos mercados externos, por meio de maiores preferências para seus produtos com capacidade real ou potencial de exportação. As preferências tarifárias, geralmente conhecidas como margens de preferência, representam percentuais ou descontos incidentes sobre a alíquota do imposto de importação vigente para terceiros países, sobre determinado produto, no país outorgante.

Na prática, há melhoria nas condições de acesso dos produtos nos mercados das partes contratantes, preços mais competitivos, margem de lucro ampliada, estímulo para aumento de capacidade instalada, entre outros benefícios.

Dessa forma, o exportador pode negociar com o importador estrangeiro em condições mais competitivas, beneficiando-se da redução tributária auferida pelo importador.

Os diferentes tipos de acordos e as informações estão à disposição dos agentes comerciais brasileiros no Departamento de Negociações Internacionais (DEINT), da Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), que dentre outras atribuições, orienta os exportadores e importadores nas atividades de comércio exterior, conduzidas ao amparo de acordos internacionais subscritos pelo Brasil.

3.7.1 Aladi e Mercosul

[Associação Latino-Americana de Integração \(ALADI\)](#)

Segundo o Guia Banco do Brasil para Exportação 2001 (2001), a Associação Latino-Americana de Integração (ALADI), instituída pelo Tratado de Montevideu, em 1980, visa a implantação, de forma gradual e progressiva, de um mercado comum latino-americano. Reúne doze países, classificados de acordo com suas

características econômico-estruturais: de menor desenvolvimento econômico relativo (Bolívia, Equador, Paraguai), de desenvolvimento intermediário (Chile, Colômbia, Cuba, Peru, Uruguai, Venezuela) e demais países (Argentina, Brasil, México).

Os Acordos existentes no âmbito da ALADI são os de Alcance Parcial ou Regional, diferindo entre si pela totalidade ou não de signatários entre os países-membros da Associação. Os Acordos de Alcance Parcial (AAPs) são aqueles que não contam com a participação da totalidade dos países-membros da ALADI, sendo utilizados para aprofundar o processo de integração regional, através de sua progressiva multilateralização. Os principais são: - AAPs de Renegociação das Preferências Outorgadas no período 1962/1980 (transição da extinta Associação Latino-Americana de Livre Comércio - ALALC): bilaterais, conhecidos simplesmente como Acordos de Alcance Parcial onde seus direitos e obrigações são aplicados, exclusivamente, aos países que os subscrevem.

- AAPs de Complementação Econômica: são os chamados Acordos de Complementação Econômica (ACEs). Podem ser multi ou bilaterais, contendo dispositivos de política comercial mais amplos que os abrangidos pelos AAPs de Renegociação.

- AAR nº 4: Acordo de Alcance Regional que estabelece uma Preferência Tarifária Regional (PTR), segundo as categorias de países, aplicada sobre toda a nomenclatura, exceto aos produtos constantes das listas de exceções individualizadas por país. No caso do Brasil as preferências são as seguintes: outorga 14% ao Peru, 20% ao México, 28% à Colômbia, Cuba, e Venezuela e 40% ao Equador; recebe 6% do Peru, 8% do Equador, 12% de Colômbia, Cuba e Venezuela e 20% do México.

Apesar de os acordos de complementação econômica subscritos pelo Brasil/Mercosul incorporarem cronogramas e/ou preferências fixas cujas condições de acesso preferencial aos mercados se fazem sob patamares mais privilegiados, não tem sido possível revogar as disposições do AAR nº 4, que poderia ser utilizado para que exportadores/importadores usufríssem de preferências pactuadas em seu escopo, dado o regime mais flexível em termos de regras de origem.

- Acordos de Alcance Regional de Abertura de Mercados: conhecidos como Listas de Abertura de Mercados (LAMs), visam promover um nivelamento econômico regional por meio de concessões unilaterais, outorgadas aos países de menor desenvolvimento econômico relativo pelos demais.

Além destes, o Artigo 25 do Tratado de Montevideu/80 prevê a assinatura de Acordos com outros países e áreas de integração da América Latina. Neste contexto, Brasil e Guiana subscreveram o Acordo de Alcance Parcial nº 38, que entrou em vigor em maio de 2004, estabelecendo preferências fixas de 15%, 25%, 50%, 75%, 85% e 100% em produtos de interesse das partes.

O Regime de Origem da ALADI encontra-se disposto na Resolução nº 252, a qual foi internalizada no Brasil por meio do Decreto nº 3.325, de 30/12/1999 (BRASIL, 1999).

Para que as mercadorias possam beneficiar-se dos tratamentos preferenciais negociados nos acordos assinados no marco do Tratado de Montevideu de 1980, deverão qualificar-se como "originárias", conforme estabelecido no Regime de Origem de cada acordo.

É importante observar que o Regime Geral de Origem da ALADI se aplica aos Acordos Regionais e aos Acordos de Alcance Parcial que são expressamente sujeitos a esse Regime. Entretanto, a maioria dos Acordos de Alcance Parcial conta com um Regime de Origem próprio, isto é, diferente do acordado na ALADI.

No que se refere aos critérios para qualificação de origem, o Regime Geral de Origem da ALADI é mais flexível que o do Mercosul, pois permite que os produtos tenham 50%, no mínimo, de conteúdo regional e, para os países de menor desenvolvimento econômico relativo, 40%.

Segundo o Guia Banco do Brasil para Exportação 2001 (2001), o Mercado Comum do Sul (Mercosul) foi instituído pelo Tratado de Assunção, em 26/03/1991. Seus membros são: Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai. A parte comercial foi regulamentada por meio de um Acordo de Complementação Econômica (ACE nº 18), no âmbito da ALADI, da qual todos os Estados Partes são membros.

O objetivo do Mercosul é constituir um Mercado Comum entre os países integrantes, por meio de: livre circulação de bens, serviços e fatores de produção; eliminação das barreiras tarifárias e não-tarifárias no comércio entre os países membros; adoção de uma Tarifa Externa Comum (TEC) e coordenação das políticas macroeconômicas setoriais. A TEC é composta das alíquotas de importação e da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM). Foi implantada pelos Estados Partes a partir de 01/01/1995. Com a adoção plena da TEC, a importação de produtos de países não-participantes do Mercosul, efetuada pelos membros do bloco, está sujeita à mesma alíquota de imposto de importação.

Durante o processo de integração entre os países no Mercosul, foi autorizada a manutenção de algumas exceções pontuais à TEC, de modo a permitir a superação gradual de dificuldades referentes a certos produtos e setores. Atualmente, no Brasil, as exceções à TEC permitidas pelo Mercosul são:

- Lista de Exceções (antiga Lista Básica) com 100 produtos – vigência até 31/12/2008.
- Em decorrência do término da vigência da Lista de Convergência de Bens de Informática e de Telecomunicações, deixam de ser assinaladas com o sinal gráfico “#” as alíquotas dos códigos do Anexo IV da Resolução CAMEX no 42, de 26 de dezembro de 2001.
- Regime de “Ex-Tarifários” para Bens de Capital (BK) e Bens de Informática e Telecomunicações (BIT).

O Regime Geral de Origem do Mercosul define as normas, as disposições e as decisões administrativas a serem aplicadas pelos Estados Partes a fim de qualificação e determinação do produto originário; emissão dos certificados de origem; verificação e controle; sanções por adulteração ou falsificação dos certificados de origem ou pelo não cumprimento dos processos de verificação e controle. No Regime Geral de Origem, são considerados originários:

- a) os produtos elaborados integralmente no território de qualquer um dos Estados Partes quando em sua elaboração forem utilizados, única e exclusivamente, materiais originários dos Estados Partes;
- b) os produtos em cuja elaboração forem utilizados materiais não originários dos Estados Partes, quando resultantes de um processo de transformação que lhes confira uma nova individualidade, caracterizada pelo fato de estarem classificados em uma posição tarifária (primeiros quatro dígitos da Nomenclatura Comum do Mercosul) diferente à da NCM dos mencionados materiais;
- c) nos casos em que o requisito estabelecido no item anterior não possa ser cumprido porque o processo de transformação operado não implica mudança de partida tarifária (primeiros quatro dígitos da Nomenclatura Comum do Mercosul), será suficiente que o valor CIF (Custo, Seguro e Frete) porto de destino ou CIF porto marítimo dos insumos de terceiros países não exceda 40% do valor FOB (Livre a Bordo) das mercadorias de que se trate;
- d) os produtos resultantes de operações de ensamblagem ou montagem realizadas no território de um país do Mercosul, utilizando materiais originários de terceiros

países, quando o valor CIF porto de destino ou CIF porto marítimo desses materiais não exceda a 40% do valor FOB;

e) os bens de capital que cumprirem com um requisito de origem de 60% de valor agregado regional;

f) os produtos sujeitos a requisitos específicos de origem.

É importante informar que o Regime de Origem do Mercosul foi consolidado em um só instrumento, o XLIV Protocolo Adicional ao ACE nº 18, o qual incorpora a Decisão CMC nº 1/04, restando apenas que tal Protocolo seja incorporado ao ordenamento jurídico dos Estados Partes do Mercosul.

3.7.2 Outros mercados

[Comunidade Andina \(CAN\)](#)

Segundo o Guia Banco do Brasil para Exportação 2001 (2001), o Acordo de Complementação Econômica de nº 39 foi assinado, em 1999, entre o Brasil e quatro dos integrantes da Comunidade Andina de Nações (Colômbia, Equador, Peru e Venezuela). Tal acordo previa a concessão de preferências fixas entre as partes e tinha uma vigência inicial de apenas dois anos, embora tenha sofrido seguidas prorrogações até a assinatura do recente acordo de livre comércio entre Mercosul e Colômbia, Equador e Venezuela e do acordo entre Mercosul e Peru.

O ACE-39 será substituído pelos novos acordos de Complementação Econômica nº 58 e 59 (Mercosul - Peru e Mercosul - Colômbia, Equador, Venezuela, respectivamente). Tal substituição já ocorreu em relação à Colômbia, Equador e Venezuela.

ACE nº 58 Acordo Mercosul – Peru

O Acordo Mercosul - Peru, uma vez em vigor, dará início ao processo de desgravações tarifárias, de forma a estabelecer uma área de livre comércio entre Mercosul e Peru. O programa de liberalização comercial do Acordo prevê como regra geral (Cronograma Geral) uma desgravação em oito anos para Brasil e Argentina ao passo que o Peru terá dez anos para promover sua desgravação. Tratamento diferenciado é dado aos produtos do Patrimônio Histórico - PH (preferências estabelecidas nos acordos bilaterais, subscritos ao amparo do TM/80-ALADI), para os quais Brasil e Argentina efetuarão uma desgravação entre quatro e seis anos, dependendo da preferência anterior, enquanto o Peru os desgravará em

dois, cinco e dez anos, de acordo com o PH. O Peru terá ainda uma lista de itens sensíveis, os quais desgravará em 12 ou 15 anos. Finalmente há uma lista de produtos para os quais haverá desgravação imediata.

Com o objetivo de regulamentar a aplicação do programa de liberalização comercial estabelecido no Acordo, estão previstas ainda as seguintes regras e procedimentos:

- regras de origem aplicáveis ao comércio preferencial;
- trato nacional a ser dispensado aos produtos comercializados;
- aplicação de medidas antidumping e compensatórias;
- regulamentação de subsídios à exportação;
- regime de salvaguardas;
- regime de solução de controvérsias;
- valoração aduaneira;
- incidência de normas e regulamentos técnicos;
- formação da Comissão Administradora do Acordo
- adesões de terceiros países;
- eventual denúncia do acordo;
- eventuais emendas e adições ao acordo.

ACE nº 59 – Mercosul - CAN (Colômbia, Equador, Venezuela)

O acordo de livre comércio entre Mercosul e Comunidade Andina (aqui compreendidos Colômbia, Equador e Venezuela) entrou em vigor em fevereiro de 2005. Argentina, Brasil, Uruguai, Colômbia, Equador e Venezuela já incorporaram o acordo a seus ordenamentos jurídicos, restando apenas o Paraguai. Pelo novo Acordo, o comércio entre Brasil e Colômbia, Equador e Venezuela alcançará uma quase total desgravação de mercadorias num prazo máximo de 15 anos. O Acordo prevê como regra geral (Cronograma Geral) uma desgravação em oito anos para o Brasil, ao passo que os andinos terão 12 anos para promover a desgravação. Tratamento diferenciado é dado aos produtos do Patrimônio Histórico (PH), para os quais o Brasil efetuará uma desgravação em até seis anos, dependendo da preferência anterior, enquanto os andinos os desgravarão em até dez anos, de acordo com o PH. Os dois lados puderam estabelecer listas de produtos sensíveis que terão desgravação de até 15 anos. Finalmente, há um conjunto de produtos para os quais haverá desgravação imediata.

Na mesma linha do acordo entre Mercosul e Peru, e visando regulamentar a aplicação do programa de liberalização comercial foram definidas ainda as seguintes regras:

- de origem aplicáveis ao comércio preferencial;
- trato nacional a ser dispensado aos produtos comercializados;
- aplicação de medidas *antidumping* e compensatórias;
- regulamentação de subsídios à exportação;
- regime de salvaguardas;
- regime de solução de controvérsias;
- valoração aduaneira;
- incidência de normas e regulamentos técnicos;
- formação da Comissão Administradora do acordo;
- adesões de terceiros países;
- eventual denúncia do acordo;
- eventuais emendas e adições ao acordo.

O Acordo de Complementação Econômica nº 59, internalizado no Brasil pelo Decreto nº 5.361, de 31/01/2005, tem regime de origem e modelo de certificado próprios. O regime de origem encontra-se no Anexo IV do Acordo e o modelo do certificado no Apêndice I ao Anexo IV.

Com relação aos requisitos específicos de origem, nas exportações do Brasil para a Colômbia, o Equador e a Venezuela deverão ser observados os seguintes apêndices ao Anexo IV:

- Apêndice 3.4 - requisitos bilaterais acordados entre a República Federativa do Brasil e a República da Colômbia;
- Apêndice 3.5 - requisitos bilaterais acordados entre a República Federativa do Brasil e a República do Equador;
- Apêndice 3.6 - requisitos bilaterais acordados entre a República Federativa do Brasil e a República da Venezuela.

Cuba

Em 22/12/1999, firmou-se o ACE nº 43, entre Brasil e Cuba, com vigência inicial de três anos, a partir de 01/01/2000. Mediante o 2º Protocolo Adicional, o mesmo passou a ter vigência prorrogada, automaticamente, por anualidades sucessivas, até que entre em vigor Acordo de Complementação Econômica entre o Mercosul e Cuba, que o substitua.

O ACE nº 43 já mereceu em três oportunidades ampliações e aprofundamentos das preferências nele estabelecidas. O acordo é bastante simples, possuindo uma parte normativa e três anexos, um com as preferências outorgadas pelo Brasil, outro com as outorgadas por Cuba, e o último com o Regime de Origem. Como não abrange todo o universo tarifário, aos produtos que não constarem de seus anexos deve ser aplicada a preferências oferecida pela PTR.

O regime de origem é mais brando que o dos demais acordos, pois o índice de nacionalização estabelecido é de 50%, não devendo o preço CIF dos materiais não originários exceder 50% do preço FOB de exportação da mercadoria.

Em agosto de 2002, foi subscrito o Acordo de Complementação Econômica nº 53 entre Brasil e México, que estabelece preferências fixas a cerca de 800 itens Naladi/SH 96.

O regime de origem do ACE nº 53 encontra-se disposto no Capítulo IV, internalizado no Brasil por meio do Decreto nº 4.383, de 23/09/2002. Os requisitos específicos de origem estão estabelecidos no Anexo II do referido Acordo.

No ACE nº 53 é importante notar que, em toda mercadoria que seja elaborada com a utilização de materiais não-originários, o exportador deverá observar o requisito específico presente no Anexo II. Além disso, para fins da determinação da origem de um material a ser incorporado em uma mercadoria sujeita às disposições deste Acordo, que não esteja incluído no Anexo I (lista de bens contemplados pelo ACE nº 53) e para o qual não seja definida regra específica no Anexo II, aplicar-se-ão os artigos primeiro e segundo da Resolução nº 252 do Comitê de Representantes da Associação Latino-Americana de Integração.

Logo em seguida, em 05/11/2002, foi assinado o Acordo de Complementação Econômica nº 55, subscrito entre Mercosul e México, que estabelece a conformação de uma área de livre comércio para os produtos automotivos, bens novos, compreendidos nos códigos da Naladi/SH, com as respectivas descrições:

- a) automóveis;
- b) veículos com peso bruto total até 8.845 kg (comerciais leves, chassis com motor, cabina e carroceria para estes veículos, caminhões e chassis com motor e cabina com peso bruto total até 8.845 kg);
- c) tratores agrícolas, colheitadeiras, máquinas agrícolas autopropulsionadas e máquinas rodoviárias autopropulsionadas;

d) autopeças para os produtos automotivos listados nas alíneas anteriores, inclusive as destinadas ao mercado de reposição.

3.8 Canais de Distribuição na Exportação

Existem duas modalidades de exportação, que definem de que forma o exportador vai comercializar e distribuir seus produtos no mercado internacional, segundo o Guia Banco do Brasil para Exportação 2001 (2001).

Na exportação direta a comercialização ocorre entre o fabricante e um distribuidor no exterior ou diretamente com o consumidor final. O exportador é responsável por todo o processo de venda, tais como fazer contatos, avaliar riscos, fechar os negócios, preparar a mercadoria e embarcá-la. A principal característica deste tipo de exportação é a não intervenção de outras empresas no processo de venda. Essa modalidade permite maior controle por parte do exportador.

As principais formas de comercialização direta são vendas pelos Correios (no caso de volumes pequenos), pela internet, através de associações de exportadores, *rock jobbing* (o exportador vende dentro da loja do importador e assume os custos), vendedor, agente ou até instalação de escritório no exterior, nos casos em que o volume de vendas compense os custos com a manutenção do mesmo. Existem vários tipos de agentes:

- Agente comissionado: Atua fazendo a ligação entre o exportador e o importador, mediante comissão. É ideal quando a empresa tem fluxo regular de vendas para um grande número de clientes, porém a quantidade ainda não justifica a manutenção de um escritório no exterior. A taxa de comissão do agente é proporcional à responsabilidade que ele assume pelo risco total ou parcial do credor;
- Agente distribuidor: Atua mediante comissão, na venda de máquinas e equipamentos. Conforme contrato com o exportador, também fica encarregado pela venda de peças e sobressalentes e auferir lucro nessas vendas;
- Agente que compra para revender;
- Agente exportador: Adquire produtos do fabricante e revende para clientes no exterior. Além de fazer contato com os clientes, assume toda a responsabilidade pelos riscos da transação. Geralmente há um acordo entre o exportador e o agente para que não haja concorrência em determinadas áreas;
- Distribuidor: Faz aquisição de produtos do exportador e os revende com lucro.

Tem direitos exclusivos de comercialização em determinados territórios e todos os pedidos devem ser feitos por intermédio dele. O distribuidor pode ainda firmar acordo com o agente exportador que compra o produto no fabricante e dá direito de revenda aos distribuidores;

- Agente que trabalha para compradores;

- Escritórios de compra: Os escritórios de compra são estabelecidos em centros comerciais importantes no Brasil, pelas grandes empresas estrangeiras preocupadas em abastecimento tempestivo, em produtos de alta qualidade exigidos pelos seus clientes e em busca de novos produtos. Os escritórios, além de efetuarem os pedidos, cuidam dos trâmites de transportes e do pagamento;

- Agente especializado em serviços de exportação;

- Agente aduaneiro: Encarrega-se do desembaraço das mercadorias e também do trâmite e retirada de documentos alfandegários.

Na exportação indireta as vendas são realizadas mediante a interveniência de uma empresa no Brasil, que adquire as mercadorias no mercado interno para exportação. Essas empresas podem ser:

- a) trading companies;

- b) empresas comerciais exportadoras;

- c) empresas comerciais de atividade mista (que operam tanto nas atividades de mercado interno como de importação e exportação);

- d) cooperativas ou consórcios de fabricantes ou exportadores;

- e) indústrias cuja atividade comercial da exportação seja desenvolvida com produtos fabricados por terceiros.

As *trading companies* e as comerciais exportadoras são empresas que compram mercadorias no mercado interno para exportação. As diferenças entre elas estão em alguns aspectos administrativos. As vantagens de se utilizar esses canais de distribuição são:

- Ausência de custos de pesquisa e detecção de mercados;

- Eliminação de despesas na elaboração de documentos de exportação;

- Segurança no recebimento do valor da venda, que é cursada em moeda nacional.

A definição quanto ao canal de distribuição depende das características da empresa e do mercado a ser atendido. Para esta definição, o exportador também deve levar em conta as vantagens e desvantagens em utilizar os vários tipos de

intermediários disponíveis (suas funções, serviços e remuneração) ou em negociar diretamente com os consumidores finais.

3.9 Transportes internacionais

A questão do transporte é crucial para o comércio exterior. Segundo o Guia Banco do Brasil de Exportação 2009 (2009), sua oferta pode ser originada por razões econômicas, sociais ou políticas, como diferenças geográficas, especialização manufatureira, economias de escala, política de coesão nacional visando desenvolver regiões menos favorecidas, políticas exteriores e outras.

O transporte interfere diretamente em um dos aspectos fundamentais da competitividade internacional da empresa: a formação de preço. Seus custos e sua agilidade podem favorecer as operações de comércio exterior ou, em contrapartida, torná-las inviáveis.

A crescente internacionalização das economias tem gerado uma mudança significativa nas formas de produção e comercialização dos produtos. Há uma tendência crescente para atendimento cada vez mais eficiente à demanda, o que exige que as empresas trabalhem com estoques e prazos de entrega reduzidos. Existem alguns fatores a serem analisados, como:

- Pontos de embarque e de desembarque
- Custos relacionados com embarque, desembarque, cuidados especiais, frete até o ponto de embarque, frete internacional, manuseio etc.
- Urgência na entrega.
- Características da carga: peso, volume, formato, dimensão, periculosidade, cuidados especiais, refrigeração etc.
- Possibilidades de uso do meio de transporte, tais como disponibilidade, freqüência, adequação, exigências legais.

O transporte requer controle específico dentro do planejamento traçado, por envolver aspectos financeiros, comerciais e operacionais. Deve-se levar em conta o volume, a freqüência dos fretes, a área, as opções disponíveis e a assessoria.

O exportador ou importador pode designar uma empresa especializada para transporte de mercadoria ou, por sua conta, procurar o tipo de traslado mais adequado para atender o pedido do seu parceiro. Deve escolher o melhor meio de entrega, de acordo com a natureza da mercadoria e com os prazos estabelecidos.

Aconselha-se a revisão periódica dos respectivos contratos. Na análise, deve-se considerar a rapidez, a segurança e o menor custo.

No caso da exportação, definidas as condições de transporte com o importador, o exportador deve providenciar, com antecedência, a reserva de praça para carga no meio de transporte selecionado, devendo ser preservado um bom relacionamento com o agente de transporte.

O transporte internacional pode ser realizado pelos meios marítimo, terrestre, aéreo ou pela combinação destes meios (intermodalidade e multimodalidade). A escolha ideal deve suprir as necessidades, tanto do exportador como do importador.

O intermodal caracteriza-se, basicamente, pelo transporte da mercadoria em duas ou mais modalidades, em uma mesma operação, onde cada transportador emite um documento e responde, individualmente, pelo serviço que presta. No caso de problemas com a carga, como danos e avarias, o embarcador recorre apenas contra o transportador responsável por aquele momento do transporte.

A intermodalidade pode reduzir custos de outros modais mais onerosos em locais de entrega da mercadoria que não podem ser atingidos por um único meio de transporte, dependendo da proporcionalidade da distância e de outros fatores representados por cada um deles.

Já na multimodalidade, a Lei nº. 9.611/98, de 20/02/1998 (Brasil,1998), disciplina a utilização dos serviços de transporte multimodal. A opção vincula o percurso da carga a um único documento de transporte, designado Documento ou Conhecimento de Transporte Multimodal, independente das diferentes combinações de meios de transporte, como por exemplo, ferroviário e marítimo.

Além de propiciar melhor aproveitamento dos equipamentos, a multimodalidade resulta na maior eficiência dos serviços de transporte de carga, com menores custos, maior agilidade e confiabilidade de entrega.

Nesta modalidade, o transporte é realizado pelo Operador de Transporte Multimodal (OTM), também entendido como qualquer empresa que se proponha a assumir a responsabilidade por um transporte total. O OTM responde sozinho pela carga em caso de danos ou avarias em qualquer etapa do transporte e é quem terá o direito de recorrer contra seus transportadores subcontratados.

A multimodalidade constitui instrumento de grande importância para pequenos exportadores e importadores. O OTM trabalha com a carga de diversos

deles, o que lhe confere maior poder de barganha perante a transportadores, armazéns etc. São algumas vantagens da utilização da multimodalidade :

- Permite manipulação e movimentação mais rápida da carga.
- Garante maior proteção à carga, reduzindo riscos de danos e avarias.
- Diminui os custos de transporte a partir da unitização e consolidação da carga.
- Estimula a competitividade com o comércio internacional cuja prática é amplamente difundida entre os países desenvolvidos.
- Melhora a qualidade do serviço prestado, pela utilização de operadores responsáveis e de serviços de transporte eficientes.

Também o transporte rodoviário se caracteriza pela facilidade na entrega da mercadoria, realizando ligações entre o transporte multimodal e intermodal. Essas ligações objetivam buscar os produtos para exportação na fonte e embarcar em outros modais ou o inverso, no caso das importações, entregando na porta os produtos trazidos por outros modais. É recomendável para curtas e médias distâncias. Proporciona agilidade e flexibilidade tanto no deslocamento de cargas, isoladas ou em conjunto com outras, e também na integração de regiões.

A simplicidade de funcionamento deste meio de transporte permite, em qualquer ocasião, os embarques urgentes. Outras vantagens são: entrega direta e segura dos bens ao importador, manuseio mínimo da carga (pois o caminhão segue lacrado até ao destino), entrega rápida em distância curta, embalagens mais simples e baixo custo. Quando as mercadorias têm como destino terceiros países, não limítrofes, está previsto um regime aduaneiro especial, denominado despacho para trânsito aduaneiro. Ele permite que ocorra o trânsito por terceiros países sem o recolhimento dos tributos, que deverá ocorrer apenas no país de destino. Brasil, Argentina, Bolívia, Paraguai, Uruguai, Chile e Peru assinaram o Convênio sobre Transporte Internacional Terrestre, regulamentando a movimentação de carga por rodovias e os procedimentos referentes aos assuntos aduaneiros, migratórios, de seguros e operacionalidade do sistema.

No Mercosul o transporte rodoviário é regulamentado pelo sistema de licenças ou permisos, que exige que as empresas sejam cadastradas para comercializar pelo bloco.

O transporte ferroviário internacional é feito por vagões tracionados por locomotivas que, sobre trilhos, percorrem trajetos devidamente delineados, portanto, sem flexibilidade de percursos e presos a caminhos únicos. As ligações mais

comuns são entre países limítrofes e podem ser utilizadas também as ferrovias em outros países. A agilidade do transporte ferroviário não se compara à do rodoviário pois as cargas, geralmente, têm de ser levadas a ele. Algumas vantagens do transporte ferroviário:

- custo menor de transporte;
- reduzida poluição ambiental;
- executa viagens sem problemas de congestionamento;
- existência de terminais de carga próximo às fontes de produção;
- proporciona o transporte de grande quantidade de mercadoria de uma só vez.

O modal ferroviário é apropriado para transporte de mercadorias agrícolas a granel, minérios, derivados de petróleo e produtos siderúrgicos. Comporta também o tráfego de contêineres, o que permite o transporte de mercadorias de maior valor agregado.

O transporte marítimo representa a maior parte dos serviços internacionais de movimentação de carga. Apresenta bastante segurança, sendo mínimos os problemas de navegação e perda da carga. É o meio mais utilizado no comércio exterior porque se caracteriza pelo baixo custo. Nas operações CFR e CIF, a indicação do navio é feita pelo exportador, cabendo ao importador esta indicação no caso das operações FOB.

O exportador deve certificar-se de que o transporte da mercadoria vai contar com uma malha portuária automatizada e com boa capacidade de carga e descarga, o que possibilita uma diminuição nos custos. Neste tipo de transporte, o frete representa o montante recebido pelo armador como remuneração pelo transporte da carga. Para se conseguir melhor preço o ideal é fechar um contrato com reserva de espaço.

A consolidação da carga marítima consiste no embarque de diversos lotes de cargas, mesmo que de diferentes agentes embarcadores, com pagamento de fretes a valores proporcionais aos espaços ocupados efetivamente pelos respectivos volumes embarcados.

A implantação da consolidação documental da carga marítima possibilita a redução do custo do transporte para o exportador/importador. Desse modo, o embarcador pode arcar apenas com a taxa representativa da fração do espaço utilizado, prática conhecida no exterior como boxrate, permitindo aos agentes consolidadores de carga fracionar o custo total do contêiner entre os interessados.

Além da agilidade e eficiência advindas da consolidação da carga, acelerando o seu deslocamento a custo menor, outro benefício é o de promover concorrência entre os agentes consolidadores, através da inevitável transferência de parte das diferenças de fretes obtidas com os armadores para os exportadores.

As companhias de navegação oferecem diversos tipos de serviço, como o pacote de serviços, caracterizando o mercado de transporte conforme a área geográfica abrangida pelas linhas.

Os navios comerciais são operados de diversas maneiras:

- Conferenciado - oferecido regularmente, com periodicidade e rotas determinadas, mediante pagamento de tarifa única, pelas companhias marítimas que fazem parte das conferências de fretes (Europa, América do Norte, Extremo Oriente);
- Outsiders (regulares) - armadores independentes, que não fazem parte das conferências de fretes, das quais são concorrentes diretos e com custos mais competitivos. Atuam, na maioria das vezes, em linhas fixas, mas não estão sujeitos à regularidade de freqüência;
- Tramps (irregulares) - barcos não pertencentes às conferências de fretes, nem tampouco fazem rota fixa. Não cumprem roteiro ou programação pré-determinados. Os graneleiros, na maioria dos casos, enquadram-se nesta categoria. O valor do transporte é estabelecido mediante acordo entre armadores e o proprietário da mercadoria;
- Bilaterais - são acordos comerciais em que há obrigatoriedade e reciprocidade de transporte por navios de dois países. O Brasil tem acordos firmados com vários países. Há, ainda, navios exclusivos dos fabricantes dos produtos que transportam.

A tarifa de frete é baseada no peso (tonelada) ou no volume (cubagem). O armador cobra o que for mais conveniente para auferir receita. Quando não está identificada, será cobrada como Tarifa Geral, que é mais elevada. Para se evitar maiores custos, deve-se combinar previamente o frete com a agência marítima do armador ou com a Conferência de Fretes.

Quanto aos custos portuários, os países seguem modelos tarifários próprios, alguns agregando taxas não correspondentes a prestação de serviços como, por exemplo, concernentes à utilização dos faróis de navios, outros valendo-se da cobrança pela utilização dos portos calculada na tonelagem bruta ou porte do navio.

Entre as despesas incidentes na movimentação das cargas nos portos, as exportações incorrem na taxa de capatazia, cobrada pela utilização das instalações

portuárias e a estiva, taxa devida pela arrumação das cargas no navio com utilização do equipamento de bordo. São tipos de movimentação:

- House to house - mercadoria colocada em contêiner na sede do exportador e entregue na do consignatário.
- Pier to pier - movimentação entre os dois terminais marítimos.
- Pier to House e/ou House to pier - mercadoria armazenada em terminal marítimo que, ao ser embarcada, é colocada em contêiner por exigência do exportador ou por conveniência do navio; mercadoria retirada das instalações do exportador em contêiner. para ser descarregada no terminal marítimo, e não no endereço do consignatário.

O armador é a empresa que responde pela carga desde o momento em que esta é recebida até sua entrega ao destinatário. Os navios utilizados para o transporte podem ser de sua propriedade ou não.

O agente marítimo é o representante do armador nos portos e faz o elo deste com o embarcador ou o destinatário da mercadoria. Entre muitas funções, providencia a venda de espaço do navio para transporte de carga.

Outro a operar na navegação é o Non-Vessel Operating Common Carrier (NVOCC), um armador sem navios. No Brasil, ele não é regulamentado, ao contrário do que ocorre em países como os Estados Unidos.

Os portos correspondem aos pontos fixos de origem e destino do transporte aquaviário. Devem possuir estrutura adequada para receber os navios na carga e descarga das mercadorias.

No Brasil, são administrados pelas empresas estatais, mas com atividades exercidas pelos operadores portuários privados, criados pela lei nº 8.630/93, e concessionários dos terminais portuários. Os terminais são, em geral, especializados em determinadas cargas, com exceção dos terminais de contêineres.

O porto, assim como seus terminais, é composto por cais e berços, que são os locais onde os navios atracam para realizar suas operações. Possuem equipamentos como empilhadeiras, guindastes e esteiras, além das equipes de trabalhadores especializados para cada tipo de tarefa.

De acordo com a definição da International Standard Organization (ISO), os contêineres são cofres de carga móvel, desenhados para o transporte multimodal, aptos para o uso reiterado, dotados de marcas e sinais de identificação. Em geral, são constituídos de aço, em razão do baixo custo e da resistência do material. Há

ainda contêineres de alumínio e madeira com fibra de vidro. Há contêineres especializados para cada tipo de carga. Variam principalmente quanto às medidas internas e externas, máximo peso bruto de utilização, tara e capacidade. A partir de sua utilização, as cargas passaram a ser entregues com maior rapidez, segurança e com redução no frete oceânico. As vantagens cobrem as duas partes envolvidas em um negócio. Para os embarcadores e receptores ocorrem reduções na manipulação das mercadorias, diminuindo a incidência de avarias e roubos e possibilitando redução nos custos de seguros e embalagens, além da diminuição nos custos de carga e descarga.

Já o transporte aéreo, em razão da velocidade, é utilizado para pequenas cargas e que tenham urgência na entrega. Os fatores básicos de segurança, ética e operacionalidade estão estabelecidos nas normas da International Air Transport Association (IATA) e em acordos e convenções internacionais. Este modal tem as seguintes características:

- Crescente aumento de frotas e rotas;
- Maior rapidez no transporte;
- Ideal para envio de mercadorias com pouco peso ou volume e alto valor;
- Muito eficaz no transporte de amostras;
- Eficácia comprovada na prioridade de entrega (urgência);
- Acesso a determinados mercados, difíceis de alcançar por outros meios de transporte;
- Redução dos gastos de armazenagem.

Para quase todos os embarques, são necessários os Agentes de Carga - IATA. Eles são os intermediários entre as empresas aéreas e os usuários. Para atuação neste ramo de negócio, precisam ser propostos por uma empresa aérea, reconhecidos e credenciados pela IATA e pelo Departamento de Aviação Civil (DAC).

Em geral, os embarques não são negociados pelos exportadores diretamente com as empresas aéreas, exceto quando se tratar de grandes quantidades. Os interessados em enviar seus produtos para o exterior recorrem aos agentes de carga aérea, pois estes estão bem informados quanto a vôos, empresas, rotas, vagas em aeronaves, fretes e têm facilidades em obter descontos nos fretes com a consolidação ou unitização de cargas. Os agentes auferem rendimentos com a cobrança de taxas de expedientes.

A unitização de cargas permite melhor aproveitamento da capacidade de carga das aeronaves e redução de fretes para o usuário. Equipamentos de unitização são espécies de contêineres que permitem o transporte de cargas em lotes.

As principais vantagens e características do transporte aéreo são:

- Fretes internos menores para colocação de mercadorias nos aeroportos e agilidade no deslocamento;
 - Possibilidade de manutenção de pequeno estoque no caso de indústria que utiliza o sistema *just in time*, com embarque diário, que reduz os custos de capital de giro;
 - Entrega mais rápida de produtos perecíveis ou que tenham durabilidade mais curta;
 - A entrega rápida que funciona como marketing de venda e torna o produto mais competitivo;
 - A diminuição nos custos das embalagens, que não sofrerão muita manipulação e não precisam ser muito resistentes;
 - Facilidade e segurança no deslocamento de pequenos volumes;
 - Frete inferior ao marítimo, conforme a mercadoria, quantidade e local de origem.
- (Guia Banco do Brasil de Exportação, 2001)

4 MECANISMOS DE APOIO AO COMEX

Segundo Banco do Brasil 2004 – Informe BB edição nº 72, o Banco do Brasil é historicamente o grande apoiador do comércio exterior brasileiro e dispõe de linhas de crédito, programas, produtos e serviços, tudo com o objetivo de oferecer as melhores soluções aos negócios internacionais de seus clientes, propiciando condições de competitividade ao empreendedor nacional para expandir o comércio além-fronteiras.

4.1 Programas, Produtos e Serviços do Banco do Brasil

Ajudar a empresa em todas as fases da exportação – desde a preparação até o momento em que ela já tenha pleno domínio de todo o processo – é o objetivo do Exporta Mais, um programa de apoio à inserção de empresas no mercado externo, lançado em 2007 pelo Banco do Brasil.

O programa é voltado para micro e pequenas empresas com faturamento anual inferior a R\$ 10 milhões, que nunca tenham exportado ou cuja performance de exportação seja baixa. É oferecida ao empresário uma assessoria exclusiva, ou seja, o trabalho de um gerente de negócios internacionais com experiência e preparação necessárias para ajudá-lo a estruturar todas as etapas de suas vendas com segurança.

Esse gerente acompanha a empresa e presta assessoria técnica e operacional em comércio exterior. A idéia é inserir internacionalmente aqueles que nunca tenham exportado, mas que possuem produtos com potencial para serem negociados no mercado externo.

O Exporta Mais foi estruturado em quatro fases. A primeira é a de preparação da empresa. Implicam capacitação, estruturação e planejamento para a exportação. A etapa seguinte consiste em prospectar e selecionar importadores para seus produtos. Quando a empresa começar a exportar já vai entrar na terceira fase do programa e iniciar um trabalho para a consolidação de mercados. Este também é o momento de pensar em fazer investimentos na produção.

Na última fase os negócios com o exterior estão consolidados e representam uma parcela significativa do faturamento. A partir desse momento, a empresa já tem condições de gerenciar os processos de forma autônoma.

Além de assessoria especializada, a empresa que aderir ao programa terá acesso aos produtos e serviços de comércio exterior que o Banco do Brasil coloca à disposição de seus clientes. Entre eles, destacam-se os financiamentos, como o Adiantamento sobre Contrato de Câmbio (ACC) e o Adiantamento sobre Cambiais Entregues (ACE), e as soluções on-line, como o Balcão de Comércio Exterior e a contratação de câmbio pela internet, que oferecem agilidade e segurança na condução das operações.

Alguns serviços oferecidos pelo Exporta Mais:

- Capacitação em comércio exterior e câmbio.
- Indicação e instrução relativa à participação em feiras e exposições, no Brasil e no exterior, voltadas à exportação.
- Informações sobre produtos beneficiados pelo Sistema Geral de Preferências (SGP) e Sistema Global de Preferências Comerciais entre Países em Desenvolvimento (SGPC).
- Informações sobre Incoterms (Termos Internacionais de Comércio), taxas, financiamentos à exportação e importação, garantias bancárias e comissão de agente, classificação de produto, tratamento administrativo e formação de preço para exportação.
- Auxílio informativo sobre registro de documentos no Sistema Integrado de Comércio Exterior (SISCOMEX), modalidades de pagamento, contratação de frete e seguro internacional, prospecção de mercados, negociação com o importador e adequação de produtos para o mercado internacional.

Outro serviço oferecido pelo Banco do Brasil é a Consultoria em Negócios Internacionais do Banco do Brasil, e tem como objetivo prestar assessoramento técnico e operacional sobre negócios internacionais, no sentido de informar, esclarecer, orientar e disponibilizar soluções para as necessidades apresentadas pelas empresas que atuem ou queiram atuar no comércio exterior. Utilizando-se de sua experiência e conhecimento sobre o assunto, o BB oferece diversos serviços que possibilitam às empresas condições para vencer barreiras e ingressar no mercado internacional.

A Consultoria é mais uma solução oferecida pelo Banco que agrega conhecimento e valor nos negócios do empresário brasileiro que deseja ingressar ou participar do comércio internacional de forma segura e confiável.

Oferece os seguintes serviços, dentre outros personalizados, de acordo com as necessidades de cada cliente:

- Registros no Sisbacen – cadastro de empresas, Registro de Operações Financeiras (ROF);
- Análise do tratamento administrativo da exportação e da importação;
- Formação de preços na exportação e cálculo de custo de importação;
- Consultorias customizadas em ROF, Drawback, Importação e Exportação;
- Registro de dados, confecção de pedido e gerenciamento de operações de Drawback isenção e suspensão;
- Assessoria na condução de processos junto a órgãos reguladores do comércio exterior;
- Preenchimento de documentos - Licenças de Exportação e de Importação, Certificados de Origem, Registro de Exportação (RE) e Registro de Exportação Simplificado (RES), Registros de Venda (RV), Registro de Operação de Crédito (RC), documentos comerciais etc.
- Atendimento na própria empresa, maior segurança na condução das operações graças à experiência do Banco no mercado internacional, apoio da rede externa de agências na identificação de oportunidades comerciais e prospecção de negócios são alguns dos benefícios para os usuários da Consultoria do Banco do Brasil.

Para contribuir com o sucesso das empresas nos negócios com o exterior, o BB distribui via e-mail aos clientes e usuários da Consultoria, clipping diário extraído da mídia impressa do País, composto de seleção de notícias e informações de interesse dos exportadores e importadores brasileiros. Além disso, o empresário recebe gratuitamente o COMÉRCIO EXTERIOR Informe BB, publicação bimestral, de linguagem simples e direta que contém informações e análises atualizadas sobre o comércio internacional.

Mais um importante instrumento de capacitação, os treinamentos oferecidos pelo Banco do Brasil têm por objetivo proporcionar conhecimentos de comércio exterior e câmbio aos empresários, profissionais, estudantes e interessados em operações no mercado externo. O BB oferece os seguintes módulos de treinamento:

- Exportação I;

- Exportação II;
- Práticas Cambiais;
- Drawback;
- Financiamentos à Exportação;
- Carta de Crédito – Publicação 600;
- Importação;
- Exportação de serviços;
- Fundamentos da Proteção Financeira em Câmbio e Comércio Exterior.

Os conhecimentos são transmitidos por instrutores do Banco do Brasil que possuem expertise na área internacional. Os módulos são criados e montados para atender às necessidades das empresas, e podem ser ministrados nas dependências do Banco ou na própria empresa interessada, de acordo com a conveniência do solicitante.

O BB oferece também os treinamentos customizados, elaborados como alternativa aos módulos dos Treinamentos em Negócios Internacionais, com o objetivo de atender tempestivamente às demandas específicas de mercado e divulgar alterações na legislação que impactam significativamente o comércio exterior brasileiro.

Carta de Crédito de Exportação (aviso/confirmação/negociação): abertura de crédito documentário, onde aparecem descritas as condições em que a operação deve ser concretizada e um banqueiro se compromete, por ordem e conta de seu cliente, a pagar a mercadoria, mediante a apresentação dos documentos representativos da transação. Podemos definir a carta de crédito como sendo uma ordem de pagamento condicionada, isto é, o exportador fará jus ao recebimento se atender a todas as exigências por ela estipuladas.

O serviço é prestado aos exportadores brasileiros, com base em cartas de crédito abertas no exterior por banqueiros estrangeiros, garantindo, assim, o recebimento do valor correspondente à exportação. Quando uma das agências do BB no Brasil aceita uma carta de crédito, ela não está se comprometendo a receber diretamente do importador, mas sim do banco que a emitiu. Por isso a transação é garantida. Se o importador não pagar, o ônus passa a ser do banco que lhe deu a carta de crédito.

Cobrança de Exportação: forma de pagamento na qual o BB, apoiado em sua rede de agências externas e em seus correspondentes internacionais, remete os

documentos de cobrança para o exterior, a serem apresentados ao importador estrangeiro.

A finalidade é propiciar ao exportador o encaminhamento, por intermédio do Banco do Brasil, de documentos relativos às operações de exportação nas condições e prazos acordados entre exportador e importador.

Cartas de Garantia: são operações em que o BB se solidariza com o cliente em riscos por ele assumido. Os objetivos são viabilizar a exportação de bens e serviços brasileiros, com a garantia do Banco do Brasil, e possibilitar, ao exportador, a participação em concorrências internacionais.

As cartas emitidas pelo BB garantem, exclusivamente, operações de exportação de bens e serviços, e se apresentam nas seguintes modalidades:

- *Bid Bond* (garantia de oferta): garantem a assinatura do contrato pertinente, caso a empresa vença a concorrência pública aberta no exterior para fornecimento de bens e/ou serviços;
- *Performance Bond* (garantia de cumprimento): garantem o fiel cumprimento do contrato de exportação (fornecimento de bens e/ou serviços);
- *Refundment Bond* (garantia de reembolso): garantem o reembolso de pagamentos antecipados, efetuado pelo importador estrangeiro, no caso de não cumprimento da exportação contratada.

Balcão de Comércio Exterior: o Balcão de Comércio Exterior foi criado para simplificar e dinamizar as exportações de micro e pequenas empresas. De fácil utilização, dispensa o trânsito de papéis, comum na realização de operações com o exterior.

Com acesso pelo Portal BB ou diretamente pelo endereço eletrônico trade.bb.com.br, o Balcão agrega informações, serviços, produtos e transações para todas as etapas da exportação. Parcerias estabelecidas com a Serasa, o FedEx e os Correios permitem, ainda, congregarem em um mesmo ambiente pesquisa de informações cadastrais e soluções de logística.

Podem utilizar o serviço empresas e pessoas físicas com perfil exportador. São realizadas operações de valor até US\$ 50 mil (valor máximo das exportações na modalidade Declaração Simplificada de Exportação – DSE, podendo contratar Câmbio Simplificado - Simplex), ou o equivalente em euros, sem limite para número de negócios realizados.

O Balcão de Comércio Exterior funciona como uma bolsa de negócios, onde o exportador brasileiro apresenta produtos e serviços por meio de um catálogo virtual de ofertas. Nele, são disponibilizadas as especificações, os preços em dólares, as modalidades de pagamento e os prazos de entrega da mercadoria. O exportador cria uma espécie de vitrine onde exibe a logomarca e os dados da empresa, além de imagens dos produtos. É importante que essas imagens tenham boa resolução, para garantir a melhor visualização por parte dos importadores. A inclusão e exclusão de ofertas e o prazo de validade são definidos pelo próprio exportador, que ainda pode estabelecer ofertas diferenciadas dirigidas para até três importadores selecionados.

Para ter acesso às ofertas, os compradores no exterior precisam se cadastrar no Balcão, onde fazem contrapropostas e pedidos de compra. Podem, inclusive, realizar solicitações de amostras de produtos.

O acompanhamento das negociações é realizado pelas duas partes. São emitidos avisos por e-mail no idioma escolhido, que pode ser, no caso do importador, português, inglês ou espanhol e, no caso do exportador, o português. Consultas de status das operações e históricos de pedidos também são acessíveis ao exportador.

Após a concretização do negócio e o aceite do pedido pelo exportador, a documentação necessária é emitida on-line. Caso a empresa exportadora opte por utilizar os serviços de logística das instituições parceiras do BB, é realizada a cotação do frete e a emissão dos documentos de transporte. A partir deste momento, importador e exportador podem monitorar a entrega da mercadoria.

No ambiente do Balcão também é efetivada a liberação da remessa financeira, de acordo com a modalidade de pagamento contratada, que pode ser antecipado, postecipado ou antecipado com custódia. Esta última condiciona o pagamento para o exportador ao recebimento da mercadoria pelo importador, o que oferece segurança adicional ao negócio.

Após a liberação da remessa financeira, o exportador recebe a notificação de que o valor está à disposição. Preenche o contrato de Câmbio Simplificado de Exportação on-line e aguarda o crédito em reais na conta corrente.

O Banco do Brasil realiza a divulgação do Balcão no País e no exterior – por intermédio de suas agências e escritórios de representação e de parcerias firmadas com o governo e outras instituições, como o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), Ministério das Relações Exteriores (MRE),

International Trade Centre Unctad/OMC (ITC), câmaras de comércio e associações de empresas. No entanto, é muito importante que os próprios exportadores efetuem contatos e ações de divulgação com os potenciais compradores para a realização dos negócios no Balcão de Comércio Exterior.

Este tipo de solução é um avanço no atendimento a micro e pequenas empresas que realizam ou desejam realizar operações com o mercado internacional. Oferece um conjunto completo de serviços e produtos que norteiam todo o processo de exportação, garantindo segurança e praticidade nos negócios. O catálogo de produtos disponível no Balcão rompe fronteiras e pode ser consultado por meio de um computador ou notebook conectado à internet, em qualquer lugar do mundo. Além disso, promove a inclusão digital de empresas que, muitas vezes, não podem arcar sozinhas com custos de desenvolvimento e manutenção de ambiente web. É o caso de muitos dos clientes, que não possuem homepage própria e que apresentam-se ao mundo por intermédio do Balcão de Comércio Exterior do Banco do Brasil.

Contratos de Câmbio On-Line: sempre que os recursos decorrentes de uma operação de exportação ingressam no País, exige-se conversão para moeda nacional. Este tipo de intermediação é realizado no mercado cambial e formalizado por meio de um contrato de câmbio. O Banco do Brasil é uma das instituições credenciadas e autorizadas pelo Banco Central do Brasil a operar neste segmento.

Para permitir aos clientes ganhar tempo e economizar em tarifas, o BB desenvolveu soluções como a contratação de câmbio on-line. Na internet, em ambiente totalmente seguro, os exportadores podem simular a cotação e, em seguida, celebrar e imprimir contratos de câmbio de exportação.

São efetivadas operações com valor até US\$ 1,0 milhão ou o equivalente em outras moedas. A liberação do crédito em conta corrente ocorre após a entrega do contrato assinado na agência de relacionamento do cliente.

As modalidades disponíveis para contratação on-line são: câmbio pronto, câmbio simplificado, pagamento antecipado, uso/consumo de bordo e jóias, gemas, pedras preciosas e artefatos de ouro e de pedras preciosas. O serviço está disponível no Portal BB.

ACC/ACE Automático: é um exemplo de como o acesso ao crédito para o comércio exterior pode agregar características como simplicidade e rapidez.

O pedido e a formalização do financiamento são realizados na empresa ou na própria residência do exportador. No Portal BB podem ser efetivadas desde a simulação, a cotação e a contratação até a impressão dos contratos de câmbio.

Para garantir a taxa negociada, em função das oscilações do mercado, o cliente deve confirmar a operação até um minuto após realizada a cotação. A liberação do crédito é efetivada depois da entrega do contrato assinado na agência.

Além da agilidade e da comodidade no processo de contratação, o exportador que opta pelo ACC/ACE Automático obtém redução no custo global do financiamento, pois tem direito a tarifas especiais e pode dispensar outros intervenientes no processo.

Assinatura Digital em Contratos de Câmbio: com a Assinatura Digital em Contratos de Câmbio, o BB passou a oferecer automação à etapa de assinatura de contratos de câmbio comerciais e financeiros.

Até então, o cliente contratava a operação e precisava imprimir o contrato, assiná-lo e entregá-lo na sua agência de relacionamento. Com a Assinatura Digital, esse processo se tornou mais ágil, uma vez que as etapas de impressão, aposição de assinatura de punho e entrega ao Banco são eliminadas. Em relação à exportação, o Banco do Brasil é o único a oferecer a opção de contratar câmbio 100% automático pela internet. A Assinatura Digital está disponível no Portal BB.

Além disso, a solução reduz o risco de extravio e o custo com manuseio e arquivamento físico dos contratos, pois eles ficam arquivados em meio magnético na base do Banco pelo prazo previsto em lei e podem ser facilmente acessados pelos intervenientes, a qualquer momento.

A solução utiliza os certificados digitais emitidos no âmbito da Infra-Estrutura de Chaves Públicas Brasileira (ICP- Brasil), que foi instituída pelo governo federal por meio da medida provisória nº 2.200-2, de 24/08/2001. O objetivo é garantir a autenticidade, a integridade e a validade jurídica de documentos em forma eletrônica (o que confere à assinatura digital a mesma eficácia probatória da assinatura de punho). A sua utilização em contratos de câmbio foi regulamentada pela Circular 3.234, de 15/04/2004, do Banco Central do Brasil.

Digitalização de Documentos de Câmbio e Comércio Exterior: a Digitalização de Documentos de Câmbio e Comércio Exterior é uma solução oferecida a clientes do Banco do Brasil para agilizar o processo de comunicação no envio de

documentos de operações de exportação, importação, câmbio financeiro e serviços de comércio exterior.

A solução está disponível no Gerenciador Financeiro. Primeiro, o cliente escaneia os documentos e salva as imagens em seu computador. Depois dos documentos escaneados, o cliente acessa o Gerenciador Financeiro para gerar e transferir os arquivos com as imagens digitalizadas. O processo é rápido e também permite que o cliente escolha entre cadastrar uma nova remessa ou enviar documentos de uma remessa já cadastrada. Além disso, ele informa quais documentos estão sendo enviados. Após a transmissão dos arquivos para o Banco o sistema envia um relatório para o cliente com o resultado do processamento dos documentos e com o número de cadastramento da remessa, caso seja uma remessa nova.

A solução oferece vantagens como agilidade e redução de custo operacional, uma vez que a documentação chega ao Banco de forma mais rápida do que pelos meios convencionais, além de diminuir o risco de extravio de documentos. A eliminação de papel contribui ainda para tornar o processo mais sustentável. Importante: as remessas em cobranças documentárias e cartas de crédito exigem a entrega de documentos físicos ao BB para posterior remessa aos banqueiros no exterior. O *Form A* também precisa ser entregue na agência para emissão (assinatura pelo Banco do Brasil).

Gerenciador Financeiro: disponibilizado para tornar mais simples e cômodas as operações do dia-a-dia do empresário, o gerenciador financeiro possibilita o acesso diretamente do escritório do empreendedor aos produtos e serviços oferecidos pelo BB.

O Gerenciador foi desenvolvido com tecnologia Java, uma das ferramentas de aplicações para a internet mais seguras na realização de transações em meio eletrônico. Todas as chaves e as senhas são criptografadas, possui protocolo de autenticidade de conexão e certificado de segurança emitido pela UniCERT, entidade responsável pela garantia de acesso a site seguro das principais instituições financeiras do mundo.

Por intermédio desse novo conceito, a empresa é favorecida quanto à instalação, fácil e rápida, além de poder contar com novas versões atualizadas automaticamente e ganhar tempo por não necessitar de deslocamento até uma

agência bancária. Proporciona também acesso em diferentes níveis, adequando-se o uso ao perfil do usuário da empresa.

Principais transações disponíveis:

- Extratos e saldos das contas correntes, dos investimentos financeiros, de cheques, dos depósitos bloqueados, da agenda financeira e de lançamentos futuros;
- Investimentos financeiros e resgates;
- Gerenciamento das contas a receber (cobrança), permitindo consulta dos títulos registrados no BB e cadastramento de instruções de forma on-line;
- Pagamentos diversos (títulos e tributos);
- Movimentação financeira para contas no Banco do Brasil e demais bancos (DOC eletrônico e TED);
- Utilização automática das linhas de crédito oferecidas pelo Banco.

Além de ferramenta que auxilia o empresário brasileiro em seus negócios no País, o Gerenciador Financeiro também oferece inúmeras facilidades nos negócios com o exterior. O menu de serviços apresenta ao usuário atalhos para a verificação de conta da empresa no exterior, consultas sobre créditos de importação e exportação, cadastro da empresa, extratos diversos, saldos, cartas de crédito, remessas de cobrança, ordens de pagamento etc.

4.1.1 Incentivos Fiscais à Exportação

São instrumentos que possibilitam a participação no mercado internacional de empresas instaladas no Brasil em igualdade de condições com os demais exportadores. A concessão de incentivos pelo Poder Público tem, portanto, o objetivo de reduzir o custo final dos produtos exportáveis por meio da desoneração fiscal, tornando-os mais competitivos quanto ao preço.

Para efeito da obtenção dos benefícios e da apuração da base de cálculo dos diversos incentivos existentes, recomenda-se o permanente acompanhamento da legislação tributária, em face dos reflexos que estes mecanismos produzem na formação de preços de venda dos produtos a serem exportados.

De forma resumida, os principais incentivos fiscais, em vigor, aplicados às exportações são:

- isenção de pagamento do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) e a não-incidência do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços

(ICMS). No caso de exportação indireta, como por exemplo, quando realizada por empresas comerciais exportadoras (inclusive trading companies) o tratamento fiscal com relação ao IPI é o da suspensão do tributo, ou seja, o incentivo fica garantido ao fabricante a partir da saída do produto de seu estabelecimento para entrega a terceiros com o fim específico de exportação.

- manutenção dos créditos fiscais de IPI e ICMS relativos à compra de matérias-primas, produtos intermediários e materiais de embalagem, efetivamente utilizados no processo produtivo de bens destinados à exportação;

- isenção do pagamento da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS) e da Contribuição para o Programa de Integração Social (PIS);

- crédito presumido do IPI às empresas produtoras e exportadoras a título de ressarcimento das contribuições para o Programa de Integração Social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PIS/PASEP) e para a Seguridade Social (COFINS) que incidiram sobre as compras de insumos nacionais (matérias-primas, produtos intermediários, materiais de embalagem) que foram utilizados no processo produtivo de bens exportados;

- redução a zero da alíquota do Imposto de Renda incidente sobre as remessas, para o exterior, destinadas exclusivamente ao pagamento de despesas relacionadas com pesquisa de mercado para produtos brasileiros de exportação, bem como aquelas decorrentes de participação em exposições, feiras e eventos semelhantes, inclusive aluguéis e arrendamentos de estandes e locais de exposição, vinculadas à promoção de produtos brasileiros, bem como de despesas com propaganda realizadas no âmbito desses eventos, desde que seja apresentada autorização emitida pelo MDIC/SECEX.

- acesso aos benefícios de Drawback.

4.1.2 Drawback

O Dicionário *Houaiss* da língua portuguesa define drawback como a restituição ao exportador dos impostos alfandegários cobrados pela importação de matéria-prima utilizada na fabricação de produto exportado. O Decreto-Lei 37/66 que regulamenta o Regime de Drawback conceitua como a desoneração de impostos na importação vinculada a um compromisso de exportação. Em termos jurídicos tributários, drawback é o regime aduaneiro especial que consiste na importação de

insumos destinados a integrar produtos exportados ou a exportar. É um incentivo fiscal à exportação e não deve ser confundido com benefício fiscal.

O Regime Aduaneiro Especial de Drawback compreende a suspensão, isenção ou restituição dos tributos incidentes na industrialização de produto exportado ou a exportar.

As modalidades do Regime de Drawback são:

- Suspensão - de competência da Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), consiste na suspensão dos tributos incidentes na importação e aquisição no mercado interno de bens a serem utilizados no processo de industrialização de produto a ser exportado;
- Isenção – concessão e administração de alçada do Banco do Brasil, por delegação da SECEX. Nesta modalidade está isenta de tributos a importação de mercadoria, em quantidade e qualidade equivalente àquela importada anteriormente e utilizada na industrialização de produto exportado. Em termos gerais é a ação do fabricante que, após concluir a exportação, importa insumos, sem encargos tributários, para reposição de seus estoques.
- Restituição - de competência da Secretaria de Receita Federal (SRF). Nesta modalidade há restituição total ou parcial dos tributos aplicados na importação de mercadoria usada na confecção de produto exportado. A devolução, neste caso, é feita em forma de créditos fiscais, valendo apenas para o Imposto de Importação (II) e Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI).

O Regime de Drawback será para operação que se caracterize como:

- Transformação - sofrida por matéria-prima ou produto intermediário e que dê origem a um novo produto;
- Beneficiamento - que consiste na alteração do funcionamento, utilização, acabamento ou aparência de um produto;
- Montagem - resulta de reunião de produto, peças ou partes e torna-se um novo produto;
- Renovação ou recondicionamento - ação sobre produto usado ou deteriorado que restaurado ou renovado resulte em bem em condições de uso;
- Acondicionamento ou reacondicionamento de um produto em que pode alterar a apresentação pela colocação de embalagem. Não se enquadra nesse caso a embalagem para transporte.

A concessão do Regime Drawback poderá ser para:

- mercadoria importada para beneficiamento no País e posterior exportação;
- matéria-prima, produto semi-elaborado ou acabado para fabricação de mercadoria exportada ou a exportar;
- peça, parte, aparelho e máquina complementar, de máquina, de veículo ou de equipamento exportado ou a exportar;
- mercadoria destinada à embalagem, acondicionamento ou apresentação de produto desde que comprovem agregação de valor no produto final;
- animais destinados ao abate e posterior exportação;
- matéria-prima e outros produtos que não sejam integrados ao produto a exportar, mas que sejam usados na industrialização;
- matéria-prima e outros produtos destinados ao cultivo agrícola ou criação de animais, a serem exportados;
- mercadoria utilizada em processo de industrialização de embarcação que se destina ao mercado interno
- matérias-primas, produtos intermediários e componentes para fabricação de máquinas e equipamentos no País e que se destinam ao uso no mercado interno em decorrência de licitação internacional.

Não poderá ser concedido o Regime Drawback para:

- importação de bens destinados à industrialização na Zona Franca de Manaus;
- exportação contra pagamento em moeda nacional;
- exportação ou importação de mercadoria suspensa ou proibida;
- exportações conduzidas em moeda-convênio ou não conversível;
- importação de sacaria de juta;
- importação de petróleo e seus derivados.

As operações especiais do regime são:

- Drawback genérico - exclusivo para a modalidade suspensão. Há discriminação genérica dos bens a importar e respectivos valores e o compromisso de exportação deve ser detalhado;
- Drawback sem cobertura cambial - restrito para a modalidade suspensão. Não há cobertura parcial ou total da importação. O efetivo ingresso de divisas com a exportação corresponderá à diferença entre o valor total da exportação e o valor da parcela da importação;

- Drawback industrialização sob encomenda - realizada nas modalidades de isenção ou suspensão, por empresa comercial exportadora, envolvendo a importação de matérias-primas, produtos intermediários e material de embalagem. Os produtos importados são remetidos a estabelecimento industrial para produção, mediante encomenda, de bem a ser exportado pela comercial exportadora.;

- Drawback intermediário - concedido para as modalidades suspensão e isenção. Permite a importação de mercadorias pelas empresas chamadas de fabricantes-intermediários, destinadas ao processo de industrialização de produto intermediário. Essas mercadorias, por sua vez, são fornecidas às indústrias-exportadoras para serem utilizadas na elaboração do produto final que será exportado;

- Drawback para embarcação - concessão para as modalidades suspensão e isenção. Tem como característica a importação de bens utilizados em processo de industrialização de embarcação que se destina ao mercado interno;

- Drawback para fornecimento no mercado interno - concedido para a modalidade suspensão. Permite a importação de matérias-primas, produtos intermediários e componentes para a fabricação no País, de máquinas e equipamentos a serem fornecidos ao mercado interno em decorrência de licitação internacional e cujo pagamento seja efetuado em moeda conversível;

- Drawback para produtos agrícolas ou criação de animais - permite a importação de matéria-prima e outros produtos utilizados no cultivo de produtos agrícolas ou criação de animais, cuja destinação é a exportação (frutas, algodão não cardado, camarões, carnes e miudezas de frangos ou suínos);

- Drawback verde-amarelo: somente na modalidade suspensão. Conjuga importações e aquisições no mercado interno para incorporação em produto a ser exportado.

As operações no Regime de Drawback estão enquadradas nas normas gerais de importação e exportação, no que couber. As importações realizadas ao amparo do Regime de Drawback não estão sujeitas ao exame de similaridade e à obrigatoriedade de transporte em navio de bandeira brasileira.

Nas operações nas modalidades isenção e suspensão as empresas devem estar habilitadas a operar em comércio exterior conforme a legislação vigente. A concessão do Regime de Drawback é para empresa industrial ou comercial. As solicitações para alterar as condições de um ato concessório de drawback devem ser feitas dentro do prazo de validade.

Na modalidade suspensão as mercadorias importadas por esse regime deverão ser totalmente empregadas no processo de produção, embalagem ou acondicionamento para posterior exportação. Se houver excesso na produção que ultrapasse o valor do compromisso de exportação, pode ser colocada no mercado interno somente após o pagamento de impostos suspensos devidos.

O prazo de validade do ato concessório de Drawback deve ser compatível com o ciclo produtivo do bem a ser exportado e o pagamento dos tributos referentes à importação pode ser suspenso por prazo de até um ano, prorrogável por igual período, além disso, o limite de cinco anos é estabelecido para produção de bens de capital quando classificado como de longo ciclo de fabricação.

Para concessão do benefício, no endereço eletrônico www.desenvolvimento.gov.br, por intermédio do módulo específico Drawback do Sistema Integrado de Comércio Exterior (Siscomex). A Secex concede o regime após analisar e comprovar os fluxos financeiros das importações e exportações. No pedido deve constar a qualificação do beneficiário, a NCM e a especificação das mercadorias, a quantidade e o valor da mercadoria a exportar, o prazo para exportação e o termo de responsabilidade.

No Drawback Web, que foi implantado pelo MDIC em maio de 2008, exclusivamente para a modalidade Suspensão, o sistema “Drawback WEB” substituiu a antiga sistemática de controle do Regime Especial, denominada “Drawback Eletrônico”.

Como o anterior, o novo sistema opera em módulo próprio integrado ao Siscomex, permitindo o controle ágil e simplificado das operações de importação e exportação. Além de agilizar e modernizar o Drawback, a nova sistemática facilita o acesso ao Regime, conferindo maior segurança ao controle dessas operações. O novo módulo trouxe alguns benefícios, como o desenvolvido em plataforma WEB, o acesso pela INTERNET, a melhor visualização das informações, a integração total com os sistema de exportação e importação, o diagnóstico prévio e a facilidade no preenchimento de dados repetitivos, que se juntaram aos já existentes, como agilidade do Processo, extinção de Diversos Documentos, a redução de Custos para a Empresa, a concessão Automática das “LI” Vinculadas, e a facilitação do Acesso ao Incentivo disponível 24 horas por dia, nos 7 dias da semana, inclusive pela rede “wireless”.

Para o Drawback Isenção a SECEX é o órgão competente para a concessão do regime. O beneficiário deverá comprovar a exportação de bens em cuja produção tenha utilizado mercadorias importadas em quantidade e valor iguais aos que se pleiteia a isenção. O total da importação das mercadorias deve ser, comparativamente, de 40% em relação ao valor líquido das exportações, sempre se considerando os preços CIF no local de embarque no exterior e o valor FOB líquido (sem comissão de agente e outras deduções) local de exportação.

O benefício é concedido com a emissão do Ato Concessório de Drawback em que deve constar o valor e a especificação das mercadorias exportadas e também importadas. A condição básica é a comprovação da exportação já realizada e da importação.

Para o Drawback Restituição é a Secretaria da Receita Federal (SRF) a responsável pela concessão do regime. Nesta modalidade os tributos pagos, total ou parcialmente, na importação de mercadoria que foi exportada após incorporação ou industrialização, podem ser restituídos. Essa restituição será em forma de crédito fiscal para importações posteriores. O documento hábil é o Certificado de Crédito Fiscal fornecido pela Delegacia ou Inspetoria da SRF.

No Drawback Verde-Amarelo, concede-se suspensão de tributos federais (IPI, PIS/PASEP e COFIN) incidentes na aquisição de matérias-primas, produtos intermediários e materiais de embalagem, no mercado interno, utilizados no processo produtivo de mercadoria a ser exportada, e tem como objetivos:

- Redução do custo de produção dos bens exportados;
- Expansão da competitividade do exportador brasileiro, com ampliação de fornecedores de suprimentos no mercado interno;
- Aumento da produção no mercado interno, por meio do estímulo ao fornecimento de insumos e produtos intermediários, que passarão a ter o mesmo tratamento dado aos produtos importados;
- Geração de emprego e renda no mercado interno;
- Contribuição para o cumprimento das metas estabelecidas pela Política de Desenvolvimento Produtivo (PDP), de ampliação do número de empresas exportadoras e de incremento da participação das exportações brasileiras no comércio mundial.

O ato concessório de drawback verde-amarelo será expedido pela Secretaria de Comércio Exterior – SECEX. Não é possível a conversão de outro ato concessório deferido anteriormente em AC Verde-Amarelo, nem a transferência para outro ato concessório e para outro regime aduaneiro especial. A mercadoria admitida no regime não poderá ser destinada à complementação de processo industrial de produto já amparado por regime de drawback concedido anteriormente e é obrigatória a importação de mercadoria no Drawback Verde-Amarelo, podendo a aquisição no mercado interno ocorrer em qualquer momento, dentro da validade do ato concessório, e observado o prazo para incorporação do produto na mercadoria a ser exportada.

No Drawback Verde-Amarelo, os itens abaixo só serão beneficiados se forem importados (não será concedido o benefício para a sua aquisição no mercado interno):

- matéria-prima e outros produtos que, embora não integrando o produto a exportar ou exportado, sejam utilizados em sua industrialização, em condições que justifiquem a concessão;
- matérias-primas e outros produtos utilizados no cultivo de produtos agrícolas ou na criação de animais a serem exportados.

4.1.3 Programa de Financiamento às Exportações – Linhas do Banco do Brasil

Adiantamento sobre Contrato de Câmbio (ACC) e Adiantamento sobre Cambiais Entregues (ACE): as operações de ACC e ACE são das mais conhecidas entre os profissionais que atuam nas áreas de câmbio e comércio exterior.

O acesso a essas operações tende a reduzir os custos financeiros do exportador e possibilita competitividade negocial com o importador estrangeiro, pois oferece melhores prazos e custos, em condições compatíveis com as praticadas pelo mercado internacional.

O adiantamento pode ser solicitado pelo exportador na fase pré-embarque para financiamento à produção da mercadoria a ser exportada. Outra alternativa é contratar a antecipação das divisas a serem recebidas do comprador na fase pós-embarque da mercadoria. Normalmente os dois tipos de financiamentos são efetuados em uma mesma operação, mediante transformação de um adiantamento de pré em pós-embarque.

O financiamento concedido no período anterior ao embarque é chamado de Adiantamento sobre Contrato de Câmbio (ACC). Nesta fase, existe o contrato de câmbio como lastro da operação, sendo desnecessária a apresentação de quaisquer outros documentos por parte do exportador.

A partir da saída da mercadoria para o exterior, surgem os documentos representativos da venda, entre os quais a letra de câmbio ou saque, fatura comercial, conhecimento de transporte e outros. O financiamento concedido pós-embarque é chamado de Adiantamento sobre Cambiais Entregues (ACE). Com relação ao mercado interno, o ACE pode ser comparado a um desconto de duplicata mercantil e o ACC, a um capital de giro para a produção da mercadoria.

O exportador, em geral, dispõe de um prazo máximo de antecipação para obter adiantamentos de 750 dias, isto é, até 360 dias para contratação do ACC, previamente ao embarque, somados ao último dia útil do 12º mês da fase ACE (posterior ao embarque da mercadoria).

O diferencial dos adiantamentos é o baixo custo. A montagem financeira desses produtos agrega valores vinculados a captações (funding) feitas no mercado internacional, bem abaixo daqueles demandados para a obtenção de recursos no mercado nacional. O custo para o cliente de um ACC ou ACE normalmente depende de algumas variáveis, como juros internacionais (Libor), valor da operação, prazo do adiantamento, risco do exportador e reciprocidade do exportador em outras carteiras.

ACC/ACE Rural: tanto o ACC como o ACE Rural têm como garantia uma Cédula de Produto Rural (CPR), avalizada pelo BB.

A Cédula de Produto Rural (CPR) é um instrumento pelo qual o exportador adquire de um produtor/vendedor uma commodity, com pagamento à vista, para recebimento do produto em data futura, nas condições de quantidade, qualidade e local de entrega estabelecidos na cédula.

O ACC/ACE Rural beneficia o exportador a partir de uma garantia doméstica negociada exclusivamente no BB. O Banco do Brasil é o avalista da CPR e na hipótese de o vendedor/produtor não entregar a commodity na data de vencimento, honra o compromisso com o comprador (exportador).

O ACC Indireto trata-se de capital de giro de custo reduzido e com prazo para pagamento de no máximo 180 dias. Esta linha de crédito foi especialmente criada e direcionada aos fabricantes de matérias-primas, produtos intermediários e

embalagens, considerados insumos ao processo produtivo de mercadorias a serem exportadas, fornecidos diretamente ao exportador final.

O financiamento pode ser de até 100% do valor das duplicatas representativas da venda a prazo à empresa exportadora. A liquidação da operação deve no máximo coincidir com a data de vencimento das duplicatas, que lastreiam o financiamento.

Um grande atrativo ao fabricante tomador do crédito, além das taxas competitivas, é a isenção do Imposto sobre Operações Financeiras (IOF) e do Imposto de Renda Retido na Fonte (IRRF) na liquidação em prazo normal.

Também o Proger Exportação é um financiamento em reais, com recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT). Financia a produção nacional de bens na fase pré-embarque e as atividades diretamente envolvidas com a promoção da exportação das micro e pequenas empresas com faturamento bruto anual de até R\$ 5 milhões. Inclui despesas com pacotes de viagem para participação em feiras e eventos comerciais no País e no exterior, aquisição de passagens aéreas, hospedagem, traslado, transporte de bagagem, locação de espaço físico, montagem e ambientação de estande, entre outros.

O limite do empréstimo por exportador é de R\$ 250 mil, com prazo de até 12 meses para pagamento e até de seis meses de carência para o pagamento da primeira parcela.

De fácil operacionalização, sem necessidade de fechamento de contrato de câmbio, uma vez que a moeda do financiamento é o real, o Proger Exportação possui custos reduzidos. Os encargos financeiros são compostos de TJLP (Taxa de Juros de Longo Prazo) mais juros. As amortizações das parcelas são mensais e consecutivas.

O principal instrumento público de apoio às exportações brasileiras de bens e serviços em sua fase de comercialização é o PROEX. Foi estabelecido pelo governo federal com o propósito de conceder condições de financiamento adequadas para que os produtos e serviços de origem brasileira possam competir internacionalmente em igualdade de condições com aqueles originários de terceiros países. O Banco do Brasil é o Agente Financeiro da União para o Programa. Itens financiáveis:

- Bens: estão definidos em Portaria Ministerial e, atualmente, englobam mais de 80% dos produtos da pauta brasileira de exportações.

- Serviços: projetos, consultoria, montagem, pacotes turn-key, produções cinematográficas, softwares, franquias e turismo.

No Proex Financiamento, o financiamento é realizado direto ao exportador brasileiro ou ao importador, realizado exclusivamente pelo Banco do Brasil, com recursos do Tesouro Nacional.

Destinado a assistir as exportações de bens e serviços de origem brasileira, produções cinematográficas e softwares.

Nessa modalidade de crédito são beneficiadas as empresas com faturamento bruto anual até R\$ 300 milhões.

As Condições do Proex Financiamento são:

- Parcela financiada: 100% do valor da exportação para financiamentos com prazo até dois anos e limitada a 85% do valor da exportação nos financiamentos com prazos superiores. Qualquer condição de venda negociada (Incoterms) pode ser financiada.

- Prazos: de 60 dias a 10 anos. Os prazos são definidos de acordo com o conteúdo tecnológico da mercadoria ou a complexidade do serviço prestado.

- Taxa de juros: equivalente às praticadas no mercado internacional

- Forma de pagamento pelo importador: em parcelas trimestrais ou semestrais (esta última preferencialmente nas operações com prazo de pagamento superior a 12 meses) iguais e sucessivas. Nas operações de curto prazo (até 359 dias), cujo período de financiamento não seja múltiplo de 90 dias, exige-se um pagamento único no final.

- Garantias: aval, fiança, carta de crédito de instituição financeira de primeira linha ou Seguro de Crédito à Exportação.

Para o Proex Equalização que é a modalidade de crédito onde o Programa arca com parte dos custos do financiamento, equalizando os juros cobrados pelas instituições financeiras.

Todos os estabelecimentos financeiros ou de crédito autorizados a operar no mercado de câmbio no Brasil, ou mesmo qualquer instituição bancária estabelecida no exterior, incluindo a Corporación Andina de Fomento (CAF), também podem operar no Sistema de Equalização de Taxas de Juros. Admite a participação de quaisquer empresas exportadoras, independentemente do seu porte. A equalização é paga às instituições financiadoras, mediante a emissão pelo Tesouro Nacional, de Notas do Tesouro Nacional da Série I (NTN-I). Condições do Proex Equalização:

- As taxas máximas de equalização são estabelecidas pelo Banco Central do Brasil e revistas periodicamente.
- Os prazos de equalização são definidos de acordo com o conteúdo tecnológico da mercadoria ou a complexidade do serviço prestado e limitados ao prazo do financiamento.

4.1.4 Seguro de Crédito à Exportação

Importante instrumento de garantia, o seguro de crédito à exportação dá ao produto brasileiro maior competitividade no mercado internacional, possibilitando ao exportador vendas em prazos compatíveis com os praticados pelos concorrentes. O seguro de crédito oferece a tranquilidade de exportar com a certeza de receber.

Cada vez mais utilizado, o seguro de crédito à exportação é a garantia contra o não-pagamento pelo importador, das exportações de bens e serviços, em razão de:

- Riscos comerciais, caracterizados pelo não-pagamento da exportação em razão de falência ou simples mora;
- Riscos políticos e extraordinários, caracterizados pela incapacidade do importador de pagamento da operação, em razão de eventos específicos, tais como moratória, guerras, revoluções etc.

No Brasil, a Seguradora Brasileira de Crédito à Exportação (SBCE), que tem como um de seus acionistas o Banco do Brasil, atende os exportadores brasileiros, quaisquer que sejam os produtos envolvidos, mercados de destino ou prazos de pagamento concedidos. Entretanto, operacionalmente, a SBCE divide as exportações em dois grandes grupos, operações de curto prazo e operações de médio prazo.

As operações de curto prazo incluem as exportações com faturamento em até dois anos, sendo a garantia da parcela segurada de exclusiva responsabilidade da SBCE. Operacionalmente, as exportações de curto prazo são subdivididas em dois grupos, conforme os prazos utilizados para o produto no mercado internacional.

Exportações com prazo de pagamento em até 180 dias, principalmente bens de consumo e serviços de curta duração. Neste caso, a relação com o segurado se dá dentro do conceito de globalidade, que se traduz pela emissão de uma única apólice global, com um prêmio de baixo custo. Quanto maior o volume de

exportações da empresa, maior será o benefício ao exportador, vez que o custo da apólice é inversamente proporcional ao volume segurado. Um maior volume dilui o risco, reduzindo o prêmio, ao passo que o risco concentrado poderá inviabilizar a operação.

Exportações com prazo de pagamento entre 180 dias e dois anos. Em geral, máquinas e equipamentos leves não se enquadram diretamente no conceito de globalidade e deverão apresentar informações complementares ao formulário básico, disponível no endereço da SBCE na internet.

O Seguro de Crédito à Exportação, implementado pela SBCE, possui quatro funções:

- Seguro - garantia de até 90% contra os riscos comerciais e 95% contra os riscos políticos e extraordinários;
- Prevenção - nas operações de curto prazo, o exportador transfere à SBCE a tarefa de analisar seus importadores. A partir da análise são determinados os limites de crédito seguráveis, compatíveis com a real capacidade de pagamento do comprador. A determinação dos limites tem caráter preventivo e visa evitar riscos ao segurado, permitindo maior competitividade, em especial para novos clientes e mercados, e maximizando os resultados de seu esforço comercial, mesmo com clientes já conhecidos. Para uma análise rápida e segura dos importadores estrangeiros, a SBCE está ligada on-line com um banco de dados, que dispõe de informações financeiras de cerca de 47 milhões de importadores cadastrados;
- Cobrança - na hipótese de sinistro, a SBCE está associada a uma rede externa de cobrança com pleno conhecimento da legislação e capacidade para agir no país do importador, o que permite uma atuação eficaz e persuasiva com o comprador externo. Em grande parte dos casos, é alcançada, de forma amigável, a recuperação total do valor devido pelo importador;
- Garantias - em financiamentos à exportação (ACE, Proex e BNDES-Exim), o seguro funciona como garantia, a custo reduzido.

A parceria da SBCE com o Banco do Brasil permite ainda, nas operações de ACE vinculadas a exportações seguradas, que o limite cadastral do exportador no BB seja onerado em até 10% (parcela não segurada). Isto, na prática, corresponde a uma multiplicação da capacidade de financiamento do exportador em quase sete vezes.

No grupo das operações de médio prazo estão os grandes projetos e negócios envolvendo bens de capital, estudos e serviços, com prazos de pagamento superiores a dois anos, ou os contratos com características especiais e que requerem apólices específicas.

Estas operações são garantidas pelo governo, por meio do Fundo de Garantia às Exportações (FGE), cabendo à SBCE dar o apoio técnico e operacional necessários ao financiamento.

Voltadas a exportadores (supplier's credit) e a bancos (buyer's credit), as operações de médio prazo são garantidas por apólices individuais para compradores públicos ou privados.

Analisadas caso a caso, estas operações não se enquadram no conceito de globalidade. Também no médio prazo, a garantia contra riscos comerciais é de até 90% do valor segurado e contra riscos políticos e extraordinários é de 95%. Diferentemente do curto prazo, no médio, os riscos comerciais podem ser segurados em dois momentos, na fase de crédito e na fase de pré-crédito.

Na fase de crédito, após o embarque das mercadorias ou quando as obrigações contratuais tiverem sido cumpridas e ainda exista o risco de que o comprador não pague a dívida. Na fase pré-crédito (fabricação ou pré-embarque), após a entrada em vigor do contrato comercial e antes do embarque das mercadorias sob encomenda, o exportador enfrenta o risco de interrupção do contrato, em virtude de fatos de natureza comercial e/ou política que atinjam o importador. O seguro de crédito à exportação é um instrumento ágil e de baixo custo que permite ao exportador a tranquilidade de vender com a certeza de receber.

4.1.5 Sistema de Pagamentos em Moedas Locais (SML)

Duas operações concretizadas em novembro de 2008 ajudaram a fortalecer a imagem de pioneirismo do Banco do Brasil, especialmente no segmento de câmbio e comércio exterior. Tratam-se das primeiras exportação e importação realizadas no País pelo Sistema de Pagamentos em Moedas Locais (SML), que foi desenvolvido para facilitar pagamentos e recebimentos referentes às operações comerciais entre importadores e exportadores, no Brasil e na Argentina, em suas respectivas moedas.

Esse sistema permite que os recursos debitados do importador sejam creditados em conta do exportador na sua própria moeda, sem a necessidade de conversão tanto do real quanto do peso em dólar ou euro, por exemplo, a cada exportação e importação entre Brasil e Argentina.

Em São Paulo, a primeira operação de exportação entre Brasil e Argentina foi implementada no mês de outubro pelos bancos centrais dos dois países. A operação eliminou a triangulação de câmbio entre pesos, reais e uma outra divisa, como o dólar, por exemplo.

O Sistema de Pagamentos em Moedas Locais (SML) foi desenvolvido para facilitar pagamentos e recebimentos referentes às operações comerciais entre importadores e exportadores, no Brasil e na Argentina, em suas respectivas moedas. Seu funcionamento está descrito na Resolução nº 3.608 do Banco Central do Brasil, de 11/09/2008 (BACEN, 2008), no âmbito do convênio firmado pelos dois países.

Na prática, o SML integra os sistemas de pagamentos locais do Brasil (SPB) e da Argentina (MEP) e permite que os recursos debitados do importador sejam creditados em conta do exportador na sua própria moeda, sem a necessidade de conversão tanto do real quanto do peso em dólar ou euro, por exemplo, a cada exportação e importação entre Brasil e Argentina. Os bancos centrais dos dois países farão a compensação diária dos valores relativos aos pagamentos e recebimentos processados por meio do novo Sistema.

A principal vantagem do SML para exportadores e importadores é a possibilidade de negociar o preço e o pagamento das exportações em reais, o que favorece empresas que adquirem insumos em moeda nacional, não ficando expostas ao risco cambial e simplificando o controle do fluxo de caixa. Esses benefícios devem surtir efeitos mais intensos nas vendas externas de micro e pequenas empresas.

O Sistema de Pagamentos em Moedas Locais contempla exclusivamente as transações internacionais envolvendo Brasil e Argentina. No entanto, em um futuro próximo, pode vir a servir como suporte para utilização por outros países do Mercosul, na eventual criação de uma moeda comum ao Bloco.

5 METODOLOGIA

5.1 Tipo de Pesquisa

O tipo de pesquisa realizado para este estudo é a *Survey* Descritiva. A pesquisa *survey*, é indicada para a realização de estudos que descrevem, a partir de dados quantitativos, fenômenos que ocorrem em uma população de interesse. Para tanto, emprega questionários para coletar dados junto a uma fração representativa da população – a amostra (quando se trata de coletar dados junto a pessoas), ou adota outros instrumentos (quando se trata de coletar dados já registrados em bancos de dados ou a partir de logs em sistemas computacionais). Logs são softwares que registram diretamente transações efetuadas com sistemas e, para utilizá-los, o pesquisador necessita da autorização formal da organização.

Os principais tipos de pesquisa *survey* são:

- Exploratória, na qual se busca identificar associações entre determinados fenômenos, representados por variáveis, que ocorrem numa população de interesse e que permitem ampliar nosso conhecimento.
- Descritiva, que tem como objetivo apresentar a situação das variáveis relativas à população de interesse, como se fosse uma foto.
- Explanatória, na qual se busca validar uma construção teórica a respeito de algumas variáveis.

5.2 O Método *Survey*

Conforme o CD disponibilizado para a disciplina de Metodologia, *Survey* é o meio para coleta de informações sobre características, percepções ou opiniões relativas a um grande grupo de pessoas ou organizações, denominado população.

Tem como características básicas as descrições quantitativas de determinadas características da população, a coleta de dados via questionários junto a pessoas ou outros instrumentos, quando se trata de logs em sistemas computacionais ou de bancos de dados e a coleta de dados realizada junto a uma fração da população denominada amostra.

5.3 População e Amostra

Segundo Richardson et al (1985, pg. 103) população ou universo “É o conjunto de elementos que possuem determinadas características. Comumente, fala-se de população ao referir-se a todos os habitantes de determinado lugar.” Mais do que isso, as informações sobre esse universo devem permitir as disposições dos elementos adequados para a escolha e definição da amostra que deve ser representativa, e ao mesmo tempo significativa (OLIVEIRA, 1997).

Para Rudio (1986, p. 50), “Uma pesquisa geralmente, não é feita com todos os elementos que compõem uma população. Costuma-se nesse caso, selecionar uma parte representativa dela, denominada amostra”. Amostra é qualquer parte de uma população. Amostragem é o processo de definir amostra a partir de uma população. Utilizam-se amostras porque elas economizam tempo e dinheiro e porque permitem colher dados mais precisos. A população identificada na agência Bairro Cruzeiro são de 402 clientes pessoa jurídica, segmentados conforme critérios pré-estabelecidos pelas normas internas do Banco do Brasil.

5.4 Caracterização da Amostra

Para este estudo a amostra foi selecionada entre os 402 clientes pessoa jurídica da Agência Bairro Cruzeiro, levando em consideração o potencial para o Comércio Exterior, resultando em um grupo de 62 clientes, indústria ou comércio, com faturamento entre R\$ 500.000,00 e R\$ 10.000.000,00/ano.

5.5 Coleta dos Dados

O instrumento adotado, para a coleta de dados propriamente dita foi um questionário, que Gil (1999, p.128) define como técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas.

Foi elaborado o questionário (conforme anexo A), o qual contém 19 questões, sendo direcionado aos clientes com potencial para o Comércio Exterior, conforme definição da amostra.

Na construção do questionário, foram considerados os componentes: tempo e ramo de atuação, nas questões de 1 e 2. Em relação às demais perguntas, se procurou levantar os dados da participação, ou não, destes clientes no comércio internacional.

Por meio desse instrumento, se possibilitou efetuar a mensuração dos dados de forma mais facilitada a fim de apurar clientes com potencial para um futuro incremento nos negócios internacionais.

6 ANÁLISE DOS DADOS

Para analisarmos os dados referentes aos trinta e três questionários que retornaram, faremos uma análise descritiva de cada questão. Dentre os respondentes, 45% são indústrias principalmente do setor metal mecânico e os outros 55% atuam no comércio em vários ramos, mas principalmente no setor têxtil, com tempos de atividade que variam entre três e vinte anos.

Para confirmar a pouca participação dos clientes desta agência na área internacional, quando perguntados sobre a sua atuação no COMEX, apenas 46% dos respondentes atuam ou atuaram de alguma forma no comércio exterior. Este número é elevado se comparado ao percentual de participação de todos os clientes público alvo deste estudo que não passa de 11%. Os números mostram que dos 46% de clientes que atuam no COMEX, 27% Importa, 9% exporta e apenas 8% atuam na exportação e também importação. A grande participação de importadores refere-se principalmente ao setor têxtil, que usa matéria prima da Ásia e do Mercosul para a produção de tecidos, fios e malhas.

Os principais obstáculos citados, enfrentados por aqueles que ainda não participam do comércio internacional foram os referentes ao tamanho reduzido da empresa, o baixo comprometimento da direção da empresa em relação ao COMEX e a pouca vantagem competitiva dos clientes que responderam este questionário, mas todos os itens foram de alguma forma citados. Nota-se que a falta de conhecimento e de interesse sobre o assunto impede que os empresários busquem a iniciação da empresa em negócios que envolvam regras e investimentos diferentes do que aqueles comuns a rotina diária da organização. Os obstáculos menos citados são os culturais, o que mostra que cada vez mais conhecemos através da globalização os diferentes povos com suas diferentes culturas.

Quanto aos programas de incentivos a exportação e a importação, vimos que grande parte, 36% dos clientes, não conhecem nenhum tipo de incentivo, ratificando a necessidade de um trabalho mais focado dos gerentes do Banco do Brasil em relação aos inúmeros programas e produtos de apoio ao COMEX oferecidos pelo Banco. A isenção de impostos foi o item mais citado com 54% dos clientes que conheciam algum incentivo.

Quando a pergunta refere-se a programas e ações específicas do Banco do Brasil para os negócios internacionais, 73% dos respondentes relataram que não conhecem o apoio oferecido pelo Banco do Brasil.

Em relação a quantidade e frequência das exportações e importações, constatamos que todos os exportadores atuam mensalmente no comércio internacional, apesar da pouca quantidade de volumes (em média 1 container/mês). Já os importadores atuam com menos frequência e também com pouco volume. Isso mostra que mesmo os clientes que atuam no mercado internacional têm uma participação em volume muito pequena se comparada ao potencial dessas empresas no mercado doméstico, mas 80% dos clientes pretendem aumentar esta participação, que hoje não chega a 20% para a maioria dos entrevistados.

O incremento dos negócios internacionais, segundo os clientes, aconteceu através do investimento em desenvolvimento ou prospecção de novos clientes e fornecedores e também através da melhoria da qualidade, com ênfase nas certificações ISO e nas Licenças Ambientais. Para os que não pretendem investir nesta área, a justificativa foi o tamanho/capacidade da empresa que não comportaria os investimentos para importar ou mesmo exportar além do que já operam. Também foi citada a crise mundial como uma desvantagem para o aumento do fluxo de comércio exterior neste momento.

A principal motivação para a participação destas empresas no comércio exterior é a obtenção de maiores margens, reduzindo custos de capital e a incidência de impostos. Além destes fatores, também foram citados a diversificação dos mercados, melhora na imagem dos seus produtos e os programas de incentivo do governo. Os únicos incentivos usados pelos respondentes são ACC/ACE, DRAWBACK e principalmente a isenção de impostos de importação.

Todos os clientes foram questionados sobre a participação em treinamentos sobre o assunto e constatamos que a maioria nunca participou de nenhum treinamento ou participou apenas uma vez na Câmara de Indústria e Comércio de Caxias do Sul ou no próprio Banco do Brasil, porém quase todos teriam interesse em participar de cursos, seminários ou palestras sobre o comércio exterior e consideram que sua empresa está preparada ou está se preparando para atuar no mercado internacional.

Como apoio da Agência Bairro Cruzeiro ao incremento dos negócios com outros países, 90% dos clientes gostariam que lhes fossem enviadas informações

via e-mail ou através do seu gerente de relacionamento na própria agência além das visitas periódicas nas empresas pois para a maioria dos entrevistados, o comércio internacional tem uma importância muito alta nas empresas do seu ramo de atividade.

6.1 Conclusões e Recomendações

O objetivo geral deste estudo foi verificar as razões para a pouca participação das micro e pequenas empresas clientes da Agência Bairro Cruzeiro do Banco do Brasil no comércio internacional, bem como identificar as principais barreiras e oportunidades para a internacionalização dessas empresas. Para buscar este resultado, uma pesquisa do tipo *Survey* descritiva foi realizada entre os clientes indústria ou comércio que de alguma forma, tinham potencial para o mercado internacional.

Esta pesquisa revelou não apenas informações sobre a participação destas empresas, mas principalmente nos mostrou que ainda existem muitos obstáculos a serem enfrentados pelas micro e pequenas empresas no comércio exterior. Estes obstáculos certamente serão superados com a expectativa de ampliação dos negócios e a participação destes clientes em programas de incentivo ao comércio exterior, principalmente os oferecidos pelo Banco do Brasil.

Talvez o mais importante dado deste estudo seja o desejo dos clientes em participar de treinamentos, receber via e-mail ou através do seu gerente de relacionamento do Banco do Brasil, informações sobre o mercado internacional, abrindo oportunidades para ampliação neste mercado e incrementando negócios com o Banco do Brasil.

Este estudo não tinha a finalidade de ser conclusivo sobre o assunto, apenas identificar e descrever alguns dos programas e/ou ações do Banco do Brasil de apoio à participação no comércio exterior e orientar os nossos gerentes de relacionamento quanto a participação e a viabilidade de incremento nos negócios internacionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANCO DO BRASIL. Revistas de Comércio Exterior – Informe BB. Disponíveis em <http://www.bancodobrasil.com.br/appbb/portal/on/intc/rvst/index.jsp>, várias edições. acessos em 02/2009.

BANCO DO BRASIL. Prepare sua empresa para os desafios da exportação
Comércio Exterior – Informe BB, novembro, 2001

Banco Central do Brasil – www.bcb.gov.br . Acesso em 02 de março de 2009.

BANCO DO BRASIL. Prepare sua empresa para os desafios da exportação
Comércio Exterior – Informe BB, novembro, 2009

GIL, Antonio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 5° Ed. São Paulo: Atlas, 1999

HOUAISS, Antonio Houaiss. Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa. 2° Ed. São Paulo: Publifolha, 2008

LUZ, Rodrigo. Comércio Internacional e legislação aduaneira. Rio de Janeiro : Elsevier, 2006, p.412

.Keegan, Warren J.; Grenn, Mark C. Principios de Marketing Global. São Paulo: Saraiva, 1999.

ROCHA, A., “**O setor têxtil e o Mercosul**: estratégias de Internacionalização e gestão”. In: XXI Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ENANPAD), 1997.

RICHARDSON, R. J. Pesquisa social: Métodos e Técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1985

RUDIO, F. V. Introdução ao projeto de pesquisa científica. Petrópolis: Vozes, 1986.
Site www.bb.com.br acessado pela ultima vez em 03/2009.

UFRGS - CD disponibilizado para a Disciplina de Metodologia (2007)

ANEXO A

Prezado(a) Senhor(a),

Este questionário tem por finalidade conhecer a situação de internacionalização e as estratégias internacionais da sua empresa, bem como os estímulos ou obstáculos que a impulsionam a realizar, ou não, negócios no mercado internacional. Solicitamos que V.Sa. leia com bastante atenção e responda as questões reproduzindo as suas opiniões com a máxima fidelidade. Ressaltamos que as informações fornecidas serão utilizadas exclusivamente para fins de pesquisa acadêmica e que a sua identidade será mantida sob sigilo e anonimato.

Obrigado pela sua participação.

1) A sua empresa atua como:

- Indústria do ramo :
- Comércio do ramo :

- Até 2 anos.
- Entre 3 e 5 anos.
- Entre 6 e 10 anos.
- Mais de 10 anos.

3. A sua participação no Comércio Exterior (COMEX) é de:

- Exportação.
- Importação.
- Importação/Exportação.
- Não participa atualmente.

4) Se você assinalou “Não participa atualmente” na questão anterior, identifique os principais obstáculos para a participação da sua empresa no COMEX, assinalando com valores de 1 a 10, sendo o número 1 o mais importante e o número 10 o menos importante:

- Obstáculos culturais (gostos diferenciados, diferenças religiosas, idiomas diferentes, etc.).
- Alta demanda do mercado no ambiente doméstico.
- Baixo comprometimento da direção da empresa com as atividades de COMEX.
- Tamanho reduzido da firma (menor escala).
- Pouca experiência internacional e/ou de procedimentos de importação/exportação
- Poucas vantagens competitivas da empresa.
- Falta de políticas governamentais relacionadas à exportação/importação (incentivos, subsídios, reduções de impostos, etc.).
- Dificuldades de crédito e de financiamento no Brasil.

Política de taxa de câmbio existente no país exportador/importador.

Muitos procedimentos complicados de aduana (burocracia).

Outros:

5) Mesmo que a sua empresa não tenha participação no COMEX, assinale quais são os programas de incentivo à exportação/importação que a empresa conhece.

PROEX

ACC / ACE

DRAWBACK

ISENÇÃO DE IMPOSTOS

SBCE

OUTROS: Citar

Nenhum.

6) Tendo ou não atividades no COMEX a sua empresa conhece os programas e ações do Banco do Brasil voltados a apoiar essas atividades?

Sim.

Não.

7) Com que freqüência a sua empresa exporta e qual o volume? (indicar se Kg, T, unidades, pares, ou outra unidade.)?

Mensalmente,

Bimestralmente,

Trimestralmente

Semestralmente

Anualmente

8) Com que freqüência a sua empresa importa e qual o volume? (indicar se Kg, T, unidades, pares, ou outra unidade.)?

Mensalmente,

Bimestralmente,

Trimestralmente,

Semestralmente,

Anualmente,

9) A sua empresa tem expectativas de ampliar essa participação?

Sim.

Não.

10) Se você respondeu sim, em que termos?

.....

.....

11) Se você respondeu não, por que?

.....
.....

12) Identifique as principais motivações para a participação da sua empresa no COMEX, assinalando com valores de 1 a 10, sendo o número 1 o mais importante e o número 10 o menos importante.

- Diversificar riscos de câmbio.
- Obter maiores margens.
- Reduzir custos de capital.
- Obter incentivos governamentais.
- Reduzir incidência de impostos.
- Penetrar em outros mercados e/ou diversificar os tipos de clientes.
- Melhorar a imagem doméstica do produto.
- Melhorar a qualidade e a eficiência dos produtos/serviços.
- Vender o excedente da produção nacional.
- Antecipar-se a competidores potenciais.
- Outros:**

13) No caso de exportação, assinale o percentual total das vendas realizadas no mercado internacional em relação ao total das vendas da empresa.

- Até 5%.
- Entre 6% e 20%.
- Entre 21% e 40%.
- Entre 41% e 60%.
- Entre 61% e 80%.
- Acima de 80%.
- 100%.

14) Assinale as regiões geográficas em que a sua empresa realiza negócios internacionais,

- América do Sul exceto MERCOSUL.
- MERCOSUL.
- América Central.
- América do Norte Estados Unidos Canadá
- Europa Central.
- Leste Europeu.
- Ásia.
- África.
- Oceania.

15) Assinale quais são os programas de incentivo à exportação/importação que a sua empresa utiliza.

- PROEX.
- ACC / ACE.
- DRAWBACK.
- ISENÇÃO DE IMPOSTOS.
- SBCE
- OUTROS: Citar:

16). Algum colaborador da empresa participa ou participou de algum treinamento sobre comércio exterior?

- Sim, apenas uma vez.
- Sim, regularmente.
- Não.
- Não, mas pretende participar.

Se você respondeu sim à pergunta anterior, qual o programa e em que organização?

.....
.....

17) Em sua opinião, a sua empresa está preparada para atuar no comercio exterior?

- Sim.
- Não, mas estamos trabalhando para nos preparar.
- Não, e não temos interesse em atuar no COMEX.

18) A sua empresa gostaria de ter acesso a mais informações sobre o mercado internacional?

- Sim, através de informações via e-mail.
- Sim, através de treinamentos presenciais oferecidos pelo Banco do Brasil.
- Sim, através do meu Gerente na agência..
- Não tenho interesse em receber qualquer tipo de informação sobre o assunto.

19) Na sua opinião, qual é o grau de importância do comércio internacional nas empresas do seu ramo de atividade?

- Não é importante.
- Pouca importância.
- Relativamente importante.
- Muito importante.