



IMPORTAÇÃO COMO **DIFERENCIAL**

P.03 - Importação direta é solução para crescimento mesmo em meio à crise.

Importar menores quantidades é possível



P.08

Brasil e o Mundo

Uma análise da abertura de mercado na década de 90 e a mudança radical na política econômica internacional brasileira

P.10

Exportação é atrativo para pequenas e médias empresas



P.11

Realização





O FOMENTO À CULTURA INTERNACIONAL



Foto: Reprodução

O comércio exterior sempre foi visto como um bicho de sete cabeças. A complexidade da legislação brasileira e as experiências negativas de aventureiros no passado são alguns dos fatores que motivam este tipo de pensamento. Para a Região Sul de Santa Catarina, outros aspectos particulares atrapalham ainda mais os negócios internacionais. Estamos distantes dos grandes portos e a ineficiência política dificulta uma infraestrutura adequada (a demora da duplicação da BR-101 Sul e das definições acerca do Porto de Imbituba são exemplos marcantes). Além disso, dentro de nossas empresas, a administração predominantemente familiar, embora com perfil empreendedor, passa muitas vezes por grandes dificuldades na aceitação de novos conceitos.

Com o intuito de reduzir essas barreiras de acesso às oportunidades internacionais, quebrar os paradigmas existentes e desmistificar os conceitos do comércio exterior para estimular o desenvolvimento da cultura internacional e da economia da Região Sul, lançamos este caderno especial sobre o assunto, que chamamos de **“O Mundo dos Negócios”**.

Depois de muita dedicação no desenvolvimento deste conteúdo, apresentamos um material informativo denso, baseado na expertise de especialistas de diversas áreas do setor. Queremos aproximar o leitor dos negócios internacionais, mostrando de forma prática as possibilidades existentes.

Em primeiro momento, este caderno será bimestral e o projeto contará também com inserções na rádio Som Maior, veiculações dinâmicas no blog “O Mundo dos Negócios” e organização de cursos e workshops especializados. Com o diálogo aberto, caminharemos ao encontro dos anseios dos empresários e profissionais da área para encontrar, nos diferentes perfis de leitores, os interesses sobre o tema.

Sabemos que o que é complexo não é necessariamente difícil. A complexidade só encontra a dificuldade quando não se tem o conhecimento necessário para executá-la. A partir do momento que se dominam as informações, pode até se tornar fácil. E é isso que pretendemos mostrar com a disseminação deste conteúdo. Queremos capacitar nossas empresas para que, independentemente do seu tamanho, possam usufruir das grandes oportunidades que o mundo dos negócios oferece.

Marcelo Raupp

Renato Barata Gomes

EXPRESS

Por Joice Quadros

Atenção ao Siscoserv

O Siscoserv é uma exigência relativamente nova da Receita Federal, onde são lançadas as informações sobre os pagamentos internacionais de serviços prestados. Para as empresas importadoras, por exemplo, há uma exigência do lançamento das informações referentes aos pagamentos dos fretes internacionais. Acontece que muitas empresas não conhecem ainda esta exigência e são penalizadas com multas, que são as consequências do não lançamento destas informações no sistema. Siscoserv é a sigla para “Sistema Integrado de Comércio Exterior de Serviços, Intangíveis e Outras Operações que Produzam Variações no Patrimônio”, que foi instituído pela Lei 12.546, de 14 de dezembro de 2011.

Tributos na Cidade

Quando as empresas contratam o serviço de uma trading, todos os tributos municipais ficam na cidade onde foi prestado o serviço. No caso da trading UNQ, por exemplo, os tributos ficam sempre em Criciúma, onde está sua sede. Aquelas empresas de Criciúma e região que contratam as tradings de Florianópolis ou Itajaí, acabam ensejando uma contribuição tributária à cidade onde está localizada a prestadora de serviço (Florianópolis, Itajaí e aí por diante) e, muitas vezes, nem se atêm a isso. Por este motivo, é interessante para Criciúma, por exemplo, estimular a contratação das empresas localizadas aqui.

Ampla mercado exportador

Existe um dado informando que apenas 20 mil empresas são exportadoras e 40 delas respondem por mais de 50% das exportações brasileiras, revelando o quanto este mercado está, ainda, concentrado. Isso mostra o amplo mercado e o quanto o país precisa evoluir no desenvolvimento dos negócios internacionais com empresas de menor porte.



Expo Revestir 2017

Fashion Week da arquitetura e construção, a Expo Revestir acontecerá de 07 a 10 de março, no Transamérica Expo Center, em São Paulo. Há 15 anos a feira apresenta os lançamentos das principais marcas do setor. Empresas cerâmicas da região são tradicionais expositoras da Expo Revestir, que reúne um forte comércio internacional no evento.



Foto: Reprodução

Ação social da UNQ

Parceria entre a UNQ Import Export e a Rádio Som Maior (Criciúma) vai premiar instituições de caridade. A cada partida do Criciúma EC, será eleito pelos comentaristas, narrador e repórteres um jogador como o craque do jogo, “Craque UNQ”, que vai representar uma instituição de caridade. A torcida participa votando através das mídias sociais nas “equipes” que já estão formadas e cada instituição conta com quatro ou cinco jogadores na sua seleção. Quando o jogador é eleito, ele pontua para a seleção/instituição da qual fizer parte. Ao final do Campeonato Catarinense, a instituição que tiver somado mais pontos ganha R\$ 2 mil e, ao final do Campeonato Brasileiro, R\$ 10 mil. Entre os idealizadores e patrocinadores da ação, estão os empresários Marcelo Raupp e Renato Barata Gomes, diretores da UNQ.

Exportações catarinenses

As exportações catarinenses fecharam o ano de 2016 em US\$ 7,59 bilhões, o que representou queda de 0,7% em relação aos US\$ 7,64 bilhões de 2015. Na avaliação da Federação das Indústrias de Santa Catarina (FIESC), o resultado catarinense não foi melhor porque o valor em dólar dos produtos teve redução, já que o volume exportado pelo Estado subiu 4,7%.

O MUNDO DOS NEGÓCIOS

Acompanhe o blog O MUNDO DOS NEGÓCIOS com informações sempre atualizadas sobre o mercado internacional.

OMUNDODOSNEGOCIOS.com.br



IMPORTAÇÃO COMO DIFERENCIAL

Vantagens da compra no mercado externo vão além da redução de custos

Há 45 anos, surgia uma das marcas de vestuário mais representativas da região. Foi com o perfeccionismo de um alfaiate, o Seu Jorge, como era conhecido o fundador, que a empresa produziu os ternos de toda uma geração. Hoje, os trajes continuam sendo fabricados e comercializados com base nos conhecimentos deixados e alcançam quase todos os estados do país.

O atual presidente da empresa, Jorge Luiz De Luca, filho do fundador e participante ativo desde o começo das atividades, lembra as dificuldades passadas. “*Meu pai conhecia muito o produto e era um vendedor nato. Ele viajava por todo o estado com a minha mãe Esmeralda vendendo seus produtos, pois os representantes não conseguiam fazer com a mesma eficiência*”. Por aqui, o filho trabalhava dia e noite para suprir a ausência do pai. “*Meu pai sempre falava que a empresa ia ser grande e dependia de todos os esforços da família no começo. E o sucesso aconteceu naturalmente por toda a dedicação implantada*”, complementa De Luca.

Familiar

Apesar de o tempo ter sido favorável em alguns aspectos, quando as mudanças começaram a acontecer muito rapidamente, tornou-se também um adversário à continuidade do negócio. O perfil familiar dificultava a atualização de alguns conceitos que haviam funcionado no passado, mas que já não tinham o mesmo resultado nos desafios do presente. A concorrência tornara-se muito mais acirrada e o mercado muito mais dinâmico com diferentes e novas exigências.

Por essa característica, comum a muitas outras empresas da região, as experiências com importações eram esporádicas e sem continuidade. Aconteciam apenas quando uma oportunidade batia à porta ou quando não havia outra alternativa. Pela falta de planejamento, os resultados não eram satisfatórios. O tempo e o custo dos processos de importação eram em geral desconhecidos e o crescimento sacrificado pela falta de informação sobre o assunto.

Há quatro anos, no entanto, a empresa decidiu adotar o comércio exterior como estratégia para alavancar os negócios e incluiu no planejamento as oportunidades internacionais. De Luca explica como este processo aconteceu. “*Víamos a importação como um bicho de sete cabeças pelos problemas que já havíamos enfrentado como, por exemplo, atrasos de mais de 60 dias na aduana. A necessidade do mercado nos fez buscar capacitação para podermos usufruir dos benefícios da compra no mercado externo*”. Assim, o paradigma foi quebrado e o comércio exterior passou a ser vantagem competitiva para driblar a concorrência e a crise.



Foto: Lucas Colombo

Jorge Luiz de Luca, empresário que apostou na importação de tecidos e insumos como estratégia e hoje colhe os resultados.

Diferencial

Além de melhores custos alcançados na China e na Índia, a qualidade foi um diferencial encontrado. Conforme o responsável pelo setor de compras, Ricardo Pereira, “*o custo da aquisição dos tecidos reduziu 50% e, para a surpresa da maioria, a qualidade aumentou significativamente*”. Em geral, a matéria-prima para ternos não é produzida no Brasil e o produto importado é necessário para todos os que trabalham neste segmento. No passado, as compras eram feitas de fornecedores que funcionavam somente como distribuidores, importando e revendendo os tecidos. “*Depois que começamos a importar diretamente, todo o conceito de produto é desenvolvido por nós, já que vamos direto à fonte e não passamos pelo filtro dos fornecedores. Além disso, conseguimos manter exclusividade na maior parte dos tecidos, diferenciando a marca no mercado de alfaiataria*”, complementa Pereira.

A importância deste processo estratégico de internacionalização é ratificada pelo testemunho do atual presidente “*Se não fossem as importações feitas com capacitação e planejamento, talvez, não estivéssemos mais aqui*”. Hoje, a empresa importa 70% dos seus insumos com benefícios em custos e

qualidade, o que proporciona competitividade para buscar novos clientes. “*As exportações também fazem parte do nosso planejamento. Estamos estudando alguns mercados para entender como podemos atendê-los da melhor maneira, sem colocar em risco o mercado local e o fornecimento internacional continuado*”.

“Víamos a importação como um bicho de sete cabeças pelos problemas que já havíamos enfrentado como, por exemplo, atrasos de mais de 60 dias na aduana. A necessidade do mercado nos fez buscar capacitação para podermos usufruir dos benefícios da compra no mercado externo”

EXPEDIENTE

Textos

Beatriz Sônego de Luca
Joice Quadros
Marcelo Raupp

Diagramação

Wellington Knabben

Colaboração

Apex Brasil, Fernando Sartor, Jailson Felipe, Jorge Luiz de Luca, Melissa Aragão de Souza, Rafael Scotton, Renato Barata Gomes, Rodrigo Ruckhaber e Vinicius Modanezi.

Jornalista Responsável

Beatriz Sônego de Luca
JP - 6043/SC

Coordenação Geral

Marcelo Raupp

Sugestões e dúvidas

imprensa@unq.com.br

Realização

UNQ Import Export
www.unq.com.br



DESPACHO ADUANEIRO NA PRÁTICA

Quatro erros comuns nos despachos e como evitá-los

Embora a contratação para realizar os procedimentos de nacionalização e internacionalização de mercadorias, em geral, seja de uma empresa Comissária de Despachos, o despachante aduaneiro é uma pessoa física e o acesso ao Siscomex (Sistema Integrado de Comércio Exterior) se dá através do CPF deste profissional. Entre outras responsabilidades, cabe ao especialista habilitado informar à Receita Federal sobre todas as mercadorias que entram e saem do Brasil, seguindo os



Contratação pelo Preço

O despachante aduaneiro representa a empresa em diversos órgãos intervenientes e operadores logísticos e todas as responsabilidades assumidas por ele serão, na verdade, de quem o contrata. Os custos extras e o tempo a mais perdido por erros no despacho aduaneiro serão cobrados oficialmente do importador. Por isso, o profissional escolhido precisa compreender bem as particularidades e as necessidades da empresa. O preço do serviço é, sim, importante, mas não o principal fator a ser considerado. “O registro errado de uma declaração de importação, por exemplo, pode causar atrasos significativos na liberação da mercadoria, além do aumento de custo de armazenagem e possíveis multas da Receita Federal”, explica Ruckhaber.



“É preciso entender que no primeiro momento, para o fiscal, as mercadorias são simples letras e números no sistema, já que ele não tem acesso ao produto físico”



Descrição Incompleta da Mercadoria

Com o objetivo de fazer a primeira análise com relação à classificação correta, a Receita Federal exige que o registro da importação seja feito com o maior detalhamento possível ao descrever o produto. “É preciso entender que no primeiro momento, para o fiscal, as mercadorias são simples letras e números no sistema, já que ele não tem acesso ao produto físico”. Se algo estiver incompleto ou duvidoso, certamente, ele buscará mais detalhes, parametrizando em canais amarelo ou vermelho, para analisar os documentos originais e a mercadoria física na busca da certificação da classificação. “Uma simples descrição como ‘macaco’, por exemplo, pode se referir tanto a um animal como também a um elevador de automóvel. São duas classificações totalmente diferentes. Este tipo de dúvida não pode ser gerada ao Fiscal e, por isso, a descrição completa é fundamental”, complementa Ruckhaber. Para evitar este tipo de situação, mesmo que em processos anteriores uma descrição mais resumida tenha sido suficiente, o ideal é nunca economizar nos detalhes. Além do tempo a mais gasto para liberação nestes casos de inconsistência, a multa inicial é de 1% do valor aduaneiro.



Classificação Fiscal Incorreta

A definição da NCM é feita com base nas características da mercadoria. A partir dela, são observadas as alíquotas tributárias e o tratamento administrativo. Ruckhaber compartilha um dos equívocos mais comuns e explica as consequências. “Tivemos um caso de um importador que, para evitar a taxa de antidumping aplicada aos Porcelanatos não-esmaltados, informava que o produto que estava importando era esmaltado. Por algumas vezes, a importação chegou sem maiores problemas. Porém, em um processo específico, a Receita Federal solicitou a perícia da mercadoria e a classificou como não-esmaltada. Entre multas e juros, a empresa desembolsou mais de R\$ 140 mil pelo erro, além de taxas extras de armazenagem. O prejuízo acabou sendo muito maior do que o valor que, supostamente, foi economizado usando a classificação errada para evitar a sobretaxa de antidumping”, conta o despachante.



Erros na Documentação Original

Cada processo de importação e exportação, dependendo da origem ou destino, exige uma documentação específica. No geral, são obrigatórios o conhecimento de embarque, fatura comercial e packing list, podendo ser exigidos outros papéis, conforme a complexidade do trâmite. “O cumprimento das exigências, desde os valores das mercadorias até a assinatura a punho, é fundamental para a harmonia do processo”, afirma Ruckhaber. Esta é uma análise feita ainda no embarque e que mostra a participação do despachante antes mesmo da nacionalização. “Há pouco tempo, tivemos um cliente que confirmou o conhecimento de embarque marítimo sem a nossa anuência. Infelizmente, uma NCM não estava descrita como deveria e, no momento do desembarco aduaneiro, não tínhamos muito que fazer”, salienta, atentando para a importância do despachante aduaneiro no planejamento de todo o processo.



BENEFÍCIOS DO TERMINAL ALFANDEGADO

Alternativas para otimização da logística portuária

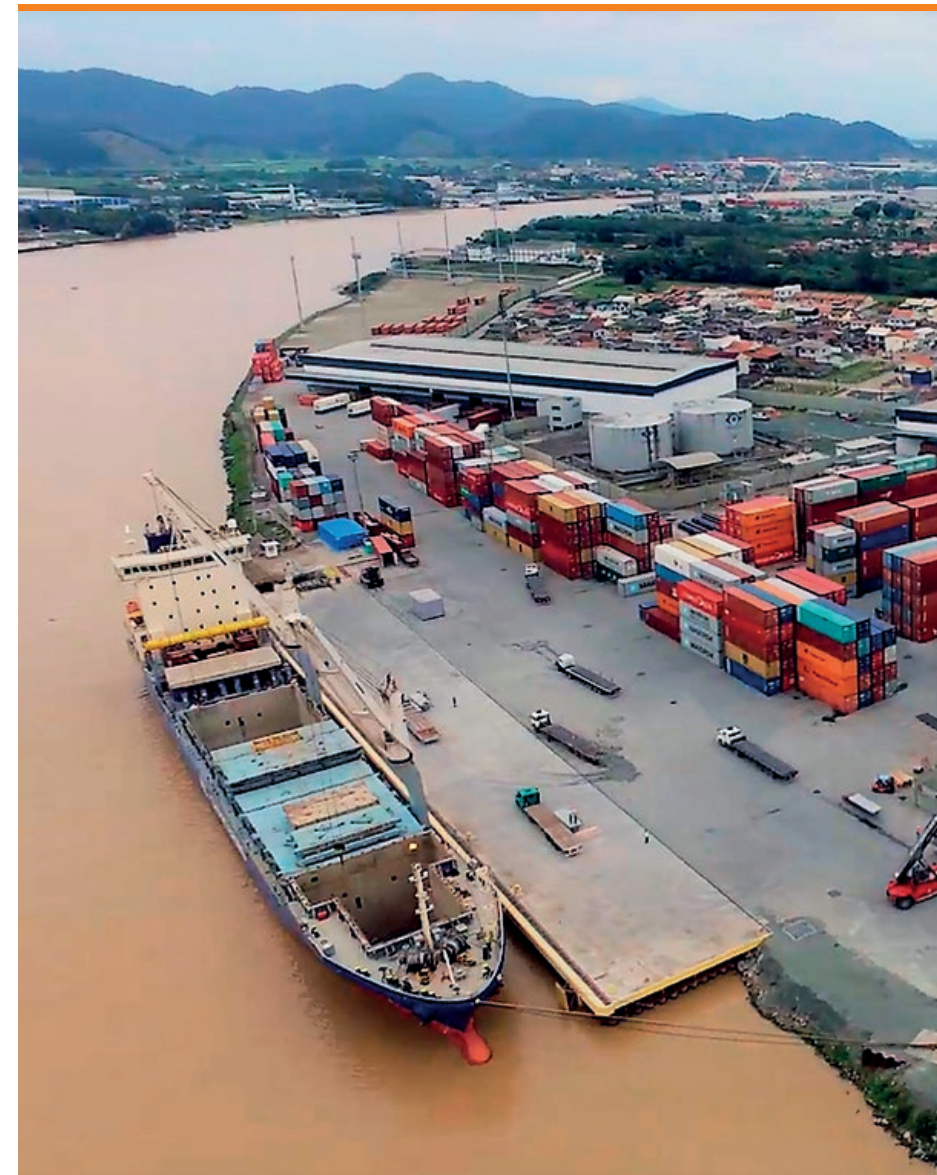
Os terminais alfandegados são áreas destinadas ao recebimento de cargas de importação ou exportação controladas pela alfândega. São espaços devidamente licenciados pelos órgãos competentes, como a Comissão Nacional de Segurança Pública nos Portos, Terminais e Vias Navegáveis, a Antaq, a Marinha do Brasil, a Anvisa e a Receita Federal. “É um local que presta serviços de carga e descarga, armazenagem e distribuição de mercadorias, através de uma estrutura operacional alfandegada, onde ocorre a nacionalização das mercadorias, assim como todo o tratamento logístico necessário para que elas cheguem, ao seu destino, da forma requerida pelo importador”, explica o gerente comercial da Poly Terminais, Jailson Felipe.

A Poly Terminais, terminal alfandegado primário de uso misto, localizado em Itajaí/SC, é um exemplo disso. Realiza operação portuária de navios de carga geral, cargas de projeto e graneis líquidos. Atende também na movimentação e armazenagem de cargas que demandem necessidades especiais, consolidação e desconsolidação ou que necessitem de regimes específicos para o efetivo desembarço.

Estrutura diferenciada

O diretor da UNQ, Renato Barata Gomes, exemplifica bem as possibilidades de utilização dos serviços específicos. “Recebemos recentemente a visita de uma empresa em busca de melhorias nos seus trâmites logísticos. Segundo o empresário, na última importação, a mercadoria caiu em canal vermelho, depois em cinza e ficou mais de quarenta dias parada no porto para ser liberada”, conta Gomes. O container em questão trazia produtos químicos de alto valor agregado e os custos extras com armazenagem foram muito altos. De acordo com o especialista, a análise adequada poderia ter reduzido este valor se o empresário tivesse optado previamente por nacionalizar em um terminal alfandegado.

Para Jailson, a raiz do problema é a falta de capacitação para os negócios internacionais. Jailson destaca a importância da informação e de se ter parceiros capacitados para encaminhar os processos. “Geralmente, as pessoas que estão nas importações das empresas estão linkadas ao setor comercial e estão interessadas em comprar e vender. Se estes profissionais não estão sendo bem orientados, acabam correndo riscos por apostar que a mercadoria será sempre liberada rapidamente. E, no caso do comércio exterior, paga-se valores muito altos por qualquer erro”, conclui.



INSTALAÇÕES da Poly Terminais em Itajaí.

Foto: Divulgação/Poly Terminais

PANORAMA

O QUE ESPERAR DE 2017?



A expectativa é que seja um ano de ações mais positivas. 2016 foi marcado pelo pessimismo e essa forma de pensar foi geradora de crise. Acredito que 2017 vai se apresentar com mais otimismo, mais buscas de soluções e de capacitação, mais investimentos e com mudanças em busca de diferencial. Isso certamente fará a economia crescer novamente.

MARCELO RAUPP - Diretor da UNQ



Acreditamos na retomada do crescimento econômico. A nossa expectativa é de crescimento para os próximos anos. E estamos preparados para isso.

OSMARI DE CASTILHOS RIBAS - Diretor-superintendente Administrativo da Portonave



Acredito que se o governo tomar as decisões certas, teremos como retomar o crescimento. O mercado sinaliza o início de um ciclo virtuoso, uma espiral positiva para a economia: a inflação cai, as taxas de juros são reduzidas e o crédito é retomado, aumentando o consumo. Assim geramos empregos e renda e, consequentemente, mais consumo.

FERNANDO SARTOR - Sócio Translara



Vislumbro 2017 como um ano de reação do mercado importador e exportador. O próprio importador vem se mostrando mais seguro e confiante a desenhar projetos de médio e longo prazos. Os riscos continuarão existindo, mas o empresário que estiver cercado de bons parceiros estará sempre um passo a frente.

VINÍCIUS MODANEZI - gerente Comercial da DC Logístics



Em 2015 e 2016 presenciamos a redução e até o encerramento de muitas empresas. O final do ano passado já apresentou melhoras da economia, e este ano, vemos os empresários voltando a investir e com expectativas de crescimento.

RAFAEL SCOTTON - Advogado Tributarista



Será um ano de muitos desafios. O Brasil ainda não superou a crise econômica. Por isso, as empresas brasileiras precisam inovar e também buscar estratégias de redução de custos. A importação pode ser uma ótima oportunidade para superar os obstáculos da crise.

RENATO BARATA GOMES - Diretor da UNQ



CAMINHO DO CONTÊINER

As etapas da importação dentro do porto

Você já parou para pensar como as mercadorias entram no país? O transporte marítimo é o principal meio pelo qual isso acontece. Para entender melhor este fluxo, a Portonave – Terminais Portuários de Navegantes – criou a série "O caminho do contêiner", que auxilia no entendimento do processo de liberação de um contêiner e as áreas que estão envolvidas em cada etapa. Este passo a passo é um fluxo de importação retirado da série da Portonave, é específico do Terminal, mas é semelhante a outros portos do Brasil.



1

1ª parte: Planejamento do navio

A escala dos navios é semanal ou quinzenal e faz parte de um serviço, que é a rota dos portos por onde o navio passa. Então a cada semana ou quinzena, em determinado dia, o navio tem a sua janela para atracação – intervalo de tempo em que pode atracar no Terminal.



2

2ª parte: O navio chega ao terminal

Quem define o berço (local no cais onde encosta o navio) de atracação são os planejadores de navio. Toda embarcação tem um plano de operações, que contempla o número de ternos (conjunto formado por colaboradores mais equipamentos). A Portonave dispõe de **3 berços de atracação** e recebe navios com até 306 metros de comprimento por 48 metros de largura (boca), com capacidade entre 6 mil e 8 mil TEUs (TEU = unidade de medida equivalente a um contêiner de 20 pés). É proibido subir a bordo do navio qualquer pessoa que não esteja ligada à operação do navio.



3

3ª parte: Desembarque do Contêiner

O Portêiner (STS), guindaste com capacidade de içamento de 75 toneladas, faz o movimento do contêiner do navio para o caminhão. O objetivo é trabalhar com agilidade para aumentar a produtividade e otimizar o tempo em que o navio permanece atracado no Terminal. Este processo deve ser realizado com respeito às normas de segurança. Em média, um navio de 300 metros de comprimento opera com quatro portêineres. Cada contêiner demora cerca de um minuto para ser movimentado, embora esse tempo dependa de onde o contêiner está posicionado no navio.

Após o término das operações de embarque e descarga, o navio está pronto para seguir viagem para o próximo porto de destino.



4

4ª parte: Posicionamento do Contêiner

O veículo portuário (TT), uma carreta reforçada, é responsável pela movimentação dos contêineres entre o cais e as pilhas de contêineres. Tem capacidade de suportar cargas com até 40 toneladas e, após receber o contêiner do portêiner, leva à localização já definida pela equipe de planejamento do Porto com antecedência. O plano é rigorosamente seguido pela operação. O pátio da Portonave tem capacidade para 30 mil TEUs e está dividido em quadras numeradas para melhor localização das unidades.



5

5ª parte: Inspeções

O posicionamento dos contêineres para inspeção ocorre a pedido dos órgãos intervenientes e pode ser feito para várias finalidades. Eles são levados a uma área destinada única e exclusivamente ao atendimento das demandas desses órgãos – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e Receita Federal. Para o MAPA vegetal, por exemplo, ocorre sempre que a carga vier acondicionada em embalagem de madeira (caixa, pallets).



6

6ª parte: Liberação do contêiner

O Comex dentro da Portonave é a área do departamento comercial responsável por analisar toda solicitação e documentação que é entregue. Estes documentos são necessários para a liberação das cargas de importação que foram desembaraçadas – termo usado quando há a liberação por parte da Receita Federal – na Portonave. Os despachantes acessam o portal de serviços da Portonave e criam o fluxo informando alguns dados necessários (Ex.: número da Declaração de Importação (DI) e contêineres). Posteriormente eles enviam a documentação física necessária para liberação.



7

7ª parte: Carregamento

Para a retirada do contêiner, a unidade deve estar liberada. Na importação, a verificação é feita com os setores de Faturamento e Comex. Liberado por ambos os setores, o agendamento é feito em janelas de duas horas e a liberação acontece no Gate. A Portonave possui dez gates para acesso dos caminhões ao Terminal. No prédio ao lado dos gates, há uma sala administrativa onde é feita a entrega da documentação, uma sala de espera e banheiros com duchas para uso dos motoristas. Para todas as operações de transporte no Gate, apenas motoristas cadastrados têm acesso ao Terminal – com a utilização de crachás e biometrias.



8

8ª parte: Entrega na empresa e devolução do contêiner vazio

Após a saída do terminal, a mercadoria segue por rodovia até o armazém direcionado pelo importador.

O processo só termina com a entrega do contêiner vazio em terminal direcionado pelo Armador. O contêiner deve estar da mesma forma em que foi recebido, ou seja, limpo e sem avarias. Caso haja alguma verificação diferente, haverá a cobrança referente ao constatado. Após a devolução, a transportadora recebe a Minuta de Devolução que confirma o encerramento do processo de movimentação do contêiner.

IMPORTAÇÃO DE PEQUENOS VOLUMES

Consolidação e aéreo viabilizam processos de quantidades menores

Quando se fala em importação, logo vem à cabeça containers enormes com grandes quantidades de um mesmo produto. E, em muitos casos, realmente este tipo de operação precisa de volume para ser viabilizada. Mas nem sempre. Com o tratamento correto, as importações de pequeno porte também podem ser possíveis e até mesmo bastante lucrativas.

“Diferente do que se pensa, é muito comum que os primeiros processos das empresas tenham menores quantidades, seja por questões financeiras ou mesmo pela confiança no exportador”, explica o gerente comercial da DC Logistics Brasil, de Itajaí, Vinicius Modanezi. E, nestes casos, existem diferentes alternativas de transporte que podem favorecer quem está trazendo a mercadoria.

mercadorias incompatíveis”, complementa Modanezi. Isso pode dificultar o desembaraço na chegada e comprometer a entrega de todas as mercadorias.

Para evitar problemas, contar com uma assessoria especializada é indispensável. Modanezi adverte ainda que é importante checar se a empresa contratada para fazer a consolidação tem embarques frequentes. Segundo ele, a falta de frequência de cargas pode fazer com que o processo fique parado, aguardando o acúmulo de volumes para seguir viagem. Importante ainda que a empresa garanta suporte na origem para consolidação, organização física e documental, evitando assim problemas na chegada ao Brasil junto aos órgãos de controle e fiscalização.

Quando consolidar

Além de considerar o espaço que a carga ocupa, a análise de custos também deve ser levada em consideração ao se decidir por um container inteiro ou um consolidado. O especialista em comércio exterior, Marcelo Raupp, alerta que o importador deve calcular o custo unitário do produto nas diferentes modalidades para definir qual será a mais interessante financeiramente.

“Nos processos internacionais temos muitos custos fixos. É preciso então calcular o quanto estes valores pesam no valor unitário final do produto. Quanto maior o valor agregado da mercadoria que estamos importando, menor o impacto dos custos fixos por unidade”, complementa Raupp. *“Por isso é sempre importante consultar especialistas no assunto que possam guiar o empresário a encontrar a melhor solução para cada caso”.*

O QUE É?

Conheça alguns conceitos da logística internacional

Agente de Carga

É um intermediário entre o exportador ou importador e empresas de transporte e logísca, organiza o deslocamento internacional de mercadorias através de vários meios de transporte e é responsável pelas operações administrativas relacionadas.

Armador

É o transportador marítimo, responsável pelo navio e pelos contêineres utilizados no transporte de mercadorias.

Free Time

É o tempo contratado para a utilização do container para as operações nos terminais.

Demurrage

É a multa diária gerada pelo uso do container no tempo além do Free Time. O termo também é utilizado para multas sobre o tempo extra de afretamento de navios.



Imagem: Divulgação/DC Logistics

IMPORTAÇÃO VIA AÉREA

Da mesma forma deve ser analisada a possibilidade de se utilizar o frete aéreo. Esse modal tem inúmeras vantagens quando comparado ao modal marítimo. A rapidez é um destes benefícios. *“Algumas empresas do ramo têxtil, por exemplo, trazem as amostras inicialmente por aéreo. Assim, podem agilizar os negócios e depois fazer a importação do volume da coleção via marítimo”,* salienta Modanezi.

Em outros casos, o alto valor das mercadorias e a fragilidades das peças podem indicar o aéreo como melhor solução. *“Florianópolis, conhecida como polo catarinense de desenvolvimento em tecnologia, é uma das regiões com cargas que se enquadram neste perfil porque as empresas trabalham com produtos mais caros e sensíveis”,* explica.

AGILIDADE NAS ESTRADAS

Contratação de uma transportadora especializada reduz riscos

No sul de Santa Catarina, os caminhos para as mercadorias chegam do exterior ou viajam para fora do país passam, quase que obrigatoriamente, pelas estradas. E, no caso do comércio internacional, o transporte rodoviário precisa ser tratado com a mesma seriedade que o marítimo ou o aéreo, pois as particularidades dos processos são constantes do começo ao fim da viagem.

“As cargas transportadas em containers exigem muita atenção já que temos que cumprir horários apertados, o que não acontece no transporte convencional” explica Fernando Sartor, sócio da Translara Transporte de Cargas, de Cocal do Sul, especializada em comércio exterior. O não cumprimento destes horários para a coleta de uma carga importada ou entrega de uma carga de exportação pode gerar uma multa de *no show*, custos de reagendamento e até perda do embarque. Os custos podem facilmente ultrapassar os R\$ 1.000,00 por dia.

mercadorias, necessidade de reagendamentos e possíveis despesas com armazenagem.

“Temos uma janela de duas horas para realizar as operações dentro dos terminais e caso não seja cumprida, precisamos reagendar com rapidez para evitar custos extras”, complementa Fernando. Para ele, o segredo para processos bem sucedidos é o trabalho preventivo para antecipar as situações problemáticas. *“A transportadora precisa estar atenta aos agendamentos, ao tempo de viagem, saber em média o tempo que o embarcador leva para estufar o contêiner, os horários de trânsito e os gargalos que o motorista pode encontrar pelo caminho”,* explica.

Especialistas

Além disso, os caminhoneiros precisam de treinamento especial para informar qualquer imprevisto à base e possibilitar as soluções rapidamente. *“O motorista precisa conhecer como funciona a dinâmica do porto, dos terminais. Temos muitas situações de profissionais que saem das operações tradicionais e migram para o transporte de containers. É necessário treinamento e adaptação”,* alerta.

Outro ponto importante que diferencia o serviço de transportes comuns de um especializado em comércio exterior é o relacionamento mais próximo com as operações portuárias, o que dá mais agilidade em todas as etapas. *“No caso da Translara, contamos com ponto de apoio em Itajaí para facilitar os trâmites com as documentações físicas necessárias. Quando estamos no local, também melhoramos o nosso contato com os parceiros e temos maior facilidade para acessar os terminais”,* conclui.



Foto: Divulgação/Translara

Pontualidade e agilidade são essenciais para o transporte internacional

MITO OU VERDADE?

“Produtos chineses são baratos porque tem qualidade inferior e são feitos por mão de obra escrava”

☒ MITO
☐ VERDADE

Ba parte deste conceito de que a China vende apenas produtos baratos e de má qualidade vem da falta de informação. De fato, há cerca de 20 anos, o boom dos produtos chineses espalhou mercadorias realmente ruins por todo o mundo. *“No passado, a China teve como base de seu desenvolvimento industrial a cópia de grandes marcas ao invés da criação de seus próprios produtos gerando o estereótipo de que fornecia apenas mercadorias piratas de baixa qualidade”,* explica o especialista em negócios internacionais, Renato Barata Gomes, sócio da UNQ Import Export.

Mas esta realidade mudou. Percebendo a necessidade de adaptações para continuar o crescimento, o país passou a investir em pesquisa e inovação. *“Passei um tempo na Alemanha para um mestrado e o maior número de estudantes estrangeiros era de chineses. A ideia era que eles retornassem ao país com maior capacitação para ajudar no desenvolvimento local”,* conta Gomes.

também que sejam bem informados quanto às diferenças corporativas e culturais. É comum que as indústrias chinesas trabalhem aos sábados, por exemplo. Mas isso não significa

“Em todas as visitas que fiz a fábricas chinesas, não tive percepção de mão de obra escrava”, comenta Gomes. Porém, para ele, é sempre importante verificar os padrões de qualidade internos e externos das indústrias de lá. *“Existem duas formas de se certificar que os exportadores tenham bons padrões. A primeira é buscar fornecedores que já adotam normas internacionais como ISO9001. A segunda é investir em uma viagem para visitar as empresas de interesse. Além de conferir de perto as condições de trabalho, o contato pessoal fortalece a relação comercial”,* conclui.

necessariamente escravidão, já que os trabalhadores são remunerados por isso. Hoje, as leis trabalhistas existem no país e punições são aplicadas quando há falhas.

Mão de obra

Assim como em qualquer lugar do mundo, na China, existem empresas boas e ruins. Por isso, é importante contar com profissionais que tenham conhecimento não só dos trâmites burocráticos das importações, mas



O BRASIL, DE COLLOR À FALTA DE UMA POLÍTICA PARA O MERCADO INTERNACIONAL



MAITÊ BUSTAMANTE, presidente da Câmara de Comércio Exterior da Fiesc.

Joice Quadros

A gestão do ex-presidente Fernando Collor de Mello (1990/1992) foi um divisor de águas no comércio internacional para o Brasil. Com seus pontos positivos e equívocos. Hoje, o País ainda sofre pela falta de uma política industrial para o mercado externo. Por outro lado, as empresas não podem ver as exportações apenas como solução para momentos de dificuldade no mercado interno. A presidente da Câmara de Comércio Exterior da Fiesc, Maria Tereza Bustamante, a Maitê, detalha o que pensa sobre estes temas.

Quando se fala no ex-presidente Fernando Collor de Mello, vem logo à memória os cara-pintadas e o movimento pelo seu impeachment. Mas, teve o outro e importante legado deixado por Collor, que foi a radical mudança na política do mercado internacional do Brasil, ocorrida no início dos anos 90. “Não há dúvidas que a gestão do ex-presidente Collor foi um divisor de águas. O Brasil não podia continuar de costas para o mercado internacional”, analisa Maitê Bustamante. O Mundo vivia a onda da globalização e Collor decidiu abrir o mercado interno à importação, reduzindo tarifas dos produtos importados e quebrando o protecionismo que cercava a indústria brasileira. Os produtos importados começaram a fazer a festa no bolso dos brasileiros, pelos seus preços mais acessíveis.

Mas, se foi necessário, foi também um processo muito mal conduzido. “Houve o grande equívoco de ser uma decisão intempestiva, sem discussão com a sociedade, para que acontecesse de uma forma programada e organizada”, pontua Maitê. Tanto que a indústria nacional foi substituída da noite para o dia pelas importações. Muitas empresas quebraram e outras nem se criaram, como a nascente de componentes eletrônicos,

que acabou sendo extinta pela concorrência internacional. “Nosso custo era alto e as tarifas de importação reduzidas”, lembra Maitê, travando a indústria brasileira.

Ano das Reformas

Isto tudo aconteceu há quase 30 anos. Tempo suficiente para o País implementar uma política industrial voltada para o mercado externo. Mas não aconteceu. “Falta uma política industrial voltada para o mercado externo. Nossos custos são altos”, destaca Maitê. O já famoso e conhecido “Custo Brasil” continua nas alturas. Por mais que se esforcem e melhorem sua produtividade, as empresas nacionais ainda perdem em competitividade no mercado internacional devido, principalmente, a alta carga tributária e falta de infraestrutura adequada.

“Hoje, o que se espera, mesmo que não sejam reformas completas, são melhorias tributárias e trabalhistas, aumentando a competitividade e reduzindo o custo frente ao mercado internacional”, destaca Maitê. Estas reformas, que devem entrar na agenda do Congresso Nacional neste ano, mexem na política fiscal “permitindo que as empresas olhem com mais confiança e construam alianças estratégicas”, diz Maitê, referindo-se ao mercado internacional.

Bom momento

Alguns analistas sugerem que estamos vivendo um “bom momento” para se voltar ao mercado externo devido a baixa demanda no mercado interno. Sobre este assunto, Maitê Bustamante é categórica: “A exportação não deve ser vista como solução para momentos que a demanda no mercado interno está fraca. Tem que fazer um planejamento estratégico”. Ela explica que é um longo processo a conquista do mercado externo e a empresa terá muito mais facilidade para exportar se permanecer nele.

Com as importações, a regra é a mesma. “A importação permite que as empresas reduzam seus custos”, pontua, destacando também a fidelização dos mercados. Sobre os principais países com oportunidades de negócios, destaca a Índia, para onde estão se voltando os olhos do mundo, e a China, que continua a merecer toda a atenção e deverá crescer, no mínimo, este ano, entre 5% e 7%.

Quanto a recente posse de Donald Trump na presidência dos Estados Unidos, analisa que seus atos devem vir a atingir mais a volatilidade dos mercados financeiros. Isto, porque os investidores são muitos sensíveis às mudanças que ocorrem nos países e às

falas de autoridades. Já os relacionamentos comerciais entre empresas e países, que são estabelecidos por regras internacionais, tendem a não sofrer tantas interferências. De qualquer forma, o que está ocorrendo é um grande movimento protecionista

Balança Comercial: nem tudo o que reluz é ouro

Se é verdade que se pode comemorar o superávit da Balança Comercial Brasileira, por outro lado nem sempre os números refletem a realidade econômica do país.

Em 2016, por exemplo, a Balança Comercial apresentou um superávit de US\$ 47,692 bi, o maior em toda a série histórica medida pelo Banco Central Brasileiro (Bacen). Número considerável para um resultado que estava negativo em US\$ 3,959 bi, em 2014. Entretanto, observa-se que, apesar do superávit positivo em 2016, tanto exportações como importações caíram, revelando queda geral nos negócios.

Sobre o tema, o economista José Rubens Vicari, do site “Senhor Gestão”, lista alguns pontos que “de certa forma tiram o brilho destes números” e lista:

- As exportações acumuladas em US\$ caíram 3,7% versus o ano de 2015.
- As importações caíram muito mais -24,7% - em razão da recessão econômica e também do encarecimento dos produtos importados devido à desvalorização do real.
- As commodities que sustentam as vendas externas, de modo geral, tiveram quedas nos preços – soja -3,7%; minério de ferro -22,8%; carnes de frango e boi -9%; celulose -10,4% e café -3%. O preço médio do açúcar decresceu 0,9% na média de janeiro/agosto 2016 versus mesmo período de 2015.

E conclui: “O Brasil continua extremamente dependente do desempenho das commodities para fechar as contas. Historicamente não nos distanciamos muito do que já acontecia no século XX quando o café reinava no comércio exterior e nossa evolução desde então ainda não mudou significativamente o perfil das exportações com produtos de maior valor agregado e mais tecnologia”.

A abertura na década de 1990

Dez anos antes, na década de 1980, a abertura comercial já era vista como inevitável, devido ao esgotamento do processo de substituição de importações. Havia um consenso que o livre comércio poderia proporcionar desenvolvimento com a melhoria da qualidade de vida da população e gerar crescimento econômico e melhorar a eficiência da indústria.

Essa abertura se intensificou a partir de 1990, principalmente no Governo Collor, com redução tarifária de importação e exportação, além da

eliminação de várias barreiras não-tarifárias. Mas, esta decisão sem planejamento do governo, encontrou grande parte dos setores da economia brasileira em atraso tecnológico, se comparado com padrões internacionais.

É feita uma análise que a abertura comercial do Brasil se diferenciou das demais em países subdesenvolvidos (Chile e Argentina na década de 1970, por exemplo), pois não aconteceu em um ambiente de economia estável e tampouco foi realizada primeiro a liberalização do mercado de bens e serviços para apenas depois liberalizar o mercado de capitais.

A abertura, então, trouxe benefícios imediatos aos consumidores pela maior disponibilidade de bens e serviços, com melhores preços e tecnologia. Por outro lado, a abertura também provocou um desafio para os produtores locais, que, para não fechar suas empresas, foram em busca de novas tecnologias e melhorias em seus sistemas de gestão. É um período em que as importações superam as exportações, quando a indústria nacional parte em busca de melhor qualidade para competir no mercado internacional.

O PIB e o mercado externo

Outro dado a se considerar é o que representa as importações mais exportações em relação ao Produto Interno Bruto (PIB) de um país. Na Coreia do Sul é 50%, seguida pela Alemanha 45%; Canadá 31%; Reino Unido 30%; França 30%; Itália 30%; Índia 25% e China 25%. No mesmo período, o total de exportações e importações brasileiras sobre o PIB representou, em média, apenas 11,5%.

Pela análise do economista José Rubens Vicari, “o impacto do “alto” Custo Brasil necessita ser mitigado, pois a energia é cara; a logística e infraestrutura não ajudam; a mão de obra custa acima da média dos países menos desenvolvidos considerando os encargos sociais; a taxa cambial é volátil e a carga tributária pune as exportações”. Todos fatores que atrasam uma maior inserção do Brasil no vasto mercado internacional e precisam ser corrigidos com uma política industrial para o mercado externo, como seguidamente enfatiza a presidente da Câmara de Comércio Exterior da Fiesc, Maria Tereza Bustamante.



O DIREITO E O COMÉRCIO EXTERIOR

Assessoria jurídica é caminho para minimizar problemas na importação e exportação

A realização de um negócio com o mercado externo passa por diversas áreas do Direito, tais como: Direito Internacional (Público e Privado), Direito Aduaneiro, Direito Tributário e até mesmo Direito Penal. Mas é apenas quando os problemas aparecem que a grande maioria dos empresários procura um advogado para auxiliar nas questões ligadas ao comércio exterior. E, assim, a suposta economia feita pela não contratação preventiva de uma assessoria jurídica se torna um grande prejuízo.

“As bancas de advocacia especializadas em questões de comércio exterior visam assessorar todo o processo, desde as negociações preliminares até a efetiva entrega da mercadoria no estabelecimento de destino, além de atuar em questões pós-contratuais”, explica o advogado tributarista Rafael Scotton. Com isso, garante-se a segurança jurídica do negócio em todos os seus aspectos, tanto no envio, quanto na chegada dos

produtos.

Contratos

A assessoria jurídica voltada para o comércio exterior se inicia pela parte consultiva com a análise de todas as informações da documentação envolvida, como prazo de entrega, garantia de qualidade e incoterms. Em casos mais complexos, ainda são necessários os contratos internacionais. Segundo Scotton, “a participação do advogado vai da indicação do idioma em que serão redigidos os documentos até a eleição do foro competente para resolução de eventuais conflitos”. O especialista em negócios internacionais, Renato Barata Gomes, sócio da UNQ Import Export, ressalta a impor-

tância de um advogado para redigir estes contratos. Ele cita o exemplo da importação de produtos sazonais, como

os artigos de moda. “Se este tipo de mercadoria chega com atraso, o cliente pode perder a venda. Um bom contrato prevê como estes problemas serão solucionados e podem evitar que os processos cheguem à esfera judicial”, destaca Gomes.

Soluções

Além da parte contratual, o advogado ainda atua em diversas outras fases do desenvolvimento dos negócios como nas formalidades para aprovação de crédito no caso de financiamentos, avaliação prévia de medidas judiciais para agilizar o desembaraço de mercadoria e até mesmo arbitragem de conflitos entre as



“Um bom contrato prevê como estes problemas serão solucionados e evita que os processos cheguem à esfera judicial”

ENTREVISTA

EXPORTAÇÃO PARA TODOS

Mercado externo é atrativo também para pequenas e médias empresas



MARCIA NEJAIM, diretora de Negócios da Apex.

Muitas empresas brasileiras não incluem a exportação como estratégia por acreditarem que se trata de um tipo de negócio complexo e, até mesmo, intangível. Em entrevista exclusiva ao caderno O MUNDO DOS NEGÓCIOS, a diretora de Negócios da Apex-Brasil, Marcia Nejaim, fala sobre as oportunidades que o mercado internacional oferece.

OMDN - No seu entendimento, por que tantos empresários brasileiros ainda têm receio de ingressar na exportação?

MN - A inserção do Brasil no mercado internacional ainda é pequena se comparada à enorme capacidade

produtiva do nosso país. Somos a sétima economia do mundo, mas apenas o 25º exportador mundial. O que acontece normalmente é que como o mercado interno brasileiro é muito grande, o empresário acaba por concentrar esforços para atender a demanda interna e por vezes esquece de olhar para as oportunidades externas. O que a Apex-Brasil tem feito é mostrar que as opções não são excludentes. Temos trabalhado para mudar a cultura do empresário brasileiro.

OMDN - Falando de empresas de pequeno e médio porte, existem negócios para elas fora do Brasil?

MN - Com certeza! O sucesso em alcançar o mercado externo é diretamente ligado à estratégia e ao planejamento da empresa. É fundamental que a exportação esteja inserida em uma estratégia de longo prazo, e não seja apenas uma ação pontual como resposta a uma eventual queda na demanda do mercado interno. Em 2016, por exemplo, quase 80% das empresas exportadoras nacionais eram de pequeno e médio porte. Segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC), das 22,2 mil empresas exportadoras nacionais, 17.631 exportaram até um milhão de dólares.

OMDN - Qual você considera o maior obstáculo para o exportador iniciante? E como driblá-lo?

MN - A palavra-chave é planejamento e acesso à informação, tanto sobre os procedimentos necessários para exportar, quanto sobre oportunidades de negócios. É preciso, desde o início do processo, entender como funcionam os trâmites burocráticos de comércio exterior, quais os melhores mercados para os produtos da sua empresa, quais as especificações e barreiras para se acessar esses mercados, os melhores canais de distribuição, entre tantos outros. A Apex-Brasil tem um time todo preparado para apoiar as empresas iniciantes no comércio internacional.

OMDN - Na prática, o que um empresário precisa ter/fazer para receber apoio da Apex Brasil?

MN - O principal que uma empresa precisa ter para receber apoio da Apex-Brasil é vontade de alcançar novos mercados. Temos um leque de programas para cada etapa de maturidade da empresa. Para iniciantes, temos o Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), em que é feito um diagnóstico da capacidade exportadora das empresas. Em seguida, são propostas soluções para problemas técnico-gerenciais detectados em áreas como RH, adequação de produtos e serviços,

partes. A elaboração de mandados de segurança para driblar greves fiscais é outra demanda frequente. Em 2016, a paralisação da Receita Federal durou quase dois meses. “Nestes casos, é possível a concessão de liminar uma liminar é concedida e para que a autoridade da alfândega seja obrigada a analisar os documentos da carga parada dentro do prazo determinado pelo juiz, sob pena de incidência de uma pesada multa por dia de atraso”, explica Scotton.

Mesmo não sendo possível prever todos os percalços que as negociações internacionais podem gerar, o suporte jurídico em todas as fases ainda é essencial. “Se o especialista já tem o conhecimento de todo o contexto, a solução de um processo administrativo ou judicial tende a ser muito mais rápida e eficiente. Prevalece aqui a velha máxima de que prevenir é melhor do que remediar”, conclui o advogado.

marketing e comércio exterior. Também temos as ações de promoção comercial com a participação em feiras internacionais, missões comerciais e outros eventos. Por fim, a empresa que está mais madura e tem a intenção de se internacionalizar, pode contar com nosso apoio no desenvolvimento da estratégia para internacionalização.

As empresas contam também com os serviços dos escritórios da Agência no exterior, além da rede de Setores de Promoção Comercial, os SECOMs, formada por 104 unidades em 83 países do Ministério das Relações Exteriores, ao qual a Apex está vinculada.

OMDN - Qual mensagem você deixa às empresas com potencial e que ainda não vendem para o mercado externo?

MN - Exportar não é nenhum bicho de sete cabeças. Qualquer empresa pode buscar novos mercados no exterior. Basta estar preparada e capacitada para isso. As empresas que atuam no mercado internacional tornam-se mais competitivas também no seu mercado de origem, ganham conhecimento no exterior, diversificam fontes de receitas e base de clientes. Acima de tudo, a exportação deve ser parte de uma estratégia de médio e longo prazos e não ser apenas uma solução pontual.





APRESENTA

O MUNDO DOS NEGÓCIOS

A PARTIR DE AGORA, O PROJETO DE FOMENTO À CULTURA INTERNACIONAL DISPONIBILIZARÁ ESTE CADERNO ESPECIAL COM INFORMAÇÕES SOBRE IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO, TRAZENDO CONCEITOS QUE TORNEM AS OPORTUNIDADES INTERNACIONAIS MAIS HABITUAIS. O OBJETIVO É DISCUTIR POSSIBILIDADES, BUSCANDO MAIS VANTAGENS COMPETITIVAS, INDEPENDENTEMENTE DO TAMANHO DA EMPRESA.

NESTE PRIMEIRO MOMENTO, O CADERNO SERÁ APRESENTADO BIMESTRALMENTE E CONTOARÁ TAMBÉM COM INFORMATIVOS NA RÁDIO, WORKSHOPS, CURSOS ESPECIALIZADOS E O PORTAL DE ARTIGOS SOBRE O TEMA (OMUNDODOSNEGOCIOS.COM.BR).

SOLICITE A EDIÇÃO ESPECIAL DO CADERNO POR EMAIL (IMPrensa@UNQ.COM.BR) E FAÇA PARTE DESTE PROCESSO ACOMPANHANDO AS INFORMAÇÕES E SUGERINDO PAUTAS. CERTAMENTE, HÁ UM MUNDO DE OPORTUNIDADES À SUA ESPERA!

REALIZAÇÃO

