



APRESENTA

O MUNDO DOS NEGÓCIOS

O PROJETO DE FOMENTO À CULTURA INTERNACIONAL
DISPONIBILIZA 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.

ALÉM DESTES CADERNOS BIMESTRAIS, O PROJETO AINDA CONTA COM
WORKSHOPS, CURSOS E UM PORTAL DE NOTÍCIAS E ARTIGOS
SOBRE O TEMA - WWW.OMUNDODOSNEGOCIOS.COM.BR.

FAÇA PARTE DESTES PROCESSOS ACOMPANHANDO AS
INFORMAÇÕES E SUGERINDO PAUTAS.
CERTAMENTE, HÁ UM MUNDO DE OPORTUNIDADES À SUA ESPERA!

REALIZAÇÃO



O MUNDO DOS NEGÓCIOS

Ano 1 | Nº 3 | Julho 2017

.com.br



AS **IMPORTAÇÕES** QUE
PRECISAM DO AVAL DA
ANVISA

Página 10

SUBSTITUIÇÃO **TRIBUTÁRIA**
NA IMPORTAÇÃO
POR CONTA E ORDEM

Página 08



MAR, TERRA OU AR?

Os fatores que influenciam na escolha do tipo de transporte para cada carga. **Página 05**

ESPECIAL: PANAMÁ

Por que o país atrai os olhares do mundo
quando o assunto é Comércio Exterior

Página 06

BRASIL E CHINA

A visão de um executivo chinês
sobre os negócios e cultura brasileira

Página 11

Realização





OS AVANÇOS NAS OPORTUNIDADES INTERNACIONAIS

O principal objetivo de O MUNDO DOS NEGÓCIOS é possibilitar competitividade às empresas da região através da disseminação das oportunidades globais. E a melhor forma de fazer isso é aprimorar os conhecimentos com o compartilhamento de conceitos práticos, algo que empresas de segmentos diversos vivem no dia a dia e podem estimular novos caminhos a outras. Certamente, esta troca de experiências oportuniza diferentes formas de crescimento.

Em cima disso, a terceira edição disponibiliza matérias com especialistas em comércio exterior, que possuem conhecimentos aprofundados de conceitos específicos para otimizar os processos internos de cada empresa. O êxito da Romalux, uma marca da região especializada em lâmpadas de LED, é relatado nas próximas páginas como exemplo e motivação neste contexto.

Apresentamos também um caso prático para evitar o ICMS ST na importação por conta e ordem e os cuidados com a contabilidade. Para o transporte, a resposta sobre quando usar um frete aéreo ou marítimo. Caso a opção seja marítimo, a mercadoria passará por um porto público ou privado em Santa Catarina. O comparativo entre suas características apresenta o que esperar em termos de estrutura e serviço.

Para dirimir os riscos nos negócios, o advogado Rafael Scotton explica algumas questões sobre a execução de contratos internacionais e, no âmbito de planejamento aduaneiro, trazemos uma matéria especial sobre o papel da Anvisa. No complemento da logística, a atenção sobre o transporte rodoviário que finaliza e inicia a maioria dos processos de importação e exportação. Além disso, realizamos a entrevista com um chinês que atua no mercado brasileiro e fizemos um panorama sobre as oportunidades de negócios no Panamá.

Na prática, pela Região Sul, temos visto este processo de internacionalização da cultura motivar novas iniciativas para buscar melhorias. Em maio, a Prefeitura de Criciúma e a Associação Empresarial da cidade promoveram um encontro entre empresas e especialistas. O evento contou com a presença da presidente da Câmara de Comércio Exterior da Fiesc, Maitê Bustamante, entrevistada aqui na primeira edição. Em junho, aconteceu o 1º Congresso Sul Catarinense de Administração e Comércio Exterior, com o tema *Desenvolvimento do Sul Catarinense*, coordenado pela Universidade do Extremo Sul Catarinense.

Todas essas iniciativas mostram que ainda há muito caminho a percorrer, muito conhecimento a disseminar e muita oportunidade a desenvolver. O que nos deixa mais felizes neste contexto é a ótima aceitação deste trabalho, que tem gerado novas possibilidades para a economia regional e estimulado novas ações no desenvolvimento desta cultura internacional.



Marcelo Raupp, sócio-diretor da UNQ Import Export.



EXPRESS

Por Joice Quadros

Entre os 20 maiores

Líder de mercado em Santa Catarina desde 2010 e segundo maior movimentador de contêineres do Brasil desde o ano passado, a Portonave integra agora a lista dos 20 maiores portos da América Latina, ocupando a 16ª posição. O Terminal Portuário de Navegantes é um dos três brasileiros no ranking divulgado pela Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal), divulgado em junho, no Chile.

Comércio Exterior em Debate

Organizado pela UNESCO, com a coordenação do Prof. Julio Zilli, o I Congresso Sul Catarinense de Administração e Comércio Exterior reuniu estudantes e profissionais da área para discutir e trocar experiências, nos dias 13 e 14 de junho. O diretor da UNQ, Marcelo Raupp, e o gerente portuário, Pablo Fonseca, dividiram o painel do dia 14 sobre o Porto de Imbituba. Raupp também ministrou o workshop com o tema “Importação como Diferencial Competitivo”.

Expert

O auditor fiscal aposentado, Almir Gorges, é o novo Secretário da Fazenda de SC. Grande conhecedor dos benefícios tributários de importação e referência nacional quando o assunto é ICMS, é autor do livro “Dicionário do ICMS – O Seu Plantão de A a Z”, que já está na 14ª edição. Gorges já atuou como Secretário Adjunto da mesma pasta e retorna à Secretaria a convite do governador Raimundo Colombo.

China em SC

Qing Boming, secretário-geral da CIFCA – Associação das Cidades-Irmãs da China – visitou Santa Catarina em junho e confirmou o interesse do país pelo nosso estado, principalmente pelas cidades portuárias. A comitiva foi recepcionada pelo vice-governador, Eduardo Moreira, e levará as informações colhidas por aqui aos investidores do país. Santa Catarina tem quatro cidades-irmãs chinesas: Camboriu-Pingdingshan; Criciúma-Huaibei; Itajaí-Xinxiang e São José-Zibo.

Craque UNQ

Além de disponibilizar R\$10.000,00 para a instituição com mais pontos no final do Campeonato Brasileiro - Série

B, o Craque UNQ tem também o objetivo de divulgar as instituições da região.

Conhecer as entidades e os seus propósitos é o primeiro passo para poder estimular a responsabilidade social em cada cidadão da região. Acesse o blog da UNQ e saiba mais (www.unq.com.br).

Paraguai é alternativa

Dentro das oportunidades internacionais, uma que tem levantado curiosidades é o Paraguai. Empresas brasileiras, incluindo algumas da Região Sul de SC, têm levado parte do seu processo produtivo para o país vizinho. Benefícios tributários, culturais e redução de custos com energia e pessoal são algumas das vantagens apontadas por especialistas. Os sócios da UNQ, Marcelo Raupp e Renato Barata Gomes, tem estado periodicamente no país Hermano para desenvolver oportunidades e trazer soluções aos empresários da região.



Balança Comercial Positiva

Um dos principais produtos exportados e importados pelo Sul de Santa Catarina tem sido a cerâmica. De janeiro a maio deste ano, foram exportados USD 30.6 milhões de cerâmica não vitrificada. No mesmo período, as importações destes produtos somaram USD 4.29 milhões. O saldo da balança comercial nos primeiros meses do ano foi positivo de USD 26.31 milhões.

O MUNDO DOS NEGÓCIOS

Para estar por dentro do mercado internacional, acompanhe também o blog O MUNDO DOS NEGÓCIOS, sempre com informações atualizadas!

OMUNDODOSNEGOCIOS.com.br



A VISÃO DA CHINA SOBRE NEGÓCIOS COM O BRASIL

Entrevista com profissional chinês traz ponto de vista sobre relação entre os dois países



WANG XUGUANG realiza negócios com o Brasil desde 2005.

Sediada na cidade de Zhengzhou, a empresa onde trabalha Wang Xuguang é uma companhia estatal gerida diretamente pelo governo chinês, criada há 36 anos. Desde o início, é a maior exportadora de abrasivos e derivados do país asiático e, atualmente, uma das 500 empresas com maior faturamento no mundo.

Wang é gerente de engenharia de uma subsidiária da estatal voltada à produção para o mercado externo e atua diretamente no comércio com parceiros no Brasil. Dessa experiência, passou a conhecer profundamente as nuances que envolvem a relação entre os dois países.

OMDN: Quais são as maiores diferenças entre os dois países?

WX: Como herança da cultura europeia, o Brasil é fortemente influenciado por conceitos como utopia e idealismo e a distorção da realidade é uma preocupação. A cultura chinesa é mais pragmática e aceita a realidade como ela é.

A sociedade chinesa é coletivista e o grupo po prevalece sobre o indivíduo. As pessoas estão dispostas a colocar o bem do grupo acima do bem próprio. A sociedade brasileira é mais focada nos indivíduos.

OMDN: Como isso acontece na prática?

WX: Na China, os relacionamentos são construídos por meio de jantares muito demorados e, às vezes, leva-se muito tempo para conhecer bem a

outra pessoa. No Brasil é diferente. Apesar de fazer refeições juntos ser importante para os brasileiros, isso não chega a ser tão significativo quanto para os chineses.

Algo interessante também é a troca de cartões. Para nós, é algo bem mais “solene” do que no Brasil, onde é apenas um jeito de trocar informações.

Na China, olhar nos olhos da outra pessoa é um desrespeito. No Brasil é um sinal de honestidade. Enquanto os brasileiros apertam mãos mantendo contato visual, muitos chineses vão olhar para o chão nesse momento.

E algo que as duas culturas têm em comum é que os dois povos são muito amigáveis.

OMDN: Como é a sua relação com as empresas brasileiras?

WX: Somos muito amigos dos nossos clientes brasileiros e nos conhecemos bem. Mas, na hora dos negócios, os dois lados passam a tratar o assunto com seriedade, tentando o máximo possível defender os próprios interesses. No entanto, todo esse esforço é para conseguir uma cooperação mais eficiente e benéfica para ambas as partes.

OMDN: E com relação à região sul?

WX: Nós visitamos muito o Brasil e nossos clientes visitam a China também. Mesmo assim, devido às diferenças culturais, ainda não temos familiaridade com muitas coisas brasileiras. O Marcelo Raupp e o Renato Barata Gomes, diretores da UNQ Import Export, desempenham um bom papel como ponte, não

apenas para nos ajudar a desenvolver o mercado e os relacionamentos, mas também para apresentar novas oportunidades de negócios e sanar dificuldades na comunicação com os clientes.

Eles fazem bem este trabalho porque são brasileiros e, às vezes, conhecem melhor do que nós as demandas dos clientes. Eles se comunicam com eles de forma mais adequada e fazem visitas em nosso nome, ajudando a entender o que pensam e tornando o nosso trabalho mais eficiente.

OMDN: Existem estereótipos que os brasileiros têm dos chineses e que é equivocado?

WX: O principal é sobre os produtos chineses. Muitos pensam que são baratos e de má qualidade. A verdade é que a qualidade e o preço das mercadorias são relativos. Em outras palavras, a China tem bons produtos e precisa de bons preços para se adequar ao que as empresas precisam. Mas não se pode simplesmente pagar barato por alta qualidade.

OMDN: E você tinha algum estereótipo sobre os brasileiros?

WX: Antes de ir ao Brasil, eu pensava que os brasileiros não trabalhavam duro, que eles ficavam o tempo todo de férias e descansando. Assim que cheguei ao país, mudei minha percepção. Os parceiros brasileiros com quem trabalhamos amam o trabalho e lidam com muita seriedade no serviço. E eles sabem muito bem como equilibrar trabalho e família.

por residentes ou domiciliados no País, de residentes ou domiciliados no exterior. O escopo de serviços que devem ser registrados no SISCOSERV constam na NBS, Nomenclatura Brasileira de Serviços, Intangíveis e outras Operações que produzam Variações no Patrimônio.

Alguns dos serviços internacionais contemplados pelo SISCOSERV são serviços de distribuição de mercadorias, serviços de hospedagem, serviços de transporte de passageiros e de cargas, serviços de remessas expressas, serviços financeiros, serviços de pesquisa e desenvolvi-

mento, serviços jurídicos e contábeis, serviços de tecnologia da informação, serviços de apoio às atividades empresariais, serviços de telecomunicação, serviços ambientais, serviços de impressão e publicação, serviços de serviços de manutenção, serviços educacionais, serviços recreativos e culturais, serviços de apoio às atividades agropecuárias, silvicultura, pesca, aqüicultura, extração mineral, eletricidade, gás e água, cessão de direitos de propriedade intelectual.



IMPORTAÇÃO E ANUÊNCIA DA ANVISA

Fiscalização da agência garante a procedência dos produtos que possam ter impacto na saúde dos consumidores



A ANVISA realiza a fiscalização após a chegada da mercadoria no Brasil

Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) é um dos órgãos anuentes para cujas exigências os importadores precisam ficar atentos. E a lista de produtos que precisam do aval dela para chegar ao Brasil é extensa, ocupando 108 páginas. Entre eles, estão alimentos, medicamentos, saneantes, tabaco, produtos para saúde, insumos farmacêuticos, cosméticos e agrotóxicos.

De acordo com o despachante aduaneiro Rodrigo Ruckhaber, a Anvisa é o órgão anuente mais rigoroso no que diz respeito à fiscalização. “É muito importante o trabalho que eles fazem, evitando que o consumidor tenha acesso a produtos que possam fazer mal à saúde. A Anvisa faz isso muito bem”, avalia.

Para garantir que tudo corra bem com a chegada da mercadoria, o

importador deve se certificar de possuir todos os documentos exigidos. “São necessários cadastro na Anvisa, alvarás de funcionamento, autorização de funcionamento do estabelecimento, e o principal, solicitar ao fornecedor todos os laudos, certificados de análises, além de etiquetagem correta e clara”, elenca Ruckhaber. Ele diz já ter presenciado situações em que contêineres foram simplesmente devolvidos ao país de origem porque o exportador não se preocupou em fornecer a documentação.

“Não faz muito tempo, vimos uma carga vinda dos Estados Unidos ser mandada de volta porque o fornecedor achava que não precisava dos laudos, alegando que no país de origem não havia nada disso”, relata o especialista.

O procedimento de fiscalização na

importação varia conforme o tipo de produto, de acordo com a Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) 81/2008, que estabelece qual a documentação necessária em cada caso. “De uma forma geral, a Anvisa realiza a fiscalização após a chegada da mercadoria em território nacional”, explica Ruckhaber.

A embalagem externa de cada volume do produto importado sujeito à vigilância sanitária deve conter informações como princípio ativo (quando se tratar de medicamento), lote e local de origem. A Anvisa também proíbe a importação de produtos com prazo de validade que expira nos 30 dias seguintes a partir da liberação sanitária.

Alimentos: Anvisa ou Mapa?

Uma das dúvidas que pode surgir na importação é quanto ao órgão que fiscaliza a entrada de alimentos no país, já que tanto a Anvisa quanto o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) fazem esse trabalho.

“O Mapa sempre fiscaliza quando o alimento é de origem animal. Já a Anvisa controla os alimentos processados que possam envolver risco à saúde pública”, diferencia Ruckhaber, lembrando que os alimentos submetidos à fiscalização da Anvisa constam na lista publicada pela agência (a íntegra pode ser acessada em bit.ly/listaANVISA).

A embalagem externa de cada volume de produtos importados sujeitos à vigilância sanitária deve identificar:

- Nome comercial, quando se tratar de produto acabado ou a granel;
- Nome do princípio ativo base da formulação, quando se tratar de importação exclusiva de medicamento;
- Nome comum ou nome técnico, químico ou biológico do produto, quando se destina à produção de medicamentos, cosméticos, perfumes, produtos de higiene pessoal, saneantes e produtos para diagnóstico in vitro e produtos médicos;
- Nome da matéria-prima alimentícia;
- Número ou código do lote ou partida de produção dos produtos embalados;
- Nome do fabricante, cidade e país;
- Cuidados especiais para armazenagem, incluindo os relacionados com a manutenção da identidade e qualidade do bem ou produto, como temperatura, umidade, luminosidade, entre outros.

GESTÃO PORTUÁRIA EM SANTA CATARINA

Características de Portos Públicos e Privados podem ser a diferença na prestação de serviços

OS PORTOS DE SANTA CATARINA



Porto de Itapoá

Porto Privado (TUP).

Porto de São Francisco

Porto público delegado ao Estado.

Porto de Navegantes (Portonave)

Porto Privado (TUP), líder de movimentação de contêineres com 59% do mercado de SC.

Porto de Itajaí

Porto público delegado ao município. O município arrendou os dois berços em operação para a iniciativa privada, o operador APM Terminals.

Porto de Imbituba

Porto público delegado ao Estado (SC Par).

ENTENDA AS DIFERENÇAS ENTRE OS PORTOS

	Nomenclatura	Poligonal	Regime Jurídico	Investimentos	Contratações	Administração	Mão de obra
PÚBLICO	Porto Público - Autoridade Portuária	Está dentro da área do Porto Organizado	Público - É um porto de jurisdição do Governo Federal e pode ser delegado ao município ou ao estado.	Recebe investimentos públicos	Depende de licitação para contratação de serviços e de concurso público para contratação de pessoal	É um bem da União	Usa mão de obra do OGMO (Órgão Gestor de Mão de Obra)
PRIVADO	Terminal de Uso Privado - TUP	Está fora do Porto Organizado	Privado - Atua sob um regime de autorização, mediante Contrato de Adesão com a ANTAQ	Faz investimento próprio (privado)	Pode contratar livremente fornecedores e funcionários	É um bem privado, administrado por acionistas	Usa mão de obra própria, vinculada. Pode usar mão de obra do OGMO, perante acordo com o órgão.

EXPEDIENTE

Textos

Beatriz Sônego de Luca
Joice Quadros
Marcelo Raupp
Mayara Cardoso
Renan Medeiros

Projeto Gráfico e Diagramação

Wellington Knabbenn

Colaboração

Jean Netto, Melissa Aragão de Souza, Murillo de Pauli, Rafael Scotton, Renato Barata Gomes, Ricardo Ramos, Rodrigo Fernandes, Rodrigo Ruckhaber, Vinicius Modanezi, Wang Xuguang.

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

GLOSSÁRIO

Rebocador:

É um barco projetado para empurrar, puxar e rebocar navios em manobras delicadas como atracação e desatracação. São caracterizados por ter pequeno porte, motores potentes e alta capacidade de manobra

Bacia de Evolução:

É um local no espaço aquático nas proximidades do cais, dotado de dimensão e profundidade adequadas, onde o rebocador vira o navio em 180°, preparando-o para atracar e sair depois da operação.

Berço de atracação:

É um espaço no cais em que o navio pode atracar para operar, embarcar e desembarcar, cargas em segurança.

Cais do porto:

É uma parte contínua de um porto que tem contato direto com o mar onde se localizam os berços de atracação e que podem ser especializados (terminais) ou não (cais comercial).

Calado:

É a profundidade do navio, que é medida entre a superfície da água até o seu ponto mais baixo. Diferente da profundidade do porto, que deve ser maior que o calado para possibilitar a navegação.

EXPERIÊNCIA E APOSTA CERTEIRA

Jovens sócios uniram conhecimento no mercado exterior e uma grande ideia



EMPRESÁRIOS apostaram no LED e criaram a RomaLux

Apostar no mercado do Light Emitting Diode (LED). Esta, que no início era apenas uma ideia de dois jovens empreendedores, se tornou um grande negócio em Criciúma. Unindo conhecimento e vontade de empreender, os amigos Murillo Cesar de Pauli e Rodrigo Mendes Fernandes, com o apoio do sócio Clanir Henrique (in memoriam), iniciaram a Luminati Import e Export Ltda. No dia 17 de junho de 2011, a empresa saiu do papel e iniciou sua história no mundo dos negócios, hoje, levando o nome RomaLux.

A iniciativa pode ser resumida como um grande desafio, já que na época os produtos em LED tinham alto custo em comparação à concorrência e ainda não tinham grande expressão no mercado brasileiro. “Apesar de ainda ser algo muito novo e não estar inserido de forma completa no país, nós sabíamos que um dia o LED chegaria com força. A tecnologia ainda era nova, mas era um investimento certo. Em pouco tempo, ela chegaria”, lembra Murillo. E eles estavam certos. Com um

trabalho intenso que incluiu visitas ao exterior e muita pesquisa para oferecer o que havia de melhor no mercado, em pouco mais de um ano e meio de empresa, a comercialização do LED começou a se intensificar no Brasil e a RomaLux estava preparada para atender a demanda. “Já havia poucas empresas aqui trabalhando com essa tecnologia. E por já existirem há mais tempo e estarem consolidadas, elas

iniciavam com vantagem, mas fomos em busca do nosso espaço”, completa.

Força com produção fora do país

Os produtos oferecidos pela empresa são voltados à iluminação em LED para projetos comerciais e residenciais, sendo que 100% do material é proveniente da Ásia, chegando ao Brasil já com a marca própria RomaLux. Por isso, o mercado internacional aparece como mais que fundamental para o sucesso do negócio. “Estudamos e percebemos que seria muito mais viável trazer o produto de fora, tendo em vista que ainda é constante a sua atualização em termos de tecnologia. Um dia, quando diminuir o ritmo destas transformações, poderemos trazer a produção para cá”, explica Murilo.

Em ao menos quatro visitas ao exterior a cada ano, os profissionais da RomaLux fortalecem suas parcerias e equilibram seus processos. Os produtos da empresa são vendidos às lojas de iluminação e

apresenta em seu site (romalux.com.br), toda versatilidade dos produtos. Hoje, 22 representantes da marca atuam por todo o país levando o nome da empresa adiante e garantindo o que há de mais moderno e completo aos lojistas. Além de oferecer os produtos já catalogados, a equipe atua também no desenvolvimento novas soluções, o que é considerado um grande diferencial.

A conquista do lugar ao sol foi possível, de acordo com Murillo, graças às escolhas certas feitas desde a definição do material até as parcerias com os fornecedores da cadeia logística, como a trading, transportadora internacional, despachante aduaneiro, terminal de movimentação de cargas e transporte rodoviário. “Tudo isso faz total diferença no processo. Precisa ser tudo muito bem sincronizado, desde a escolha do produto correto até a contratação dos fornecedores capacitados que irão auxiliar na rápida disponibilidade do produto no mercado nacional”, explica.

Fatores Essenciais

Entre os fatores considerados determinantes para o sucesso da empresa está a escolha correta de fornecedores capacitados por cada passo na cadeia logística como:

- Trading Company capacitada para oferecer as melhores soluções tributárias
- Transportadora marítima e aérea internacional de cargas que demonstre segurança no processo de movimentação.
- Despachante aduaneiro de confiança
- Terminal de movimentação de cargas na região retroportuária com total eficiência na prestação do serviço.
- Transporte rodoviário ágil

Futuro promissor

De acordo com o empresário Marcelo Raupp, sócio-diretor da UNQ Import Export, que atua como trading nos processos, a empresa tem um intenso potencial de crescimento. “O Rodrigo e o Murillo são empresários diferenciados. Buscaram capacitação, estruturaram a empresa para estar sempre à frente e continuam encontrando as oportunidades dentro de um mundo globalizado. O êxito certamente é consequência destes fatores”, comenta.

Realizando ainda o trabalho de consolidação da marca no mercado brasileiro, os planos de exportação de produtos da RomaLux ainda devem ficar no papel por mais algum tempo, porém, estão, sim, entre as metas dos empreendedores. “Nossa ideia é fazer o processo “back to back”, ou seja, continuar trazendo nossa produção da Ásia já com nossa marca, mas já encaminhá-la para outros países sem nem mesmo passar por solo brasileiro”, comenta.

As oportunidades de importar ou exportar estão muito além do dólar baixo ou alto e a continuidade é um fator essencial para o sucesso nos negócios internacionais. Por isso, é fundamental um bom planejamento, uma dinâmica empresarial ágil e diferenciada e parcerias que possam oferecer ferramentas que amenizem os riscos de uma variação acentuada.

Marcelo Raupp, sócio-diretor da UNQ Import

A variação cambial faz com que o risco de uma atividade suba consideravelmente, portanto quanto maior a exposição, maiores devem ser os cuidados com proteções (hedges) tanto operacionais (hedge natural, compensando receitas com despesas em moeda estrangeira) quanto financeiras (hedge tradicional).

Lucas Rocco, assessor de investimentos da Wise Advisors

SEGURANÇA NOS CONTRATOS INTERNACIONAIS

Convenção das Nações Unidas regula as transações mercantis internacionais

Uma das principais dúvidas dos gestores de empresas quando decidem ingressar no comércio internacional é a segurança nos negócios com fornecedores que, na maioria das vezes, estão muito distantes geográfica e culturalmente. Com a intenção de atenuar grande parte deste receio, em 2014, passou a vigorar no Brasil a Convenção das Nações Unidas sobre Compra e Venda Internacional de Mercadorias, conhecida como CISG, e promulgada em nosso país através do Decreto nº 8.327/2014.

A partir da vigência da Convenção, passamos a compartilhar da mesma sistemática de resolução de disputas contratuais de outros 85 países atualmente signatários, entre eles, China e Estados Unidos, nossos principais parceiros comerciais. Trata-se de instrumento de direito uniforme, destinado a regular a formação dos contratos de compra e venda internacional de mercadorias, bem como os direitos e obrigações que resultem desses contratos para as partes.

“Algumas das finalidades são justamente proporcionar aos envolvidos nas negociações a previsibilidade do direito aplicável aos contratos, o aumento da segurança jurídica nas operações internacionais e a redução dos custos transacionais”, explica o advogado Rafael Scotton. O texto da CISG busca solucionar muitos temas até então extremamente controvertidos no Brasil, como a pluralidade de legislações que poderiam ser aplicadas no rompimento dos contratos e as divergências de idioma, por exemplo.

Uniformização das Regras

Em pontos mais específicos das suas regulamentações, a Convenção assegura, com ressalvas, a possibilidade de um comprador de mercadorias estrangeiras executar um contrato de maneira pontual. “Nos contratos regidos pela CISG, o adquirente é autorizado a exigir não somente perdas e danos, mas, antes disso, a efetiva entrega das mercadorias, caso não as tenha recebido, ou, se

recebidas, requerer a substituição ou o conserto de peças defeituosas”, complementa Scotton. Ele explica que, “em último caso, se constatado que nem o conserto ou a substituição tornam viáveis a finalidade do contrato, o comprador poderá exigir abatimento do preço ou indenização”.

Outro ponto relevante da CISG é assemelhar as decisões entre os casos analisados pelas demais Cortes dos países signatários, contando com um extenso banco de jurisprudências internacionais. Com isto, torna-se possível às partes preverem com maior segurança o eventual resultado de uma disputa, o que pode aumentar as chances de se chegar a um acordo. Além disso, reduz discussões sobre qual Estado é competente para análise dos casos, possibilitando o entendimento de que o caso deverá ser analisado no foro do estabelecimento de qualquer dos contratantes, ainda que o contrato tenha sido celebrado e deva ser executado apenas no país de um deles.

Outro ponto de destaque é a facilitação da prova das operações “Segundo o texto da Convenção, os contratos, em caráter geral, não mais dependerão de forma específica ou de instrumento específico, passando a considerar válido para sua execução qualquer outro meio que comprove a relação comercial”, reitera o especialista.

Leitura Atenta

Como último ponto, entretanto, é indispensável ressaltar que nem todos os contratos assinados entre países signatários da Convenção serão regidos por ela. Isso porque a CISG permite que as partes estabeleçam o uso de legislação diversa, podendo optar por excluir, parcial ou totalmente, o seu conteúdo em uma eventual disputa. Por esse motivo, alerta Scotton, “é indispensável uma leitura atenta do contrato a ser pactuado, afim de se evitar dissabores com um custoso processo judicial diante da necessidade de contratação de advogados especializados na legislação adotada no contrato”.

MITO OU VERDADE?

Pequenas empresas também podem exportar.

MITO
✓ VERDADE

A exportação é possível para todo tipo e tamanho de empresa. Certamente, em algum lugar no mundo, há um potencial comprador dos produtos da sua marca. Claro que é preciso se capacitar para não alocar esforços em algo que não trará resultados. Conhecer a cultura e ter a noção de qual

não só para a exportação, mas também dos comercializados no mercado interno”, explica. E complementa: “Com o aumento de qualidade, a marca tende a ser mais valorizada em todos os sentidos”.

Primeiros Passos

As empresas que pretendem investir na exportação devem tratá-la como algo estratégico e institucional. Um bom planejamento deve começar pelo menos um ano antes do início das operações, alerta o especialista. “Nesta etapa de planejamento deve-se estudar bem o mercado, formar o preço, analisar a legislação do país alvo, realizar

adaptações de produto e de marketing e criar um portfólio para o mercado externo”.

Apesar de ser complexo, para realizar todo o planejamento e executá-lo, não é necessária a contratação de funcionários com altos custos. No caso de pequenas e médias, principalmente, a terceirização do departamento de exportação é uma saída para que os valores com pessoal não desestimulem o empresário antes mesmo de os processos iniciarem. “A terceirização é uma excelente saída, entretanto, para que a consultoria contratada possa trazer resultados, é muito importante que se crie uma cultura internacional envolvendo todos os setores da empresa, desde diretoria até desenvolvimento de produto, produção, marketing, controle de qualidade, expedição, financeiro e contabilidade”, alerta Gomes.

CONTÁBIL

A SUBSTITUIÇÃO TRIBUTÁRIA NA IMPORTAÇÃO E O BENEFÍCIO 113

O tratamento tributário diferenciado pode reduzir os custos na importação por conta e ordem

Como se pagar uma das mais pesadas cargas tributárias do mundo já não fosse difícil, muitas indústrias ainda precisam antecipar ao Governo o recolhimento de um imposto que, normalmente, só deveria ser recolhido na venda ao consumidor final. É a substituição tributária (ST) do ICMS, tema que sempre foi polêmico.

Isso porque, além de antecipar a cobrança, o Governo define uma margem de lucro que a empresa teria com a venda, sendo que nem sempre esta consegue repassar integralmente. Com isso, paga-se um valor ainda mais alto de ICMS, além de prejudicar o fluxo de caixa da empresa. De acordo com o contador

Jean Netto, essa “operação” do Governo está autorizada pela própria Constituição Federal. “A lei pode eleger uma terceira pessoa para cumprir a obrigação tributária, em lugar do contribuinte natural”, explica o especialista.

Por outro lado, os estados podem oferecer Tratamentos Tributários Diferenciados (TTD), para amenizar os problemas em casos especiais. Em Santa Catarina, um dos benefícios concedidos é o TTD 113.

Importação por conta e ordem
Para uma importação por conta e ordem, a ST pode dificultar a transferência entre trading e a adquirente, no caso de o produto em questão ter

a incidência do tributo. Isso porque o Governo cobra, já nessa etapa, todo o ICMS que seria cobrado ao longo da cadeia entre a importadora e o consumidor final. “O regime atinge qualquer contribuinte do ICMS, pessoa física ou jurídica, que realiza, com habitualidade ou em volume que caracterize intuito comercial, operações de circulação de mercadoria, ainda que as operações se iniciem no exterior”, ressalta Netto.

Um importador de pneus de moto, por exemplo, pode estar sujeito à incidência de ICMS ST na importação por conta e ordem quando esses forem direcionados à revenda. Para uma importação de R\$ 200 mil, o ICMS ST a ser pago seria de aproxi-

madamente R\$ 35 mil na entrada, já que a margem de valor agregado definida pelo governo é de 60%. “Para evitar uma descapitalização maior, o empresário pode solicitar o Benefício 113 que, na prática, altera a responsabilidade do substituto tributário, não tendo o desembolso de ICMS ST na entrada da mercadoria”, expli-ca Netto.

“Quando uma empresa solicita o Benefício 113, a responsabilidade de pagar na entrada é transferida para a venda do produto, já que o governo passa a entender que a transferência na importação por conta e ordem não caracteriza de fato uma venda de mercadoria”, conclui.

LOG

ALIADO INCONDICIONAL

As etapas do transporte rodoviário para concluir com êxito os processos de importação

Independente do tipo de transporte utilizado em um processo de importação ou exportação, uma coisa é certa: para iniciar e finalizar a entrega dos produtos, o transporte rodoviário será sempre um aliado incondicional. Tendo como diferencial perante os outros modais a flexibilidade de rota, ele serve

como complemento de um transporte internacional marítimo, aéreo ou até mesmo ferroviário. Por ser a parte final do trânsito de mercadorias, o que muitas vezes se trata de um processo longo e complexo, o modal rodoviário cumpre uma missão decisiva de completar o ciclo com sucesso.

Para que tudo saia conforme o planejado e não apresente problemas logo na última etapa de um processo de importação, portanto, o envolvimento de uma empresa transportadora com experiência e conhecimento suficientes é fundamental. Conforme o gerente da Agillog Transportes, de Itajaí, Ricardo Ramos, “todas as

fases após a liberação da mercadoria no porto devem ser seguidas com afinco levando em consideração rigorosos critérios específicos para que não haja perda de prazos e aumentos dos custos”. Para que seja possível entender a magnitude do processo, o fluxograma abaixo mostra os detalhes, etapa por etapa.

ETAPAS DO TRANSPORTE



POR TERRA, AR OU MAR?

Os fatores que influenciam na escolha do tipo de transporte para cada carga

Na hora de importar ou exportar, o modal a ser escolhido pode impactar no custo e no tempo do transporte da mercadoria. Por isso é importante conhecer bem as características de cada um para optar entre algum deles ou, em certos casos, para fazer a combinação mais eficiente entre dois ou mais modais.

De acordo com o gerente comercial de Santa Catarina da DC Logistics Brasil, Vinicius Modanezi, tanto as características da carga quanto a quantidade comprada influenciam na escolha. “Alguns fatores são determinantes para a escolha de um modal específico, e outros devem auxiliar na direcionamento quando a carga tiver perfil compatível com mais de um modal”, afirma.

O transporte aéreo, por exemplo, deve ser usado para o transporte urgente de cargas pequenas, sensíveis e de alto valor agregado, como eletrônicos, celulares, tablets, partes e peças de reposição de linhas de produção, medicos hospitalares, medicamentos, amostras, obras de arte, entre outras.

Se o transporte é planejado com antecedência, o transporte marítimo também pode ser uma solução mais eficiente. Este modal é adequado para transportes de longa distância de cargas com peso que variar e atingir até 27 toneladas e volumes até 68 metros cúbicos por contêiner. O transporte por navios costuma ser usado para transportar mercadorias compradas em escala, maquinários, produtos acabados, semiacabados ou brutos.

Grandes cargas são transportadas por mar com contêineres exclusivos para um só exportador ou importador. Essa modalidade de transporte é chamada “Full Container Load”, ou FCL. É utilizada não apenas quando



ESCOLHA CORRETA do tipo de transporte pode reduzir tempo e custos

há necessidade por causa do peso e do volume, mas também quando a carga deve ser transportada separadamente, como químicos, alimentícios, vinhos, pneus, ou quando necessita de acomodação especial, como máquinas industriais de médio e grande porte.

Embarques consolidados

E quando a carga é muito grande para ser transportada em avião, mas muito pequena para ir de navio? Nesse caso, o embarque pode ser marítimo, na modalidade “Less Container Load”, ou LCL, também conhecido como embarque consolidado. “Assim,

o importador ou exportador pode dividir o espaço de um contêiner com outros importadores e exportadores, otimizando os custos”, detalha Modanezi.

Por fim, o modal rodoviário é mais utilizado para distâncias menores, como entre os países do Mercosul, também admitindo tanto o embarque exclusivo quanto consolidado, junto de outras cargas. “É uma boa opção para embarques grandes, mas com necessidade de trânsito mais rápido”, explica o gerente comercial da DC Logistics Brasil.

Situações especiais

O especialista também lembra que, durante o embarque, também podem surgir imprevistos, como a necessidade de uma carga dimensionada para transporte aéreo precisar seguir por navio, ou algum atraso na produção tornar o transporte urgente e mudar no modal marítimo para o aéreo. “Nestas ocasiões, aconselha-se estudar novamente as variáveis de cada modal e tomar a decisão, que muitas vezes não estará embasada apenas na característica da carga, mas na necessidade e urgência”, conclui Modanezi.

É necessário planejamento, estar bem informado e ter estoques que permitam efetuar uma média dos custos.

Alexandro Willemann da Silva, empresário da Delupo

É preciso analisar a tendência cambial para estimar uma taxa que seja razoável para ambos os lados. Caso o pagamento ou recebimento seja de longo prazo, o departamento financeiro deve estar atento às possibilidades para evitar perdas.

Wang Xuguang, executivo chinês

Estabelecendo alianças perenes com os clientes e encarando o comércio exterior como negócio de longo prazo. Dessa forma, é possível enfrentar as dificuldades mercadológicas com aquilo que foi conquistado em momentos de bons negócios.

Paulo César Benetton, vice-presidente comercial da Ceca

PANAMÁ: UM BOM NEGÓCIO

País da América Central é ponto estratégico para o comércio internacional



Com uma população de 4 milhões de habitantes, o Panamá é considerado um país jovem. Atualmente a taxa de desemprego é de 5%, a inflação é menor que 1 % e o sistema político é considerado estável. É centro financeiro e logístico para América Central e Caribe. No ano passado, teve crescimento de quase 18% em investimentos estrangeiros e possui um plano de investimentos públicos com colaboração da iniciativa privada para os segmentos de energia, abastecimento de água, educação e saúde.

Um pequeno país com grandes diferenciais. Assim pode ser considerado o Panamá. Com uma área territorial de 74 mil km2 (seria possível colocar 112 Panamás dentro do Brasil), atrai boa atenção de todo o mundo por dois motivos: o primeiro, o Canal do Panamá, uma das maiores obras de engenharia já executadas na história; e o segundo, as oportunidades que apresenta por ser um ponto logístico estratégico para os negócios internacionais.

O país é banhado pelo mar do Caribe e a capital, a Cidade do Panamá, é considera a Dubai das Américas. O apelido se deu pela rápida modernização da região nas últimas décadas que a transformou completamente com a construção de arranha-céus imponentes, shoppings e grandes rodovias.

A súbita prosperidade se deu, em grande parte, pelas rendas geradas pelo canal, que foi administrado pelos Estados Unidos desde a inauguração, em 1914, e passou ao controle do governo panamenho em 1999. A mudança trouxe muitos benefícios às finanças e aos negócios internacionais do país, já qu e se

trata do caminho mais curto para algumas rotas especiais.

Brasil e o Panamá

O Aberto à compra de diversos produtos brasileiros, o Panamá oferece oportunidades nos setores de alimentos, principalmente embutidos, além de panificação e têxteis de primeira linha. A Expocomer, feira multisetorial que acontece na Cidade do Panamá é uma das principais vitrines para exportadores daqui.

Do lado das importações, o Brasil se beneficia muito das facilidades que o país apresenta. A Zona Libre de Colón oferece opções de produtos de diferentes setores de todos os cantos do mundo para a compra em quantidades pequenas, favoráveis aos varejistas e a empresas de pequeno porte.

Outro ponto positivo é a distância da viagem entre o Brasil e o Panamá. Há vôos diretos entre Porto Alegre e a capital panamenha com duração de cerca 8 horas, por exemplo, muito diferente de uma viagem à China onde se precisa de cerca de três dias de trânsito para chegar ao destino.

ZONA LIBRE DE COLÓN

Importação de variedade com pouca quantidade é uma das vantagens da região.

Conhecedor do mercado panameño, onde já esteve diversas vezes, o especialista em negócios internacionais, Renato Barata Gomes, analisa as vantagens de comprar mercadorias na cidade de Colón, famosa por sua zona livre, a maior zona franca das Américas, situada a 80 Km da Cidade do Panamá. Por não ter tributos de nacionalização para manter os produtos importados, ela atua com duas características principais: mercadorias de diversas origens e de pequena quantidade mínima. “Nesse mercado, mais direcionado aos varejistas, pode-se importar desde um copo da Turquia, um cristal da República Tcheca, enfeites da Tailândia e até artigos de decoração chineses”, conta. “Funciona quase como uma grande loja de departamentos com produtos de setores diferenciados”.

Mas qual a diferença, então, além da distância, de se comprar no Panamá e não na China, por exemplo? Gomes explica. “A primeira é a

quantidade. Se a empresa precisa de variedade de produtos, em Colón poderá encher um container com mais de 500 itens diferentes, o que é um ótimo negócio para empresas de pequeno e médio porte”. Isso porque o país funciona como um grande centro de distribuição onde os comerciantes locais compram artigos de todo o mundo em grandes quantidades para revender a empresas menores. “Bem diferente de outros mercados como a China, que é um país produtor”, complementa.

A Zona Libre de Colón é uma área de apenas 2,4 km2 que representam 33% do PIB do Panamá. Na época colonial, era nesta região que se dava a entrada e saída de riquezas no país. Hoje, nela trabalham cerca de 33 mil pessoas em mais de dois mil estabelecimentos comerciais. A região é cercada por muros e tem um intenso esquema de segurança que operam no controle rigoroso de mercadorias para evitar contrabando e lavagem de dinheiro.



ZONA LIBRE de Colón tem portões com rigoroso controle.

CANAL DO PANAMÁ

Encurtando os caminhos entre a China e as Américas

Centenário em 2014, as origens do Canal do Panamá remontam ao século XVI, quando os espanhóis chegaram ao istmo. É registrado que desde que ali chegaram surgiu a ideia de construir uma rota que ligasse os oceanos Atlântico e Pacífico mas não obtiveram sucesso. Em 1903, porém, quando o Panamá consolidou sua independência, pactuou com os Estados Unidos a construção do Canal, obra que foi concluída pelos norte-americanos em 15 de agosto de 1914 e gerenciada por eles até 1999, quando passou ao governo local.

O Canal do Panamá funciona como

um atalho para poupar distância, tempo e custos com o transporte marítimo. Tem extensão de 80 quilômetros, interligando os oceanos Atlântico e Pacífico.

A inauguração das novas obras da hidrovia, em meados de 2016, aumentou ainda mais a importância deste ponto estratégico para o comércio exterior mundial, pois ampliou a capacidade para a passagem de navios maiores conhecidos como Pós-Panamax e Neo-Panamax, que tem até 366 metros de comprimento e 49 metros de largura.

Entenda melhor o Canal do Panamá nas imagens.



Exemplo de rota marítima entre São Francisco e Nova York, nos EUA.

Em vermelho, caminho sem passar pelo canal, totalizando 20.900 km percorridos.

Em azul, trajeto através do canal, com 8.370 km de distância.

TRAVESSIA

O CANAL DO PANAMÁ É FORMADO POR DIFERENTES FONTES DE ÁGUA E HÁ UMA DIFERENÇA DE 26M ENTRE O NÍVEL DO MAR E AS ÁGUAS DO CONTINENTE. O JEITO ENCONTRADO PARA LEVANTAR OS NAVIOS FOI DESENVOLVER DEGRAUS DE ÁGUA, AS CHAMADAS ECLUSAS.



CIDADE DO PANAMÁ
OCEANO PACÍFICO
CANAL DE PANAMÁ