



APRESENTA

**Informações, conceitos e análises em
Comércio Exterior com foco no
desenvolvimento internacional para a
Região Sul de Santa Catarina.**



Acesse: www.omundodosnegocios.com.br

O MUNDO DOS **NEGÓCIOS**

Ano 1 | Nº 4 | Setembro 2017

SISCOSERV:
ESCLAREÇA
SUAS DÚVIDAS

Página 07

POR QUE O **PARAGUAI** ESTÁ
ATRAINDO EMPRESÁRIOS
BRASILEIROS

Página 08



OPORTUNIDADE NA EXPORTAÇÃO

Indústria de eletro-ferragens de Criciúma no mercado internacional

Página 03

NOVOS COLUNISTAS

integram o portal
O Mundo dos Negócios

Página 11

PORTO DE ITAPOÁ

Expansão para receber
nova geração de navios

Página 07

Realização



O MUNDO NO
NOSSO **SIMPLES**
DIA A DIA



J á foi o tempo em que ter acesso ao internacional era privilégio. Hoje, o mundo entra nas nossas casas naturalmente. Muitas vezes, sem percebermos. Seja através de uma notícia recente lida, uma música favorita ao acaso, uma série de TV compartilhada e que sorrimos com os olhos, um perfume que nos remete a alguma lembrança ou o gosto de algum tempero estrangeiro. O fato é que todos os sentidos estão sempre recebendo sinais da internacionalização da cultura.

Assim como os sentidos vão e vêm a cada momento, as oportunidades também. Afinal, qual empresário não gostaria de ter o seu produto estampado no exterior? Ou mesmo desenvolver custos melhores com a qualidade aprimorada? Qual funcionário não gostaria de ter melhores condições de trabalho, provenientes de mais competitividade da empresa na qual trabalha?

E é para isso que O Mundo dos Negócios existe. Para compartilhar as oportunidades internacionais. Para disseminar conceitos e informações do comércio globalizado. Para tornar habitual e consciente este mundo internacional em que vivemos. E principalmente para estimular novas ideias que promovam o crescimento da nossa gente.

Nesta nova edição, isso está ainda mais presente. Viva o mundo dos negócios que está aí dentro e *enjoy it!*



Marcelo Raupp, sócio-diretor da UNQ Import Export.

O MUNDO DOS **NEGÓCIOS**

EXPRESS
Por Joice Quadros

Intercâmbio Chinês

Nascida em Xangai e filha de médico cirurgião, Jingui Ren, 21, acadêmica de Administração na Universidade de Xangai, elegeu o Brasil para cumprir um período de estágio. Chegou em Criciúma e na UNQ Import Export, onde está em estágio de julho a setembro, através do Programa de Intercâmbio laste, que conta com a participação do diretor da trading, Renato Barata Gomes. Com muita fluência em inglês, Jingui conta que sua escolha foi pela curiosidade de conhecer o Brasil e sua gente, principalmente depois de assistir ao filme “Rio”, onde pretende ficar uma semana ao final do estágio, antes de seu retorno para a China. No Ocidente, Jingui escolheu o nome de “Irene” porque “significa lealdade em francês” e é composto por letras de seu sobrenome.

Estagiária finlandesa

No primeiro semestre deste ano, a UNQ recebeu Niina Pohjola, 25, que cumpriu estágio na empresa no período de fevereiro a junho. Para o diretor da UNQ, Marcelo Raupp, este intercâmbio é muito importante pelo intercâmbio cultural que oportuniza. Em terras de costumes tão diferentes, lembra que Niina “não entendia” porque abraçavam e beijavam tanto ela... um costume bem brasileiro de demonstrar carinho e amizade.

Imbituba para longo curso

Um fato comemorado neste mês de agosto, dia 26, foi a chegada do primeiro navio de linha de longo curso no Porto de Imbituba. Com origem na Ásia, até então esta linha chegava ao porto gaúcho de Rio Grande. Na avaliação do diretor da UNQ, Marcelo Raupp, esta conquista é resultado de um trabalho coletivo de todos que atuam no Porto de Imbituba, vai fazer a diferença nas atividades das empresas que lidam com o comércio exterior e abre caminho para atrair rotas de outros caminhos que ainda não chegaram até Imbituba.

O dólar e a crise política

Confirmando a análise de lideranças empresariais e especialistas do mercado financeiro, a longa recessão que atravessa o país é muito mais resultado da crise política do que do mercado. Tanto que nos dias da confirmação de sentenças pelo juiz Sérgio Moro, em julho, a moeda americana apresentou queda. Embora ainda muito débil e contro-

vertida, a estabilidade do governo brasileiro deixa o mercado mais seguro, atraindo mais investimentos e a moeda estabiliza. “São as reações do mercado com a política”, avalia o diretor da UNQ, Marcelo Raupp. Pela sua análise, dólar em queda é importante para os importadores e exige a atenção dos exportadores, mas o saldo final é positivo para o mercado.

Portais em parceria

Com a publicação de artigos elaborados por especialistas nas diversas áreas do comércio exterior, os portais Mundo dos Negócios e Engeplus selaram parceria com a meta de fomentar a cultura internacional no sulcatarinense. Ao todo, são dez colunistas abordando temas diferentes em assuntos especializados. Um dos destaques recentes, foi o artigo “Auto-Expatriação no Brasil: o crescente fenômeno da fuga de cérebros”, de Monique Raupp. “Este é um fenômeno que há décadas faz parte da realidade brasileira, motivado por inúmeros fatores como instabilidade política e econômica, falta de oportunidades, infelicidade ou até mesmo a busca por algo novo/diferente”, analisa Monique em seu artigo.

A maior feira

Um dos eventos mais famosos e conhecidos no mundo dos negócios é a Canton Fair, atraindo expositores e compradores de todas as partes do planeta e englobando todos os segmentos, da decoração ao último avanço tecnológico.. Acontece duas vezes por ano, em abril e em outubro, e é realizada por fases, de acordo com seus vários segmentos. Neste segundo semestre, a primeira fase será realizada de 15 a 19 de outubro, a segunda de 23 a 27 de outubro e a terceira de 31 de outubro a 04 de novembro. Considerada a maior feira de negócios do mundo, a Feira de Cantão, também conhecida como “Canton Fair”, é realizada todos os anos na cidade de Guangzhou, China, e foi inaugurada em 1957. Entre as principais características desta feira estão sua área útil de 1 milhão de metros quadrados, com mais de 60 mil stands de expositores das maiores e melhores empresas da China e do Mundo.

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

O MUNDO DOS **NEGÓCIOS**

CONHECIMENTO E **Oportunidades**

Caderno OMDN ganha portal na web com participação de especialistas em Comércio Exterior

N um mundo cada vez mais competitivo, estar bem informado e atento às oportunidades existentes certamente é um diferencial. Por isso, existe a necessidade de atualização constante. Com este intuito, nasceu o projeto O MUNDO DOS NEGÓCIOS, que desde março traz conteúdo sobre o mercado internacional neste informativo bimestral.

A novidade é que, a partir de agosto deste ano, o projeto agregou a participação de colunistas no portal www.omundodosnegocios.com.br que, dentro de suas especialidades, passaram a trazer informações, conceitos e análises em comércio exterior com foco no desenvolvimento de

negócios internacionais para a região sul de Santa Catarina. Uma grande oportunidade para a região desenvolver ainda mais seus profissionais.

“Conseguimos juntar pessoas muito capacitadas de todo o estado. Cada um escreverá dentro de sua linha de especialização, o que tornará O Mundo dos Negócios um canal completo de informações”, ressalta o sócio-diretor da UNQ Import Export e um dos idealizadores do projeto, **Marcelo Raupp**.

“Além do conhecimento especializado, é uma forma de trazer conhecimento para as pessoas e oportunizar bons negócios”, completa sócio de Raupp e também grande incentivador do portal, **Renato Barata Gomes**.

CONFIRA OS COLUNISTAS DO PORTAL
O MUNDO DOS NEGÓCIOS NA WEB



Marcelo Raupp

Diretor da UNQ e Especialista em Negócios Internacionais

Negócios na Ásia e Cultura Asiática



Renato Barata Gomes

Diretor da UNQ e Especialista em Negócios Internacionais

Inovação, Tecnologia e Globalização



Julio Cesar Zilli

Professor Universitário e Mestre em Desenvolvimento Socioeconômico

Internacionalização de Empresas e Acordos Internacionais



Monique Raupp

Administradora de empresas e Mestranda em Administração na área de Inovação, Tecnologia e Sustentabilidade

Empreendedorismo nos Negócios Internacionais



Adriana Carvalho Pinto Vieira

Professora Universitária e Doutora em Desenvolvimento Econômico

Propriedade Intelectual e Inovação nos Negócios Internacionais



Rafael Scotton

Advogado Especialista em Direito Tributário

Direito Aduaneiro e Internacional



Carlos Castro

Manager Business Development na Ethima Logistics e Administrador de Empresas

Transporte Internacional



Rafael Schneider

Diretor Comercial na Ethima Logistics e Administrador de Empresas

Transporte Internacional



Rodrigo Ruckhaber

Diretor da Ruckhaber Comissária de Despachos Aduaneiros e Pós-Graduado em Gestão Aduaneira

Despacho Aduaneiro



Jean Netto

Contador e Advogado na Netto Contabilidade

Contabilidade em Comércio Exterior

ARTIGO

AUTO-EXPATRIAÇÃO NO BRASIL: O CRESCENTE FENÔMENO DA “FUGA DE CÉREBROS”



Existem poucos brasileiros que não conhecem ou ouviram falar de ao menos uma pessoa que tenha deixado este país em busca de melhores oportunidades empregatícias, qualidade de vida, etc. De fato, este é um fenômeno que há décadas faz parte da realidade brasileira, motivado por inúmeros fatores como instabilidade política e econômica, falta de oportunidades, infelicidade ou até mesmo a busca por algo novo/diferente. No entanto, quando comparando distintos momentos da história não apenas brasileira, mas internacional, pode-se observar uma considerável diferença no perfil das pessoas que deixam seus países de origem para trás.

London calling!

Há 20, 30 anos a maior parte destas pessoas geralmente possuíam uma baixa qualificação profissional, direcionando suas oportunidades a empregos no exterior que exigiam pouco ou não exigiam uma formação

especializada. Estas pessoas, segundo Araújo et al. (2012), são chamadas de imigrantes. Entre os principais países de destino deste grupo encontravam-se a Inglaterra e os Estados Unidos, países que devido a drásticas mudanças políticas no passado recente e dias atuais (BREXIT, governo Trump,,) apontam uma grande “nuvem negra” perante esta situação. Atualmente, entretanto, pode-se observar o crescimento de um outro perfil de pessoas que decidem deixar o seu país: os auto-expatriados.

A “fuga de cérebros” brasileiros

Os auto-expatriados diferenciam-se dos imigrantes ao se considerar, por exemplo, suas supostas qualificações profissionais superiores (ARAÚJO, 2012). Aliado aos negativos aspectos políticos e econômicos do país, estes brasileiros muitas vezes buscam fugir do (cada vez pior) atual cenário empregatício no país, buscando melhores oportunidades no exterior,

onde ou pretendem viver por apenas um determinado período (para adquirir conhecimento, experiência, entre outros) ou almejam estabelecer uma nova vida definitivamente.

Quem são estes profissionais?

Há diversos perfis de auto-expatriados, mas cabe aqui destacar um que não apenas vem aumentando crescentemente, como também inclui neste grupo a autora do presente artigo. Chamados por Suutari e Brewster (2001) de “jovens oportunistas”, este perfil de auto-expatriados possui representantes com idades inferiores a 30 anos, estão no início de suas carreiras e geralmente possuem a oportunidade de ir ao exterior por diversos meios, entre eles intercâmbios profissionais ou acadêmicos, estágios, entre outros. Estes veem a auto-expatriação às vezes como oportunidade para se destacar entre seus concorrentes quando retornarem ao Brasil, como também como uma melhor escolha para sua realização pessoal e profissional a

longo prazo no destino escolhido (incluindo mais adequadas oportunidades educacionais ou empregatícias, qualidade de vida, novidade, interesse por outras culturas), etc.

Aliado a estes fatores, não se pode deixar de considerar o aumento das oportunidades para que este fenômeno venha crescendo. O maior número de pessoas (principalmente das novas gerações) que dominam diversos idiomas, a maior facilidade de se viajar para outros países, os incentivos e oportunidades oferecidos tanto pelo país de origem quanto pelo país de destino, entre outros.

Perspectivas futuras

Independentemente do perfil destas pessoas ou da razão pela qual decidem deixar (definitivamente ou não) o país, a realidade é que o Brasil está, sim, encarando uma “fuga de cérebros” cada vez mais intensa. Apesar de ainda não representativa a ponto de afetar a economia brasileira, há de se ficar atento a esta crescente tendência. Afinal, “a grama do vizinho está cada vez mais verde”.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO et al (2012): ARAUJO, B. F. V. B.; TEIXEIRA, M. L. M; CRUZ, P. B.; MALINI, E. Adaptação de expatriados organizacionais e voluntários: similaridades e diferenças no contexto brasileiro. Revista de Administração, v. 47, n. 4, p. 555-570, 2012.

SUUTARI, V.; BREWSTER, C. Making their own way: International experience through self-initiated foreign assignments. Journal of World Business, v. 35, n. 4, p. 417-436, 200



Monique Raupp - Administradora de empresas, Mestranda em Administração na área de Inovação, Tecnologia e Sustentabilidade e pesquisadora nas áreas de administração e empreendedorismo.

GLOSSÁRIO

Container Reefer: O container reefer é um equipamento refrigerado utilizado para o carregamento de cargas perecíveis ou cargas que precisem de controle em baixa temperatura. É construído em aço inóx ou alumínio respeitando as definições do ISO - (International Standard Organization).

Container NOR: NOR é a sigla, em inglês, para "Non-Operating Reefer", ou seja, "reefer fora de operação". Em suma, é a utilização de um container refrigerado, embarcado, cheio, e com carga em seu interior, porém desligado.

Logística do Container: Como se diz, “tudo que vai, volta”. No comércio exterior, o ditado não é diferente. Todo container que segue em uma direção deve ser utilizado para voltar à origem. Este é o maior problema logístico dos Armadores, já que nem sempre os equipamentos usados na importação são os mesmos para a exportação.

Utilização do NOR: Um exemplo interessante na utilização do NOR é na relação entre Brasil e China. Como exportamos muita carne congelada, e a China não exporta o mesmo tipo de produto, estes containers são utilizados desligados com preços melhores para promover o retorno e completar a logística.

CASE

ENOVAFER QUER GANHAR O MUNDO

De olho em parcerias, indústria de eletro-ferragens busca expansão com estratégias no mercado exterior



Expertise e dedicação para atender clientes exigentes é diferencial.

A EnovaFer é uma empresa com visão diferenciada. Embora nova no mercado, a longa bagagem dos seus sócios, Fernando Ambrosini e Décio Pacheco, permite que sigam passos assertivos para desenvolver o setor de eletro-ferragens, um mercado naturalmente exigente pelas suas características.

Em linhas gerais, as eletro-ferragens são direcionadas para estruturas de redes de distribuição elétrica e telefonia. Desde as grandes torres de alta-tensão até as ferramentas menores como parafusos, barras rosca-das, hastes e pinos cruzetas que são utilizados em postes. Pensando na competitividade, otimização de processo e um melhor atendimento ao

cliente, a Enovafer focou a fabricação de seus produtos e serviços no processo de forjamento, porém co-

mercializam toda a linha, com parceiros e/ou representações. “Produzimos produtos com muita qualidade e buscamos clientes com esta exigência para ser o diferencial dentro do mercado”, frisa Fernando, que fez parte da comissão nacional que desenvolveu a última versão da norma NBR8158 e

8159.

Para ele, com os desafios atuais do mercado, o caminho é contar com parcerias reais em toda a cadeia, desde os prestadores de serviços até os clientes. “Não é possível ser espe-

cialista em tudo. Precisamos contar com empresas que entendam os nossos valores. Assim, os clientes poderão absorver a sinergia no suprimento da melhor maneira e se transformarão em parceiros de longa data”.

A partir desta forma de pensar, a empresa terceirizou o seu departamento de comércio exterior, buscando capacitação no mercado local. “Convidamos a UNQ por ser referência. Tem o conhecimento do mercado internacional e de suas particularidades. Nós temos o conhecimento total dos produtos. Com esta junção, podemos vender serviços e produtos com continuidade no exterior”, afirma Fernando.

No mercado internacional, a exportação de produtos acabados possibilitará uma ampliação de mercado e melhores condições de negócios para a empresa. Por outro lado,

a importação permitirá a busca de insumos mais qualificados que permitam mais competitividade.

“Temos prospectado as Américas e já avançamos bem no mercado Norte-Americano e da Nicarágua, por exemplo. Também vendemos todo o desenvolvimento do produto, com suas etapas”, reforça Décio.

Ambos são enfáticos sobre o objetivo principal da Enovafer: “Nossa visão é desenvolver uma grande empresa, não necessariamente uma grande indústria. Para isso, temos o mercado externo como intenso aliado”, afirma Décio.

A expertise no ramo, as relações bem desenvolvidas no mercado nacional e um parceiro leal nos negócios internacionais são a receita para a credibilidade adquirida e os resultados almejados.

COMO TUDO COMEÇOU

Décio e Fernando trabalharam juntos por 16 anos no ramo. Fernando prestava assessoria tanto no âmbito metalúrgico como também de energia. Já Décio contabilizava 25 anos no mercado com cargos como gerente e diretor comercial. A empresa na qual trabalhavam foi apontada, em uma pesquisa realizada por uma revista, como líder no segmento de eletro-ferragens por 13 vezes consecutivas dentre as 14 que foi avaliada. A única vez que não ficou em primeiro lugar, garantiu o segundo.

No fim do ano passado, cansados do ritmo de trabalho e buscando um novo desafio, Décio e Fernando começaram a planejar a EnovaFer. “Falei com o Décio que iria abrir uma empresa, uma metalúrgica, mas com foco totalmente diferenciado, na linha de forjado. A ideia não era somente no ramo de energia, e sim no geral, já que há ainda a parte ferroviária e a petroquímica, por exemplo”, ressalta Fernando. Muita história ainda para se desenvolver.

EXPEDIENTE

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

Projeto Gráfico e Diagramação
Wellington Knabbenn

Colaboração
Décio Pacheco, Fernando Macedo Ambrosini, Jean Netto, Leandro Coelho, Monique Raupp, Rafael Schneider, Rafael Scotton, Renato Barata Gomes, Rodrigo Ruckhaber e Sergni Junior.

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

SUA MERCADORIA PRECISA DO SELO INMETRO?

Instituto busca garantir que produtos nacionais e importados atendam a normas de conformidade



Lâmpadas de LED estão entre os mais recentes produtos que precisam da certificação da autarquia federal

Do pneu instalado no veículo que transportou esta edição de O Mundo dos Negócios até aqui à tomada elétrica usada para carregar a bateria do dispositivo eletrônico que permite a leitura na versão online, o Estado assume a função de estabelecer e fiscalizar padrões e requisitos mínimos de segurança.

No Brasil, esse trabalho é feito pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro). A autarquia, além de atuar junto às empresas brasileiras que fabricam produtos que dependam do crivo dela, também fiscaliza as mercadorias

estrangeiras que entram no mercado nacional. É por isso que conhecer – ou contar com a ajuda de alguém que conheça – a atuação do Inmetro no comércio exterior é fundamental na hora de importar.

De acordo com o despachante aduaneiro Rodrigo Ruckhaber, essa etapa da compra internacional ajuda a garantir a qualidade e a padronização dos produtos que chegam ao Brasil. “Uns anos atrás, brinquedo chinês não prestava, por exemplo. Eram de péssima qualidade. Hoje essa realidade mudou. Todo produto importado deve atender a requisitos mínimos”, exemplifica o profissional. “Ou o Inmetro faz a certificação direto na fábrica, ou, assim que o produto chega ao porto é mandado para um laboratório acreditado para inspeção”, acrescenta.

Quando o Inmetro atua

No rol de produtos que dependem da anuência do Inmetro estão mercadorias como brinquedos, pneus, lâmpadas, eletrodomésticos da linha branca, combustíveis, equipamentos elétricos, motores, materiais de construção e próteses. A lista está em constante atualização e é crescente. “Até o ano passado, as lâmpa-

das de LED não precisavam ter certificação de um órgão anuente. Hoje elas precisam seguir padrões de qualidade para levar o selo Inmetro e poderem ser importadas”, menciona Ruckhaber. Esses testes de conformidade, na avaliação do expert, acabam por ser importantes também para quem compra. “O ferro que vem para a construção civil precisa seguir normas ABNT, e o Inmetro garante isso, evitando que venha um produto de uma forma e outro diferente”, expõe.

De acordo com o profissional, ao importar algo que dependa da anuência do Inmetro, o comprador deve ter posse do registro do produto, dos certificados, do catálogo técnico e adequação aos selos utilizados pela autarquia.

Credibilidade na exportação

À primeira vista, a intervenção estatal nesse sentido pode parecer um entrave ao comércio exterior, mas a atuação do Inmetro a partir da criação, em meados da década de 70, serviu justamente para auxiliar a adequação dos produtos brasileiros aos padrões internacionais, fator que deu segurança aos estrangeiros para importar do Brasil.

Ainda assim, para exportar, é preciso atender às normas dos países de destino, que também têm órgãos equivalentes ao Inmetro. Para facilitar, o próprio Inmetro oferece um serviço chamado “Alerta Exportador”. Por meio de um cadastro no site da autarquia, o exportador passa a receber notícias sobre os produtos e os países que lhe interessam, podendo saber das novas exigências técnicas apresentadas à Organização Mundial do Comércio (OMC) antes mesmo que elas entrem em vigor.

A POLÊMICA SOBRE O VALOR ADUANEIRO NA IMPORTAÇÃO

Empresários precisam continuar alertas para evitar cobranças indevidas nas operações



A polêmica sobre a inclusão de ICMS na base de cálculo do PIS e da Cofins na importação não é novidade. Há quase uma década, discute-se o assunto e sabe-se que a cobrança é indevida. Ao final do ano de 2013, o Supremo Tribunal Federal, através do julgamento do Recurso Extraordinário nº 559.937/RS, parecia ter encerrado as discussões entre os contribuintes e o Fisco sobre uma das mais importantes matérias no que tange à tributação no comércio internacional. “Este julgamento é relevante porque o STF, em sua decisão, além de afastar o ICMS da base de cálculo desses tributos, também delimitou o conceito de valor aduaneiro a ser adotado para fins de tributação no comércio internacional”, explica o advogado tributarista Rafael Scotton.

A partir de então, este deveria ser interpretado como sendo apenas o valor da mercadoria importada, acrescido dos custos e despesas de transporte e seguro até a sua chegada ao porto de destino. O tema, entretanto, volta à pauta das empresas ligadas ao comércio internacional pelo fato de que, mesmo após o conhecimento da referida decisão, a Receita Federal segue incluindo no valor aduaneiro despesas devidas

após a chegada das mercadorias no porto de destino, a exemplo da capacidade.

“Ao proceder dessa maneira, o Fisco age em pleno desacordo com o entendimento do Supremo, elevando indevidamente não apenas o valor do PIS e COFINS, mas também o Imposto de Importação, IPI, ICMS e todas as despesas que têm como base o valor aduaneiro, como a armazenagem, por exemplo, na medida em que tais devem ser cobrados apenas sobre as despesas ocorridas até a chegada do contêiner ao porto, e nada além disso”, complementa Scotton.

Segundo o especialista, a cobrança sobre tais valores, mesmo não tendo chegado novamente ao STF, já é amplamente reconhecida pelos Tribunais, que em diversas oportunidades autorizaram a exclusão dessas despesas do valor aduaneiro declarado, reduzindo o custo tributário das operações. Scotton ainda adverte: “Dessa maneira, é importante que os empresários fiquem atentos para evitar as cobranças indevidas sobre a sua operação, pois existe uma gama de medidas judiciais que podem auxiliá-los a evitar prejuízos como este, que muitas vezes não são percebidos, colaborando para o aumento do caixa das empresas”.

MITO OU VERDADE?

Existe um percentual fixo de impostos e logísticas para calcular os custos de importação.

MITO

VERDADE

Não há uma conta mágica e nem uma padronização nos custos de importação e o processo tem muitas variáveis além da taxa cambial. O primeiro deles é a tributação efetiva. “Para os tributos federais, a NCM define as alíquotas

palmente na quantidade que se está importando. “Como resultado, se um produto tem um valor agregado menor, o valor do frete terá uma representatividade percentual muito maior do que aquele com alto valor agregado”, ressalta.



As tarifas de cada porto são diferentes, as orientações internas também, a tributação em cada estado requer uma diretriz entre tantas outras variáveis. Um bom especialista em comércio exterior, além de fazer uma estimativa, também dará ao importador as melhores soluções para redução de custos como um todo”,

A assessoria de um profissional com expertise no assunto é primordial para que todas estas análises sejam feitas da forma correta. Por isso, os importadores devem atentar-se às planilhas prontas na internet que simulam custos e outras ferramentas aparentemente simples. “Elas podem servir de orientação em alguns momentos, porém precisam ser cuidadosamente analisadas”, adverte.

E complementa: “As tarifas de cada porto são diferentes, as orientações internas também, a tributação em cada estado requer uma diretriz entre tantas outras variáveis. Um bom especialista em comércio exterior, além de fazer uma estimativa, também dará ao importador as melhores soluções para redução de custos como um todo”, conclui.

PANORAMA

Qual a importância do Porto de Imbituba para a região?

“O sistema portuário catarinense é referência internacional. E o Porto de Imbituba é um dos protagonistas desse sucesso, podendo receber as maiores embarcações do planeta, a exemplo que vai ser feito com a nova linha vinda da Ásia. É garantia de competitividade e continuidade do crescimento na movimentação, que aumenta desde que o Governo assumiu a gestão. Além de impulsionar o desenvolvimento da região Sul, é um catalisador de toda economia catarinense. O futuro é ainda mais promissor”.

Raimundo Colombo, Governador de Santa Catarina

“Investir em novas opções e qualificação de portos é sempre uma contribuição positiva, e o de Imbituba é umas delas. Ainda há muito a fazer: melhor integração entre os demais modais, acesso rodoviário mais eficiente, mais opções de serviços, entre outros. Mas o porto de Imbituba já é uma realidade como mais uma opção ao alcance de SC, especialmente do extremo sul, pois encurta a distância para ter acesso aos mercados fora do estado e do Brasil. A Eliane tem usado esta opção até o momento por meio da cabotagem. Tem funcionado bem como alternativa para cargas fechadas, onde conseguimos otimizar os custos para chegar aos nossos mercados do norte e nordeste.”

Edson Gaidzinski Jr, Presidente da Eliane Revestimentos Cerâmicos

RUMO AO PARAGUAI

Por que o país vizinho se torna cada vez mais atraente para as indústrias brasileiras?



Mais de 90 empresas brasileiras já cruzaram a fronteira, entre elas, as catarinenses Tigre, Lunelli e Buddemeyer.

A crise econômica que o Brasil vem enfrentando tem levado empresários a olharem para o mercado internacional de outras formas. Não apenas vendendo para fora ou buscando insumos em diferentes partes do mundo, mas também levando parte do processo produtivo das indústrias para outros países, com destaque para o Paraguai. Mas, afinal, por que o país hermano tem atraído tanta atenção das empresas daqui?

O especialista em comércio exterior, Marcelo Raupp, que recentemente esteve em Assunção para prospectar negócios neste sentido, dá um panorama dos motivos. “As autoridades paraguaias têm desenvolvido ao longo dos anos benefícios tributários para empresas estrangeiras se instalarem na região. A ideia é abrir mão da arrecadação integral de impostos para, em contrapartida, garantir emprego e a capacidade de consumo da população”. Segundo Raupp, o país ainda depende muito do agronegócio e não tem uma indústria especializada. As empresas existentes são bastante limitadas e dependentes de tecnologia internacional. Com isso, o

governo precisou buscar alternativas de trabalho para os cidadãos e a solução foi trazê-las de fora.

BENEFÍCIOS

Em geral, os benefícios são isenção ou redução de impostos para importação, produção e exportação. Além das vantagens tributárias, as relações trabalhistas são mais leves sem intervenções de sindicatos, e encargos mais baixos do que o Brasil, por exemplo. “As negociações são feitas diretamente entre empregado e empregador, dentro dos objetivos de cada um. Os encargos são divididos entre ambos, sendo 16% para o empregador e 9% para o empregado, bem abaixo na nossa realidade”, complementa o especialista.

Outro custo que atrai é o da energia. O Paraguai conta com uma disponibilidade de 56 milhões de MW por ano e utiliza apenas 15 milhões. O país tem a energia mais acessível do Mercosul, sendo cerca de 50% mais barata do que no Brasil.

PROPINA INSTITUCIONALIZADA

“Se temos reclamado da corrupção no Brasil, ir ao Paraguai nos dá uma sensação diferente”, salienta Raupp.

Ele explica que o país vizinho tem a propina quase que institucionalizada e ela acontece com o conhecimento e consentimento de todos. “Aqui a bandidagem fica à espreita, aguardando o momento de se aproveitar do dinheiro público. Embora os desvios sempre sejam negativos, ao menos lá, trata-se de algo mais aberto e claro e permite incluir esta ‘taxa’ nos planejamentos de custos”, ressalta.

Raupp conta que para os custos de importação e exportação, por exemplo, no Paraguai há um valor de

propina “oficial” para os agentes da aduana. “E caso o protocolo não seja atendido, o processo fica parado por longo tempo. Por isso, todos sabem, todos pagam e os processos continuam com a institucionalização dos pagamentos extras. É a típica adequação do sistema”, afirma. “O refresco é que, no caso de Santa Catarina, contamos com a seriedade dos nossos agentes aduaneiros que certamente tratarão os processos com mais objetividade”.

OPORTUNIDADES

Segundo dados da Confederação Nacional da Indústria (CNI), mais de 90 empresas brasileiras já cruzaram a fronteira, entre elas, gigantes como a Estrela e o Grupo Guararapes Riachuelo. SC também conta com representantes por lá: Tigre, Lunelli e Buddemeyer são algumas delas. “O importante para o empresário que tem a intenção de se instalar no Paraguai é o planejamento com especialização”, alerta Raupp.

Para ele, a logística é complexa, porém os resultados têm sido até 35% melhores se comparados com a produção feita aqui. “É claro que a empresa interessada precisa encontrar a melhor alternativa para o negócio. Todos os benefícios tributários e culturais trazem vantagens mas cobram uma contrapartida e, para evitar surpresas futuras, a análise minuciosa com a ajuda de especialistas é fundamental. O mercado cobra um preço alto, mas também premia os empresários com visão diferenciada”, destaca.



Fábrica da Estrela em Hernandárias, no Paraguai.

TEMPO É DINHEIRO

Serviços de agentes de carga vão além da compra e venda de fretes internacionais

No atual contexto econômico, abrir novos mercados se faz cada vez mais necessário. E a logística internacional é um dos elementos-chave para garantir a competitividade no comércio exterior. Para ter custos mais interessantes e ao mesmo tempo ter um plano que traga segurança e agilidade nas entregas e recebimentos, a contratação de um agente de carga é opção acertada.

“O agente de carga não é apenas um comprador e vendedor de frete. Ele vai representar o importador ou exportador na contratação de toda a logística”, aponta o especialista em importação e logística internacional, Rafael Schneider, da Ethima Logistics, de Itajaí. Ele destaca que a redução de custos não deve ser o foco exclusivo do empresário na hora de escolher entre simplesmente comprar um frete ou contratar um agente. E explica que o tempo consumido pela empresa para analisar todas as opções que o mercado oferece, sem a expertise necessária, também precisa ser levado em consideração.

“As empresas mais esclarecidas têm cada vez mais optado por escolher um ou dois parceiros em quem confiam e que detenham amplo conhecimento para coordenar a logística internacional”, complementa. Para Schneider, está é uma mudança que vem ocorrendo entre os importadores e exportadores brasileiros. “Hoje, já vemos empreendedores mais dedicados a utilizar o tempo e mão de obra para desenvolver novos negócios e gerar mais receitas e não gastá-los com análises de frete internacional, o que é muito mais inteligente”, analisa.

Rede de contatos

O agente de cargas tem esta maior

habilidade para contratação dos fretes porque possui uma rede de outros agentes espalhados por todo o mundo, o que possibilita realizar embarques da porta da fábrica do exterior até o depósito da empresa no Brasil, ou vice-versa, com agilidade e segurança. A partir destes contatos, o profissional pode oferecer uma ampla gama de serviços como a identificação de modais mais apropriados para o transporte, os trâmites aduaneiros, as normas de cada país, as tarifas, a documentação, o seguro, as formas de acondicionamento, a armazenagem e a

distribuição, entre outros aspectos. “Além disso, possuímos relações mais próximas com as transportadoras em geral, o que possibilita uma melhor negociação na compra do frete e contratos mais competitivos”, acrescenta Schneider. “No caso da Ethima, ainda buscamos um nível superior de relacionamento com os clientes garantindo sempre a escolha mais justa que atenda as necessidades e urgências de cada processo”.

O especialista em negócios internacionais, Marcelo Raupp, reitera o diferencial para a contratação de agentes de carga dedicados. Para

ele, o trabalho destes profissionais ainda é muito questionado pela falta de transparência dos fornecedores em geral. A realidade hoje apresenta muitos profissionais comprando e vendendo frete, sem prestar o verdadeiro papel de agenciamento, que é o de encontrar o melhor para o importador/exportador e repassar aos clientes os benefícios conquistados no caminho.

“Quando temos alguém disposto a fazer de fato este tipo de serviço deve ser valorizado o máximo possível. Quem ganha é o mercado”, conclui Raupp.

CHARGE



“O Porto de Imbituba é fundamental para a exportação dos produtos de nossa indústria e do norte do RS. Qualquer produto a ser desenvolvido pela cadeia produtiva do carvão mineral como fertilizantes, subprodutos da geração térmica, têm no Porto de Imbituba um importante item de infraestrutura para aumentar a competitividade. Por outro lado, se houver necessidade de importar reagentes para as nossas usinas térmicas, face à ligação da Ferrovia Tereza Cristina com a região carbonífera, temos no Porto de Imbituba o parceiro ideal”.

Fernando Zancan, Presidente da Associação Brasileira do Carvão Mineral (ABCM)

“O crescimento nas operações nos últimos anos, as perspectivas na ampliação nas linhas de contêineres e o atendimento na escoamento da crescente safra agrícola atraí para a região uma infinidade de oportunidades para novos negócios e desenvolvimento regional, sempre respeitando as pessoas, o meio ambiente e a eficiência na gestão”.

Marcelo Vargas Schlichting, Diretor Administrativo e financeiro do Porto de Imbituba

“O Porto de Imbituba é um aliado estratégico para economia do sul do Estado. Além de trazer reduções significativas na logística das empresas, o Porto de Imbituba encurtará as distâncias e trará mais desenvolvimento e crescimento para região”.

Rafael Schneider, Sócio-Diretor da Ethima Logistics

CONTABILIDADE

A NÃO INCIDÊNCIA DE

TRIBUTOS NA

EXPORTAÇÃO

A formação de preços para a venda internacional deve atentar aos benefícios oferecidos

Alta carga tributária no Brasil é sem dúvida o principal desafio dos empresários. Afinal, o país tem uma das maiores tributações do mundo com o menor retorno em serviços públicos. Entre as dezenas de impostos cobrados em negociações dentro do país, para as exportações, no entanto, a maioria deles não é incidente, o que torna a venda para o exterior um possível caminho de maior competitividade e resultados para o negócio como um todo.

De acordo com o contador Jean Netto, dependendo do regime contábil, da classificação fiscal e do estado de origem, a redução pode chegar a 40% do valor negociado internamente. “A venda de produtos para fora do país, em geral, não gera a cobrança de PIS, COFINS, IPI e ICMS. Ou seja, todos esses tributos são isentos na negocia-

ção de um produto entre a empresa brasileira e uma com sede em outro país”, explica Netto.

O especialista ainda lembra que alguns produtos podem estar enquadrados em diferentes Regimes Aduaneiros Especiais, o que pode aumentar ainda mais os benefícios de produtos exportados. Conforme Netto, “um exemplo destes é o próprio Drawback, que isenta ou suspende tributos na importação de produtos que serão direcionados para a exportação”. Para tanto, lembra que é fundamental buscar um especialista que possa dar o melhor direcionamento para cada caso.

Explicação

O “empurrãozinho” dado pelo governo através da isenção de alguns impostos é explicado pelas

vantagens geradas ao país por meio do processo e, é claro, pela conquista de mercados consumidores. Conforme o economista e professor Enio Coan, “com a exportação, chegam aos cofres do Banco Central moedas fortes, aumentando a capacidade do país de importar aquilo que não produz”. O superávit

gerado facilita, então, as operações comerciais com o mercado externo.

Além disso, a exportação promove benefícios indiretos pelas exigências dos países consumidores. A indústria se motiva a adequar o seu produto, melhora o processo produtivo e as consequências são sentidas no mercado interno também.

TRIBUTOS	MERCADO INTERNO	EXPORTAÇÃO
ICMS	✓	✗
IPI	✓	✗
PIS	✓	✗
COFINS	✓	✗
IRPJ	✓	✓
CSLL	✓	✓

RODOVIÁRIO

ACOMODAÇÃO CORRETA DOS

PRODUTOS

PARA TRANSPORTE

Distribuição do peso de acordo com a legislação brasileira é fator primordial para importador e transportadora



Após a escolha do melhor fornecedor, as negociações de preço, os cálculos de câmbio, a emissão dos documentos necessários e tudo mais que envolve o processo de importação, chega a hora de receber a encomenda no Brasil. É o momento de a transportadora rodoviária entrar em ação. Neste estágio, mais uma vez, todos os envolvidos no processo precisam estar sincronizados para que tudo aconteça da forma correta e no horário ideal. Além da logística e da pontualidade alinhadas, o peso do material recebido está entre os itens cruciais para que o trabalho seja finalizado com sucesso.

Você pode se perguntar: “Mas o próprio contêiner não é escolhido na origem para acomodar a mercadoria da melhor forma?”. A resposta é sim. Porém, quando se trata de importação para o Brasil há mais detalhes a serem preparados. Conforme o diretor operacional da Agilog Transportes, de Itajaí, Leandro Coelho, a legislação referente a pesagem dos veículos precisa ser conhecida e colocada em prática em detalhes, pois, além de Peso Bruto Total (PBT), ela também leva em consideração os pesos máximos por eixo de rodagem no momento de transporte.

“Esse é um problema crônico nos transportes rodoviários de carga. É um entrave que prejudica muito as operações em contêineres providos do exterior, onde, por sua vez, os profissionais não atendem essas legislações específicas do Brasil”, comenta.

Os impasses geralmente acontecem, de acordo com Leandro, porque a mercadoria é disposta no contêiner e lacrado com lacres do Exportador e Armador no país de origem seguindo as normas daquele

território. Em seguida, o material é enviado ao porto de origem e, posteriormente, ao porto de descarga no Brasil onde não é permitida a sua abertura, exceto em ocasiões em que a Receita Federal Exige a verificação in loco.

Sem readequações

Após a chegada no Brasil e a liberação do contêiner no Porto, não é permitido que a transportadora tenha acesso aos produtos para mudar a sua disposição no espaço e, logo, fazer a distribuição de peso. “Os caminhões são carregados da forma como o produto é recebido, não sendo possível checar se ele está disposto da maneira legal, ficando a incerteza no transporte, principalmente, em contêineres”, relata o diretor.

Tendo em vista tal impasse, não é incomum que veículos sejam parados e notificados por conta do excesso de peso acomodado em algum dos eixos do veículo de transporte. Conforme Coelho, quando acontece um caso de irregularidade constatada no momento da pesagem é

necessário que o próprio importador faça a autorização para que a transportadora abra o contêiner e movimente os materiais.

“É expressamente proibida a abertura durante todo trajeto. Nesses casos o cliente é informado do problema para autorizar o acesso à carga. Dependendo da situação é necessário que outro caminhão seja chamado para servir de apoio no momento de dispor os produtos da maneira correta”, completa.

Outro fator que precisa ser considerado é que o contêiner é uma embalagem e que possui peso significativo que deve ser acrescido ao peso da carga para o cálculo total.

Em caso de irregularidades, multas podem ser aplicadas para o importador e para a transportadora. “A notificação é feita para os dois e pode demorar algum tempo para ser apresentada aos envolvidos. Os valores variam de acordo com o problema constatado, podendo ser pelo peso total ou sobrecarga de algum dos eixos”, descreve.

PORTO

POR QUE OS PORTOS

SEMPRE PRECISAM

EXPANDIR?

Com a tendência mundial de navios cada vez maiores, custo do frete internacional tende a diminuir por causa da economia em escala



Comprimento do cais acostável determina quantos navios podem atracar simultaneamente.

No dia 27 de maio deste ano, todos os olhares no Porto Itapoá se voltaram para o Hyundai Loyalty, o maior navio porta-contêiner a operar no Brasil, que atracara no porto catarinense. O “gigante” mede 340 metros de comprimento – o equivalente à linha lateral de três campos de futebol – e, por causa do tamanho, só pode operar nos portos que tenham infraestrutura suficiente para recebê-lo. Mas para quem lida com comércio internacional, qual a relevância na prática de ter um sistema portuário apto a receber essas embarcações gigantes? E por que os portos precisam estar sempre em expansão?

A primeira e mais óbvia vantagem é o custo. Um navio com capacidade de transportar uma carga maior ganha em eficiência. No caso de embarcações maiores que o Loyalty, o benefício é válido para rotas que não necessitem passar pelo Canal do Panamá, já que as dimensões do navio não lhe permitem entrar nas eclusas e cruzar o país da América Central (o Loyalty, por exemplo, consegue utilizar o Canal do Panamá desde que entrou em operação o terceiro dique, em 2015, com maior capacidade).

Para os portos, a dimensão mais relevante é a profundidade das águas no acesso ao cais, que determina qual o calado máximo das embarcações que podem atracar (calado é a distância entre a linha da água e o ponto mais baixo do navio). Embora seja um fator natural, a profundidade pode ser ampliada por meio de dragagens.

Geração de riquezas

“Em relação aos canais de acesso, por exemplo, um centímetro a mais de calado nos navios significa carregar oito contêineres, ou 100 toneladas a mais. Se cada contêiner gera cerca de US\$ 3 mil em riquezas, na sua operação, estamos falando de US\$ 24 mil por centímetro submerso. Transformando isso em um metro de profundidade, estamos falando de US\$ 2,4 milhões por navio”, calcula o diretor operacional do Porto Itapoá, Sergni Junior.

É por isso que a tendência mundial é que os navios sejam cada vez maiores, o que exige dos portos investimentos constantes em ampliação. “O investimento na infraestrutura do país é imprescindível para o crescimento da economia. Um dos entraves, além das rodovias e ferrovias para escoar as cargas que chegam aos portos, é a manutenção da profundidade dos canais de acesso”, explica Sergni. Além da profundidade, outro fator que confere eficiência à logística é o comprimento do cais acostável. Ele determina a quantidade e o tamanho dos navios que podem estar atracados simultaneamente num Terminal.

Acompanhando a tendência de navios cada vez maiores na navegação mundial, o projeto de expansão do Porto Itapoá já está em andamento, a primeira fase contempla mais 170 metros de píer e 100 mil metros quadrados de pátio, com previsão de término em 2018. Até o final da segunda fase, prevista para finalizar em 2021, o Terminal terá capacidade para movimentar 2 milhões de TEUs por ano e o cais passará de 630 metros de comprimento para 1.210 metros.

ESCLARECENDO

O SISCOSERV



O SISCOSERV ainda é um tema complexo, por isso, O MUNDO DOS NEGÓCIOS lança o quadro “Esclarecendo o SISCO-SERV”, com a possibilidade de interação do leitor.

As perguntas podem ser enviadas para o email imprensa@un-q.com.br e serão atendidas a cada edição lançada. Nesta edição, quem responde é o especialista Renato Barata Gomes.

PERGUNTA: Quem é a responsável pela declaração dos serviços de frete internacional nos processos de importação no SISCOSERV?

RESPOSTA: Desde o surgimento do SISCOSERV e da criação dos manuais de instrução dos lançamentos de compra de serviços internacionais, a responsabilidade pelo lançamento do frete internacional sempre dividiu opiniões entre os players na cadeia de importação, agente de carga e importador, nos fretes internacionais pagos no destino. Em Santa Catarina, devido à alta incidência dos processos de importação por conta e ordem de terceiros, mais um player acaba participando do processo – o adquirente, aumentado ainda mais

as dúvidas quanto à responsabilidade dos lançamentos do frete internacional.

Durante um período, muitos acreditavam que a responsabilidade era do agente de carga, alegando que este comprava o espaço no navio dos armadores e revendia ao seu cliente. Já os agentes de carga defendiam que não eram os reais contratantes do frete e que, na verdade, operavam em nome de seus contratantes.

Com o intuito de solucionar este impasse, esta questão foi colocada em pauta na solução de consulta nº 23, e respondida em publicação no dia 07 de março de 2016. A conclusão desta consulta publicada pela Receita Federal seguiu o parecer dos agentes de carga, entendendo que eles atuam como intermediários atuando em nome de seus contratantes, importadores, adquirentes ou encomendantes, dependendo do processo de importação. Desta forma, a responsabilidade pelo registro, de acordo com o entendimento da RFB pode ser descrito conforme o quadro abaixo.

Modelo de Importação	Responsabilidade pelo Registro
Importação Direta	Importador
Importação para Revenda	Importador
Importação por Conta e Ordem	Adquirente
Importação por Encomenda	Encomendante