

# O Comércio Exterior e as Exportações via Trading Companies

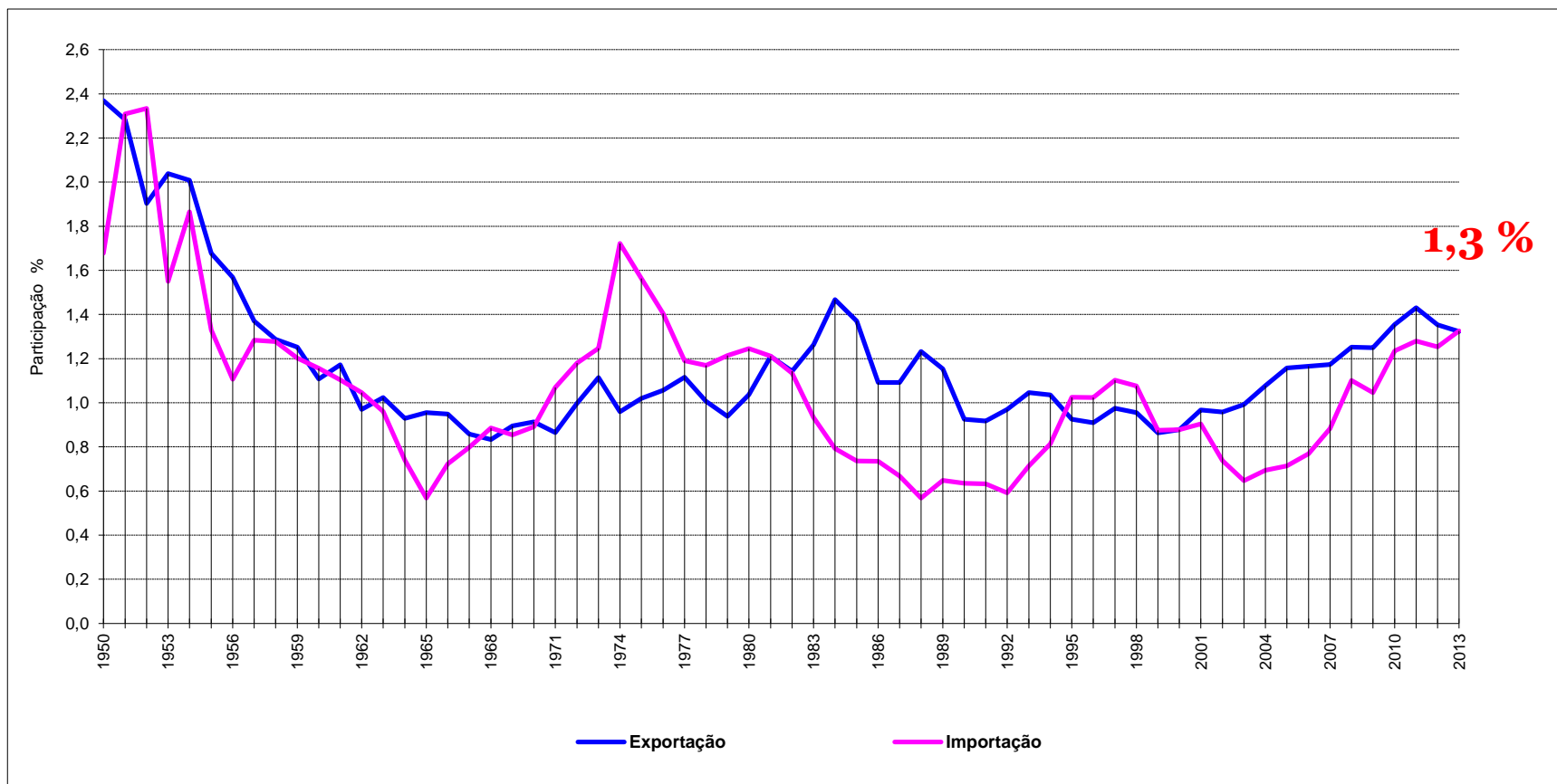
*DESMISTIFICANDO A EXPORTAÇÃO COM AS COMERCIAIS  
EXPORTADORAS*

**Rita Campagnoli**



Diretora da Dahll Internacional  
Diretora Adjunta do Derex – Ciesp  
Diretora do Ceciex - ACSP

# Participação % do Brasil nas Exportações e Importações Mundiais 1950 a 2013



# Comportamento da Exportação Brasileira por Porte de Empresa (MDIC)

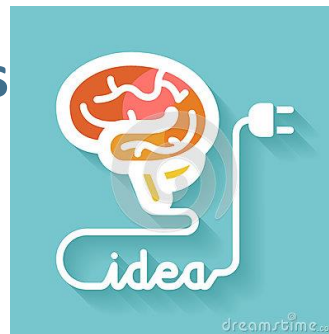
Porte do Operador		2013 (Jan-Dez)							
		TOTAL ANUAL		INDÚSTRIA		COMÉRCIO/SERVIÇOS		OUTROS	
		Nº Empresas	US\$ FOB	Nº Empresas	US\$ FOB	Nº Empresas	US\$ FOB	Nº Empresas	US\$ FOB
Total Geral		21.814	242.178.649.273	14.332	184.232.804.807	7.076	57.661.251.750	406	284.592.716
1	Micro Empresa	4.106	196.521.652	1.925	107.968.872	2.181	88.552.780	-	-
2	Pequena Empresa	5.076	1.569.020.683	3.080	996.794.456	1.996	572.226.227	-	-
3	Média Empresa	5.546	7.905.567.267	4.535	6.393.622.445	1.011	1.511.944.822	-	-
4	Grande Empresa	6.680	232.222.946.955	4.792	176.734.419.034	1.888	55.488.527.921	-	-
5	Pessoa Física	401	284.582.998	-	-	-	-	401	284.582.998
0	Porte não definido	5	9.718	-	-	-	-	5	9.718

# Análise Crítica

- A pauta das exportações brasileiras é composta por 65% de commodities **e 35% de produtos manufaturados**;
- As commodities têm sua participação representada por 35% de produtos agropecuários, 18% de metálicos e 12% minerais;
- As exportações brasileiras de produtos manufaturados têm 72% de seu montante realizado por empresas de grande porte, grande parte controladas por capital estrangeiro;
- A elevada participação das commodities na pauta de exportação faz com que as vendas ao exterior pelo Brasil **dependam mais de cenário externo favorável e menos da tomada de decisões internas no Brasil.**
- **Necessidade de exportar mais produtos com maior valor agregado !**

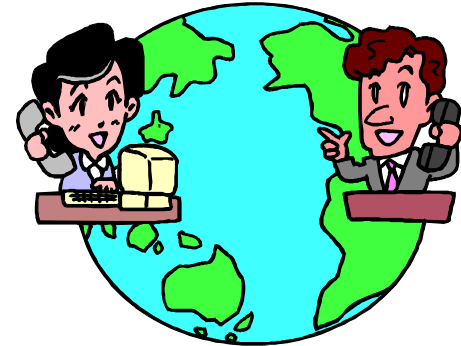
# Como Reverter este Quadro ?

- O desafio reside em criar condições de competitividade para que as empresas brasileiras alcem vôos mais longos e duradouros no mercado internacional.
- Estabelecer uma cultura exportadora séria e contínua
- Ressaltar e assumir a importância das PMEs no contexto nacional > representam 70% do PIB
- **Criar parcerias que possibilitem gerar e alavancar o comércio internacional**
- **Buscar alternativas e novas idéias.**



# Desafios x Oportunidades

- ABERTURA DE NOVOS MERCADOS
  - Aumento do market share
  - Ganho de escala de produção
- ABSORÇÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS / INOVAÇÃO
  - Melhoria da produtividade
  - Incremento de qualidade
- GERAÇÃO DE RIQUEZAS
  - Lucro
  - Novos Empregos
  - Crescimento Econômico
  - Divisas para o País
- NOVAS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS
  - Fusões, aquisições ou joint venture
- TORNAR-SE UMA EMPRESA INTERNACIONAL
  - Maior exposição e valorização da MARCA no mercado interno e externo



## Benefícios Consequentes:

Incremento da competitividade no mercado interno

Melhoria no escoamento da capacidade ociosa (saturação ou baixas taxas de crescimento no mercado doméstico)

Menor impacto da sazonalidade

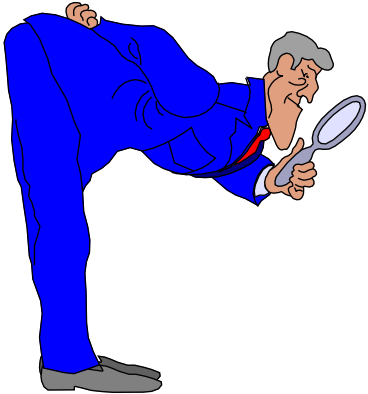
Antecipação às práticas da concorrência



Possibilidade de acesso a recursos mais econômicos (capital de baixo custo ou de menor custo que no país de origem)

**Consolidação da Marca**

# Primeiros Passos



## **Análise Interna**

- Capacidade de Produção
- Produtos x qualidade / adequação
- Custos (preços competitivos)
- Conhecimento do Mercado Externo

## **Comprometimento com o Objetivo**

- Discussão Interna > Decisão Estratégica
- Incorporação da Exportação como atividade Contínua
- Engajamento da empresa (da Diretoria ao Chão de Fábrica)



# Como Chegar ao Mercado Externo?

- Com recursos próprios: humanos, financeiros e mercadológicos ?

**E / OU**



- Através das Comerciais Exportadoras ?

# Especialização das Comerciais Exportadoras

- Conhecimento da Legislação  
***Aduaneira, Fiscal e Tributária***
- Conhecimentos dos **Aspectos Culturais** que **facilitam** a Negociação
- Conhecimento de **Idiomas**
- Conhecimento do **Mercado Externo** > seu funcionamento, concorrência, canais de distribuição, etc



# Vantagens Competitivas

- Estrutura Interna Preparada para Atendimento ao Mercado Externo
  - ✓ Não há necessidade de desenvolver um departamento de exportação, treinar uma força de vendas destinada ao mercado externo.
- Estratégia Comercial Voltada ao Segmento de Mercado
  - ✓ Definição das condições comerciais, metas, formas de atuação, canais de distribuição
- Participação em Eventos internacionais: Feiras/Missões
  - ✓ Representando a empresa ou pool de empresas – gerando economia e posicionando-as no cenário internacional
- Assume os Riscos da Operação: cambiais, creditícios e contratuais da exportação > Menor Risco de Insucesso
- Agregam Naturalmente know-how e Serviços
- Ferramenta para Introdução do Produto/Serviço ao Mercado Externo

# Exportação Indireta

Exportação indireta trata-se de uma alternativa disponível para empresas que desejam iniciar seu processo de internacionalização, porém, não possuem experiência suficiente para fazê-lo de forma independente ou com eficiência.

O fabricante efetua a venda no mercado interno com suspensão de impostos a uma Comercial Exportadora, que por sua vez efetua a venda ao exterior.



A Comercial exportadora, após a saída da mercadoria ao exterior, gera um memorando de exportação comprovando a realização da operação.

# Incentivos Fiscais e Tributários

## Da exportação Direta

- **Não incidência de ICMS** (Art. 3º, II, da LC nº 87/96);
- **Imunidade de IPI** (Art. 18, II, do RIPI);
- **Isenção de PIS/PASEP e COFINS** cumulativos (Art. 45, II, do Decreto nº 4.524/02);
- **Não incidência de PIS/PASEP e COFINS** não cumulativos (Art. 5º, I, da Lei nº 10.637/02 e Art. 6º, I, da Lei nº 10.833/03)

## Da exportação indireta

- **Não incidência de ICMS** (Art. 3º, § único, da LC nº 87/96);
- **Suspensão de IPI** (Art. 43, V, do RIPI);
- **Isenção de PIS/PASEP e COFINS** cumulativos (Art. 45, VIII e IX, do Decreto nº 4.524/02);
- **Não incidência de PIS/PASEP e COFINS** não cumulativos (Art. 5º, III, da Lei nº 10.637/02 e Art. 6º, III, da Lei nº 10.833/03)

# Reflexão

O resultado do desempenho internacional dos diferentes países depende da estratégia dos governos na promoção do desenvolvimento de suas indústrias e dos setores de serviços.

E depende, fundamentalmente, das estratégias das empresas na adoção de novos métodos e técnicas de produção, de gestão e de parcerias que possibilitem avançar seus objetivos de expansão e crescimento.

Portanto, as estratégias dos governos e as estratégias das empresas são interdependentes e complementares e resultarão no desempenho favorável ou não do mercado internacional.

Vamos deixar de representar apenas 1,3% na participação do mercado mundial.

# Muito Obrigada !



5542.2377 – 5532.0998

[rita@dahll.com.br](mailto:rita@dahll.com.br)

[www.dahll.com.br](http://www.dahll.com.br)





# CECIEEx

Conselho Brasileiro das Empresas  
Comerciais Importadoras e Exportadoras



## **O que é o CECIEEx? – CONSELHO BRASILEIRO DAS EMPRESAS COMERCIAIS IMPORTADORAS E EXPORTADORAS**

- Braço independente da ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE SAO PAULO, que reconhecendo a importancia deste segmento, instituiu o CECIEEx.
- Criado como resposta às dificuldades enfrentadas pelas MPMEs para inserir-se no comércio internacional.
- Fundamental na expansão da base importadora e exportadora brasileira, através da inserção das MPMEs no mercado internacional.
- O CECIEEx passou a atuar de forma mais abrangente, representando o setor no Brasil.



# Realizações

- Aproximação com as indústrias de vários setores.
- No Estado de São Paulo, desde 2005, são realizadas constantes rodadas de negócios entre tradings e indústrias, com o intuito de estimular o contato e facilitar a colocação desses produtos em outros mercados via tradings. É o programa “Exporta São Paulo – Exportar para Crescer.”
- A partir do convênio com a APEX-Brasil, em 2008, esta iniciativa tomou uma amplitude, a nível nacional e internacional (**Projeto Brasil Trade**)
- Em julho/2014 foi assinado o Projeto Setorial Comercial Exportador entre a Apex-Brasil e o CECIEX dando início à nova era de promoção comercial do setor exportador brasileiro



# Realizações

- **Projetos compradores**, com a vinda de várias comitivas de empresários, com potencial comprador, de diversos países, de vários continentes.
    - 2008: África (Angola)
    - 2009: África (África do Sul)
    - 2010: Oriente Médio e Sudeste Asiático (EAU e Cingapura)
    - 2011: América do Norte (Estados Unidos)
    - 2012: América do Norte (Estados Unidos)
    - 2013: América Latina
      - Fórmula Indy – Etapa São Paulo
      - Copa das Confederações
    - 2014: Copa do Mundo
- 



# Missões ao Exterior

- **Projetos Vendedores:** missões ao exterior (feiras e rodada de negócios )
    - 2008: Angola
    - 2009: África do Sul
    - 2010: Cingapura
    - 2011: Miami
    - 2012: Etapa de Long Beach da Fórmula Indy
    - 2013: Moçambique
    - 2014: Brasil Trade África ( África do Sul e Moçambique)
    - 2015: Feira Prodexpo – Rússia ; Feira SIAL - Canadá
- 

## Ações do CECIEx






## Ações do CECIEEx



# Encontros nacionais

- Promovidos 7 Encontros Nacionais, em 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 e 2015 com presença superior a 300 participantes em cada evento, para discutir os problemas do setor e propor mudanças.





Empresas de todo o Brasil  
podem filiar-se ao CECIEx através do:

**[www.cecix.com.br](http://www.cecix.com.br)**

**[cecix@cecix.com.br](mailto:cecix@cecix.com.br)**

**(11) 3180-3170**

