



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
JULIANA BITTENCOURT DE OLIVEIRA

**ATUAÇÃO DA GERÊNCIA REGIONAL DE COMÉRCIO EXTERIOR DO BANCO
DO BRASIL, LOCALIZADA EM BLUMENAU (SC), NO PROGRAMA EXPORTA
MAIS**

Tubarão
2008

JULIANA BITTENCOURT DE OLIVEIRA

**ATUAÇÃO DA GERÊNCIA REGIONAL DE COMÉRCIO EXTERIOR DO BANCO
DO BRASIL, LOCALIZADA EM BLUMENAU (SC), NO PROGRAMA EXPORTA
MAIS**

Relatório de Estágio apresentado ao Curso de Graduação em Relações Internacionais da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais.

Orientador: Prof. Terezinha Damian Antonio, Msc

Tubarão

2008

Aos meus pais e ao meu noivo, pelo apoio irrestrito em todos os momentos da minha vida, sempre confiando na minha capacidade de superar obstáculos e conquistar todos os meus sonhos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por me dar a persistência e motivação para concluir mais essa jornada.

À minha família, principalmente aos meus pais que, mesmo longe, sempre me apoiaram em todas as decisões, compreendendo minhas ausências.

Ao meu noivo, que esteve ao meu lado em cada momento de tensão e expectativa, me incentivando e apoiando.

À minha orientadora, Professora Terezinha, pela disponibilidade, críticas e sugestões que ajudaram a concluir este relatório.

À coordenadora do curso e professores, pela confiança e apoio.

Aos meus colegas do Banco do Brasil, pela compreensão durante a realização do projeto.

Aos amigos, pelos momentos de convívio, risos, preocupações e afetos.

Por fim, agradeço a todos que de qualquer forma me ajudaram na execução deste trabalho.

Muito Obrigada!

RESUMO

O presente relatório tem como objetivo conhecer a atuação da Gerência Regional de Comércio Exterior (GECEX) no programa Exporta Mais do Banco do Brasil, apoiando as ações de incremento das exportações do Governo Federal. A metodologia de pesquisa utilizada foi da indução naturalística, realizada através da pesquisa qualitativa de descrição. Foram coletados dados primários do local do estágio e dados secundários, em acervo bibliográfico e internet. Na revisão bibliográfica foram abordados temas como o comércio internacional, os aspectos operacionais da exportação, comércio exterior brasileiro, programas de apoio à exportação e sistema financeiro nacional, que auxiliaram na contextualização do tema e sua importância. O estágio foi realizado na GECEX, em Blumenau, onde foi possível conhecer a operacionalização do Exporta Mais. O estudo acerca do tema demonstrou que o programa busca a inserção e capacitação das micro e pequenas empresas (MPEs) no comércio internacional, através do atendimento personalizado, prestado pelos gerentes de negócios internacionais; disponibilização de serviços de consultoria às empresas em todas as etapas do processo de exportação; treinamentos; acesso a linhas de financiamento de exportação, principalmente o PROGER Exportação; e ferramentas de promoção comercial, com foco na utilização do Balcão de Comércio Exterior. A análise da operacionalização mostrou que o programa está inserido nas atuais ações de incremento das exportações do Governo Federal, que busca manter o equilíbrio da balança de pagamentos frente à elevação do volume de importação registrado no primeiro semestre de 2008. Ao final, foram propostas recomendações à Instituição para disponibilizar treinamentos sobre o programa e procedimentos básicos do comércio exterior aos gerentes de contas e funcionários que prestam atendimento às empresas pertencentes ao público-alvo; maior divulgação do balcão de comércio exterior no mercado externo; e informar as agências sobre os treinamentos desenvolvidos para o público externo.

Palavras-chaves: Comércio internacional. Políticas de comércio exterior. Sistema financeiro nacional.

ABSTRACT

The present report has as its objective to know the Regional Management of Foreign Commerce performance in the Exporta Mais program from Banco do Brasil, supporting the actions to improve the exports of the Federal Government. The methodology was the naturalistic induction method, through the qualitative descriptive inquiry of description. Primary information was collected from the training place and secondary information was collected in bibliographical source and the internet. In the bibliographical review, issues such as international commerce, the export operational aspects, foreign Brazilian commerce, support programs export and financial national system that assisted in the theme contexting and its importance were approached. The training took place at Regional Management of Foreign Commerce, in Blumenau (SC), a Banco do Brasil branch responsible for giving consultancy in products, services and international business to the executive department, retail and wholesale agencies, where was possible to know the Exporta Mais operationalization. The study about this subject demonstrated that the program searches for the micro and small companies insertion and qualification in the international commerce, through personalized services given by the international business managers; supply consultancy services to the companies, in all the export process stages; trainings; access to export financing lines, mainly the Export PROGER; and commercial promotion tools, with focus on the Foreign Commerce Counter use. The operacionalization analysis showed that the program is inserted in the present export growth actions of the Federal Government, that tries to keep the payment balance equality in view of the import volume elevation, registered in the first 2008 semester. In conclusion, recommendation to the institution to provide trainings about the program and external commerce basics procedures to the account managers and employees that supply services to the companies of the target public; better promotion of the Foreign Commerce Counter; to inform the agencies about the training developed for the external public, were proposed.

Keywords: International Commerce. Foreign Commerce Politics. Financial National System.

LISTA DE SIGLAS

APE – Associação de Poupança e Empréstimo
APEX – Agência de Promoção de Exportações
APL – Arranjos Produtivos Locais
BACEN – Banco Central do Brasil
BB – Banco do Brasil
BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento
BIRD – Banco Internacional de Reestruturação e Desenvolvimento
BM&F – Bolsa de Mercadorias & Futuros
BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CAMEX – Câmara de Comércio Exterior
CCI – Câmara de Comércio Internacional
CCVM – Sociedades Corretoras
CDB – Certificados de Depósitos Bancários
CEF – Caixa Econômica Federal
CIN – Centros Internacionais de Negócios
CMN – Conselho Monetário Nacional
CNI – Confederação Nacional da Indústria
COFINS – Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social
CONCEX – Conselho de Comércio Exterior
CVM – Comissão de Valores Mobiliários
DAC – Depósito Alfandegado Certificado
DECEX - Departamento de Operações de Comércio Exterior
DICEX – Diretoria de Comércio Exterior
DIRIN – Diretoria Internacional
DRS – Desenvolvimento Regional Sustentável
DSE – Declaração Simplificada de Exportação
ECT – Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos
FAT – Fundo de Amparo ao Trabalhador
FGTS – Fundo de Garantia por Tempo de Serviço
FMI – Fundo Monetário Internacional
GECEX – Gerência Regional de Comércio Exterior

GENIN – Gerente de Negócios Internacionais
ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços
II – Imposto de Importação
INCOTERMS – Termos de Comércio Internacional
IOF – Imposto sobre Operações Financeiras
IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados
LI – Licença de Importação
MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
MF – Ministério da Fazenda
MPE – Micro e Pequena Empresa
MRE – Ministério das Relações Exteriores
NCM – Nomenclatura Comum do Mercosul
OMC – Organização Mundial do Comércio
ONU – Organização das Nações Unidas
PAB – Programa do Artesanato Brasileiro
PASEP – Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público
PBD – Programa Brasileiro de Design
PDP – Política de Desenvolvimento Produtivo
PEE – Programa Especial de Exportação
PEIEx – Programa Extensão Industrial Exportadora
PIB – Produto Interno Bruto
PIS – Programa de Integração Social
PROEX – Programa de Financiamento às Exportações
PROGER – Programa de Geração de Emprego e Renda
PROGEX – Programa Nacional de Apoio Tecnológico à Exportação
PSI – Programa de Substituição das Importações
RC – Registro de Operações de Crédito
RDE-IED – Registro de Investimento Externo Direto
RDE-ROF – Registro de Operações Financeiras
RE – Registro de Exportação
REI – Registro de Exportadores e Importadores
RES – Registro de Exportação Simplificado
RV – Registro de Venda
SBPE – Sistema Brasileiro de Poupança e Empréstimo

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa

SECEX – Secretaria de Comércio Exterior

SFH – Sistema Financeiro de Habitação

SFN – Sistema Financeiro Nacional

SH – Sistema Harmonizado

SISCOMEX – Sistema Integrado de Comércio Exterior

SISPROM – Sistema de Autorização de Remessa para Promoção de Exportação

SPC – Secretaria de Previdência Complementar

SRF – Secretaria da Receita Federal

SUSEP – Superintendência de Seguros Privados

TEC – Tarifa Externa Comum

TJLP – Taxa de Juros Longo Prazo

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	12
1.1	EXPOSIÇÃO DO TEMA.....	12
1.2	OBJETIVOS.....	14
1.2.1	Objetivo Geral	14
1.2.2	Objetivos Específicos	14
1.3	JUSTIFICATIVA.....	14
1.4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	16
1.5	ESTRUTURA DO TRABALHO.....	17
2.	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	18
2.1	COMÉRCIO INTERNACIONAL.....	18
2.2	ASPECTOS OPERACIONAIS DE EXPORTAÇÃO.....	22
2.3	COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO.....	26
2.3.1	Estrutura do comércio exterior brasileiro	27
2.3.2	Políticas de Comércio Exterior	30
2.4	PROGRAMAS DE APOIO ÀS EXPORTAÇÕES.....	34
2.5	SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL.....	37
2.5.1	Sistema Normativo	38
2.5.2	Sistema de Intermediação e Instituições Auxiliares	39
3.	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS	44
3.1	CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DO ESTÁGIO.....	44
3.1.1	O Banco do Brasil	44
3.1.2	A Gerência de Comércio Exterior do Banco do Brasil em Blumenau(SC)	46
3.2	O PROGRAMA EXPORTA MAIS: INSERÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS BRASILEIRAS NO MERCADO INTERNACIONAL.....	49
3.2.1	Balcão de Comércio Exterior	50
3.2.2	Consultoria em Negócios Internacionais	51
3.2.3	Treinamentos	52
3.2.4	PROGER Exportação	53
3.3	A ATUAÇÃO DA GECEX NO PROGRAMA EXPORTA MAIS.....	54
3.4	CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES.....	56
4.	CONCLUSÃO	59

REFERÊNCIAS.....	62
ANEXO A.....	64

1 INTRODUÇÃO

1.1 EXPOSIÇÃO DO TEMA

O tema deste relatório se refere à atuação da Gerência Regional de Comércio Exterior no Programa “Exporta Mais”, desenvolvido pelo Banco do Brasil, no apoio às ações do Governo de incremento das exportações.

A globalização ampliou o relacionamento entre as nações constituindo uma interdependência global, principalmente na área tecnológica e de telecomunicações. A partir de 1980, a desregulamentação financeira provocou um incremento no fluxo financeiro entre as nações favorecendo a internacionalização do processo produtivo.

A interdependência entre os países é determinada, muitas vezes, pela carência de matéria-prima, elevado custo com mão-de-obra, além das políticas internas que desestimulam e, até, restringem a utilização de recursos financeiros e tecnológicos, tornando-se mais vantajosa a importação do que a produção no próprio território, em alguns casos.

O processo de exportação surgiu representando a abertura dos países ao mercado internacional. Trata-se da remessa de bens ou serviços nacionais ou nacionalizados para outro território aduaneiro, tendo sido cumpridas as exigências legais e comerciais, com ou sem o correspondente ingresso de divisas (doação, amostras, testes).

O Brasil, em 1990, iniciou sua política de abertura de mercado, deixando de ser considerada uma das economias mais fechadas do mundo. A abertura comercial representou a recuperação econômica do país, mantendo o equilíbrio do balanço de pagamentos. Além disso, houve a modernização das indústrias brasileiras, o que tornou o país competitivo em diversos setores, sendo um dos principais exportadores de soja, frango, açúcar, algodão, álcool, etc.

A exportação permite ao Governo Federal captar divisas para o pagamento da dívida externa, manter o equilíbrio do balanço de pagamentos, bem como investir em tecnologia e desenvolvimento social, mas também aumentar as reservas internacionais oferecendo mais segurança aos investidores estrangeiros.

As empresas, por sua vez, buscando uma independência do mercado interno e a ampliação de sua produção, encontram na exportação uma oportunidade de investir em qualificação, competindo num mercado cada vez mais diversificado e globalizado.

Ao ingressar no mercado internacional, a empresa deve realizar um planejamento bem definido e estruturado, analisar cada fase da operação e as melhores alternativas para a negociação. Para isso, deverá definir sua estratégia de exportação; contar com uma assessoria especializada na administração do processo; estar preparada para a comunicação com o mercado importador; verificar a qualidade e adequação do produto em relação ao mercado; conhecer o mercado e a clientela, como também definir o preço para exportação objetivando a competitividade e a lucratividade.

Para prover os interesses do Governo Federal desenvolveram-se programas de apoio que atendem às empresas oferecendo uma série de produtos e serviços com o intuito de incrementar as exportações brasileiras, tornando as empresas capacitadas para atuarem no comércio internacional.

Os órgãos oficiais brasileiros que participam da promoção das exportações desenvolvendo programas são: Câmara de Comércio Exterior (CAMEX), Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), Secretaria de Comércio Exterior (SECEX) e Ministério das Relações Exteriores (MRE)/ Departamento de Promoção Comercial. Além desses órgãos, outros também são responsáveis por iniciativas de promoção como a Agência de Promoção de Exportações (APEX) e o Banco do Brasil.

O Banco do Brasil é uma sociedade de economia mista em que a União exerce o controle acionário. Atua como agente financeiro do Governo Federal na execução de sua política creditícia e financeira sob a supervisão do Conselho Monetário Nacional; como banco comercial, exercendo atividades próprias dessas instituições; como banco de investimento e desenvolvimento financiando atividades rurais, industriais, comerciais e de serviços, além de fomentar a economia de diferentes regiões. Trata-se do principal fomentador do comércio exterior incrementando os negócios e oferecendo às empresas desde treinamentos até a disponibilização de espaço físico para operacionalização de negócios internacionais.

A fim de apoiar as ações do Governo e promover o ingresso das micro e pequenas empresas brasileiras no comércio exterior, o Banco do Brasil criou o Programa “Exporta Mais” que disponibiliza atendimento personalizado, consultoria, treinamentos, promoção comercial e acesso a financiamentos, propiciando uma atuação contínua com qualidade e competitividade.

Dessa forma, surge como pergunta de pesquisa: **Como a Gerência Regional de Comércio Exterior, localizada em Blumenau (SC), atua no programa “Exporta Mais” do Banco do Brasil apoiando as ações do Governo Federal?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Conhecer a atuação da Gerência Regional de Comércio Exterior, localizada em Blumenau (SC), no Programa “Exporta Mais” do Banco do Brasil no apoio às ações do Governo Federal de incremento das exportações.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Fazer uma revisão bibliográfica sobre o tema;
- b) Descrever o local do estágio;
- c) Descrever o Programa “Exporta Mais” do Banco do Brasil;
- d) Relatar como atua a Gerência Regional de Comércio Exterior no Programa “Exporta Mais”;
- e) Propor recomendações.

1.3 JUSTIFICATIVA

A exportação é um processo importante tanto para o Governo Federal quanto para as empresas que buscam a expansão do mercado.

Nas empresas, a exportação produz um incremento da produtividade, pois os pedidos tendem a ser em quantidade superior aos do mercado interno; além disso, provoca o aprimoramento da qualidade devido à concorrência, reduz a dependência do mercado interno, melhora a imagem da empresa no mercado interno com a aquisição de um nome internacional e a compensação de tributos internos.

Os programas governamentais contribuem para a evolução dos processos produtivos e o desenvolvimento de uma cultura baseada na pesquisa e desenvolvimento de

novos produtos de acordo com os padrões internacionais, introduzindo produtos brasileiros com conteúdo tecnológico e maior valor agregado. A análise da operacionalização do programa "Exporta Mais" é necessária para conhecer sua operacionalização na inserção das micro e pequenas empresas no mercado internacional e na capacitação das empresas para uma atuação contínua, de acordo com as ações do Governo de aumento da base exportadora e potencial competitivo.

Para o Banco do Brasil, através da análise da atuação do programa de apoio às exportações operacionalizado pela instituição, será possível verificar a importância da sua participação na inserção das micro e pequenas empresas no mercado internacional, identificando também os benefícios e serviços que são oferecidos para empresas, funcionários e estudantes.

Torna-se igualmente importante para as empresas conhecerem os programas governamentais que visam o apoio à exportação, desenvolvidos para lhes dar suporte, prestando informações e serviços inerentes ao processo de exportação.

O trabalho apresentado sobre o programa do Banco do Brasil de apoio à exportação é de importância acadêmica por se tratar de estudo necessário para a obtenção do grau de Bacharel em Relações Internacionais. Demonstra também a atuação do internacionalista dentro de uma instituição financeira, na intermediação de negócios internacionais, em programas de incentivo à exportação e na prestação de consultorias e treinamentos.

Destaca a necessidade de um profissional com o conhecimento que o Curso de Relações Internacionais proporciona sobre os processos de exportação e a gestão dos negócios realizados entre as empresas.

Escolheu-se o tema devido à realização do estágio na Gerência de Comércio Exterior do Banco do Brasil, na cidade de Blumenau (SC), que atua em negócios internacionais oferecendo serviços e treinamentos para a inserção das micro e pequenas empresas; ao atual panorama econômico sabendo-se que houve uma redução nas exportações com a desvalorização do dólar e, às atuais políticas desenvolvidas pelo Governo de apoio à exportação, com o intuito de aumentar a participação das micro e pequenas empresas nas exportações, como também o volume das exportações brasileiras frente à elevação das importações.

1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Realizou-se o presente relatório através de pesquisa qualitativa de descrição, com a análise não só em acervo bibliográfico, mas também com dados coletados no local do estágio, com o objetivo de analisar de forma específica e completa os programas do Banco do Brasil de apoio à exportação.

Conforme Rauen (2002) utilizou-se o método da indução naturalística, buscando descrever profundamente a constituição intrínseca do tema a ser pesquisado.

Para a coleta de dados utilizaram-se as técnicas através de um processo interativo e holístico que, segundo Rauen (2002), podem ser divididas em primárias e secundárias.

Os dados primários obtiveram-se de forma exclusiva em pesquisa documental e observações do participante, diretamente no estágio realizado na Gerência de Comércio Exterior do Banco do Brasil, localizado na Rua XV de Novembro, 1305 - 2º andar, em Blumenau/SC.

Para a pesquisa documental se utilizaram dados como: folders, site da própria instituição, material de cursos oferecidos pela empresa para funcionários e clientes.

Coletaram-se, também, dados através da análise da atuação da Gerência de Comércio Exterior do Banco do Brasil em Blumenau (SC) no Programa “Exporta Mais”, apoiando às ações do Governo no incremento das exportações.

Os dados secundários coletaram-se nas pesquisas bibliográficas realizadas em material já elaborado, com amplitude de assuntos passíveis de estudo. Tal pesquisa serviu como fundamentação do tema, na qual se utilizaram como fontes: livros, internet, jornais e revistas que abordavam questões sobre Comércio Exterior, Exportação e Sistema Financeiro Nacional.

Seguem-se as obras consultadas: Curso Básico de Comércio Internacional do Banco do Brasil; Curso Certificação em Investimentos; Curso de Comércio Internacional: Princípios e Oportunidades Negociais do Banco do Brasil; Guia Banco do Brasil de Exportação; apostila de Comércio Exterior I e Comércio Exterior II da Unisul Virtual; incluindo-se os livros: Financiamentos à Exportação e Seguro de Crédito, de José Augusto de Castro; Comércio Exterior Competitivo, de José Manoel Cortinas Lopes e Marilza Gama; ABC do Comércio Exterior, de Samir Keedi; Essencial de Comércio Exterior de A à Z, de E. A. Luna; Mercado Financeiro, de Alexandre Assaf Neto; Roteiros de pesquisa, de Fábio José Rauen e o Comércio Exterior Brasileiro, de José Lopes Vasquez. Além de consultas aos sites

do Ministério das Relações Exteriores, do Brazil Trade Net e da Intranews.

Os dados foram apresentados e analisados em forma de relatório para a disciplina de Estágio Supervisionado II do Curso de Relações Internacionais da UNISUL, e submetido em banca avaliadora.

1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente relatório de estágio tem como tema a atuação da Gerência Regional de Comércio Exterior no Programa “Exporta Mais”, desenvolvido pelo Banco do Brasil, no apoio às ações do Governo de incremento das exportações e estruturou-se em quatro capítulos.

No primeiro capítulo apresenta-se uma exposição do tema estudado; o objetivo geral e os específicos; a justificativa para a elaboração do estudo e sua importância para o acadêmico, ao curso e à sociedade, além dos procedimentos metodológicos adotados.

Porém, no segundo capítulo aborda-se a revisão bibliográfica sobre o comércio internacional; aspectos operacionais da exportação; a estrutura do Comércio Exterior Brasileiro e suas políticas; os programas de apoio às exportações que são desenvolvidos por órgãos oficiais, e o Sistema Financeiro Nacional dividido em sistema normativo e de intermediação.

Dando seguimento, no terceiro capítulo enfoca-se a caracterização do local onde se realizou o estágio; a descrição do programa “Exporta Mais” e seus objetivos; a atuação da instituição no tema de estudo, como também considerações finais e recomendações.

No quarto capítulo encontra-se a conclusão sobre a atuação da Gerência de Comércio Exterior em Blumenau (SC) no Programa “Exporta Mais” do Banco do Brasil apoiando as ações do Governo Federal.

Ao final, apresentam-se as referências bibliográficas, os anexos e apêndices.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 COMÉRCIO INTERNACIONAL

A atividade comercial se desenvolveu e extrapolou os limites das nações devido à interdependência econômica, dando origem ao comércio internacional. A interdependência econômica existe devido às limitações, carências estruturais e diferenças geográficas existentes entre os países, já que não são capazes de satisfazer às suas necessidades, produzindo vantajosamente todos os bens e serviços necessários aos seus habitantes. Os principais fatores dessa interdependência econômica são: desigualdade na distribuição geográfica dos recursos naturais; diferenças de clima e solo; diferenças de disponibilidade de capital e trabalho, e diferenças dos estágios de desenvolvimento tecnológico. (BANCO DO BRASIL, 2004a)

O conceito de comércio internacional, segundo Luna (2002, p.27), é apresentado como sendo:

“fluxo de intercâmbio de bens e serviços entre países ou empresas desses países, resultantes em grande proporção da divisão internacional do trabalho, das leis que regem o comércio internacional, das relações que integram as entidades econômicas internacionais e da harmonização dos interesses dos países entre si no campo do comércio.”

O comércio internacional, como ciência, trata dos estudos ligados às transações entre os países, que incluem as trocas comerciais e as transferências de capitais entre as nações e seus residentes. Tais transações são realizadas em “moedas fortes”, geralmente euro ou dólar. A entrada e saída de divisas de um país são contabilizadas no balanço de pagamentos. (RORATTO, 2006)

Segundo o Fundo Monetário Internacional (FMI), o balanço de pagamentos é o registro sistemático das transações econômicas entre os residentes e não-residentes de um país, durante um determinado período, que demonstra o comportamento do país em suas transações com o exterior. Serve como instrumento para tomada de decisões governamentais relativas aos problemas nas transações. Existe, portanto, uma preocupação dos países em manter os saldos do balanço de pagamentos nivelado, ou seja, com um volume de entrada de divisas igual ao volume de saída. Num desequilíbrio, o saldo pode ser superavitário, com volume de entrada de divisas maior do que o volume de saídas; ou deficitário, com volume de saída de divisas maior do que o volume de entrada, segundo Roratto (2006).

Tanto com superávit ou déficit, há efeitos indesejáveis para a economia dos países. Quando o saldo é superavitário, há uma grande valorização da moeda nacional, encarecimento dos produtos exportáveis, elevação dos custos de matérias-primas internas e com fretes internacionais, pelo desequilíbrio na oferta de equipamentos. Quando ocorre déficit, há o aumento da demanda por moeda estrangeira para pagar importações, causando sua valorização. Os saldos deficitários devem ser cobertos por aumento das exportações, empréstimos e investimentos externos que demandam custos de juros e remessas de lucros para o exterior, respectivamente, influenciando no aumento dos juros internos, desvalorização da moeda, aumento da inflação e queda dos preços internacionais. (RORATTO, 2006)

O comércio internacional está inserido num processo de transformações econômicas e políticas com a integração dos mercados de bens, serviços e capitais em escala mundial, conhecido como globalização. O processo de globalização se deu em função da ampliação do comércio entre países, com a redução de barreiras aos fluxos comerciais e financeiros e o desenvolvimento acelerado das telecomunicações e informática, conforme Banco do Brasil (2004a).

Com a globalização surgiram novos fatores de interdependência econômica, como os países menos desenvolvidos dependentes dos que dominam tecnologias mais avançadas; a internacionalização do processo produtivo, em que as empresas instalam unidades fabris em países com fatores de produção mais favoráveis para a redução de custos do produto final, tornando-o mais competitivo no mercado internacional; também a formação de blocos econômicos em que os países buscam a integração regional para se fortalecer no mercado global, e estabelecem relações comerciais privilegiadas entre si. (BANCO DO BRASIL, 2004a)

Dentro do comércio internacional há a atuação do comércio exterior de cada país que, por sua vez, estabelece o intercâmbio de mercadorias e serviços entre agentes econômicos nas transações dentro da legislação nacional. No comércio exterior as transações comerciais são de cunho capitalista, sem a participação direta do governo que atua apenas como normatizador e controlador das operações comerciais entre as empresas de diferentes países. O comércio exterior é como os países se organizam com políticas, leis, normas e regulamentos para disciplinar a execução de operações comerciais de exportação e importação de mercadorias e serviços no exterior, de acordo com Roratto (2006).

Segundo Lopes e Gama (2004, p 175), a exportação pode ser conceituada sob os aspectos comercial, aduaneiro e cambial. Assim, tem-se como conceito comercial que “a exportação de uma mercadoria se configura quando ela é disponibilizada ao comprador

estrangeiro em local e prazo estipulado em contrato de compra e venda internacional”. No conceito aduaneiro, a exportação ocorre com a saída da mercadoria do território aduaneiro, conforme o tipo de transporte: quando por via aérea ou marítima, no ingresso da mercadoria no veículo de transporte internacional; quando por via terrestre (rodoviária ou ferroviária), no cruzamento da fronteira. Sob o aspecto cambial, a exportação se efetiva com o ingresso da divisa pertinente em pagamento, ou seja, com a liquidação do contrato de câmbio. O local de entrega é conhecido como fronteira comercial, sendo onde ocorre a transferência de riscos de perdas e danos do vendedor para o comprador, no tempo aprazado. (LOPEZ; GAMA, 2005)

A exportação pode ser feita de forma direta, que ocorre com a venda direta a um comprador de outro país, mesmo que a negociação tenha sido realizada por um agente ou representante do exportador no exterior; e, de forma indireta, em que há um interveniente que irá comercializar o produto no mercado externo. O exportador apenas fabrica a mercadoria, ficando o interveniente responsável pelo restante do processo. Na exportação indireta podem figurar como intervenientes: empresa comercial exclusivamente exportadora, empresa comercial que opera nos mercados externo e interno, cooperativas ou consórcios de exportação vendendo produtos de terceiros, importadores que executam o processo exportador no país de origem. (LOPES; GAMA, 2005)

A exportação também pode ser efetuada de forma definitiva, quando a mercadoria é incorporada ao ativo do país importador, passando a ser considerada uma mercadoria legalmente nacional; ou de forma temporária, quando a mercadoria sai do país por um determinado tempo, como para participação em feiras, exposições, demonstrações, competições ou outros eventos semelhantes, e para melhoria ou transformação para posterior retorno, segundo Keedi (2004).

As mercadorias exportadas podem ser pagas com ou sem cobertura cambial. Com cobertura cambial, entende-se que a exportação será paga pelo importador ao exportador, com a entrada de divisas no país do exportador. As exportações sem cobertura cambial são realizadas sem pagamento do importador ao exportador. (KEEDI, 2004)

Dentro do comércio exterior há também a importação que, segundo Lopes e Gama (2005, p.249), pode ser definida como “a entrada de mercadoria em um país, procedente do exterior, a qual se configura, perante a legislação brasileira, no momento do desembarço aduaneiro”. A importação ocorre com a saída de divisas contabilizada no Balanço de Pagamentos. A transferência de propriedade da mercadoria também pode se realizar com o recebimento pelo comprador no exterior, conforme as cláusulas pactuadas no contrato de compra e venda. (LOPEZ; GAMA, 2005)

Tal como a exportação, a importação também pode ser realizada de forma direta e indireta, definitiva ou temporária, e ter seu pagamento efetuado com ou sem cobertura cambial. (KEEDI, 2004)

As operações de exportação e importação do comércio exterior são importantes tanto para os países quanto para as empresas que decidem se internacionalizar. A importação é importante para o desenvolvimento social e econômico de qualquer país, com a expansão do intercâmbio e a melhoria das condições de troca. Com a exportação, o país capta “moedas fortes”, como dólar, euro, indispensáveis para o pagamento de importações e compromissos internacionais. As moedas fortes também são captadas através de linhas de crédito, empréstimos externos e investimentos diretos. (BANCO DO BRASIL, 2003a)

Devido ao fato de os países não alcançarem o mesmo grau de desenvolvimento, ocorre um desequilíbrio no intercâmbio comercial e de pagamentos. O desequilíbrio no balanço de pagamentos ocorre porque os produtores de matérias-primas básicas (petróleo, por exemplo) ou artigos de alta tecnologia obtêm grande quantidade de recursos externos, enquanto que os países que não possuem produtos exportáveis precisam compensar a necessidade dessas mercadorias, sendo obrigados a captar recursos externos através de linhas de crédito e empréstimos. (BANCO DO BRASIL, 2003a)

Todos os países, independente do grau de crescimento, necessitam produzir ou importar tecnologia a fim de investir no desenvolvimento interno e modernizar o parque industrial. Com a internacionalização há uma melhoria na qualidade de vida da população, aumento da produtividade e da competitividade dos produtos nacionais no mercado internacional. (BANCO DO BRASIL, 2003a)

A exportação surge como uma forma de os países de grande extensão territorial e população crescente, como o Brasil e a China, ampliarem a oferta de emprego, com o aumento da produção, melhorando a distribuição de renda. Ocorre também a diversificação de mercados e ampliação da pauta de exportação, o que propicia aos países não ficarem dependentes com uma região, país ou mercado conquistado, frente a alguma dificuldade por impedimentos de ordem política, econômica ou circunstancial. Com relação à ampliação da pauta de exportação, há uma maior segurança do país com relação a algum projeto de desenvolvimento baseado no comércio internacional devido à eliminação da vulnerabilidade da dependência de poucos produtos. (BANCO DO BRASIL, 2003a)

Para as empresas, a participação no comércio internacional propicia o desenvolvimento de novas culturas e o aprimoramento dos seus fatores administrativos e organizacionais. Além disso, a diversificação de mercados possibilita à empresa aprimorar sua

estratégia mercadológica, assimilar novas técnicas de produção, comercialização e *marketing*. A internacionalização contribui para uma maior competitividade da empresa, tanto no mercado externo quanto no mercado interno, gerada pela preocupação constante de adequar o produto ao novo mercado consumidor, investindo em qualidade. (LOPEZ; GAMA, 2005)

A internacionalização possibilita também maiores lucros; ampliação de mercados; oferta de novos produtos; aumento da produção e da produtividade; melhor utilização da capacidade instalada; incorporação de tecnologia; redução do custo de produção; *know-how* internacional; novas técnicas; crescimento empresarial; redução da dependência do mercado interno; melhoria da imagem no mercado interno. (PAULA, 2007)

Segundo Lopez e Gama (2005, p. 176), “Exportar é uma alternativa estratégica de desenvolvimento, na medida em que estimula a eficiência.” Para se tornar competitiva, a empresa deve ter como princípios básicos a produtividade, a qualidade e a satisfação do cliente.

2.2 ASPECTOS OPERACIONAIS DE EXPORTAÇÃO

A exportação é uma atividade de médio e longo prazo que deve ser planejada. Inicia-se após a construção de pontos fortes para a empresa poder competir internacionalmente, desenvolvendo sua capacidade exportadora para satisfazer as exigências do mercado externo; preocupa-se em transferir o produto da forma mais competitiva possível (logística, embalagem, aspectos legislativos), e gerenciar mercados (parceiros, modalidade de entrada no mercado, comunicação e política de distribuição). (MINERVINI, 2005)

A inserção no comércio internacional possui vários riscos que devem ser avaliados pelas empresas: risco país, que é a possibilidade de sofrer perdas econômicas em função de crise política, limitações do mercado e revoltas; risco cambial, com a desvalorização da moeda de referência em relação ao valor da própria moeda; risco da falta de retirada da mercadoria pelo importador; risco da variabilidade da demanda, devido a uma crise econômica ou entrada de novos produtos concorrentes; risco da variabilidade do preço de venda, devido a políticas da concorrência ou diferente poder contratual dos compradores; risco de incremento das custas de investimento, com o aumento de barreiras de entrada do país ou custos internos; risco técnico, quando o produto não satisfaz as normas técnicas locais e risco jurídico, que diz respeito ao atendimento às legislações do país importador.

(MINERVINI, 2005)

Além disso, na elaboração dos planos e programas de exportação, há questões que devem ser consideradas pela empresa, como: definição dos princípios básicos de acordo com seus objetivos; escolha dos principais mercados através da análise do potencial e viabilidade; aperfeiçoamento dos processos organizacionais e manufatureiro; exigência de novos requisitos do pessoal encarregado com a exportação; análise do atendimento do produto às exigências do mercado externo; escolha de canais de distribuição eficientes, mecanismos de propaganda e promoção comercial, como também a formação do preço da mercadoria. (BARBOSA, 2004)

A partir do momento em que a empresa está estruturalmente apta a realizar o processo de exportação, o exportador deve proceder de forma que a sua operação de venda se realize segundo as normas e procedimentos impostos pelos órgãos governamentais. Tais normas e procedimentos se tornam atuantes através do Sistema Integrado de Comércio Exterior (SISCOMEX) criado para processar legal e burocraticamente os trâmites de exportação e importação. (BARBOSA, 2004)

Para realizar operações de exportação e comandar o despacho de suas mercadorias para o exterior, a empresa deve, primeiramente, estar cadastrada no registro de exportadores e importadores (REI) da SECEX. A inscrição no REI ocorre automaticamente via SISCOMEX quando da realização da primeira operação de comércio exterior. (BARBOSA, 2004)

Através do SISCOMEX também são preparados e remetidos eletronicamente os registros que caracterizam uma operação de exportação, necessários para o despacho aduaneiro: o registro de exportação (RE), o registro de venda (RV) e o registro de operações de crédito (RC). (BARBOSA, 2004)

Na realização de uma operação de exportação é negociada, entre as partes envolvidas, a condição da venda em que são definidas as obrigações e responsabilidades das empresas exportadoras e importadoras, e o momento em que as mesmas são transferidas de uma para a outra. (CASTRO, 2001)

Com o intuito de uniformizar e universalizar os termos utilizados em transações internacionais de mercadorias, a Câmara de Comércio Internacional (CCI), organizou os Termos de Comércio Internacional, ou *International Commercial Terms* (INCOTERMS), segundo Castro (2001):

a) *Ex Works* (EXW): do local de produção em que o exportador se compromete a disponibilizar a mercadoria, em seu próprio estabelecimento, ao importador dentro de um prazo previamente firmado em contrato, o importador assume, deste ponto, todas as despesas,

custos, riscos e encargos da operação;

b) *Free Carrier (FCA)*: carga livre ao transportador, em que o exportador deve realizar a entrega da mercadoria pronta para a exportação já desembaraçada na origem e alfandegariamente livre, em local designado pelo importador e sob custódia do transportador; a partir daí, o transportador assume solidariamente com o importador todos os custos, encargos e riscos;

c) *Free alongside ship (FAS)*: carga livre no costado do navio, adotado em transporte marítimo. O exportador se compromete a disponibilizar a mercadoria, já pronta e desembaraçada para o embarque, ao longo do navio transportador situado em porto designado pelo importador. O exportador suportará os custos e encargos decorrentes da colocação das cargas livres no costado do navio;

d) *Free On Board (FOB)*: carga livre a bordo do navio, utilizada nas operações de transporte marítimo e fluvial. O exportador assume todos os riscos, bem como incorpora todos os custos, encargos e responsabilidades até o momento em que a mercadoria transponha a murada do navio designado e seja colocada a bordo;

e) *Cost and Freight (CFR)*: custo e frete, passível de adoção no transporte marítimo e fluvial, implica que o exportador se encarregará de contratar e pagar pelo frete internacional e demais despesas e taxas de transporte da mercadoria, até o porto de destino designado pelo importador;

f) *Cost, Insurance and Freight (CIF)*: custo, seguro e frete, em que o exportador assume além das obrigações da condição CFR, a contratação e quitação do seguro das mercadorias até a ponto de destino designado;

g) *Carriage Paid To (CPT)*: transporte pago até o local de destino, utilizada em qualquer modalidade de transporte, condiciona o exportador a contratar e pagar o transporte internacional da mercadoria até o local de destino;

h) *Carriage and Insurance Paid To (CIP)*: transporte e seguros pagos até o ponto de desembarque no exterior, válido para qualquer modalidade de transporte, obriga o exportador aos mesmos procedimentos do termo CPT, acrescida da contratação e pagamento do seguro da mercadoria até o ponto de desembarque no exterior, definido pelo importador na contratação;

i) *Delivered at Frontier (DAF)*: entregue na fronteira, comum no transporte por ferrovia ou rodovia, onde o exportador deve realizar a entrega da mercadoria ao importador em ponto terrestre de forma precisa e claramente demarcado;

j) *Delivered Ex-Ship (DES)*: entregue no navio, utilizado exclusivamente no

transporte marítimo e fluvial onde as atribuições e responsabilidade do exportador se encerram quando a mercadoria, ainda a bordo da embarcação. Atinge seu porto de destino, arcando com os custos gerais, despesas de frete, seguro e riscos;

l) *Delivered Ex-Quay* (DEQ): entregue no cais, pode ser utilizada no transporte marítimo e o exportador se compromete a disponibilizar a mercadoria no exterior, colocando-a pronta para entrega direto ao importador no cais do porto de destino;

m) *Delivery Duty Unpaid* (DDU): entregues direitos não pagos, aplicável a qualquer modalidade de transporte e consiste na obrigatoriedade do exportador de entregar a mercadoria descarregada em local específico e predeterminado pelo importador dentro do país de destino. O importador deverá arcar com os custos dos direitos aduaneiros, impostos e taxas alfandegárias incidentes no despacho de importação da mercadoria;

n) *Delivered Duty Paid* (DDP): entregue direitos pagos, o exportador deverá disponibilizar a mercadoria pronta e já desembaraçada dentro do país de destino, assumindo todos os custos, despesas e riscos, até o local previamente estipulado pelo importador.

Visando promover o desenvolvimento do comércio internacional, facilitar as negociações comerciais internacionais, elaborar as tarifas de fretes e das estatísticas relativas aos diferentes meios de transporte de mercadorias e de outras informações utilizadas pelos diversos intervenientes no comércio internacional, foi criado o Sistema Harmonizado de Designação e de Codificação de Mercadorias ou, simplesmente, Sistema Harmonizado (SH). (BARBOSA, 2004)

Trata-se de um método internacional de classificação de mercadorias baseado em uma estrutura de códigos e respectivas descrições. Os códigos do SH são compostos por seis dígitos e permitem que sejam atendidas as especificidades dos produtos, tais como: origem, matéria constitutiva e aplicação, em um ordenamento numérico lógico, crescente e de acordo com o nível de sofisticação das mercadorias. (BARBOSA, 2004)

O Brasil, a Argentina, o Paraguai e o Uruguai adotam, desde janeiro de 1995, a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), que tem por base o Sistema Harmonizado. No código, dos oito dígitos que compõem a NCM, os seis primeiros são formados pelo Sistema Harmonizado, enquanto o sétimo e oitavo dígitos correspondem a desdobramentos específicos atribuídos no âmbito do Mercosul. (BARBOSA, 2004)

Dependendo da etapa do processo de exportação, dos elementos envolvidos e das finalidades presentes em cada ocasião, serão exigidos determinados documentos do exportador, de acordo com Barbosa (2004):

a) Fatura pro forma (*pro forma invoice*): formaliza o contato de negócio realizado

entre importador e exportador, com os detalhes das informações relevantes do produto e da operação de exportação em si;

b) Fatura comercial (*commercial invoice*): atribui valor legal à operação de exportação relatada na fatura pro forma, atestando a ocorrência da transação de venda de mercadorias e oficializando o ato em que o importador adquire a posse do bem negociado;

c) Romaneio (*packing list*): emitido pelo exportador e obrigatoriamente utilizado tanto no despacho aduaneiro e embarque dos produtos, como no desembarque no exterior. No documento são relacionadas mercadorias a serem embarcadas, mencionando os componentes integrantes do todo da carga;

d) Nota fiscal de exportação: emitida na saída das mercadorias do estabelecimento da empresa exportadora, devendo estar junto à carga na apresentação à alfândega no momento do desembarço e fiscalização aduaneira;

e) Conhecimento de embarque: emitido pela empresa encarregada pelo transporte da mercadoria até o exterior, representando também contrato de transporte internacional, recibo de entrega da carga ao transportador e comprovante do efetivo embarque da mercadoria;

f) Saque cambial (*draft*): título de crédito representativo da operação emitido pelo exportador e sacado contra o importador tendo como valor o total das divisas constantes na fatura comercial;

g) Fatura consular: em que consta a anuência do consulado do país importador, reconhecendo e aprovando os termos da operação;

h) Certificado de origem: derivado de acordos e tratados internacionais, é exigido no desembarque da mercadoria no exterior quando a operação é realizada sob o regime de preferência tarifária;

i) Certificados especiais: providenciados pelo exportador para atender a alguma exigência do importador ou cumprir normas impostas pela legislação do país importador.

2.3 COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO

A Constituição Federal de 1988 estabelece os pressupostos do Comércio Exterior Brasileiro, apresentando alguns dispositivos constitucionais sobre o controle tributário, fiscal e as competências da administração governamental no controle das atividades de comércio

internacional. A estrutura do Comércio Exterior Brasileiro é composta por órgãos vinculados ao MRE, MDIC e Ministério da Fazenda (MF) e os órgãos anuentes. (LOPES, 2001)

2.3.1 Estrutura do Comércio Exterior Brasileiro

Os governos regulam as operações do comércio exterior criando organismos internacionais e supranacionais capazes de manter o equilíbrio de forças entre as nações e fomentar o seu desenvolvimento. Entre essas entidades estão a Organização Mundial do Comércio (OMC), o Banco Internacional de Reestruturação e Desenvolvimento (BIRD ou Banco Mercantil), o FMI e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), conforme Banco do Brasil (2004a).

A OMC possui sua sede em Genebra, Suíça, e iniciou suas atividades em 1995. Atua de forma a regular o comércio internacional de mercadorias, serviços, direitos autorais e o tratamento a investimentos estrangeiros diretos. Possui como objetivos a elevação dos níveis de vida, o pleno emprego, a expansão da produção e do comércio de bens e serviços, a proteção do meio-ambiente, o uso sustentável dos recursos naturais e assegurar a participação efetiva dos países em desenvolvimento no comércio internacional. (BANCO DO BRASIL, 2004a)

O FMI possui sua sede em Washington, EUA, e é o órgão especial da Organização das Nações Unidas (ONU) que faz parte do Sistema Financeiro Internacional. Foi criado em 1945 com o objetivo básico de zelar pela estabilidade do sistema monetário internacional, mas também assumindo outras habilitações, tais como evitar que os desequilíbrios nos balanços de pagamentos e nos sistemas cambiais dos países prejudiquem a expansão do comércio e dos fluxos de capitais internacionais; favorecer a progressiva eliminação das restrições cambiais nos países membros; conceder recursos para evitar ou remediar desequilíbrios no balanço de pagamentos, planejar e monitorar programas de ajustes estruturais e, também, oferecer assistência técnica e treinamento para os países membros. (BANCO DO BRASIL, 2004a)

O BIRD foi criado simultaneamente com o FMI, em 1944, com sede em Washington, EUA. Tem como principal objetivo promover o progresso econômico e social dos países membros, com o financiamento de projetos para a melhoria da produtividade e das condições de vida desses países, utilizando recursos próprios, além dos obtidos no mercado

internacional de capitais. Seu foco de atuação é a redução da pobreza, a promoção do desenvolvimento sustentável, da gestão governamental eficaz e do investimento em setores da infra-estrutura e serviços, o incentivo ao desenvolvimento do setor privado. (BANCO DO BRASIL, 2004a)

O BID possui atuação regionalizada, tendo sido criado em 1959, com sede em Washington, EUA. Possui como objetivo assistir aos países e empresas da América Latina, reforçar a capacidade de recursos para tal finalidade e desenvolver relações mais próximas com os países americanos. (BANCO DO BRASIL, 2004a)

O Comércio Exterior Brasileiro, por sua vez, é composto de órgãos governamentais responsáveis pelas políticas e decisões de ordem administrativa, tributária, fiscal e cambial, aplicadas às exportações e importações. Tais órgãos estão vinculados ao MRE, MDIC e MF, de acordo com Banco do Brasil (2004b).

A CAMEX faz parte do Conselho de Governo e é composto pelo MDIC, MRE, Ministro da Fazenda, Ministro da Agricultura, Ministro-Chefe da Casa Civil, Ministro do Planejamento, segundo Lopes (2001). Tem por objetivo formular, adotar, implementar e coordenar as políticas e atividades relativas ao comércio exterior de bens, serviços e turismo; definir as diretrizes da política de comércio exterior; manifestar-se previamente sobre as normas e a legislação sobre o comércio exterior e temas correlatos; dispor sobre as diretrizes para as alterações das alíquotas dos impostos de importação e exportação; fixar as diretrizes para as políticas de financiamento e de seguro de crédito das exportações; estabelecer as diretrizes para as políticas de desregulamentação do comércio exterior; avaliar o impacto das medidas cambiais, monetárias e fiscais sobre o comércio exterior; formular a política sobre a concessão de áreas de livre comércio, zonas francas e zonas de processamento das exportações, assim como indicar os parâmetros para as negociações bilaterais e multilaterais relativas ao comércio exterior, conforme Lopes (2001).

O MRE atua no marketing externo, orientando e executando as atividades de promoção comercial. Apóia também a expansão das exportações contribuindo para aumentar o número de empresas exportadoras no Brasil, e analisa as características do mercado estrangeiro divulgando as oportunidades comerciais no mercado internacional pelos Setores Comerciais (SECOMS) das embaixadas e consulados brasileiros no exterior, segundo Banco do Brasil (2004b).

O MDIC é responsável por decidir e executar as diretrizes políticas de comércio exterior, exercendo sua função pela SECEX. Possui poderes de opinar, recomendar, pronunciar-se sobre assuntos relacionados com o comércio exterior; baixar normas; modificar,

suspender ou suprimir exigências; traçar orientação; estabelecer as bases da política de seguros no comércio exterior, mas também formular as diretrizes da política tarifária no campo das importações, conforme Lopes (2001).

Atua de acordo com as normas do Governo Federal criando melhores condições de atuação do Brasil no Mercado Internacional. Desenvolve medidas para aumentar a presença dos produtos brasileiros no comércio exterior, com incentivos ao ingresso de novas empresas na atividade exportadora; ações para melhoria do desempenho das empresas que já atuam no mercado; contínuo aprimoramento e simplificação dos processos em operações do comércio exterior; formulação de propostas de políticas e programas de Comércio Exterior, estabelecendo normas para sua implementação. Coordena também a aplicação de defesa contra práticas desleais de comércio e de medidas de salvaguardas comerciais e, ainda, a disseminação de informações sobre Comércio Exterior. (BANCO DO BRASIL, 2004a)

O MF é responsável pela política monetária e fiscal, defesa dos interesses fazendários, fiscalização e controle sobre o Comércio Exterior. Exerce sua competência pelos órgãos gestores de Comércio Exterior, quais sendo a Secretaria da Receita Federal (SRF) e Banco Central do Brasil (BACEN). A SRF é responsável pela fiscalização das exportações e importações de produtos, utilização de incentivos fiscais e pela arrecadação dos direitos aduaneiros sobre a entrada e saída de mercadorias do País, segundo Brasil (2008a).

A APEX é um órgão não-governamental de apoio às exportações vinculado ao Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE), que apóia a política de promoção de exportações do país, de acordo com as diretrizes estabelecidas pela CAMEX. A APEX Brasil atua desenvolvendo projetos com entidades de classe representativas de vários setores da economia que contribuem para manter a balança comercial positiva através da diversidade da pauta exportadora; abertura de novos mercados; consolidação e ampliação dos mercados tradicionais e crescimento nas vendas de itens com maior valor agregado. (BANCO DO BRASIL, 2004b)

A atuação da APEX Brasil beneficia, de modo geral, aos governos em todas as suas instâncias e aos empresários de todos os portes, com foco nas pequenas e médias empresas que devem se qualificar para a concorrência no mercado externo e interno. (BANCO DO BRASIL, 2004b)

Os órgãos anuentes possuem anuência prévia para auxiliar no controle comercial, quando, pela natureza do produto ou pela finalidade da operação, for necessária a análise especializada da operação. Estão autorizados a atestar cumprimento das condições para fins de licenciamento da operação: Banco do Brasil (BB), Conselho Nacional de Energia Nuclear

(CNEN), Departamento de Operações de Comércio Exterior (DECEX); possuem autorização, Instituto Brasileiro do Meio-Ambiente e dos Recursos Renováveis (IBAMA); Ministério da Agricultura e do Abastecimento; Ministério da Ciência e Tecnologia; Ministério do Exército; Ministério da Saúde; Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República (SAE/PR), Secretaria de Produtos de Base (SPB), segundo Banco do Brasil (2004b).

2.3.2 Políticas de Comércio Exterior

Até o final da década de 60, o governo brasileiro adotou uma política de comércio exterior denominada Programa de Substituição das Importações (PSI). As medidas procuravam retirar as restrições tarifárias e não-tarifárias aplicadas sobre os produtos exportáveis, impossibilitando o ingresso no mercado internacional por falta de preços competitivos. A partir de 1970, o Brasil passou a aplicar um modelo exportador de ampliação da pauta de exportações, intensificando os incentivos creditícios e a concessão de subsídios às empresas exportadoras, criando linhas de financiamento com juros reduzidos, restituição de créditos do Imposto sobre Produtos Industrializados e estimulando as exportações com a maxidesvalorização constante da moeda nacional. (RORATTO, 2006)

Com a globalização das economias, no final dos anos 80, a política brasileira foi caracterizada pela abertura gradual de mercados para a importação de bens de consumo não-duráveis e a eliminação dos subsídios e incentivos creditícios. Atualmente estão sendo adotadas iniciativas governamentais para promover e diversificar as pautas das exportações brasileiras, com incentivos fiscais, aduaneiros e programas. (RORATTO, 2006)

Os incentivos fiscais possibilitam às empresas brasileiras exportadoras a participação no mercado internacional em condições de igualdade com outros exportadores. O Poder Público oferece a concessão de incentivos a fim de reduzir o custo final dos produtos a serem exportados com desoneração fiscal, segundo Roratto (2006).

Para a obtenção dos benefícios e a operação de base de cálculo dos incentivos, deve ser realizado um acompanhamento permanente da legislação tributária, devido ao reflexo que produzem na formação do preço de venda dos produtos exportáveis. Os principais incentivos fiscais oferecidos às exportações, conforme Lopez e Gama (2005) são:

a) Isenção de pagamento do imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), em que as exportações indiretas por empresas comerciais, por exemplo, recebem a suspensão do IPI,

sendo garantido ao fabricante a partir da saída do produto de seu estabelecimento para entrega a terceiros com a finalidade de exportação;

b) Não-incidência do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS);

c) Manutenção dos créditos fiscais de IPI e ICMS na compra de matérias-primas, produtos intermediários e materiais de embalagem que sejam utilizados no processo produtivo de bens a serem exportados;

d) Isenção do pagamento da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS) e da contribuição para o Programa de Integração Social (PIS);

e) Crédito presumido do IPI às empresas produtoras e exportadoras como ressarcimento das contribuições para o PIS e o Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PASEP) e para a Seguridade Social (COFINS), incidentes sobre as compras de insumos nacionais utilizados no processo produtivo de bens exportados;

f) Redução a zero da alíquota de Imposto de Renda incidente sobre remessas para o exterior destinadas ao pagamento de despesas com pesquisa de mercado para produtos brasileiros de exportação, participação em feiras, exposições e eventos vinculados à promoção de bens nacionais e despesas com propaganda no âmbito desses eventos, com autorização emitida pelo MDIC/ SECEX;

g) Acesso aos benefícios de drawback interno que permite a estabelecimentos industriais dar saída de insumos nacionais com suspensão do IPI, destinados a outro estabelecimento industrial, para produção de bens a serem exportados, sendo que, realizada a exportação, extingue-se o compromisso do drawback.

Nas importações há os seguintes incentivos, conforme Lopez e Gama (2005):

a) Incidência do Imposto de Importação (II) sobre a mercadoria estrangeira quando do seu ingresso no território nacional; trata-se da aplicação de alíquota fixa ou *ad valorem* que varia de acordo com o produto na Tarifa Externa Comum (TEC);

b) Incidência do IPI sobre o resultado da soma do valor aduaneiro com o valor do Imposto de Importação;

c) Incidência do ICMS sobre o valor resultante da aplicação do IPI, sendo que a alíquota é variável de acordo com o produto, ou até entre Estados para um determinado produto.

Os regimes aduaneiros especiais são estabelecidos pela legislação brasileira para importação e exportação de mercadorias, com suspensão de tributos incidentes. Nas exportações são aplicados os seguintes regimes aduaneiros, conforme Roratto (2006):

a) Trânsito aduaneiro, em que há a suspensão de tributos no transporte de mercadorias de um ponto a outro do país, sob controle das autoridades aduaneiras;

b) Exportação temporária, que permite a saída do país de mercadorias nacionais ou nacionalizadas, com um prazo de 2 (dois) anos de permanência no exterior, para reimportação;

c) Entrepasto aduaneiro na exportação, em que há a suspensão do pagamento dos tributos sobre mercadorias a serem exportadas, depositadas em local determinado, sob controle aduaneiro;

d) Depósito alfandegado certificado (DAC), que admite a permanência de mercadoria, já comercializada com o exterior e considerada exportada, em local alfandegado no território nacional, para efeito fiscal, creditício e cambial.

Desde 2003, as exportações brasileiras vêm elevando sua participação nas exportações mundiais e a tendência é que em 2008 o ritmo de expansão continue, de acordo com Brasil (2008b).

A meta oficial para as exportações em 2008 é de US\$ 190 bilhões. No primeiro semestre foi registrada uma queda de 44,8% do saldo comercial do país com relação a 2007, o que ocorreu porque as importações apresentaram um crescimento de 50,6%, enquanto que as exportações expandiram em 23,8%. Entretanto, é preciso assegurar a continuidade da expansão do intercâmbio comercial através de políticas ativas para a ampliação da competitividade internacional das empresas brasileiras. (BRASIL, 2008b)

Em maio de 2008, o governo lançou a Política de Desenvolvimento Produtivo (PDP) que apontou alguns dos principais desafios do governo brasileiro para sustentar o crescimento em longo prazo e ampliar a inserção interna. O objetivo do PDP é promover a sustentabilidade do atual ciclo de expansão e melhorar a competitividade do Brasil no mercado interno e externo. Tem como foco central elevar a taxa de investimentos no país, fortalecer as micro e pequenas empresas (MPEs), ampliar a capacidade de oferta e preservar o equilíbrio da balança de pagamentos. (BRASIL, 2008b)

Elaboraram-se algumas metas até 2010: ampliar a participação das exportações brasileiras para 1,25% das exportações mundiais, o que representa um crescimento médio anual das exportações de 9,1%, entre 2007 e 2010; aumentar em 10% o número de micro e pequenas empresas exportadoras, ampliando a base exportadora em mais de 1.100 pequenas empresas; aumentar a taxa de investimento da economia para 21% do PIB; ampliar os investimentos privados em Pesquisa e Desenvolvimento para 0,64% do PIB. (BRASIL, 2008b)

Dessa forma, formulou-se a Estratégia Brasileira de Exportação como política do governo para explorar os consensos entre os órgãos públicos que atuam sobre o controle administrativo e regulador do comércio exterior, as atividades de promoção comercial e apoio à exportação. A estratégia está sustentada em cinco macro-objetivos: aumentar a competitividade da base exportadora brasileira; agregar valor às exportações; aumentar a base exportadora; ampliar acesso a mercados e incrementar as exportações de serviços. (BRASIL, 2008b)

A questão do ambiente competitivo tem especial relevância, considerando que a capacidade de competir com empresas sediadas em outros países depende diretamente das restrições e dos custos impostos pelo ambiente competitivo nacional. Nesse sentido, com o objetivo de aumentar a competitividade da base exportadora, os programas, ações e instrumentos envolvem a aplicação de R\$ 12,5 bilhões de recursos em 2008 que estão divididos em iniciativas para facilitar o acesso ao crédito, desburocratizar e facilitar as operações de comércio exterior e, também, melhorar a infra-estrutura de transportes. (BRASIL, 2008b)

Apesar de ser um importante exportador de *commodities* de origem agrícola e mineral e possuir uma pauta de exportações bastante diversificada, o Brasil tem suas exportações compostas por vários produtos de menor intensidade tecnológica e valor unitário, com baixa participação de produtos desenvolvidos com tecnologia e mão-de-obra qualificadas. (BRASIL, 2008b)

Desta forma, as ações voltam-se basicamente para o incentivo à inovação tecnológica nas empresas e para ações que fomentem a eficiência nas diversas cadeias produtivas brasileiras, agregando valor às exportações. (BRASIL, 2008b)

No sentido de aumentar a base exportadora, a Estratégia Brasileira de Exportação confere ênfase ao aumento da presença das micro, pequenas e médias empresas na base exportadora que respondem, em conjunto, por cerca de 21% do valor das exportações do País, sendo que a maioria das empresas deste porte possui potencial exportador ainda não explorado. As ações a serem implementadas visam promover a capacitação e o acesso às informações com o fortalecimento técnico e operacional das empresas e, também, das instituições de apoio às MPEs e a concessão de apoio financeiro para exportações. (BRASIL, 2008b)

Para garantir maior acesso a mercados para os produtos brasileiros, a estratégia traçou quatro linhas de atuação: realização de novos acordos comerciais e do aprofundamento dos existentes, pelos quais os produtos brasileiros passarão a sofrer menos restrições tarifárias

e não-tarifárias para o ingresso em diferentes países; aperfeiçoamento e difusão dos instrumentos de inteligência e promoção comercial; superação das barreiras não-tarifárias ao comércio, especialmente as exigências técnicas e sanitárias; internacionalização produtiva das empresas brasileiras, importante para o acesso a mercados e a canais de comercialização, como também para a ampliação das nossas exportações, conforme Brasil (2008b).

Devido à importância do setor de serviços na economia brasileira que responde pela maior parte do PIB, dos investimentos estrangeiros diretos e dos empregos gerados no País, há a necessidade de ampliar a inserção dos serviços brasileiros no exterior. Estão previstas quatro linhas de ação principais: criação de sistemas de informação e de gestão das operações do comércio exterior de serviços; ampliação do crédito, tornando os instrumentos públicos de garantias mais efetivos e desonerando as exportações de serviços; capacitação de profissionais e empresas prestadoras de serviços nas questões relacionadas ao comércio exterior, como também a ampliação, diversificação e desconcentração das exportações brasileiras de serviços. (BRASIL, 2008b)

2.4 PROGRAMAS DE APOIO ÀS EXPORTAÇÕES

O crescimento das exportações torna-se necessário para o desenvolvimento do país, permitindo a captação de divisas, o desenvolvimento da estrutura produtiva, o aumento de oportunidades no mercado de trabalho, formação de capital e redistribuição de renda. (LOPEZ; GAMA, 2005)

Os países em desenvolvimento centralizam sua política de promoção comercial em ações que possibilitem a diversificação das exportações, notadamente dos setores não tradicionais, direcionadas, principalmente para pequenas e médias empresas devido ao seu potencial de crescimento. (LOPEZ; GAMA, 2005)

Os programas podem ser diretos que auxiliam as empresas no processo de internacionalização e, indiretos, que buscam melhorar a competitividade do exportados realizando mudanças estruturais. (LOPEZ; GAMA, 2005)

Tais atividades de promoção das exportações são os programas de serviços de exportação que compreendem os seminários para exportadores potenciais, orientações e manuais sobre como exportar, e os programas de desenvolvimento do mercado que incluem indicações de potenciais compradores e participação em feiras internacionais. (LOPEZ;

GAMA, 2005)

Sob a coordenação da CAMEX encontram-se o Programa Especial de Exportação (PEE) e o Portal do Exportador. (LOPEZ; GAMA, 2005)

O PEE foi lançado em setembro de 1998 e tem como base o fortalecimento das cadeias produtivas e a otimização das ações do governo de incremento da competitividade do produto brasileiro, em parceria com a iniciativa privada. Tem por objetivo expandir a base de empresas exportadoras e implantar uma cultura exportadora, gerando maior captação de divisas e empregos; e o desenvolvimento tecnológico dos diversos setores. (LOPEZ; GAMA, 2005)

O Portal do Exportador foi desenvolvido em parceria entre o Governo e a iniciativa privada com o objetivo de veicular informações de caráter normativo e operacional, e à estruturação de ambientes de negócios, ampliando a capacidade de comercialização externa. O Portal, www.portaldoexportador.gov.br, oferece serviços como: apoio à realização de negócios através de um balcão de negócios entre exportadores brasileiros e seus clientes internacionais; integração com o SISCOMEX; cadastro de exportadores e importadores; notícias sobre comércio exterior; assistência com atendimento 24h ao exportador, treinamento a distância com informações sobre os procedimentos para o processo de exportação. (LOPEZ; GAMA, 2005)

Alguns programas no âmbito do MDIC e da SECEX no apoio às exportações são: o Sistema de Autorização de Remessa para Promoção de Exportação (SISPROM); Projeto Extensão Industrial Exportadora (PEIEx); Programa do Artesanato Brasileiro (PAB); Programa Fórum de Competitividade; Programa Cultura Exportadora; Programa Estado Exportador e Programa Brasileiro de Design (PBD), como descrevem Lopez e Gama (2005) e Brasil (2008c).

Através do SISPROM, as remessas financeiras ao exterior, voltadas à promoção de produtos brasileiros no mercado externo, são beneficiadas com redução a zero da alíquota do imposto de renda. São passíveis de tal benefício, as remessas ao exterior destinadas a pagamentos de despesas vinculadas à participação de empresas ou entidades em feiras, exposições e eventos semelhantes, propaganda realizada no âmbito desses eventos, bem como à realização de pesquisa de mercado no exterior. (BRASIL, 2008c)

O PEIEx possui como gestores o MDIC e a APEX-Brasil e é um sistema de resolução de problemas técnico-gerenciais e tecnológicos de Arranjos Produtivos Locais (APLs) selecionados. Possui como objetivos o incremento da competitividade das empresas; disseminação da cultura exportadora; ampliação do acesso a produtos e serviços de apoio,

disponíveis nas instituições de governo e do setor privado; desenvolvimento de melhorias técnico-gerenciais e tecnológicas; elevação dos níveis de emprego e renda; capacitação para a inovação, e inovação e cooperação entre as empresas (APLs) e instituições de apoio. (LOPEZ; GAMA, 2005)

O PAB tem por finalidade gerar oportunidades de trabalho e de renda, mas ainda estimular o aproveitamento das vocações regionais, levando à preservação das culturas locais e à formação de uma mentalidade empreendedora por meio da preparação das organizações e de seus artesãos para o mercado competitivo, focando a cadeia produtiva do artesanato. (BRASIL, 2008c)

O Programa Fórum de Competitividade tem por objetivo elevar a competitividade industrial das principais cadeias produtivas do País no mercado mundial, adotando ações relativas à geração de emprego, ocupação e renda, bem como ao desenvolvimento e desconcentração regional da produção, ao aumento das exportações, a substituição competitiva das importações e a capacitação tecnológica das empresas. (BRASIL, 2008c)

O Programa Cultura Exportadora, integrante do Programa Especial de Exportação (PEE), possui o objetivo de disseminar a mentalidade exportadora nos setores produtivos do país através da promoção de encontros de comércio exterior; capacitação de profissionais; orientação sobre exportações ao empresariado de pequeno porte, edição e distribuição de material técnico para orientação ao exportador. (BRASIL, 2008c)

O Programa Estado Exportador visa dispensar atenção especial aos estados que exportam menos de US\$ 100 milhões anuais, desenvolvendo ações com foco no aumento das exportações das empresas de pequeno porte, ampliação da pauta de produtos exportados na diversificação de mercados importadores e a inserção de novas empresas no processo exportador. Executa também um conjunto de atividades, desenvolvidas em parcerias com os governos estaduais, entidades públicas e privadas, com o intuito de reduzir as desigualdades regionais e permitir o crescimento sustentado, com geração de emprego e renda via exportações. (BRASIL, 2008c)

O PBD foi criado em 1995 para estabelecer conjunto de ações que visem a modernização industrial no sentido de constituir uma “marca Brasil” forte para incrementar as vendas externas. (BRASIL, 2008c)

O Departamento de Promoção Comercial do MRE tem como atribuição o aperfeiçoamento e manutenção da Rede Brasileira de Promoção Comercial (BrazilTradeNet), que está disponível desde 1998 e veicula, através da internet, informações sobre oportunidades comerciais de exportação e captação de investimentos estrangeiros, resultados

de estudos e pesquisas de mercados e produtos, procedimentos do processo de exportação e inserção de informações de oportunidades de negócios direcionados a importadores e investidores estrangeiros. (LOPEZ; GAMA, 2005)

Os Programas e Projetos de Promoção de Exportações da APEX estão estruturados em: Programa Setorial Integrado que abrange ações de apoio a um único setor; Programa Horizontal que beneficia dois ou mais setores; Projeto Isolado que envolve a realização de ações ou eventos, e o Projeto de formação de consórcios que promove a associação de empresas com interesse voltado à exportação. (LOPEZ; GAMA, 2005)

Os Centros Internacionais de Negócios (CIN) formam uma rede nacional composta por centros localizados em quase todos os estados em parceria com organizações locais, sob a coordenação da Confederação Nacional da Indústria (CNI), com o apoio da APEX. Foi criada para apoiar as bases produtivas estaduais na área internacional, reunindo especialistas em comércio exterior e informações a serviço de empresários exportadores. Atua nas áreas de Informação, Treinamento, Consultoria, Promoção Comercial e Emissão de Certificado de Origem. (LOPEZ; GAMA, 2005)

A Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) desenvolveu o programa “Exporta Fácil” com o objetivo de facilitar as exportações de produtos, em pequenos volumes e de baixo valor, com um limite de US\$ 50 mil. (LOPEZ; GAMA, 2005)

Há também o Programa Nacional de Apoio Tecnológico à Exportação (PROGEX) que possui como objetivo promover ações de apoio tecnológico à exportação, e da adequação técnica dos produtos às exigências de mercados específicos nas MPEs exportadoras ou potencialmente exportadoras. (LOPEZ; GAMA, 2005)

2.5 SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL

O Sistema Financeiro Nacional (SFN) é composto por instituições e instrumentos financeiros que propiciam as condições necessárias para manter o fluxo de recursos, no país, entre poupadores, além de agentes econômicos superavitários que financiam o crescimento econômico; investidores, agentes econômicos deficitários que financiam seu déficit a custo de mercado, possibilitando maior eficiência ao setor produtivo.

As instituições do SFN estão divididas em dois subsistemas: o normativo e o de intermediação, conforme Banco do Brasil (2003b).

2.5.1 Sistema Normativo

O subsistema normativo é responsável por regulamentar e fiscalizar o mercado financeiro. Nesse subsistema operam o Conselho Monetário Nacional (CMN), o Banco Central (BACEN), a Comissão de Valores Mobiliários (CVM), a Superintendência de Seguros Privados (SUSEP), a Secretaria de Previdência Complementar (SPC) e os agentes especiais que possuem algumas atribuições de interesse do Governo Federal: o Banco do Brasil (BB), o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e a Caixa Econômica Federal (CEF). (BANCO DO BRASIL, 2003b)

Segundo Lopes (2001), o CMN, criado pela Lei nº 4.595/64 é a entidade normativa superior do SFN que controla o sistema financeiro, assumindo funções legislativas das instituições financeiras públicas e privadas, composto por três representantes: Ministro da Fazenda (presidente), Ministro do Planejamento e o Presidente BACEN. Tem por finalidade principal formular a política monetária e creditícia atendendo aos interesses econômicos e sociais do país, sendo assessorado pelas Comissões Consultivas em assuntos bancários, Mercado de Capitais e Mercados Futuros, Crédito Rural, Crédito Industrial, Política Monetária e Cambial, conforme Assaf Neto (2006).

Além disso, é responsável por fixar as diretrizes e normas da política cambial; regulamentar as taxas de juros e remunerações praticadas pelas instituições financeiras; regular a constituição e funcionamento das instituições financeiras; adaptar o volume dos meios de pagamento às reais necessidades da economia nacional e seu processo de desenvolvimento; regular o valor interno da moeda, prevenindo ou corrigindo os surtos inflacionários ou deflacionários de origem interna ou externa; regular o valor externo da moeda e o equilíbrio do balanço de pagamentos do País; orientar a aplicação dos recursos das instituições financeiras públicas e privadas; propiciar o aperfeiçoamento das instituições e dos instrumentos financeiros de forma a tornar mais eficiente o sistema de pagamento e mobilização de recursos; zelar pela liquidez e pela solvência das instituições financeiras, e coordenar a política orçamentária fiscal e a dívida pública interna e externa, segundo Lopes (2001).

O BACEN é o órgão executivo central do sistema financeiro funcionando como secretaria executiva do CMN, criado pela Lei nº 4.595/64. Pode ser considerado como fiscalizador e disciplinador do mercado financeiro, definindo regras limites e condutas das instituições; banco de penalidades, podendo ser interveniente e liquidar extrajudicialmente as

instituições financeiras; gestor do sistema financeiro, controlando as instituições e suas operações; executor da política monetária ao controlar os meios de pagamento e executar o orçamento monetário, e banco do governo ao gerir a dívida pública interna e externa. (BANCO DO BRASIL, 2003b)

Tem como principais competências fiscalizar as instituições financeiras; garantir a estabilidade do poder de compra da moeda; formular e gerir as diretrizes do Governo Federal; controlar a entrada e saída de divisas do País; controlar o crédito e capitais estrangeiros; receber os depósitos compulsórios dos bancos; autorizar e fiscalizar o funcionamento das instituições financeiras, e atuar no mercado cambial financeiro e comercial. Nos locais onde não há unidade do BACEN, o controle e fiscalização das operações cambiais é delegado ao BB. (BANCO DO BRASIL, 2003b)

A CVM está vinculada ao Ministério da Fazenda, orientada pelo CMN. Sua finalidade básica é disciplinar, fiscalizar e desenvolver o mercado de valores mobiliários, representado por ações, partes beneficiárias e debêntures, *commercial papers* e demais títulos emitidos por sociedades anônimas, autorizados pelo CMN; assegurar o funcionamento eficiente e regular os mercados de bolsa e de balcão; garantir o acesso do público a informações sobre os valores mobiliários negociados e às empresas que os emitiram; estimular a formação de poupança e sua aplicação em valores mobiliários. Sua atuação abrange três segmentos do mercado: instituições financeiras, companhias de capital aberto e investidores, de acordo com Assaf Neto (2006).

A SUSEP é uma autarquia vinculada ao Ministério da Fazenda que controla e fiscaliza o mercado de seguros, previdência privada aberta e capitalização. (BANCO DO BRASIL, 2003b)

A SPC é o órgão executivo do Ministério da Previdência e Assistência Social que controla e fiscaliza os planos e benefícios e o funcionamento das entidades de previdência privada fechada. (BANCO DO BRASIL, 2003b)

2.5.2 Sistema de Intermediação e Instituições Auxiliares

O subsistema de intermediação, também conhecido como operativo, é composto pelas instituições bancárias e não bancárias que atuam como intermediadoras financeiras. Estrutura-se em cinco grupos de instituições: bancárias, não bancárias, sistema de poupança e

empréstimo (SBPE), auxiliares e instituições não financeiras, conforme Assaf Neto (2006).

O BB, o BNDES e a CEF são considerados agentes especiais, pois operam como intermediadores de recursos e exercem atribuições de interesse do Governo Federal, integrando também o subsistema normativo. (BANCO DO BRASIL, 2003b)

O BB é uma instituição financeira brasileira, constituída na forma de sociedade anônima de economia mista, com participação da União (Governo Federal Brasileiro). Atua como agente financeiro do Governo Federal, constituindo, entre outras atividades, agente pagador e recebedor no exterior e executando a política de comércio exterior do Governo, com a aquisição ou financiamento de bens de exportação. Ainda atua na execução de operações de câmbio a favor de entidades públicas e do Tesouro Nacional, no financiamento dos estoques de produtos exportáveis, na execução da política de preços mínimos do setor primário, bem como na compra e venda de moeda estrangeira, atuando como banco comercial e banco de investimento e desenvolvimento. (BANCO DO BRASIL, 2003b)

O BNDES está vinculado ao Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, sendo a principal instituição de fomento do país. Atua por meio de agentes financeiros, sendo responsável pela política de investimento de médio e longo prazo do Governo Federal. Tem como principal objetivo fomentar e reequipar as empresas de interesse para o desenvolvimento do país, impulsionando o desenvolvimento econômico e social; fortalecendo o setor empresarial nacional, atenuando desequilíbrios regionais; promovendo o desenvolvimento integrado dos setores agrícola, industrial e de serviços, e o crescimento e diversificação das exportações. (ASSAF NETO, 2006)

A CEF é uma empresa pública pertencente à União, responsável por operacionalizar as políticas do Governo Federal para habitação popular, sendo o principal agente do Sistema Financeiro de Habitação (SFH). Possui também outros objetivos como administrar os serviços das loterias federais, arrecadar FGTS, atuar como banco comercial e sociedade de crédito imobiliário. (BANCO DO BRASIL, 2003b)

Entre as instituições financeiras bancárias estão os bancos comerciais, os bancos múltiplos e as caixas econômicas. Os bancos comerciais são sociedades anônimas que executam a intermediação entre depositantes e tomadores de crédito. Sua atuação envolve receber depósitos à vista; realizar empréstimos de curto e médio prazo para pessoas físicas; disponibilizar capital de giro para empresas; captar recursos através de depósitos a prazo, para utilizar em aplicações de longo prazo; prestar serviços auxiliares como cobrança, recebimentos e transferência de fundos, segundo Banco do Brasil (2003b).

Nos últimos anos o governo vem incentivando a fusão e incorporação dos bancos

comerciais, a fim de reduzir o custo operacional e propiciar uma maior eficiência administrativa e de produção das instituições, com capacidade de atuar num mercado cada vez mais competitivo. (ASSAF NETO, 2006)

O Banco Múltiplo pode operar simultaneamente com carteiras de banco comercial, banco de investimento e desenvolvimento, sociedade de crédito imobiliário e sociedade de crédito, financiamento e investimento. Para operar como banco múltiplo, a instituição deve possuir pelo menos duas das carteiras acima mencionadas, sendo que uma delas deve ser comercial ou de investimento, conforme Banco do Brasil (2003b).

As instituições financeiras não bancárias, não podem emitir moedas ou meios de pagamento. Abrangem os bancos de investimento, bancos de desenvolvimento, as sociedades de crédito, financiamento e desenvolvimento, as sociedades de arrendamento mercantil, as cooperativas de crédito, as sociedades de crédito imobiliário e as associações de poupança e empréstimo, conforme Assaf Neto (2006).

Os Bancos de Investimento têm como objetivo canalizar recursos de médio e longo prazo para suprir capital fixo e de giro para as empresas. Atuam no mercado de capitais, promovendo a abertura de capital das sociedades anônimas ou a venda de novas ações. Operam com reservas próprias, com o resultado de suas operações e com recursos de terceiros, através da colocação de certificados de depósitos bancários (CDB), vendas de cotas de fundos de investimento, etc. (ASSAF NETO, 2006)

Os Bancos de Desenvolvimento são instituições públicas estaduais que promovem o desenvolvimento econômico e social, apoiando o setor privado com operações de empréstimos e financiamentos, arrendamento mercantil, entre outras. (ASSAF NETO, 2006)

As sociedades de crédito, financiamento e investimento são conhecidas como financeiras, concedendo financiamento através do crédito direto ao consumidor. Seus recursos advêm principalmente do aceite e da colocação de letras de câmbio no mercado. Podem também operar por meio do crédito com interveniência, adquirindo créditos comerciais de um estabelecimento comercial. (ASSAF NETO, 2006)

As sociedades de arrendamento mercantil, por sua vez, realizam operações de arrendamento mercantil (leasing), com recursos da emissão de debêntures e empréstimos no país e no exterior. (ASSAF NETO, 2006)

As Cooperativas de Crédito resultam da associação de funcionário de determinada empresa com o objetivo de oferecer crédito aos cooperados, operando também contas com depósito à vista e a prazo. (ASSAF NETO, 2006)

As sociedades de crédito imobiliário financiam operações de compra e venda de

imóveis, incorporação de prédios e outras operações do setor, utilizando recursos de letras imobiliárias e cadernetas de poupança. (ASSAF NETO, 2006)

As associações de poupança e empréstimo (APEs) possuem atuação restrita à determinada região, sendo formadas como sociedades civis sem fins lucrativos de propriedade dos seus associados. (ASSAF NETO, 2006)

Como instituições auxiliares, temos: as bolsas de valores, as sociedades corretoras, as sociedades distribuidoras e os agentes autônomos, segundo Assaf Neto (2006) e Banco do Brasil (2003b), conforme as descrições que se seguem.

A Bolsa de Valores é uma associação civil sem fins lucrativos que possui autonomia administrativa, financeira e patrimonial, onde são realizadas as negociações de ações de companhias de capital aberto. Tem como atribuição estabelecer sistema de negociação que assegure a continuidade das cotações e a plena liquidez dos papéis no mercado e, também, auxiliar a CVM na fiscalização do mercado de capitais. (ASSAF NETO, 2006)

A Bolsa de Mercadorias & Futuros (BM&F) é uma associação sem fins lucrativos, regulamentada pelo BACEN e pela CVM, que proporciona a seus membros a negociação de commodities e/ou contratos de liquidação futura. Seus objetivos são efetuar o registro, a compensação e a liquidação das operações realizadas em pregão; desenvolver, organizar e operacionalizar mercados livres e transparentes, ainda manter a negociação de contratos no mercado derivativo. (ASSAF NETO, 2006)

No Mercado de Balcão são fechadas as operações de compra e venda de títulos, valores mobiliários, commodities e contratos de liquidação futura, diretamente entre as partes ou por intermédio de instituições financeiras fora das bolsas de valores. (BANCO DO BRASIL, 2003b)

As Sociedades Corretoras (CCVMs) são instituições que operam com exclusividade no mercado de capitais, representando os investidores nas transações em Bolsa de Valores e nas negociações de contratos da BM&F. Dependem da autorização do BACEN para serem constituídas e sua atividade deve ser autorizada pela CVM. (BANCO DO BRASIL, 2003b)

As sociedades distribuidoras são responsáveis pela intermediação das operações com títulos, valores mobiliários e commodities, sem acesso às bolsas de valores e de mercadorias, utilizando-se das CCVMs para operar neste mercado, contratar e conduzir operações dentro das normas aplicadas às operações com títulos e valores mobiliários. (BANCO DO BRASIL, 2003b)

Há também as pessoas físicas credenciadas pelas instituições financeiras de intermediação, os agentes autônomos de investimentos, que atuam no mercado de títulos e valores mobiliários, sendo fiscalizados pelo BACEN e pela CVM. (BANCO DO BRASIL, 2003b)

Dentre as instituições não financeiras estão: as empresas comerciais que operam com recursos próprios, como o *factoring*, e as companhias seguradoras, conforme Assaf Neto (2006).

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

3.1 CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DO ESTÁGIO

O estágio realizou-se na Gerência de Comércio Exterior, localizado na Rua XV de Novembro, 1305, 2º andar, bairro Centro, Blumenau (SC), CEP 89.010-003, e-mail: age2309@bb.com.br, telefone: (47) 3321-2501.

3.1.1 O Banco do Brasil (BANCO DO BRASIL, 2008c)

O BB, fundado em 12 de outubro de 1808 por D. João VI, foi o primeiro Banco a operar no Brasil e o quarto emissor de moeda do mundo. Em 1851 foi relançado pelo Barão de Mauá, quando foi registrada a primeira operação com ações do Banco do Brasil na Bolsa de Valores do Rio de Janeiro. Após a Independência, em 1822, foi o principal parceiro do país custeando as escolas e hospitais. No final da década de 1880, destacou-se como indutor do fomento econômico, destinando as primeiras linhas de crédito para a agricultura, em especial a do café. Passou a ter atuação decisiva com a Proclamação da República, em 1889, para manter o equilíbrio dos impactos financeiros causados pelo fim da Monarquia.

Em 1985, com a criação da Fundação Banco do Brasil, seu compromisso com o desenvolvimento do país ao longo dos anos ficou ainda mais evidente, realizando investimentos em programas de inclusão digital, de reciclagem, de tecnologia social, entre muitos outros projetos de assistência a comunidades urbanas e rurais.

Além disso, em 1989, o Banco do Brasil reafirmou sua posição com o apoio à disseminação e democratização da cultura e, em 1992, criou uma Agenda 21 Internacional, evidenciando sua opção por crescer de forma sustentável junto com o país, com a adoção de uma série de ações práticas, como a implementação de uma estratégia de Desenvolvimento Regional Sustentável (DRS), tornando-se a primeira empresa brasileira a desenvolver uma Agenda 21 própria, em 2004. A instituição tem como missão ser a solução em serviços e intermediação financeira, atender às expectativas de clientes e acionistas, fortalecer o compromisso entre os funcionários e a Empresa e contribuir para o desenvolvimento do País.

Adota como crenças a ética e a transparência; o compromisso com o desenvolvimento das comunidades e do país; a responsabilidade sócio-ambiental; a excelência e especialização no relacionamento com o cliente; a gestão participativa; decisão colegiada e trabalho em equipe; a ascensão profissional baseada no mérito; a marca como diferencial competitivo; o conservadorismo e pró-atividade na gestão de riscos, o comprometimento com rentabilidade, eficiência e inovação.

Como visão, busca ser o primeiro Banco dos brasileiros no Brasil e no exterior, o melhor Banco para trabalhar e referência em desempenho, negócios sustentáveis e responsabilidade sócio-ambiental.

O BB é um dos principais agentes do desenvolvimento econômico e social do país, impulsionando a economia e o desenvolvimento de forma responsável para promover a inclusão social por meio da geração de trabalho e renda.

As ações de responsabilidade sócio-ambiental do Banco do Brasil são inspiradas e estimuladas por compromissos assumidos junto a entidades setoriais e a organismos de fomento em nível nacional e internacional, sendo eles: Agenda 21 Empresarial; Protocolo Verde; Adesão ao Pacto Global das Nações Unidas; Princípios do Equador; Pacto pelo Combate ao Trabalho Escravo; Selo “Empresa Amiga da Criança”; Estratégia Negocial de DRS e o Programa de Eco-eficiência.

De sua fundação até 1964, exerceu o papel de BACEN. Nesses quase dois séculos, participou dos principais acontecimentos da vida econômica e financeira do Brasil, tornando-se Banco Múltiplo em 2001.

Os investimentos em tecnologia, treinamento dos seus funcionários, e a estratégia de segmentação dos mercados, têm sido fundamentais para reafirmar o Banco do Brasil como uma empresa ágil, moderna e competitiva que alinha seus negócios ao compromisso de contribuir para o desenvolvimento do país.

O BB atua em todos os segmentos do mercado financeiro e de capitais. Sua estrutura conta com a maior rede própria de atendimento bancário do país, com mais de 14,5 mil pontos, distribuídos em 2.984 municípios, e está presente em 21 países, possuindo a maior rede de atendimento entre os bancos brasileiros, também no exterior.

Além de Banco Múltiplo, o conglomerado Banco do Brasil reúne 16 empresas controladas e uma administrada que complementam o portfólio de produtos e serviços do Banco em diversos ramos, como: Companhia de Seguros Aliança do Brasil, Brasilsaúde (seguros de saúde), Brasilveículos (seguros de veículos), Brasilprev (previdência), Brasilcap (capitalização), Cobra Tecnologia, BB Cartões.

A atuação do Banco do Brasil nos mercados de varejo, atacado e Governo está alinhada às estratégias de relacionamento, ao desenvolvimento de produtos e à estruturação e disponibilização de canais de atendimento. No varejo, atende pessoas físicas, micro e pequenas empresas, entre elas as pessoas jurídicas, cooperativas de crédito e associações e os clientes do agronegócio. Para o Governo, desenvolve soluções específicas que procuram atender toda a cadeia do segmento.

No exterior, atua na captação de recursos e para a promoção e viabilização de negócios com o Brasil, apoiando as empresas brasileiras na realização de operações de comércio exterior e na conquista de novos mercados, prestando também atendimento a brasileiros residentes em outros países. No comércio exterior, outros bancos privados atuam com fechamento de câmbio e financiamentos, como o Unibanco e o Bradesco.

Na concessão de financiamentos, opera com recursos governamentais do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT), do BNDES, do SFH, onde também se pode destacar a atuação da CEF.

No Brasil, os principais concorrentes do Banco do Brasil são os bancos brasileiros e estrangeiros que operam em redes capilares de atendimento e perseguem uma estratégia de negócios de abrangência nacional para atrair depósitos, novos clientes e fornecer serviços tarifados a consumidores, destacando-se o Itaú e o Bradesco.

Os bancos brasileiros estão se adaptando a um novo ambiente de crescimento sustentável e planejamentos de longo prazo. Diante deste novo cenário, os bancos estão se posicionando agressivamente no mercado de crédito ao consumo. Outro mercado em expansão é o de compra de portfólio de empréstimos de instituições menores especializadas em crédito ao consumo, como as financeiras.

3.1.2 A Gerência de Comércio Exterior do Banco do Brasil em Blumenau (SC)

O Banco do Brasil como órgão anuente do Comércio Exterior Brasileiro, por delegação da SECEX, cumpre funções complementares de controle comercial das exportações e importações e é responsável por emitir documentos decorrentes de acordos internacionais, tais como: Certificado de Origem - FORM "A"; Certificado de Origem - Têxteis para a União Européia; Licença de Exportação - Têxteis para União Européia e Canadá; VISA - Têxteis para os Estados Unidos.

A CACEX foi criada em 1953 funcionando até o início da década de 90 no Banco do Brasil, sendo encarregada do controle do comércio exterior brasileiro, atuando como principal executor das normas, diretrizes e decisões do Conselho Nacional do Comércio Exterior (CONCEX).

Em 1990, com uma reforma administrativa, o Governo desativou a CACEX, sendo suas funções transferidas para o DECEX, do Ministério da Economia, Fazenda e Planejamento, atual SECEX.

Entretanto, o Banco do Brasil continuou atuando no controle do comércio exterior brasileiro, complementando a atuação dos órgãos do Governo, atuando como o principal agente financeiro do país no comércio internacional, de forma mais intensa na alavancagem de negócios internacionais, identificando demandas e desenvolvendo soluções para atender exportadores e importadores, em todas as etapas do comércio exterior.

A área de negócios internacionais do Banco do Brasil é composta por uma estrutura que compreende órgãos que estão localizados em Brasília e em São Paulo.

A Diretoria Internacional (DIRIN), vinculada à Vice-Presidência de Negócios Internacionais e Atacado, é responsável por definir as estratégias, coordenar, controlar e avaliar as ações da área, proporcionando suporte tecnológico, normativo e negocial às suas dependências no Brasil e no exterior.

As gerências que compõem a DIRIN possuem funções como: elaboração e divulgação de normas consoante as diretrizes da SECEX; administração das atividades das dependências do banco relativas à operacionalização de produtos e serviços; assessoramento às Gerências Regionais de Apoio ao Comércio Exterior (GECEX); gestão do funcionamento e planejamento financeiro da rede externa; gestão dos produtos e operações de captação no exterior; gestão da promoção e dos serviços de comércio exterior; orientação em negócios internacionais às áreas de negócios; controle da adequação legal e regulamentar do processamento dos produtos da diretoria; controle do risco operacional no processamento dos produtos, como também planejamento, orçamento e administração da diretoria.

O Banco do Brasil possui agências localizadas em vários países que atuam de forma estratégico-negocial e como banqueiros, captando recursos e viabilizando a liquidação de pagamentos e recebimentos em moeda estrangeira. As dependências no exterior têm como objetivo a promoção de produtos e empresas brasileiras, com as chamadas salas de negócios com o Brasil, disponibilizadas para transações comerciais entre importadores e exportadores.

A estrutura conta com unidades especializadas em negócios internacionais no Brasil, as GECEX, que possuem funcionários especializados para prestar consultoria em

produtos, serviços e negócios internacionais. As GECEX viabilizam negócios tanto das empresas que já operacionalizam com o mercado externo quanto daquelas que pretendem iniciar suas operações.

A GECEX vincula-se hierarquicamente à Diretoria de Comércio Exterior (DICEX) e tem como finalidade apoiar as superintendências nos negócios de comércio exterior e processar, de forma centralizada; realizar serviços relativos a câmbio e comércio exterior oriundos das redes de distribuição atacado, varejo e Governo. A GECEX está dividida em dois segmentos: apoio negocial, responsável pela identificação de oportunidades negociais; apoio técnico, precificação e cotação de operações de câmbio; operacional, responsável por processar, de forma centralizada, os serviços relativos a câmbio e comércio exterior.

Dessa forma, existem seis módulos de atividades desempenhados dentro da GECEX: módulo de apoio técnico especializado, módulo precificação, módulo exportação e importação, módulo financeiro e módulo serviços de comércio exterior.

O módulo de apoio técnico especializado tem a função de identificar oportunidades negociais, prestar apoio técnico e apoiar as ações previstas no Programa “Exporta Mais”. Algumas dessas atividades são exercidas pelo Gerente de Negócios Internacionais (GENIN), que atua de forma regionalizada e de acordo com a segmentação das empresas, atacado e varejo, dando apoio negocial às superintendências nos assuntos relativos aos negócios internacionais e à promoção do comércio exterior.

O módulo precificação é responsável pelas cotações das operações e boletos de operações de câmbio, realizar análise prévia das contratações de câmbio, registrar operações de câmbio no sistema corporativo e consolidar a posição diária das operações de câmbio cotadas.

O módulo exportação compreende diversos serviços referentes às operações de exportação, como análise da documentação; edição de contratos; registro e encaminhamento de remessas para banqueiros no exterior; controle de operações e garantias oferecidas; controle do recebimento e liquidação de ordens de pagamento do exterior vinculadas a operações de exportação.

O módulo importação atua nas operações de importação, analisando documentos; efetivando contratos; registrando e controlando operações e garantias oferecidas; liquidando contratos e mantendo os arquivos.

O módulo financeiro tem como função executar serviços em contratos de câmbio não relacionados à importação e exportação, como processamento de ordens; edição e

liquidação de contratos; registro de garantias; abertura de contas em moeda estrangeira e informações sobre sua respectiva movimentação.

O módulo serviço de comércio exterior possui como finalidade analisar e anuir Licenças de Importação (LI); analisar e emitir Certificado de Origem (“Form A”); emitir, comprovar e baixar documentos relativos a operações de drawback, como também emitir documentos.

3.2 O PROGRAMA “EXPORTA MAIS”: INSERÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS BRASILEIRAS NO MERCADO INTERNACIONAL

O Programa “Exporta Mais” foi criado pelo Banco do Brasil com a finalidade de promover a inserção das micro e pequenas empresas brasileiras no mercado internacional com qualidade e competitividade, através de uma assessoria que atua desde a busca de parceiros no exterior até a operacionalização de negócios mais complexos.

Tem como objetivos apoiar as ações do Governo Federal, incrementando e desburocratizando as exportações; auxiliar na disseminação da cultura exportadora; propiciar a elevação dos níveis de emprego e renda da população; estabelecer parcerias com associações e órgãos governamentais voltados ao apoio ao comércio exterior; reforçar a imagem do Banco do Brasil de instituição que apóia as MPEs e investe no comércio exterior, como também gerar negócios comerciais com clientes do mercado varejo criando condições favoráveis à fidelização.

Para o cliente, o programa oferece como vantagens o atendimento especializado prestado por um gerente de negócios internacionais, junto com o gerente de contas da empresa; acesso a canais modernos de realização de negócios internacionais na internet; capacitação para sua inserção no mercado externo e consultoria em negócios internacionais. Para o Banco, propicia o incremento do atendimento em negócios internacionais, expansão da base e fidelização dos clientes, consolidação da marca “Exporta Mais” como plataforma institucional do Banco do Brasil, ou seja, a base de atuação do Banco, junto às iniciativas oficiais e ao mercado de apoio ao comércio exterior.

Podem participar do programa empresas com faturamento anual inferior a R\$ 10 milhões, que nunca exportaram, mas cuja produção tenha potencial para exportação ou que já participam do comércio internacional e não atingiram volume de exportação superior a US\$

50 mil nos últimos 12 meses. Para estar apta a integrar o programa, a empresa tem que ser cliente do Banco do Brasil e não possuir restrições de operar com o Banco. Caso ocorra mudança na faixa de faturamento ou a empresa não tenha exportado após 12 meses de assinatura do contrato, a mesma deixará de participar do Programa. O conjunto de clientes participantes do Programa é conhecido como Portfólio “Exporta Mais”, que é divulgado e atualizado mensalmente pelo GENIN.

Como produtos priorizados no programa destacam-se: o Balcão de Comércio Exterior; consultoria e treinamento em negócios internacionais e o Proger Exportação. A inserção ao Programa inclui a cobrança de uma tarifa de manutenção dos serviços que pode variar de acordo com os interesses da empresa.

3.2.1 Balcão de Comércio Exterior

O Balcão de Comércio Exterior é uma solução criada pelo Banco do Brasil para facilitar a promoção comercial de empresas brasileiras no exterior e a efetiva realização das exportações na modalidade câmbio simplificado.

A empresa ganha uma loja própria de comércio eletrônico, onde pode apresentar seu histórico, sua logomarca, seus dados para web e imagens de ofertas publicadas e pode realizar integrações com a *homepage* da sua empresa por meio de *links* personalizados.

Podem se cadastrar as empresas exportadoras ou que estejam iniciando seu processo de internacionalização; pessoas físicas com perfil exportador que sejam clientes do Banco do Brasil, importadores estrangeiros que sejam empresas ou pessoas físicas que se cadastram como participantes importadores, aptas a importar os produtos ofertados no Balcão, para o exterior. O limite de operacionalização pelo Balcão é de até US\$ 50.000,00 ou o equivalente em outras moedas.

O Balcão possibilita a realização, via internet, de operações de venda do Brasil para o exterior com segurança e benefícios como: agenda de negócios, pela qual a empresa gerencia todas as operações de exportação; publicação de catálogo de ofertas de produtos exportáveis, que podem ser efetuadas sem a interferência do Banco utilizando dólar americano ou euro; possibilidade de cadastrar ofertas dirigidas com condições diferenciadas de preço, forma de pagamento, INCOTERM e/ ou prazo de entrega para até três importadores cadastrados no Balcão; envio de convite para novos importadores visitarem seu catálogo;

envio de propostas de negócios com condições diferenciadas; acompanhamento do recebimento dos pagamentos sobre vendas realizadas; recebimento e cadastramento de pedidos de importadores; registro do aceite do exportador, tanto da solicitação de compra quanto de amostras; emissão e impressão da *Commercial Invoice*; serviço de custódia de pagamentos, em que a remessa financeira só é liberada para o exportador fechar o câmbio quando do recebimento da mercadoria pelo importador; fechamento do contrato de câmbio on-line e emissão de documentos necessários à exportação; logística integrada, com a cotação e contratação *on-line* dos embarques com descontos concedidos por parceiros de logística (correios e Fedex), consulta a histórico de pedidos aceitos, entregues e cancelados. A empresa que anunciar qualquer oferta torna-se responsável pelo anúncio, pelas fotos publicadas e pelas implicações de qualquer ordem.

O Balcão oferece benefícios tanto para as empresas exportadoras, que estão divulgando seus produtos, como para as empresas importadoras.

Para o exportador, oferece a oportunidade de inserção no mercado internacional; divulgação do produto no exterior; emissão automática de documentos; canal de comunicação com o importador; ferramentas de gerenciamento de negócios no ambiente; baixo custo; segurança nas transações; serviço de logística, endereço na internet exclusivo que pode ser divulgado entre os clientes do exportador.

Para as empresas importadoras, há a segurança de estarem negociando com exportadores pré-qualificados pelo Banco do Brasil, acesso a uma página exclusiva para gerenciamento os negócios com acompanhamento em tempo real, variedade de ofertas e redução de custos do processo de importação.

3.2.2 Consultoria em negócios internacionais

A consultoria em negócios internacionais consiste no assessoramento técnico e operacional, no sentido de informar, esclarecer, orientar, capacitar, auxiliar tecnicamente e apresentar soluções para as necessidades detectadas no mercado, podendo contratar seus serviços isoladamente ou através de pacote de consultoria.

Os serviços oferecidos são: classificação de mercadorias por NCM; pesquisa de potenciais importadores e/ou exportadores estrangeiros; pesquisas de informações estatísticas de comércio exterior, com dados sobre volume de importações e/ou exportações brasileiras,

preço médios dos produtos, estados de origem, portos brasileiros destinatários, países de origem e destinatários; formação de preços de exportação; tratamento administrativo com as exigências legais para a importação e/ou exportação; informações cadastrais de empresas estrangeiras; cadastramento de número de investimento externo direto (RDE-IED) junto ao BACEN; registro de operações financeiras (RDE-ROF) junto ao BACEN; preenchimento de documentos de comércio exterior; impositação de dados de drawback suspensão; confecção de pedidos de drawback suspensão e isenção; impositação de dados no SISCOMEX do registro de exportação (RE) e registro de exportação simplificado (RES), assessoramento no encaminhamento de documentos e/ou na condução de processos, a pedido do cliente, junto à SRF, DECEX e BACEN; consultoria em câmbio financeiro, com o objetivo de auxiliar as empresas a cumprirem as regras cambiais e tributárias; consultoria customizada de exportação, importação, drawback e RDE (ROF ou IED) órgãos reguladores de comércio exterior.

Os pacotes de consultoria também oferecem informativos por meio eletrônico: *clipping* diário, constituído por uma seleção de notícias a respeito do comércio internacional extraídos da mídia impressa do país, e resenha semanal com seleção de notícias e informações de interesse dos clientes.

3.2.3 Treinamentos

Os treinamentos foram desenvolvidos para capacitar pessoas físicas e jurídicas interessadas no comércio exterior com o objetivo de atender às demandas do mercado, disseminando o fluxo de serviços de comércio exterior e câmbio, e também explorar as oportunidades negociais. Possuem módulos de exportação, importação, *drawback*, práticas cambiais, financiamentos à exportação, carta de crédito, exportação de serviços. Podem ser realizados “*in company*” (contratadas por empresas específicas) ou abertas, com carga horária de sete a oito horas.

Os treinamentos podem ser customizados com o objetivo de atender demandas específicas de mercado, e para divulgar alterações na legislação que impactam o comércio exterior.

Podem ser realizados também treinamentos através de parcerias firmadas entre as GECEX e universidades, associações de classes ou outras de apoio ao comércio exterior, com

cursos que podem ser customizados de acordo com a necessidade do contratante.

3.2.4 PROGER Exportação

O PROGER Exportação é um financiamento à exportação com a finalidade de apoiar as MPEs visando incrementar as exportações brasileiras, por meio de financiamento à produção nacional de bens na fase pré-embarque e de despesas com promoção da exportação. Trata-se de uma linha de financiamento em que o capital é liberado em moeda nacional, protegendo a empresa de variações da taxa cambial e que utiliza recursos do FAT.

São financiadas pela linha as atividades diretamente envolvidas com a promoção da exportação, como participação em eventos comerciais e remessa de mostruários ou material promocional. O PROGER Exportação propicia ao Banco, a alavancagem de novos negócios, gerando vantagens ao cliente como: crédito para produzir os bens destinados à exportação a um custo financeiro reduzido, custear as despesas com promoção comercial de exportação, e prazo de financiamento de até doze meses antes do embarque do bem exportado.

O risco operacional da linha é do Banco do Brasil e o valor concedido depende da margem disponível na análise de crédito de cada empresa, realizada pela agência de relacionamento da própria empresa. O financiamento pode ser realizado por até 12 (doze) meses a contar da data de assinatura da cédula de crédito bancário, com carência de até 6 (seis) meses.

Incidem sobre a operação encargos, taxa de juros longo prazo (TJLP) e encargos adicionais mínimos que variam entre 5,150% a.a. e 5,655% a.a., conforme análise de risco da operação, não havendo incidência de imposto sobre operações financeiras (IOF). Além disso, há a cobrança de tarifas de abertura de crédito e a necessidade de prestação de garantias, de acordo com os normativos do Banco do Brasil.

De acordo com a finalidade, há a necessidade de apresentar comprovação de utilização dos recursos sendo que, no caso de financiamento à produção nacional de bens na fase pré-embarque, devem ser apresentadas cópias do RE ou do RES e da DSE, devidamente averbadas, até o prazo final da operação. Quando se tratar de financiamento de despesas com promoção da exportação, apresentar cópia de documentos comprobatórios dessas despesas até 90 (noventa) dias da data de contratação da operação, tais como: cupom/ nota fiscal, bilhete

de passagem, recibo ou fatura.

O financiamento possibilita a empresa obter capital para financiar sua produção, além de promover seus produtos no mercado internacional sem correr os riscos da variação das taxas de juros internacionais.

3.3 A ATUAÇÃO DA GECEX NO PROGRAMA “EXPORTA MAIS”

Na estrutura do programa “Exporta Mais” atuam: as GECEX, que estão localizadas nas principais praças exportadoras do país; os GENINs, que prestam atendimento presencial, assessoria aos clientes, seu público-alvo, além do controle e acompanhamento do Programa; as equipes de assessoria que oferecem suporte aos gerentes de negócios internacionais e atendimento por telefone aos participantes do programa, e as equipes de consultoria que realizam atendimento pontual às demandas oriundas dos gerentes de negócios internacionais e assessorias.

Os GENINs são responsáveis por controlar e acompanhar o programa, através de um programa de gerenciamento disponibilizado pelo Banco do Brasil em conjunto com a administração da GECEX, sendo fundamental conhecer as suas diretrizes e o cliente. Através do programa de gerenciamento, os GENINs têm acesso às empresas com potencial exportador de sua região de atuação. Ao identificar empresas potenciais, o GENIN deve contatar o gerente de contas das mesmas para juntos definirem quais serão incluídas no programa. Além disso, deve apresentar as diretrizes do programa aos funcionários envolvidos no processo.

Num segundo momento, o GENIN agenda uma visita com a empresa a ser incluída com o objetivo de explicar o funcionamento do “Exporta Mais” e suas vantagens; negociar as cláusulas do contrato; orientar o cliente sobre a operação no Balcão de Comércio Exterior; prestar assessoria demandando as equipes da GECEX, disponibilizar os produtos, serviços e soluções desenvolvidas para internet. Após o primeiro contato, o GENIN deve manter relacionamento próximo com os participantes do programa.

O acesso ao Balcão de Comércio Exterior é disponibilizado à empresa exportadora através do portal Banco do Brasil na opção Empresa/ Pequena ou Empresarial/ Comércio Exterior/ Balcão de Comércio Exterior, ou pelo endereço direto <https://trade.bb.com.br>. A empresa importadora, ao se cadastrar no site do Balcão, recebe automaticamente um código de acesso.

A GECEX auxilia as agências na identificação de clientes com potencial para utilização do Balcão, mantendo-as informadas sobre o cumprimento das obrigações do cliente nos negócios realizados. Acompanha diariamente as propostas de anúncio e outras publicações, os pedidos de compra e ordens de pagamento, através de sistema interno do Banco do Brasil, e analisa se estão em conformidade com os termos acertados com o cliente e com a legislação de comércio exterior, para posterior aprovação ou recusa.

Nas propostas de anúncio são verificados principalmente: se as descrições, traduções e imagens não afetam a imagem do Banco; se há coerência da descrição realizada pelo exportador com o código NCM; se a imagem não ultrapassa o tamanho máximo permitido na página. Para a publicação do logotipo, a aprovação pela GECEX é registrada após verificar se a imagem está legível, se não compromete a imagem do Banco, e se está de acordo com as normas do estabelecimento bancário.

A publicação de dados *web* depende de análise do nome proposto pelo cliente para que não comprometa a imagem do Banco. O gerenciamento de pedidos de compra é realizado pelo acompanhamento dos pedidos atrasados em relação aos prazos estabelecidos com o estabelecimento de contato com o exportador, ou com o importador.

A GECEX realiza também o acompanhamento das ordens de pagamento com a identificação de ordens não custodiadas, e com a adoção de procedimentos de acordo com a situação das operações; as ordens que não estiverem no Brasil até o terceiro dia após a data informada no sistema, o pedido é cancelado e informado ao exportador; não embarque da mercadoria pelo exportador até o terceiro dia após a data informada no sistema, ou se a mercadoria não for entregue até o dia informado, o pedido é cancelado, a ordem é devolvida ao exterior e é comunicado ao exportador e ao importador.

Os serviços de consultoria são realizados por uma equipe da GECEX, a partir de solicitação e contratação por parte da empresa, respeitando os prazos legais estabelecidos em contrato para determinados serviços, com cobrança de tarifas referentes ao atendimento da demanda. A equipe de consultoria possui um roteiro com orientações para a realização dos serviços de acordo com a demanda do cliente, com sites para consulta e auxílio no tratamento das solicitações, sendo também responsável por identificar a necessidade de consultorias presenciais.

A programação dos treinamentos é divulgada pela GECEX no portal do Banco do Brasil na internet/ empresa/ comércio exterior/ treinamento. As tarifas são cobradas por módulo, sendo que, os participantes do programa “Exporta Mais”, têm direito a uma participação por mês. Os treinamentos customizados são solicitados através da GECEX para

posterior aprovação da DICEX, podendo ser utilizados por outras GECEX.

Na contratação do PROGER Exportação, a GECEX, através da atuação do GENIN, auxilia as agências na identificação de potenciais clientes, e assessora na análise dos documentos apresentados para promoção e comprovação das operações de exportação. As operações são contratadas pela agência e, apenas, monitoradas pela GECEX para provisão de recursos para o financiamento.

3.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

A ampliação da base exportadora tem efeitos não apenas sobre o desempenho externo do País, mas também sobre a produtividade e a eficiência da base produtiva doméstica. Ao ingressar no mercado internacional as empresas ganham produtividade e escala de produção, o que justifica a ênfase da Estratégia Brasileira de Exportação no aumento da presença das MPEs na base exportadora. A maior parte das grandes empresas já está inserida no mercado internacional, mas as MPEs também possuem potencial exportador ainda não explorado.

Existem obstáculos a uma presença maior e contínua das MPEs no mercado externo que envolve deficiências estruturais ou institucionais; limitação de sua estrutura patrimonial, com escala insuficiente para fazer face aos custos associados a atividades requeridas para se manterem competitivas; trâmites burocráticos associados à exportação; dificuldades logísticas, sendo necessário um acompanhamento personalizado de órgãos especializados no processo de exportação.

Dentro do programa “Exporta Mais”, as GECEX atuam selecionando as empresas com potencial exportador para que os GENINs possam gerenciar a inclusão das mesmas no mercado internacional, apresentando as soluções e serviços disponíveis. Neste processo, a atuação dos GENINs é de grande importância, já que é responsável pela identificação das MPEs que serão atendidas e pelo primeiro contato para apresentação do programa. Por se tratar da inserção de empresas que não possuem experiência no mercado externo, torna-se necessário que as unidades e os gerentes de contas, que atendem diretamente às empresas, estejam igualmente capacitados para auxiliar no acesso ao novo mercado.

Os GENINs e as GECEX orientam as empresas no novo processo, prestando informações sobre o mercado externo, clientes potenciais, formação de preços, estatísticas

sobre o produto a ser exportado, com a finalidade de reduzir os riscos da inserção, com a análise do risco país, sua atual situação econômica e política, e com as variações cambiais.

Para isso, é preciso estar atento às principais cadeias produtivas em desenvolvimento, demandadas pelo mercado internacional; conhecer os mercados a serem explorados, auxiliar nos procedimentos e documentos necessários ao processo de exportação e de acordo com as exigências da legislação do importador.

O programa “Exporta Mais” ainda não apresenta dados que demonstrem os resultados de sua atuação. Entretanto, possui como perspectivas o incremento da base exportadora e a inserção das MPEs no comércio internacional com a identificação de empresas com estrutura e potencial para exportação; aumento do volume das exportações brasileiras, com a criação da cultura exportadora e diversificação da pauta de exportações nacionais; e, conseqüentemente, maior ingresso de divisas para o Brasil, auxiliando a manter o equilíbrio da balança de pagamentos do país, que vem sofrendo com o considerável aumento das importações devido à valorização do real frente ao dólar.

Antes da criação do programa, os serviços e produtos apresentados, como o Balcão de Comércio Exterior, o PROGER exportação, a consultoria e os treinamentos eram disponibilizados individualmente às empresas que já possuíam atuação no mercado externo, entretanto, sem ênfase no atendimento direto das MPEs.

O programa “Exporta Mais” está incluído na nova estratégia brasileira de exportação da PDP, aumentando a capacidade competitiva da base exportadora brasileira, onde atua como intermediador de linhas de crédito do BNDES e do Programa de Financiamento às Exportações (PROEX); na inserção das MPEs no mercado internacional, auxiliando no seu desenvolvimento e internacionalização em parceria com o SEBRAE, MDIC, APEX-Brasil; na expansão da cultura exportadora e promoção da capacitação e acesso às informações; no fomento das exportações, com o Balcão de Comércio Exterior, por exemplo; no incremento da exportação de serviços, com o treinamento e capacitação de empresários e promoção comercial.

Dessa forma, o programa “Exporta Mais” se destaca por sua atuação quando comparado a outros programas, junto às MPEs, com a disponibilização de linhas de financiamento à exportação; capacitando a empresa para se inserir no mercado e manter uma atuação contínua; prestando serviços de consultoria nos mais diversos procedimentos de exportação, como também informações sobre assuntos inerentes à atuação da empresa no mercado externo, e oferecendo ferramentas para promoção comercial de seus produtos e serviços.

Outros programas de apoio às exportações também possuem grande atuação junto às MPEs, mas não da mesma forma que o “Exporta Mais” que consegue englobar muitas das ações da estratégia brasileira de exportação, já que, atuando apenas em aspectos individualizados, como por exemplo, as linhas de financiamento das exportações do BNDES-Exim. O “Exporta Fácil”, da ECT, que atua a logística internacional; o Brazil Trade Net que também atua na divulgação de informações; além dos próprios produtos que compõem o programa “Exporta Mais”, quando disponibilizados individualmente às empresas que não são público-alvo do programa. O Portal do Exportador, entretanto, também atua num sentido mais amplo, disponibilizando além de informações sobre o mercado externo, emissão dos documentos necessários à exportação.

Analisando-se os objetivos do programa “Exporta Mais”, as ferramentas e serviços oferecidos surgem como recomendações à disponibilização de treinamentos sobre o programa, e os procedimentos básicos do comércio exterior aos gerentes de contas e funcionários que prestam atendimento às empresas pertencentes ao público-alvo; maior divulgação do Balcão de Comércio Exterior no mercado externo, para que os potenciais importadores tenham acesso aos produtos das empresas exportadoras, informações às agências sobre os treinamentos desenvolvidos para o público externo.

Ao disseminar a cultura exportadora dentro das agências e investir na capacitação, os gerentes de contas e demais funcionários poderão conduzir as empresas à inserção no comércio internacional, explorando seus recursos e disponibilizando produtos e serviços do Banco do Brasil para o investimento no processo de produção, tecnologia e capacitação profissional. Com isso, os GENINs teriam sua atuação facilitada, podendo receber informações mais completas sobre a atuação da empresa e sua estrutura.

Conforme se constatou junto aos prestadores de consultoria na GECEX, o Balcão de Comércio Exterior ainda possui reduzida divulgação no exterior, o que dificulta o acesso de potenciais importadores aos produtos divulgados pelos novos exportadores brasileiros.

Apesar de os treinamentos ao público externo estarem disponibilizados no site do Banco do Brasil, não é divulgado o cronograma de sua realização nas agências, o que poderia auxiliar na identificação de parcerias e empresas com interesse em investir na capacitação de seus funcionários para atuarem no mercado externo.

4 CONCLUSÃO

O objetivo geral deste relatório é se conhecer a atuação da GECEX, localizada em Blumenau (SC), no Programa “Exporta Mais” do Banco do Brasil apoiando as ações do Governo Federal.

Para alcançar o objetivo proposto desenvolveram-se alguns objetivos específicos, sobre os quais se apresentam alguns comentários.

Na revisão bibliográfica estudaram-se os conceitos de Comércio Internacional, aspectos operacionais de exportação, Comércio Exterior brasileiro, programas de apoio à exportação e sistema financeiro nacional.

Efetuuou-se o estudo sobre Comércio Internacional para se conhecer melhor o processo de globalização, como se desenvolveu o comércio entre os países, gerando a interdependência econômica e a sua importância para os países e empresas. Com isso, contextualizaram-se as operações internacionais de importação e exportação, enfatizando esta última, e se considerando que o “Exporta Mais” é um programa de inserção das MPEs no Comércio Internacional, através das exportações.

Ao se descrever os aspectos operacionais de exportação, buscou-se conhecer como a empresa deve se preparar para atuar no mercado internacional e os procedimentos que devem ser adotados no processo de exportação. Isto porque, dentro do programa, há uma estrutura, composta pelas GECEX e GENINs, que disponibiliza produtos e serviços de consultoria, informações e promoção comercial para a atuação contínua no mercado internacional.

A análise do Comércio Exterior Brasileiro permitiu se conhecer sua estrutura, além das políticas e incentivos adotados pelo Governo para incrementar as exportações, visando mostrar também a importância do desenvolvimento dessas ações para a balança de pagamentos do país.

Dessa forma, identificou-se a importância do programa para a atual política de exportação brasileira. Além disso, procurou-se mostrar que há outros programas de apoio às exportações os quais são desenvolvidos por órgãos oficiais que, em muitos casos, atuam em parceria.

Ao se descrever a estrutura do SFN, contextualizou-se a função do Banco do Brasil como agente financeiro do Governo Federal, como banco comercial, banco de financiamento e investimento, e sua atuação no apoio às ações do Governo Federal de

incremento das exportações.

Quanto à descrição do local de estágio foi importante para se conhecer a estrutura do Banco do Brasil no âmbito do Comércio Exterior Brasileiro, com suas unidades de atendimento no exterior, com localização estratégico-negocial, e no país onde se destaca a atuação das GECEX. As GECEX são unidades regionais responsáveis por prestar consultoria em produtos, serviços e negócios internacionais às superintendências, agências de varejo e atacado.

A exposição sobre o programa “Exporta Mais” possibilitou identificar os objetivos do programa quanto à inserção das MPEs no mercado internacional, com a prestação de atendimento pessoal e personalizado pelos GENINs; a disponibilização do Balcão de Comércio Exterior para a promoção comercial; os serviços de consultoria e treinamentos para a capacitação de funcionários das empresas, e o acesso ao PROGER Exportação, linha de financiamento às exportações.

Na execução do programa, as GECEX, através dos GENINs, equipes de consultoria e outras, são responsáveis pelo atendimento às MPEs e atuam na identificação das empresas; na apresentação do programa àquelas que serão incluídas no portfólio; no atendimento personalizado prestado através GENINs, juntamente com os gerentes de contas; na preparação da estrutura da empresa para ser inserida no comércio internacional; na disponibilização de serviços de consultoria, informações sobre procedimentos e emissão de documentos no processo de exportação, como também na viabilização de acesso dessas empresas às linhas de financiamento às exportações.

Nas considerações finais comentou-se a atuação da GECEX no Programa “Exporta Mais”, no que se refere à inserção e atuação contínua das MPEs no comércio internacional em sintonia com a atual política externa brasileira de incremento das exportações, através do aumento da base exportadora junto às MPEs. Comentaram-se também as perspectivas da Instituição e do Governo com relação ao desenvolvimento das ações de incremento às exportações, como forma também de gerar ingresso de divisas para o equilíbrio da balança de pagamentos brasileira. Além disso, apontaram-se algumas diferenças do programa com os outros programas de apoio às exportações, desenvolvidos por órgãos oficiais.

Por fim, se propôs algumas recomendações sobre a atuação da GECEX no programa, o que inclui a disponibilização de treinamentos sobre o programa e procedimentos básicos do Comércio Exterior aos funcionários do Banco que prestam atendimento às MPEs, divulgação do Balcão de Comércio Exterior no mercado externo, e prestação de informações

às agências sobre os treinamentos desenvolvidos para o público externo.

Assim, conclui-se que se alcançou o objetivo do relatório uma vez que se demonstrou a atuação da GECEX no programa “Exporta Mais”, atuando no processo de internacionalização das MPEs. Empenhando-se desta forma a GECEX permite o aumento da base exportadora e a atuação contínua das empresas deste porte no comércio internacional, proporcionando-lhes capacidade competitiva, com o acesso às linhas de financiamento com custo reduzido e promovendo o incremento das exportações brasileiras, conforme a atual política de exportação do Governo Federal.

REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, Alexandre. **Mercado financeiro**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2006, p. 302.

BANCO DO BRASIL. **Básico de comércio internacional**. Brasília: UCBB, 2003a, p. 262.

_____. **Certificação em investimentos**. Brasília: UCBB, 2003b.

_____. **Comércio internacional: Princípios e oportunidades negociais**. Brasília: UCBB, 2004a.

_____. **Guia Banco do Brasil de exportação**. Brasília, 2004b, p. 127.

_____. Disponível em: <<http://www.bb.com.br>>. Acesso em 10 mai. 2008.

BARBOSA, Paulo Sérgio. **Competindo no comércio internacional**. São Paulo: Aduaneiras, 2004, p. 592.

BRASIL. **Ministério das Relações Exteriores**. BrazilTradeNet. Disponível em: <<http://www.braziltradenet.gov.br>>. Acesso em 20 abr. 2008a.

_____. **Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior**. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br>>. Acesso em 09 set. 2008b.

_____. **Portal do exportador**. Disponível em <<http://www.portaldoexportador.gov.br>>. Acesso em 02 ago. 2008c.

CASTRO, José Augusto de. **Exportação: Aspectos práticos e operacionais**. 5. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2003, p. 318.

_____. **Financiamentos à exportação e seguro de crédito**. 2. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2001, p. 224.

KEEDI, Samir. **ABC do Comércio Exterior**. 2. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2004, p. 162.

LOPES, José Manoel Cortinas; GAMA, Marilza. **Comércio exterior competitivo**. 2. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2005, p. 458.

LUNA, E. A. **Essencial de comércio exterior de A a Z**. São Paulo: Aduaneiras, 2002, p. 298.

MINERVINI, Nicola. **O exportador: ferramentas para atuar com sucesso nos mercados internacionais**. 4. ed. São Paulo: Pearson, 2005, p. 250.

PAULA, Paulo Ricardo Guimarães de. **Comércio exterior II**. 3. ed. Palhoça: Unisul Virtual, 2007, p. 285.

RAUEN, Fábio José. **Roteiros de pesquisa**. Tubarão: Unisul, 2002, p. 264.

RORATTO, Renato Paulo. **Comércio exterior I**. 2. ed. Palhoça: Unisul Virtual, 2005, p. 207.

LOPES VASQUEZ, José. **Comércio exterior brasileiro**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001, p. 324.

ANEXO A:
FOLDERS PROGRAMA “EXPORTA MAIS”



Todo
seu



**Exporta Mais.
Seu passaporte
para o mercado
internacional.**



BANCO DO COMÉRCIO EXTERIOR

Muitas vantagens para sua empresa.

O comércio exterior é sempre uma excelente opção para empresas que estão pensando em expandir seus negócios. Destinar parte da produção a outros países permite ampliar sua carteira de clientes e correr menos riscos. Afinal, quanto mais mercados sua empresa atender, menos dependente ela será de cada um deles.

E as vantagens não param por aí. A diversificação acaba com a sazonalidade do produto. Ou seja, aquele bem que antes só tinha demanda em uma determinada estação do ano, poderá ser produzido continuamente porque será vendido o ano todo.

Sem contar que ao tornar-se exportadora, sua empresa passa a ter um grande diferencial em relação aos concorrentes, pois estará apta a atuar competitivamente no mundo globalizado.

Tudo que sua empresa precisa para fazer sucesso lá fora.

O Programa Exporta Mais visa promover o ingresso das empresas brasileiras no mercado internacional com qualidade e competitividade, por intermédio de uma assessoria completa para a sua empresa, desde a busca de parceiros no exterior até a estruturação de negócios mais complexos.

O atendimento é especializado em todas as fases do processo de exportação. Você poderá contar com o assessoramento dos Gerentes de Negócios Internacionais do Banco do Brasil, presentes em todas as regiões do país.

As etapas do Exporta Mais.

A primeira fase é a de preparação da empresa. Você vai receber todo o atendimento necessário, adequado às suas necessidades.

O treinamento abrange, entre outros itens, como formar preços para o mercado externo, a melhor forma de selecionar e adequar produtos, como confeccionar catálogos com oferta de bens para exportação.

Com a ajuda dos especialistas do Banco, você também vai identificar potenciais importadores para o envio de amostras e negociar modalidades de pagamento adequadas. Ainda vai conhecer as práticas de comércio em outros mercados e aprender a viabilizar sua participação em feiras internacionais.

O Exporta Mais vai oferecer a base que sua empresa necessita para tornar as exportações uma parcela importante do seu faturamento. É a oportunidade que você esperava para ter pleno domínio sobre seus negócios com o exterior.



Quem pode participar do Exporta Mais?

Empresas com faturamento anual inferior a R\$ 10 milhões, que possuam produtos com potencial para exportação – mesmo que não tenham histórico exportador.

Também podem se beneficiar empresas que já atuam no mercado internacional, mas não conseguiram atingir volume de exportação superior a US\$ 50 mil nos últimos 12 meses.

O objetivo do Exporta Mais não é apenas colocar sua empresa no mercado internacional, mas fazê-lo com eficiência e segurança.

Só podia ser do Banco do Brasil.

O Banco do Brasil é o banco do comércio exterior brasileiro. Por isso mesmo, criou o Exporta Mais.

Quando o assunto é comércio exterior, o BB possui tradição e experiência. Está em todas as regiões do país e nas principais praças internacionais. Tem o mais completo conjunto de produtos e serviços do mercado nesta área e especialistas em todos os segmentos, que oferecem soluções de atendimento adequadas às necessidades de sua empresa. O Exporta Mais é uma dessas soluções.

Acesse o perfil da sua empresa em bb.com.br e conheça também o Balcão de Comércio Exterior, o Programa de Financiamento às Exportações (Proex), o ACC/ACE Automático, os Contratos de Câmbio On-line, a Assinatura Digital em Contratos de Câmbio e a Consultoria e Treinamento em Negócios Internacionais.

Nunca foi tão simples entrar no mercado internacional!