

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Maicon Engels**

**Comportamento dos exportadores da Região do Vale do  
Itajaí no intuito de obter competitividade no mercado  
internacional**

**Porto Alegre**

**2007**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**  
**ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Maicon Engels**

**Comportamento dos exportadores da Região do Vale do  
Itajaí no intuito de obter competitividade no mercado  
internacional**

**Trabalho de conclusão de curso de  
Especialização apresentado ao Programa de  
Pós-Graduação em Gestão em Negócios  
Financeiros da Universidade Federal do Rio  
Grande do Sul, como requisito parcial para a  
obtenção do título de Especialista em  
Gestão em Negócios Financeiros.**

**Orientador: Prof. Tutor Paulo S. R. Terra**

**Porto Alegre**

**2007**

**Maicon Engels**

**Comportamento dos exportadores da Região do Vale do Itajaí no intuito de obter competitividade no mercado internacional**

**Trabalho de conclusão de curso de Especialização apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Gestão em Negócios Financeiros da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Gestão em Negócios Financeiros.**

Conceito final .....  
Aprovado em ..... de .....de .....

BANCA EXAMINADORA:

\_\_\_\_\_  
Prof.

\_\_\_\_\_  
– Instituição

\_\_\_\_\_  
Representante da Organização -

\_\_\_\_\_  
Orientador – Prof. Paulo S. R. Terra

## RESUMO

Este Trabalho de Monografia descreve os principais instrumentos de crédito de que o exportador brasileiro pode valer-se para financiar suas exportações, ainda garantindo-o contra possíveis riscos negociais e de mercado.

O objetivo principal é orientar exportadores a identificar fatores ambientais mais favoráveis ao mercado internacional, analisar as vantagens e desvantagens de exportar, assim como identificar a linha de financiamento mais adequada a realidade financeira dos exportadores brasileiros, com o intuito de ganhar competitividade no mercado Internacional.

Tem como objetivos específicos pesquisar na literatura os fatores ambientais que favoreçam as empresas exportadoras brasileiras a entrarem num mercado tão competitivo quanto o internacional, identificando vantagens e desvantagens inerentes, qualificando as modalidades de financiamento à exportação oferecidas no mercado interno, avaliar suas adequações e apoio para a competitividade dos produtos no cenário internacional.

Permitir assim uma maior compreensão dos instrumentos de crédito que serão apresentados e optar pelo mais adequado e vantajoso para que a empresa possa ingressar no mercado internacional, seja ela grande, média ou de pequeno porte.

## **ABSTRACT**

This Work of Monograph describes the principal credit instruments that the Brazilian exporter can use to finance your exports, guaranteeing him against possible negotiable and market risks.

The main objective is to guide exporters to identify more favorable environmental factors to the international market, to analyze the advantages and disadvantages of exporting, as well as to identify the more appropriate financing line the Brazilian exporters' financial reality, with the intention of winning competitiveness in the International market.

It has as specific objectives to research in the literature the environmental factors that favor the Brazilian exporters companies to get into a such competitive market as the international, identifying advantages and inherent disadvantages, qualifying them financing modality to the export offered at the internal market, to evaluate your adaptations and support for the competitiveness of the products in the international scenery.

To allow a larger understanding of the credit instruments that will be presented and to choose for the most appropriate and advantageous so that the company can enter at the international market, be her big, middle or small company.

# SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO.....	8
1	DEFINIÇÃO DO PROBLEMA.....	9
2	JUSTIFICATIVA .....	12
3	OBJETIVOS.....	14
3.1	OBJETIVO GERAL.....	14
3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
4	REVISÃO LITERÁRIA.....	15
4.1	COMÉRCIO INTERNACIONAL.....	15
4.1.1	ESTRUTURA ADMINISTRATIVA DO COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO.....	17
4.1.1.1	ÓRGÃOS ANUENTES.....	17
4.1.1.2	PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO EXTERIOR.....	17
4.1.1.3	PROGRAMA DE GERAÇÃO DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – PGNI – MPE .....	18
4.1.1.4	AGÊNCIA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES DO BRASIL – APEX-BRASIL.....	19
4.1.2	AS TEORIAS SOBRE O MERCADO EXTERIOR.....	19
4.1.2.1	TEORIA DA VANTAGEM ABSOLUTA.....	20
4.1.2.2	TEORIA DAS VANTAGENS COMPARATIVAS.....	21
4.1.2.3	TEORIA DA DEMANDA RECÍPROCA.....	21
4.1.2.4	CUSTOS DE OPORTUNIDADES.....	22
4.1.3	PLANEJAMENTO DE EXPORTAÇÃO.....	22
4.1.3.1	PREPARAÇÃO DA EMPRESA.....	22
4.1.3.2	MARKETING INTERNACIONAL.....	24
4.1.3.3	NEGOCIAÇÃO COMERCIAL.....	25
4.1.4	RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL.....	27
4.1.4.1	PROTEÇÃO AO MEIO AMBIENTE.....	28
4.1.4.2	VANTAGENS DAS EMPRESAS QUE ADOTAM POLÍTICAS E PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL .....	29
4.1.5	FINANCIAMENTO A EXPORTAÇÃO.....	29
4.1.5.1	APOIO À EXPORTAÇÃO.....	30
4.1.5.2	ADIANTAMENTO SOBRE CONTRATO DE CÂMBIO – ACC.....	31
4.1.5.3	ADIANTAMENTO SOBRE CONTRATO DE CÂMBIO INDIRETO – ACC INDIRETO.....	32
4.1.5.4	ADIANTAMENTO SOBRE AS CAMBIAIS ENTREGUES – ACE.....	32
4.1.5.5	PRÉ-PAGAMENTO DE EXPORTAÇÃO.....	32
4.1.5.6	PROGER EXPORTAÇÃO.....	34
4.1.5.7	PROGRAMA BNDES-EXIM.....	34
4.1.5.8	PROGRAMA DE FINANCIAMENTO À EXPORTAÇÕES – PROEX.....	36

4.1.5.8.1	PROEX FINANCIAMENTO.....	37
4.1.5.8.2	PROEX EQUALIZAÇÃO.....	38
4.1.5.8.3	QUADRO COMPARATIVO PROEX FINANCIAMENTO E PROEX EQUALIZAÇÃO	39
4.1.5.9	DESCONTO DE <i>FORFAIT</i> EXPORTAÇÃO.....	39
4.1.5.9.1	BENEFÍCIOS AO EXPORTADOR.....	40
4.1.6	PANORAMA MACRO ECONÔMICO.....	41
4.1.6.1	MACROECONOMIA.....	41
4.1.6.2	AVALIAÇÃO DO RISCO-PAÍS.....	43
4.1.6.3	GRAU DE INVESTIMENTO – <i>INVESTMENT GRADE</i> .....	47
4.1.6.3.1	BENEFÍCIOS E DESAFIOS.....	47
4.1.6.3.2	CLASSIFICAÇÃO DE BRASIL PELAS AGÊNCIAS DE <i>RATINGS</i> .....	48
4.1.6.3.3	O PAÍS PERTO DO GRAU DE INVESTIMENTO.....	49
5	PESQUISA METODOLÓGICA.....	52
6	ANÁLISE DE DADOS.....	53
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	58
	REFERÊNCIAS.....	60
	ANEXOS.....	62
	ANEXOS 1 – QUESTIONÁRIO.....	63

## INTRODUÇÃO

Hoje mais do que nunca, exportar é prioridade nacional. O governo federal, empresas e diversas entidades estão engajados na expansão das exportações, em face do seu caráter estratégico para o desenvolvimento econômico e social do País.

O desafio de exportar torna-se cada vez mais próximo da realidade das empresas brasileiras, tanto de grande, médio e pequeno porte. Para que isso seja possível são necessárias diversas atitudes vencedoras de seus empresários para se obter êxito, como: buscar informações do mercado atual, ser empreendedor, alavancar seus negócios.

Não obstante, é necessário um constante aperfeiçoamento por parte dos profissionais que operam nesta área, uma vez que sempre surgem novidades e alterações das normas que regem o comércio internacional. Estas atualizações requerem muito estudo e dedicação para enfrentar os constantes desafios e conquistar novos espaços no comércio exterior.

Poderá contar sempre com o apoio e a experiência de várias entidades governamentais e não governamentais, para auxiliá-la no processo de exportação.

O presente estudo visa mostrar de forma abrangente o comércio internacional, as teorias sobre o mercado exterior, planejamento que uma empresa deverá ter ao exportar, responsabilidade socioambiental como diferencial de mercado, as linhas disponíveis no mercado de financiamento à exportação, bem como o panorama macro econômico que o país se encontra no intuito de empresas exportadoras da Região do Vale do Itajaí (Santa Catarina) obtenham competitividade no mercado internacional.



## 1. DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Este trabalho propõe a orientar exportadores a identificar fatores mais favoráveis no mercado internacional, analisar as vantagens ao exportar, assim como identificar a linha de financiamento mais adequada a realidade financeira dos exportadores do Vale do Itajaí (SC), com o intuito de ganhar competitividade no mercado Internacional.

Por meio de pesquisa com empresários do Vale do Itajaí (SC), identificou-se deficiência de visão de mercado internacional, além de desconhecimento das vantagens de exportar, bem como das linhas de financiamento disponíveis no Banco do Brasil.

Muitas vezes as pessoas imaginam que o mercado internacional é apenas um mero prolongamento do mercado interno onde é analisado mediante a aplicação dos mesmos critérios e métodos. Ambos, mercado interno e internacional, se encontram alicerçados no atendimento das necessidades e desejos dos indivíduos, no entanto, existem particularidades distintas entre os mesmos (RATTI, 2004).

O que leva um país pensar a exportar é a impossibilidade de uma região ou país produzir vantajosamente todos os bens e serviços de que tenham necessidade os seus habitantes. Isto é decorrência de fatores diversos, dentro os quais podem ser destacados: desigualdade na distribuição geográfica dos recursos naturais, as diferenças de clima e de solo e as diferenças de técnicas de produção (RATTI, 2004).

As diferenças entre o comércio interno e o comércio internacional são devidas principalmente a variações no grau de mobilidade dos fatores de produção, natureza do mercado, existência de barreiras aduaneiras a outras restrições como longas distâncias, variações de ordem monetária e variações de ordem legal (KILLOUGH, 1960).

Mas o fato de um produto ser bom e ter êxito no mercado interno é insuficiente para se impor no exterior. Muitos artigos podem ter sucesso em um mercado e fracassar no outro. Cada mercado deve ser tratado e analisado separadamente (LABATUT, 1994).

No mercado internacional, porém, as diferenças existentes com relação aos aspectos apontados tornam problemática essa padronização. Uma empresa que opere no mercado internacional deverá aprofundar-se no estudo dos hábitos e reações dos habitantes dos países com os quais comercie e adaptar os seus produtos de modo a atender, na medida do possível, às peculiaridades de cada população. Porque o cliente internacional é muito mais exigente no que se refere à qualidade do produto. Muitas vezes ele é quem determina as características do mesmo, e o produtor tem de fabricar o artigo de acordo com as recomendações do cliente (RATTI, 2004).

Segundo Furtado (2001), no comércio internacional os países concorrentes utilizam-se de sistemas ágeis e eficientes de financiamento à exportação. Enquanto no Brasil, existem alguns sistemas de financiamento já tradicionais e amplamente difundidos, outros restritos a poucos exportadores. Isto explica-se ao compararmos as situações enfrentadas pelos exportadores brasileiros frente aos seus concorrentes de países industrializados. Nos países desenvolvidos temos que considerar em primeiro lugar a estabilidade que suas economias detém, suas moedas fortes e com baixas taxas de juros, tecnologia, além de eventuais subsídios diretos ou indiretos.

No Brasil, a política econômica adotada busca controlar a inflação e atrair capital estrangeiro. Porém mantém as taxas de juros muito altas, o que principalmente neste ano de 2006 vem caindo, mas ainda elevando os custos do produtos brasileiros, levando a perda da competitividade perante o mercado internacional (REVISTA ISTO É DINHEIRO, 2006).

As alterações diárias nas taxas cambiais podem diminuir os lucros dos comerciantes e grandes alterações podem transformar lucros em perdas (KENEN, 1985). Surge assim o problema de câmbio, ou seja, a troca de diferentes moedas.

Todavia, no que se refere ao aspecto monetário, a principal distinção não reside tanto no emprego de diferentes moedas, mas sim na possibilidade de mudança das relações de valor entre elas. Isto faz com que os custos e a execução das operações internacionais estejam sujeitos a transtornos e riscos especiais que normalmente não ocorrem no mercado interno (RATTI, 2004).

## 2. JUSTIFICATIVA

Este Trabalho de Monografia busca servir como um guia para empresas exportadoras do Vale do Itajaí (SC), tentando demonstrar os principais instrumentos de crédito que as empresas podem valer-se para financiar suas exportações, ainda garantindo-as contra possíveis riscos negociais e de mercado.

O objetivo principal é auxiliar exportadores a identificar fatores mais favoráveis no mercado internacional, analisar as vantagens ao exportar, assim como identificar a linha de financiamento mais adequada à realidade financeira dos exportadores do Vale do Itajaí (SC), com o intuito de ganhar competitividade no mercado Internacional.

Tem como objetivos específicos pesquisar na literatura os fatores que favoreçam as empresas exportadoras a entrarem num mercado tão competitivo quanto o internacional, identificando vantagens inerentes, qualificando as modalidades de financiamento à exportação oferecidas no mercado interno, avaliando suas adequações e apoio para a competitividade dos produtos no cenário internacional.

Permitindo assim uma maior compreensão dos instrumentos de crédito que serão apresentados e optando pelo mais adequado e vantajoso para que a empresa possa ingressar no mercado internacional, independente do seu porte.

Hoje mais do que nunca, exportar é prioridade nacional. O governo federal, empresas e diversas entidades estão engajados na expansão das exportações, em face do seu caráter estratégico para o desenvolvimento econômico e social do País. Este novo cenário brasileiro é um desafio para esse trabalho, porque na grande maioria da literatura o país tinha uma outra realidade cambial, muito mais favorável as exportações.

Assim, se uma empresa decidir entrar no mercado internacional terá como principais vantagens a oportunidade de diversificação de mercados, o aumento da sua produtividade, a melhora na qualidade dos seus produtos, a diminuição da carga

tributária, além de contar sempre com o apoio e a experiência de várias entidades governamentais e não governamentais, para auxiliá-la no processo de exportação.

Desta forma, o presente estudo pretende ser um guia para empresas que pretendem exportar demonstrando de forma abrangente o mercado internacional, os mecanismos de financiamento à exportação e as realidades atuais de mercado.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. OBJETIVO GERAL**

O objetivo principal é auxiliar exportadores a identificar fatores mais favoráveis ao mercado internacional, analisar as vantagens de exportar, assim como identificar a linha de financiamento mais adequada à realidade financeira da empresa, com o intuito de ganhar competitividade no mercado Internacional.

#### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Os objetivos específicos que permeiam o objetivo geral proposto são:

- a) Buscar auxiliar um empresa (pequena, média ou grande) ter o conhecimento necessário de comércio internacional, para suprir dúvidas quanto a decisão de entrar no mercado externo;
- b) Pesquisar na literatura os fatores que favoreçam as empresas entrarem no mercado externo, identificando vantagens e oportunidades;
- c) Analisar os resultados encontrados, identificando as modalidades de financiamento à exportação oferecidas no mercado interno, avaliar sua adequações e apoio para tornar seus produtos mais competitivos no comércio exterior;
- d) Pesquisar na literatura o cenário que se encontra a economia brasileira.

## **4. REVISÃO LITERÁRIA**

O capítulo a seguir visa fornecer embasamento teórico para melhor compreensão do tema em estudo. Para isso, apresenta conceitos de autores reconhecidos e especialistas no tema, com a finalidade de se realizar uma análise criteriosa do assunto.

### **4.1. COMÉRCIO INTERNACIONAL**

A principal razão para a existência de trocas internacionais, isto é, o comércio internacional é a constatação simples de que nenhum país é auto-suficiente para produzir tudo de que necessita. Ou, ainda que se um país tentasse ser auto-suficiente, os custos de tal processo seriam de tal ordem que não compensariam os esforços. A partir dessa constatação, os países procuram se especializar naquelas atividades produtivas em que, pela sua dotação de fatores – recursos naturais, capital, mão-de-obra – têm vantagem relativa sobre outros países, estabelecendo, a partir daí, as trocas internacionais. (FOSCHETE, 2001, p. 15)

Vai longe o tempo em que as nações produziam para consumo próprio ou mesmo quando começaram as trocas sistemáticas de mercadorias entre os povos. O comércio internacional deu os primeiros passos na Antiguidade, atravessou a Idade Média marcado por intensas rotas marítimas e, depois de percorrer diversos momentos históricos, chega ao século XXI com alto grau de profissionalização e exigências. (RATTI, 2004)

Com raras exceções, hoje os países estão inseridos na globalização. O termo surgiu no início do século passado, mas ganhou força nos anos 80, época em que se observou um processo de integração mundial, com a quebra de fronteiras e a abertura das economias. Aliados a isso, o desenvolvimento dos meios de transporte e a transformação radical das telecomunicações contribuíram para acelerar as condições da concorrência no plano internacional. (RATTI, 2004)

A intensificação do comércio entre os países ampliou os horizontes negociais de todos os produtores de bens e serviços. Um estágio da história da civilização que certamente não terá retrocesso. Os próprios números do comércio exterior brasileiro mostram claramente essa tendência. Em 1950, o Brasil exportou US\$ 1,4 bilhão. Em 2005, na melhor fase registrada pelas exportações do País, esse número saltou para US\$ 118 bilhões. (Ministério Relações Exteriores)

Já a curva de crescimento das exportações mundiais foi bem mais acentuada. O volume de US\$ 57,2 bilhões em 1950 atingiu, em 2005, uma marca impressionante de US\$ 10 trilhões – sendo que, deste total, a participação nacional foi de apenas 1,17%. (Ministério Relações Exteriores)

Torna-se inegável o espaço que o mercado externo oferece aos empreendedores brasileiros. Aproveitar esse grande potencial dependerá da forma como as iniciativas privada e governamental irão se articular em busca de uma efetiva inserção internacional para o País. Todos concordam que são necessários investimentos no aprimoramento tecnológico de produtos e serviços “*made in Brazil*”, aumento do apoio às viagens comerciais e à participação em feiras no exterior, além de maior volume de financiamento e melhor sistema de garantias – apenas para citar alguns aspectos.

Do ponto de vista da economia nacional, o principal motivo para exportar é obter recursos para pagamento das importações necessárias à vida econômica do país. Ao exportar, além da obtenção das divisas, o país absorve tecnologia e alcança maior produtividade.

Nesse contexto, a política de comércio exterior brasileira tem como meta prioritária a elevação das receitas provenientes da exportação a níveis compatíveis com as exigências do progresso do País, isto é, aquela necessária ao atendimento da crescente procura de matérias-primas, produtos semi-elaborados, máquinas e equipamentos imprescindíveis à expansão e a renovação do parque industrial.



Com isso o Governo empreende cada vez mais seus esforços para equilibrar sua Balança Comercial, com o objetivo de torná-la superavitária, por meio da mudança da cultura comercial das empresas (estimulando as importações e exportações) e aprimorando os métodos administrativos e organizacionais, devido ao aumento da competitividade promovida pela globalização.

#### **4.1.1. ESTRUTURA ADMINISTRATIVA DO COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO**

Os órgãos que compõem a estrutura do comércio exterior brasileiro podem ser classificados por área de atuação. Alguns tratam dos interesses brasileiros no exterior e outros são responsáveis pela condução dos assuntos reguladores e gerenciais do comércio exterior. Estão vinculados ao Ministério das Relações Exteriores (MRE), Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) e Ministério da Fazenda.

##### **4.1.1.1. ÓRGÃOS ANUENTES**

Alguns produtos, por sua natureza ou pela finalidade da operação, estão sujeitos à anuência prévia para exportação por parte de órgãos especializados. Os órgãos autorizados a atestar o cumprimento das condições para fins de licenciamento das exportações são: Agência Nacional de Petróleo (ANP), Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), Banco Central do Brasil (Bacen), Comissão Nacional de Energia Nuclear (CNEN), Comando do Exército, Comissão de Coordenação do Transporte Aéreo Civil (Cotac), Departamento de Operações de Comércio Exterior (Decex), Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM), Departamento de Polícia Federal (DPF), Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama), Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), Ministério da Defesa e Banco do Brasil (por delegação da Secex).

##### **4.1.1.2. PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO COMÉRCIO EXTERIOR**

O atual estágio do comércio exterior brasileiro, em que as exportações vêm apresentando expressivo crescimento nos últimos anos, tanto em seu volume total

quanto na diversificação dos destinos e principalmente de sua pauta, requer, como estratégia para seu maior desenvolvimento, a implementação de instrumentos modernos, flexíveis e ágeis que permitam a simplificação da logística, o acesso à informação e o apoio creditício, elementos fundamentais para viabilizar a participação das empresas no competitivo mercado internacional.

Foram planejadas, no âmbito do Programa, ações voltadas para facilitar o processo operacional – seja por meio da simplificação e atualização normativa e pelo aperfeiçoamento dos instrumentos operacionais e administrativos que viabilizam as operações de comércio exterior, seja pela ampla disseminação de informações sobre o comércio exterior brasileiro e mundial – a serem implementadas pela adoção de modernos recursos propiciados pelas novas tecnologias de informação.

Sempre contando com o apoio e a participação do setor privado, a Secretaria de Comércio Exterior, do MDIC, tem trabalhado de modo a garantir a regulamentação do comércio exterior brasileiro em normas objetivas, transparentes e cada vez mais simplificadas.

#### **4.1.1.3. PROGRAMA DE GERAÇÃO DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – PGNI – MPE**

O Programa de Geração de Negócios Internacionais para Micro e Pequenas Empresas – PGNI – MPE, tem por objetivo prestar atendimento integral e especializado às micro e pequenas empresas, com foco na capacitação e orientação técnica em comércio exterior.

Objetiva ainda contribuir para o incremento e desburocratização do comércio exterior brasileiro, com foco nas exportações e como forma de auxiliar a inclusão social a partir de inserção das micro e pequenas empresas, com faturamento bruto anual até R\$ 10 milhões, no mercado internacional.

Para ter acesso ao Programa, a micro ou pequena empresa deve procurar sua agência de relacionamento do Banco do Brasil S.A. para cadastrar a oferta de seu produto no Balcão de Comércio Exterior, com esse cadastramento a empresa terá acesso a todos os benefícios do PGNI – MPE.

#### **4.1.1.4. AGÊNCIA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES DO BRASIL – APEX-BRASIL**

A Agência de Promoção de Exportações do Brasil (APEX-Brasil) aposta no estímulo ao desenvolvimento de uma cultura exportadora, tem por objetivo estimular as exportações brasileiras especialmente das empresas de pequeno porte, apóia ações voltadas a adequação de produtos e a elaboração de produtos e a preparação de empresas para a exportação, além de outras ações relacionadas à promoção comercial, tais como participação em feiras e missões comerciais.

As micro e pequenas empresas precisam de apoio para ter acesso às informações, e de um sistema organizado de captação para buscar espaço no mercado mundial, com isso a APEX-Brasil trabalha com quatro tipos de projetos:

- Projeto Setorial (PSI) – atende a um setor ou cadeia produtiva;
- Projeto Horizontal (PH) – envolve dois ou mais setores produtivos nas ações de promoção;
- Consórcios ou Cooperativas – podem apoiar a formação de um consórcio para a exportação e as ações de promoção de exportação dos produtos das empresas consorciadas;
- Projeto Isolado (PI) – apóia uma única ação ou atividade, como a participação em uma feira ou a elaboração de material promocional.

Esses projetos deverão ser apresentados por instituições privadas sem fins lucrativos, instituições públicas, associações de classe setoriais e regionais, cooperativas e pelos SEBRAE-UF.

#### **4.1.2. AS TEORIAS SOBRE O MERCADO EXTERIOR**

Por diversas questões que envolvem desde a sobrevivência de uma nação até a satisfação de necessidades menos vitais, fortes razões induzem os países ao comércio exterior de bens e serviços (PASSOS e NOGAMI, 2005, p. 522).

Entre essas razões pode-se citar:

- as desigualdades entre as nações no tocante aos recursos naturais não renováveis;
- diferenças internacionais no tocante a fatores climáticos (que são determinados por fatores relativamente estáticos como altitude, latitude, topografia e tipo de superfície) e a fatores edáficos (natureza e distribuição de solos);
- desigualdades nas disponibilidades estruturais de capital e trabalho; e
- diferenças nos estágios de desenvolvimento tecnológico.

É a partir da combinação desses quatro fatores que surge a divisão internacional do trabalho, a especialização das nações. Por decorrência, o comércio externo tem contribuído, contínuo e persistentemente, para a internacionalização dos processos econômicos e, sendo responsável pelo gradativo aumento das taxas de dependência de cada economia com relação ao resto do mundo.

Veremos agora três das principais teorias que procuram explicar a existência do comércio internacional: *teoria da vantagem absoluta*, *teoria das vantagens comparativas* e a *teoria da demanda recíproca*.

#### **4.1.2.1. TEORIA DA VANTAGEM ABSOLUTA**

Um dos primeiros autores que se dedicou ao estudo do comércio internacional foi o economista inglês Adam Smith (1723-1790), em sua obra “A Riqueza das Nações”, editada em 1776 (RATTI, 2004, p. 355).

Smith procurou mostrar que a aplicação da divisão do trabalho na área internacional, permitindo a especialização de produções, aliada às trocas entre as

nações, contribuía para a melhoria do bem-estar da populações (RATTI, 2004, p. 356).

Resumindo, cada país deveria se concentrar naquilo que pode produzir ao custo mais baixo e trocar parte dessa produção por artigos que custem menos em outros países. Mostra em que condições determinado produto ou serviço pode ser oferecido, com preços de custos inferiores aos dos concorrentes. Em geral, essa situação é criada pela especialização, mas não podemos deixar de considerar que nos produtos agrícolas, a condição climática é fundamental.

#### **4.1.2.2. TEORIA DAS VANTAGENS COMPARATIVAS**

O economista inglês David Ricardo (1772-1823), aperfeiçoou as idéias de Adam Smith, desenvolvendo a chamanda Teoria das Vantagens Comparativas, também chamanda de Teoria dos Custos Comparados (RATTI, 2004, p. 357).

O grande mérito de Ricardo foi mostrar que o comércio também seria proveitoso para os dois países, numa relação de troca, mesmo que um deles tivesse vantagem absoluta sobre o outro na produção de todas as mercadorias; mas sua vantagem seria maior em alguns produtos do que em outros. Em outras palavras, devem sem consideradas não as vantagens absolutas, mas sim as vantagens comparativas (relativas) (RATTI, 2004, p. 357).

Resumindo, a condição básica para a existência de comércio seria apenas que o custo de oportunidade de produzir um bem fosse diferente entre diferentes países.

#### **4.1.2.3. TEORIA DA DEMANDA RECÍPROCA**

Essa teoria foi desenvolvida por John Stuart Mill (1806-1790), filósofo e economista inglês, em sua obra “Princípios de economia política com algumas de suas aplicações à filosofia social”, em 1948, obra que acabou mais tarde sendo um guia para estudo em economia no século XIX, durante muitos anos.

Nessa teoria a base não será mais a unidade do produto, mas o que em um determinado número de horas dois países diferentes podem produzir.

#### **4.1.2.4. CUSTOS DE OPORTUNIDADES**

Embora grande utilidade, a Teoria das Vantagens Comparativas apresentava uma limitação muito séria, pois estipulava que as relações de valor entre dois bens eram determinadas pelas quantidades de trabalho incorporadas na produção de cada uma deles (RATTI, 2004, p. 358).

No custo de oportunidade a relação de valor considera, apenas um único fator de produção, mas na realidade não podemos esquecer que há uma série de fatores de produção que também têm sua participação no processo produtivo, como a terra, as matérias-primas, os capitais, as tecnologias, etc.

#### **4.1.3. PLANEJAMENTO DE EXPORTAÇÃO**

##### **4.1.3.1. PREPARAÇÃO DA EMPRESA**

Exportar é uma postura empresarial, uma alternativa estratégica de desenvolvimento, que propicia competitividade e uma dimensão global à empresa.

No entanto, para que a exportação seja efetivamente um bom negócio, os dirigentes devem se conscientizar da importância do planejamento de uma política que leve em conta o conhecimento e o domínio das regras e usos do comércio internacional. Caso contrário, as vendas ao exterior podem resultar em prejuízos e numa péssima experiência, com conseqüente reflexo negativo para o exportador.

Assim, o planejamento de exportação, entre outras ações, deve considerar os seguintes aspectos: (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – Site: [www.portaldoexportador.gov.br](http://www.portaldoexportador.gov.br))

- Somente começar a exportar se estiver decidido, reservando determinada parcela da produção para o mercado externo. A exportação exige

continuidade e não dever ser considerada como uma válvula de escape para as crises do mercado interno ou apenas oportunista;

- Estar disposto a investir na organização do seu mercado externo. Sem pesquisa de mercado, escolha cuidadosa dos agentes, definição do consumidor que se pretende atingir e conhecimento das exigências de cada país, serão realizados somente negócios esporádicos, nunca permanentes;
- Estudar o mercado com o qual deseja operar, de modo a avaliar suas efetivas possibilidades comerciais, focando primeiro o cliente e depois o produto;
- Estuda as características comerciais dos países, ou seja, técnicas de negociação, concorrência, cultura etc;
- Conhecer essencialmente e acompanhar as modificações nos regimes alfandegários, cambiais, de impostos e taxas em vigor no país em questão, bem como o rito processual de liquidações burocráticas, ação judicial etc;
- Dar atenção especial às disposições sobre embalagens, etiquetagem e requisitos fitossanitários vigentes para o produto no mercado-alvo;
- Colocar um profissional experiente à frente do departamento de exportação. Esse profissional deve conhecer a linguagem usual do comércio internacional e assumir a responsabilidade sobre um setor que não pode merecer, apenas de vez em quando, a atenção de um diretor, já sobrecarregado pela administração de outras áreas da empresa;
- Manter alguma forma de representação no mercado internacional, de modo a oferecer um mínimo de serviço pós-venda;
- Evitar trabalhar com amadores. A nomeação de parentes, amigo ou conhecidos como representantes no exterior, sem o pleno conhecimento do ramo ou acesso aos compradores pode inviabilizar o negócio. Procurar um bom profissional, que conheça o produto e o mercado é essencial;
- Calcular com cuidado os preços de exportação. Quando em dúvida, consultar técnicos de órgãos oficiais, ou não, de comércio exterior (Secex, federações, câmaras de comércio, Banco do Brasil etc). Além de utilizar com perfeito equilíbrio os incentivos concedidos à exportação, é necessário apresentar o preço mais vantajoso possível, tendo sempre em conta a concorrência de outros países;

- Lembrar que as formas de propaganda, publicidade e promoção de vendas de um produto devem estar sempre em perfeita harmonia com as peculiaridades de cada mercado. Para um bom produto sempre haverá um bom mercado;
- Apresentar um comportamento de rigorosa seriedade comercial e moral, para conservar e ampliar relações com a clientela. Cumprir sempre o que prometer. Responder com presteza à correspondência recebida do exterior, mesmo que o assunto não tenha muita relevância. Não fornecer mercadorias que não correspondam à amostra encaminhada ao cliente. Verificar e cumprir rigorosamente os prazos de embarque convencionados, mesmo que isso represente um custo adicional;
- Pagar em dia as comissões dos agente e mantê-los informados sobre os planos e programas de sua empresa. Fornecer as indicações corretas sobre territórios a serem observados e as cotas a serem cumpridas. Os grandes clientes compram uma ou duas vezes por ano e não se pode perder essas oportunidades. Não tumultuar o mercado, fazendo negócios à revelia de seus agentes;
- Lembrar que melhor preço, qualidade, garantia de fornecimento contínuo e atendimento tão eficiente quanto o dos fornecedores tradicionais podem ser boas razões para se comprar de um fornecedor novo e distante;
- Não esperar resultados imediatos e grandiosos. A abertura de novos mercados é um investimento e necessita de trabalho a médio e longo prazo.

#### **4.1.3.2. MARKETING INTERNACIONAL**

A partir do momento em que uma empresa vende seus produtos no exterior, ela passa a atuar no campo do marketing internacional. Os fundamentos são os mesmos do marketing em geral, mas as estratégias adotadas devem ser diferentes das definidas para o mercado nacional.

As ferramentas do marketing internacional podem ajudar as empresas a planejar e gerenciar suas atividades visando satisfazer as necessidades e desejos de consumidores localizados nos mais diversos países.



Como cada mercado possui suas particularidades, as políticas de marketing adotadas com sucesso em um país podem não apresentar os mesmos resultados em outro. Daí a necessidade de encontrar a estratégia mais adequada para a inserção e manutenção de um produto num mercado.

#### **4.1.3.3. NEGOCIAÇÃO COMERCIAL**

O planejamento e a preparação sistemática são elementos vitais para o sucesso de negociações comerciais. Executivos experientes na área de exportação dedicam tempo substancial ao planejamento e à preparação, antes de se sentarem à mesa de negociação. Geralmente, quanto mais complexa a transação a ser efetuada, maior o período de planejamento. A fase preparatória é, também, mais longa para as transações internacionais do que para as domésticas, devido à dificuldade em coletar um número significativo de informações preliminares. Entretanto, a empresa exportadora pode obter muitos dos dados de que necessita, mediante contatos freqüentes com a outra parte na fase da pré-negociação.

As falhas mais comuns na negociação decorrem da preparação inadequada. A maior parte delas pode ser eliminada ou reduzida, se for dada a atenção devida ao trabalho de suporte na fase da pré-negociação.

As falhas mais comuns apresentadas são: (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – Site: [www.portaldoexportador.gov.br](http://www.portaldoexportador.gov.br))

- Objetivos imprecisos;
- Pouco conhecimento da língua estrangeira;
- Pouco conhecimento das metas da outra parte;
- Entendimento equivocado de que a outra parte é adversária;
- Pouca atenção aos interesses da outra parte;
- Falta de compreensão do processo decisório da outra parte;
- Inexistência de estratégia para fazer concessões;
- Reduzida quantidade de alternativas, previamente estabelecidas;
- Falha no entendimento do fator competição;

- Inabilidade do uso do poder de negociação;
- Pressa em fazer cálculos e em decidir;
- Reduzido senso de oportunidade para concluir a negociação.

A preparação de uma negociação é o momento em que se exige o máximo do negociador, para que ele reúna, antecipadamente, uma gama de informações que o conduzirá ao sucesso da empreitada. Nessa fase, é recomendável saber: (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – Site: [www.portaldoexportador.gov.br](http://www.portaldoexportador.gov.br))

- Posição da empresa na negociação;
- Posição da empresa com a qual haverá negociação;
- Grau de competição da empresa representada;
- Limites estabelecidos pela empresa que o negociador representa.
- Estratégia e táticas específicas de negociação.

É de grande valia saber os pontos fortes e fracos, os objetivos e as prioridades da outra parte para planejar a estratégia da negociação, as táticas e as contrapropostas. Um dado a considerar no planejamento é o de estabelecer o limite de concessões.

Em qualquer negociação, o encontro efetivo entre as duas partes representa apenas uma fase do processo. As etapas de maior importância referem-se ao planejamento e à preparação que, muitas vezes, são negligenciadas pelos negociadores, notadamente pelos principiantes.

Os mais experientes sabem que cada negociador deve estar muito bem preparado para o sucesso dos entendimentos. Evidentemente, as duas partes têm seus pontos fortes e fracos, mas aquela que se envolver, de modo árduo e determinado, no trabalho de alcançar as metas fixadas, sem dúvida obterá os melhores resultados. Preparar-se para negociar é um dos meios mais eficazes, de que uma empresa pode se valer, para ingressar, com segurança, no comércio internacional.

#### **4.1.4. RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL**

Responsabilidade Social ou Socioambiental de Empresas – RSA, é um tema recente, mas de crescente interesse na mídia, empresariado, academia, governo e sociedade civil no Brasil. Não há uma lista rígida de ações que uma empresa deve fazer para ser socialmente responsável. Porém, apesar de não existir uma definição taxativa sobre o tema, é consenso que a responsabilidade social envolve uma gestão empresarial mais transparente e ética e a inserção de preocupações sociais e ambientais nas decisões e resultados das empresas.

A Responsabilidade Socioambiental de Empresas – RSA, diz respeito à maneira como as empresas agem, como impactam e como se relacionam com o meio ambiente e suas partes legitimamente interessadas, os acionistas controladores. Tudo isso reflete o que modernamente chamamos de governança corporativa, ou seja, a forma como uma organização é gerida, e seus reflexos nos resultados econômico-financeiros.

Governança corporativa diz respeito aos sistemas de controle e monitoramento estabelecidos pelos acionistas controladores de uma determinada empresa ou corporação, de tal modo que os administradores tomem decisões sobre a alocação de recursos de acordo com os interesses dos proprietários. Com o aumento da necessidade de serem competitivas devido à abertura do mercado nacional e oportunidades de exportação, as empresas estão buscando alternativas de se diferenciar, abrir novos mercados e melhorar sua competitividade. Maior responsabilidade socioambiental pode ser esta diferenciação.

A Responsabilidade Socioambiental corresponde a um compromisso de empresas que atuam na vanguarda, atendendo à crescente conscientização da sociedade. Preocupa-se em revisar os modos de produção e padrões de consumo vigentes, de tal modo que o sucesso empresarial não seja alcançado a qualquer preço, mas ponderando-se os impactos sociais e ambientais decorrentes da atuação administrativa e comercial da empresa. (REVISTA ISTO É DINHEIRO, 2006).

Para uma empresa ingressar no mercado hoje globalizado, faz-se necessário rever muitos dos preconceitos étnico-políticos, para que se possa enfrentar o desafio de ultrapassar a grande distância que ainda nos separa dos princípios mais elementares dos direitos humanos, sociais e ambientais.

O bem-comum deve ser observado para no futuro alcançar um desenvolvimento econômico sustentável, despertando a consciência para uma crítica dos graves erros cometidos no passado e uma conseqüente mudança de atitude em relação aos mesmos.

A crítica ao modelo de desenvolvimento tradicional que negligencia a importância dos direitos sociais para superação da pobreza e das desigualdades sociais, bem como das reservas energéticas e da biodiversidade ambiental, levando a uma nova ética nos negócios comprometida com o meio e com os direitos sociais. (REVISTA ISTO É DINHEIRO, 2006).

#### **4.1.4.1. PROTEÇÃO AO MEIO AMBIENTE**

Em dezembro de 1997, em Kyoto, no Japão, realizou-se a terceira conferência das Nações Unidas sobre a mudança do clima, com a presença de representantes de mais de 160 países. Seus objetivos eram, em primeiro lugar, obter o compromisso dos países desenvolvidos em reduzir e limitar a emissão de dióxido de carbono e de outros gases responsáveis pelo efeito estufa. Em segundo lugar pretendia a Conferência da ONU criar a possibilidade de utilização de mecanismos de flexibilidade para que os países em desenvolvimento pudessem atingir os objetivos de redução de gases do efeito-estufa.

Assim, a Responsabilidade Socioambiental coloca-se como instrumento destinado a fortalecer a idéia de que as empresas podem ser consideradas co-responsáveis na manutenção das condições de reparação, de manutenção e de reprodução do meio ambiente juntamente com a valorização dos direitos sociais enquanto elementos intrínsecos e desejáveis aos negócios. (REVISTA ISTO É DINHEIRO, 2006).

#### **4.1.4.2. VANTAGENS DAS EMPRESAS QUE ADOTAM POLÍTICAS E PRÁTICAS RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL**

Um programa de responsabilidade socioambiental só traz resultados positivos para a sociedade, e para a empresa, se for realizado de forma autêntica. É necessário que a empresa tenha a cultura da responsabilidade social incorporada ao seu pensamento. (REVISTA ISTO É DINHEIRO, 2006).

Desenvolver programas sociais apenas para divulgar a empresa, ou como forma compensatória, não traz resultados positivos sustentáveis ao longo do tempo. Porém, nas empresas que incorporarem os princípios e os aplicarem corretamente, poderão ser capitalizados resultados como valorização da imagem institucional e da marca, maior lealdade do consumidor, maior capacidade de recrutar e manter talentos, flexibilidade, capacidade de adaptação e longevidade, além dos benefícios diretos para a sociedade e o meio ambiente. (REVISTA ISTO É DINHEIRO, 2006).

#### **4.1.5. FINANCIAMENTO À EXPORTAÇÃO**

Com o objetivo de ampliar a base exportadora, são oferecidas linhas de financiamento especificamente destinadas a propiciar recursos aos exportadores para a produção (fase pré-embarque) e a comercialização (fase pós-embarque) de seus produtos destinados ao exterior.

Por meio de mecanismos de financiamentos, proporciona-se ao produto a ser exportado melhores condições de competitividade na comercialização com o exterior. Portanto, antes de começar a exportar, previna-se com informações cuidadosas acerca dos mecanismos de financiamento disponíveis.

Veremos agora as principais modalidades de financiamentos.

##### **4.1.5.1. APOIO À EXPORTAÇÃO**

Tem como finalidade prover recursos antecipados ao exportador, para completar as diversas fases do processo de produção e comercialização da mercadoria a ser exportada.

O financiamento ao comércio exterior deve ser entendido como um mecanismo de crédito. É um fator de estímulo à produção nacional, gerador de empregos e de divisas para o País.

A necessidade ou não de financiamento depende da capacidade da empresa de se auto-financiar. Dessa forma, todas as empresas que atuam no comércio exterior devem estar administrativamente preparadas para saber quando, onde e como recorrer aos financiamentos. Escolher bem o tipo de financiamento e o momento certo de buscá-lo pode proporcionar maior competitividade do produto da empresa no mercado internacional.

O financiamento às exportações possibilita a obtenção de recursos financeiros, com condições favoráveis aplicáveis ao tipo de negócio da empresa bem como atender a uma possível necessidade de prazo para pagamento do importador, sem prejudicar o fluxo de caixa da empresa.

Os governos também procuram oferecer mecanismos de apoio às exportações através de financiamentos, isenções ou reduções de direitos aduaneiros ou fiscais. Esse apoio está diretamente relacionado com a política econômica adotada pelo governo.

Os recursos podem vir do orçamento da União, do BNDES ou dos Bancos Comerciais.

Os Bancos Comerciais para realização de negócios e operações, contam com um importante instrumento de captação de recursos que são os chamados acordos de financiamentos ou linhas externas.

Esses acordos de financiamentos ou linhas externas são as disponibilidades de recursos que os bancos possuem no exterior para financiar as exportações brasileiras, sendo que as mais conhecidas serão abordadas a seguir.

Os adiantamentos compreendem a antecipação total ou parcial, em moeda nacional, do valor a ser recebido em moeda estrangeira no futuro, por conta de uma exportação.

O objetivo desta modalidade de financiamento é proporcionar recursos antecipados ao exportador para que possa fazer face às diversas fases do processo de produção e comercialização da mercadoria a ser exportada, constituindo-se, assim, num incentivo à exportação.

#### **4.1.5.2. ADIANTAMENTO SOBRE CONTRATO DE CÂMBIO – ACC**

ACC (Adiantamento sobre Contrato de Câmbio) é a antecipação de recursos em moeda nacional ao exportador por conta de uma exportação a ser realizada no futuro. Objetiva servir de suporte financeiro à produção do bem a ser exportado.

Os adiantamentos apresentam como a principal vantagem para as empresas, o reduzido custo dos recursos em relação às taxas praticadas no mercado interno.

O financiamento concedido no período anterior ao embarque é chamado de adiantamento sobre contrato de câmbio (ACC). Nesta fase, só existe o contrato de câmbio como lastro da operação, sendo desnecessária a apresentação de qualquer outro documento por parte do exportador. A partir da saída da mercadoria para o exterior, surgem os documentos representativos da venda.

O ACC somente poderá ser liquidado com o efetivo ingresso das divisas, antes ou após o embarque da mercadoria. Seu prazo máximo admitido é de 360 dias antes do embarque, onde o câmbio deverá ser contratado na oportunidade.

#### **4.1.5.3. ADIANTAMENTO SOBRE CONTRATO DE CÂMBIO INDIRETO – ACC INDIRETO**

Trata-se de capital de giro de custo reduzido e prazo para pagamento de no máximo 180 dias. Esta linha de crédito foi especialmente criada e direcionada aos fabricantes de matérias-primas, produtos intermediários e embalagens, considerados insumos ao processo produtivo de mercadorias a serem exportadas, fornecidos diretamente ao exportador final.

O financiamento pode ser de até 100% do valor das duplicatas representativas da venda a prazo à empresa exportadora. A liquidação da operação deve, no máximo, coincidir com a data de vencimento das duplicatas, que emitidas em dólar lastreiam o financiamento.

Um grande atrativo ao fabricante tomador do crédito, além das taxas competitivas, é a isenção do Imposto sobre Operações Financeiras (IOF) e do Imposto de Renda Retido na Fonte (IRRF) na liquidação em prazo normal.

#### **4.1.5.4. ADIANTAMENTO SOBRE AS CAMBIAIS ENTREGUES – ACE**

O ACE (Adiantamento sobre Cambiais Entregues) é antecipação de recursos em moeda nacional ao exportador, após o embarque da mercadoria para o exterior, mediante a transferência ao banco dos direitos sobre a venda a prazo. Nada impede que os dois tipos, ACC e ACE, sejam efetuados em uma mesma operação, através da transformação de um adiantamento de pré em pós-embarque.

O ACE (adiantamento sobre cambiais entregues), poderá ser no máximo de 180 dias após o embarque da mercadoria, observado o prazo de vencimento da letra de câmbio – saque.

#### **4.1.5.5. PRÉ-PAGAMENTO DE EXPORTAÇÃO**



O Pré-Pagamento de Exportação é uma operação em que recursos captados em instituições financeiras ou de outros agentes no exterior ingressam no País com a finalidade de financiar a produção de bens destinados à exportação.

É o adiantamento parcial ou total concedido ao exportador brasileiro pelo importador ou por qualquer pessoa jurídica no exterior, inclusive instituições financeiras, previamente ao embarque da mercadoria a ser exportada.

Esta forma de financiamento configura-se como uma alternativa de importância, pois permite às empresas exportadoras obter recursos a taxa de juros internacionais, com maior anterioridade à efetivação das exportações.

Na avaliação de uma operação de Pré-Pagamento de Exportação leva-se em conta, principalmente, a capacidade de produção e de entrega dos bens exportados (*performance*) e o risco de crédito do importador no exterior.

A modalidade permite grande flexibilidade para a sua composição, possibilitando aos bancos a montagem de estruturas que proporcionam redução do custo final. Além disso, busca-se realizar captações específicas para esta operação, principalmente para os casos onde existam contratos de exportação firmados com importadores que gozam de bom conceito no quesito de risco de crédito.

Quanto a questão tributária, o custo de uma linha de pré-pagamento (vinculada a uma operação comercial) é menor do que o de uma linha externa de capital de giro (operação financeira). A operação comercial prevê compra ou venda de mercadorias e serviços, portanto o pré-pagamento é um financiamento à produção, visando colocar um produto de qualidade e preço competitivo no mercado internacional.

Resumindo, no pré-pagamento, o exportador embarca as mercadorias e o pagamento ao provedor dos recursos (credor) é efetuado, em última análise, pelo importador dos bens. O exportador poderá pagar os juros também com embarque de mercadorias (e o importador paga o credor do pré-pagamento) mas, se optar por remessa do valor dos juros, a alíquota do imposto de renda atualmente é “zero”.

#### **4.1.5.6. PROGER EXPORTAÇÃO**

O Proger Exportação é um financiamento em reais, com recursos do Fundo de Amparo ao trabalhador (FAT). Financia a produção nacional de bens na fase pré-embarque e as atividades diretamente envolvidas com a promoção da exportação das micro e pequenas empresas com faturamento bruto anual de R\$ 5 milhões. Inclui despesas com pacotes de viagem para participação em feiras e eventos comerciais no País e no exterior, aquisição e passagens aéreas, hospedagem, traslado, transporte de bagagem, locação de espaço físico, montagem e ambientação de estande, entre outras.

O limite de empréstimo por exportador é de R\$ 250 mil, com prazo de até 12 meses para pagamento e até seis meses de carência para o pagamento da primeira parcela.

De fácil operacionalização, sem necessidade de fechamento de contrato de câmbio, uma vez que a moeda do financiamento é o real, o Proger Exportação possui tarifas e custos reduzidos. Os encargos financeiros são compostos de TJLP (Taxa de Juros de Longo Prazo) mais juros. As amortizações das parcelas são mensais e consecutivas.

#### **4.1.5.7. PROGRAMA BNDES-EXIM**

O Programa BNDES-EXIM tem como principal objetivo expandir as exportações brasileiras, mediante criação de linhas de apoio, em condições competitivas com as linhas similares oferecidas no mercado internacional.

O programa se destina às exportações de produtos manufaturados em geral, bens de capital e serviços associados aos bens exportados. A relação de produtos financiáveis encontra-se na Circular n°. 173, de 23.10.2002, do BNDES.

As operações podem ser feitas diretamente com o BNDES ou por intermédio da rede de agentes financeiros credenciados, que inclui praticamente todos os bancos que atuam no Brasil.

O BNDES-Exim opera três linhas de financiamento:

- Pré-Embarque
- Pré-Embarque Especial
- Pós-Embarque

Pré-Embarque financia a produção de bens a serem esportados com embarques específicos, ou seja, fornece capital de giro para o produtor. A participação máxima do BNDES é de até 100% do preço do FOB (*Free On Board – Livre a bordo*) de venda do produto, excluída a comissão do agente comercial, frete, seguros internacionais e eventuais pré-pagamentos. O prazo máximo do financiamento é de 18 meses, incluída a carência. Pode ser estendido até 24 e 30 meses, dependendo do produto financiado e da aprovação do BNDES.

O BNDES-Exim Pré-Embarque, funciona como um capital de giro para a empresa exportadora, financiando a produção de bens de capital destinados à exportação e, cuja venda já tenha sido negociada com o importador (FORTUNA, 2001).

Pré-Embarque Especial, destina-se ao financiamento da produção nacional de bens a serem exportados, sem vinculações a embarques específicos, mas com período predeterminado. Como o objetivo dessa linha é financiar o incremento da produção destinada ao mercado externo, baseia-se nas exportações realizadas pela empresa nos últimos 12 meses. A participação máxima do BNDES é de 100% e o prazo do financiamento é de 12 meses para a parcela de exportação performada, podendo alcançar, no máximo, 30 meses.

O BNDES-Exim Pré-Embarque Especial financia a produção de mercadorias a serem exportadas, não tendo vinculação com um embarque específico, embora cumprindo o compromisso de incremento das vendas externas em determinado prazo (FORTUNA, 2001).

As linhas de pré-embarque podem ser corrigidas tanto pela *Libor* como pela TJLP – taxa de juros de longo prazo.

Pós-Embarque é o refinanciamento da aquisição de bens ou serviços, mediante o desconto de títulos de crédito (notas promissórias ou letras de câmbio) ou a cessão dos direitos creditícios (cartas de crédito) relativos à exportação.

Poderão beneficiar-se do programa, empresas de qualquer porte, exportadoras de bens ou serviços e que sejam constituídas sob as leis brasileiras com administração e sede no Brasil.

O prazo é de 91 dias até 12 anos após o embarque e o valor financiado pode ter a participação máxima do BNDES de 100%.

#### **4.1.5.8. PROGRAMA DE FINANCIAMENTO À EXPORTAÇÕES – PROEX**

Criado pela Lei 8.187, de junho de 1991, financia diversos produtos na fase pós-embarque, tem duas finalidades específicas: financiamento pós-embarque à exportação de bens e serviços e a equalização de taxas de juros. Os recursos alocados a esse programa são orçamentários, e o Banco do Brasil S.A. é o agente financeiro da União para esse programa. (RATTI, 2004)

É o principal instrumento público de apoio às exportações brasileiras de bens e serviços em sua fase de comercialização. Foi estabelecido pelo governo federal com o propósito de conceder condições de financiamento adequadas para que os produtos e serviços de origem brasileira possam competir internacionalmente, em igualdade de condições com aqueles originários de terceiros países. (RATTI, 2004)

No financiamento, o crédito é concedido diretamente ao exportador por meio do desconto dos títulos representativos da venda a prazo (*supplier's credit*). As operações de crédito concedidas diretamente ao importador (*buyer's credit*) só são viabilizadas mediante contrato de financiamento firmado com o governo brasileiro. O financiamento à exportação foi regulamentado apenas ao final de 1995 pelo BACEN.

Segue a regulamentação sobre Proex – Financiamento à Exportação:

- Resolução nº 50, de 16.06.93, do Senado Federal - dispõe sobre as operações de financiamento externo com recursos orçamentários da União;
- Portaria nº 314, de 28.12.95, do MICT/MF - estabelece as condições para Financiamento e Equalização das exportações brasileiras de serviços ao amparo do PROEX;
- Resolução nº 2.575, de 17.12.98, do CMN - redefine os critérios aplicáveis aos financiamentos das exportações brasileiras ao amparo do PROEX;
- Portaria nº 375, de 21.12.99, do MDIC - estabelece as condições para financiamento às exportações de bens ao amparo do PROEX;
- Portaria nº 58, de 10.04.2002, do MDIC - substitui o Anexo da Portaria MDIC nº 374, de 21.12.99 que divulga os produtos elegíveis para o PROEX;
- Resolução nº 33, de 16.12.02, Resolução nº 45, de 23.12.03 e Portaria nº 176, de 01.10.02, do MDIC - alteram as diretrizes para utilização do PROEX.;
- Decreto nr. 4.993, de 18.02.2004 - cria o Comitê de Financiamento e Garantia das Exportações - COFIG;
- Circular nº 3.325, de 24.08.2006, do Banco Central do Brasil - divulga o Regulamento do Mercado de Câmbio e Capitais Internacionais (RMCCI).

#### **4.1.5.8.1. PROEX FINANCIAMENTO**

Tem por objetivo apoiar a comercialização no exterior de bens financiáveis, programas de computador (software) e cessão de direitos de comercialização de produções cinematográficas e/ou serviços, com recursos do Tesouro Nacional através de condições de financiamento compatíveis com as praticadas no mercado internacional.

Nessa modalidade de crédito são beneficiadas as Micro, Pequenas e Médias empresas, exportadoras constituídas sob as leis brasileiras sediadas no país, incluídas as "*trading companies*" e comerciais exportadoras, cuja receita

operacional bruta anual não ultrapasse R\$ 60.000.000,00, ficando ressalvado o enquadramento de operações de empresas de grande porte exclusivamente para cumprir compromissos governamentais decorrentes de acordos bilaterais de créditos brasileiros e operações que não possam ser viabilizadas pelo mercado ou que contem com co-financiamento da Corporación Andina de Fomento - CAF;

Condições do Proex Financiamento:

- Parcela Financiada: 100% do valor da exportação para financiamentos com prazo de até dois anos e limitada a 85% do valor da exportação nos financiamentos com prazos superiores. Qualquer condição de venda negociada (*Incoterms*) pode ser financiada;
- Prazos: de 60 dias a 10 anos. Os prazos são definidos de acordo com o conteúdo tecnológico da mercadoria ou a complexidade do serviço prestado;
- Taxa de Juros: equivalente às praticadas no mercado internacional;
- Forma de pagamento pelo importador: em parcelas trimestrais ou semestrais (esta última preferencialmente nas operações com prazo de pagamento superior a 12 meses) iguais e sucessivas. Nas operações de curto prazo (até 356 dias), cujo período de financiamento não seja múltiplo de 90 dias, exige-se um pagamento único no final.

#### **4.1.5.8.2. PROEX EQUALIZAÇÃO**

Modalidade de crédito onde o Programa arca com parte dos custos do financiamento, equalizando os juros cobrados pelas instituições financeiras. Todos os estabelecimentos financeiros ou de crédito autorizados a operar no mercado de câmbio no Brasil, ou mesmo qualquer instituição bancária estabelecida no exterior, incluindo a Corporación Andina de Fomento – CAF, também podem operar no Sistema de Equalização de Taxas de Juros. Admite a participação de quaisquer empresas exportadoras, independentemente do seu porte. A equalização é paga às instituições financiadoras, mediante a emissão pelo Tesouro Nacional de Notas do Tesouro Nacional da Série – I (NTN-I).

#### Condições do Proex Equalização:

- As taxas máximas de equalização são estabelecidas pelo Banco Central do Brasil e revistas periodicamente;
- O percentual máximo equalizável é de 85% do valor da operação;
- Os prazos de equalização são definidos de acordo com o conteúdo tecnológico da mercadoria ou a complexidade do serviço prestado e limitados ao prazo do financiamento.

#### 4.1.5.8.3. QUADRO COMPARATIVO PROEX FINANCIAMENTO E PROEX EQUALIZAÇÃO

	PROEX FINANCIAMENTO	PROEX EQUALIZAÇÃO
<b>Tipos</b>	Pós-Embarque.	Pós-Embarque.
<b>Recursos</b>	Tesouro Nacional.	Captados no país ou no exterior por instituições financeiras.
<b>Beneficiários</b>	Empresas exportadoras.	Instituições financeiras.
<b>Prazo</b>	60 dias a 10 anos.	20 dias a 10 anos.
<b>Percentual de Financiamento</b>	- Operações de até 2 anos e limitado a USD 10 milhões até 100%; - Acima de 2 anos até 85%.	- Até 85% independente do prazo ou valor.
<b>Garantias</b>	- Aval ou fiança bancária; - Carta de crédito; - Títulos cursados no CCR (Convênios de Pagamentos e Créditos Recíprocos), com reembolso automático; - Seguro de Crédito à Exportação; - Aval do governo ou bancos oficiais (setor público).	- A critério do agente financeiro.

Fonte: Banco do Brasil

#### 4.1.5.9. DESCONTO DE FORFAIT EXPORTAÇÃO

É um produto comum, hoje em dia, no mercado internacional nas vendas de bens de capital, também conhecido como *forfaiting* é um desconto ou compra de títulos representativos de uma operação comercial a prazo.

O *forfaiting* ainda é pouco conhecido e utilizado pelos bancos, mas é provável que logo venha a ser uma fonte popular de recursos, já que, ao fecharem financiamentos para o comércio exterior, via *forfaiting*, os bancos brasileiros transferem o risco da operação para uma instituição especializada no ramo, que é o *forfaiteer*. Assim, o risco de crédito, das variações do câmbio e das taxas de juros, fica com o agente do *forfaiting*, que não tem o direito de regresso (FORTUNA, 2001).

Esta modalidade de crédito permite ao exportador a venda à prazo recebimento à vista, sem a exposição aos riscos e custos de fornecer uma financiamento direto aos seus clientes.

No desconto a Forfait de exportação ocorre uma aquisição, por parte de uma dependência externa, de uma cambial representativa da exportação brasileira sem o direito de regresso contra o exportador brasileiro, o qual recebe à vista o valor descontado de uma venda a prazo.

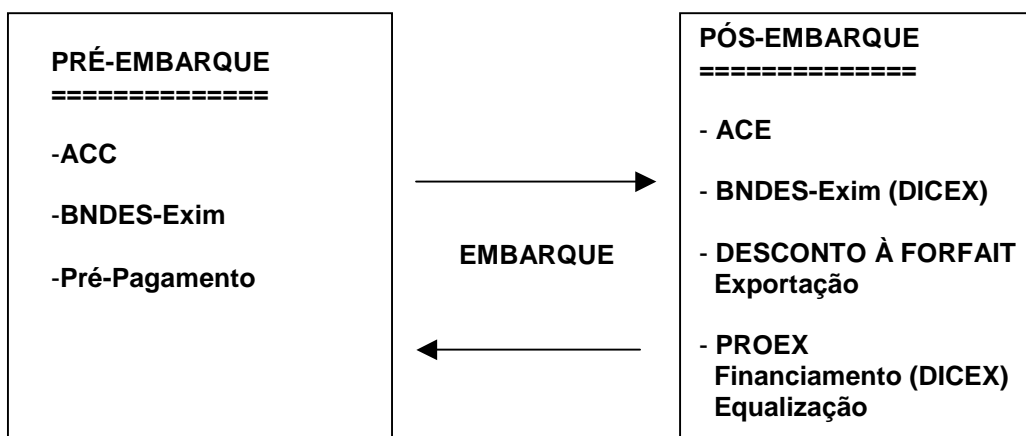
O mercado de *forfaiting* funciona como uma espécie de desconto de notas promissórias. É uma forma de ter um *funding* (captação) contra venda de uma cambial (saque) (FORTUNA, 2001).

#### **4.1.5.9.1. BENEFÍCIOS AO EXPORTADOR**

O seu maior atrativo é que o mecanismo não oferece riscos ao exportador, pois é a compra das obrigações do importador, saques cambiais sempre sem o direito de regresso, o que garante ao exportador estar livre dos riscos da operação.

- Melhora em seus fluxo de caixa;
- Não tem exposição a risco de crédito e risco político;
- Financiamento de até 100% da venda efetuada;
- Processo operacional simples e ágil;
- Possibilidade de aumentar as vendas.





Fonte: Banco do Brasil

É perfeito para financiar o Pós-Embarque, beneficiando o setor de bens de capital sendo a única fonte de médio e longo prazos para riscos considerados perigosos.

E não existe limitação de valor, vai depender da margem disponível do cliente para operação com a instituição financeira.

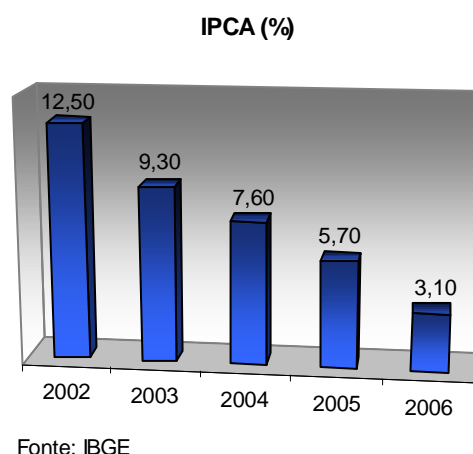
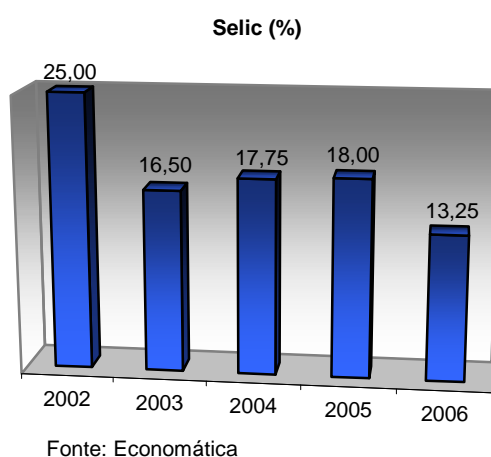
#### 4.1.6. PANORAMA MACRO ECONÔMICO

##### 4.1.6.1. MACROECONOMIA

O cenário econômico internacional foi marcado pela continuidade do bom desempenho de nações com papéis-chave no contexto global. Todavia, as elevadas cotações e a volatilidade dos preços de importantes *commodities*, principalmente do petróleo, geram incertezas sobre o comportamento futuro da inflação, sobretudo nos Estados Unidos. Com isso, vários países elevaram suas taxas referenciais de juros, porém sem gerar efeitos relevantes sobre a liquidez internacional, a aversão ao risco e o fluxo de recursos para países emergentes.

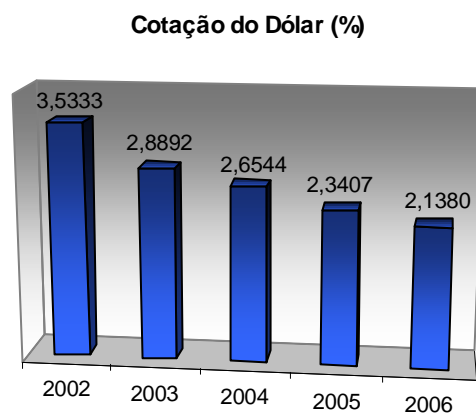
No Brasil, a economia foi caracterizada por controle da inflação, valorização cambial, manutenção da disciplina fiscal, continuidade do processo de queda dos juros reais, crescimento da massa de salários e expansão do crédito.

A inflação medida pelo índice nacional de preços ao consumidor amplo (IPCA) recuou pelo quarto ano consecutivo e, pela primeira vez desde que o regime de metas para inflação foi implementado em 1999, a variação anual do índice (3,14%) ficou abaixo do valor central da meta (4,50%). Com a inflação sob controle, o Banco Central do Brasil vem reduzindo sucessivamente a taxa básica de juros da economia que atingiu 13,25% ao final de 2006 e atualmente encontra-se em 11,50% em agosto de 2007.



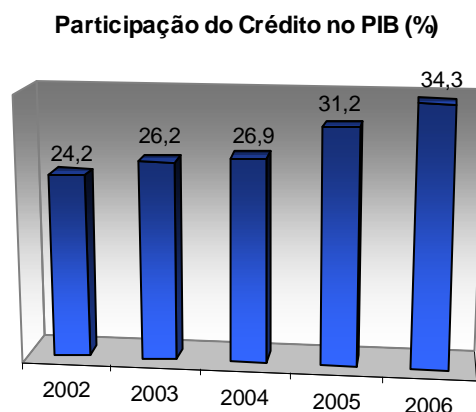
O dólar apresentou trajetória decrescente e fechou o ano cotado a R\$ 2,1380 contra R\$ 2,3407 em 2005. A valorização do real (8,7%) possibilitou a ampliação das importações de bens de consumo, sem acarretar, contudo, na redução das exportações, uma vez que o cenário internacional era favorável ao comércio exterior brasileiro. O alcance do mais alto estoque de reservas internacionais levou à melhora dos indicadores de endividamento externo e

contribuiu para a trajetória decrescente do risco-país, que alcançou um piso histórico de 152 pontos.



Fonte: Económica

O movimento de expansão da renda e do consumo impulsionou a carteira de crédito das instituições financeiras, que encerrou o ano representando 34,3 % do PIB. Esse desempenho foi influenciado, principalmente, pelo avanço de 78,4% do crédito ao consumidor.



Fonte: Banco Central

Em suma, no ambiente interno, 2006 finalizou com inflação bem comportada, manutenção da disciplina fiscal, continuidade do processo de queda dos juros reais, do crescimento da massa de salários e da expansão do crédito, que são importantes indutores da retomada do crescimento mais acelerado da Economia.

#### **4.1.6.2. AVALIAÇÃO DO RISCO-PAÍS**

Existem duas medidas de risco de um país. A primeira é uma medida sobre o risco dos títulos emitidos por países emergentes, denominada risco-país. A segunda considera uma análise mais ampla observando vários fundamentos da economia em questão, chamada de risco soberano.

O risco-país é um indicador que busca expressar, de forma objetiva, o risco a que investidores estrangeiros estão submetidos quando investem no País. No mercado, o indicador mais utilizado para esta finalidade é o rendimento médio de uma carteira hipotética, constituída por papéis emitidos por determinada nação no exterior, frente ao rendimento dos títulos do tesouro norte-americano de prazo comparável (que são considerados livre de risco). Quanto maior o risco, menor, *a priori*, a capacidade de o País atrair capital estrangeiro. Em consequência, maior é o prêmio ou taxa de juros exigidos pelos investidores para a compra de títulos emitidos por um determinado país.

A recente evolução dos fundamentos macroeconômicos no Brasil, aliada ao favorável ambiente internacional, vêm se refletindo de maneira positiva sobre a trajetória do risco-país. Desde setembro de 2002, quando essa variável atingiu seu máximo (2.443 pontos base set/02), em função de incertezas sobre o futuro da política econômica, observou-se uma inflexão na tendência, alcançando o menor patamar histórico em maio deste ano (138 pontos base).

O processo de abertura da conta capital e o conseqüente crescimento das transações com bônus de diversos países em escala global à necessidade de se mensurar o grau de risco a que cada investidor estava incorrendo. A partir dos preços dos títulos soberanos por eles emitidos, algumas medidas foram criadas para tentar quantificar essa percepção dos investidores. O *spread* médio pago pelos títulos de um determinado país em relação aos juros dos títulos do Tesouro norte-americano (considerado sem risco) tem sido uma importante medida para capturar esse prêmio de risco.

Nos países emergentes, a medida de risco mais conhecida é o EMBI + (*Emerging Markets Bond Index Plus*)<sup>1</sup>, que é uma média ponderada dos *spreads* pagos pelos títulos dos principais mercados emergente, sobre títulos de igual vencimento do Tesouro norte-americano.

De maneira geral, o risco-país (ou prêmio de risco) busca expressar a remuneração que o investidor exige para correr determinado risco em função de deter em seu *portifólio* título de um país emergente. Em outras palavras, se o risco-Brasil está em 150 pontos, significa que um agente para reter um bônus brasileiro está exigindo cerca de 1,5% a mais do que o pago a um título dos Estados Unidos com características semelhantes de prazo.

O risco-país reflete o “apetite” dos investidores pelos títulos emitidos por economias emergentes que tendem a se correlacionar negativamente com a situação econômica e financeira de um país, bem como com sua estabilidade política e seu desempenho histórico no cumprimento das obrigações financeiras. As condições de arbitragem, sob perfeita mobilidade de capital, deveriam garantir que os ativos denominados na mesma moeda, com mesmo prazo, oferecessem a mesma rentabilidade, ponderados pelas condições de risco e liquidez (GARCIA e DIDIER, 2001).

Considerando que a maioria dos países emergentes que recentemente, tornaram-se grau de investimento apresentaram significativa queda em seus riscos-país, o objetivo desta seção é realizar exercício econométrico a fim de verificar quais fatores influenciam o comportamento do risco-Brasil e, posteriormente, inferir sobre algumas hipóteses, quando o Brasil poderia se tornar grau de investimento.

Neste momento, cabe fazer a diferenciação de risco-país e risco soberano. A segunda medida considera uma análise mais ampla do que a primeira. O risco soberano reflete a capacidade e a disposição do governo para honrar pontual e integralmente o serviço da dívida, estimando assim a probabilidade de inadimplência futura. Dessa forma, não é uma recomendação para comprar ou vender um título mobiliário, ou uma previsão da estabilidade ou volatilidade de seu preço. O risco

---

<sup>1</sup> Calculado pelo J. P. Morgan

soberano não é medido em pontos de base (como o risco-país), mas sim por meio de um conceito emitido por agências de classificação de risco, cujos principais representantes são: Moody's, Standard & Poor's e Fitch Rating. Essas agências classificam os países em grau especulativo e grau de investimento.

No caso do Brasil, diversos fatores vêm contribuindo para a melhor percepção dos investidores externos em relação à economia brasileira. Aliada às condições favoráveis no mercado internacional em termos de liquidez, a contínua melhora nos fundamentos da economia brasileira foram fundamentais para reduzir a aversão ao risco-Brasil. Dentre os quais destacam-se a melhora significativa nas contas externas do Brasil, controle da taxa de inflação, redução da relação dívida/PIB e diminuição do diferencial de juros (internos/externos).

Diante da perspectiva de melhora gradual nos fundamentos macroeconômicos, em especial aqueles ligados à solvência externa, da reafirmação do compromisso do Governo com a austeridade fiscal, da consolidação da democracia e da possibilidade de implementação das reformas estruturais necessárias ao crescimento sustentado da economia.

O Jornal Valor Econômico – *On line*, em sua matéria do dia 23/08/2007, traz que a agência Moody's melhora ratings do Brasil e dá grau de investimentos para teto soberano:

SÃO PAULO - A agência de classificação de risco Moody's Investors Service elevou os principais ratings soberanos do Brasil. O teto soberano para os títulos em moeda estrangeira passou para " Baa3/P-3 " , que indica grau de investimento (investment grade) na escala da empresa. É a primeira vez que o Brasil consegue uma classificação de grau de investimento no teto para títulos em moeda estrangeira. Esse teto estipulado para as notas de avaliação do Brasil é baseado na nota atual das dívidas em moeda local e estrangeira do país e na avaliação feita pela Moody's de risco moderado de moratória dos pagamentos em um eventual calote do governo.

A nota dos títulos do governo em moeda estrangeira e moeda local subiu de Ba2 para Ba1. O teto soberano para depósitos bancários em moeda estrangeira também foi elevado de Ba3 para Ba2. O teto de curto prazo para depósitos em moeda estrangeira continua Not Prime.

De acordo com nota da agência, a melhora das classificações reflete

" a melhoria observada no perfil de endividamento geral do governo, a antecipação de uma redução mais acelerada dos indicadores de endividamento do governo no futuro próximo, e a esperada continuação de fortalecimento dos indicadores de dívida externa " .

Em nota, o analista sênior da Moody's, Mauro Leos, diz que o Brasil tem diminuído sua vulnerabilidade externa, conforme amplia suas reservas internacionais e diversifica a pauta de exportações. Esses fatores, segundo ele, deixam o país mais bem preparado para reagir a turbulências externas do que outros países emergentes.

O analista também menciona a melhora do perfil da dívida interna, com aumento da parcela de títulos prefixados. "O melhor perfil de crédito do governo é em grande parte reflexo do gerenciamento pró-ativo da dívida por parte do Tesouro Nacional", diz Leos.

#### **4.1.6.3. GRAU DE INVESTIMENTO – *INVESTMENT GRADE***

Abordaremos nessa seção de alguns pontos fundamentais que poderiam levar o Brasil a almejar *upgrades* em direção ao grau de investimento pelas agências de classificação.

Nesse sentido, as agências e suas classificações de risco, como mercadoria, são hoje importantes componentes na dinâmica dos mercados financeiros internacionais para que a oferta de recursos não fique restrita a bancos. Estas disponibilizam ao mercado de capitais informações que melhoram as relações entre aplicadores e tomadores de caráter distanciado e impessoal.

##### **4.1.6.3.1. BENEFÍCIOS E DESAFIOS**

A perspectiva estável dos *ratings* reflete os desafios que ainda devem ser enfrentados pelo Brasil para consolidar as conquistas atingidas no âmbito fiscal e externo. Além de compilar a dinâmica fiscal, as altas taxas de juros, que refletem fragilidades estruturais e não apenas cíclicas, limitam as perspectivas de crescimento e de investimento no País. A continuidade de política fiscal prudente ao longo de mais um ciclo eleitoral político que reduzam o nível e a rigidez dos gastos públicos, poderia gerar um grau de confiança mais elevado na sustentabilidade do ajuste fiscal brasileiro e, provavelmente, possibilitar uma maior redução da taxa de juros real.

O mercado de fusões e aquisições no Brasil tende a mudar. A proximidade de o risco de crédito do Brasil ser classificado como "investment grade" afeta diretamente a perspectiva e a movimentação dos investidores no país. Isto pode ser percebido pelo comportamento da Bovespa, pela venda de títulos públicos e até mesmo pelo interesse dos investidores em empreendimentos no Brasil.

Mas por que isso acontece? Para entender essa movimentação recente no mercado é preciso entender o que significa "investment grade". Concedido pelas agências especializadas e reconhecidas pela comunidade de investimento, como Fitch, Moody's e Standard & Poor's, trata-se de uma nota (ou rating) dada a um emissor de dívida, seja empresa ou país, refletindo a sua percebida capacidade de pagamento.

Algumas restrições persistem, como por exemplo a elevada carga tributária, que induzem o País a um baixo nível de investimento produtivo e que vêm dificultando a capacidade de crescimento sustentado da economia brasileira nos últimos anos.

#### **4.1.6.3.2. CLASSIFICAÇÃO DO BRASIL PELAS AGÊNCIAS DE RANTINGS**

Além de classificar o país, as agências também avaliam empresas, atribuindo notas que indicam que as mesmas são grau de investimento ou grau especulativo. Estas menções também são extremamente importantes para as empresas por proporcionarem uma referência do nível de risco para os mercados nacional e internacional.

No caso da Standard & Poor's, por exemplo, a nota máxima de uma empresa ou país é AAA. Esse rating representa uma excelente capacidade de honrar compromissos financeiros. Os níveis abaixo evoluem do AAA ao A-, e deste ao BBB+ até o CC, que é o nível inferior da escala, ou seja, onde ela termina.

Os ratings AAA até BBB- são os mais altos, sendo chamados de "*investment grade*." O risco de devedores com ratings de BB+ até CC é considerado especulativo.



**Tabela – Classificação de Risco**

<b>S&amp;P</b>	<b>Moody's</b>	<b>Fitch</b>
AAA	Aaa	AAA
AA+	Aa1	AA+
AA	Aa2	AA
AA-	Aa3	AA-
A+	A1	A+
A	A2	A
A-	A3	A-
BBB+	Baa1	BBB+
BBB	Baa2	BBB
BBB-	Baa3	BBB-
BB+	Ba1	BB+
BB	Ba2	BB
BB	Ba3	BB-
B+	B1	B+
B	B2	B
B-	B3	B-
CCC+	Caa1	CCC+
CCC	Caa2	CCC
CCC-	Caa3	CCC-
CC	Ca	CC
C	C	C
D	-	D

Fonte: Bloomberg

Atualmente, o rating do Brasil é BB+ pela Fitch, Ba3 pela Moody's e BB pela Standard & Poor's. Esta classificação é positivamente influenciada por uma política econômica consistente, um regime cambial flutuante, uma prática fiscal bem-sucedida e uma dívida em moeda local menos sensível a flutuações cambiais. Na realidade, a classificação do Brasil só não é melhor devido a seu alto endividamento público, aos obstáculos estruturais do crescimento e ao limitado investimento fixo na economia.

#### **4.1.6.3.3. O PAÍS PERTO DO GRAU DE INVESTIMENTO**

O setor externo brasileiro foi o maior responsável pela melhora dos indicadores de vulnerabilidade nos últimos anos, influenciando os recentes *upgrades* recebidos pelo País.

As principais variáveis de solvência externa do Brasil e de outros países emergentes grau de investimento, avaliados pelas agências de *ratings* são:

- Dívida externa total como proporção do PIB;
- Dívida externa total em relação ao total das exportações de bens, serviços e rendas; e
- Razão entre serviço da dívida externa total e exportações de bens, serviços e rendas.

A análise comparativa do desempenho do Brasil e de outros países nos indicadores de solvência externa ajuda a compreender a distância que nos separa do grau de investimento na avaliação de risco soberano pelas agências, bem como nos fornece alguns *insights* sobre objetivos e medidas de política econômica consistentes para uma melhora gradual na classificação.

A agência Moody's em nota do Jornal Valor Econômico *On line* de 24/08/2007, diz:

"A agência de classificação de risco Moody's elevou nesta quinta-feira os ratings do Brasil em moeda estrangeira e local, deixando o país a uma nota do chamado grau de investimento. O movimento acontece cerca de três meses depois que outras duas grandes agências americanas, Fitch Ratings e Standard & Poor's, fizeram o mesmo com a nota brasileira.

De acordo com a Moody's, o aumento dos ratings do Brasil, cuja nota passou de "Ba2" para "Ba1", refletem a "melhoria observada no perfil de endividamento geral do governo, a antecipação de uma redução mais acelerada dos indicadores de endividamento do governo no futuro próximo, e a esperada continuação de fortalecimento dos indicadores de dívida externa".

Conforme tabela de Classificação já apresentada o "Ba1" é a última nota abaixo do chamado grau de investimento, selo dado a títulos soberanos de países com risco baixo.

Apesar dos avanços, ainda restam algumas medidas que precisam ser tomadas para que o Brasil consiga crescer de forma sustentada, e a partir daí criar condições para diminuir a distância em relação aos países grau de investimento. Dentre as barreiras que nos impedem de crescer, destacam-se: o ainda elevado

nível das taxas de juros reais, a alta carga tributária, a elevada dívida pública interna, excesso de gastos públicos e baixa taxa de investimento produtivo.

Diante das perspectivas de melhora gradual nos fundamentos macroeconômicos, em especial aqueles ligados à solvência externa, da reafirmação do compromisso do Governo com a austeridade fiscal, da consolidação da democracia e a possibilidade de implementação das reformas estruturais necessárias ao crescimento sustentado da economia é provável que o País alcance o grau de investimento.

## 5. PESQUISA METODOLÓGICA

Com relação ao trabalho, o mesmo foi realizado com clientes do Banco do Brasil, instituição que constitui uma das principais referências no mercado em operações voltadas para empresas que desejam negociar seus produtos no mercado externo.

Foi escolhido o método de estudo de caso, por considerar que atende as diversas características desta pesquisa, como o fato de se tratar de um estudo exploratório qualitativo; o desejo de se obter uma visão mais abrangente do problema em estudo; o fato de ter-se analisado um processo (fenômeno em curso); a análise de inúmeras variáveis; e a natureza do problema ser adequada ao uso do método.

Segundo Yin (1989), o estudo de caso é um dos modos mais recomendáveis, quando a questão que rege a proposta de pesquisa gira em torno de como e por quê, lidando com ligações operacionais que necessitam ser traçadas ao longo do tempo ou, em outras palavras, indagando sobre “um conjunto de eventos contemporâneos sobre o qual o investigador tem pouco ou nenhum controle”.

Na fase de coleta de dados foi utilizado questionários estruturados, distribuídos para algumas empresas. O empresário ao pleitear um recurso voltado para financiar suas exportações respondeu o questionário. Além de pesquisa bibliográfica.

A análise dos dados foi efetuada ao término do preenchimento, e os questionários que foram respondidos pelos clientes dispensaram a identificação dos mesmos. Os dados foram transcritos, tabulados e categorizados gerando novos elementos ou confirmando elementos encontrados na literatura. Assim, as variáveis encontradas na prática foram relacionadas com a teoria o que representa a construção ou extensão de um modelo teórico a partir da observação da prática.

## 6. ANÁLISE DE DADOS

A construção do questionário foi feita com base em conversas informais com clientes, pessoas Jurídicas, da Agência Empresarial Vale do Itajaí do Banco do Brasil, local onde foram aplicadas as entrevistas posteriormente.

Foram entrevistados 33 clientes pessoa Jurídica, sendo o primeiro contato por telefone ou pessoalmente, acerca de mecanismos de financiamentos à exportação existentes no Banco do Brasil. Os clientes responderam oralmente aos questionamentos.

Trata-se de pesquisa por conveniência, sendo que por isso tem vieses, apesar de não haver uma pergunta no questionário para esclarecer tal constatação, observou-se que grande parte dos entrevistados, foram pessoas jurídicas de responsabilidade limitada, que passaram a vender seus produtos para o mercado externo.

Notou-se que o perfil do empresariado vem mudando com essa nova política econômica do país, principalmente aproveitando as oportunidades negociais que o mercado vem oferecendo.

Os resultados foram apresentados em tabelas, sendo seguida a forma de apresentação Uto (2004). As perguntas foram analisadas na mesma ordem em que se apresentou o questionário, conforme anexo 1.

A primeira parte da pesquisa apresentou duas perguntas: há quanto tempo existe a pessoa jurídica e há quanto tempo é cliente pessoa jurídica do Banco do Brasil (uma vez que a Agência Empresarial Vale do Itajaí – Pilar Atacado existe a apenas 5 anos).

TEMPO EXSITÊNCIA		TEMPO CLIENTE BB	
35	anos	34	anos
33	anos	32	anos
32	anos	32	anos
30	anos	30	anos
30	anos	29	anos
29	anos	29	anos
27	anos	27	anos
26	anos	25	anos
25	anos	25	anos
23	anos	23	anos
22	anos	21	anos
21	anos	21	anos
20	anos	19	anos
19	anos	19	anos
19	anos	17	anos
17	anos	17	anos
17	anos	16	anos
16	anos	16	anos
15	anos	15	anos
15	anos	14	anos
13	anos	12	anos
12	anos	12	anos
10	anos	10	anos
10	anos	10	anos
9	anos	9	anos
9	anos	8	anos
8	anos	8	anos
7	anos	7	anos
7	anos	6	anos
6	anos	6	anos
6	anos	5	anos
5	anos	5	anos
5	anos	5	anos

Fonte: Dados da pesquisa – Anexo 1

#### **Quatro 1 Tempo de Existência e Cliente BB**

Constatou-se que a média de idade das empresas entrevistadas foi de 17,52 anos, e também foi observado que a maioria das empresas, a média de tempo que as empresas entrevistadas são clientes do Banco do Brasil foi de 17,09 anos, sendo que 66,67% são clientes há mais de 10 anos do Banco do Brasil e apenas 33,33% são clientes há menos de 10 anos.

A segunda pergunta, já pertence a segunda fase do questionário: “O que levou sua empresa a exportar?”, e constatou-se que 36,36% das empresas passaram a exportar em virtude da concorrência interna, 27,27% responderam que

foi em virtude das oportunidades, 18,18% em virtude da concorrência externa, 12,12% em virtude da sazonalidade e 6,07% outros motivos.

<b>Principal Motivo para Exportar</b>	
Concorrência Interna	36,36%
Concorrência Externa	27,27%
Oportunidades	18,18%
Sazonalidades	12,12%
Outros Motivos	6,07%

Fonte: Dados da pesquisa – Anexo 1

#### **Quatro 2 Principal Motivo para Exportar**

A terceira pergunta foi: “Sua empresa utiliza linhas de financiamento para viabilizar suas exportações?”, e constatou-se que todas as empresas entrevistadas utilizam linhas de financiamento à exportação, sendo 75% das empresas utilizam linhas de financiamento à exportação com freqüência, 25% respondeu que utiliza raramente. Nesta entrevista observou-se que 100% dos clientes entrevistados utilizam linhas de financiamento à exportação.

<b>Utiliza Linhas de Financiamento à Exportação</b>	
Com Freqüência	75%
Raramente	25%
Nunca	0%

Fonte: Dados da pesquisa – Anexo 1

#### **Quatro 3 Utiliza Linhas de Financiamento à Exportação**

A quarta pergunta foi: “Sua empresa financia as exportações com linhas de crédito do mercado interno ou mercado externo?”, e constatou-se que 80% das empresas utilizam linhas de crédito do mercado interno e 20% do mercado externo.

<b>Linhas de Crédito</b>	
Mercado Interno	80%
Mercado Externo	20%

Fonte: Dados da pesquisa – Anexo 1

#### **Quatro 4 Linhas de Crédito**

A quinta pergunta foi: “Em que fase das exportações sua empresa utiliza as linhas de crédito?”, e constatou-se que 65% das empresas utilizam na fase de pré-embarque e 35% na fase pós-embarque.

<b>Fase das Exportações</b>	
Pré-Embarque	65%
Pós-Embarque	35%

Fonte: Dados da pesquisa – Anexo 1

#### **Quatro 5 Fase das Exportações**

A sexta pergunta foi: “Costuma procurar o Banco do Brasil para financiar suas exportações?”. Vale ressaltar que não foi apresentada qualquer relação de produtos que é oferecido pelo Banco do Brasil às empresas exportadoras, e constatou-se que todas as empresas entrevistadas utilizam linhas de financiamento à exportação oferecidas pelo Banco do Brasil, sendo que 80% das empresas utilizam com frequência e 20% responderam que utilizou raramente. Neste questionamento também observou-se que 100% das empresas entrevistadas procuram o Banco do Brasil para financiar as exportações.

<b>Procura o BB para Financiar às Exportações</b>	
Com Frequência	80%
Raramente	20%
Nunca	0%

Fonte: Dados da pesquisa – Anexo 1

#### **Quatro 6 Procura o BB para Financiar às Exportações**

A sétima pergunta foi: “Em caso afirmativo, quais as linhas de crédito mais utilizadas?”. Vale ressaltar que não foi apresentado qualquer relação de produtos oferecidos pelo Banco do Brasil às empresas exportadoras, e constatou-se que 60% das empresas utilizam ACC – Adiantamento sobre contrato de câmbio, 30% utilizam ACE – Adiantamento sobre cambiais entregues, 5% Proex – Programa de financiamento à exportação e 5% de Desconto de *Forfait* Exportações.



<b>Linhas mais Utilizadas</b>	
ACC	60%
ACE	30%
Proex	5%
Desconto de <i>Forfait</i> Exportação	5%

Fonte: Dados da pesquisa – Anexo 1

#### **Quatro 7 Principal Motivo para Exportar**

No questionário sobre produtos, terceiro e última parte da entrevista, foi exposto uma relação das linhas de financiamento à exportação oferecida pelo Banco do Brasil, e solicitado aos entrevistados listassem acerca do conhecimento e utilização das mesmas.

<b>Produto</b>	<b>Conhece</b>	<b>Utiliza</b>
ACC	100%	60%
ACC Indireto	10%	0%
ACE	100%	30%
Pré-Pagamento Exportação	60%	0%
Proger Exportação	50%	0%
Proex Financiamento	60%	4%
Proex Equalizável	60%	1%
Desconto de <i>Forfait</i> Exportação	40%	5%

Fonte: Dados da pesquisa – Anexo 1

#### **Quatro 8 Conhecimento e Utilização**

Com base nos resultados encontrados nesta terceira e última parte da pesquisa, pôde-se observar que, grande parte dos entrevistados declara ter conhecimento acerca da maioria dos produtos, porém não utilizam a maioria dos financiamentos.

A terceira parte da entrevista comprovou que a maioria dos clientes conhece os produtos de financiamento à exportação, mas que utilizam na sua preferência o ACC, o ACE, alguns o PROEX e o Desconto de *Fortait* Exportação, deixando de lado as demais linhas de crédito oferecidas pelo Banco do Brasil.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como exposto, verificou-se um amplo campo de financiamentos públicos e privados disponíveis no mercado de exportação brasileiro. Porém, há de se ressaltar que nem sempre houve essa disponibilidade, como atualmente. Esse fluxo financeiro de recursos de prazo mais longo acompanha o apetite de investidores internacionais com relação ao risco Brasil. Em outras palavras, quanto menor o risco do país mais bancos internacionais, principalmente, têm interesse em disponibilizar recursos aos exportadores brasileiros.

Também com a globalização e mais a abertura dos mercados, aumentou ainda mais a competitividade existente entre os bancos do país. Principalmente em momentos de cenários político-econômicos favoráveis como o atual, os *spreads*, cobrados pelos bancos caem vertiginosamente de acordo com a nova realidade brasileira.

Ao longo deste trabalho observou-se as etapas do processo de busca para o ingresso no mercado internacional exportando com competitividade, utilizando-se de medidas disponíveis no mercado interno, como apoio do governo ou instituições financeiras, bem como a escolha da melhor alternativa para obtenção de recursos, além do cenário econômico atual mais favorável ao comércio exterior.

Enfim, concluiu-se que, se por um lado, o mercado brasileiro não apresenta o modelo mais ideal de financiamento ao comércio exterior do país, principalmente no tocante às exportações, por outro vem oferecendo alternativas para amenizar a situação, seja por meio de financiamento estatal as exportações brasileiras ou financiamentos de instituições financeiras, buscando ainda mais a abertura da economia nacional.

Falta aos empresários brasileiros acreditar e investir no entanto, com o aumento das exportações é necessária a concentração de esforços tanto Governo, como do setor privado para melhorar a logística, o aprimoramento tecnológico, bem como ampliar a capacidade dos portos e rodovias para que possamos escoar

nossas riquezas de forma rápida e eficaz, reduzindo custos tornando assim nossos produtos e serviços competitivos no mercado internacional.

Pode-se afirmar que a economia brasileira vem criando as condições institucionais e macroeconômicas adequadas ao crescimento econômico que o país, por meio de correção das distorções de forma a eliminar desequilíbrios na estrutura produtiva e produzir condições competitivas adequadas ao novo contexto de crescente inserção no mercado internacional.

## REFERÊNCIAS

Agência de Promoção de Exportações e Investimento. Disponível em: [www.apexbrasil.com.br](http://www.apexbrasil.com.br).

BANCO DO BRASIL S.A. **Livro de Instruções Circulares**. 2007.

BRASIL. Portaria n. 15, de 17 de novembro de 2004 (com as alterações promovidas até a Portaria Secex n. 1/2005). Consolidação das Portarias Secex (Exportação). Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Secretaria de Comércio Exterior. Disponível em: [www.desenvolvimento.gov.br](http://www.desenvolvimento.gov.br).

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Secretaria de Comércio Exterior. **Aprendendo a Exportar**. Disponível em: [www.portaldoexportador.gov.br](http://www.portaldoexportador.gov.br).

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Departamento de Promoção Comercial. **Exportação Passo a Passo**. Brasília, 2004.

DUPITA, A.; FERREIRA, C.. **Brasil: Grau de Investimento**. Pontífica Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP. Textos para Discussão n° 5. São Paulo, 2004.

FORTUNA, Eduardo. **Mercado Financeiro: produtos e serviços**. 11ª. Ed. Rio de Janeiro: Qualitymak, 1998.

GARCIA, Luiz Martins. **Exportar: Rotinas e Procedimentos, Incentivos e Formação de Preços**. 8ª. Ed. São Paulo: Aduaneiras, 2004.

GARCIA, M.G.; DIDIER, T. **Taxas de Juros, Risco Cambial e Risco Brasil**. PUC – RIO, 2001.

JACKSON, Robert H. e SORENSEN, George. **Introdução às relações internacionais: teorias e abordagens**. Tradução, Bárbara Duarte; revisão técnica, Arthur Ituassu. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 2ª. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

LABATUT, Enio Neves. **Teoria e Prática de Comércio Exterior**. 3ª. Ed. Aduaneira, 1990.

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – Disponível em: [www.desenvolvimento.gov.br](http://www.desenvolvimento.gov.br).

Ministério das Relações Exteriores – Disponível em: [www.mre.gov.br](http://www.mre.gov.br).

Portal do Exportador – Disponível em: [www.portaldoexportador.gov.br](http://www.portaldoexportador.gov.br).

PASSOS, C.R.M. e NOGAMI, O. **Princípios de Economia**. 5ª. Ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

RATTI, Bruno. **Comércio Internacional e Câmbio**. 10ª. Ed. São Paulo: Aduaneiras, 2004.

RATTI, Bruno. **Vade-Mécum de Comércio Internacional e Câmbio**. 2ª. Ed. São Paulo: Aduaneiras, 2002.

Revista Isto É Dinheiro. Editora Três, 2006.

VEIGA, P. M, INGLESIAS, R. M. **A institucionalidade da política brasileira de comércio exterior**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002. Disponível em: [www.bndes.gov.br](http://www.bndes.gov.br).

## **ANEXOS**

## **ANEXO 1 - QUESTIONÁRIO**

**Este questionário visa coletar dados para monografia do curso de Especialização em Pós-Graduação em Gestão de Negócios Financeiros da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS**

Questionário – Primeira Parte – Instruções:

Responda de acordo com a sua opinião ou percepção a respeito do assunto solicitado.

Não é necessária a identificação do respondente.

Empresa constituída a quanto tempo: \_\_\_\_\_ anos.

Cliente Pessoa Jurídica do Banco do Brasil a quanto tempo: \_\_\_\_\_ anos.

Questionário – Segunda Parte – Instruções:

Marque a seguir todas as alternativas que sua empresa utiliza voltadas para exportação.

**(2)** O que levou sua empresa a exportar?

- ( ) Concorrência interna
- ( ) Concorrência externa
- ( ) Oportunidades
- ( ) Sazonalidades
- ( ) Outros motivos

**(3)** Sua empresa utiliza linhas de financiamento para viabilizar suas exportações?

- ( ) Com freqüência
- ( ) Raramente
- ( ) Nunca

**(4)** Sua empresa financia as exportações com linhas de crédito do mercado interno ou mercado externo?

- ( ) Mercado Interno
- ( ) Mercado Externo

**(5)** Em que fase das exportações sua empresa utiliza as linhas de crédito?



( ) Pré-Embarque

( ) Pós-Embarque

**(6)** Costuma procurar o Banco do Brasil para financiar suas exportações?

( ) Com frequência

( ) Raramente

( ) Nunca

**(7)** Em caso afirmativo, quais as linhas de crédito mais utilizadas?

---

---

---

Questionário – Terceira Parte – Instruções:

Responda de acordo com a seu conhecimento e utilização dos produtos relacionados abaixo.

<b>Produto</b>	<b>Conhece</b>	<b>Utiliza</b>
ACC		
ACC Indireto		
ACE		
Pré-Pagamento Exportação		
Proger Exportação		
Proex Financiamento		
Proex Equalizável		
Desconto de <i>Forfait</i> Exportação		