



Revista Brasileira de Comércio Exterior

A revista da FUNCEX

Ano XXXVII

154

Janeiro,
Fevereiro e
Março de
2023

FUNCEX Europa

BNDES no Séc. XXI

Reforma Tributária

Imagem de Gonik Baragshyan por Pixabay



FUNCEX



**fundação
centro de estudos
do comércio
exterior**

Ajudando o Brasil a expandir fronteiras

EDITORIAL**2 Um caminho sem volta. E ainda bem que é assim!***Higor Ferro Esteves***ENTREVISTA****4 Nelma Fernandes***Presidente da Confederação Empresarial da CPLP***AGENDA FUNCEX EUROPA****7 Presidente da FUNCEX participou de diversos eventos em Portugal no primeiro trimestre de 2023****COMENTÁRIO INTERNACIONAL****8 Nem com a ajuda do Mago Merlin***George Vidor***CADEIAS GLOBAIS DE VALOR****10 Sugestões para inserção de empresas exportadoras de bens manufaturados nas Cadeias Globais de Valor***Thomaz Zanotto***E-COMMERCE EM COMÉRCIO EXTERIOR****16 Empresas brasileiras buscam o e-commerce para alcançar novos mercados internacionais***Camila Paschoal, Karina Regina Vieira Bazuchi e Paula Borges Gomes Akitaya***FINANCIAMENTO****22 O BNDES no Século XXI***Andre Nassif***27 Financiar e eliminar as distorções para expandir as exportações de bens de ciclos de produção de longo prazo***Tuany Barcelos***CÂMBIO****36 O mercado de câmbio e a nova legislação***Zilda Mendes***40 Usar RMB nas transações de exportações e importações brasileiras***Hsia Hua Sheng***PORTOS****44 Portos: Desafios e Sugestões para o Novo Governo***Renato Pitta***REFORMA TRIBUTÁRIA****48 Proposta Atlântico para Reforma Tributária***Paulo Rabello de Castro e Miguel Silva***SUSTENTABILIDADE E COMÉRCIO EXTERIOR****58 ESG: O G deve vir primeiro***Luiz Carlos Szymonowicz e Luis Guedes*

Um caminho sem volta E ainda bem que é assim!

Há pouco mais de um ano, a Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (Funcex) desembarcou em Portugal, um país irmão do Brasil que oferece, além da sua história, gastronomia, cultura e tradições, uma *panóplia* de possibilidades comerciais e de investimento.

Caminhando a passos largos para celebrar, em 2026, meio século de existência, a Funcex decidiu iniciar o seu processo de internacionalização, começando por Portugal, como base específica para chegar à Europa. E por que esse movimento é necessário?

Segundo dados da Delegação da União Europeia (UE) no Brasil, que remetem a 2021, esse bloco econômico no velho continente é o segundo principal parceiro comercial do Brasil, sendo responsável por 15% do seu comércio total, e o Brasil é o 12º maior parceiro comercial da UE, com 1,5% do comércio total.

Essas mesmas informações confirmam que o Brasil é o segundo maior exportador de produtos agrícolas para a UE (2020). A UE é o maior investidor estrangeiro no Brasil, com investimentos em diferentes setores da economia brasileira. Em 2019, o estoque de investimento direto da UE no Brasil chegou a €319 bilhões, ou seja, as relações comerciais entre a UE e o Brasil estão ativas, pujantes e recomendam-se!

Como a Funcex tem mantido uma exemplar conduta na conexão entre empresários e oportunidades no Brasil, considerou que Portugal, em virtude falarem a mesma língua e sendo uma possibilidade de “estender o braço à Europa”, seria um destino natural, visando alcançar novos parceiros, criar sinergias e promover negócios.

Por essa razão, a Funcex Europa nasceu. Conta hoje com quatro diretores em solo português que têm a missão de desenvolver o universo de ações da nossa Fundação na Europa e nos países de língua oficial portuguesa. Temos representantes em Lisboa, em Braga e um escritório recém-inaugurado em Cascais, com o apoio da Câmara Municipal, que vê em nossas interações um potencial de crescimento e desenvolvimento de negócios e do próprio território.

Valorizando ainda mais toda esta iniciativa, temos inovado e estamos criando novas formas de aproximar a Funcex do seu público-alvo. Acompanhei de perto a vasta agenda do nosso presidente Antônio Carlos da Silveira Pinheiro, em Portugal, as conversações e reuniões com empresários, entidades e autoridades. Estamos desenvolvendo projetos, apostamos na comunicação e estamos desenhando ações futuras que irão, certamente, e de forma estratégica, canalizar as atenções e os esforços de investimento para a nossa Fundação.

No primeiro trimestre de 2023, somamos conquistas importantes. Tomamos posse na vice-presidência da Confederação Empresarial da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CE-CPLP), ratificamos a nossa parceria com a Sociedade para o Financiamento do Desenvolvimento (Sofid), instituição financeira de desenvolvimento portuguesa, onde estivemos reunidos com o seu presidente o professor António Rebelo de Sousa; desenvolvemos a Missão Empresarial Brasil-Portugal, da Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas (Fenacon) do Brasil, em Braga; fomos coorganizadores do primeiro Seminário Luso-Brasileiro de Radiodifusão, em Lisboa, com a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), que contou com a presença de diversos empresários e autoridades dos dois países, como o embaixador do Brasil em Portugal, Raimundo Carreiro. Realizamos a “Bênção dos Surfistas” junto com o padre Omar Raposo, reitor do Santuário do Cristo Redentor, em Peniche, durante a terceira etapa do circuito mundial de surf e assim pudemos fortalecer as relações institucionais e comerciais com essa cidade.

A conexão com a CPLP é fundamental. Trata-se de uma entidade que visa ao estreitamente político-diplomático e à cooperação e defesa da língua portuguesa, por meio do diálogo cultural, e com a qual temos mantido conversações para uma aproximação positiva com os Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (Palop), um mercado com grande potencial de investimento. Além do Brasil e de Portugal, essa interação com a CPLP vai nos permitir trabalhar com países como Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Guiné Equatorial, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste. A Confederação Empresarial da CPLP será um importante instrumento de conexão entre o Brasil e os países de língua portuguesa.

Em linhas gerais, o que pretendemos em solo português é continuar a desenvolver oportunidades no campo de comércio exterior num espectro ainda mais amplo, desbravando a Europa, criando condições para negócios e estreitando os laços entre Brasil, Portugal e a CPLP.

E só temos a ganhar. Dados de 2022, anunciados pelo governo português, dão conta de que a corrente de comércio entre Brasil e Portugal aumentou 43% em 2021 em comparação ao ano anterior. O Brasil exportou o equivalente a cerca de US\$ 2,65 bilhões (R\$ 13 bilhões) e gastou US\$ 857 milhões (R\$ 4 bilhões) com as importações.

Na lista de “serviços” propostos pela Funcex na Europa está também o auxílio informativo às entidades do Brasil e da UE. Aguardamos que o acordo entre o Mercosul e a UE seja uma realidade em breve, facilitando as nossas relações e as trocas comerciais e institucionais.

Todo início de trabalho necessita de uma boa equipe. Por isso, é importante podermos contar com pessoas comprometidas com os desígnios da Funcex Europa, como os diretores Bruno Gutman, Cristiano Jardim e Rodrigo Costa, para continuarmos focados em tornar a internacionalização da Funcex uma ação bem-sucedida. Estamos apenas começando e temos muito trabalho pela frente!

Por conta de nossa aproximação com a CE-CPLP, as páginas azuis desta edição trazem a entrevista com sua presidente, a dra. Nelma Lopes. Nesta edição, trazemos ainda o comentário internacional, de nosso colunista George Vidor, bem como artigos de interesse atual, como sobre os desafios do novo BNDES, a inserção de empresas nacionais nas cadeias globais de valor, os financiamentos de exportações a prazos longos, sugestões sobre a gestão de nossos portos, artigo sobre a reforma tributária ora em discussão, sobre o novo marco cambial, sobre como abordar o sensível tema ESG e o artigo do representante do Bank of China no Brasil sobre o uso do RMB nas transações de exportações e importações brasileiras.

Daqui da Europa, temos a certeza de uma leitura agradável, atual e proveitosa para nossos leitores de ambos os continentes.



Higor Ferro Esteves
Diretor-Geral Funcex Europa

ESG: O G deve vir primeiro



Luís Carlos
Szymonowicz



Luís Guedes

Uma empresa bem administrada articula de maneira competente a melhoria contínua dos processos de negócio e a construção atenta de uma visão de futuro aspiracional. O presente bem gerido viabiliza a caminhada em direção ao futuro que se deseja.

A governança corporativa é fundamental tanto para a articulação do presente, quanto para a viabilização da aspiração futura. Apesar da amplitude do termo, governança refere-se ao conjunto de processos por meio dos quais as organizações são dirigidas, controladas e responsabilizadas pelos seus atos e omissões. A governança está sustentada pelos princípios da abertura, integridade e responsabilidade, e por meio dela são formalizados o processo de decisão, os métodos de controle, a remuneração dos principais executivos e executivas, as regras gerais de conduta e de engajamento com as principais partes interessadas.

Quando amparada pelos aspectos sociais e ambientais da organização, a governança toma um caráter ainda mais relevante. O acrônimo ESG refere-se exatamente às políticas e práticas adotadas pela organização para equilibrar a forma como gerencia suas operações, tendo em vista aspectos relevantes de ordem social e ambiental. Incluem-se aí as decisões de negócios, a prestação de contas à sociedade, formas de dar transparência às ações e, fundamentalmente, de gerenciar o risco da operação. Apesar de evidências empíricas não conclusivas, há relativo consenso de que o bom desempenho em ESG esteja associado à geração de valor. O “G” visa garantir que as práticas de negócios sejam éticas, transparentes e responsáveis – nada menos do que a sociedade espera das organizações, notadamente das mais admiradas.

É improvável que negócios não sustentáveis social e ambientalmente ofereçam um retorno de longo prazo apropriado, seja porque não conseguem estabelecer laços com a comunidade, seja pela má publicidade ou ainda porque serão alvo de concorrentes mais engajados. Nessa perspectiva, práticas pouco elaboradas de governança e sustentabilidade custam caro tanto para os acionistas quanto para outras partes interessadas.

Não existe, no entanto, uma solução “tamanho único” para os desafios da concepção e implementação de diretrizes socioambientais. Muitas empresas começam a caminhada ESG pelos temas de sustentabilidade e social, absolu-

.....

Luís Carlos Szymonowicz é sócio fundador da Szymonowicz Advogados e presidente da Comissão de Relações Internacionais da OAB/SP

Luís Guedes é professor-doutor da FIA Business School, conselheiro do Comitê Consultivo de Políticas e Ações Climáticas da Prefeitura de São Paulo e pós-doutorando em inteligência artificial na FEA/USP



tamente necessários, mas se esquecem de que o “plano de voo” dessas iniciativas acontece na governança. Sem a governança, quando muito, pode-se somente almejar um propósito social ou ambiental.

Os planos das companhias modernas têm seu contorno inscrito no campo do real por meio das políticas da organização e dos mecanismos de controle e transparência.

É óbvio que o objetivo principal de uma empresa é desenvolver de forma eficiente sua atividade operacional, seu propósito negocial, gerando o máximo de valor e lucro, com gestão adequada dos riscos, observando os ditames legais. Tudo isso somente é possível quando se estabelece e se cumpre a cada dia, e por todos os que compõem a cadeia de valor da empresa, uma série de práticas coordenadas de gestão, permeadas pelas políticas, compromissos e práticas justas de relacionamento com os colaboradores, clientes, fornecedores, bancos, instituições, investidores e acionistas.

Uma organização é aquilo que se faz de modo recorrente. Não restam dúvidas de que é papel da liderança inspirar e apoiar a institucionalização e implementação de medidas práticas de controle e transparência, que passem a permear a cultura da organização.

Na nossa experiência essa é uma tarefa árdua e com graus muito variados de sucesso, sobretudo nas Pequenas e Médias Empresas, mas indispensável para o sucesso tão almejado.

Em tempos de demanda por transparência radical, não há como se formular um objetivo estratégico sem que se articule uma escuta da sociedade, para além dos clientes em potencial. Precisamos explicar não somente o que fazemos, mas também *por que* fazemos.

É imperativo antever necessidades de mercado não atendidas, mas também dialogar com as partes interessadas e ter meios de cumprir de forma determinada, constante e disciplinada os compromissos sociais e ambientais. A forma de deliberação e o padrão de decisão da empresa devem estar definidos e ser regidos por princípios de governança sólidos, que representem um farol em meio à turbulência do dia a dia.

É importante notar que os efeitos da governança transcendem as fronteiras da empresa e alcançam outros elos da cadeia produtiva – práticas não sustentáveis de um *player* podem pôr em risco todos os demais, na medida em que o cliente compra (ou deixa de comprar) um produto que é um agregado de fornecedores.

De modo pragmático, a liderança deve inspirar a elaboração dos princípios de governança partindo das áreas de atuação da companhia que apresentam maiores riscos. A boa governança visa sobretudo maximizar o valor social gerado pelas operações da organização.

A falta de atenção da liderança sobre os temas críticos, em especial no âmbito socioambiental, pode trazer consequências negativas, eventualmente irreparáveis. É indispensável que em primeiro lugar se estabeleçam objetivos estratégicos claros, desdobrados em táticos e operacionais. Uma vez definidos, há que se perseguir de forma determinada, constante e disciplinada as medidas necessárias para tanto, e com reavaliação e acompanhamento constante.

Por fim, a competitividade não separa muito claramente as grandes das pequenas organizações, tampouco aquelas já consolidadas das *startups*, e não há como ser competitivo hoje sem ser social e ambientalmente responsável. A competitividade passa por “E” e “S”, mas começa com “G”!

“

É imperativo antever necessidades de mercado não atendidas, mas também dialogar com as partes interessadas e ter meios de cumprir de forma determinada, constante e disciplinada os compromissos sociais e ambientais

”