

## Internacionalização de EMPRESAS

## Diversificação de EXPORTAÇÕES

## Formação de TRADERS



FUNCEX



fundação  
centro de estudos  
do comércio  
exterior

Ajudando o Brasil a expandir fronteiras

**EDITORIAL****2 Opções para Transformar, Inserir e Internacionalizar***Antonio Carlos da Silveira Pinheiro***ENTREVISTA****4 Carlos Carreiras***Presidente da Câmara Municipal de Cascais***COMENTÁRIO INTERNACIONAL****6 Ainda bem que eles, os bancos centrais, existem***George Vidor***INOVAÇÃO****8 Huawei completa 25 anos no Brasil e mostra o poder da transformação digital para a sociedade***Atilio Rulli***PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES****10 Sugestões para uma política de diversificação de exportações***Miguel Lins***16 Economia baseada em serviços e intangíveis. Por que o Brasil está ficando para trás?***Lisandro Vieira***23 Formação de *traders* para o século XXI no Brasil para expandir a presença das empresas comerciais exportadoras***Felipe Fortunato***TRADE FINANCE****30 Apertem os cintos... minha debênture sumiu!***Sergio Margutti***34 Proex – Novas Mudanças***Miriam Edelman Kovacs***DESAFIOS A ENFRENTAR****36 Indústria sucroenergética: prioridades e desafios na agenda governamental de 2023***Jacyr Costa Filho***40 Capacitar empresas e conquistar o mercado internacional***Gislaine Carrijo***42 Notas sobre a incidência e mudança tributária***Adalgiso Fragoso Faria***46 Gestão pública global e a importância das relações sólidas e constantes entre organizações internacionais: um estudo de caso do Mercosul e da União Europeia***Augusto Moutella Nepomuceno***49 O Brasil e o G-20***Paulo Protásio***PRÁTICAS DE COMEX****50 A arte da negociação com chineses***Henry Uliano Quaresma***54 *Turnaround* na Exportação: o caso Avibras***Jorge Sabione Neto***INTERNACIONALIZAÇÃO****60 Strategic Reinvention for International Markets***Ian Pallister e Tiago Grandi*

# Opções para Transformar, Inserir e Internacionalizar

Em março, a Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (FUNCEX) completou 47 anos. Nos últimos três anos implementamos ações e atividades para ressignificar, transformar e internacionalizar a instituição para que seja um canal de diálogo e proposição de medidas entre o setor público e o privado e para desenvolver competência única para incentivar e apoiar a identificação de oportunidades nas exportações de bens e serviços; diagnosticar as necessidades das empresas para iniciar a sua internacionalização e o seu acesso ao mercado de *trade finance* e seguro de crédito.

Em 2022, a FUNCEX foi a primeira fundação brasileira a concretizar o objetivo estratégico de internacionalização inaugurando a FUNCEX internacional, com escritórios de representação em Portugal, nas cidades de Lisboa, Cascais e Braga (FUNCEX Europa). Uma unidade que se estabelece como porta de entrada na Europa visando à atuação como um braço operacional da FUNCEX, com a missão de promover um privilegiado acesso das empresas brasileiras no mercado exterior e servir de apoio às empresas europeias que pretendam ingressar no mercado brasileiro.

A nossa Fundação atua, de forma privada, sem fins lucrativos. É uma entidade especializada em consultoria, ensino e pesquisa dedicada a promoção e desenvolvimento do comércio exterior brasileiro, atuando nesse seguimento desde 1976 e com a visão de apoiar o Brasil na expansão das fronteiras e conquistar novos mercados.

Desse modo, estamos a conectar a FUNCEX com o mundo. Os nossos serviços atuais visam desenvolver projetos de internacionalização das empresas que desejam ingressar no mercado internacional operando com estratégia de inteligência de mercado. Além disso, identifica oportunidades, promove encontros de negócios e viabiliza o acesso ao empresariado às nações da Comunidade de Países de Língua Portuguesa (CPLP), África e Ásia.

É o nosso propósito também aprofundar as relações comerciais do maior país da América do Sul e as restantes nações que integram a CPLP – que, juntas, compõem um grupo de nove Estados-membros espalhados por quatro continentes, que têm em comum um mesmo código linguístico, a língua portuguesa. Hoje, existem cerca de 280 milhões de falantes, sendo a língua portuguesa a quinta mais falada no mundo, a terceira no hemisfério ocidental e a primeira mais falada no hemisfério sul do planeta.

Como membros da CPLP, o nosso principal ativo é a língua portuguesa e a cultura comum. Porém, é importante avançarmos, a exemplo do que já tem sido feito, no sentido de estabelecermos condições sociais, econômicas e comerciais que tornem este grupo ainda mais forte, mais integrado, mais representativo e capaz de promover uma nova dinâmica não só entre os seus pares, mas entre outras nações.

Importa ressaltar que promovemos o desenvolvimento de atividades de consultoria, pesquisa, elaboração de estudos, capacitação e ensino, internacionalização de empresas, divulgação e disseminação de informações e a prestação de serviços no campo de comércio exterior. No âmbito das nossas ações, oferecemos serviços como estudos, pesquisas, projetos e consultoria na área de comércio exterior, promovemos eventos e capacitações, além de auxiliar as empresas a investirem na sua internacionalização.

No início da nossa gestão, há pouco mais de três anos, lançamos um plano estratégico com o apoio da RK Partners, em que nos foram colocados três objetivos: a) Consolidar posição da FUNCEX como referência em Comércio Exterior no Brasil; b) Maximizar a geração de valor nas relações com nossos instituidores, mantenedores e, sobretudo, as empresas que atuam no comércio exterior, sejam elas exportadoras, importadoras e/ou prestadoras de serviços; e c) Internacionalizar as operações da FUNCEX.

Atualmente, a nossa imagem busca mostrar que somos: a) um canal de diálogo com o governo e a sociedade empresarial ou civil em comércio exterior e negócios internacionais; b) um reconhecido centro de captação, produção e disseminação de dados e análises de conjuntura, de competitividade, de marketing internacional e do ambiente político, econômico, social e legal do comércio exterior do Brasil; c) um local aonde se propõem medidas e ações para a maior inserção nas cadeias globais de valor e na promoção da expansão das exportações; e d) um centro de educação de referência para formação de técnicos e de gestores para as empresas de comércio exterior no Brasil.

Estamos, hoje, tornando a FUNCEX um reconhecido centro de promoção comercial e internacional de negócios, com grande avanço na produção de conhecimento sobre promoção comercial e cultura exportadora, além de desenvolver metodologia para construir indicadores sobre a proporção de exportação e importação por municípios; e identificamos produtos potenciais a serem exportados por cada região. Também foi possível desenvolver metodologia para selecionar os mercados mais promissores para as vendas externas por municípios ou por estados, bem como propor medidas de política comercial para expandir a base exportadora das empresas e as vendas externas de produtos ou de regiões selecionadas.

Na questão do acesso a financiamento e seguro de crédito às exportações, desenvolvemos metodologia para analisar e identificar produtos e setores passíveis de serem apoiados pelo Exim e pelo Proex, segundo o prazo de financiamento a ser outorgado. Identificamos grupos de empresas exportadoras potenciais que poderiam submeter projeto de exportação aos bancos privados e ou oficiais, e às seguradoras.

Nesta RBCE, como em todas as nossas demais edições, buscamos sempre abordar temas para incentivar a reflexão e a prática dos operadores de comércio exterior, seja do setor privado ou público. Nas nossas páginas azuis, Carlos Carreiras expõe Cascais como uma porta de entrada para a maior presença das empresas brasileiras em Portugal, nos demais países da Europa e na CPLP. George Vidor, no seu comentário internacional, discorre de forma sintética sobre a importância dos bancos centrais, e, Atilio Rulli discorre sobre os 25 anos da Huawei no Brasil, e a importância do poder da transformação digital para a sociedade.

Com relação ao eixo de promoção de exportações há três artigos. Um do vice-presidente da FUNCEX, que tece sugestões para uma Política de Diversificação de Exportações, tema caro principalmente para os *policy makers* do atual governo. Há um interessante artigo que propõe a necessidade de um novo olhar para as exportações de serviços, de autoria de Lisandro Vieira. E, para completar este bloco, há um artigo sugerindo a formação de *traders* para o Século XXI no Brasil para expandir a presença das empresas comerciais exportadoras. Na área de *trade finance* são tecidos breves comentários sobre as recentes mudanças no Proex Financiamento, e sobre a conjuntura desse mercado observada no início do presente ano.

A seguir, tratamos de desafios que empresas, setores e instituições terão de enfrentar. Jacy Costa Filho discorre sobre a indústria sucroenergética, apontando as prioridades e os desafios da agenda governamental. Gislaine Carrijo expõe a necessidade de capacitar empresas e conquistar o mercado internacional e Adalgiso Fragozo Faria aborda, em breves notas, a incidência tributária. Augusto Moutella mostra a importância da gestão pública global e das relações sólidas e constantes entre organizações internacionais, sob o olhar entre Mercosul e União Europeia. Por sua vez, Paulo Manoel Protásio sublinha a questão estratégica da reunião do G-20 no ano vindouro.

Expor as práticas em comex é uma tradição na RBCE. Neste número, Henry Uliano Quaresma explica a arte da negociação com chineses e Jorge Sahione descreve a atual situação da Avibrás como um exemplo de possível gestão de *turnaround* na exportação. Por fim, Ian Palisster e Tiago Grandi mostram um mapa para se desenvolver nas empresas uma estratégia de internacionalização apropriada para o atual momento.

Estes artigos e as nossas ações em curso demonstram que estamos comprometidos a transformar e a internacionalizar a instituição de modo a que continue a sua competência única de refletir e atuar em prol do desenvolvimento sustentável do comércio exterior brasileiro.



Antonio Carlos da Silveira Pinheiro  
Presidente da FUNCEX