



Revista Brasileira de Comércio Exterior

Ano XXXVII

155

Abril, Maio
e Junho de
2023

A revista da FUNCEX

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 Frago 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*

Capacitar empresas e conquistar o mercado internacional



Gislane Carrijo

Pela minha vivência e pelo acompanhamento das ações e movimentações, entendo que o nosso país está em uma posição favorável. O comércio exterior brasileiro vem crescendo e se destacando cada vez mais ao longo dos anos.

Mesmo com a pandemia e a crise global, este cenário se manteve e podemos observar uma evolução, visto que o mercado externo tem descoberto a potencialidade do Brasil em diversos segmentos além do setor de *commodities*. Existe muita demanda internacional e novas oportunidades surgem a todo momento — em setores como casa & decoração, moda, *games*, cosméticos naturais e artesanais, imóveis e TI —, o que é extremamente favorável para as empresas e para o mercado brasileiro como um todo.

No entanto, é primordial que a aproximação do Brasil junto aos mercados internacionais seja intensificada com qualidade e assertividade, criando relacionamentos fortes para geração de negócios que contribuam no fomento dos setores, indústria e comércio. Diante disso, é indispensável a preparação e capacitação das empresas brasileiras que almejam fazer negócios com outros países, tornando-as aptas para atuar no comércio exterior e atender à crescente demanda pelo “made in Brazil”.

.....

Gislane Carrijo é pós-graduada em logística empresarial pelo Instituto Paulista de Ensino e Pesquisa (IPEP), bacharel em administração com habilitação em comércio exterior pela Universidade de Franca (Unifran) e técnica em contabilidade pela Fundação Educandário Pestalozzi. Tem sólida carreira desenvolvida em comércio exterior, negócios internacionais e comerciais – vendas à exportação, relações internacionais, institucionais e governamentais, *supply chain*, compras/*strategic sourcing* e logística, atuando com ênfase em ações com resultados diferenciados e focados, adquiridos em renomadas organizações multinacionais com interfaces regionais e globais e amplo conhecimento do mercado nacional e internacional visando sempre às melhores práticas, negócios e oportunidades. Atua junto a entidades públicas e privadas, assuntos governamentais, institucionais e internacionais, empresários, clientes e fornecedores, dando suporte *in loco* para internacionalização, negócios e oportunidades no comércio exterior, promovendo projetos que servem como plataformas de negócios para empresas de todos os portes, responsável por estabelecer parcerias privadas e governamentais no Brasil e no exterior em ações diversas incluindo missões empresariais e comerciais, rodadas de negócios presenciais e virtuais, feiras de negócios, eventos promocionais, culturais, entre outros. *Head* de negócios internacionais, relações internacionais, institucionais e governamentais da Associação Brasileira de Artigos para Casa, Decoração, Utilidades Domésticas, Presentes, Festas e Têxtil (ABCasa); diretora geral da Associação Internacional dos Lusodescendentes (Aild) Brasil; membro da diretoria internacional do Instituto Brasileiro para o Desenvolvimento das Relações Empresariais Internacionais (Ibrei); membro da Organização Brasileira de Mulheres Empresárias (OBME) e coordenadora do Comitê de Casa & Decoração; membro da Convergência de Mulheres Empresárias Latam (CEMM) – Relações Exteriores; membro da Convergência Empresarial de Mulheres Brasileiras (CEMB) – Direção; e membro do Conselho Consultivo da Associação Nacional dos Profissionais de Relações Internacionais (Anapri).



Especificamente, quando pensamos em investir na capacitação e treinamento, é fundamental que as empresas possam se preparar adequadamente para isso, pois o processo envolve o desenvolvimento de competências específicas relacionadas ao comércio internacional, desde a compreensão das regulamentações e requisitos comerciais, até a gestão de riscos e estratégias de marketing internacional, além, é claro, da adequação do processo produtivo e o atendimento aos requisitos de qualidade dos diferentes mercados.

Atualmente, temos entidades públicas e privadas trabalhando fortemente em *prol* do mercado, da indústria e do comércio nacional. O objetivo é preparar e capacitar empresas e profissionais nos assuntos relacionados ao comércio externo, bem como fomentar os segmentos (setores) junto ao mercado internacional.

Contudo, é necessário mencionar que o Brasil ainda é carente de políticas públicas, projetos mais eficazes e menos burocráticos, que poderiam ajudar e incentivar a participação e presença de mais empresas brasileiras nas movimentações internacionais. Infelizmente, a burocracia, aliada aos altos impostos, dificulta e até limita as ações das empresas, impactando diretamente na atuação e presença brasileira em diferentes regiões do globo.

Além disso, dois outros pontos têm muita relevância para o fortalecimento do setor: o primeiro é a necessidade de mais ações e movimentação das autoridades bra-

sileiras, junto a todos os órgãos e entidades envolvidos, visando à melhoria contínua para ampliação e intensificação do comércio exterior brasileiro. O segundo é a busca por investimentos na diversificação e ampliação dos modais de transporte e logística.

A indústria nacional é forte e busca sempre se adequar aos desafios, apostando em ações para melhoria dos processos logísticos, com as inovações tecnológicas que automatizam processos produtivos, investimentos em armazéns inteligentes, capacitação e treinamento de mão de obra, criar *think tanks* (laboratório de ideias) e investir em protocolos de segurança (tanto sanitárias quanto em cibersegurança).

Atualmente, como *head* da área internacional de uma entidade setorial que representa o setor de casa, decoração e celebrações, a ABCasa, tenho orgulho em atuar e contribuir para a capacitação e expansão da indústria e do comércio nacional, bem como estreitar laços entre os mercados brasileiro e internacional.

Em resumo, a capacitação e a preparação, em conjunto com o apoio das autoridades e entidades públicas e privadas, são os pilares fundamentais para o sucesso das empresas nacionais no processo de comércio exterior e internacionalização. Ao adquirir conhecimentos, habilidades e recursos adequados, as empresas têm maior capacidade de enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades globais de crescimento.

“

É primordial que a aproximação do Brasil junto aos mercados internacionais seja intensificada com qualidade e assertividade, criando relacionamentos fortes para geração de negócios que contribuam no fomento dos setores, indústria e comércio

”