

**BOLETIM ECONÔMICO PUC-CAMPINAS****REGIÃO METROPOLITANA DE CAMPINAS****EDITORIAL**

As vendas externas das empresas exportadoras da RMC estão perdendo força. Em outubro a exportação da RMC diminuiu 1,4% em relação a setembro e foi 3% menor que a exportação efetuada em outubro de 2010. A importação também recuou em outubro, foi 3,1% menor que a de setembro.

Estes dados indicam que esta ocorrendo um claro processo de desaquecimento das atividades ligadas ao comércio exterior da região. No acumulado do ano, a exportação ainda esta 10% acima da exportação no mesmo período do ano anterior. No entanto, esta taxa de expansão esta em uma trajetória declinante.

Da mesma forma que o comércio exterior da região, na seção de indicadores de conjuntura econômica, pode-se observar que a produção industrial brasileira se encontra em processo de desaceleração.

Isto faz com que todas as projeções para o desempenho da economia no ano de 2011 estejam sendo revistas para baixo. De uma expectativa de crescimento do PIB, de 4,5% no início do ano, já passamos para projeções de 3,0 a 3,5% de expansão. Cabe destacar que, no entanto, este movimento ainda não chegou à taxa de desemprego, que continua

em 6%. A inflação também não se alterou significativamente, em outubro ficou em 0,43%, e, no acumulado do ano em 5,43%. Já a taxa de juros SELIC foi fixada em outubro, pelo BACEN em 11,5% ao ano, com perspectivas de diminuição no futuro. O Banco Central demonstra cada vez mais preocupação com a diminuição da atividade industrial, o que é um bom sinal para a atividade produtiva. Por fim, com a crise na Europa afetando os mercados financeiros no mundo, o dólar subiu no Brasil, a taxa de cambio média de outubro fechou em 1,77 R\$/dólar, em julho a taxa de cambio estava em 1,56 R\$/dólar. A desvalorização do real gera uma boa oportunidade para a recuperação de exportações brasileiras, já que a moeda valorizada sempre foi um obstáculo para a expansão das exportações de manufaturados. No entanto, isso leva tempo.

Neste número do Boletim temos ainda a continuidade da série de artigos do Professor José Antonio Olmos. Neste artigo, o docente analisa o papel das tradings companies no comércio exterior brasileiro, em especial, sua importância para as pequenas e médias empresas.

Boa leitura.

Os editores

**NESTA EDIÇÃO****COMÉRCIO EXTERIOR 02**

- O fluxo de comércio exterior da RMC continua se desacelerando, em especial, as exportações.
- Em outubro o valor exportado foi 1,4% menor que a exportação de setembro; e 3% menor do que o de outubro de 2010.

**INDICADORES MACROECONÔMICOS 06****ARTIGOS 08**

**Comerciais Exportadoras/Trading Companies podem fazer a diferença na Vida Global das MPEs Brasileiras.**



# COMÉRCIO EXTERIOR NA RMC<sup>1</sup>

PROF. ADAUTO RIBEIRO

- O fluxo de comércio exterior da RMC continua se desacelerando, em especial, as exportações.
- Em outubro o valor exportado foi 1,4% menor que a exportação de setembro; e 3% menor do que o de outubro de 2010.
- A importação também recuou em outubro 3,1% em relação a setembro.
- No acumulado do ano, de janeiro a outubro, a exportação cresceu apenas 10% em relação ao mesmo período do ano passado. A importação cresceu 20,9%. As taxas, porém, estão diminuindo.

O comércio exterior da RMC esta perdendo dinamismo, em especial, as exportações. Em outubro o valor do total de bens exportados da RMC foi de aproximadamente 478 milhões de dólares, este valor foi 3,12% menor do que o de outubro de 2010. Em relação ao mês de setembro a diminuição foi de 1,4%. Estes dados confirmam que as empresas estão perdendo renda oriunda de suas exportações. O mercado externo esta desacelerando para as empresas da RMC, ou seja, as empresas estão perdendo espaço no mercado externo.

No acumulado do ano, a exportação ainda cresce, mas com taxas cada vez menores. De janeiro a outubro de 2011 a expansão da exportação foi de apenas 10%.

As importações continuam crescendo acima das exportações, porém, também apresenta diminuição na taxa de crescimento. Em outubro a importação da RMC apresentou queda de 3,1% em relação a setembro. No entanto, foi 12,9% maior do que o valor importado em outubro de 2010. No acumulado do ano a importação foi 20,9% superior a do mesmo período em 2010.

Quando comparamos as vendas no exterior da RMC com as do Estado de São Paulo e as do Brasil, vemos que: a RMC aumenta sua exportação em um ritmo menor do que as exportações do Estado de São Paulo e bem menor do que as exportações do Brasil. Isto se deve a diferenças existentes na composição da pauta exportadora destas regiões. Na RMC predominam exportações de bens manufaturados, mais afetados pela taxa de câmbio (Real valorizado) e pela desaceleração dos mercados externos demandantes de bens industriais, enquanto as exportações do Brasil se concentram em bens primários, cuja demanda esta em crescimento no mercado externo, em especial, no mercado dos países emer-

gentes, com destaque para a China.

Este movimento se tornou estrutural, o país apresenta cada vez mais dificuldades para expandir suas vendas externas de bens manufaturados enquanto se concentra na exportação de bens commodities (soja, minério de ferro, carnes, dentre outros). Se o país não implantar uma política de apoio a exportação de bens manufaturados a tendência de concentrar exportações em bens básicos se acentuará, em um processo claramente desfavorável à estrutura produtiva da RMC, que perderá assim, cada vez mais espaço no mercado externo. Podendo, ainda, perder espaço, também no próprio mercado interno brasileiro, com a entrada cada vez maior de bens importados, em especial, os bens intermediários e os bens de consumo final.

Dentre as exportações por municípios o destaque negativo fica com a diminuição persistente que vem ocorrendo nas exportações de Hortolândia, depois que este município ter apresentado um forte crescimento ao longo de 2010 e no início de 2011. As vendas externas de Hortolândia perderam fôlego e vem diminuindo nos últimos quatro meses. Comparando outubro de 2011 com outubro de 2010 a diminuição no valor exportado de Hortolândia foi de 87%. No acumulado do ano esta queda ainda não aparece nos dados, no entanto, será visível quando observarmos os dados ao final do ano de 2011. A crise na Europa parece ter afetado de maneira intensa as vendas externas o município, da mesma forma como ocorreu com Indaiatuba e Sumaré, quando da crise no Japão.

Para o total das vendas externas da RMC, os dados acumulados de janeiro a outubro mostram que dentre os principais destinos das exportações da RMC ocorreu recuo nas exportações para Estados Unidos, Espanha e México.

<sup>1</sup> Projeto de extensão desenvolvido pelo Professor Adauto R. Ribeiro com os discentes: Bruno Membrive e Nathalia Carneiro.

Tabela 1. Comércio Exterior da RMC - milhões US\$ FOB

RMC	exportação	var (%)*	importação	var (%)*	saldo
janeiro	336,6	-	970,4	-	-633,8
fevereiro	437,2	29,9	868,4	(10,5)	-431,1
março	441,3	0,9	1.023,1	17,8	-581,8
abril	475,8	7,8	1.045,6	2,2	-569,8
maio	483,5	1,6	1.159,9	10,9	-676,4
jun	472,0	(2,4)	1.095,4	(5,6)	-623,5
jul	463,8	(1,7)	1.151,5	5,1	-687,7
ago	516,5	16,0	1.374,2	34,2	-857,6
set	484,6	(6,2)	1.217,2	(11,4)	-732,6
out	477,8	(1,4)	1.178,6	(3,2)	-700,8
jan-out	4.595,9	10,0	11.170,8	20,9	-6.574,9

Fonte: NUPEX-CEA (dados do MDIC)

(\*) Variação em relação ao mês anterior; jan-out\*\* relação ao mesmo período do ano anterior.

Tabela 2a. Exportação e Importação - Brasil, Estado de São Paulo e RMC (milhões US\$ FOB)

	Exportação			Importação		
	jan-out 2010	jan-out 2011	var (%)	jan-out 2010	jan-out 2011	var (%)
Brasil	163.310	212.139	29,9	148.789	186.751	25,5
SP	46.160	53.713	16,4	55.814	68.882	23,4
RMC	4.177	4.596	10	9.242	11.171	20,9

Fonte: NUPEX - CEA (dados do MDIC)

Gráf. 1. Evolução das Exportações - bi US\$ FOB

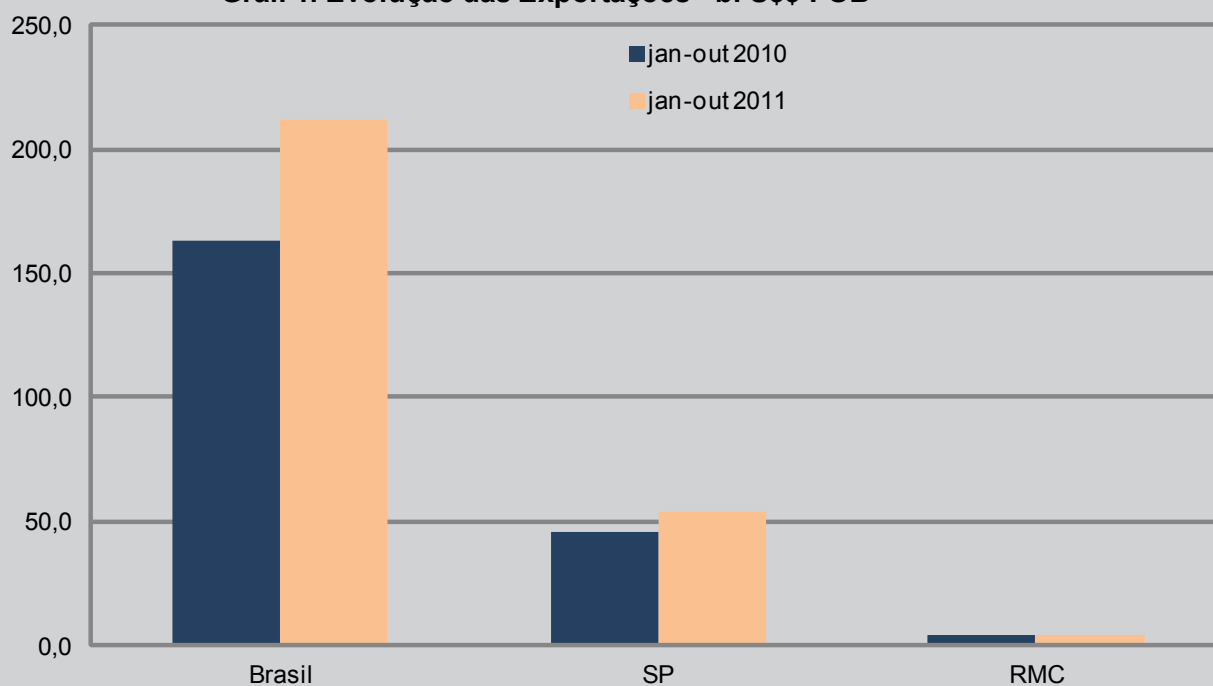


Tabela 3. Exportação e Importação - Outubro - RMC (milhões US\$ FOB)

Exportação				Importação			
Município	out/10	out/11	var (%)*	Município	out/10	out/11	var (%)*
Americana	21,8	27,9	28,2	Americana	43,2	65,0	50,4
Artur Nogueira	0,5	0,7	35,8	Artur Nogueira	0,7	0,4	(42,8)
Campinas	80,2	115,4	43,9	Campinas	274,6	323,7	17,9
Cosmópolis	13,4	9,4	(29,9)	Cosmópolis	5,3	3,2	(39,5)
Eng. Coelho	1,7	4,0	138,1	Eng. Coelho	0,4	0,1	(74,3)
Holambra	0,4	0,4	(1,0)	Holambra	1,7	3,0	78,6
Hortolandia	75,7	9,9	(86,9)	Hortolandia	107,6	92,6	(13,9)
Indaiatuba	61,1	61,1	0,0	Indaiatuba	81,7	89,4	9,5
Itatiba	11,0	13,4	21,1	Itatiba	13,1	17,3	31,9
Jaguariuna	34,4	16,0	53,3	Jaguariuna	81,0	93,5	15,5
Monte Mor	8,6	13,3	54,1	Monte Mor	11,6	22,3	92,0
Nova Odessa	9,0	11,8	31,8	Nova Odessa	6,8	7,2	6,2
Paulinia	57,7	79,5	37,9	Paulinia	167,8	237,4	41,4
Pedreira	1,0	1,8	74,0	Pedreira	0,6	2,2	247,0
Santa Barbara	4,1	3,2	(22,1)	Santa Barbara	10,0	20,7	107,5
Santo Antonio	0,1	4,3	3119,2	Santo Antonio	2,1	1,1	(46,8)
Sumaré	77,0	63,3	(17,7)	Sumaré	152,8	124,0	(18,9)
Valinhos	12,9	16,8	30,8	Valinhos	21,6	23,1	7,0
Vinhedo	22,7	25,5	12,1	Vinhedo	60,9	52,3	(14,0)
<b>RMC</b>	<b>493,2</b>	<b>477,8</b>	<b>(3,1)</b>	<b>RMC</b>	<b>1.043,41</b>	<b>1.178,6</b>	<b>13,0</b>

Fonte: NUPEX-CEA (dados do MDIC)

(\*) Variação em relação ao mesmo mês do ano anterior.

Tabela 4. Exportação e Importação por município - RMC - milhões US\$ FOB

Exportação				Importação			
Municípios	jan-out 2010	jan-out 2011	var (%)*	Municípios	jan-out 2010	jan-out 2011	var (%)*
Americana	261,1	328,0	25,6	Americana	434,2	610,1	40,5
Artur Nogueira	4,2	7,0	66,9	Artur Nogueira	9,5	2,8	(70,9)
Campinas	795,9	931,9	17,1	Campinas	2.264,9	3.349,0	47,9
Cosmópolis	93,7	109,4	16,7	Cosmópolis	39,4	38,5	(2,3)
Eng. Coelho	22,3	26,8	19,9	Eng. Coelho	1,9	4,5	134,2
Holambra	15,1	17,0	12,7	Holambra	14,9	20,5	38,0
Hortolandia	364,7	365,5	0,2	Hortolandia	1.130,2	1.100,0	(2,7)
Indaiatuba	585,2	535,2	(8,5)	Indaiatuba	836,6	835,5	(0,1)
Itatiba	97,2	118,2	21,5	Itatiba	132,9	167,6	26,1
Jaguariuna	301,7	286,0	(5,2)	Jaguariuna	615,6	1.012,1	64,4
Monte Mor	93,8	125,2	33,4	Monte Mor	187,2	188,2	0,6
Nova Odessa	86,5	110,9	28,3	Nova Odessa	60,1	77,7	29,3
Paulinia	486,0	684,0	40,8	Paulinia	1.243,2	1.608,0	29,3
Pedreira	15,5	22,4	45,0	Pedreira	8,7	12,8	46,5
Santa Barbara	22,6	36,0	59,5	Santa Barbara	89,8	135,8	51,1
Santo Antonio	0,8	10,6	1196,7	Santo Antonio	15,7	19,0	20,7
Sumaré	592,8	474,0	(20,0)	Sumaré	1.440,1	1.211,5	(15,9)
Valinhos	117,4	139,3	18,6	Valinhos	171,1	212,0	23,9
Vinhedo	220,8	268,6	21,7	Vinhedo	546,3	565,2	3,5
<b>RMC</b>	<b>4.177,3</b>	<b>4.595,9</b>	<b>10,0</b>	<b>RMC</b>	<b>9.242,4</b>	<b>11.170,8</b>	<b>20,9</b>

Fonte: NUPEX-CEA (dados MDIC)

(\*) Variação em relação ao mesmo período do ano anterior.

Tabela 5. Exportação e importação por categoria de bens - RMC (milhões US\$ FOB)

Bens exportados	jan-out 2010	part (%)*	jan-out 2011	part (%)*	var (%)**
BENS DE CAPITAL	1.205,9	28,9	1.174,9	25,6	(2,6)
BENS INTERMEDIARIOS	2.061,2	49,3	2.567,5	55,9	24,6
BENS DE CONSUMO	826,0	19,8	704,0	15,3	(14,8)
DURAVEIS	512,9	12,3	368,1	8,0	(28,2)
NAO DURAVEIS	313,1	7,5	335,9	7,3	7,3
COMBUST. E LUBRIFICANTES	10,1	0,2	17,3	0,4	72,1
DEMAIS OPERACOES	74,2	1,8	132,1	2,9	78,2
TOTAL RMC	4.177,3	100,0	4.595,9	100,0	10,0

Bens importados	jan-out 2010	part (%)*	jan-out 2011	part (%)*	var (%)**
BENS DE CAPITAL	3.933,2	42,6	5.228,1	46,8	32,9
BENS INTERMEDIARIOS	4.327,2	46,8	5.024,5	45,0	16,1
BENS DE CONSUMO	961,2	10,4	892,8	8,0	(7,1)
DURAVEIS	879,2	9,5	724,2	6,5	(17,6)
NAO DURAVEIS	494,2	5,3	481,6	4,3	(2,6)
COMBUST. E LUBRIFICANTES	20,9	0,2	25,3	0,2	21,3
TOTAL RMC	9.242,4	100,0	11.170,8	100,0	20,9

Fonte: NUPEX-CEA (dados MDIC)

(\*) participação % em relação ao total; (\*\*) variação % em relação ao período anterior

Tabela 6. Principais destinos da exportação da RMC - milhões US\$ FOB

Principais destinos	jan-out 2010	part (%)*	jan-out 2011	part (%)*	var (%)**
ARGENTINA	1.081,0	25,9	1.133,1	24,7	4,8
ESTADOS UNIDOS	386,3	9,2	416,6	9,1	(7,8)
ESPAÑA	284,2	6,8	264,1	5,7	(7,1)
VENEZUELA	220,7	5,3	237,1	5,2	7,4
MÉXICO	301,0	7,2	224,5	4,9	(25,4)
CHILE	165,4	4,0	193,0	4,2	16,7
ALEMANHA	114,5	2,7	174,7	3,8	52,7
COLÔMBIA	124,2	3,0	148,5	3,2	19,6
PARAGUAI	81,5	2,0	113,4	2,5	39,0
PERU	76,8	1,8	92,9	2,0	21,1
BOLÍVIA	62,6	1,5	91,5	2,0	46,1
FRANÇA	30,9	0,7	51,6	1,1	67,2
ITÁLIA	40,9	1,0	49,0	1,1	19,8
URUGUAI	57,5	1,4	50,2	1,1	(12,8)
BÉLGICA	53,1	1,3	41,6	0,9	(21,5)
RMC	4.177,3	100,0	4.595,9	100,0	10,0

Fonte: NUPEX-CEA (dados do MDIC)

(\*) participação % em relação ao total; (\*\*) variação % em relação ao período anterior.

Tabela 7. Principais países de origem da importação da RMC - milhões US\$ FOB

Principais países	jan-out 2010	part (%)*	jan-out 2011	part (%)*	var (%)**
CHINA	1.500,2	16,2	2.195,5	19,7	46,3
ESTADOS UNIDOS	1.131,8	12,2	1.520,0	13,6	34,3
COREIA DO SUL	512,3	5,5	786,1	7,0	53,4
ALEMANHA	711,1	7,7	778,4	7,0	9,5
JAPAO	566,3	6,1	606,1	5,4	7,0
REINO UNIDO	360,5	3,9	408,9	3,7	13,4
FRANCA	208,7	2,3	302,6	2,7	45,0
TAIWAN (FORMOSA)	236,2	2,6	283,6	2,5	20,1
ITALIA	215,0	2,3	268,7	2,4	25,0
ARGENTINA	246,6	2,7	199,4	1,8	(19,2)
ESPAÑA	184,9	2,0	136,0	1,2	(26,5)
MEXICO	102,5	1,1	133,7	1,2	30,4
RMC	9.242,4	100,0	11.170,8	100,0	20,9

Fonte: NUPEX-CEA (dados do MDIC)

(\*) participação % em relação ao total; (\*\*) variação % em relação ao período anterior.



# INDICADORES MACROECONÔMICOS

PROF. FÁBIO EDUARDO IDEAROZZA

## Nível de atividade econômica

Conforme dados divulgados pelo IBGE para o mês de setembro/2011, a Produção Industrial apontou queda de 2,0% frente ao mês de agosto, após registrar variações de -0,1% em agosto e de 0,3% em julho. Nas comparações com iguais períodos do ano anterior, o total da indústria recuou 1,6% em setembro deste ano, menor marca desde abril último (-1,7%), e avançou 1,1% no índice acumulado dos nove meses do ano. No fechamento do terceiro trimestre de 2011, o setor industrial repetiu o patamar de produção do período julho-setembro do ano passado (0,0%), mas ficou 0,8% abaixo do nível assinalado no trimestre imediatamente anterior – série com ajuste sazonal. A taxa anualizada, indicador acumulado nos últimos doze meses, em trajetória descendente desde outubro do ano passado (11,8%), recuou 0,7 ponto percentual na passagem de agosto (2,3%) para setembro (1,6%).

A **Taxa de Desemprego** Apurada Pelo IBGE (PME) para o mês de setembro/11 foi estimada em 6,0% para o conjunto das seis regiões metropolitanas, mesmo valor das taxas de julho e de agosto. Frente a setembro de 2010, quando a taxa foi estimada em 6,2%, ocorreu quadro de estabilidade nesse indicador. Essa é a menor taxa estimada para um mês de setembro desde a reformulação da pesquisa em 2002. Já a Pesquisa de Emprego e Desemprego – PED/DIEESE – mostra que, em setembro/2011, o total de desempregados no conjunto das sete regiões onde a pesquisa é realizada foi estimado em 2.362 mil pessoas, 52 mil a menos do que no mês anterior. Pelo sexto mês consecutivo, a taxa de desemprego total manteve-se relativamente estável, ao passar de 10,9%, em agosto, para os atuais 10,6%. Seus componentes mostraram-se igualmente estabilizados, uma vez que a taxa de desemprego aberto passou de 8,3% para 8,1% e a de desemprego oculto manteve-se em 2,5%. A taxa de desemprego passou de 11,40% em setembro de 2010, para os atuais 10,6%.

O **Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo** – IPCA (IBGE) apresentou variação de 0,43% em outubro, situando-se abaixo dos 0,53% de setembro em 0,10 ponto percentual. Com este resultado o acumulado no ano ficou em 5,43%, acima da taxa de 4,38% relativa a igual período de 2010. Considerando os últimos doze meses, o índice situou-se em 6,97%, recuando em relação aos 7,31% registrados nos doze meses imediatamente anteriores. Em outubro de 2010 a taxa havia

ficado em 0,75%.

## Balanço de Pagamentos

A Balança Comercial brasileira, segundo o Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior, apresentou em outubro de 2011 um superávit de US\$ 2,355 bilhões, valor inferior se comparado ao registrado em setembro/2011 (US\$ 3,074 bilhões), mas superior ao superávit observado no mesmo período do ano passado (US\$ 1.846 bilhões). No mês as exportações alcançaram US\$ 22.140 bilhões, valor 4,9% inferior ao verificado no mês anterior (US\$ 23,285 bilhões), mas 20,45% superior ao valor realizado em outubro de 2010 (US\$18.380 bilhões). As importações totalizaram valor de US\$ 19.785 bilhões, terceiro melhor resultado do ano até agora, apesar da queda de 2,11% em relação ao mês de setembro/2011 (US\$ 420,211 bilhões). Quando a comparação é feita com outubro de 2010 (US\$16.534 bilhões) observamos um crescimento de 19,66%.

O **Balanço de Pagamentos** no mês de setembro/2011, segundo dados do Banco Central, apresentou superávit de US\$ 808 milhões, o pior resultado desde fevereiro de 2010 (US\$ 741 milhões), o que significa uma queda acentuada tanto se comparado ao valor registrado no mês de agosto/2011 (US\$ 5.486 bilhões), quanto à igual período do ano passado (US\$ 11.606 bilhões). Essa queda se deve, sobretudo, ao desempenho da conta Movimento de Capital, que apresentou forte retração no mês de setembro (US\$ 3,074 bilhões) em relação ao mês de agosto (US\$10.172 bilhões).

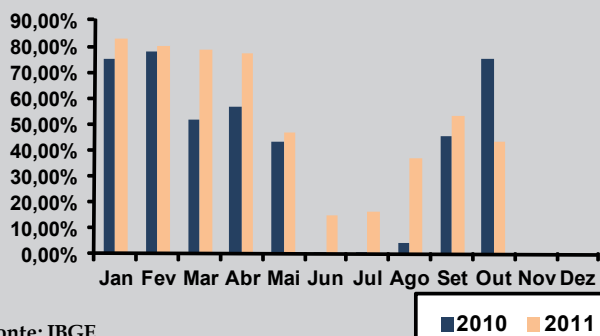
## Câmbio

Segundo dados do Banco Central a taxa Média de Câmbio para o mês de outubro/2011 foi de R\$ 1,772 o que representou uma desvalorização de 1,25% em relação à taxa média verificada no mês de setembro, que foi de R\$ 1,750. Quando a comparação é feita com o mesmo período do ano passado (R\$ 1,684), percebemos uma desvalorização na taxa de câmbio em torno de 5,22%.

A **Taxa de Juros** (Taxa Selic) foi reduzida para 11,50% na última reunião do Copom, a mais baixa desde março de 2011 quando esteve em 11,75%.

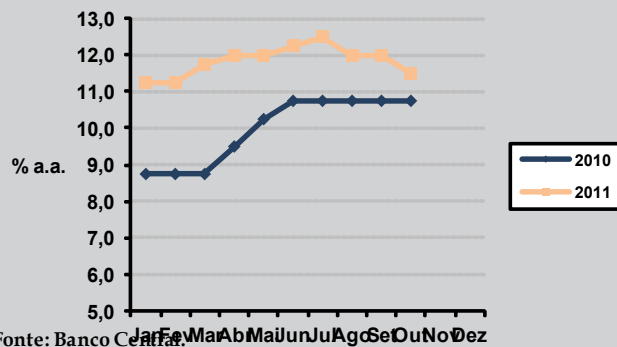
As **Reservas Internacionais** voltaram a crescer, fechando o mês de outubro de/2011 em US\$ 352.928 bilhões, contra US\$ 349.708 bilhões no mês de setembro, variação positiva de 0,92%. Esse valor representa um acréscimo de aproximadamente 23,86%, ou US\$ 67.998 bilhões, quando comparado com igual período do ano passado (US\$ 284.930 bilhões).

Gráfico 1. Evolução do IPC-Amplo. 2010 e 2011.



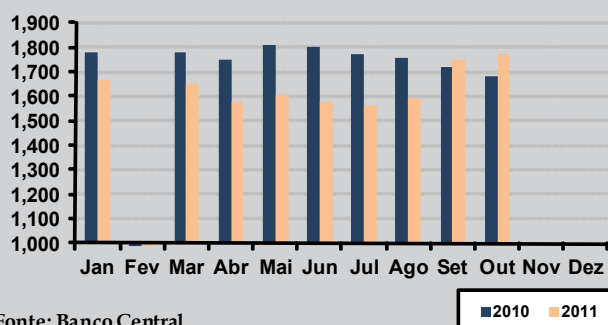
Fonte: IBGE.

Gráfico 2. Evolução da taxa SELIC. 2010 e 2011



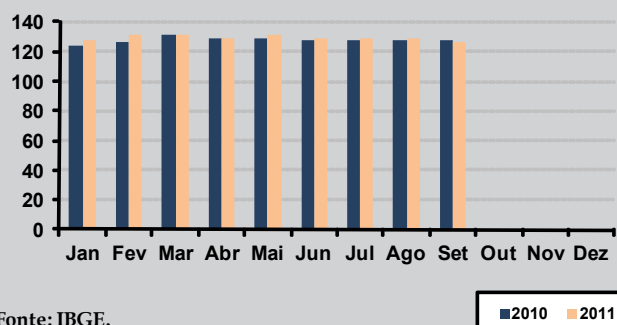
Fonte: Banco Central.

Gráfico 3. Evolução da Taxa de Câmbio (R\$/US\$ - Média Mensal). 2010 e 2011.



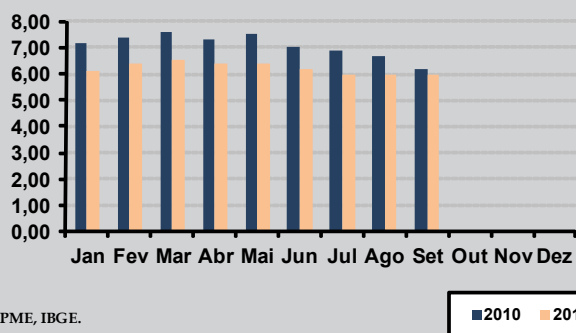
Fonte: Banco Central.

Gráfico 4. Índice de Produção Industrial. (Base: 2002=100). 2010 e 2011.



Fonte: IBGE.

Gráfico 5. Evolução da Taxa de Desemprego 2010 e 2011.



Fonte: PME, IBGE.

Tabela 1. Balanço de Pagamentos

	set/11	ago/11	set/10
Balança Comercial	3.074	3.874	1.080
Balança de Serviços	5.498	8.966	5.248
Trans. Unilaterais	225	230	219
Trans. Correntes	2.200	4862	3.950
Movimento/Capital	3.074	10.172	15.681
<b>Balanço Pagtos (3)</b>	<b>808</b>	<b>5.486</b>	<b>11.606</b>

(1) Fonte: Banco Central; (2) Em Milhões/US\$; (3) Saldo considerando Erros e Omissões.

A história recente, o desenvolvimento e a modernização do Comércio Exterior brasileiro parecem indicar uma necessidade premente que é estudar e compreender a atuação das trading companies no Brasil e avaliar sua importância no processo de internacionalização das empresas nacionais, notadamente as Micro e Pequenas Empresas, MPES. Segundo posição oficial do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior ([www.mdic.gov.br](http://www.mdic.gov.br)) para desenvolver e incentivar a atividade exportadora brasileira, o Governo, por meio do Decreto-Lei nº 1.248, de 29/11/1972, estendeu às operações de compra de mercadorias no mercado interno para o fim específico de exportação, os mesmos benefícios fiscais concedidos por lei às exportações efetivas.

Através daquele dispositivo legal, criaram-se então as condições para o desenvolvimento, no Brasil, das EMPRESAS COMERCIAIS EXPORTADORAS, conhecidas no mercado internacional como TRADING COMPANIES. A atividade dessas empresas não se confunde com a de produção para exportação ou de representação comercial internacional, caracteriza-se, especialmente, pela aquisição de mercadorias no mercado interno para posterior exportação.

De acordo com esse Decreto-Lei nº 1.248/1972, para que as empresas comerciais exportadoras possam usufruir dos benefícios fiscais, é necessário que:

1. obtenham registro especial na Secretaria de Comércio Exterior - SECEX e Receita Federal do Brasil - RFB;
2. sejam constituídas sob a forma de sociedade por ações;
3. possuam capital mínimo fixado pelo Conselho Monetário Nacional.

No âmbito da SECEX, as normas para obtenção do registro estão disciplinadas nos artigos 247 a

253 da Portaria SECEX nº 23, de 14/07/2011, (alterada pela Portaria SECEX nº 37, de 14/10/2011).

É grande a importância das empresas comerciais exportadoras que realizam a intermediação entre os produtores nacionais e os importadores externos, uma vez que o mercado internacional é um sistema socioeconômico de grande complexidade e a exportação depende de conhecimentos específicos, tais como: compreensão de mercados e suas características sociais e econômicas, procedimentos mercadológicos e comerciais; riscos comerciais e fiscais; procedimentos necessários à contratação de transporte e seguro; formas de pagamentos; financiamentos disponíveis, tudo isso associado às dificuldades de idiomas e costumes.

Detendo conhecimento especializado, estrutura adequada e o aporte financeiro necessário, essas empresas atuam facilitando a colocação dos produtos nacionais no exterior.

Após a aquisição das mercadorias, as atividades especializadas e os riscos inerentes ao comércio internacional passam para as empresas comerciais exportadoras, constituídas ao amparo do referido Decreto-Lei nº 1.248/1972, que promovem a exportação das mercadorias adquiridas, sem que os respectivos produtores necessitem conhecer qualquer mecanismo relacionado ao comércio exterior, na grande maioria das vezes, empresas de pequeno porte ou até mesmo micro-empresas que, isoladamente, não teriam condições de exportar os seus produtos,

Outro benefício decorrente de operações realizadas por meio das empresas comerciais exportadoras, também localmente referidas apenas como trading companies, constituídas ao amparo do Decreto-Lei nº 1.248/1972, para as pequenas e médias empresas que não exportam diretamente, é a possibilidade de utilização do regime de drawback<sup>2</sup>. Conforme a Portaria SECEX nº 23, de 14/07/2011,

<sup>1</sup> Economista, docente do CEA - Centro de Economia e Administração da PUC-Campinas e consultor de empresas na área de Marketing Internacional.

<sup>2</sup> O regime aduaneiro especial de drawback, instituído em 1966 pelo Decreto Lei nº 37, de 21/11/66, consiste na suspensão ou eliminação de tributos incidentes sobre insumos importados para utilização em produto exportado. Funciona como um incentivo às exportações, pois reduz os custos de produção de bens exportáveis, tornando-os mais competitivos no mercado internacional. Existem três modalidades de drawback. A primeira modalidade consiste na isenção dos tributos incidentes na importação de mercadoria, em quantidade e qualidade equivalentes, destinada à reposição de outra importada anteriormente, com pagamento de tributos, e utilizada na industrialização de produto exportado. A segunda, na suspensão dos tributos incidentes na importação de mercadoria a ser utilizada na industrialização de produto que deve ser exportado. A terceira trata da restituição de tributos pagos na importação de insumo importado utilizado em produto exportado. Fonte: [www.receita.fazenda.gov.br](http://www.receita.fazenda.gov.br)

pode ser considerada para fins de comprovação do referido regime, a venda efetuada no mercado interno à empresa comercial exportadora, com o fim específico de exportação.

As operações efetuadas por trading companies caracterizam-se, principalmente, por:

- exportação de produtos de diferentes fornecedores de forma consolidada;
- necessidade de menor capital de giro, devido às operações casadas;
- melhor atendimento aos clientes no exterior, por oferecer variada gama de produtos e alternativas;
- redução dos custos operacionais;
- estoques que permitam regularidade de fornecimento;
- atuação em diversos mercados.

Em 2008 a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – APEX Brasil iniciou o Projeto Tradings do Brasil que tem por objetivo promover as exportações dos produtos brasileiros por meio do fomento às ações de exportação das trading companies (TC) e das empresas comerciais exportadoras (ECE) e, ao mesmo tempo, solidificar a cultura exportadora das micro e pequenas empresas brasileiras. O Projeto também tem por finalidade a identificação de barreiras à exportação dessas empresas e a busca permanente de soluções.

Segundo a APEX, o Projeto Tradings do Brasil ([www.tradingsdobrasil.com.br](http://www.tradingsdobrasil.com.br)) promove a aproximação das micro e pequenas empresas com empresas exportadoras (TC e ECE), identificadas e qualificadas no Diretório Tradings do Brasil (DTB), e desenvolve oportunidades de negócios internacionais entre TC e ECE e os compradores internacionais, por meio de eventos de promoção comercial internacional.

Para alcançar o objetivo geral, o Projeto se firma em três pilares:

- Ações institucionais: fortalecimento do setor e identificação de barreiras às exportações.
- Ações setoriais: aproximação entre as TC e ECE e as micro e pequenas empresas brasileiras.
- Promoção de negócios: rodadas de negócios realizadas no Brasil e no exterior entre as TC e ECE e os compradores internacionais.

O Diretório das Tradings do Brasil, disponível no site do MDIC ([www.mdic.gov.br](http://www.mdic.gov.br)) relacionando as trading companies legalmente habilitadas exibe, em julho de 2011, um rol de apenas 155 empresas em todo o país e apenas uma na Região Metropolitana de Campinas, estabelecida na cidade de Campinas.

O Decreto-lei n. 1.248, de 29 de novembro de 1972, posteriormente modificado pelo Decreto-Lei n. 71.866, de 26 de fevereiro de 1973, e pela Portaria n. 13 do Ministério da Fazenda, de 14 de junho de 1973 teve por inspiração os mesmos moldes da legislação japonesa e americana, Entretanto nesses países é marcante e muito numerosa a presença das trading companies que participam ativa e relevantemente no desenvolvimento econômico nacional. Aqui no Brasil as trading companies demoraram em decolar e, mesmo assim, desde 1972, até os dias de hoje, pode-se considerar pequeno o número de empresas habilitadas e com uma participação – embora crescente – ainda pouco expressiva no cenário econômico brasileiro.

Diante das grandes dificuldades enfrentadas e do pouco conhecimento sobre o seu papel no desenvolvimento do Comércio Exterior brasileiro, as trading companies alinham-se com a concepção jurídica que as criou e amparam-se significativamente em suas competências e vocações comerciais, em muitos casos decorrentes, apenas, da expertise de seus executivos e do espírito empreendedor de seus iniciadores.

O Setor de Promoção Comercial da Embaixada Brasileira no Japão, através de seus boletins de mercado ([www.brasemb.or.jp](http://www.brasemb.or.jp)) esclarece que as grandes trading companies japonesas surgiram a partir das décadas de 50 e 60 para atender à demanda por serviços de apoio a pequenas e médias empresas nipônicas, interessadas em desenvolver negócios com o exterior. Nesse período, as firmas japonesas precisavam desenvolver esquemas de acesso facilitado a uma rede de serviços de comércio exterior, cientes de que – isoladamente - teriam de enfrentar custos fixos e variáveis decorrentes da montagem e manutenção desse tipo de estrutura.

Para essas empresas de menor porte (pois as grandes, como no Brasil, possuíam suas próprias estruturas de comércio exterior) que tinham carência de recursos financeiros e também ausência de quadros de profissionais fluentes em outros idiomas, acabou sendo mais simples negociar com as “sogo shoshas”, como são chamadas as grandes tradings generalistas japonesas. Na falta de esquemas de concorrência semelhantes àqueles existentes em outros países, as “sogo shoshas”, menos de uma dezena de empresas, por algum tempo, acabaram virtualmente monopolizando a intermediação dos negócios de importação e exportação no arquipélago.

Mas existem também no Japão cerca de 6.000 “senmon shoshas”, que são tradings menores, especializadas em setores específicos, que prestam

igualmente serviços de grande relevância na comercialização de produtos do exterior no Japão.

A crescente abertura da economia japonesa tem permitido que as empresas estrangeiras interessadas em explorar o mercado do arquipélago possam – agora – prescindir de uma parceria com as influentes trading companies nipônicas. Algumas firmas brasileiras, entretanto, talvez ainda preferam recorrer aos importantes recursos de que dispõem essas influentes corporações, quais sejam: o pleno domínio da logística dentro do território japonês e uma importante malha de relações em todo o tecido econômico do país. No passado, era bastante difícil até trabalhar com duas tradings, mas hoje isto já é perfeitamente possível. As empresas brasileiras poderão assim identificar seu melhor parceiro em função das qualidades, dos níveis de especialização e da motivação para o negócio.

Assim como ocorre em todo o globo, também no Japão, apesar das facilidades da operação com uma trading, alerta o boletim de mercado da Embaixada Brasileira que a pequena empresa brasileira necessita de alguns cuidados:

1) o exportador perde o controle da distribuição de seus produtos, o que pode resultar no emprego de redes de distribuição insuficientes;

2) os conflitos de interesse principais surgem a partir do momento em que a empresa brasileira procura conquistar espaço no mercado empregando uma política de preços mais baixos, enquanto que a trading está interessada no lucro e prefere manter níveis de preços mais elevados.

3) em outros casos, a “sogo shosha” pode optar por distribuir o produto no mercado japonês com marca própria, quando ela já representa os interesses de firmas estrangeiras que exportam esse mesmo tipo de produto, resultando ou na perda do direito sobre a marca ou na não construção de uma marca sólida naquele mercado-alvo.

4) as tradings japonesas, muitas vezes, não têm interesse em estabelecer relacionamento com empresas de porte médio ou pequeno no Brasil cujos produtos ainda não são conhecidos no Japão ou em outros países da Europa ou EUA. Nesse caso, será necessário que as empresas façam uma apresentação de seus produtos/serviços de modo a convencer as “sogo shoshas” a distribuir/representar esses produtos/serviços no Japão.

5) apesar de não oferecer todo o leque de serviços das grandes “sogo shoshas”, as menores e especializadas em setores específicos chamadas “senmon shoshas” têm, muitas vezes, bom conhecimento dos mercados nos quais são especializadas. Em alguns casos, elas podem estar mais inter-

essadas em representar um produto estrangeiro mesmo que este venha a gerar um pequeno volume de negócios. Vale ressaltar, entretanto, que as “senmon shoshas” não dispõem dos mesmos recursos financeiros e contatos que as grandes generalistas “sogo shoshas”.

6) as empresas brasileiras devem estar preparadas para trabalhar com as tradings no longo prazo, de maneira a desenvolver uma relação de confiança mútua e também porque desenvolver negócios com as tradings do Japão pode gerar outros bons negócios além do Japão, se for possível adaptar outros produtos da empresa brasileira às necessidades dos consumidores, com o apoio da tradings, na Ásia, onde as redes de distribuição de capital japonês, principalmente em Taiwan, Singapura e na China detêm boa posição naqueles mercados.

Como se depreende da análise, mais que um parceiro comercial, o Japão, pela atuação de suas trading companies, sejam as poucas gigantes, sejam as mais de 6000 pequenas, é um excelente exemplo de como a empresa de pequeno porte nacional poderia, muito mais facilmente do que imaginam seus dirigentes, expandir seus mercados e, por consequência, sua inserção com sucesso no mundo global e sustentabilidade como global player.

De outro lado, a abundante literatura do setor, no âmbito internacional, dá conta de que a legislação norte-americana sobre trading companies, em sua concepção e estrutura originais, já previram a incumbência de as tradings proverem às dezenas de milhares de micro e pequenas empresas americanas, além dos serviços de mera intermediação comercial internacional, todos os “export trade services”, incluindo, mas não se limitando a: pesquisas de mercado internacional, estratégias de marketing, suporte para design de produtos, armazenagem, transportes, distribuição, além da documentação legal requerida para despacho das mercadorias.

Assim, o “Export Trading Company Act of 1982” do Departamento de Comércio do Governo Norte-Americano ([www.commerce.gov](http://www.commerce.gov)) já determinava, entre outras exigências:

“...o Banco Central dos Estados Unidos deverá buscar e formular políticas reguladoras que ofereçam condições para o estabelecimento de trading companies fortes o suficiente para competir tanto nos Estados Unidos como no exterior, com instituições estrangeiras similares; para apoiar o comércio, a indústria e a agricultura; apoiar o desenvolvimento das empresas de pequeno e médio portes,

no sentido de que exportem continuamente seus produtos e serviços; zelar pela participação de bancos grandes e pequenos no desenvolvimento das trading companies, fruto da associação entre organizações financeiras e não financeiras, estruturadas de forma a atender as necessidades das empresas exportadoras norte-americanas...”

Também por esta análise, parece confirmar-se, a cada ano, a cada novo conjunto de estatísticas oficiais do Governo Brasileiro e da OMC - Organização Mundial do Comércio - nas quais as exportações brasileiras não conseguem ultrapassar significativamente a barreira de 1% do comércio mundial de bens e serviços - que o mercado nacional resente-se de uma estratégia global e de um projeto executivo abrangente, de longo prazo, para o setor de intermediação, fomento e facilitação das exportações que de fato viabilizem e alavanquem o processo de venda ao exterior das empresas brasileiras de todos os portes, seja diretamente, seja através das trading companies.

Na visão original brasileira uma trading company operando como intermediária num processo de venda ao exterior, quem será internacionalizado será apenas e tão somente o produto e não a empresa produtora, visão esta diametralmente oposta à da legislação estadunidense. Não se pode mais conceber no mundo contemporâneo um trabalho de trading companies divorciado e independente do dia-a-dia das empresas representadas, simplesmente vendendo no exterior produtos adquiridos localmente. Na verdade o trabalho das tradings precisa, idealmente, passar a ser visto, tratado e operacionalizado, na prática, como uma parceria comercial de longo prazo, desempenhando estas mais que apenas o relevante papel de provedora de serviços de intermediação comercial internacional mas, também, contribuindo diretamente para a otimização dos recursos produtivos das empresas locais de pequeno porte e sua consequente expansão. De qualquer forma - percalços e dificuldades à parte - é louvável o apoio atual da APEX às atividades das tradings porque elas podem representar, de fato, a tão desejada porta de entrada para as MPEs brasileiras no cenário dos negócios internacionais.

Tanto a empresa comercial exportadora como a trading company usufruem, no Brasil, de trata-

mento tributário e fiscal idêntico, sejam obrigações ou direitos, e a micro e pequena empresa, ao vender seus produtos e utilizar os serviços das trading companies e comerciais exportadoras, também gozam dos benefícios atinentes à exportação.

Isto é muito bom, mas adicionalmente e, idealmente, as trading companies habilitadas no Brasil precisariam ser estimuladas a atuar como fomentadoras de negócios, na medida em que poderiam interessar empresas que nunca atuaram na área a considerarem a atividade exportadora como mais um canal estratégico de escoamento, em fluxo contínuo, de seus produtos e serviços e não algo meramente episódico ou então privativo das mega-corporações.

Ademais, a atuação expandida das tradings permitiria às MPEs brasileiras estratégias mercadológicas com pequenos aportes de capital, sem preocupações com o estabelecimento de estruturas de exportação próprias, reduzindo a burocracia com serviços aduaneiros facilitados e, assim, reduzindo custos.

Como se vê, a atividade é complexa e dinâmica, extremamente sensível às formulações de nossa política, à evolução da conjuntura econômica e requererá ainda muito estudo, pesquisa e reflexão, sobretudo na área da exportação de serviços.

Seja por sua atuação tradicional de aliada comercial, revendedora de produtos no exterior, seja por uma eventual atuação expandida, provendo serviços tais como tendências no design de produtos, padrões internacionais de qualidade, estratégias de marketing e branding, pode-se depreender que a trading company tem um papel estratégico adicional a cumprir: fazer a diferença na vida global das MPEs brasileiras, na medida em que pode viabilizar ganhos de escala na produção e aumento relevante da competitividade de custos, preços e qualidade.

E a diversificação de mercados, consequência inevitável do desenvolvimento e expansão do processo exportador, conduzirá naturalmente a empresa ao aperfeiçoamento das estratégias mercadológicas, ao conhecimento de novas técnicas e recursos de produção e gestão e à consecução do sonho de todo pequeno empreendedor: tornar-se grande, sustentável e economicamente relevante.

## Conselho Editorial

Adauto Roberto Ribeiro  
Eduardo Leoni  
Cibele Roberta Sugahara  
Ernesto Dimas Paulela  
Francisco Prisco Neto  
Pedro de Miranda Costa  
José Vicente de Souza Filho  
Márcio Roberto P. Tangerino  
Sílvia Regina M. de Campos  
Valdenir da Silva Pontes

## Pontifícia Universidade Católica de Campinas

Reitor: Profa. Angela de Mendonça Engelbrecht  
Vice-Reitor: Prof. Eduard Pranic  
Pró-Reitor de Graduação: Prof. Germano Rigacci Júnior  
Pró-Reitora de Pesquisa e Pós-Graduação: Profa. Vera Engler Cury  
Pró-Reitora de Extensão e Assuntos Comunitários: Profa. Vera Engler Cury  
Pró-Reitor de Administração: Prof. Ricardo Panain

Núcleo de Pesquisa e Extensão do CEA  
Rodovia Dom Pedro I, km 136  
Parque das Universidades - Campinas - SP  
CEP 13086-900

Telefone: (19) 3343-6776  
boletim\_economico@puc-campinas.edu.br  
www.puc-campinas.edu.br/imprensa/boletim\_economico

## Comitê Editorial

Eliane Navarro Rosandiski (Editora Geral)  
Adauto Roberto Ribeiro (Editor Executivo)  
Cândido Ferreira da Silva Filho  
Pedro de Miranda Costa

## Centro de Economia e Administração (CEA)

Diretor  
Profa. Sílvia Regina M. de Campos  
Diretor Adjunto  
Prof. José Vicente de Souza Filho  
Diretor da Faculdade de Administração  
Profa. Cibele Roberta Sugahara  
Diretor Adjunto da Faculdade de Administração (Comércio Exterior)  
Prof. Eduardo Leoni  
Diretor Adjunto da Faculdade de Administração (Logística e Serviços)  
Prof. Pedro de Miranda Costa  
Diretor da Faculdade de Economia  
Prof. Adauto Roberto Ribeiro  
Diretor da Faculdade de Ciências Contábeis  
Prof. Eduardo Frare  
Coordenador do Núcleo De Pesquisa e Extensão  
Prof. Cândido Ferreira da Silva Filho

## Comitê Editorial

Colaboradores

Prof. Fábio Eduardo Iaderozza (CEA)  
Bruno Membrive  
Nathalia Carneiro

Assessoria e Divulgação:  
Departamento de Comunicação da PUC-Campinas

Projeto Gráfico:  
Nathalia Carneiro