

FINANCIAMENTOS EXTERNOS

Ferramentas para a Exportação

*Caio Radicchi**

Temos notado em nossas visitas e trabalhos de consultoria a empresas na gestão de negócios internacionais que o quesito “venda financiada” não tem tido a abordagem, o entendimento necessário por parte dos profissionais de empresas, quanto a sua aplicabilidade e vantagens operacionais que proporcionam, bem como, das responsabilidades daí decorrentes.

Não somos apologistas de apelos, a nosso ver, extremados, exagerados, como o recentemente divulgado na mídia nacional “exportar ou morrer”, mas o exportador que não tenha consciência geral dos mecanismos financeiros que podem lhe facilitar a caminhada para o mercado externo, talvez não dure mesmo muito tempo neste competitivo cenário, hoje muito distante dos calmos e previsíveis anos 80, onde pessoalmente me recordo, quando trabalhava no setor de Exportação de Empresa Mineira de Assessoria em Comércio Exterior, que à época, administrávamos individualmente cerca de 20 a 30 processos de exportação por semana, de produtos e empresas diversas, desde flores naturais e secas, passando por couro em estado natural, tijolos refratários, mármore em blocos, tecidos tintos e crus, enfim, um período em que o mercado externo extremamente aquecido, basicamente vinha buscar aqui, o que era demandado internacionalmente, principalmente em termos de produtos primários e semi elaborados.

O resto desta história, todos a conhecemos bem.....o surgimento do mercado asiático, o desenvolvimento e demanda de produtos agregando tecnologia, a burocracia nacional impedindo adaptação de nosso parque industrial às novas diretrizes mercadológicas, crises monetárias mundiais e muita... mas muita “pajelança” de nossos líderes e dirigentes, nas áreas fiscal e econômica interna, proporcionando um ambiente dificultoso ao êxito de nosso comércio exterior.

Há que se relatar conclusivamente que o cenário externo hoje, não mais possui a florescência, a receptividade e a avidez consumista de 15 anos atrás. Fica patente que já nos anos noventa e no início do novo milênio, a queda de consumo dos grandes mercados mundiais é a tônica. Inequivocamente todos os países querem exportar, todos buscam o mesmo fim, o tão desejado superávit de suas contas de comércio.

Ninguém mais tem mercado cativo, o cliente já não bate mais na porta do exportador.

É dentro deste ambiente de extremo acirramento nos negócios externos, redução de margens e de resultados em todos os sentidos, que o ato de exportar se torna ação verdadeiramente elaborada, necessariamente precedida de toda a logística comercial e financeira possível.

E o aspecto “venda financiada” deixa então de ser mero acessório operacional, para se tornar uma alavanca mercadológica, mecanismo propiciador de êxito nos negócios externos.

Para dar ao leitor uma imediata idéia da importância de um financiamento como fator decisivo de vendas externas, basta recordarmos o recente caso “Embraer x Bombardier” tão divulgado na mídia, em que a brasileira Embraer venceu importante concorrência internacional em grande parte, devido a aplicação eficaz do mecanismo de financiamento à exportação nacional denominado PROEX que abordaremos mais adiante. Sem este mecanismo, a referida Empresa seguramente teria grande dificuldade na concretização de seu negócio.

Partiremos então, a partir deste momento, para uma abordagem direta e esperamos, de fácil compreensão, quanto aos financiamentos externos disponíveis ao exportador nacional. Não serão objeto de estudos neste artigo, projetos de apoio via financiamentos e fundos de aval criados por Entidades de assistência a pequena e média empresa no país, no âmbito por exemplo, de um SEBRAE ou mesmo de um Banco do Brasil entre outros, por julgarmos que este assunto deva ser foco de abordagem em artigo próprio e específico.