

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM  
COMÉRCIO EXTERIOR**

**MANUEL DE ALMEIDA AGOSTINHO**

**A ESCOLHA DA MODALIDADE DE PAGAMENTO DAS EMPRESAS  
EXPORTADORAS DA REGIÃO DA AMREC**

**CRICIÚMA  
2018**

**MANUEL DE ALMEIDA AGOSTINHO**

**A ESCOLHA DA MODALIDADE DE PAGAMENTO DAS EMPRESAS  
EXPORTADORAS DA REGIÃO DA AMREC**

Monografia apresentada para obtenção do Grau de Bacharel no Curso de Administração da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, com Linha de Formação Específica em Comércio Exterior.

Orientador: Prof.<sup>a</sup> Me Izabel Regina de Souza

**CRICIÚMA**

**2018**

3

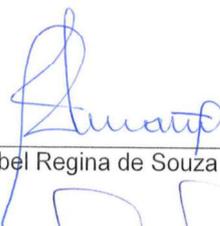
MANUEL DE ALMEIDA AGOSTINHO

**A ESCOLHA DA MODALIDADE DE PAGAMENTO DAS EMPRESAS  
EXPORTADORAS DA REGIÃO DA AMREC**

Monografia aprovada pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Bacharel em Administração Linha de Formação Específica em Comércio Exterior, no Curso de Administração, da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 26 de junho de 2018.

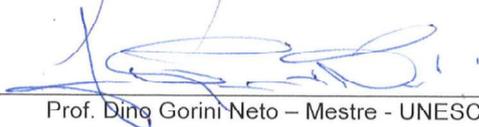
**BANCA EXAMINADORA**



Prof. Izabel Regina de Souza - Mestra – UNESC - Orientadora



Prof. Msc. Elenice Padoin Juliani Engel - UNESC



Prof. Dino Gorini Neto – Mestre - UNESC

*Dedico este trabalho aos meus Pais.*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me dado saúde e força para superar as dificuldades.

A esta universidade, seu corpo docente, direção e administração, que oportunizaram a janela que hoje vislumbro da confiança no mérito e na ética aqui presentes.

A minha orientadora Prof.<sup>a</sup> Izabel Regina de Souza, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções e incentivos.

Aos meus pais, com destaque à minha querida mãe, Mary Feijó, e principalmente ao Dr. Francisco da Silva Cristóvão, que foi o mentor pela consolidação dessa licenciatura.

A Júdice Cristovão, Mario de Almeida e Adérito de Almeida Agostinho, pelo estímulo e apoio incondicional.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram com que minha formação se tornasse uma realidade. O meu muito obrigado!

## RESUMO

AGOSTINHO, Manuel de Almeida. **A escolha da modalidade de pagamento das empresas exportadoras da região da AMREC**. 2018. 71 páginas. Monografia do Curso de Administração – Linha de Formação Específica em Comércio Exterior, da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Este trabalho apresenta as principais modalidades de pagamento utilizadas no comércio internacional, detalhando as principais vantagens e desvantagens relacionadas a cada modalidade. Tendo em vista uma série de precauções que as empresas devem tomar com relação às formas de pagamento quanto à exportação de seus produtos, esse estudo tem por objetivo identificar quais modalidades de pagamento as empresas exportadoras da região da AMREC utilizam, e qual o impacto nos seus negócios internacionais. O método aplicado nesse estudo foi o de pesquisa descritiva, bibliográfica e de campo, com abordagem quantitativa e qualitativa. Os dados foram coletados por meio de um questionário, aplicado junto a cinquenta e cinco empresas selecionadas, sendo que a amostra obtida para esse trabalho foi de dezenove empresas. Os resultados apontaram que as modalidades de pagamento mais utilizadas são pagamento antecipado e cobrança documentária. Quanto aos impactos causados nas empresas, diante da opção dessas modalidades, destacam-se maior segurança, facilidade nas negociações e menos custos para as organizações.

**Palavras-chave:** Comércio Exterior. Exportação. Modalidades de Pagamento.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Porte da empresa .....	46
Gráfico 2 - Ramo .....	47
Gráfico 3 - Quanto tempo sua empresa realiza exportação? .....	48
Gráfico 4 - Como você se inseriu no mercado internacional? .....	49
Gráfico 5 - Para quais mercados é realizada a exportação?.....	50
Gráfico 6 - Atualmente, qual é a modalidade de pagamento utilizada pela empresa? .....	51
Gráfico 7 - Por que utiliza esta modalidade?.....	52

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Porte da empresa.....	46
Tabela 2 - Ramo.....	47
Tabela 3 - Quanto tempo sua empresa realiza exportação?.....	48
Tabela 4 - Como você se inseriu no mercado internacional?.....	49
Tabela 5 - Para quais mercados é realizada a exportação? .....	50
Tabela 6 - Atualmente, qual é a modalidade de pagamento utilizada pela empresa? .....	51
Tabela 7 - Por que utiliza esta modalidade? .....	52
Tabela 8 - Síntese das respostas.....	56

## LISTA DE SIGLAS

ABGF - Agência Brasileira Gestora de Fundos Garantidores e Garantias  
ECAs - Agências de Crédito à Exportação  
AMREC – Associação do Municípios da Região Carbonífera  
BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social  
CCI - Câmara de Comércio Internacional  
FGE - Fundo de Garantia à Exportação  
FMI – Fundo Monetário Internacional  
GATT - Acordo Geral de Tarifas e Comércio  
ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços  
IPI - Imposto sobre Produtos Industrializados  
MDIC - Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços  
OMC - Organização Mundial do Comércio  
ONU – Organização das Nações Unidas  
PIB - Produto Interno Bruto  
SAIN/MF - Secretaria de Assuntos Internacionais do Ministério da Fazenda  
SCE - Seguro de Crédito à Exportação  
SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
SECOMs - Setores de Promoção Comercial

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>10</b>
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA .....	11
1.2 OBJETIVOS .....	12
<b>1.2.1 Objetivo geral</b> .....	<b>12</b>
<b>1.2.2 Objetivos específicos</b> .....	<b>12</b>
1.3 JUSTIFICATIVA .....	12
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>14</b>
2.1 HISTÓRIA DO COMÉRCIO EXTERIOR .....	14
<b>2.1.1 Comércio exterior</b> .....	<b>16</b>
2.2 PANORAMA BRASILEIRO DAS EXPORTAÇÕES.....	18
<b>2.2.1 Projeções para 2018</b> .....	<b>21</b>
2.3 NEGÓCIOS INTERNACIONAIS.....	23
<b>2.3.1 Cultura</b> .....	<b>26</b>
<b>2.3.2 Legislação</b> .....	<b>29</b>
<b>2.3.3 Maneiras de negociar no mercado internacional</b> .....	<b>30</b>
<b>2.3.4 Feira comercial <i>trading</i></b> .....	<b>30</b>
<b>2.3.5 Exportação direta</b> .....	<b>31</b>
<b>2.3.6 Exportação indireta</b> .....	<b>32</b>
2.4 MODALIDADES DE PAGAMENTOS .....	33
<b>2.4.1 Seguro de Crédito à Exportação</b> .....	<b>38</b>
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>41</b>
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	41
3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E/OU POPULAÇÃO-ALVO .....	42
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS .....	44
3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS.....	45
<b>4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS</b> .....	<b>46</b>
4.1 ANÁLISE QUANTITATIVA .....	46
4.2 ANÁLISE QUALITATIVA.....	52
<b>5 CONCLUSÃO</b> .....	<b>58</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>60</b>
<b>APÊNDICE</b> .....	<b>66</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Na última década as exportações brasileiras apresentaram um crescimento expressivo e uma transformação na sua estrutura, que estão diretamente relacionados ao processo de crescimento econômico, à expansão do comércio mundial e às estratégias comerciais que foram adotadas pela economia brasileira no passado. A partir do fim da década de 1980, os mentores da política econômica brasileira começaram a incorporar algumas medidas de livre comércio, com o objetivo de tornar a economia brasileira mais competitiva e moderna (HIDALGO; FEISTEL, 2012).

Cherobin e Vieira (2009) descrevem comércio exterior como uma troca de bens e serviços através de fronteiras internacionais. Na maioria dos países, ele representa uma grande parcela do Produto Interno Bruto (PIB).

Os negócios internacionais fazem parte da história da humanidade, porém sua relevância econômica, social e política se desenvolveu nos últimos séculos com o avanço industrial, a globalização e o surgimento de grandes corporações multinacionais, que impactaram de forma significativa este tipo de comércio (CHEROBIN; VIEIRA, 2009).

Verifica-se, então, que o comércio internacional, além de ser muito importante para os países, também é de fundamental relevância para as organizações, pois as mesmas são as grandes beneficiadas por esse tipo de transação, tendo em vista, o aumento do faturamento, da melhoria da qualidade dos produtos e a projeção da marca da empresa no país de origem e no exterior. Contudo, somente vender não é o mais importante, é preciso estar atento quanto às modalidades de pagamento utilizadas na negociação, em decorrência dos riscos envolvidos como distância, legislação, moeda e cultura (CHEROBIN; VIEIRA, 2009).

Sob este direcionamento, esta pesquisa tem como objetivo principal identificar quais modalidades de pagamento as empresas exportadoras da região da AMREC utilizam, e qual o impacto nos seus negócios internacionais.

Assim, visando o cumprimento destes objetivos, estruturou-se o trabalho conforme exposto na sequência. Neste primeiro capítulo, são descritos os elementos introdutórios, com uma breve explanação sobre o tema, a situação-problema, os objetivos e a justificativa do estudo.

No capítulo 2, são apresentados os conceitos teóricos que fundamentam o presente estudo, tais como; comércio exterior e sua história; panorama brasileiro das exportações; negócios internacionais, englobando cultura, legislação, formas de negociar no mercado internacional, feira *trading* e exportação direta e indireta; além das modalidades de pagamentos e suas vantagens e desvantagens.

No capítulo 3, descreve-se os procedimentos metodológicos adotados para a realização da pesquisa de campo, buscando cumprir os objetivos traçados, bem como responder à questão problema.

No capítulo 4 destacam-se os dados levantados pelo pesquisador e a sua análise, com o objetivo de responder à pergunta de pesquisa apontada no estudo. Assim, o presente trabalho é encerrado com as conclusões, onde são apresentados os pontos relevantes sobre o tema exposto.

## 1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

As negociações internacionais, no mundo globalizado, tornam-se efetivas estratégias competitivas. As transformações na economia mundial, ocorridas nas últimas décadas; a abertura comercial e o aumento do fluxo de capital estrangeiro pleitearam, por parte das organizações, métodos diferenciados e mais agressivos em relação ao comércio exterior e à sua forma de atuação neste mercado. Dos profissionais que operam nessas áreas largamente afetadas pela globalização, o mercado demandou um maior preparo, ou seja, pessoas instruídas (FLORIANI, 2002).

Tanto o exportador como o importador devem evitar os riscos a que estão sujeitas as negociações internacionais. Ao enviar a mercadoria para exterior, o exportador deve tomar medidas para receber o pagamento. Definir com clareza a forma de pagamento no processo de exportação é de fundamental importância para ambas as partes. Assim, a escolha da modalidade de pagamento deve atender conjuntamente aos interesses do exportador e do importador (BRASIL, 2011).

Deste modo, vários critérios devem ser verificados anteriormente à escolha da forma de pagamento. O exportador deve estar atento à situação econômica e financeira do importador, assim como conhecer sua ficha cadastral. No Brasil, organizações privadas fornecem, mediante pagamento, informações cadastrais de empresas estrangeiras. O exportador também poderá consultar os

Setores de Promoção Comercial (SECOMs) do Itamaraty, localizados no exterior (BRASIL, 2011).

Tendo em vista uma série de precauções que as empresas devem tomar com relação à modalidade de pagamento na exportação de seus produtos, garantindo assim a melhor forma de recebimento por suas mercadorias, esse estudo se delineará pelo seguinte questionamento: Quais as modalidades de pagamento utilizadas pelas empresas exportadoras da região da AMREC, e qual o impacto desta escolha?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo geral

Identificar quais modalidades de pagamento as empresas exportadoras da região da AMREC utilizam, e qual o impacto nos seus negócios internacionais.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- 1) Apresentar o perfil das empresas exportadoras da AMREC;
- 2) Identificar as modalidades de pagamento utilizadas;
- 3) Descrever as modalidades de pagamento e as vantagens e desvantagens do uso de cada uma delas no comércio exterior.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

Com o crescente número de organizações atuando no mercado internacional, é necessária uma certa precaução quanto à modalidade de pagamento a ser empregada pelas partes. As modalidades de pagamento são estabelecidas nos contratos de compra e venda internacionais, ou equivalentes, e determinam a maneira pela qual o exportador receberá seu pagamento por sua venda ao exterior.

Para se determinar as condições de pagamento que o exportador utilizará nas vendas de seus produtos, se faz necessário um estudo criterioso quanto à forma de pagamento a ser empregada nas negociações. As modalidades de pagamento

são influenciadas pelas condições de mercado e pelo grau de confiança entre as partes (não só empresas, mas também bancos e países envolvidos). Portanto, em uma negociação internacional é preciso tomar medidas seguras para evitar prejuízos tanto para o exportador como para o importador (GARCIA, 2007).

Portanto, justifica-se o presente estudo, tendo em vista a necessidade de conhecer as modalidades de pagamentos utilizadas pelas empresas pesquisadas, e também analisar as vantagens e desvantagens que essas modalidades trazem para o exportador, levando em conta que os negócios internacionais estão cada dia mais em evidência no Brasil. Essa pesquisa pode trazer também relevantes informações para a comunidade acadêmica, pois expõe as modalidades de pagamento mais utilizadas nas exportações pelas empresas pesquisadas, contribuindo assim para trabalhos futuros. O estudo também foi de grande valia para o pesquisador, como fonte de conhecimento e de aprimoramento profissional.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo são explanados importantes conceitos e definições sobre história do comércio exterior, panorama brasileiro das exportações, negócios internacionais e modalidades de pagamentos, abordados pela literatura especializada, que está diretamente relacionada com os objetivos propostos neste trabalho acadêmico.

### 2.1 HISTÓRIA DO COMÉRCIO EXTERIOR

Para uma melhor compreensão sobre o comércio internacional é importante ter o conhecimento do período que marcou a expansão comercial, denominado Mercantilismo, que teve seu ápice após o descobrimento da América e do caminho marítimo para as Índias (CARVALHO; SILVA, 2000).

O mercantilismo, segundo Carvalho e Silva (2000), se intensificou entre os séculos XV e XVIII e seus princípios revelavam o conjunto de interesses do estado e da crescente burguesia, contrária ao feudalismo. Apesar do Mercantilismo não ser considerado uma teoria pronta e estável, ele pode ser percebido naquela época, como se constitui a riqueza e poder de uma nação.

Ainda conforme Carvalho e Silva (2000, p. 63):

A riqueza de uma nação estava associada à quantidade de pessoas e ao seu estoque de metais preciosos. No período o estado tinha um forte papel, tomar providências para aumentar o bem-estar de sua população, estimular o comércio e a indústria, já percebidos como mais importantes que a agricultura, e beneficiar as exportações. As exportações eram as principais maneiras de aumento da riqueza, pois os pagamentos do comércio internacional eram feitos em metais preciosos, ouro e prata.

Conforme Dias e Rodrigues (2007), da perspectiva do comércio internacional, foi durante essa época que se estabeleceram os fundamentos de todas as futuras teorias de comércio exterior. Além do mais, as teorias e práticas econômicas, que reunidas reconhecemos hoje como mercantilistas, auxiliaram na organização e preservação do Estado nacional como o principal motivador econômico na esfera mundial.

É crucial ressaltar que neste caso, ao se referir ao mercantilismo, está levando-se em conta um conjunto de práticas e conceitos adotados pelos Estados absolutistas, no decorrer dos séculos XVI e XVIII. Este conjunto atualmente é que

integra a primeira teoria de comércio exterior de que se tem notícia. Esta é uma questão importante a ser salientada, pois, durante os séculos de predomínio do mercantilismo, não surgiu nenhuma teoria bem arquitetada por algum pensador, e que poderia ter norteado os governantes da época. Houve, na realidade, em cada nação onde essas práticas e conceitos foram aplicados, indivíduos que desenvolveram propostas teóricas que, em seu conjunto, foram qualificadas como uma só doutrina (DIAS; RODRIGUES, 2007).

Dias e Rodrigues (2007) explicam que a incorporação de diversas economias numa só economia-mundo amparada pelo capitalismo teve princípio na Europa com o avanço de práticas comerciais que, basicamente, podemos intitular de capitalistas. A elaboração dessa economia-mundo, baseada no desenvolvimento de uma economia capitalista europeia, mostra variadas vertentes que podem ser examinadas quando se observa a realidade de vivermos em um mundo agregado economicamente há muito tempo.

No final do século XIX e início do século XX aumentam os acordos comerciais, em sua maioria bilateral, que tem por objetivo pacificar e organizar as relações comerciais entre dois ou mais países, visando manter a soberania de cada um deles em seu território (SILVA et al., 2008). Nesse período, os países perceberam a necessidade de se ter regras mais claras para o comércio internacional. Em 1919 é fundada a “Associação Internacional de Empresas”, estabelecida em Paris, com o propósito de promover o comércio internacional, o investimento, o mercado livre de bens e serviços e a livre circulação de capitais, assim como constituir normas comuns a todos os seus associados, tal associação ficou conhecida como Câmara Internacional do Comércio (CCI) (SILVA et al., 2008).

Uma das principais funções da CCI, segundo Silva et al. (2008) é a criação de normas que regem a maior parte das relações econômicas e comerciais e executa um trabalho de "lobby" sobre instituições governamentais no sentido de transformar suas necessidades em ações concretas, sendo que esta atividade é, sobretudo, reconhecida, entre outros, junto à Organização Mundial do Comércio (OMC) e da Comissão Europeia e da Organização das Nações Unidas (ONU).

### 2.1.1 Comércio exterior

A natureza do comércio exterior, segundo Soares (2004) é formada por uma série de termos, práticas e técnicas próprias concebidas e consolidadas ao longo dos tempos, buscando adaptações às novas conjunturas econômicas e tecnológicas para o desenvolvimento do comércio. Para o mesmo existem várias definições de comércio exterior na interpretação de economistas, administradores e juristas, mas argumenta que a descrição mais propícia é a que possibilita compreender a essência multidisciplinar do comércio exterior, fornecendo recursos para perceber as atividades no contexto dos negócios internacionais.

Em termos gerais, na visão dos economistas, o comércio exterior apresenta-se como uma relação de troca entre os agentes econômicos visando lucro. Na percepção dos administradores, se configura como uma atividade de compra e venda internacional, em um processo que termina com ações contábeis. Já para os juristas é uma prática jurídica formalizada voltada para os propósitos dos contratantes, amparada por um contrato que gera direitos e obrigações às partes e, possivelmente, a terceiros (SOARES, 2004).

A atividade do comércio exterior vai muito além do simples método de compra e venda de produtos. Ela pode representar um elemento essencial sobre as condições de expansão de determinadas economias nacionais ou regiões. Uma região sujeita à influência do exterior pode utilizar-se do comércio exportador, como um instrumento para o desenvolvimento econômico, desde que essa atividade sirva de suporte para o crescimento da região exportadora (MUNDURUCA; SANTANA, 2012).

Ainda conforme os autores supracitados, a expansão das exportações,

[...] é capaz de exercer um efeito multiplicador sobre as atividades do mercado interno não-exportador, impactando no setor terciário da economia local por meio da criação de demanda por serviços e, por conta disso, incrementando os níveis de renda e de emprego da população. As exportações, portanto, seriam um indutor do crescimento econômico do país ou região, sobretudo em economias pequenas ((MUNDURUCA; SANTANA, 2012, p. 611).

Segundo Souza (1999, p. 38), a relevância do comércio exterior no processo de desenvolvimento econômico de um determinado país ou região é evidenciada pela Teoria da Base de Exportação e pela Teoria da Base Econômica. Na Teoria da Base de Exportação, o entendimento é que o “crescimento das

exportações produz um efeito multiplicador e de aceleração no setor de mercado interno, não-exportador”, por meio do efeito-renda e da sequência para trás e para frente no processo produtivo, gerando a procura por serviços, como transporte, comunicação e financiamentos.

Levando em consideração a importância do comércio exterior, especialmente das exportações, para motivar o crescimento econômico de uma região, Munduruca e Santana (2012) ressaltam que é indispensável pensar nos aspectos que podem definir o aumento das exportações.

Nessa perspectiva, Goulart, Vieira e Carvalho (2005) destacam que no discurso sobre desenvolvimento local, como tática para superação de limitações, estão intrincadas situações locais e globais. Para Oliveira (2001, p. 13), o desenvolvimento local “[...] comporta tantas quantas sejam as dimensões em que se exerce a cidadania; qualquer tentativa, pois, de transformá-la em modelos paradigmáticos, está fadada ao fracasso”. Na concepção de Zapata et al. (2005), O desenvolvimento local, sob a perspectiva econômica, engloba os recursos que favorecem os processos deste desenvolvimento e as formas competentes de atuação dos atores econômicos, sociais e políticos. Também reforça a noção que as regiões dispõem de recursos e economias ainda não exploradas, tornando-as um potencial de desenvolvimento (BARQUERO, 1999).

Assim, conforme esclarece Sen (2000, p. 42), para desenvolver a economia local,

[...] as pequenas e microempresas deveriam tornar-se competidoras mais ativas no contexto da globalização, inserindo-se em um contexto de formação de redes voltadas à difusão do conhecimento e com políticas de apoio à tecnologia e exportação. Os mercados possuem um papel importante no processo de desenvolvimento.

Para Souza (1999), o modelo de desenvolvimento ideal é aquele que se baseia na conciliação do aumento rápido das exportações, com substituições seletivas de importações, viabilizando transferência de tecnologia e diversificando a reciprocidade entre as atividades econômicas.

Assim, para aqueles que querem se aventurar no comércio exterior, seja exportando ou importando, é importante pesquisar os países alvos, contratando uma empresa especializada para tal tarefa ou consultando o Ministério das Relações Exteriores. Também é de fundamental importância participar de comitativas, feiras e eventos, organizados e patrocinados pelo governo federal e câmaras setoriais de

comércio. Deste modo, se conhecerá de fato o público alvo, tendo a oportunidade de verificar sua reação em relação ao produto, e caso necessário, poder adaptar o produto para atender as exigências do mercado (SOARES, 2004).

Tendo em vista a importância do comércio exterior para as empresas nacionais, o tópico a seguir dissertará sobre o panorama brasileiro das exportações.

## 2.2 PANORAMA BRASILEIRO DAS EXPORTAÇÕES

O comércio exterior do Brasil passou por diversas dificuldades, influenciadas pelos inúmeros planos econômicos apresentados entre 1968 a 1990 com a finalidade de fortalecer a economia brasileira e viabilizar a abertura comercial (GUIMARÃES, 2006).

Conforme Guimarães (2006), o Brasil passou a adotar critérios de liberalização comercial, de acordo com as recomendações contidas no que se designou Consenso de Washington rompendo, gradualmente, a tradição política intervencionista do Estado no comércio exterior.

Os anos 80 e o início dos anos 90, segundo Silva et al. (2008) foram turbulentos, fazendo com que os empresários brasileiros lidassem com períodos de abertura comercial e períodos de protecionismo, afastando-os do comércio internacional. Os mesmos ainda ressaltam que a partir da década de 1980, houve uma diminuição no desenvolvimento industrial em virtude da incerteza em relação à uma estratégia de longo prazo e da implantação de uma rigorosa política de ajustamento macroeconômico.

Com o avanço do processo de globalização e com a reciprocidade econômica entre os vários países do mundo se tornando cada vez maior, observa-se ainda, pela cultura comercial internacional herdada por nossas lideranças governamentais, que existe um receio em nos arriscarmos com investimentos em setores onde outras nações menos favorecidas têm encontrado alternativas de sucesso comercial (LOPES VAZQUEZ, 2007).

Contudo, de acordo com Silva et al. (2008), a trajetória para a inclusão e maior participação do Brasil na economia mundial dependia da abertura comercial, competitividade da indústria nacional e melhor administração do comércio exterior. Assim, as mudanças efetivas começaram com a implantação do Plano Real, em 1994, pelo então Ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso, que incentivou

a política externa brasileira e o aumento do comércio internacional por meio do aumento das exportações.

No entanto, segundo dados da Apex-Brasil (2011), a recuperação de um maior dinamismo em termos de crescimento se deu quando a exportação foi beneficiada pela expansão da economia mundial e devido à uma taxa de câmbio mais competitiva depois da mudança no regime cambial, em 1999.

O Quadro 1 mostra a evolução das exportações brasileiras de 2000 a 2016, em valores brutos e os percentuais de déficit e superávit que correspondem a esse período.

Quadro 1 – A evolução do comércio exterior brasileiro de 2000 a 2016.

<b>Ano</b>	<b>Resultado acumulado de dez. a jan. (US\$)</b>	<b>Ano anterior</b>	<b>Diferença em percentual</b>
2000	55.086	48.011	14,74
2001	58.223	55.086	5,69
2002	60.362	58.223	3,67
2003	73.084	60.362	21,08
2004	96.475	73.084	32,01
2005	118.308	96.475	22,63
2006	137.470	118.308	16,20
2007	160.649	137.470	16,58
2008	197.942	160.649	23,21
2009	152.994	197.942	-22,71
2010	201.915	152.994	31,98
2011	256.039	201.915	26,81
2012	242.579	256.039	-5,26
2013	242.178	242.579	-0,16
2014	225.100	242.178	-7,00
2015	191.134	225.100	-15,09
2016	185.235	191.134	-3,09

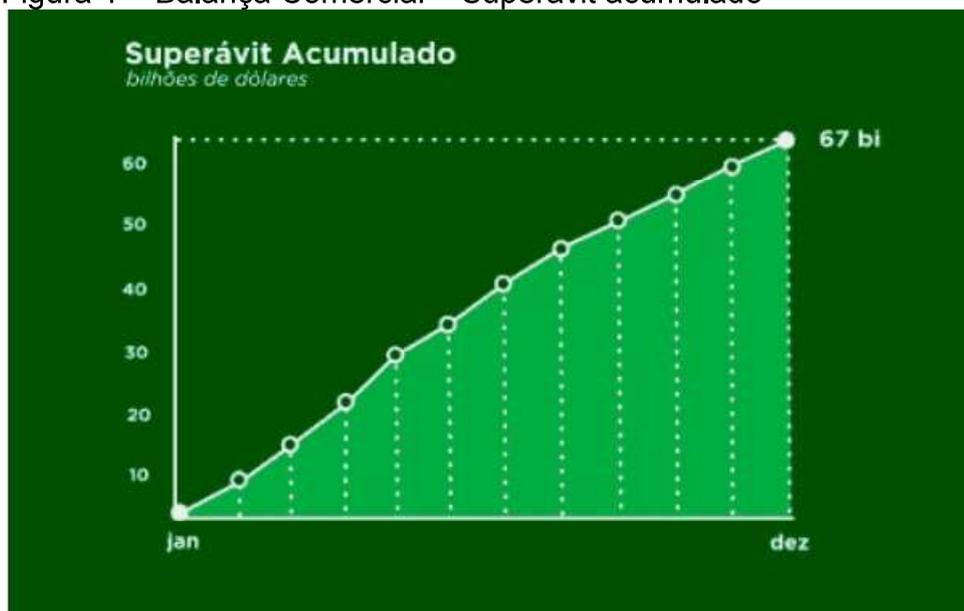
Fonte: MDIC (2018). Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/index.php/comercio-exterior/estatisticas-de-comercio-exterior/balanca-comercial-brasileira-acumulado-do-ano>

Os dados apresentados no Quadro 1 demonstram que, apesar de sofrer uma queda em função da crise de 2009, as exportações rapidamente se recuperaram e, em 2011, retornou ao patamar de 2008, que seguia uma tendência de crescimento. Contudo, em 2015 voltou a sofrer nova queda em decorrência da crise política que assolou o país.

Um dos impactos mais expressivos da crise sobre as exportações brasileiras é a diminuição relativa da importância dos Estados Unidos e da Europa no rol das exportações. A Europa permanece um destino muito relevante, mas os Estados Unidos correspondem ao mercado de exportadores que foi mais afetado pela crise. Já o crescimento da participação da China e do restante da Ásia se acentuou de forma significativa. Para o Brasil, os principais parceiros comerciais estão mudando, fazendo com que os exportadores brasileiros buscassem outros mercados, o que possibilitou a recuperação das vendas externas (MARCONI, 2013).

No cenário atual, em entrevista para comentar os dados da balança comercial de 2017, o Ministro da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC), Marcos Pereira, ressaltou o saldo comercial recorde atingido pelo Brasil, de US\$ 67 bilhões (Figura 1), destacando que é o primeiro crescimento das exportações brasileiras depois de cinco anos e das importações em três anos (MDIC, 2018).

Figura 1 – Balança Comercial – Superávit acumulado



Fonte: MDIC (2018).

Esse saldo de 67 bilhões de dólares, segundo Marcos Pereira, foi 40,5% superior ao alcançado em igual período de 2016 (US\$ 47,683 bilhões). Ainda conforme o Ministro:

O superávit recorde em 2017 se deve ao aumento das exportações e das importações durante o ano. Importante destacar esse desempenho porque o saldo aferido em 2016 foi resultado de uma queda nas importações de 20% e também das exportações de 3,5%, em relação a 2015. Agora temos uma retomada real da economia e sobretudo no comércio exterior brasileiro (MDIC, 2018).

No tocante aos volumes de exportações, Pereira (2018) completou que 2017 encerrou com um recorde de 692 milhões de toneladas, o que significou um crescimento 7,2% em relação a 2016. Destacou também que este crescimento ocorreu em cima de uma base de comparação alta, que já havia sido recorde (MDIC, 2018).

O ministro ainda ressaltou que o balanço das importações somou US\$ 150,745 bilhões e que houve um aumento em relação a 2016 de 10,5%, pela média, sobre o mesmo período anterior (US\$ 137,552 bilhões). Conforme Pereira (2018), “o acréscimo das importações significa que houve retomada do crescimento da economia brasileira” (MDIC, 2018).

Quanto às expectativas para 2018, o secretário de Comércio Exterior do MDIC, Abrão Neto, alega que é esperado um crescimento do comércio pelo segundo ano consecutivo. Segundo ele: “nossa expectativa é que os valores tanto das exportações quanto das importações sejam os melhores dos últimos três anos, superiores a 2015, 2016 e 2017” (MDIC, 2018).

### **2.2.1 Projeções para 2018**

Segundo Abrão Neto, em 2018 o crescimento previsto para a economia brasileira deve aumentar a demanda por importações, tanto por parte das empresas quanto das famílias brasileiras que, “com o aumento de renda e da confiança na economia, devem aumentar as aquisições, principalmente de bens de consumo” (MDIC, 2018).

Conforme o Secretário de Comércio Exterior do MDIC outras previsões estão em pauta, conforme aponta o Quadro 2.

## Quadro 2- Projeções para a economia brasileira em 2018.

Aumento da produção de commodities minerais	O petróleo e o minério de ferro são os principais. A previsão da Agência Nacional de Petróleo (ANP) é de um crescimento bruto da produção de petróleo em 11,5%, resultando no aumento das exportações desses dois itens em 2018
Manutenção do volume exportado de grãos	Previsão da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) da segunda maior safra de grãos da história, com 226,5 milhões de toneladas. Esta segunda maior safra, combinada com nível elevado de estoque de grãos, deve fazer com que se mantenha o volume de vendas externas em quantidade para 2018.
Projeções de crescimento da economia e do comércio mundial	Segundo o Fundo Monetário Internacional (FMI), a economia mundial deve crescer 3,7% neste ano, inclusive com aumento de importantes parceiros comerciais brasileiros como a China, EUA, Argentina, Zona do Euro, além de América Latina e Caribe. Já a OMC prevê que o comércio mundial cresça 3,2% em volume em 2018. Ambos os aumentos devem contribuir para o bom desempenho da balança comercial brasileira.
Ações de abertura e facilitação de comércio	O acordo automotivo do MDIC com a Colômbia, permitindo em 2018 a exportação de uma cota de 25 mil unidades de veículos sem Importo de Importação. O setor também prevê um aumento de 10,6% nas exportações gerais de veículos em 2018. Ressalta-se também o início da vigência do Acordo de Livre Comércio com o Egito, para onde o Brasil exportou US\$ 2,4 bilhões em 2017.
Portal Único de Comércio Exterior	A partir de 2 de julho de 2018, todas as exportações deverão ser feitas, exclusivamente, por meio do Portal Único de Comércio Exterior e ao longo de 2018 será implantado também o Novo Processo de Importações que trará menos burocracia e outras vantagens para o comércio exterior brasileiro.
Manutenção do nível da taxa de câmbio	Esta é uma previsão do Boletim Focus de taxa média do dólar de 3,31 reais para o ano. Algo parecido com a média de 2017, que foi de 3,19 reais. Seria uma desvalorização do real frente ao dólar de aproximadamente 4%, apenas.

Fonte: MDIC (2018).

Contudo, as projeções de comércio exterior para 2018 também levam em consideração o atual cenário político-econômico brasileiro, apontando fortes indefinições e motivos de incerteza sobre 2018, além de fatores no campo internacional, cujos possíveis impactos na economia mundial e brasileira ainda são desconhecidos (ASSOCIAÇÃO DE COMÉRCIO EXTERIOR DO BRASIL, 2017).

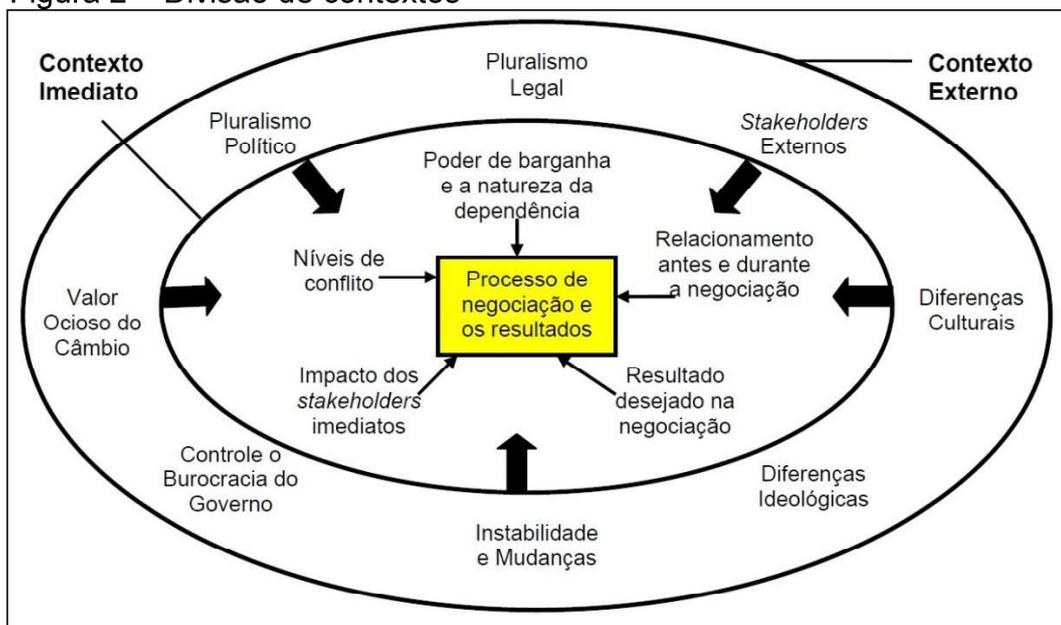
## 2.3 NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

De acordo com Panosso (2000), a globalização, regionalização, abertura econômica e privatização transformaram radicalmente o ambiente no qual as organizações desenvolvem suas atividades e vêm obrigando as empresas no sentido da internacionalização, da interdependência e de uma atuação mais dinâmica do setor privado. Ademais, a queda de barreiras no comércio internacional tem proporcionado grandes oportunidades de negócios além das fronteiras nacionais.

Na visão de Oliveira (2004), a teoria e a prática da negociação internacional constituem, hoje, uma preocupação difundida entre os executivos preocupados com aperfeiçoamento das suas diversas habilidades profissionais. Nada mudou basicamente no relacionamento dos indivíduos, através do tempo, pois a necessidade de instigar inteligências e persuadir são características inerentes ao gênero humano.

Segundo Phatak e Habib (1996); Cellich e Jain (2004) alguns fatores devem ser levados em consideração para uma negociação de sucesso. Para uma melhor compreensão, os autores diferenciam o contexto externo (*environmental context*) do contexto imediato da negociação (*immediate context*) e conforme afirmam, “ambos influenciam tanto no processo quanto no resultado da negociação” (PHATAK; HABIB, 1996, p. 30). A Figura 2 demonstra de que formas os dois contextos interagem com a negociação.

Figura 2 – Divisão de contextos



Fonte: Phatak e Habib (1996, p. 31)

O contexto externo, conforme se apresenta acima, refere-se aos fatores políticos, sociais, jurídicos, econômicos e culturais que influenciam antecipadamente a percepção dos negociadores e que variam conforme a região, moldando o contexto imediato da negociação. Portanto, todas as negociações podem ser afetadas por fatores externos que envolvem a vida dos negociadores. Em um mundo globalizado, é cada mais constante a interação entre negociadores oriundos de diferentes contextos externos (NASSER, 2007).

O pluralismo político citado por Phatak e Habib (1996, p. 32) indica a diferença entre os governos de todo o mundo e a oposição que os executivos enfrentam. “Executivos internacionais são pegos frequentemente em meio a um fogo cruzado das conflitantes políticas externas de dois ou mais países”.

Os autores supracitados ainda alegam que é de fundamental importância “o conhecimento e compreensão das exigências e limites impostos neste tipo de negociação pelas políticas externas dos países direta ou indiretamente afetados pelo resultado da negociação” (PHATAK; HABIB, 1996, p. 31).

Conforme Phatak (1997), os recursos que podem estar implicados nos negócios internacionais são matérias-primas, capitais ou recursos humanos. Mercadorias são produtos acabados ou semiacabados; serviços são práticas bancárias, de advocacia e de agenciamento; conhecimento abrange tecnologia e aprendizado organizacional; habilidades são estratégias de gestão.

Dentro desse contexto, Mingst (2009) observa que a crescente relevância da economia política internacional provém de várias tendências. A primeira é que as transações econômicas entre países, incluindo comércio, têm crescido intensamente. O número de interações entre nações expandiu-se em termos globais, e também como parte da atividade econômica total. A segunda é que crescem as perspectivas sobre a responsabilidade dos governos em relação às políticas econômicas. A terceira é que, conforme essas questões econômicas se tornam motivo de discussão pública, ficam mais nítidas para pessoas e grupos que são iminentemente afetados pelas decisões; em função disso, os resultados são mais polêmicos e, portanto, mais politizados.

Para que os mercados operem com a maior eficácia, a economia e política devem estar afastadas, ou seja, os mercados devem ser livres. As instituições governamentais devem ser orientadas, em grande parte, para facilitar o livre fluxo do comércio e potencializar as relações econômicas, o que, a longo prazo, garantirá bons preços e estabilidade econômica (MINGST, 2009).

Completa a citada autora:

No nível internacional, se os governos nacionais e as instituições internacionais incentivarem o livre fluxo do comércio e não interferirem na alocação eficiente dos recursos fornecidos pelos mercados, então a crescente interdependência entre economias resultará em maior desenvolvimento econômico para todos os Estados envolvidos (MINGST, 2009, p. 235).

Mingst (2009) esclarece que o liberalismo econômico, foi apoiado pela criação e expansão das instituições de *Bretton Woods*, organizações intergovernamentais firmadas no final da Segunda Guerra Mundial.

O Banco Mundial, o Fundo Monetário Internacional (FMI) e, até certo ponto, o Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT) exerceram e continuam exercendo papéis essenciais na ampliação do liberalismo econômico, ou seja, a concepção de que se obtém melhor estabilidade e desenvolvimento econômico quando os mercados comerciais e financeiros operam com menos limitações possíveis (MINGST, 2009).

Em 1995, o GATT adotou o nome de Organização Mundial do Comércio (OMC). Dois importantes procedimentos foram instituídos na OMC. O primeiro é o Mecanismo de Revisão da Política Comercial, responsável pela fiscalização frequente das práticas comerciais de Estados-membros. O segundo é o Organismo

de Resolução de Disputas, que atua como uma comissão autorizada para julgar e decidir disputas comerciais. Como tem poder para aplicar sanções contra infratores, o organismo é mais poderoso do que quaisquer outros métodos para decidir disputas (MINGST, 2009).

Mingst (2009) acrescenta que no final do século XX, os conceitos do liberalismo econômico mostraram-se mais eficientes para aumentar o padrão de vida dos povos do mundo inteiro. As alternativas radicais que foram criadas para promover o desenvolvimento econômico não se mostraram viáveis. Porém, essa harmonia não significou a ausência de conflito sobre questões da economia política internacional.

Karrass (1996) sugere, durante um processo de negociação internacional, sempre considerar oito setores: impostos; formas de pagamento; explicitar o que está incluso ou não; transporte; entrega ou data de fechamento; quantidade; quem faz o que para quem; tipo de risco; contrato que envolve a negociação.

Também é imprescindível observar, segundo Malhotra (2001), o conhecimento e domínio das diferenças culturais para o sucesso nos resultados das negociações internacionais, tanto na preparação como no desenvolvimento das relações de negócios.

### **2.3.1 Cultura**

Com a globalização, as organizações passaram a atuar em um universo de diversidade cultural. A cultura pode ser considerada o aspecto que mais se sobressai em uma negociação internacional, pois ela é não negociável e precede a própria negociação. A diferença existe e ela deve ser reconhecida e respeitada para que se tenha uma relação estável (NASSER, 2007).

Segundo Thompson (1989), cultura é um conjunto de costumes, valores, hábitos, crenças, práticas e expressões que são próprias de uma sociedade ou de um período histórico. É o estilo de vida de um povo, que se traduz nas formas de agir, sentir e pensar de um grupo de indivíduos. O autor ainda alega que a cultura é formada por muitas variáveis, como nações, categorias profissionais, classes sociais, gêneros, raças, corporações, movimentos sociais, entre outros.

Para Aranha (1986, p. 5):

[...] a cultura é o processo pelo qual o homem acumula as experiências que vai sendo capaz de realizar, discerne entre elas, fixa as de efeito favorável e, como resultado da ação exercida, converte em ideias as imagens e lembranças, a princípio coladas às realidades, e depois generalizadas, desse contato inventivo com o mundo natural.

Almeida et al. (2004) relatam que nas negociações internacionais, particularidades culturais como divisão social em castas, protocolo nos cumprimentos, proibição de mulheres em mesas de negociação, linguagem corporal e decisões coletivas são aspetos relevantes. O estudo, observação e conhecimento dos costumes e características locais da outra parte é primordial para que a negociação se concretize.

Kotabe e Helsen (1998) destacam que entre os elementos da cultura que devem ser levados em consideração pelos negociantes estão as questões relacionadas à vida material, linguagem, interações sociais, religião, educação e valores, conforme ilustrados no Quadro 3.

Quadro 3 – Elementos da cultura

- Vida material	Refere-se às tecnologias utilizadas para produzir, distribuir e consumir bens e serviços dentro da sociedade.
- Linguagem	A linguagem, normalmente descrita como o espelho de uma cultura, é uma ferramenta de comunicação e interpretação entre os indivíduos, que pode ser falada ou silenciosa, através de símbolos ou gestos, linguagem corporal, contato visual e comunicação à distância. Dentro da mesma língua podem existir significados e expressões distintos, fragmentando-se em vários dialetos de acordo com as características culturais regionais.
- Interações sociais	Este aspecto refere-se à maneira como as pessoas de uma sociedade se relacionam entre si e suas referências de grupos. A referência de grupo também é encontrada nas interações sociais, onde os indivíduos buscam um modelo como guia para valores e atitudes, modelos que têm um impacto nos padrões de consumo das pessoas.
- Religião	A religião tem um papel fundamental em muitas sociedades e refere-se ao conjunto de credos de um povo que não podem ser comprovados empiricamente, como por exemplo, a crença na vida após a morte. Sua relação com a atividade empresarial pode ser observada pelo caso da empresa McDonald's, que na Índia não serve hambúrguer de carne de vaca em seus restaurantes observando a doutrina dos Hindus, que acreditam ser a vaca um animal sagrado. Em respeito aos muçulmanos, a empresa

	também não serve carne de porco.
- Educação	A educação é um dos maiores veículos para o canal cultural de uma geração para outra e dois aspectos devem ser considerados para os negociantes globais: o nível e a qualidade da educação. Em muitas sociedades, as mulheres não podem frequentar a escola, é o caso da Índia, por exemplo, onde o grau de analfabetismo entre as mulheres com idade acima de 15 anos é de 52%.
- Sistemas de valores	Todas as culturas possuem valores que influenciam suas atitudes em relação a objetos e códigos de comportamento, tendendo a se enraizar nos indivíduos, como é o caso do posicionamento das pessoas em relação ao tratamento dado ao planejamento do tempo de suas atividades.

Fonte: Kotabe e Helsen (1998).

Kotabe e Helsen (1998) ainda falam em cultura monocrônica e policrônica, ressaltando que na cultura monocrônica as pessoas desempenham suas tarefas em um período bem definido, ou seguem uma agenda bem organizada sem desperdiçar o tempo, pois acreditam que “tempo é dinheiro”. Já os indivíduos de cultura policrônica realizam várias atividades de uma vez, são menos rígidas em relação ao tempo, menos organizadas e pontuais.

Em relação às características pessoais dos negociadores, Mintu-Wimsatt e Gassenheimer (2000) alegam que as mesmas podem ser culturalmente moldadas. Ou seja, interações podem existir entre características pessoais e cultura. Assim, dois negociadores não estão separados apenas por um idioma diferente e pelas etiquetas que regem os negócios, mas também por um modo diferente de ver o mundo, de estabelecer metas, de expressar pensamentos e sentimentos, de mostrar ou esconder motivações e interesses (HERBIG; KRAMER, 1992).

Corroborando, Oliveira (2004) esclarece que um dos fatores de sucesso para as negociações internacionais é o reconhecimento dos costumes e comportamentos de cada nação. Em muitos casos, a confiança estabelecida torna-se mais importante de que o próprio contrato assinado. Desse modo, quanto mais os negociadores aprenderem sobre outras culturas, mais eficientes serão suas negociações. Para Ferraro (1990) desconsiderar os aspectos culturais numa negociação podem levar ao fracasso das transações comerciais e até ao rompimento das relações. O fato é que a possibilidade de ocorrerem erros de interpretação aumenta muito quando as partes são de culturas diferentes.

Entende-se, portanto, que as diversas culturas possuem modos distintos de negociação em relação ao tempo, linguagem, influências, assim como diferentes demandas a serem satisfeitas no acordo. Analisar as diferenças culturais mostra-se relevante para o sucesso das negociações internacionais. O estilo cultural possui uma relação intensa com a negociação, com os profissionais e as estratégias utilizadas (BORNHOFEN; KISTENMACHER, 2007).

Assim, conforme relata Hendon (2007), as empresas tornam-se cada vez mais conscientes da importância de ter um entendimento das diferenças culturais nos processos de internacionalização. Segundo Chang (2003), estes processos requerem uma percepção minuciosa dos valores culturais dos países destino, sendo um dos aspectos mais importantes na gestão de organizações internacionalizadas.

### **2.3.2 Legislação**

Com o crescimento da economia mundial e o surgimento de novas e complexas relações comerciais, que inclui desde a compra e venda de mercadorias e a prestação de serviços até operações por meio digital, surgem os contratos internacionais, que, por sua vez, tem sido instrumentos de constantes concepções teóricas que se constituem a partir de inúmeros critérios (CASTELO, 2016).

Diante desses fatos, o comércio internacional tornou-se um importante instrumento criador de diversas formas de contratação, pois passou a aperfeiçoar as técnicas já existentes e gerar novos institutos jurídicos, colaborando com o desenvolvimento do Direito, na medida em que os contratos internacionais alcançaram um papel relevante nesta regulamentação (DREBES, 2010).

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) conhecer a legislação e a burocracia do mercado-alvo é algo inerente às operações de comércio exterior. A organização que almeja o mercado externo deve dispor de pessoal próprio capacitado ou contratar assessoria para lhe auxiliar na elaboração e na execução de seu projeto de comércio internacional (SEBRAE, 2018).

Ao realizar transações internacionais, as organizações ficam expostas às legislações internacionais, como as da OMC, e às legislações de comércio exterior de cada país em relação às certificações exigidas, impostos devidos, prazos de pagamento, licenciamentos prévios, entre outros (FLORIANI, 2002).

Assim, toda regulamentação do processo de importação ou exportação no Brasil, está pautada no Regulamento Aduaneiro, o qual os fiscais da receita federal se utilizam para autorizar as exportações ou importação (MDIC, 2018).

### **2.3.3 Maneiras de negociar no mercado internacional**

Com a globalização das economias, os negócios internacionais assumiram um papel relevante no destino das nações, reservando aos governos a participação em foros multilaterais para discussões de problemas, em organismos reguladores de assuntos internacionais, como a Organização Mundial do Comércio, o Fundo Monetário Internacional e o Banco Mundial (SILVA et al., 2008).

Nesse sentido, esclarecem Godinho e Macioski, (2005, p. 144):

Os negócios internacionais envolvem muito mais riscos que as transações domésticas, especialmente porque a moeda de denominação, as leis, normas e regulamentos, não se resumem aos limites das visões nacionais dos dois países envolvidos. Entretanto, o maior risco nas negociações é o da falta de entendimento com os negociadores internacionais, o risco imposto pela diversidade cultural, pelo conflito dos métodos de negociações, de personalidades, ou de estilos de negociação.

Segundo Gottschalk (1974 apud MARTINELLI, 2002, p. 54), estilo de negociação é a exposição de todas as características de comportamento de um indivíduo que está uma negociação, incluindo “a impressão inicial, as atribuições de situações vivenciadas, as questões de outras fontes não relacionadas ao conhecimento e o comportamento subsequente durante as negociações”.

### **2.3.4 Feira comercial *trading***

De acordo com Kunzler (2000), as *Tradings Companies* são empresas globais, comerciais exportadoras, constituídas com capital público, privado ou misto, que atuam em larga escala e com elevada especialização. As *Tradings* desenvolvem importantes funções na cadeia de valor dos produtos e serviços. Normalmente sujeitam-se a uma legislação específica que lhes pode conceder atividades operacionais e ou estratégicas, visando a inserção competitiva internacional de um país (KUNZLER, 2000).

Segundo Castro (1998, p. 36), “os objetivos sociais das *Tradings* são bastante amplos, podendo sua linha de atuação ocorrer nas áreas de exportação,

importação, mercado interno, agenciamento de operações e representação comercial”.

A inclusão das *tradings* na agenda de comércio exterior brasileiro não é novidade. O exemplo de sucesso proporcionado, principalmente, pelas *tradings companies* japonesas no início dos anos 1970 inspirou as autoridades brasileiras na busca para ampliar e diversificar a base exportadora nacional. O objetivo era a inclusão das pequenas e médias empresas e o aumento das vendas de produtos manufaturados (GRISI, 2003).

### **2.3.5 Exportação direta**

A exportação direta, segundo o Ministério das Relações Exteriores, significa a operação em que o produto exportado é faturado pelo próprio produtor ao importador. Esse tipo de operação requer da empresa conhecimento do processo de exportação em toda a sua dimensão, tais como: pesquisa de mercado, contato com o importador, documentos de exportação, acordos comerciais internacionais, embalagem, operações bancárias específicas da exportação, meios de transporte, entre outros (BRASIL, 2011).

Cabe destacar que a utilização de agente comercial pela empresa produtora/ exportadora não deixa de configurar a operação como exportação direta. Nessa modalidade, o produto exportado é isento do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) e não ocorre a incidência do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). A organização beneficia-se também com os créditos fiscais incidentes sobre os insumos utilizados no processo produtivo (BRASIL, 2011).

Quanto às vantagens da exportação direta, apresentam-se as seguintes:

- Maior controle sobre as operações internacionais;
- Potencial de vendas e lucro mais alto do que com a exportação indireta;
- Possibilita a empresa construir sua própria rede de distribuição como subsidiárias de vendas;
- Maior viabilidade de obter feedback e informações vindas do mercado;
- Possibilidade de tomar decisões estratégicas unilateralmente. Por exemplo, sobre distribuição de recursos ou mudanças nos preços praticados;

- Maior proteção de marcas registradas, patentes e outras propriedades intangíveis (MDIC, 2018).

Já as desvantagens são: a) requer ações complementares como uma estratégia de marketing, a identificação do mercado-alvo, além do cuidado com as funções de logística como documentação, seguro, embarque, embalagem, entre outros, b) as exigências de recursos humanos e financeiros são intensas, c) o reconhecimento da empresa no mercado externo geralmente é mais lento (MDIC, 2018).

### 2.3.6 Exportação indireta

A exportação indireta é praticada através de empresas estabelecidas no Brasil que compram produtos para exportá-los. Desta forma, a empresa que produz a mercadoria não é responsável pela comercialização externa do produto, pelo transporte para o país de destino, pelo contato com compradores externos, pelas pesquisas de mercados e pela promoção externa do produto (BRASIL, 2011).

A exportação indireta pode ser usada principalmente por empresas inexperientes com a comercialização externa de produtos, tais como as micro e pequenas empresas iniciantes na área da exportação (BRASIL, 2011).

Empresas que adquirem produtos com o intuito de exportá-los podem ser:

- a) *Trading Companies*;
- b) Empresas comerciais exclusivamente exportadoras;
- c) Empresas comerciais que atuam nos mercados interno e externo;
- d) Outros estabelecimentos de empresa produtoras. A venda a esse tipo de empresa é classificada como uma exportação direta, garantindo os mesmos benefícios fiscais (IPI e ICMS);
- e) Consórcios de exportação. Os consórcios de exportação são associações de empresas, que combinam esforços com vistas à redução de custos, aumento da oferta de produtos destinados ao mercado externo e ampliação das exportações. Podem ser formados por empresas que ofereçam produtos complementares ou mesmo concorrentes (BRASIL, 2011).

Assim, os consórcios de exportação podem ser dos seguintes tipos:

**I – Consórcio de promoção de exportações** – esta forma de consórcio é recomendada para empresas que já tem experiência em comércio exterior. As

vendas no mercado externo são feitas diretamente pelas empresas que fazem parte do consórcio. Seu objetivo é criar atividades de promoção de negócios, de capacitação e de treinamento, assim como de aperfeiçoamento dos produtos a serem exportados;

**II – Consórcio de vendas** – a formação deste tipo de consórcio é recomendada para empresas que não tem experiência em comércio exterior. As exportações são feitas pelo consórcio através de empresa comercial exportadora;

**III – consórcio de área ou país** – este tipo agrega empresas que buscam concentrar suas vendas em um único país ou em certa região. O consórcio pode ser de promoção de exportações ou de vendas (BRASIL, 2011).

## 2.4 MODALIDADES DE PAGAMENTOS

Segundo Cervelin (2015), as modalidades de pagamento são definidas nos contratos de compra e venda internacionais, ou equivalentes, e especificam a forma pela qual o exportador receberá seu pagamento por sua venda ao exterior. São influenciadas pelas condições de mercado e pelo grau de confiança entre as partes envolvidas.

Cherobin e Vieira (2009) ressaltam que as modalidades de pagamento praticadas pelos importadores e exportadores são regulamentadas pela Câmara de Comércio Internacional (CCI). Por essa razão, todo profissional de comércio exterior deve ter o conhecimento dessas normas a fim de aplicá-las em seus negócios.

De acordo com Garcia (2007) para serem estabelecidas as condições de pagamento que o exportador vai empregar nas vendas de seus produtos é imprescindível uma avaliação criteriosa das diversas modalidades de pagamento que são utilizadas nessas operações.

Atualmente, há um grande número de pequenas e médias empresas habilitadas para a exportação, mas que deixam de exportar porque seus dirigentes acham que o mercado internacional é inseguro, por não saber das modalidades de pagamentos internacionais, suas vantagens e desvantagens, e os riscos presentes no mercado (CAMPACI; SIMÕES, 2005).

Desta maneira, é necessário tomar muitas providências e cuidados para que a negociação seja realizada. Entre as questões principais estão os modos de pagamento usados no comércio exterior. O exportador cuidadoso precisará, antes

de acertar uma negociação com seu futuro importador, concordar sobre a forma de recebimento das divisas, ou valores, decorrentes do embarque das mercadorias, e também a forma como será realizada a cobertura financeira das operações internacionais, ou seja, a transferência dos valores apropriados, em moeda estrangeira, pelo importador e/ou exportador (SEBRAE, 2018).

A seleção certa da modalidade de pagamento obedece a uma série de fatores, entre eles: a quantia de valores implicada na operação comercial, a legislação cambial e de comércio exterior dos países compreendidos, os custos de operação (principalmente bancários), o grau de confiança entre as partes, a rapidez necessária para a remessa de documentos comerciais do vendedor para o comprador, etc. (SEBRAE, 2018).

Para Ratti (2001) e Fernandes (1987), no comércio exterior são utilizadas quatro modalidades de pagamento: São elas:

- **Pagamento Antecipado:** é a modalidade de pagamento na qual o importador paga o valor da transação antes mesmo que ela seja efetuada, ou seja, ele paga pela sua importação antes que ela aconteça, com o objetivo de oferecer ao exportador os meios necessários para a fabricação do produto a ser exportado. É o pagamento feito antes do embarque da mercadoria. Essa modalidade não é muito usada no comércio exterior, pois apresenta um alto risco ao importador, pois o exportador, já com a quantia em mãos, poderá deixar de despachar a mercadoria por motivos de acidentes ou, até mesmo, por má-fé (RATTI, 2001).

O pagamento prévio pode acontecer quando há relação de confiança entre as partes, podendo ainda ser usado entre matrizes e filiais, e também pela empresa importadora que busca prevenir-se quanto a possíveis oscilações futuras de preço. Tão logo a mercadoria seja despachada, o exportador deverá remeter ao importador os documentos originais de exportação para que este possa liberar a carga no local de destino, assim como oferecer cópias desses documentos ao banco responsável pela contratação do câmbio. É importante ressaltar que o pagamento prévio pode ser parcial (SEBRAE, 2018).

- **Remessa sem saque:** conforme Fernandes (1987), o importador, após adquirir a mercadoria e todos os documentos de embarque, realiza o pagamento, ou seja, a remessa de divisas. O importador recebe diretamente do exportador os documentos

de embarque (sem saque), articula o desembaraço da mercadoria na alfândega e, posteriormente, prepara a remessa do montante para o exterior (RATTI, 2001).

Neste modo de pagamento, o exportador deve ter plena confiança no importador, pois o pagamento apenas será efetuado após o importador recolher a mercadoria. Assim, o exportador fica sem nenhuma garantia de recebimento do valor da transação (CAMPACI; SIMÕES, 2005).

- **Cobrança documentária:** segundo Fernandes (1987), a cobrança é uma modalidade com alto risco na operação. Mas, para minimizar o risco, é realizada uma garantia com o aval do banco no exterior nos saques emitidos contra o importador. Após o embarque, o exportador passa os documentos da exportação ao seu banco local, que enviará os documentos e um saque contra o importador ao banco do importador. O termo “documentos” abrange documentos financeiros e/ou documentos comerciais.

Esses documentos financeiros podem ser Letras de Câmbio, notas promissórias, cheques e outros.

Letra de Câmbio (saque) é o documento fornecido pelo exportador contra o importador e configura o direito do exportador às divisas resultantes da venda de mercadorias a um país estrangeiro. A letra de câmbio comum no comércio internacional é o “saque”, ordem explícita, por escrito, a uma pessoa para que pague a um determinado beneficiário ou à ordem deste, certa importância em dinheiro (SEBRAE, 2018).

No caso dessa modalidade, o exportador pode aderir ao roteiro de cobrança da seguinte maneira:

- 1) O exportador remete a mercadoria ao país de destino e transferir os documentos de embarque e a letra de câmbio (conhecida como “cambial” ou “saque”) ao banco negociador do câmbio no Brasil, denominado banco remetente;
- 2) O banco remetente, por sua vez, manda os documentos por meio de carta-cobrança ao seu banco correspondente no exterior, denominado banco cobrador;
- 3) O banco cobrador transfere os documentos ao importador, em troca de pagamento ou deferimento do saque;
- 4) Com os documentos, o importador pode liberar a mercadoria importada (SEBRAE, 2018).

A cobrança à vista é quando o importador só recolhe os documentos do banco após o pagamento completo da operação. Quando o banco do importador adquire os documentos, ele os registra para cobrança e informa o importador que deverá quitar o saque para receber os documentos e, assim, coletar a mercadoria. No momento que a transação é liquidada, o banco do importador despacha as divisas ao banco do exportador (CAMPACI; SIMÕES, 2005).

A cobrança a prazo é o método mais comum nas exportações. O prazo de pagamento pode ser calculado a partir da data da emissão da letra de câmbio, do deferimento do importador ou do embarque da mercadoria. O valor de uma venda a prazo pode ser adiantado pelo exportador através do desconto do saque, com o aval do importador, em um banco. Isto pode ser realizado com ou sem direito de regresso (*with recourse ou without recourse*) (CAMPACI; SIMÕES, 2005).

- **Carta de Crédito:** é a forma de pagamento mais garantida para ambas as partes (exportador/importador). Trata-se de um contrato de compra e venda de mercadoria com cláusulas asseguradas por um banco, em outras palavras, o exportador tem a segurança de que receberá o pagamento após provar a sua exportação, e o importador tem a segurança de que receberá a mercadoria (CAMPACI; SIMÕES, 2005).

Nesta forma de pagamento, o importador é responsável pela emissão da carta de crédito no banco em favor do exportador. A carta de crédito deve ter todos os termos e cláusulas do contrato de compra e venda internacional, todas as responsabilidades de ambos e também informações sobre a documentação requerida, valor do crédito, prazo de validade do embarque, porto de embarque e de destino, discriminação da mercadoria, entre outros. (CAMPACI; SIMÕES, 2005). Neste tipo de contrato, existem algumas cláusulas que fortalecem as garantias para o exportador.

Segundo Lunardi (2000, p. 42), essas cláusulas são:

- Irrevogável – essa cláusula determina que a carta de crédito só poderá ser alterada com o consentimento e a aceitação do exportador;
- Intransferível – o banco só poderá pagar ao beneficiário original;
- Confirmado – que dá ao exportador o direito de ter mais de um banco garantidor, pois caso um banco não inspire confiança ao exportador, este poderá exigir que outro banco renomado se responsabilize pelo crédito.

A carta de crédito pode também exibir a *red clause*, que é muito usada no comércio internacional. A *red clause* disponibiliza ao exportador o pagamento prévio

da transação, mas essa operação só acontece quando o importador tem plena confiança no exportador. É importante ressaltar que, no comércio exterior, há cartas de créditos especiais que são usadas como garantias bancárias em várias operações (CAMPACI; SIMÕES, 2005).

Sempre que houver a necessidade de optar por uma modalidade de pagamento, é preciso avaliar as vantagens e desvantagens, caso a caso, a fim de eleger a modalidade mais adequada para cada situação. O Quadro 4 aponta as principais vantagens e desvantagens de cada modalidade para cada parte envolvida.

Quadro 4 – Vantagens e desvantagens das modalidades de pagamento.

Modalidade de pagamento	Características	Vantagens	Desvantagens
- Pagamento antecipado	Considerada a forma de pagamento mais segura para o exportador, pois o mesmo recebe antes do embarque da mercadoria.	<b>Exportador:</b> Isenção dos custos de cobrança, do risco de falência do importador; recursos a custo mais baixo; meios para investimento na produção. <b>Importador:</b> Transferência do risco de variação do preço do produto ao exportador; garantia de um fornecedor cativo	<b>Exportador:</b> Assume o risco da variação cambial; Variação do custo de matérias primas importadas; risco de gravames tributários. <b>Importador:</b> Desencaixe de capital de giro antecipadamente ao embarque do produto; assume os riscos políticos e comerciais; Atrasos na exportação do Produto; não há garantias de que a mercadoria seja enviada.
- Remessa sem saque	O exportador embarca a mercadoria, e posteriormente, envia a documentação. Não existe nenhum banco intermediário.	<b>Exportador:</b> Isenção/redução de despesas bancárias; maior agilidade na tramitação de documentos. <b>Importador:</b> Isenção de despesas bancárias; recebimento de mercadoria sem aceite/pagamento da cambial; maior agilidade na tramitação de documento.	<b>Exportador:</b> Assume o risco de inadimplência do importador. <b>Importador:</b> Risco de extravio de documentação.

<p><b>- Cobrança documentária</b></p>	<p>O processo de pagamento é intermediado por um banco.</p>	<p><b>Exportador:</b> Garantia de que a mercadoria só será entregue ao importador, após este aceitar ou pagar o saque. <b>Importador:</b> Intermediação da operação/tramitação de documentos, via banco, reduzindo-se o risco de extravio.</p>	<p><b>Exportador:</b> Assume o custo bancário da operação; assume o risco de inadimplência do importador; O banco atua apenas como mediador, mas não tem a obrigação de garantir o pagamento ao exportador. <b>Importador:</b> Liberação da mercadoria somente após o pagamento/aceite do saque.</p>
<p><b>- Carta de Crédito</b></p>	<p>É considerada a operação mais segura para ambas as partes e também a modalidade de pagamento mais utilizada nas operações de comércio exterior.</p>	<p><b>Exportador:</b> Garantia do recebimento do valor da exportação, ao cumprir os termos e condições da carta de crédito. <b>Importador:</b> Pagamento da operação somente quando cumpridos os termos e condições da carta de crédito; pagamento da importação, apenas contra os documentos em boa ordem da operação comercial.</p>	<p><b>Exportador:</b> Qualquer discrepância da carta de crédito, mesmo que irrelevante, inviabiliza o recebimento das divisas da exportação. <b>Importador:</b> Assume o custo real da carta de crédito; Cobrança de taxas por parte do banco e não há garantia de que a mercadoria enviada seja a mesma descrita na nota fiscal, pois a instituição bancária não se responsabiliza pela conferência no documento.</p>

Fonte: Adaptado de Campaci e Simões (2005, p. 60).

Devido aos riscos envolvidos, tanto o pagamento antecipado quanto a remessa sem saque costumam ocorrer apenas em casos em que as empresas já são grandes parceiras comerciais, entre matriz e filiais ou, ainda, entre empresas do mesmo grupo (CAMPACI; SIMÕES, 2005).

#### 2.4.1 Seguro de Crédito à Exportação

Segundo o Ministério da Fazenda, o Seguro de Crédito à Exportação (SCE) é a cobertura do governo para as exportações nacionais contra riscos comerciais, políticos e extraordinários, com lastro no Fundo de Garantia à Exportação (FGE). (BRASIL, 2018).

O SCE garante ao exportador a indenização por perdas líquidas definitivas, em decorrência do não recebimento de crédito concedido a cliente no exterior. O seguro funciona também como mecanismo de prevenção, como incentivo para prospecção de novos clientes e novos mercados e ainda como instrumento de cobrança. Esta modalidade é a que apresenta o menor custo, entre as garantias vinculadas às vendas externas. Na medida em que o SCE pode ser aceito como garantia pelas instituições financeiras, ele facilita o acesso a financiamentos, podendo assim o cliente manter as outras opções de garantia disponíveis para serem utilizadas em outras finalidades. O SCE pode ser contratado pelo exportador ou pela instituição financeira que amparar a exportação de bens e serviços (MDIC, 2018).

O crédito oficial à exportação é concedido por meio de Agências de Crédito à Exportação (ECAs). Essas agências foram criadas para apoiar e estimular as exportações nacionais e o investimento no exterior. Portanto, o que se espera dessas agências é que proporcionem financiamento e/ou garantia a projetos considerados muito caros ou arriscados pelas instituições privadas de financiamento, viabilizando assim as exportações sem onerar as contas públicas (BRASIL, 2018).

De acordo com o Ministério da Fazenda, as vantagens do Seguro de Crédito à Exportação são:

1. Em geral, o prêmio para MPME não ultrapassa 1% do valor exportado, ainda que possa ser maior.
2. Possibilita a oferta pelo exportador nacional a seu comprador no exterior maiores prazos de financiamento, com redução do risco e maior limite de crédito junto aos bancos, ampliando a atratividade do pacote de financiamento e do bem/serviço exportado, de maneira geral.
3. Possibilidade de menor *spread* na taxa de juros das operações (menor risco). Especialmente em prazos mais longos de financiamento, o menor valor da taxa de juros compensa parte da despesa com o prêmio do seguro.
4. Nos financiamentos à exportação no Brasil, em geral, há direito de regresso contra o exportador. O Seguro permite que o exportador não incorra nesse risco, pois não possui regresso (BRASIL, 2018).

O Seguro de Crédito à Exportação pode cobrir financiamento oferecido por qualquer banco, público ou privado, brasileiro ou estrangeiro, a exportações

brasileiras, sem pré-restrições de bens ou serviços ou quanto ao país do importador (BRASIL, 2018).

Conforme o Ministério da Fazenda, a garantia da União para operações de crédito à exportação cobre: a) riscos comerciais para prazos de financiamento superiores a 2 anos; b) riscos políticos e extraordinários para qualquer prazo de financiamento; c) riscos comerciais, políticos e extraordinários para micro, pequenas e médias empresas em operações de até 2 anos; d) risco de adiantamento de recursos para o setor de defesa e para produtos agrícolas beneficiados por cotas tarifárias (BRASIL, 2018).

Quanto às empresas que oferecem o Seguro de Crédito à Exportação, destaca-se a Agência Brasileira Gestora de Fundos Garantidores e Garantias (ABGF), contratada pelo Ministério da Fazenda; o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES); Bancos públicos e privados; Secretaria de Assuntos Internacionais do Ministério da Fazenda (SAIN/MF); e Agências de Crédito à Exportação (ECAs).

### 3 METODOLOGIA

Segundo Marconi e Lakatos (2010), a pesquisa científica é compreendida como um instrumento de caráter das ciências, cujo principal interesse deve ser prático, ou seja, que os resultados, dados ou informações obtidas sejam utilizadas de forma imediata no tocante à solução do problema focalizado.

Contudo, para que a pesquisa possa ser efetuada é preciso que haja a escolha de métodos científicos, que podem ser considerados como um conjunto de operações e processos que se destinam a ordenar a pesquisa de forma sistematizada e racional. Os métodos é que irão permitir que o pesquisador possa alcançar os objetivos traçados ao delinear o caminho a ser percorrido no decorrer da pesquisa (MARCONI; LAKATOS, 2010).

De acordo com Demo (2010, p. 14), quando se fala em método,

[...] busca-se explicitar quais são os motivos pelos quais o pesquisador escolheu determinados caminhos e não outros. São estes motivos que determinam a escolha de certa forma de fazer ciência. Neste sentido, a questão do método é teórica (do grego *theoria*), uma vez que se refere aos pressupostos que fundamentam o modo de pesquisar, pressupostos estes que, como o próprio termo sugere, são anteriores à coleta de informações na realidade.

Assim, com base nesses conceitos de método científico, este capítulo apresenta os procedimentos metodológicos que foram adotados para a realização do estudo, buscando alcançar os objetivos traçados, bem como responder à questão problema.

#### 3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Quanto aos seus fins, este estudo pode ser enquadrado como uma pesquisa descritiva, para qual foi elaborado um questionário, com o objetivo de identificar quais modalidades de pagamento as empresas exportadoras da região da AMREC utilizam, e qual o impacto nos seus negócios internacionais.

A pesquisa descritiva, segundo Pinheiro (2010, p. 62) trata-se de um “estudo detalhado de variáveis relacionadas ao problema, sem a interferência do pesquisador nos resultados a serem obtidos, com o estabelecimento de relações entre tais variáveis”.

Em relação aos meios de investigação, o estudo caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica e de campo.

Conforme Leite (1997) a pesquisa bibliográfica tem por objetivo conhecer as diferentes formas de contribuição científica, que se realizaram sobre um determinado assunto ou fenômeno. Deste modo, a revisão de literatura/pesquisa bibliográfica contribuirá para obter informações sobre a situação atual do tema e conhecer publicações existentes sobre o assunto.

Quanto à pesquisa de campo Marconi e Lakatos (2005) explicam que é um procedimento que visa obter as informações necessárias para a resolução de algum problema, para qual o pesquisador busca respostas. Para tal operação, se utiliza de vários instrumentos, desde entrevistas a questionários.

De acordo com Figueiredo e Souza (2005, p. 78-79), “a pesquisa de campo consiste na observação espontânea dos fatos e fenômenos, geralmente nos próprios locais onde ocorrem tais fenômenos”.

Nesse caso, a pesquisa de campo foi realizada para se obter as informações de importância para o estudo, ou seja, o levantamento junto às empresas exportadoras da AMREC, a fim de verificar quais as formas de pagamento as mesmas empregam nas negociações internacionais, analisando as vantagens e desvantagens de cada modalidade.

### 3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E/OU POPULAÇÃO-ALVO

De acordo com Levin (1987), a população a ser pesquisada ou universo da pesquisa é definida como o conjunto de indivíduos que partilham de, pelo menos, uma característica em comum.

Segundo Diehl (2006, p. 16) a população é:

[...] um conjunto de elementos passíveis de serem mensurados com respeito às variáveis que se pretende levantar. A população pode ser formada por pessoas, famílias, empresas, ou qualquer outro tipo de elemento, conforme os objetivos da pesquisa.

Sendo assim, o presente estudo considerou como população, o universo de empresas que se encontram situadas na região da AMREC, onde atualmente conta com 108 empresas, integrantes de polos industriais locais, que operam com exportação. Foram enviados questionários a 55 empresas, sendo que destas

apenas 19 responderam as questões. Portanto, a amostra final para esse estudo se configura por 19 empresas que fazem parte da região da AMREC.

A Associação dos Municípios da Região Carbonífera (AMREC) foi fundada em 25 de abril de 1983 com sete municípios: Criciúma (sede), Içara, Lauro Müller, Morro da Fumaça, Nova Veneza, Siderópolis e Urussanga. Posteriormente, foram integrados Forquilha, Cocal do Sul e Treviso. Em 2004, a AMREC oficializou a sua 11ª cidade com a entrada de Orleans e em 2013, o município de Balneário Rincão passou oficialmente a fazer parte da entidade. Hoje a AMREC conta com 12 municípios, conforme mostra a Figura 3.

Figura 3 – Municípios que compõem a AMREC.



Fonte: AMREC (2017).

Essa microrregião, com uma área de 2.118,6 km<sup>2</sup> e cerca de 410 mil habitantes, teve seu crescimento econômico pautado na extração do carvão mineral. Contudo, permitiu uma diversificação das atividades, dando origens nos anos de 1960 e 1970, a outros setores complementares ou paralelos, que proporcionaram a

expansão da economia local, fazendo a região tornar-se um polo industrial e econômico (GOULART FILHO, 2005).

Tendo em vista que nessa região diversas empresas operam no mercado internacional e diariamente exportam seus produtos para vários países, as modalidades de pagamento, que são estabelecidas nas negociações, devem ser analisadas de modo que nenhuma das partes envolvida seja lesada.

### 3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

Em uma pesquisa científica, os dados podem ser obtidos através de fontes primárias ou secundárias. Os dados primários são aqueles coletados pelo pesquisador, que nunca passaram por nenhum tratamento de coleta e análise e que representam uma determinada necessidade. Malhotra (2004, p. 124) explica que dados primários “são aqueles coletados para fins diferentes do problema em pauta e dados secundários são os originados do pesquisador para solucionar o problema da pesquisa”.

Já os dados secundários, segundo Diehl (2006) são aqueles que já se encontram disponíveis, ou seja, que já foram efetivados e se encontra em relatórios, banco de dados ou arquivos, podendo ser organizados. Portanto, nesta pesquisa, a fonte de dados será primária, ou seja, o pesquisador foi o responsável pela coleta e análise dos mesmos.

Em relação à técnica de coleta dos dados, será utilizado um questionário, que segundo Gil (2004, p. 48), se caracteriza:

[...] pela interrogação direta dos elementos cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes aos dados coletados.

O questionário foi estruturado por meio de perguntas abertas e fechadas, aplicado aos responsáveis pelo Departamento de Exportação em 55 empresas da região da AMREC, no período de 25 de abril a 5 de maio de 2018. Inicialmente foi feito o contato por telefone com cada uma das empresas afim de obter o e-mail das mesmas. Posteriormente, os questionários foram enviados por e-mail, sendo que do montante de 55 empresas, somente 19 responderam.

### 3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS

Para a análise dos dados, foi utilizada a abordagem quantitativa, que segundo Appolinário (2006), busca coletar e analisar dados do questionário aplicado e transforma-los em estatísticas. Ainda conforme o autor, após apresentados em forma estatística, os dados devem ser descritos, formalizando assim a análise quantitativa de dados.

Tendo em vista a necessidade de analisar e refletir sobre as informações que foram coletadas, esta pesquisa também se caracterizou como qualitativa. De acordo com Gonçalves et al. (2004), a pesquisa qualitativa engloba um conjunto de variadas técnicas interpretativas que tem por finalidade descrever as partes de um sistema complexo de significados, por meio de declarações e dados empíricos.

Após o recolhimento de todos os questionários, foram elaborados gráficos para um melhor entendimento de cada questão, além de uma síntese para cada item do assunto abordado.

## 4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

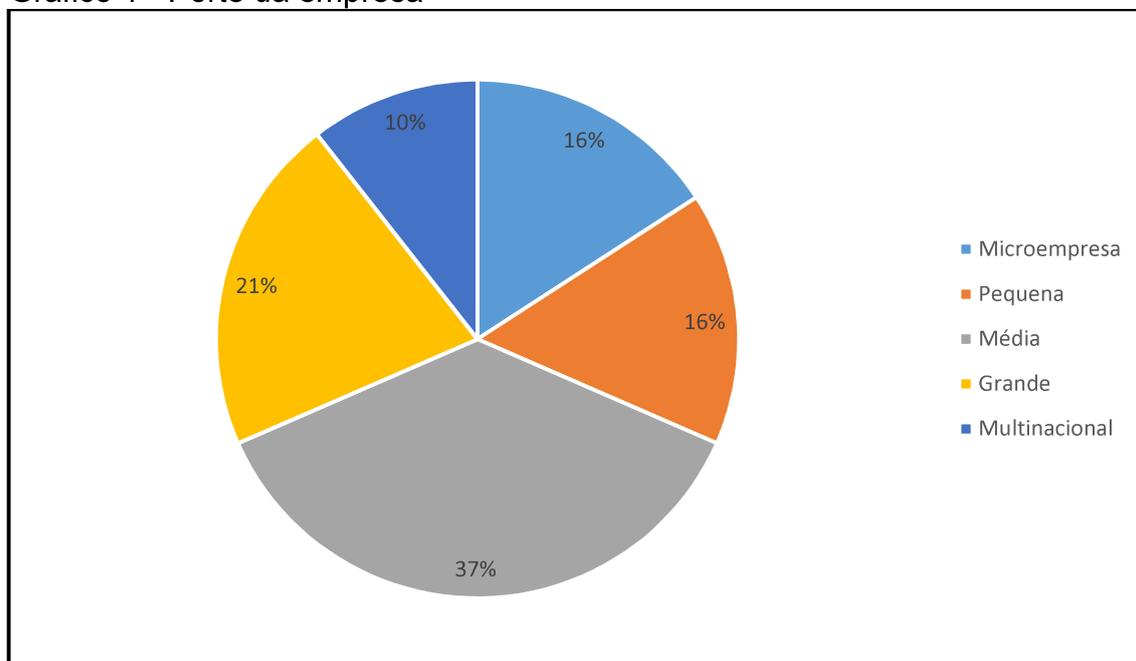
### 4.1 ANÁLISE QUANTITATIVA

A pesquisa realizada neste trabalho teve como objetivo identificar quais modalidades de pagamento as empresas exportadoras da região da AMREC utilizam, e qual o impacto nos seus negócios internacionais.

As modalidades de pagamento são contratos de compra e venda internacionais que indicam a maneira pela qual o exportador receberá seu pagamento por sua venda ao exterior. São influenciadas pelas condições de mercado e pelo nível de confiança entre as partes negociantes (CERVELIN, 2015).

Para uma melhor compreensão e visualização dos resultados, foram utilizados gráficos para cada uma das perguntas contidas no questionário. Abaixo são descritos os resultados obtidos junto às empresas exportadoras da região da AMREC.

Gráfico 1 - Porte da empresa



Fonte: dados do pesquisador (2018).

Tabela 1 - Porte da empresa

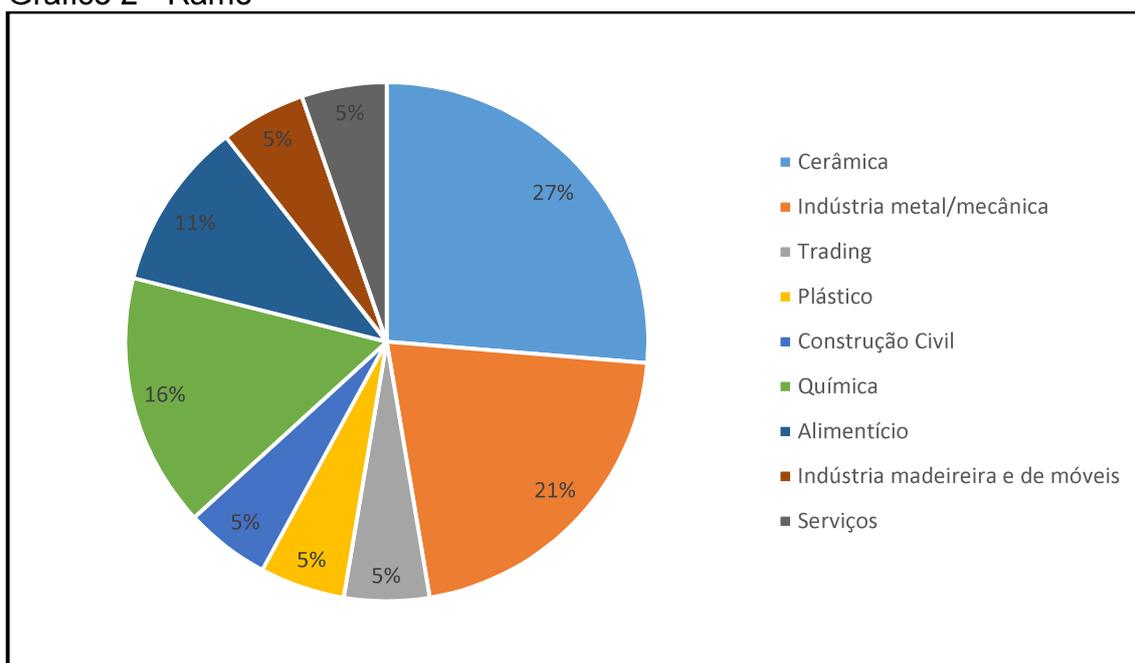
Porte da empresa	Respostas
Microempresa	16%
Pequena	16%
Média	37%

Grande	21%
Multinacional	10%

Fonte: dados do pesquisador (2018).

O Gráfico 1 aponta que das empresas pesquisadas, 37% são de porte médio, 21% são grandes, 16% são pequenas, 16% são microempresas e 10% multinacionais.

Gráfico 2 - Ramo



Fonte: dados do pesquisador (2018).

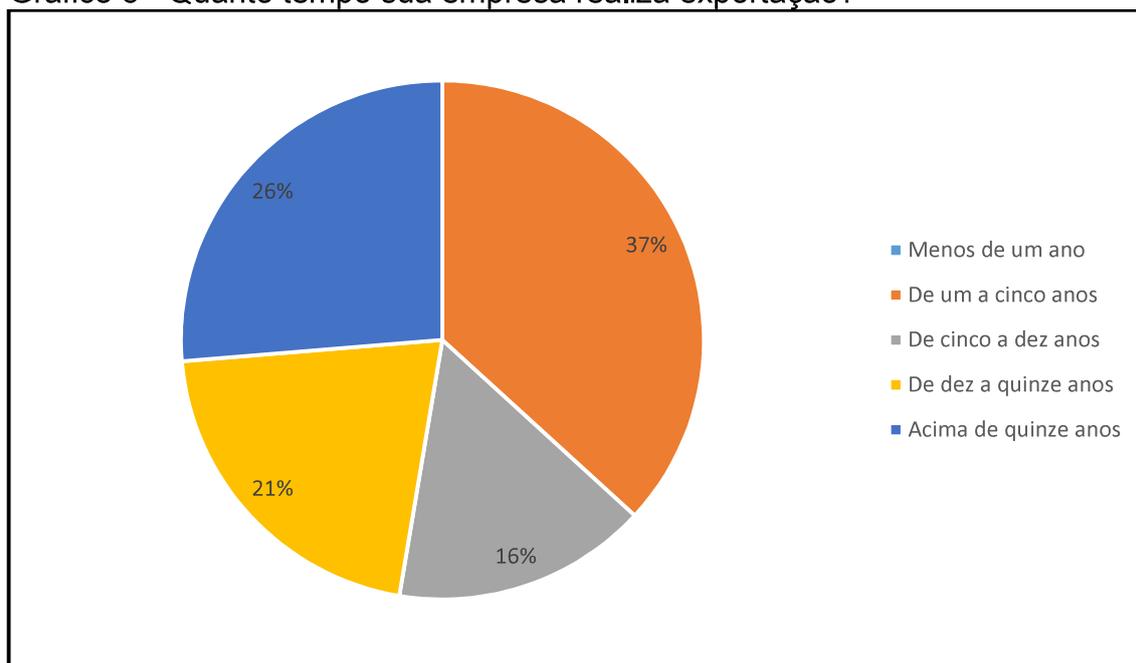
Tabela 2 - Ramo

Ramo	Respostas
Cerâmica	27%
Indústria metal/mecânica	21%
Trading	5%
Plástico	5%
Construção Civil	5%
Química	16%
Alimentícia	11%
Indústria madeireira e de móveis	5%
Serviços	5%

Fonte: dados do pesquisador (2018).

Em relação ao ramo que as empresas atuam, conforme mostra o Gráfico 2, 27% são cerâmicas, 21% operam na indústria de metal/mecânica, 5% são tradings, 5% indústrias de plástico, 5% são da construção civil, 16% indústria química, 11% do ramo alimentício, 5% na indústria de madeira e móveis e 5% na prestação de serviços.

Gráfico 3 - Quanto tempo sua empresa realiza exportação?



Fonte: dados do pesquisador (2018).

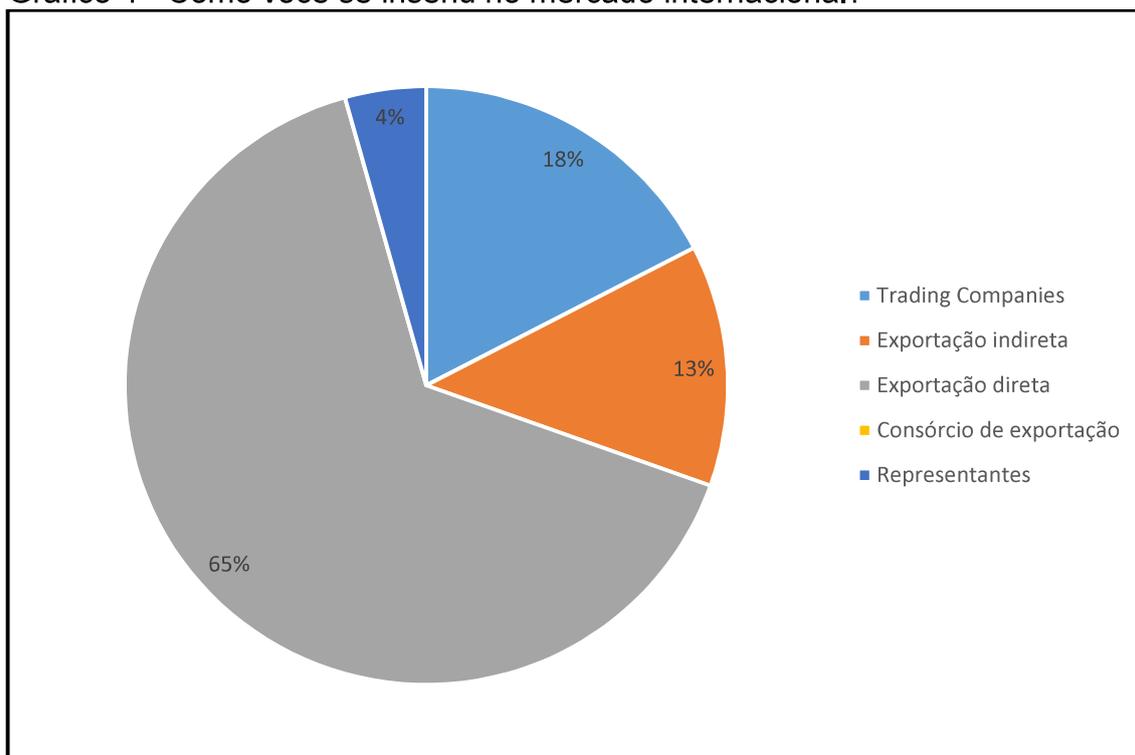
Tabela 3 - Quanto tempo sua empresa realiza exportação?

Quanto tempo sua empresa realiza exportação?	Respostas
Menos de um ano	0%
De um a cinco anos	37%
De cinco a dez anos	16%
De dez a quinze anos	21%
Acima de quinze anos	26%

Fonte: dados do pesquisador (2018).

Quanto ao tempo que a empresa realiza exportação (Gráfico 3), 37% alegam que trabalham com exportação de um a cinco anos, 26% acima de quinze anos, 21% de dez a quinze anos e 16% de cinco a 10 anos.

Gráfico 4 - Como você se inseriu no mercado internacional?



Fonte: dados do pesquisador (2018).

Tabela 4 - Como você se inseriu no mercado internacional?

Como você se inseriu no mercado internacional?	Respostas
Trading Companies	18%
Exportação indireta	13%
Exportação direta	65%
Consórcio de exportação	0%
Representantes	4%

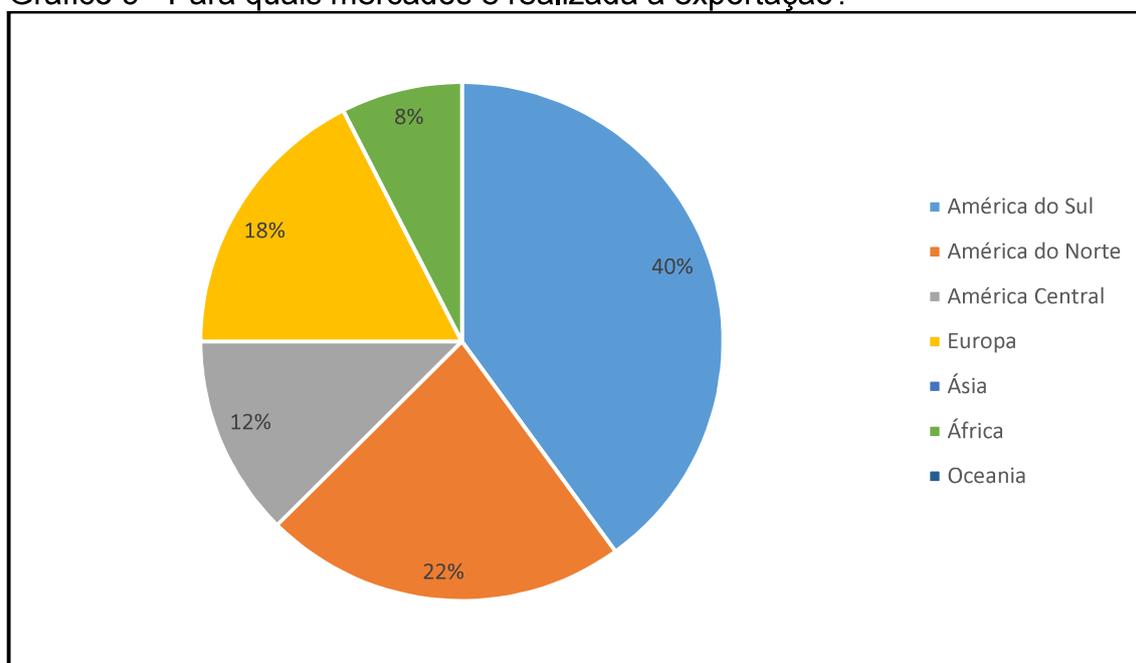
Fonte: dados do pesquisador (2018).

Em relação à forma como a empresa se inseriu no mercado internacional, o Gráfico 4 indica que 65% foi por exportação direta, 18% através de Trading companies, 13% por exportação indireta e 4% por meio de representantes.

Segundo o Ministério das Relações Exteriores, a exportação direta significa a operação em que o produto exportado é faturado pelo próprio produtor ao importador. Já as *Tradings*, conforme esclarece Kunzler (2000), são empresas globais, comerciais exportadoras, constituídas com capital público, privado ou misto, que desenvolvem importantes funções na cadeia de valor dos produtos e serviços. Quanto à exportação indireta, significa que a empresa que fabrica o produto não é responsável por sua comercialização externa, sendo isso feito por outra empresa, que se encarrega pelo transporte para o país de destino, pelo contato, pelas pesquisas de mercado e por promover o produto lá fora (BRASIL, 2011).

Como se pode observar no Gráfico 4, a maioria das empresas pesquisadas optou pela exportação direta, sendo notório as vantagens desse tipo de operação. O Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC, 2018) destaca as seguintes vantagens: maior controle sobre as operações internacionais; maior potencial de vendas e lucratividade; viabilidade de obter informações do mercado; possibilidade de tomar decisões estratégicas unilateralmente; maior proteção de marcas registradas e patentes.

Gráfico 5 - Para quais mercados é realizada a exportação?



Fonte: dados do pesquisador (2018).

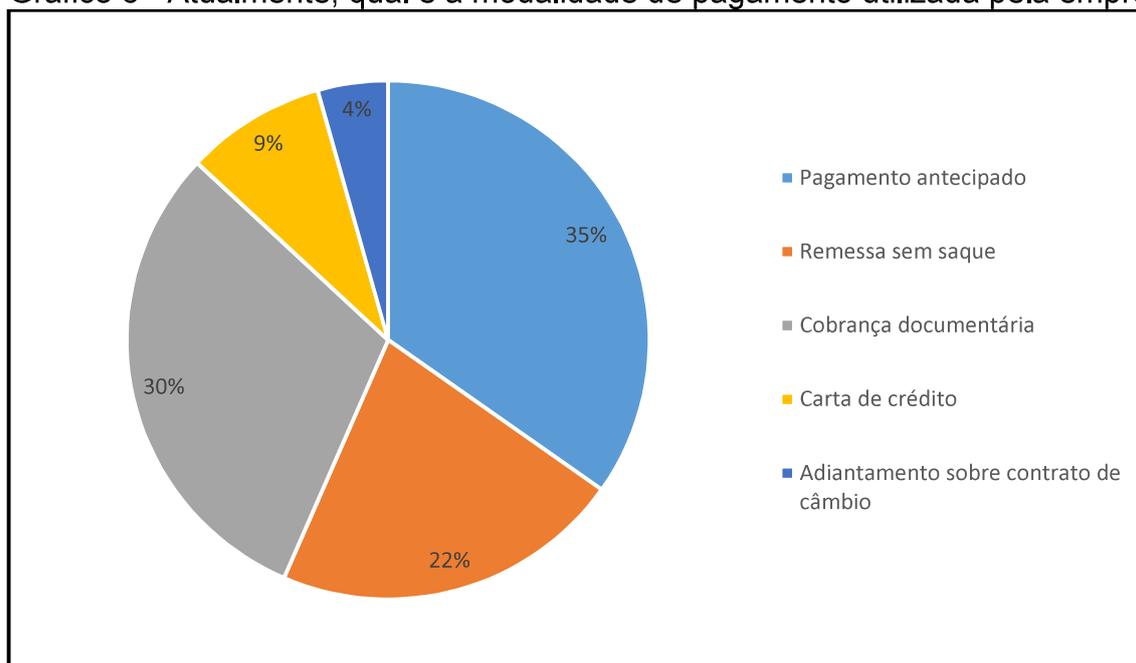
Tabela 5 - Para quais mercados é realizada a exportação?

Para quais mercados é realizada a exportação?	Respostas
América do Sul	40%
América do Norte	22%
América Central	12%
Europa	18%
Ásia	0%
África	8%
Oceania	0%

Fonte: dados do pesquisador (2018).

Conforme mostra o Gráfico 5, 40% das empresas pesquisadas exportam para a América do Sul, 22% para a América do Norte, 18% para Europa, 12% para a América Central e 8% para a África.

Gráfico 6 - Atualmente, qual é a modalidade de pagamento utilizada pela empresa?



Fonte: dados do pesquisador (2018).

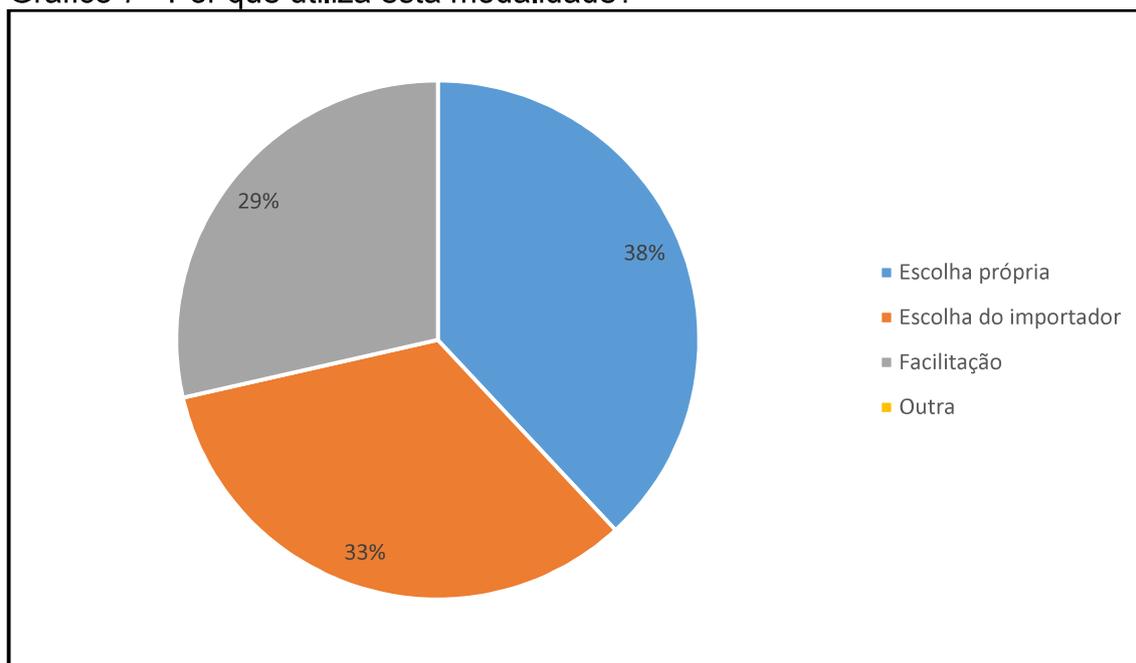
Tabela 6 - Atualmente, qual é a modalidade de pagamento utilizada pela empresa?

<b>Atualmente, qual é a modalidade de pagamento utilizada pela empresa?</b>	<b>Respostas</b>
Pagamento antecipado	35%
Remessa sem saque	22%
Cobrança documentária	30%
Carta de crédito	9%
Adiantamento sobre contrato de câmbio	4%

Fonte: dados do pesquisador (2018).

Quanto à modalidade de pagamento utilizada pelas empresas, o Gráfico 6 aponta que 35% operam com pagamento antecipado, 30% com cobrança documentária, 22% com remessa sem saque, 9% com carta de crédito e 4% com adiantamento sobre contrato de câmbio.

Gráfico 7 - Por que utiliza esta modalidade?



Fonte: dados do pesquisador (2018).

Tabela 7 - Por que utiliza esta modalidade?

Por que utiliza esta modalidade?	Respostas
Escolha própria	38%
Escolha do importador	33%
Facilitação	29%
Outra	0%

Fonte: dados do pesquisador (2018).

Sobre a questão da escolha por determinada modalidade, 38% responderam por escolha própria, 33% devido a escolha do importador e 29% devido a facilitação.

#### 4.2 ANÁLISE QUALITATIVA

Em relação à questão 9 do questionário, que trata da vantagem da modalidade que as empresas utilizam, verificou-se que a maioria delas optaram pelas modalidades de cobrança documentária, pagamento antecipado e remessa sem saque. O Quadro 5 mostra a opinião das empresas sobre essa questão.

Quadro 5 – Qual a vantagem na modalidade de pagamento que está usando?

<b>Empresa</b>	<b>Modalidade de pagamento</b>	<b>Vantagem</b>
Empresa 1	Cobrança documentária	Até o momento não surgiu a necessidade de outra forma de recebimentos.
Empresa 2	Pagamento antecipado	Disponibiliza capital de giro antecipado.
Empresa 3	Pagamento antecipado	Não comentou
Empresa 4	Pagamento antecipado	Vantagens de receber para quem exporta e desvantagens para quem importa, pois não há muitas garantias de recebimento da mercadoria.
Empresa 5	Pagamento antecipado e pagamento a prazo	No momento os tipos de modalidade que utilizamos é o pagamento antecipado e o pagamento a prazo. Dependendo do cliente o pagamento varia entre 30 a 60 dias.
Empresa 6	Pagamento antecipado e remessa sem saque	Trabalhamos com seguro de crédito. Desta forma, não temos muitos riscos em não receber os pagamentos. E esta modalidade facilita pela simplicidade e menor custo.
Empresa 7	Cobrança documentária	Adotamos esta modalidade para ganhar a confiança de nosso cliente, pois como nosso produto era algo novo para ele, não conseguiríamos fazer o cliente aceitar pagar antecipado.
Empresa 8	Cobrança documentária	Não comentou.
Empresa 9	Cobrança documentária	Segurança financeira, garante que a mercadoria só será entregue ao importador, após este aceitar ou pagar o saque. Manter um relacionamento bom com o cliente (fidelizar), já que o prazo de pagamento dele será maior (em vista que pagará quando a mercadoria tiver embarcado).
Empresa 10	Cobrança documentária	A principal vantagem consiste em poder creditar os recursos na conta nacional da empresa, em reais, com agilidade satisfatória, contando com um canal direto pelo banco intermediador sobre o andamento da operação.
Empresa 11	Pagamento antecipado	Garantia de pagamento.
Empresa 12	Remessa sem saque	Se dependesse da nossa empresa teria outro tipo de recebimento...
Empresa 13	Remessa sem saque	A agilidade na tramitação de documentos e isenção ou redução de despesas bancárias.
Empresa 14	Pagamento antecipado	O pagamento é recebido antes de iniciar a produção do produto, o que ajuda a empresa com o seu capital de giro, bem como na diminuição de custo da hora da compra da matéria prima, que pode ser comprada a vista. Ainda, não se tem risco algum, pois a mercadoria sai da empresa apenas quando está paga.
Empresa 15	Pagamento antecipado e remessa sem saque	Praticidade/Atende as necessidades dos clientes e da empresa.
Empresa 16	Pagamento antecipado, remessa sem saque e carta de crédito	Maior facilidade de negociação, menor custo, exceto carta de crédito que tem alto custo e uma completa indisposição dos clientes em utilizar.

Empresa 17	Cobrança documentária	Agilidade, praticidade e lucratividade.
Empresa 18	Cobrança documentária	Não temos vantagens na modalidade que estamos usando, porém, devido à concorrência, temos que aceitar a modalidade do importador.
Empresa 19	Pagamento antecipado	Nós recebemos antes de exportar. O valor entra de acordo com nossa programação, e podemos escolher antecipadamente qual será o meio de trazer o valor em Dólar para Real.

Fonte: dados do pesquisador (2018).

Na questão 10 do questionário, as empresas descreveram o impacto que a modalidade de pagamento tem sobre seus negócios internacionais, conforme mostra o Quadro 6.

Quadro 6 - Que impacto tem a modalidade de pagamento nos seus negócios internacionais?

<b>Empresas</b>	<b>Modalidade de pagamento</b>	<b>Impacto nos negócios</b>
Empresa 1	Cobrança documentária	Impacto positivo, pois até o momento recebemos sem problemas. E como citado anteriormente, não testamos as outras modalidades.
Empresa 2	Pagamento antecipado	Não comentou
Empresa 3	Pagamento antecipado	Não comentou
Empresa 4	Pagamento antecipado	Nas importações, principalmente da China, para o pagador, o valor é alto e antecipado.
Empresa 5	Pagamento antecipado e pagamento a prazo	Essa questão considero privada da empresa e não gostaria de expô-la. De forma geral a partir do momento que é decidido inserir os produtos em um mercado internacional, é preciso estar ciente que o crescimento das vendas está diretamente ligado a modalidade de pagamento oferecida. Todas as modalidades apresentam suas vantagens e desvantagens, é preciso escolher, a que melhor se enquadra com o perfil de negociação definido pela empresa.
Empresa 6	Pagamento antecipado e remessa sem saque	Facilidade, conseqüentemente maior aceite dos clientes na negociação.
Empresa 7	Cobrança documentária	A modalidade escolhida influencia muito no capital de giro da empresa. Se você escolhe o pagamento antecipado, pode estar dificultando a aceitação de seu produto no cliente, se você escolhe o pagamento a prazo, vai ter que confiar muito no cliente para que o mesmo cumpra com o acordado no prazo.
Empresa 8	Cobrança documentária	Não comentou.
Empresa 9	Cobrança documentária	Para nós tem mais benefícios do que malefícios, mas acho que o maior impacto é a fidelização do cliente.
Empresa 10	Cobrança documentária	Trata-se de uma operação que traz agilidade e segurança nos recebimentos de vendas internacionais, facilitando o comércio exterior. Auxilia no controle do Fluxo de Caixa da empresa, visto que temos retornos imediatos do banco intermediador com relação à validação da

		documentação e retorno sobre o fechamento da operação e conseqüente crédito, em reais, na conta da empresa.
Empresa 11	Pagamento antecipado	Segurança.
Empresa 12	Remessa sem saque	Até no momento quase nenhum. Poderia ser outras modalidades, facilita para o cliente...
Empresa 13	Remessa sem saque	É de alto risco para a empresa, pois em caso de inadimplência, não há nenhum título de crédito que lhe garanta a possibilidade de protesto e início de ação judicial.
Empresa 14	Pagamento antecipado	Positivo para a empresa no quesito financeiro, mas negativo para ambos na questão comercial. Alguns importadores não efetivam a compra devido à condição, que gera riscos aos mesmos, visto que outras empresas brasileiras do segmento já venderam nesta modalidade e até hoje não entregaram o produto, necessitando acionar judicialmente a cobrança por parte do importador.
Empresa 15	Pagamento antecipado e remessa sem saque	Impacta positivamente pois atende as necessidades dos clientes e da empresa.
Empresa 16	Pagamento antecipado, remessa sem saque e carta de crédito	As primeiras vendas procuramos fazer com pagamento antecipado, ou com remessa sem saque somente para clientes que tenham boas referências comerciais dentro do setor cerâmico. Existe o risco de falta de pagamento que pode ser minimizado com o conhecimento da situação dos clientes e o relacionamento a longo prazo.
Empresa 17	Cobrança documentária	Melhor comodidade para negociação, facilidade para vendas e entrega de produtos.
Empresa 18	Cobrança documentária	O impacto está diretamente ligado a matéria prima. Compramos a matéria prima e só recebemos do importador 90 dias depois. Isso nos traz um déficit de caixa.
Empresa 19	Pagamento antecipado	Atualmente temos somente uma operação de exportação, para o Paraguai, por conta disso, não consigo avaliar o impacto em outras negociações. Já tivemos outras tratativas, mas até o momento não chegamos no ponto de discutir a forma de pagamento como um empecilho para vendas.

Fonte: dados do pesquisador (2018).

Conforme observa-se no Quadro 5 e 6, as modalidades mais utilizadas pelas empresas pesquisadas são pagamento antecipado, cobrança documentária e, em alguns casos, remessa sem saque e carta de crédito.

Para melhor compreensão em relação às respostas obtidas quanto às modalidades de pagamento elencadas pelas empresas pesquisadas, e o impacto que essas modalidades causam nos negócios, segue abaixo uma síntese (Tabela 8) do que foi relatado.

Tabela 8 - Síntese das respostas

<b>Modalidade de pagamento</b>	<b>Percentual de respostas</b>	<b>Vantagens</b>	<b>Impacto</b>
Pagamento antecipado	35%	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capital de giro disponível;</li> <li>- Menor custo;</li> <li>- Menor risco;</li> <li>- Simplicidade;</li> <li>- Praticidade;</li> <li>- Garantia de pagamento;</li> <li>- Facilidade de negociação.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alguns importadores consideram uma modalidade de risco, pois temem não receber a mercadoria;</li> <li>- Atende as necessidades do importador e da empresa exportadora;</li> <li>- Conhecimento do cliente e relacionamento a longo prazo.</li> </ul>
Cobrança documentária	30%	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ganhar confiança do cliente;</li> <li>- Segurança financeira;</li> <li>- Fidelização do cliente</li> <li>- Creditar os recursos na conta da empresa;</li> <li>- Canal direto com o banco intermediador;</li> <li>- Agilidade;</li> <li>- Lucratividade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Influencia no capital de giro da empresa;</li> <li>- Fidelização do cliente;</li> <li>- Facilidade para o comércio exterior;</li> <li>- Retorno imediato do banco intermediador;</li> <li>- Crédito rápido em moeda nacional;</li> <li>- Facilidade para a venda e entrega do produto;</li> <li>- Demora na entrega da matéria-prima.</li> </ul>
Remessa sem saque	22%	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agilidade na tramitação de documentos;</li> <li>- Redução de despesas bancárias;</li> <li>- Atende as necessidades dos clientes e da empresa;</li> <li>- Facilidade de negociação.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Venda para clientes com boas referências comerciais;</li> <li>- Alto risco para a empresa, sem garantias de recebimento;</li> <li>- Maior aceite dos clientes na negociação.</li> </ul>

Fonte: dados do pesquisador (2018).

O pagamento antecipado, segundo Ratti (2001) é a modalidade na qual o importador paga o valor da transação antes mesmo que ela seja efetuada, com o objetivo de oferecer ao exportador os meios necessários para a fabricação do produto a ser exportado. É considerada a forma mais segura para o exportador, contudo oferece um alto risco ao importador, pois o exportador, já com a quantia em mãos, poderá deixar de enviar a mercadoria por diversos motivos. Porém, conforme advertem Campaci e Simões (2005), o exportador assume o risco da variação cambial e do custo de matérias primas importadas e também risco de gravames tributários.

Já a cobrança documentária é um processo de pagamento intermediado por um banco e garante ao exportador que a mercadoria só será entregue ao importador, após este aceitar ou pagar o saque. Na remessa sem saque não existe

banco como intermediário, o exportador envia a mercadoria e posteriormente a documentação. Por fim, a carta de crédito é considerada a forma de pagamento mais segura para ambas as partes e também a modalidade mais utilizada nas operações de comércio exterior (CAMPACI; SIMÕES, 2005).

A carta de crédito, segundo Cherobin e Vieira (2009), oferece garantia bancária ao exportador em que são estabelecidas as condições para efetuação do pagamento, sendo que um banco se compromete, por ordem de seu cliente, a pagar o valor da exportação, mediante a apresentação dos documentos relativos à operação. A carta de crédito também pode favorecer o importador caso o exportador não atenda todas as exigências estipulada na carta. Assim, a carta de crédito constitui-se um importante instrumento para os exportadores que desejam obter uma garantia internacional. Sua vantagem é a garantia de recebimento por parte do exportador desde que se cumpra os termos acordados. Já a desvantagem é que qualquer divergência nos termos da carta de crédito, mesmo que insignificante, inviabiliza o seu recebimento.

Assim, na escolha de uma modalidade de pagamento, o exportador deve levar em conta vários fatores como a quantia de valores implicada na operação, a legislação cambial e de comércio exterior dos países envolvidos, os custos de operação, a confiança entre as partes, a rapidez necessária para a remessa de documentos comerciais do vendedor para o comprador, entre outros (SEBRAE, 2018; GARCIA, 2007). Muitas empresas deixam de exportar porque seus líderes acham o mercado internacional inseguro, por não terem conhecimento das vantagens e desvantagens dessas modalidades e dos riscos presentes no mercado (CAMPACI; SIMÕES, 2005).

Contudo, é importante ressaltar que, para cada operação, existe uma modalidade de pagamento, cujos riscos devem ser avaliados criteriosamente, assim como as vantagens e desvantagens, a fim de se escolher a melhor forma de pagamento (CAMPACI; SIMÕES, 2005; CERVELIN, 2015).

Verifica-se, portanto, que a maioria das empresas pesquisadas são cautelosas quanto à modalidade de pagamento escolhida, sendo que o pagamento antecipado e a cobrança documentária são os modelos mais utilizados e operam de forma positiva nos negócios internacionais das empresas.

## 5 CONCLUSÃO

A globalização e abertura econômica transformaram radicalmente o ambiente no qual as organizações desenvolvem suas atividades e vêm obrigando as empresas no sentido da internacionalização. Além disso, a queda de barreiras no comércio internacional tem proporcionado grandes oportunidades de negócios além das fronteiras nacionais (PANOSSO, 2000).

Nos negócios internacionais, as modalidades de pagamento são acordadas entre exportador e importador através de contratos de compra e venda internacionais, e indicam a maneira pela qual o exportador receberá seu pagamento, em virtude de sua venda ao exterior. As modalidades são influenciadas pelas circunstâncias do mercado e pelo grau de confiança entre as partes.

Entretanto, antes de escolher qualquer modalidade de pagamento, o exportador deve analisar a idoneidade do comprador, principalmente quando se trata de uma primeira operação. Há ainda que se considerar a situação do país do importador do ponto de vista econômico e político e cultural.

Assim, o objetivo principal desse estudo foi é identificar quais modalidades de pagamento as empresas exportadoras da região da AMREC utilizam, e qual o impacto nos seus negócios internacionais.

Quanto às limitações, o estudo não contemplou as expectativas iniciais que seria a participação de todas as empresas, um total de cinquenta e cinco, as quais foi enviado um questionário, a fim de obter as informações necessárias para tornar essa pesquisa mais crível. Porém, a margem de respostas foi pequena, obtendo-se uma amostra de apenas dezenove empresas.

Assim, a partir dos resultados obtidos, pode-se identificar as modalidades de pagamento mais utilizadas pelas dezenove empresas exportadoras da região da AMREC, que responderam à pesquisa, como também o impacto que essas modalidades causam em seus negócios. Deste modo, as considerações finais vão se ater às duas modalidades mais citadas: pagamento antecipado e cobrança documentária.

Após análise, o estudo concluiu que o pagamento antecipado é um procedimento seguro para o exportador. Sobretudo quando se trata de uma primeira operação da qual o exportador desconhece a idoneidade do comprador. Há ainda que se levar em conta a situação do país do importador do ponto de vista econômico

e político. Esta modalidade de pagamento privilegia o exportador. Quanto às vantagens, essa modalidade mostrou-se com menor potencial de riscos, facilitando as negociações e garantindo o pagamento ao exportador. Contudo, optando por essa modalidade, o exportador assume o risco da variação cambial, da variação do custo de matérias primas importadas e de gravames tributários.

Em relação à cobrança documentária, a pesquisa demonstrou ser esta a segunda modalidade mais utilizada pelas empresas. Suas vantagens consistem em segurança financeira, por meio de crédito dos recursos na conta do exportador, agilidade, lucratividade e fidelização dos clientes. Entretanto, o exportador assume o custo bancário da operação, o risco de inadimplência do importador, e o banco não tem a obrigação de garantir o pagamento ao exportador.

Dessa forma, os resultados permitiram evidenciar que as modalidades mais utilizadas para pagamento nas empresas pesquisadas visam à segurança, menos custos e maior lucratividade, contudo essas modalidades têm que estar alinhadas com as exigências do importador, pois em negócios internacionais é necessária cautela e concordância de ambas as partes.

Sendo assim, é imprescindível que se dê continuidade a esse estudo, pois existem 108 empresas exportadoras na região da AMREC e a amostra obtida não permite uma avaliação efetiva quanto às modalidades de pagamentos que as empresas utilizam atualmente em seus negócios internacionais. Contudo, espera-se que essa pesquisa possa trazer um vislumbre sobre os negócios internacionais e suas formas de pagamento, tanto para a comunidade acadêmica como para esta instituição de ensino. O trabalho também foi de grande importância para o pesquisador, como fonte de conhecimento e de aprimoramento profissional.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, José Ricardo de S. Barbosa et al. **A influência das barreiras culturais nas estratégias de venda de empresas exportadoras brasileiras**: um estudo sobre exportações para a Índia. 2004. 12f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comércio Exterior), Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2004.
- AMREC. Associação dos Municípios da Região Carbonífera. **Dados da AMREC**. 2017. Disponível em: < <http://www.amrec.com.br/municipios/index.php>>. Acesso em: 5 abr. 2018.
- APEX- Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos. **As Exportações Brasileiras e os Ciclos de Commodities**: tendências recentes e perspectivas. 2011.
- APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia da Ciência**: Filosofia e Prática da Pesquisa. São Paulo: Thompson Learning, 2006.
- ARANHA, Maria L. **Filosofando**: introdução à filosofia. São Paulo: Moderna, 1986.
- ASSOCIAÇÃO DE COMÉRCIO EXTERIOR DO BRASIL. **Previsão da balança comercial para 2018**. 2017. Disponível em: [http://www.aeb.org.br/noticias/downloads/2281\\_AEB%20-%20BALAN%C3%87A%20COMERCIAL%202018.pdf](http://www.aeb.org.br/noticias/downloads/2281_AEB%20-%20BALAN%C3%87A%20COMERCIAL%202018.pdf). Acesso em: 7 abr. 2018.
- BARQUERO, A. Vázquez. **Desarrollo, Redes, Innovación**. Madrid: Pirámide, 1999.
- BORNHOFEN, Denean; KISTENMACHER, Georgia Muller. P. Negociação internacional baseada na influência cultural: Alemanha. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n. 2, p. 01-15, 2007. Disponível em: <http://rica.unibes.com.br/index.php/rica/article/viewFile/33/28>. Acesso em: 28 mar. 2018.
- BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Exportação Passo a Passo**. Ministério das Relações Exteriores. Brasília: MRE, 2011. Disponível em: <http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/manuais/PUBExportPassoPasso2012.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2018.
- \_\_\_\_\_. Ministério da Fazenda. Assuntos Internacionais. **Seguro de Crédito à Exportação**. 2018. Disponível em: <http://www.sain.fazenda.gov.br/assuntos/credito-e-garantia-as-exportacoes/seguro-de-credito-a-exportacao-2013-sce>. Acesso em: 8 abr. 2018.
- CAMPACI, João Vitor; SIMÕES, Regina Célia Faria. Os Riscos Relacionados às Modalidades de Pagamento Internacional para o Exportador. **Rev. de Negócios Internacionais**, Piracicaba, v. 3, n. 5, p. 56-61, 2005. Disponível em: [http://www.unimep.br/rni/doc\\_ano3\\_n5/RNI\\_n5\\_art07.pdf](http://www.unimep.br/rni/doc_ano3_n5/RNI_n5_art07.pdf). Acesso em: 22 mar. 2018.

CARVALHO, Maria Auxiliadora de; SILVA, Cesar Roberto Leite da. **Economia Internacional**. São Paulo: Saraiva, 2000.

CASTELO, Fernando. **Contrato internacional e a Legislação brasileira**. 2016. disponível em: <https://fernandobc.jusbrasil.com.br/artigos/333250752/contrato-internacional-e-a-legislacao-brasileira>. Acesso em 31 mar. 2018.

CASTRO, José Augusto de. **Exportação: aspectos práticos e operacionais**. São Paulo: Aduaneiras, 1998.

CELLICH, Claude; JAIN, Subhash C. **Global Business Negotiations: A Practical Guide**. Mason: Thomsom South-western, 2004.

CERVELIN, Ariane de Carvalho. Análise comparativa entre as modalidades de pagamento de exportação: cobrança documentária e carta de crédito. XV CONGRESSO NACIONAL DE INICIAÇÃO CIÊNTÍFICA. São Paulo, 15. **anais...** São Paulo, 2015.

CHANG, Lieh-Ching. An examination of cross-cultural negotiation: using Hofstede framework. **Journal of American Academy of Business**, Cambridge, v. 2, n. 2, p. 567-571, 2003. Disponível em: <http://two.nitbj.com.cn/nit/content/references/Chang,%20L.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2018.

CHEROBIN, Fernando Caetano; VIEIRA, Thiago Cristiano. **A carta de crédito e os preços praticados pelos bancos que operam em câmbio na região do Vale do Itajaí**. 2009. 54f. Monografia (Curso de Comércio Exterior), Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Vale de Itajaí, Itajaí, SC, 2009.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DIAS, Reinaldo; RODRIGUES, Waldemar. **Comércio Exterior: Teoria e Gestão**. São Paulo: Atlas, 2007.

DIEHL, Astor. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

DREBES, Josué Scheer. O Contrato Internacional à Luz do Direito Internacional Privado Brasileiro. **Revista Eletrônica de Direito Internacional**, v. 6, p. 189-212, 2010. Disponível em: [http://centrodireitointernacional.com.br/static/revistaeletronica/volume6/arquivos\\_pdf/sumario/josue\\_drebes.pdf](http://centrodireitointernacional.com.br/static/revistaeletronica/volume6/arquivos_pdf/sumario/josue_drebes.pdf). Acesso em: 30 mar. 2018.

FERRARO, Gary P. **The cultural dimension of international business**. New Jersey: Prentice Hall, 1990.

FERNANDES, Denise Maria. **Exportação: Roteiro Básico para Comércio Exterior**. São Paulo: Atlas, 1987.

FIGUEIREDO, Antônio Macena de; SOUZA, Soraia R. Goudinho. **Como elaborar projetos, monografias, dissertações e teses: da redação científica à apresentação do texto final.** Rio de Janeiro: Lúmen Juris, 2005.

FLORIANI, Dinorá Eliete. **A cultura nacional e as negociações internacionais: um comparativo entre executivos brasileiros e italianos.** 2002. 156f. Dissertação (Mestrado em Administração), Escola de Administração, Centro Universitário de Jaraguá do Sul, Jaraguá do Sul, 2002. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/4282/000349477.pdf?sequence=1>. Acesso em: 31 mar. 2018.

GARCIA, Luis Martins. **Exportar: Rotinas e Procedimentos, Incentivos e Formação de Preços.** 9. ed. São Paulo: Edições Aduaneiras, 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Metodologia científica.** São Paulo: 3. ed. Atlas, 2004.

GODINHO, Wagner Botelho; MACIOSKI, Juliana Maria Klüppel. Estilos de negociação: a maneira pessoal de realizar negócios internacionais. **Ciência & Opinião**, Curitiba, v. 2, n. 1/2, jan./2005. Disponível em: <http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17973/material/ARTIGO%20-%20Estilos%20de%20Negocia%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2018.

GONÇALVES, Mônica Lopes et al. **Fazendo pesquisa.** Do projeto à comunicação científica. Joinville: Univille, 2004.

GOULART, Sueli; VIEIRA, Marcelo. M. Falcão; CARVALHO, Cristina Amélia. **Universidades e Desenvolvimento local: uma abordagem institucional.** Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2005.

GOULART FILHO, Alcides. **Ensaio sobre a economia sul-catarinense II.** "s. l.", 2005.

GRISI, Hildebrand, C. C. **Trading: presença brasileira no cenário econômico mundial.** São Paulo: Saraiva, 2003.

GUIMARÃES, Peterli Edson. Política de comércio exterior brasileira no contexto da abertura comercial. In: LANZANA, Antonio E. T. (Orgs.). **Gestão de negócios internacionais.** 1. ed. São Paulo: 2006. p.131-160

HERBIG, Paul. A.; KRAMER, Hugh. E. Cross-cultural negotiations: success through understanding, **Management Decisions**, v. 29, n. 8, pp. 19-31, 1991. Disponível em: <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/EUM0000000000083#>. Acesso em: 01 abr. 2018.

HENDON, Donald W. Negotiation concession patterns: a multi-country, multi-period study. **Journal of International Business Research**, Cullowhee, v. 6, n. 2, p. 123-140, 2007. Disponível em: <https://www.questia.com/library/journal/1G1-175065698/negotiation-concession-patterns-a-multi-country>. Acesso em: 29 mar. 2018.

HIDALGO, Álvaro Barrantes; FEISTEL, Paulo Ricardo. Mudanças na Estrutura do Comércio Exterior Brasileiro: Uma Análise sob a Ótica da Teoria de Heckscher-Ohlin. **Rev. Estud. Econ.** São Paulo, v. 43, n.1, p.79-108, jan./2013. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-41612013000100004](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-41612013000100004). Acesso em: 8 abr. 2018.

KARRASS, Chester L. **In business as in life: you don't get what you deserve, you get what you negotiate.** Beverly Hills: Copyright, 1996.

KOTABE, Masaaki; HELSEN, Kristiaan. **Global Marketing Management.** USA: John Wiley e Sons, 1998.

KUNZLER, Jacob Paulo. **Trading companies: análise do perfil, estratégias e tendências das empresas brasileiras.** Dissertação (Mestrado em Administração), Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Florianópolis, 2000.

LEITE, Eduardo de Oliveira. **A monografia jurídica.** 3. ed. rev. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1997.

LEVIN, Jack. **Estatística aplicada a ciências humanas.** 2. ed. São Paulo: Harbra, 1987.

LOPES VAZQUEZ, José. **Comércio Exterior Brasileiro.** 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LUNARDI, Angelo Luiz. **Operações de Câmbio e Pagamentos Internacionais no Comércio Exterior.** São Paulo: Aduaneiras, 2000.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.** Porto Alegre: Bookman, 2001.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada.** São Paulo: Artmed, 2004.

MARCONI, Nelson. **O desempenho do comércio exterior brasileiro no período pós-crise.** Boletim de Economia e Política Internacional, 2013. Disponível em: [http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/4450/1/BEPI\\_n13\\_desempenho.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/4450/1/BEPI_n13_desempenho.pdf). Acesso em: 21 mar. 2018.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

\_\_\_\_\_. **Fundamentos de metodologia científica.** 8. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINELLI, Dante Pinheiro. **Negociação empresarial: enfoque sistêmico e visão estratégica.** Barueri: Manole, 2002.

MDIC. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. **Balança comercial.** 2018. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/index.php/comercio-exterior>. Acesso em: 02 fev. 2018.

MINGST, Karen A. **Princípios de relações internacionais**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

MINTU-WIMSATT, Alma; GASSENHEIMER, Jule. B. The moderating effects of cultural context in buyer-seller negotiation. **The Journal of Personal Selling & Sales Management**, New York, v. 20, n. 1, p. 1-9, 2000. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08853134.2000.10754215>. Acesso em: 31 mar. 2018.

MUNDURUCA, Danilo F. Viana; SANTANA, José Ricardo. Comércio Exterior como Estratégia de Crescimento Econômico: Uma Proposta de Priorização de Produtos Exportáveis para a Economia Sergipana. **Documentos Técnicos-Científicos**, v. 43, n. 3, p. 611-630, set./2012. Disponível em: <https://ren.emnuvens.com.br/ren/article/download/238/216>. Acesso em: 22 fev. 2018.

NASSER, Pedro Ricardo Gomide. **Influência da Cultura na Negociação Internacional**. 2007. 50f. Monografia (Curso de Administração), Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, Brasília – DF, 2007.

OLIVEIRA, Francisco de. **Aproximações ao enigma: o que quer dizer desenvolvimento local?** São Paulo: Programa Gestão Pública e Cidadania/EAESP/FGV, 2001.

OLIVEIRA, Flademir de. **Negociação comercial internacional: um comparativo entre negociadores tabacaleiros brasileiros e estrangeiros**. 2004. 204f. Dissertação (Pós-Graduação em Administração), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/5948/000433868.pdf?sequence=1>. Acesso em: 01 abr. 2018.

PANOSSO, Carlos Alfredo. **Negociação comercial internacional: um comparativo entre negociadores brasileiros e argentinos**. 2000. 149 f. Dissertação (Mestrado em Administração), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2000. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/2835>. Acesso em: 31 mar. 2018.

PHATAK, Arvind V.; HABIB, Mohammed M. The Dynamics of International Business Negotiations. **Business Horizons**, v. 39, n. 3, p.30-38, May/June 1996. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681396900051>. Acesso em: 28 mar. 2018.

PHATAK, Arvind V. **International management: concepts & cases**. Cincinnati: South Western, 1997.

PINHEIRO, José Mauricio dos Santos. **Da Iniciação Científica ao TCC: uma abordagem para os cursos de tecnologia**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2010.

RATTI, Bruno. **Comércio Internacional e Câmbio**. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Os desafios do comércio exterior para as pequenas empresas**. 2018. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-do-comercio-exterior-para-as-pequenas-empresas,f95a634e2ca62410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 29 mar. 2018.

SEN, A. **Desenvolvimento como Liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SILVA, Givan Fortuoso et al. Origem e evolução do comércio internacional. In: SILVA, José Ultemar da. (Org.). **Gestão das relações econômicas Internacionais e comércio exterior**. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008. p.1-20.

SOARES, Cláudio César. **Introdução ao Comércio Exterior**. São Paulo: Saraiva, 2004.

SOUZA, Nali de Jesus. **Desenvolvimento econômico**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. São Paulo: Vozes, 1989.

ZAPATA, T. et al. **Desenvolvimento Local: Trajetórias e Desafios**. Recife: IADH, 2005.

## APÉNDICE



UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE –  
UNESC



**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**  
**Trabalho de Conclusão de Curso**  
**Acadêmico: Manuel de Almeida Agostinho**

## QUESTIONÁRIO

O objetivo da aplicação deste questionário é identificar quais modalidades de pagamento as Empresas Exportadoras da região da AMREC utilizam, e qual o impacto nos seus negócios internacionais.

### **1 – Porte da empresa.**

- ( ) Micro empresa
- ( ) Pequena
- ( ) Média
- ( ) Grande
- ( ) Multinacional

### **2 – Ramo.**

- ( ) Agricultura
- ( ) Construção civil
- ( ) Serviços Financeiro
- ( ) Alimentícia
- ( ) Indústria de mineração, extração de minérios, gás, petróleo
- ( ) Indústria automobilística
- ( ) Indústria madeireira e móveis
- ( ) Indústria metal-mecânica
- ( ) Vestuário
- ( ) Indústria de eletrônicos e computação
- ( ) Calçadista
- ( ) Indústria de material para construção

- Máquinas e equipamentos
  - Cerâmica
  - Química
  - Indústria Farmacêutica, Higiene e Cosméticos
  - Outros. Qual?
- 
- 

**3 – Quanto tempo sua empresa realiza exportação?**

- Menos de 1 ano
- 1 a 5 anos
- 5 a 10 anos
- 10 a 15 anos
- Acima de 15 anos

**4 – Como você se inseriu no mercado internacional?**

- Trading Companies
  - Exportação Indireta
  - Exportação Direta
  - Consórcio de Exportação
  - Outro. Qual?
- 

**5 – Quais os mercados que é realizado a exportação?**

- América do Sul
- América do Norte
- América Central
- Europa
- Ásia
- África
- Oceania

**6 – Atualmente, qual é a modalidade de pagamento utilizada pela empresa?**

- Pagamento Antecipado

- ( ) Remessa sem Saque
- ( ) Cobrança Documentária
- ( ) Carta de Crédito

### 7 – Porque utiliza esta modalidade?

- ( ) Escolha própria
- ( ) Escolha do Importador
- ( ) Facilitação
- ( ) Outra

---



---

**8 – Responda as afirmações abaixo, sobre a escolha da modalidade de pagamento. Indique o grau de concordância ou discordância nas opções apresentas (quanto mais próximo de 1 mais estará discordando, quanto mais próximo de 5 mais estará concordando).**

Afirmação	01	02	03	04	05
A escolha é feita exclusivamente do exportador					
A escolha é feita exclusivamente do importador					
O acordo é entre ambos					
A escolha da modalidade é satisfatória para minha empresa					
Já utilizei outra modalidade					
Com a troca, melhorou muito o desempenho exportador da minha empresa					
Teria interesse em trocar a modalidade em que atuo					
Consigo enxergar algum risco na modalidade escolhida atualmente					
Já tive uma perda significativa devido a modalidade que atuo					
Já tive uma perda significativa devido a modalidade que atuei					
A modalidade escolhida atualmente é a que traz menor risco para minha empresa					
Conheço as quatro modalidades de pagamento, suas respectivas vantagens e desvantagens e riscos					

**9 – Qual a vantagem na modalidade que está usando?**

---

---

---

---

---

---

---

**10 – Que impacto tem a modalidade de pagamento nos seus negócios internacionais?**

---

---

---

---

---

---

---