

124. ENCOMEX

16 de Abril de 2006

Oficina Temática e Setorial
Como exportar para União Europeia

Exportação para Portugal

Relacionamento mercadológico Luso-Brasileiro

Marcelo Henriques de Brito

Administrador e Engenheiro, Ph.D.

Conselheiro da Câmara Portuguesa de Comércio e Indústria do Rio de Janeiro

probatus@probatus.com.br

PORTUGAL - um país com longa história

- **Motivos para conhecer a história de Portugal:**
 - é empolgante e densa (leitura sugerida: “The first global village: How Portugal changed the world” de Martin PAGE)
 - favorece vínculos de amizade que complementam negócios
 - explica a cultura do povo, seus “sonhos de consumo” e o estilo do relacionamento
- **Algumas das possíveis características do povo português:**
 - sentimento de identidade com generalizada ação internacional
 - formalismo: cerimônia, uso de títulos, atenção com pronomes
 - literalidade: o peso das palavras e a importância das intenções
 - habilidade para negociar, comercializar e empreender
 - confiança e respeito geram um acolhimento espetacular!

Idioma português no Brasil e em Portugal

- Escreve-se praticamente da mesma forma
 - pronúncias portuguesas podem ser difíceis para os brasileiros (portugueses teriam sido “intérpretes” na construção de Brasília)
 - “perceber” que há palavras com sentido distinto e constrangedor
- Cuidado com piadas, irreverências e intimidades
 - humor tem relação com o contexto
 - atenção para não desrespeitar diferenças culturais
- Reflexos empresariais do acordo ortográfico
 - facilita comércio exterior com mercado lusíada (ex.: rótulos, propaganda, comércio de publicações e material de ensino)
 - processo bem mais fácil e menos sentimental para o Brasil

Relações entre Brasil e Portugal

- Portugal tem muito afeto pelo Brasil - paixão mesmo
 - modo descontraído e alegre do Brasileiro (“deixa a vida me levar”)
 - encantamento com a beleza natural e a mistura cultural
 - novelas difundiram “culturas brasileiras”
- UE com Presidência Portuguesa no 2. semestre 2007
 - Brasil, parceiro estratégico da União Europeia
 - Tratado de Lisboa: um delicado e importante consenso
 - Cimeira UE-África
- África e Ásia estiveram sempre na mente de Portugal
 - muitos investimentos em África, assim como notícias de lá
 - relacionamento antigo com Índia (Goa), Japão, China e Timor

Benefícios para empresas com comércio exterior

- aumento de mercado para produtos específicos
- utilização da capacidade ociosa com mercado maior
- ampliação da rede de fornecedores
- melhores condições de acesso a mercados de capitais
- estímulo para a inovação
- argumento para ter apoio de centros públicos de P&D
- parcerias considerando vantagens competitivas

HENRIQUES DE BRITO, Marcelo; “Crise e Prosperidade Comercial, Financeira e Política”, Probatus, 2003.
Quadro 5.4-1 do Tópico 5.4.4 no Capítulo 5, página 397 (edição 2003).

Benefícios para governos com comércio exterior

- entrada de divisas para honrar pagamentos internacionais
- geração de emprego e de renda
- obtenção de produtos não existentes no país
- atenuação dos efeitos adversos de oligopólios internos
- divulgação de marcas de empresas e do país
- estímulo para outras empresas nacionais exportarem
- estabelecimento de vínculos de amizade com países

HENRIQUES DE BRITO, Marcelo; “Crise e Prosperidade Comercial, Financeira e Política”, Probatius, 2003.
Quadro 5.4-1 do Tópico 5.4.4 no Capítulo 5, página 397 (edição 2003).

Notas sobre produtos no mercado externo

- Mercado externo não é mera extensão do mercado interno
- Exportar produto com diferencial
 - aspectos culturais e legais na produção e no consumo
 - produto patenteado para soluções mais eficazes ou cômodas
 - produto inexistente no mercado alvo (ex.: frutas)
 - promoção da marca e do país complementam divulgação das características do produto (vinho do Porto - cachaça do Brasil)
 - agregar valor com serviços
- Atenção com diferencial de preço e condições comerciais

Concorrência é cada vez mais global

- Concorrente pode ser outro país estrangeiro
- UE define regras comerciais e política monetária
- Câmbio favorece a China: suas exportações e reservas

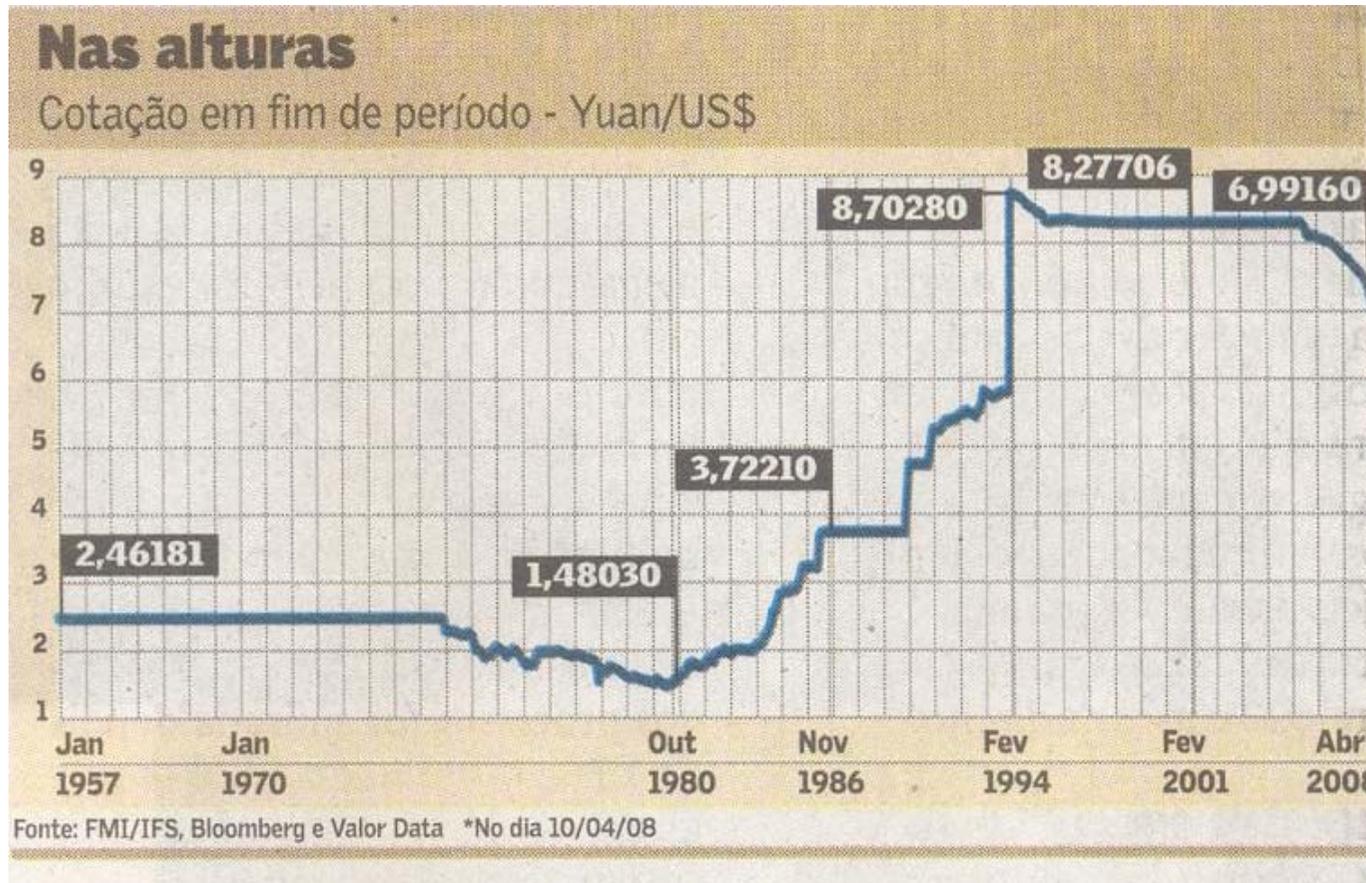
Data	15 Jul 2005	14 Out 2005	13 Jan 2006	13 Abr 2006	14 Jul 2006	13 Oct 2006	15 Jan 2007	13 Abr 2007	13 Jul 2007	15 Out 2007	15 Jan 2008	11 Abr 2008
yuan per US\$	8.28	8.09	8.07	8.02	8.00	7.90	7.79	7.72	7.57	7.51	7.24	7.01
yuan per €	9.97	9.78	9.79	9.71	10.11	9.88	10.08	10.45	10.44	10.67	10.74	11.10

Fonte: www.bcb.gov.br

• Reflexões:

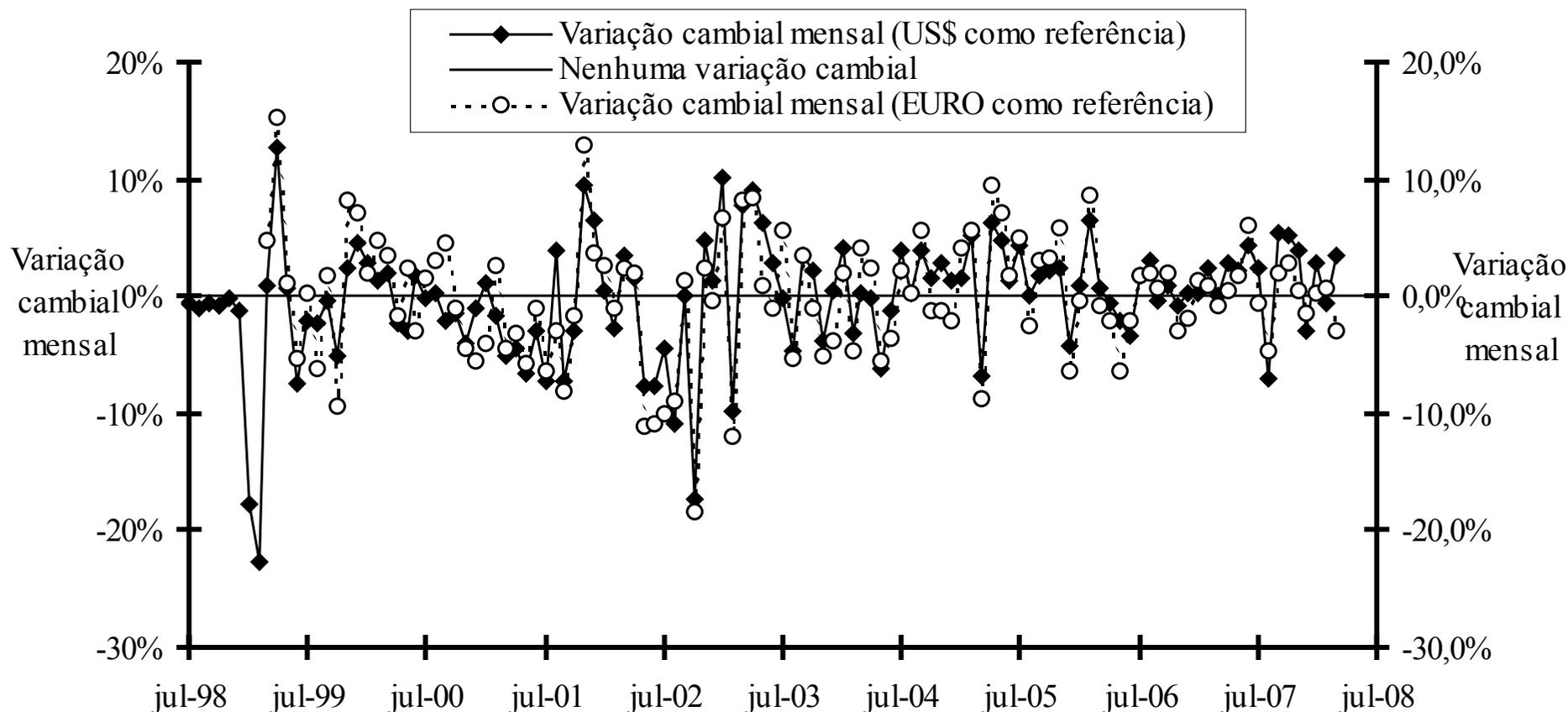
A quem interessa que o Yuan se valorize frente ao US\$ e se desvalorize frente ao Euro? Quem é prejudicado?

Qual seria a taxa de câmbio “justa” e qual seria a variação cambial “correta”?



Fonte: **Valor Econômico**, 11 de abril de 2008, Caderno Finanças, página C6

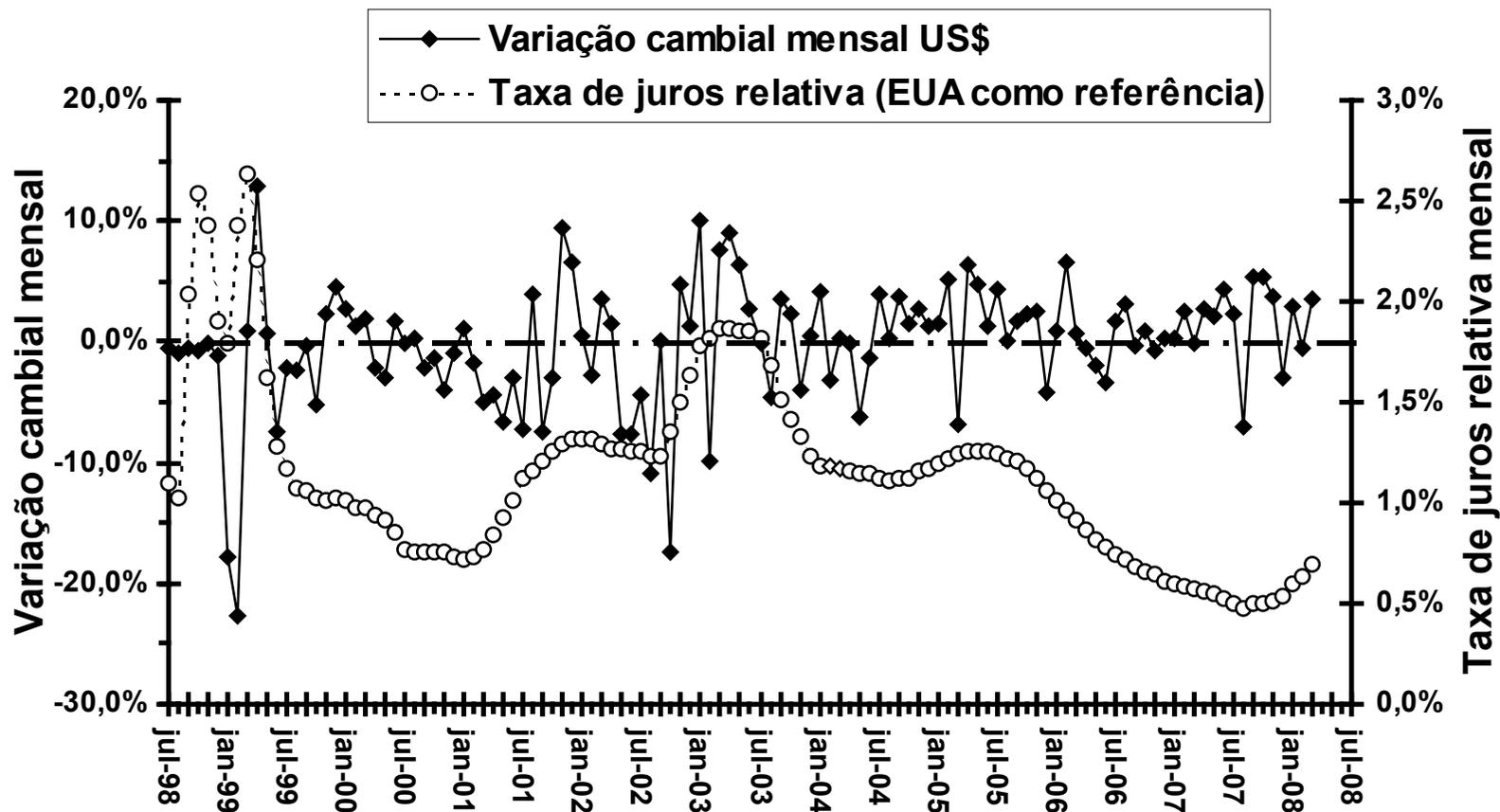
Variação cambial Real frente ao US\$ e Euro



Dados para taxa de câmbio na página do Banco Central do Brasil (www.bcb.gov.br)

Variação cambial e prêmio nominal

Brasil - Efeito da Política Monetária



Dados para taxa de câmbio: Jornal do Commercio e Banco Central do Brasil

Dados para taxas de juros: Conjuntura Econômica FGV e Banco Central do Brasil

HENRIQUES DE BRITO, Marcelo; “Crise e Prosperidade Comercial, Financeira e Política”, Probatius, 2003.

Atualização da Figura 4.6-4 da Seção 4.6 no Capítulo 4, página 327 (edição 2003).

Dicas nas viagens ao exterior

- Obter o máximo de informações no país e na internet
 - conjuntura internacional
 - sobre demanda e concorrentes (mercado-alvo)
 - aspectos culturais e comportamentais
- Elaboração de um programa
 - datas mais apropriadas (ter um evento chave)
 - condições de hospedagem e deslocamento dentro de orçamento
 - documentos e amostras a levar, vistos, vacinas e seguro-saúde
- Bagagem
 - bons e muitos cartões de visita (inglês ou idioma local, melhor)
 - prospectos, apresentações em power-point, padrões de contrato
 - notebook, mq. fotos e gravador (registrar a saída na alfândega)
 - roupa condizente com os locais e com o clima
- “Dever de casa” na volta
 - enviar o que prometeu, redigir relatório, manter contato

Sugestões de alguns sites com informações sobre as relações **Luso-Brasileiras**

www.braziltradenet.gov.br

(Portal de Promoção Comercial do Ministério das Relações Exteriores)

www.icep.pt ou www.portugalglobal.pt

(Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal)

www.brasilportugal.org.br

(Conselho das Câmaras Portuguesas de Comércio no Brasil)

www.ciep.org.pt

(Confederação Internacional dos Empresários Portugueses)

www.portugaldigital.com.br

(Comunicação Empresarial Luso-Brasileira)

www.agencialusa.com.br e www.lusa.pt

(Agência de Notícias de Portugal)

www.rtp.pt (Rádio e Televisão de Portugal)

www.embaixadadeportugal.org.br

Informações Básicas da

Câmara Portuguesa Com. e Ind. Rio de Janeiro

- Fundada em 16 de setembro de 1911
- Primeira Câmara Portuguesa de Comércio no estrangeiro
- Promove eventos e contatos de brasileiros e portugueses
- Órgão de informação comercial, turística, cultural e social
- Recebeu várias medalhas e honrarias por seus relevantes serviços prestados ao Brasil e a Portugal

CONTATOS

Av Graça Aranha 1, 6º andar, CEP 20030-002 Rio de Janeiro - RJ

Tel/Fax: 2533-4189 / 2563-4099

contato@camaraportuguesa-rj.com.br

• **Formação** **Marcelo Henriques de Brito**

- Graduado em Administração pela Universidade Mackenzie SP, recebendo o “Prêmio de Mérito Acadêmico em Administração” do Conselho Regional de Administração São Paulo (CRA-SP)
- Aprovado no Exame de Habilitação de Corretores de Seguros da FUNENSEG; possui a Certificação Profissional ANBID CPA-20 e CPA-10 (Associação Nacional de Bancos de Investimento) e também concluiu Curso Técnico em Transações Imobiliárias (Lei 6530 - Corretor de Imóveis)
- Doutorado em Engenharia Química pela École Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL) com diploma revalidado pela UFRJ
- Graduado em Engenharia Mecânica pela UFRJ
- Fluência em inglês, francês, alemão e espanhol.

• **Atuação profissional**

- Experiência em vendas, projetos e P&D industrial em diversas empresas.
- Trabalhou e estudou na Suíça durante 5 anos e meio.
- Frequentou cursos no Brasil e no exterior em administração, gestão ambiental, finanças, comércio exterior e informática. Proferiu palestras e publicou trabalhos no Brasil e no exterior.
- Participa de diversas associações de empresários e profissionais liberais, tendo sido eleito em maio de 2003 e reeleito em maio de 2005 e 2007 para o Conselho Diretor da Associação Comercial do Rio de Janeiro (ACRJ). Participa da Câmara Portuguesa e da Câmara Alemã.
- Sócio da PROBATUS cuja missão é:

“Apresentar e promover soluções globais em processos empresariais”.

- Autor de “Crise e Prosperidade Comercial, Financeira e Política”, lançado em 2004 na ACRJ (mais informações em www.probatus.com.br). Contato em probatus@probatus.com.br.