

Por Aparecido Rocha (*)



O Brasil não é conhecido como um país exportador, embora seja um dos maiores exportadores de commodities do mundo. Diante do cenário internacional, as exportações brasileiras ainda são tímidas se comparadas com outros países, há espaço para o país alcançar uma posição de destaque no comércio global.

Os três últimos anos foram marcados pelos efeitos da crise financeira, entretanto, nesse período as exportações brasileiras registraram um aumento de 13,92%, somando US\$ 217,74 bilhões em 2017.

No ranking mundial dos países exportadores, publicado pelo “The World Factbook”, uma publicação anual da Central Intelligence Agency (CIA) dos Estados Unidos, o Brasil aparece na 27ª posição em 2017. A China é líder mundial com US\$ 2,157 trilhões, seguida dos Estados Unidos com US\$ 1,576 trilhão, e da Alemanha com US\$ 1,401 trilhão.

A atividade exportadora proporciona muitas vantagens para as empresas, dentre elas, a perspectiva de elevar as suas margens de lucro, isenção de impostos, diversificação de mercados e clientes, e maior garantia contra as oscilações dos níveis da demanda interna. Outros aspectos positivos para as empresas atuarem na exportação, são reduzir a dependência de vendas internas, manter clientes no exterior para compensar as vendas, quando o mercado interno estiver desfavorável, e a possibilidade de escoar para o mercado internacional, o excedente interno de sua produção.

O sucesso e bom desempenho no comércio exterior são obtidos pelas empresas como resultado de um planejamento estratégico direcionado para os mercados externos com capacitação para competir em escala internacional.

O Brasil não possui uma cultura de vender suas mercadorias com seguro, a maioria das vendas ao exterior ocorre com a transferência da propriedade sobre a mercadoria negociada ainda no território brasileiro, o que não é um erro, mas também não é uma das melhores estratégias de venda, pois desestimula o importador que assume providências, custos e riscos para retirar a mercadoria do país.

As seguradoras oferecem aos exportadores a possibilidade de vender seus produtos com cobertura de seguro de transporte para os riscos de perdas e danos materiais a que estão expostos e sujeitos, tais como: acidente, avaria, extravio, roubo, incêndio, molhadura, avaria grossa, operações de carga e descarga, guerra, greves, entre outros pertinentes ao transporte internacional.

Para o exportador competir internacionalmente, é preciso identificar diferenciais de venda, e um desses diferenciais é vender a mercadoria com seguro, assumindo a responsabilidade pela entrega no país do comprador. O seguro está previsto nas exportações com os termos de Incoterms CIF (cost insurance and freight) usado apenas no transporte aquaviário e CIP (carriage and insurance paid to) para os outros meios de transporte. Nas exportações DAT (delivered at terminal), DAP (delivered at place), e DDP (delivered duty paid), o exportador brasileiro assume os riscos e responsabilidades pela entrega da mercadoria no local designado no país do importador, e nessas condições de venda, o seguro também é permitido, mas não obrigatório.

Para o Brasil, a atividade exportadora contribui para a geração de emprego e renda, para a entrada das divisas necessárias ao equilíbrio das contas externas e para a promoção do desenvolvimento econômico. Para as empresas, a exportação é o meio mais eficaz para garantir o seu próprio futuro em ambientes com elevado grau de competitividade. Para o mercado de seguros, é uma atividade que colabora para o fortalecimento e crescimento do ramo de transportes.

Espera-se do novo governo brasileiro mais atenção para o comércio exterior, com uma política de incentivos à exportação e de investimentos na melhoria da infraestrutura para facilitar a logística do transporte de mercadorias.

(*) **Aparecido Rocha** é especialista em seguros internacionais.

Fonte: Blog do Rocha, em 13.11.2018.