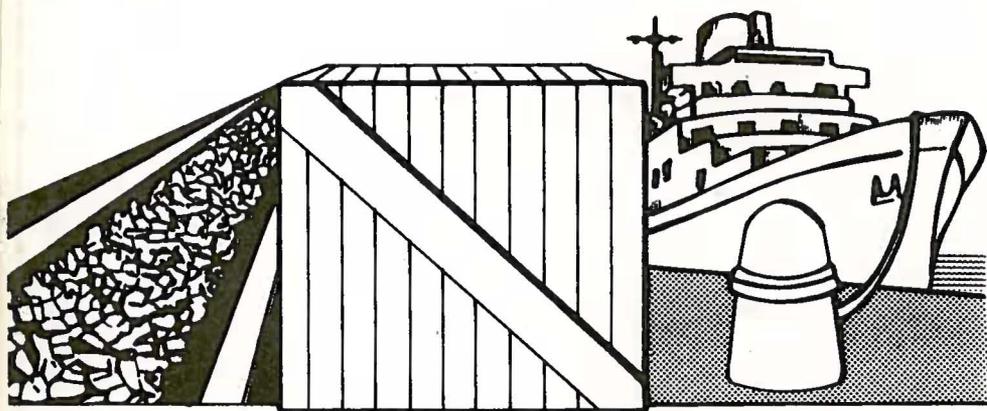


**Estado do Paraná**

**Secretaria de  
Estado da  
Indústria e do  
Comércio**



**BOLETIM ORIENTATIVO  
SOBRE EXPORTAÇÃO DE  
PRODUTOS MINERAIS**

**MINEROPAR**

2.6  
34.089  
664  
. 2

**1988**

Somos todos um só Paraná.



MINEROPAR  
Minerais do Paraná S/A.  
BIBLIOTECA

**BOLETIM ORIENTATIVO SOBRE EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS MINERAIS**

382.6  
.634.089  
m 664  
p 2

Curitiba  
1988

MINEROPAR. Minerais do Paraná S.A. Gerência de Fomento e Economia Mineral.  
M 664 Boletim orientativo sobre exportação de produtos minerais. Curitiba, 1988.  
91 p.

1. Exportação - Produtos minerais. 2. Produtos minerais - Exportação. I. Título.

CDU: 382.6:634.089

PERMITIDA A REPRODUÇÃO TOTAL OU PARCIAL, DESDE QUE CITADA A FONTE.

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA  
MINERAIS DO PARANÁ S/A - MINEROPAR  
RUA CONSTANTINO MAROCHI, 800 - JUVENÉ  
TELEFONE (041) 252-7844 - RAMAL 40  
CEP 80.030 - CURITIBA - PARANÁ



**GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ**

**ÁLVARO DIAS**

Governador

**SECRETARIA DE ESTADO DA INDÚSTRIA E DO COMÉRCIO**

**JOSÉ CARLOS GOMES CARVALHO**

Secretário

**MINERAIS DO PARANÁ S/A - MINEROPAR**

**DANIEL RUSSI FILHO**

Diretor Presidente

**MÁRIO LESSA SOBRINHO**

Diretor Técnico

**UBIRATAN ULISSES TAMANDARÉ BARCELLOS**

Diretor Administrativo e Financeiro

**NOÉ VIEIRA DOS SANTOS**

Gerente de Fomento e Economia Mineral

Registro n. 3637



Biblioteca/Mineropar

# **BOLETIM ORIENTATIVO SOBRE EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS MINERAIS**

## **GERÊNCIA DE FOMENTO E ECONOMIA MINERAL**

Economista Noé Vieira dos Santos

### **ELABORAÇÃO**

Serviço de Economia Mineral

### **COORDENAÇÃO**

Economista Noé Vieira dos Santos  
Geóloga Maria Elizabeth Eastwood Vaine

### **EXECUÇÃO**

Administrador Paulo Roberto Costa dos Santos

### **DATILOGRAFIA**

Beatriz Rodacoski Manzig

## SUMÁRIO

. APRESENTAÇÃO.....	v
. INTRODUÇÃO.....	01
1. PASSOS INICIAIS PARA EXPORTAR.....	03
1.1. Sistema de Comércio Exterior no Brasil.....	03
1.1.1. Normas Administrativas.....	04
1.2. Registro na CACEX.....	04
1.3. Exportação de Substâncias Minerais.....	06
1.4. Marca do Exportador.....	07
1.5. Canais de Distribuição.....	07
1.5.1. Exportação Direta.....	07
1.5.2. Exportação Indireta.....	08
1.5.3. Exportação Mista.....	09
2. COMO EXPORTAR.....	09
2.1. Estudo de Viabilidade.....	09
2.2. Conhecimento do(s) Mercado(s).....	10
2.3. Considerações Particulares.....	11
2.3.1. Classificação Aduaneira.....	11
2.3.2. Exigências Especiais.....	13
2.3.3. Exportação Livre e Exportação Suspensa...	13
3. EXPORTAÇÃO DE PEDRAS PRECIOSAS, SEMIPRECIOSAS E OURO...	15
3.1. Tratamento Administrativo.....	16
3.2. Resolução nº 1.121 de 04-04-86.....	25

4. INCENTIVOS ÀS EXPORTAÇÕES.....	26
4.1. Incentivos Fiscais.....	26
4.1.1. Resolução de Alíquotas do IUM - Imposto Único sobre Minerais.....	27
4.1.2. IR - Imposto sobre a Renda.....	27
4.1.3. Cota de Exaustão Incentivada.....	28
5. OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS.....	29
5.1. Banco de Dados sobre o Comércio Exterior.....	30
5.1.1. A Promoção Comercial do Itamaraty.....	30
5.2. Associativismo.....	32
5.2.1. Consórcio de Exportação.....	32
5.2.2. Joint Venture.....	34
5.2.2.1. Entendimento entre Sócios.....	35
6. RECOMENDAÇÕES ÚTEIS.....	36
7. OS MANDAMENTOS DO EXPORTADOR.....	38
. CADASTRO DE EMPRESAS EXPORTADORAS.....	43
. SIGLAS E ABREVIATURAS.....	85
. TERMOS TÉCNICOS.....	87
. ENDEREÇOS DE ÓRGÃOS E ENTIDADES.....	89
. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	91

## APRESENTAÇÃO

A Minerais do Paraná S/A - MINEROPAR, no seu papel de apoio ao setor mineral do Estado do Paraná publica o presente trabalho, com o objetivo de despertar a atenção dos empresários para as oportunidades atuais e futuras no campo da comercialização com o exterior.

O Comércio Exterior contempla uma vasta área de inúmeras especialidades, tais como: mercadológica, rotinas, tributária, transportes, seguros, etc. Por este motivo, não é nossa pretensão considerarmos o presente trabalho como um manual pronto e acabado. A intenção é que o mesmo se constitua numa cartilha e, que através dela o empresário possa dar os primeiros passos em direção à comercialização externa, mesmo que esses passos sejam apenas a simples reflexão sobre o tema.

Daniel Russi Filho  
Diretor Presidente



## INTRODUÇÃO

Exportar não é um bicho de sete cabeças. Exportar nada mais é do que uma operação comercial, em que as partes estão em países diferentes e nem sempre existe o contato direto entre o comprador e o vendedor. Na maioria das vezes as operações são feitas por agentes ou simples comunicação entre os negociantes.

A diferença entre as operações comuns do mercado interno e as operações de exportação está no fato de que para a segunda há necessidade de uma série de novos conhecimentos técnicos, normalmente inexistentes a nível interno.

A empresa, mesmo tradicional e grande, acostumada a operações somente no mercado interno, terá que se preparar para se transformar numa exportadora. A exportação exige uma mudança de enfoque gerencial. A postura e as atitudes cotidianas de toda organização devem sofrer mudanças. Vender para o mercado externo significa obediência a códigos e tratados internacionais, à legislação dos países importadores, aos usos e costumes dos importadores e à legislação e normas brasileiras.

É comum na atitude do empresário brasileiro pensar que a exportação pode ser uma saída somente nos momentos de crise, de queda nas vendas do mercado nacional. Nestes momentos busca-se a saída externa sem uma adequada preparação. Por este motivo, muitas experiências acabam mal sucedidas. Nestes casos todos nós perdemos e a imagem do Brasil em termos comerciais pode ser prejudicada.

O correto é buscar a opção externa no momento em que se atinja um ponto de estagnação ou de dificuldades de abertura e penetração interna de novos mercados.

Preparar a empresa não significa apenas que a mesma adquira profundos conhecimentos teóricos de comércio exterior. Há que se ter necessariamente a prática e a vivência. Para isso é

preciso que a empresa opte por iniciar sua investida no comércio exterior em mercados que apresentam menor complexidade e de cultura mais próxima à nossa.

A opção por mercados mais exigentes não deve ser descartada de início, em termos definitivos. Caso a mesma venha a ser escolhida, poderá a empresa contratar o assessoramento técnico de profissionais ou empresas prestadoras de serviços que atuam no ramo de comércio exterior. Em qualquer dos casos pode-se optar pela exportação pela via indireta, ou seja, via <sup>1</sup> "trading companies" e via "intervenientes".

Além dos conhecimentos legais e comerciais específicos de comércio exterior, a empresa deverá fazer uma avaliação interna da sua capacidade de produção - industrialização ou extração.

Qual volume da sua produção pode ser destinado à exportação? Este volume pode atender aos pedidos mínimos normalmente praticados pelo(s) mercado(s) que se pretende atingir?

Caso a sua produção exportável não atinja este mínimo, pode-se contar com a produção de empresas congêneres para o complemento dos lotes mínimos?

Não seria melhor a formação de um consórcio de exportação entre estas empresas?

Como pode se observar a alternativa do comércio exterior não deve ser apenas uma aventura esporádica para momentos de crise. Pode e deve ser uma alternativa de uso constante, porém, se for o caso, variando de intensidade de acordo com o mercado.

---

(1) Trading Company é uma empresa comercial atacadista que goza de condições especiais para a realização de operações de exportação de acordo com a legislação específica. D.L. nº 1248 de 29-11-72 e legislação complementar.

Na preparação da empresa, os setores ou departamentos que irão se envolver direta ou indiretamente no processo de exportação, deverão ser treinados, desde o setor comercial ao de produção.

O exportador nacional deve ter em mente que os nossos importadores normalmente não são empresas aventureiras, mas especializadas no tipo de comércio que atuam. O produto a ser vendido deverá rigorosamente obedecer às especificações e normas técnicas internacionais, do país importador e às que forem estipuladas na negociação.

## **1. PASSOS INICIAIS PARA EXPORTAR**

### **1.1. Sistema de Comércio Exterior no Brasil**

A política brasileira de Comércio Exterior é formulada pelo CONCEX - Conselho Nacional de Comércio Exterior, que tem a atribuição de:

- formular a política de Comércio Exterior no Brasil;
- determinar, orientar e coordenar a execução das medidas necessárias à expansão das transações comerciais com o exterior.

O CONCEX não possuindo máquina administrativa executora, vale-se da experiência da rede bancária e dos funcionários do Banco do Brasil S/A, através da Carteira de Comércio Exterior - CACEX, cujo diretor é o Secretário Geral do CONCEX.

A CACEX atua no âmbito interno como principal órgão executor das normas, diretrizes e decisões do CONCEX. Ao Ministério das Relações Exteriores compete a execução no âmbito internacional da política de comércio exterior estabelecida pelo CONCEX.

### 1.1.1. Normas Administrativas

A Carteira de Comércio Exterior - CACEX, através do Comunicado nº 182 de 27-10-87, estabelece as normas administrativas que orientam as exportações. Através dele, o exportador poderá orientar-se sobre as principais exigências aplicáveis à sua empresa e ao seu produto, sobre incentivos à produção para exportação e incentivos fiscais à exportação.

### 1.2. Registro na CACEX

No Brasil para que uma empresa possa atuar no comércio exterior, terá que fazer parte do Cadastro de Exportadores e Importadores da CACEX. Este cadastro tem por finalidade:

- Manter o registro de todas as empresas exportadoras do País.
- Registrar para controle estatístico, os produtos destinados à exportação e os respectivos exportadores.
- Aproximar importadores estrangeiros e com exportadores nacionais.
- Proteger o exportador mediante a obtenção de dados de identificação da empresa e das pessoas autorizadas à sua representação.

O Cadastro de Importadores e Exportadores tem suas normas definidas no Comunicado CACEX nº 168 de 28-10-86 que em resumo define:

- a) Nenhuma operação de comércio exterior poderá realizar-se sem que exportadores ou importadores estejam registrados no Cadastro, salvo exceções
- b) O registro no Cadastro de Exportadores e Importadores deverá ser feito na agência do grupo CACEX da cidade em que a empresa tiver a sua sede, inexistindo representação da CACEX na localidade, o registro será processado na agência do mesmo grupo, de mais fácil acesso.
- c) Para efeito de registro deverá a empresa apresentar os seguintes documentos:

- c.1) certidões negativas expedidas pela Justiça Federal com jurisdição sobre a sede ou domicílio do exportador ou importador, de ações executivas por débitos fiscais para com a Fazenda Nacional e, se existirem essas ações, prova de que o juízo está seguro pela penhora de bens ou de que houve sentença transitada em julgado, favorável ao executado. Essas certidões têm o prazo de validade de 90 dias a partir da data de sua expedição pelos cartórios;
- c.2) certidões negativas expedidas pela Justiça Estadual com jurisdição sobre a sede ou domicílio do exportador ou importador, de ações executivas por débito do imposto sobre circulação de mercadorias - ICM e, se existirem essas ações, prova de que o juízo está seguro pela penhora de bens ou de que houve sentença transitada em julgado, favorável ao executado. Essas certidões têm validade de 90 dias a partir da data de sua expedição pelos cartórios;
- c.3) certidões negativas expedidas pelo órgão competente com jurisdição sobre a sede ou domicílio do exportador ou importador, de títulos protestados e de falência, ressalvada a apresentação de prova de pagamento do título ou de sentença transitada em julgado, cancelando o protesto e, quanto à falência, de elisão pelo pagamento do débito ou depósito judicial;
- c.4) ficha de registro e cartão de assinatura e marcas, devidamente preenchidos. Estes formulários poderão ser obtidos nas agências do grupo CACEX.
- c.5) consoante seu enquadramento num dos tópicos abaixo, cada interessado deverá apresentar, além dos documentos anteriormente referidos:

**Sociedade por Ações:**

- folha do Diário Oficial que publicou a ata da assembléia geral, que aprovou os estatutos sociais em vigor - inclusive alterações;

- prova do arquivamento desses estatutos na Junta Comercial;
- folha do Diário Oficial que publicou a ata da assembléia que elegeu a diretoria em exercício na empresa;
- prova do arquivamento dessa ata na Junta Comercial.

Será aceita cópia autenticada da ata da assembléia, bem como do respectivo protocolo de arquivamento na Junta Comercial, desde que a empresa se obrigue a apresentar, posteriormente, o Diário Oficial que publicou e o original da prova do arquivamento.

#### **Sociedade Solidária ou Responsabilidade Limitada**

- contrato social - inclusive alterações;
- prova de arquivamento do contrato na Junta Comercial.

#### **Firma Individual**

- certidão de registro na Junta Comercial, com todos os elementos que a caracteriza.

OBS.: as empresas que estiverem cadastradas no Banco do Brasil S/A, com suas fichas atualizadas e sem restrições, apresentarão apenas os documentos relacionados na alínea "c.4".

### **1.3. Exportação de Substâncias Minerais**

A exportação de substâncias minerais pode ser realizada por empresas que se enquadrem nas hipóteses abaixo:

- empresa de mineração de acordo com o Código de Mineração e com alvará de funcionamento outorgado pelo Secretário Geral Adjunto de Minas e Energia do MME, por delegação de competência do Ministro das Minas e Energia;
- empresas de fins comerciais que incluam entre seus objetivos a exportação e/ou importação de produtos minerais;
- Trading Company - empresas comerciais atacadistas exportadoras, enquadradas nos termos do Decreto-Lei nº 1.248 de

29-11-72 e Decreto nº 71.866 de 26-02-73 e, demais preceituações regulamentares sobre o assunto.

#### **1.4. Marca do Exportador**

Uma das exigências que merecem comentário especial refere-se à MARCA DO EXPORTADOR. Em sua confecção devem ser observadas as seguintes normas:

- a marca do exportador é uma palavra, sigla ou abreviatura adotada pela empresa;
- essa marca deverá ser encimada pela palavra BRASIL, como por exemplo:

BRASIL

MINEROPAR

- para uso junto à CACEX e aposição em documentos exibidos àquela carteira, deverá ser confeccionado carimbo com as dimensões de 3 cm x 3 cm. Um dos usos desse carimbo será sua aplicação no campo da guia de exportação apresentada à CACEX para emissão.

#### **1.5. Canais de Distribuição**

O exportador deve preocupar-se antecipadamente em definir quais os canais que o mesmo utilizará para efetuar os negócios. O estudo prévio das várias opções existentes poderá facilitar a escolha ao meio mais econômico e prático, aliado às suas particularidades.

##### **1.5.1. Exportação Direta**

Na exportação direta a empresa deverá fechar os negócios diretamente com os compradores. Sem descaracterizar a exportação direta, poderá utilizar os serviços de agentes de vendas no exterior que a represente ou agentes de compras que atuam ou no Brasil, ou no mercado externo em nome dos importadores.

Na exportação direta o exportador deverá ter grande conheci-

mento dos procedimentos internos e externos relacionados com a venda. O exportador assume os riscos do negócio diretamente. O sucesso da transação vai depender do seu conhecimento e dos cuidados dedicados ao negócio.

É sempre bom lembrar que a exportação quase sempre envolve grandes volumes de mercadorias que em consequência representam grandes valores. É por isso que o exportador não pode descuidar-se dos detalhes do negócio, tais como: a qualidade do produto, a perfeita obediência às especificações, a perfeita negociação do câmbio, o prazo de embarque, transporte, seguro, etc. Considerando a especialidade de cada fase e detalhes acima citados, até que o exportador tenha plena confiança em si, terá que ser assessorado por profissionais autônomos ou por empresas prestadoras de serviços.

#### **1.5.2. Exportação Indireta**

Na exportação indireta, a principal característica é que o exportador não tem contato direto com o importador e se desvincula de uma série de procedimentos burocráticos, que são transferidos para o agente intermediário. Este agente pode ser um *interveniente* ou uma *trading company*.

##### **Exportação Indireta através de um Interveniente**

Caracteriza-se como uma operação comercial comum, como a seguir:

- venda de exportação a uma empresa comercial;
- venda de exportação a um consórcio de fabricantes ou de exportadores formados com o fim de exportação;
- venda de exportação a uma cooperativa;
- venda de exportação a uma entidade semelhante, isto é, a uma própria indústria que adquire mercadorias no mercado interno com o fim específico de exportação, exercendo neste ato apenas uma função comercial.

##### **Exportação Indireta através de uma Trading Company**

As *trading companies* são empresas comerciais atacadistas que adquirem mercadorias no mercado interno com a finalidade exclusiva de exportá-las. Essas empresas gozam de facilidades

e incentivos que lhes são atribuídas por legislação específica.

A exportação via *trading company* é uma excelente opção para o exportador, principalmente para o principiante que não possui *know-how* exportador. A principal vantagem é a simplificação da burocracia, visto que a venda à *trading* é feita por apenas uma Nota Fiscal, embora a mesma tenha que conter inúmeros dados adicionais, não comuns em operações no mercado interno.

### 1.5.3. Exportação Mista

O exportador poderá optar por um sistema misto em que conjugue o sistema da exportação direta com a indireta. Se o exportador optar pela via indireta de exportação, poderá também tentar realizar uma parte de suas vendas externas de forma direta.

A exportação direta poderá dar ao exportador a experiência e a prática do comércio internacional, de modo que o mesmo possa adquirir *know-how* necessário às ampliações de seus negócios.

O sistema misto pode proporcionar ao exportador flexibilidade operacional exportando diretamente para mercados de seu interesse e já conquistados e, exportando indiretamente para outros mercados onde o alcance direto é mais difícil ou oneroso.

## 2. COMO EXPORTAR

### 2.1. Estudo de Viabilidade

Uma empresa para exportar precisa de um estudo prévio de suas condições internas. Deverá quantificar quanto poderá vender ao mercado externo e a que preço. Quantidades e preços são itens importantes a serem analisados para verificar se a empresa está ou não preparada para as exportações.

Se a empresa tem quantidades para oferecer ao mercado externo é porque a mesma está atuando com capacidade ociosa. Neste caso, é necessário compatibilizar as quantidades aos preços internacionais <sup>(2)</sup>. Por outro lado, se a empresa não possui quantidades suficientes a serem exportadas, quais as alternativas que a mesma terá?

Realizar investimentos para aumentar a produção?

Consortiar-se com outras empresas?

Existem condições econômicas para a realização dos investimentos?

Existem empresas predispostas ao consorciamento?

Estes questionamentos têm que ser respondidos pela empresa e as alternativas devem ser escolhidas previamente. Se após esta fase de estudo a empresa constatar que, sob estes aspectos está preparada, deverá passar às fases posteriores.

## **2.2. Conhecimento do(s) Mercado(s)**

Possuir estudos prévios que permitam o conhecimento de mercados é uma das necessidades da empresa que pretende exportar pela primeira vez e daquela que quer ampliar seu mercados.

Os estudos de mercados podem ser realizados diretamente pela empresa interessada ou serem contratados junto a empresas pres-

---

<sup>(2)</sup> Para analisar se o preço é competitivo a exportadora deverá considerar no valor FOB (2.1) da mercadoria os custos de frete e seguros, tarifas alfandegárias e taxas cobradas no país importador.

(2.1) Free on Board = livre sobre a bordo - franqueado a bordo. A expressão FOE significa que o preço se refere à mercadoria posta a bordo até o momento em que a mesma passa pela borda do navio.

(2.2) O exame dos preços será exercido pela CACEX na exportação de todos os produtos conforme título 8, item 8.1. do Comunicado CACEX nº 182 de 27-10-87.

tadoras de serviços na área de comércio exterior, preferencialmente por empresa estrangeira que atue no país onde está o mercado alvo.

Se a empresa preferir fazer a pesquisa diretamente, um bom caminho seria usar a estrutura das embaixadas brasileiras no exterior. Todas as embaixadas têm um Setor de Promoção Comercial, que colhe informações dos mercados abrangidos pela sua jurisdição diplomática. Através de carta, o futuro exportador poderá obter informações sobre as exigências legais dos países importadores, taxas alfandegárias, impostos e nomes de importadores em potencial.

As embaixadas estrangeiras, os escritórios consulares e as câmaras e associações de comércio entre o Brasil e outros países, internamente também poderão prestar essas informações.

### **2.3. Considerações Particulares**

#### **2.3.1. Classificação Aduaneira**

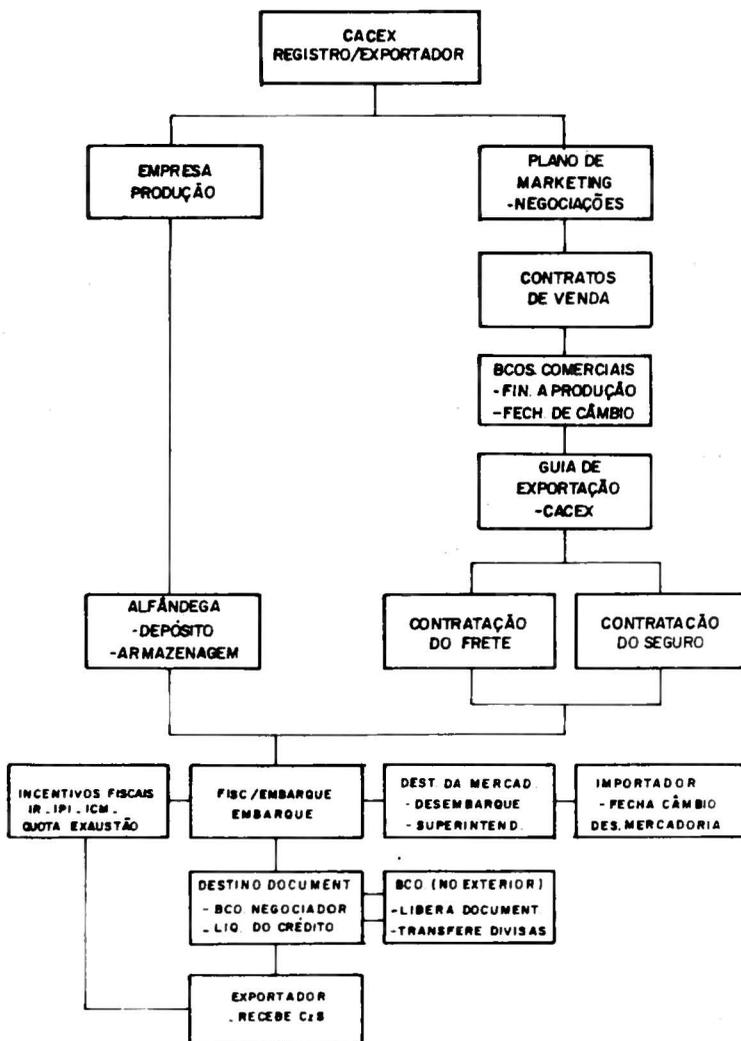
Todas as mercadorias estão classificadas segundo uma *nomenclatura*, isto é, a descrição nominal do produto corresponde a um código. Esta nomenclatura é aceita na maioria dos países do mundo, visto ter sido criada através de convenção internacional em 1937, na qual o Brasil é um dos países signatários.

A nomenclatura é conhecida como N.A.B. - Nomenclatura Aduaneira de Bruxelas ou N.C.C.A. - Nomenclatura do Conselho de Cooperação Aduaneira. Em 1955 ela foi enriquecida com as Notas Explicativas - NENAB, através de Protocolo Adicional à Convenção da Nomenclatura.

Cada produto incluído na N.A.B. corresponde a um conjunto de direitos aduaneiros denominado *tarifas aduaneiras*. As tarifas aduaneiras existem tanto na exportação quanto na importação de produtos entre os países.

## PASSOS PARA A EXPORTAÇÃO

## FLUXOGRAMA



Exportação suspensa é aquela que está temporariamente impedida, podendo no entanto, a qualquer época ser liberada.

### **3. EXPORTAÇÃO DE PEDRAS PRECIOSAS, SEMIPRECIOSAS E OURO**

"O Brasil ocupa a posição de um dos maiores fornecedores mundiais de gemas. O País é reconhecido como uma das sete províncias gemológicas do mundo, com grande produção de gemas coradas e classificado como um dos maiores exportadores de esmeralda, água marinha, topázio, turmalina e ametista.

Inexiste conhecimento exato sobre o total em que se envolve o comércio global de gemas coradas lapidadas, estimamos apenas que as transações já superam, hoje, os US\$ 4 bilhões, notando-se em alguns países altas taxas de crescimento em suas exportações como é o caso do Japão, Suíça, Estados Unidos e Alemanha Ocidental.

Em termos de localização de comércio, o Brasil atualmente exporta pedras preciosas e semipreciosas para os seguintes mercados: Itália, Reino Unido, EUA, Suíça, Uruguai, Bélgica-Luxemburgo, Alemanha Ocidental, Argentina, China-Taiwan, Noruega, França, Israel, Áustria, Hong-Kong, Países Baixos, Índia, Senegal, Austrália, Finlândia e Chile, representando no entanto, as vendas para os Estados Unidos, Japão e Alemanha Ocidental cerca de 60% das divisas geradas" (1)

Apesar da posição privilegiada em termos de produção, inexiste no Brasil um padrão mercadológico bem definido. Os exportadores brasileiros atuam de forma não cooperativa e em geral falta-lhes uma melhor estrutura, quer por parte do poder público, quer por parte deles próprios.

---

(1) Paulo César de F. Samico - BRASIL MINERAL, set/86.

### 3.1. Tratamento Administrativo

Conforme o Comunicado CACEX nº 182 - Normas Administrativas que Orientam as Exportações - Anexo B, as pedras naturais, pedras preciosas, semipreciosas e semelhantes estão sujeitas a:

- a) avaliação prévia pela CACEX dos preços negociados para pérolas naturais, pedras preciosas, semipreciosas e semelhantes, metais preciosos, folheados de metais preciosos e obras desta matéria (70.01 a 71.15);
- b) autorização da SRF - Ato Declaratório: pedras preciosas e semipreciosas em bruto;
- c) licitação prévia pela CEF em Belo Horizonte, MG; Governador Valadares, MG; Porto Alegre, RS; Rio de Janeiro, RJ; São Paulo, SP.

#### Licitação de Pedras - Normas da CEF

1. A Caixa Econômica Federal, nos termos do Comunicado CACEX nº 79/39 de 07-11-79, realizará licitação de pedras preciosas, não lapidadas.
2. As licitações serão realizadas em recinto da CEF previamente preparado nas cidades de Belo Horizonte, Governador Valadares, Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo.
3. Para efeito de exportação estão sujeitas à licitação, obrigatoriamente, as seguintes pedras, não lapidadas: água-marinha, ametista, citrino, diamante, esmeralda, granada, opala, olho-de-gato, topázio e turmalina.
4. Poderão ser licitadas também, as seguintes pedras em bruto: kunzita rosa, crisoberilo, alexandrita, morganita - berilo rosa, heliodoro-berilo amarelo, andaluzita, rubi, safira e outras que a critério da CEF, tenham comercialização. Estas entretanto, não estão beneficiadas pela Resolução do BACEN nº 1.121 de 04-04-86.
5. A critério da CEF e CACEX as pedras que não tiverem comprovado aproveitamento industrial no País, poderão ser

liberadas à exportação, obedecidas as seguintes condições:

5.1. O lote a ser exportado deverá estar compatível com a amostra padrão analisada pela CEF, CACEX e Sindicato Nacional do Comércio Atacadista de Pedras Preciosas.

5.2. A amostra padrão ficará sob custódia da CEF.

5.3. O Sindicato Nacional do Comércio Atacadista de Pedras Preciosas entregará à CEF declaração confirmando que a amostra padrão não tem aproveitamento industrial no País.

#### 6, Ofertantes:

6.1. Garimpeiros matriculados na Secretaria da Receita Federal.

6.1.1. Os lotes ofertados por garimpeiros serão objeto de licitação tomando-se como base, para efeito inicial, o valor de avaliação atribuído pela CEF.

6.2. Firms registradas no Cadastro de Exportadores e Importadores da CACEX, na Secretaria da Receita Federal para o comércio de pedras e cadastradas na CEF.

6.3. As empresas de mineração que comercializarem exclusivamente produtos de sua mineração ficam dispensadas da apresentação do Ato Declaratório, substituindo-o pelo Alvará de Pesquisa ou Portaria de Lavra.

6.3.1. Neste caso, os produtos deverão estar acompanhados de Nota Fiscal e, no caso específico do Alvará de Pesquisa, da Guia de Utilização.

- 6.4. O cadastramento na CEF será feito mediante abertura de conta-corrente em uma agência da praça da licitação e pela apresentação de documento da firma, contendo:
- razão social;
  - endereço e telefone;
  - C.G.C.;
  - registro na CACEX;
  - número da conta-corrente;
  - nomes dos representantes que deverão ter acesso ao local de licitação;
  - assinatura do titular da firma abonada pela agência.
- 6.5. O ofertante - vendedor, somente poderá operar no sistema em mais de uma praça, mediante autorização prévia da CACEX.
- 6.6. O valor do lote será determinado pelo ofertante, observados os seguintes limites:
- máximo de US\$ 50.000 (cinquenta mil dólares) para cada lote com proposta concreta de compra do exterior;
  - máximo de US\$ 20.000 (vinte mil dólares) para cada lote com proposta de compra do exterior.
- 6.6.1. Serão admitidos como exceção aos valores acima estabelecidos como limites:
- os lotes representados por uma única pedra;
  - as pedras objeto do item 5.
- 6.7. O lote a ser exportado será indivisível na licitação, mas deverá ser apresentado devidamente classificado pela qualidade das pedras para efeito de avaliação.
- 6.8. Comissão de Expediente:
- 0,3% (três décimos por cento) sobre o valor do lote pago pela firma exportadora no ato do depósito.

6.9. Taxa de Custódia:

- 0,5% (cinco décimos por cento) por quinzena ou fração pagos sobre o valor do lote quando houver devolução de cheque dado em pagamento da comissão de expediente;
- 0,5% (cinco décimos por cento) por quinzena ou fração pagos sobre o valor, quando o lote que não obteve lance não for retirado dentro de 03 (três) dias úteis, após a integralização.

6.10. As comissões e taxas serão recebidas em cruzados, sendo considerados para base de cálculo os valores das conversões dos preços declarados, obedecidos os mesmos critérios definidos no subitem 8.5.1.1.

6.11. O valor da arrematação será creditado na conta-corrente do ofertante, até dois dias úteis após a integralização.

6.12. Os lotes ofertados por firmas exportadoras e não arrematados ficarão, automaticamente disponíveis para exportação por prazo fixado pela CACEX.

7. Licitantes Compradores

7.1. Firms que tenham como objetivo social a comercialização e/ou a industrialização de pedras, registradas na Secretaria da Receita Federal, no Cadastro de Exportadores e Importadores da CACEX e cadastradas na CEF.

7.2. Firms registradas ou autorizadas pela Secretaria da Receita Federal para o comércio e/ou industrialização de pedras, cadastradas na CEF, desde que o lote tenha sido ofertado por garimpeiro.

7.3. O cadastramento na CEF será feito mediante documento da firma, contendo:

- razão social;
- C.G.C.;

- registro na SRF;
- registro na CACEX, quando se tratar de firma exportadora;
- nomes dos representantes que deverão ter acesso ao local da licitação;
- assinatura do titular da firma.

7.4. A ausência do local e hora previstos para a licitação dos representantes das firmas cadastradas na CEF como licitantes, será considerada como desinteresse pela aquisição do lote ofertado, não cabendo qualquer tipo de reclamação ou recurso.

## 8. Licitação

8.1. As pedras ficarão em licitação pelo prazo máximo de 48 horas, podendo ser prorrogado, a critério da CEF no seguinte caso:

- pedido formal do ofertante exclusivamente para mercadorias não negociadas no exterior;
- a prorrogação do prazo para licitação solicitada pelo ofertante será no máximo de 15 dias. Neste caso o dia da licitação será marcado quando da entrega do lote e afixado no Edital.

### 8.2. Prazos

- recebimento dos lotes
  - . diariamente no horário de atendimento da Unidade Operacional;
  - . os lotes recebidos até às 15 horas serão licitados no dia útil imediato;
  - . os lotes recebidos após às 15 horas serão licitados no 2º dia útil subsequente;
- exposição das pedras
  - . diariamente no horário de atendimento da Unidade Operacional;
  - . a abertura das propostas será realizada às 15 horas.

### 8.3. Divulgação

- a divulgação será feita através de afixação de Edital em local próprio na sala de licitação.

### 8.4. Propostas

- serão feitas, através de lance escrito, em envelope fechado e entregues no local da licitação;
- deverão ser apresentadas em uma única via, datilografadas ou manuscritas em letra de forma sem rasuras, emendas, ressalvas ou entrelinhas nas suas partes essenciais, contendo nome da firma, endereço, lance, data e assinatura do licitante;
- serão recebidas até 15 minutos antes da licitação;
- não serão consideradas as propostas que não atenderem a todos os requisitos do Edital;
- a proposta do licitante ausente no ato da abertura será desclassificada.

### 8.5. Será considerada adquirente a empresa que satisfizer as seguintes condições:

#### 8.5.1. Mercadoria não negociada no exterior.

- ##### 8.5.1.1. O preço declarado em dólares americanos ou outras moedas conversíveis será transformado no valor em cruzados, mediante aplicação do seguinte esquema:

O valor declarado para as pedras, em bruto, será convertido, no dia da licitação, em gramas de ouro, pela cotação do mercado internacional, em seguida, efetuar-se-á a conversão da quantidade de ouro em cruzados através da aplicação do preço definido pelo Banco Central. Este será o preço mínimo para aquisição.

valor mínimo a ser pago =  $\frac{\text{valor do lote em US\$}}{\text{preço do ouro por grama em US\$}} \times \text{valor de cotação do ouro, em cruzados estabelecido pelo BACEN}$

8.5.1.2. Para determinar-se a empresa adquirente, serão analisadas as propostas e selecionada a que apresentar o maior valor, respeitado o mínimo estabelecido no subitem 8.5.1.1.

#### 8.5.2. Mercadoria negociada com o exterior

8.5.2.1. A maior proposta apresentada e que seja no mínimo superior em 2% ao valor declarado pelo ofertante, observadas as condições de conversão do valor do lote em cruzados, determinadas no subitem 8.5.1.1.

8.6. O BACEN fornecerá diariamente, no primeiro expediente, por telex ou por telefone, os seguintes dados:

- . preço médio de Londres em dólares por onça troy que é igual a 31,103481 gramas;
- . valor em cruzados por grama de ouro.

#### 8.7. Comissão de Licitação

8.7.1. A Comissão de Licitação examinará as propostas indicando a vencedora. Havendo empate, será desfeito em favor do licitante que:

- . Para lote ofertado por firma exportadora:
  - a) for industrial;
  - b) for maior exportador de produtos industrializados, conforme capítulo 71 do manual da CACEX;

- c) for empresa local;
- d) tiver tradição: data da fundação da empresa,
- . Para lote ofertado por garimpeiro ou firma não exportadora:
  - a) for industrial;
  - b) tiver tradição: data da fundação da firma.

## 9. Licitante Vendedor

### 9.1. Comissão de Expediente

- . 0,5% (cinco décimos por cento) sobre o valor do lance vencedor, pagos no ato da licitação, quando o lote tiver sido ofertado por firma exportadora;
- . 1% (um por cento) sobre o valor do lance vencedor, pagos no ato da licitação, quando o lote tiver sido ofertado por garimpeiro.

### 9.2. Taxa de Custódia

- . 0,5% (cinco décimos por cento) ao mês ou fração, sobre o valor de arrematação, quando não houver retirada do lote dentro de 03 (três) dias úteis após a integralização.

### 9.3. As comissões e taxas serão recebidas em cruzados, sendo considerado para base de cálculo os valores convertidos, obedecidos os mesmos critérios definidos no subitem 8.5.1.1.

### 9.4. Sinal

- . será no mínimo de 20% (vinte por cento) sobre o lance, pago no ato da licitação.

### 9.5. Integralização

- . dentro de no mínimo até 02 (dois) dias úteis após a licitação, deduzida a importância referente ao sinal.

9.6. Os lotes referentes a mercadorias não negociadas com o exterior, quando adquiridas no sistema, também poderão ser exportadas pelas firmas vencedoras da licitação, desde que, atendidas as condições definidas pela CACEX.

## 10. Penalidades

10.1. Pagamento com cheque devolvido por insuficiência de fundos ou contra-ordem do emitente:

10.1.1. Da Comissão de Expediente, pelo ofertante:

. o lote não irá para licitação.

10.1.2. Do Sinal, pelo licitante vencedor:

. a proposta será desclassificada.

10.1.3. Da Integralização, pelo licitante vencedor:

. a proposta será desclassificada;

. perda do sinal.

10.1.4. Além dessas penalidades o participante, pelo prazo de 6 (seis) meses, somente poderá participar de licitações mediante pagamento em dinheiro ou em cheque visado e a ocorrência será comunicada à CACEX para as providências cabíveis.

10.2. Pagamento com cheque devolvido por irregularidades de assinatura, de preenchimento ou outras:

10.2.1. O participante terá 01 (um) dia para regularizar seu pagamento; terminado o prazo serão observadas as penalidades do subitem 10.1.

10.3. Na falta de pagamento do sinal, no ato da licitação, o licitante será desclassificado, passando a ser considerado vencedor o lance colocado em 2º lugar.

10.4. No caso de não integralização nos 02 (dois) dias úteis após a licitação, o licitante perderá o direito do sinal.

11. Entrega de Lotes:

11.1. Será feita ao titular da firma ou ao seu representante legal.

- d) Autorização prévia da CNEN do MME: minerais do grupo do berilo, água marinha, esmeralda, morganita e heliodoro e outros, rejeitos-refugos, escórias, cangas e cascalhos, .... 71.02.03 - em pó de minerais do grupo do berilo-71.04.99.00- e uso na indústria de obtenção de óxido de berílio.
- e) Autorização do BACEN: ouro e suas ligas - inclusive ouro platinado - em bruto ou semitrabalhadas - 71.07.
- f) Emissão de guias centralizadas nas seguintes agências: artefatos de ouro, prata e outros metais preciosos:
  - . Belo Horizonte, centro, MG;
  - . Brasília, central, DF;
  - . Governador Valadares, MG;
  - . Garulhos, SP;
  - . Manaus, centro, AM;
  - . Porto Alegre, centro, RS;
  - . Rio de Janeiro, centro, RJ;
  - . Salvador, centro, BA;
  - . São Paulo, centro, SP.

**3.2. Resolução nº 1.121 de 04-04-86**

Visando tornar mais atraente a exportação de pedras preciosas, artefatos de pedras preciosas e ouro, o Conselho Monetário Nacional através da Resolução/BACEN nº 1.121 de 04-04-86 autoriza o exportador a comprar ouro pelo câmbio oficial em valor igual ao das divisas advindas da exportação. O ouro adquirido do Banco Central, por intermédio de banco autorizado a operar em câmbio, poderá ser vendido até duas semanas após.

A presente resolução nada mais é que um incentivo adicional, às exportações legais. O lucro auferido na venda do ouro adquirido nos termos da resolução é considerado como lucro da exportação com IR dedutível.

#### **4. INCENTIVOS ÀS EXPORTAÇÕES**

A partir da década de 70 o Brasil iniciou um processo de grande estímulo às exportações, principalmente às de produtos manufaturados. Os estímulos foram calcados em incentivos fiscais e incentivos creditícios. Esta política alterou o perfil exportador brasileiro que era o de exportar matérias primas. Hoje além das exportações de matérias primas, exportamos em grande quantidade produtos manufaturados. A cada ano aumentamos significativamente a variedade e quantidade de produtos exportados pela nossa indústria.

O estímulo às exportações e o controle seletivo das importações, visa criar superávits em nossa balança comercial para que possamos manter em equilíbrio o nosso balanço de pagamentos.

##### **4.1. Incentivos Fiscais**

Os incentivos fiscais às exportações têm como objetivo facilitar a entrada de novas empresas ao rol de exportadores e a manter as tradicionais em condições de competição internacional.

A maioria dos incentivos fiscais privilegia os produtos manufaturados-industrializados.

Os produtos minerais *in natura* não são privilegiados com grandes incentivos. Para o País e para a Nação é melhor que os mesmos sejam industrializados internamente, gerando maiores riquezas.

Vender o produto *in natura*, significa muitas vezes vendê-lo por baixos preços sujeitos a grandes oscilações no mercado internacional.

Os incentivos fiscais à exportação resumem-se na redução de alíquota do IUM, no Imposto sobre a Renda e na Quota de Exaustão Incentivada.

#### **4.1.1. Redução de Alíquota do IUM - Imposto Único sobre Minerais**

O IUM incide sobre as saídas das substâncias minerais das jazidas, salinas ou outros depósitos minerais e as alíquotas obedecem ao seguinte critério:

- 15% (quinze por cento) sobre o valor tributável das substâncias para operações no mercado interno;
- 1% (um por cento) sobre o valor tributável das substâncias: metais nobres, pedras preciosas, pedras semipreciosas lapidáveis e carbonados para operações no mercado interno e externo - exportações;
- 7,5% (sete e meio por cento) sobre o valor tributável das substâncias: minérios de ferro e de manganês para operações com o mercado externo - exportações;
- 4% (quatro por cento) sobre o valor tributável das demais substâncias destinadas à exportação para o exterior.

#### **4.1.2. IR - Imposto sobre a Renda**

O Decreto Lei nº 1.240 de 11-10-72 dispõe sobre incentivos fiscais à exportação de minerais abundantes no País. O principal incentivo é o abatimento do lucro sujeito ao IR, da parcela correspondente à exportação de minerais beneficiados e considerados abundantes no País.

Os efeitos do presente dispositivo legal vigorarão até o final de 1988. As empresas que ainda não fazem uso deste bene-

fício na prática não poderão mais usá-los visto que pelo Art. 39-item II, uma das condições é que haja aprovação prévia do Ministério da Fazenda quanto à estrutura financeira do empreendimento e, do Ministério das Minas e Energia, quanto à sua estrutura técnica e econômica. Considerando o espaço de tempo necessário para se vencer esta fase, dificilmente ainda viabilizar-se-ia a utilização do presente benefício fiscal.

A exportação de produtos minerais *in natura* na sua grande maioria não gozam do incentivo fiscal de abatimento ou dedução de lucro para efeito de IR. Já os minerais elaborados - beneficiados - ou industrializados gozam do incentivo de dedução do IR e abatimento quando vendidos às *Trading Companies*.

#### 4.1.3. Quota de Exaustão Incentivada

A quota de exaustão não é praticamente um incentivo fiscal à exportação, é um incentivo às empresas de mineração extensivo àquelas que exportam.

As empresas de mineração constituídas e em funcionamento, de acordo com o Art. 79 e 80 do Código de Mineração, desde que titulares da lavra podem deduzir como custo ou encargo, quota de exaustão equivalente a 20% (vinte por cento) da receita bruta auferida até o período-base, relativo ao exercício financeiro de 1989 e, o valor computado como exaustão real.

A empresa beneficiada poderá excluir em cada exercício, quota de exaustão superior ou inferior a 20% (vinte por cento) da receita bruta, desde que a soma das deduções realizadas até o exercício em que estiver utilizando o benefício fiscal, não seja superior a 20% (vinte por cento) da receita bruta. Isto é relativo ao início da exploração, a partir do período-base relativo ao exercício financeiro de 1971. Entretanto, esta exclusão poderá ser realizada nos anos subsequentes ao de 1989, desde que observado o limite global de 20% (vinte por cento) da receita bruta auferida até o período-base de 1988. (Decretos-Lei nºs 1.096/70, 1.598/77, 1.779/80 e Decreto nº 85.450/80).

A dedução referida acima não é estendida às explorações de jazidas iniciadas após 21-12-87 - Art. 16, Decreto-Lei nº 2.397 de 21-12-87.

O benefício fiscal chamado *quota de exaustão* é assegurado:

- Às empresas de mineração que, em 24 de março de 1970, eram detentoras a qualquer título, de direitos de Decreto de Lavra e àquelas cujas jazidas tenham tido início de exploração a partir de 24-03-70 até 31-12-79, em relação à receita bruta da exploração de cada jazida, auferida até o período-base a encerrar-se em 31-12-88.
- Às empresas de mineração cujas jazidas tenham tido início de exploração a partir de 1º de janeiro de 1980, em relação à receita bruta auferida nos 10 (dez) primeiros anos de exploração de cada jazida.
- Não se aplica correção monetária no caso de quota de exaustão não deduzida em um exercício e transferida para aproveitamento em exercícios subsequentes.

## 5. OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

A MINEROPAR pretende a partir deste Boletim manter um banco de dados sobre oportunidades de negócios, voltadas à exportação e à associações sob o regime de *joint ventures*.

O cadastro deverá incluir nomes e endereços de importadores tradicionais para produtos minerais além de dados sobre grupos ou empresas estrangeiras interessadas em associações sob o regime de *joint ventures* para pesquisa, exploração ou desenvolvimento de tecnologias na área mineral.

A fonte principal de informações será o SECOM - Setores de Promoção Comercial das Embaixadas e Consulados Brasileiros do Ministério das Relações Exteriores.

### **5.1. Banco de Dados sobre o Comércio Exterior**

Num primeiro passo estão relacionados nos anexos, dados sobre importadores em potencial para produtos minerais existentes no Paraná.

As empresas interessadas poderão fazer contatos diretamente com os importadores.

As informações adicionais poderão ser obtidas na Divisão de Informações Comerciais do MRE - Ministério das Relações Exteriores.

#### **5.1.1. A Promoção Comercial do Itamaraty**

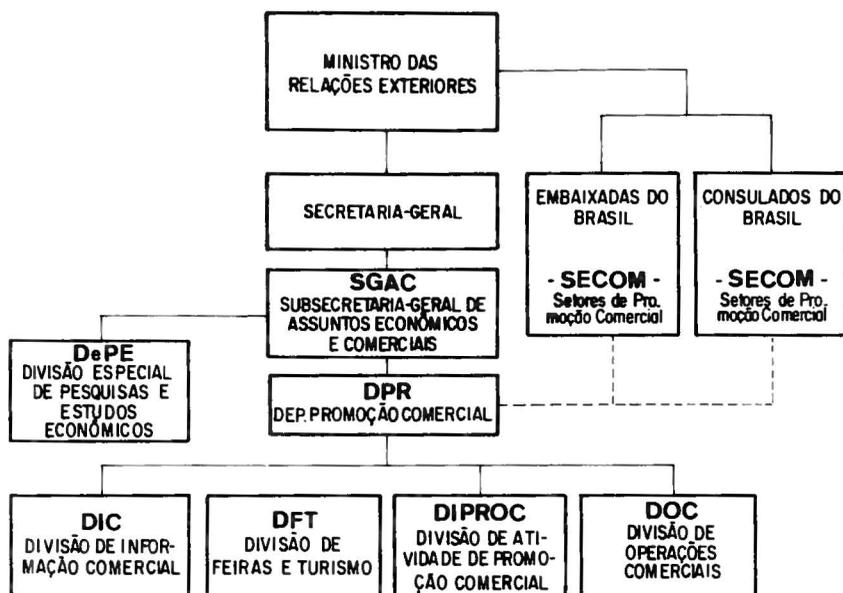
A Promoção Comercial do Itamaraty se insere no contexto maior da política externa do País, buscando o fortalecimento da posição negociadora brasileira no mercado internacional.

Concebida desde seu início, há mais de doze anos, como instrumento ágil e flexível de suporte ao setor privado, a Promoção Comercial do Itamaraty procura oferecer ampla versatilidade no atendimento dos interesses de cada empresa, paralelamente a uma indispensável padronização de métodos de trabalho.

O objetivo básico do sistema é o de contribuir para o aumento das exportações brasileiras, aproximando por variados meios a demanda externa da oferta brasileira.

Atua através dos Setores de Promoção Comercial (SECOM), que integram as Embaixadas e Consulados do Brasil em mais de 109 países, sob a coordenação operacional do Departamento de Promoção Comercial (DPr), em Brasília. O Departamento de Promoção Comercial é constituído por 04 (quatro) divisões especializadas: Divisão de Informação Comercial (DIC), Divisão de Feiras e Turismo (DFT), Divisão de Atividades de Promoção Comercial (DIPROC) e, Divisão de Operações de Promoção Comercial (DOC), sendo que o sistema conta ainda com aportes de uma

## SISTEMA DE PROMOÇÃO COMERCIAL DO ITAMARATY



**Sistema de Promoção Comercial do Itamaraty** - O Que É, O Que Faz é uma edição especial do Boletim da Revista Comércio Exterior. Nº 6 - julho de 1986.  
Publicação do Departamento de Promoção Comercial do Ministério das Relações Exteriores.  
Palácio Itamaraty - Esplanada dos Ministérios - Anexo Administrativo - CEP: 70.170 Brasília-DF.

Divisão Especial de Pesquisa e Estudos Econômicos (DePE) e da Fundação Visconde de Cabo Frio (FVCF).

## 5.2. Associativismo

É certo que nenhum homem desenvolve-se sozinho, todos necessitam dos ensinamentos e da orientação de outros. Para as empresas não é diferente, elas caminham de acordo com particularidades próprias, levando-se em conta aspectos do mercado que elas estão inseridas, os seus recursos econômicos e o nível de competência gerencial de cada uma. O conjunto destes fatores pode levar a empresa a uma estagnação. A saída pode ser o associativismo.

Com o objetivo de exportação, o associativismo pode ser classificado de duas formas:

- Associativismo classista - a empresa associa-se a entidades de classe a níveis locais, regionais, nacionais ou internacionais, com o objetivo de ter uma representação ou simples interação com empresas congêneres.
- Associativismo econômico - visa de forma direta a obtenção de lucro.

O associativismo econômico que diz respeito de forma mais direta ao presente trabalho é o consórcio de exportação e as chamadas *joint ventures*, embora possam existir outras formas igualmente importantes de serem consideradas, tais como, fusão ou aquisição de empresas.

### 5.2.1. Consórcio de Exportação

O *Guia de Exportação* elaborado pela Federação do Comércio do Estado de Minas Gerais menciona: "Um método de vendas que se difundiu nos últimos anos e que combina as vantagens do método direto, com as economias obtidas mediante a distribuição dos gastos de exportação entre várias empresas, é o consórcio, que pode operar com um corpo administrativo pequeno e se adapta muito bem às necessidades das pequenas empresas. Esse sistema funciona mais ou menos assim:

- um grupo de empresas que fabrica produtos similares ou muito afins, decide juntar seus recursos para explorar os mercados externos e cria para isso uma companhia exportadora. O Conselho, composto pelos empresários, se reúne e rateia entre si as ordens de fabricação necessárias para organizar os embarques. A utilização de uma mesma etiqueta ou marca comercial por todos costuma ser uma solução para o atendimento de mercados de maior porte. As despesas referentes aos trâmites da exportação, publicidade, pesquisa de mercado, são distribuídas entre os diversos fabricantes, tornando assim atraente o comércio externo. Um exemplo interessante é a união da indústria de confecção de roupas ou de manufaturas de couro. Ambos os setores organizam exposições e feiras com ótimos resultados e com pequenas despesas por fabricantes.

Para que esses consórcios alcancem êxito, é necessário que:

- disponham de um capital suficiente para lançar uma campanha de fomento às exportações e mantê-la até que se manifestem os resultados;
- contem com um eficiente gerente de exportação encarregado de colocar a empresa em funcionamento e administrá-la com o adequado apoio material e moral de todos os associados;
- estabeleçam estatutos de associação precisos e contratuais, que definam os direitos e obrigações dos associados e, de preferência, fixem um prazo experimental para as atividades de consórcio;
- mantenham uma atenção constante e cuidados sobre o controle de qualidade, para construir e conservar a reputação dos produtos nos mercados de exportação".

Para o caso específico de produtos minerais pode-se citar como sugestão ou exemplo o seguinte: as empresas extratoras ou beneficiadoras de granitos e mármorees poderiam associar-se para juntas exportarem ladrilhos (chapas polidas de tamanhos

padronizados para revestimento em construções). Juntas as empresas poderiam fechar grandes contratos de exportação, pois teriam produção suficiente para atender à demanda dos importadores.

### 5.2.2. Joint Venture

O conceito de *joint venture*, é originado do direito anglo-saxão, dando a conotação de aventura conjunta, ligada a um contrato de direito de navegação, visando auferir lucros com negócios no ultramar, particularmente importação e exportação.

A partir do envolvimento de empresas americanas na prática de *joint venture*, no século XVII, o conceito evoluiu na sua forma e objetivo. Vários especialistas da área utilizam diversos conceitos para designar *joint venture*. Procurando uma definição clara de *joint venture*, utilizamos o conceito do Relatório de Pesquisa do CEBRAE sobre o assunto, que considera uma *joint venture* empresa de propriedade conjunta ou uma forma de cooperação entre as empresas, onde cada qual conserva sua independência e realiza seus propósitos através de uma empresa comum, onde participam do capital social. São características intrínsecas desta forma de colaboração entre empresas:

- a) participação dos parceiros nos riscos e benefícios oriundos do empreendimento comum;
- b) exploração das vantagens comparativas diferenciadas de cada um dos parceiros;
- c) participação no controle financeiro de todas as operações realizadas;
- d) forma jurídica flexível, passível de adaptação às diferentes legislações nacionais e aos diferentes interesses empresariais.

As *joint ventures* devem obedecer a Lei nº 4.131 de 03 de setembro de 1962, que disciplina a aplicação do capital.

Os aspectos principais visando a constituição de uma *joint venture*, segundo Raymond Krinker da PRICE WATERHOUSE CONSULTORES DE EMPRESAS, são:

- entendimento entre os sócios;
- estabelecimento de boas regras básicas para a operação da empresa.

#### **5.2.2.1. Entendimento entre Sócios**

Os aspectos importantes que devem existir entre as partes que cogitam de se associar, formando uma *joint venture*, são os seguintes:

- compatibilidade (entre os sócios);
- objetivos e prioridades comuns;
- respeito e confiança mútuos;
- tolerância para com as limitações uns dos outros.

A associação entre sócios nacionais e estrangeiros para formar uma *joint venture* parece ser a forma mais indicada de investimento estrangeiro, nas atuais condições econômicas brasileiras e, talvez, no futuro hoje previsível. O tipo de investimento estrangeiro preferido pelo governo mostra que as associações em *joint venture* são as mais favorecidas. Neste padrão se incluem:

- tecnologia adiantada, que possa ser transferida para a *joint venture*, com custo moderado;
- contribuição em capital, quer em dinheiro, quer em maquinaria;
- oportunidades de trabalho criadas pelo investimento;
- potencial de exportação, que é da maior importância no atual modelo econômico;

- substituição de importações, que é um elemento importante;
- investimentos regionais em áreas especiais, fora dos centros urbanos, também muito favorecidos.

O sistema CEBRAE, mediante ações levadas a efeito junto a diversas instituições nacionais (Ministério das Relações Exteriores, Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Secretarias de Indústria e Comércio, Câmaras de Comércio, Federações Industriais, etc), internacionais (Comunidade Econômica Européia, Organização dos Estados Americanos, Centro Internacional do Comércio, etc.) e a governos de vários países, está implementando o Programa de Cooperação Internacional entre pequenas e médias empresas, que tem por objetivo apoiar empresários nacionais que tenham interesse em desenvolver processos de cooperação industrial com parceiros estrangeiros, através da formação de *joint venture* e/ou transferência de tecnologia.

Esclarecimentos e informações adicionais sobre *joint venture* e/ou transferência de tecnologia, poderão ser obtidas no Ministério das Relações Exteriores ou através do Programa de Cooperação Internacional entre Pequenas e Médias Empresas, junto ao CEAG - Centro de Apoio à Pequena e Média Empresa, nos Estados e Territórios.

## **6. RECOMENDAÇÕES ÚTEIS**

### **ALGUNS PONTOS PRELIMINARES A SEREM OBSERVADOS PELO EMPRESÁRIO INICIANTE NO COMÉRCIO EXTERIOR - SEGUNDO A CACEX**

- Estudar o mercado com o qual deseja operar, de modo a avaliar suas efetivas possibilidades comerciais.
- Estudar os usos mercantis de cada país, isto é, como são negociadas as mercadorias, quais são as formas de concorrência ali existentes.

- Conhecer os regimes alfandegários, cambiais e de impostos e taxas em vigor no país em questão, não descuidando de acompanhar suas modificações.
- Dar particular importância às disposições sobre embalagens e confecção interna de volumes, à rotulagem e ao aspecto higiênico-sanitário, vigentes para o produto no mercado respectivo.
- Nas relações com a clientela, usar sempre a linguagem comercial mais adequada, os termos técnicos - pesos, medidas, condições de fornecimento, etc. - mais divulgados e, portanto, mais bem compreendidos e as condições de pagamento mais bem aceitas.
- Responder sempre às cartas, mesmo que não deseje exportar.
- Manter alguma forma de representação no mercado a conquistar e, quando se tratar de produtos industrializados passíveis de assistência técnica, oferecê-la prontamente, pelo período usual, diretamente ou por intermédio de empresa especializada no país importador.
- Lembrar sempre que as formas de propaganda e publicidade de um produto devem estar em perfeita harmonia com as peculiaridades de cada mercado, já que o sucesso de uma campanha de promoção depende, em grande parte, da observância deste particular.
- Recorrer ao sistema de vendas em consignação, principalmente quando se tratar de produtos industrializados, pois, deste modo, o eventual comprador terá a oportunidade de melhor avaliar a qualidade do produto brasileiro.
- Observar um comportamento de rigorosa seriedade comercial, para conservar e ampliar as relações com a clientela.
- Calcular com cuidado seus preços de exportação. É necessário apresentar o preço mais vantajoso possível, tendo sempre em conta o preço dos países e produtos concorrentes. O exportador no entanto, que tenta obter preços altos para de-

pois reduzi-los, quando não consegue vender, causa péssima impressão e torna-se vítima fácil de pressões.

- Jamais fornecer mercadoria que não corresponda à amostra - alteração de cor, de tamanho, etc.
- Embarcar rigorosamente dentro do prazo convencionado. Não fazer promessas que não puder cumprir.
- Estar disposto a investir no mercado externo. Sem pesquisa de mercado, sem definição de consumidor que se pretender atingir e sem conhecer as exigências de cada mercado, só poderão ser realizados negócios esporádicos - nunca duradouros.
- Não esperar resultados imediatos e grandiosos. A introdução de novo fornecedor em mercados tradicionais costuma levar algum tempo.
- Iniciar no mercado exterior, gradativamente, a fim de conhecer as peculiaridades do mesmo.
- O exportador deve atentar para a embalagem, pois na verdade, ela traduz as virtudes da mercadoria.

## **7. OS MANDAMENTOS DO EXPORTADOR<sup>(1)</sup>**

- Não comece a exportar se não estiver decidido a reservar determinada parcela da produção para o mercado externo. Exportar exige continuidade e não pode ser considerado simples válvula de segurança para as épocas fracas do mercado doméstico.
- Esteja disposto a investir na organização do seu mercado externo. Sem pesquisa de mercado, sem escolha cuidadosa dos agentes, sem definição de consumidor que se pretende atin-

---

(<sup>1</sup>) Segundo Roberto Leyendecker da Artex S/A

gir e sem conhecer as exigências de cada mercado, só poderão ser realizados negócios esporádicos - nunca duradouros.

- Não trabalhe com amadores. Coloque um profissional experimentado à frente do seu departamento de exportação. Esse homem deve falar as principais línguas do comércio internacional, e deve ser capaz de tirar dos ombros da diretoria a responsabilidade por um setor que não pode merecer, apenas de vez em quando, as atenções de um diretor, já sobrecarregado pela administração de outros setores da empresa: exportar exige dedicação integral.
- Mais uma vez: não trabalhe com amadores. Não nomeie como representantes no exterior, parentes, amigos ou conhecidos que nada entendem do ramo, nem têm acesso aos compradores. Mesmo que seja mais demorado, procure o melhor profissional que puder encontrar. Uma pessoa que conheça o produto e a freguesia e examine com cuidado os *escritórios de assessoramento de exportação*. Geralmente nada sabem do seu produto e, muitas vezes, não dispõem de pessoal experimentado.
- Escolhidos seus representantes, o escritório de assessoramento ou *trading* que cuidará de suas exportações, dê-lhes exclusividade em seus territórios, pelo menos por um ou dois anos. Muitas vezes, esse é o tempo que se leva para introduzir um produto e conquistar um mercado. Não há nada mais prejudicial para a imagem de um exportador, do que oferecer seu produto através de vários canais. O exportador que entrega listas de preços e amostras a vários representantes, na mesma área, não inspira confiança ao comprador.
- Calcule com cuidado seus preços de exportação. Se tiver dúvidas, consulte um técnico. Além de utilizar com perfeito equilíbrio os incentivos concedidos à exportação, é necessário apresentar logo de saída, o preço mais vantajoso possível, tendo sempre em conta o preço dos países e produtos concorrentes. O exportador que tenta obter preços altos para depois reduzi-los, quando não consegue vender, causa péssima impressão e torna-se vítima fácil de pressões.

- Não espere resultados imediatos e grandiosos. A introdução de novo fornecedor em mercados tradicionais costuma levar algum tempo.
- Conscientize os demais departamentos de sua empresa para os problemas da exportação. Ela representa, muitas vezes, uma verdadeira revolução dentro da fábrica: racionalização da produção, fabricação de modelos especiais, controle de qualidade mais rigoroso, modificação de métodos, embalagens, etc. Há uma resistência natural na empresa contra as inovações. Em alguns casos, há resistência do próprio pessoal que cuida do mercado interno, que considera o setor de exportação um concorrente dentro da empresa.
- Cumpra sua palavra. Responda com presteza à correspondência recebida do exterior, mesmo que o assunto não tenha muita importância. Jamais forneça mercadoria que não corresponda à amostra. Embarque rigorosamente dentro do prazo convenicionado, mesmo que isso lhe custe transporte mais caro. Não faça promessas que não poderá cumprir. O brasileiro é educado por natureza e não gosta de dizer *não*. Prefere dizer *talvez* ou mesmo *vou fazer o possível*. Mas no comércio internacional isso é inadmissível.
- Pague em dia as comissões de seus agentes, pois é disso que eles vivem e suas despesas são elevadas. Mantenha-os informados sobre os planos e programas de sua empresa. Forneça-lhes as cotas que poderão vender em seus territórios no próximo semestre ou ano, pois os grandes clientes só compram uma ou duas vezes por ano e não se pode perder as épocas de compra. Não tumultue seus mercados, fazendo negócios à revelia de seus agentes. Atenda com rapidez e honestidade, eventuais reclamações. Não seja *pão-duro* com as amostras. Especialmente no início, a liberalidade no fornecimento de amostras pode ser decisiva.
- Por último: lembre-se de que o Brasil é um País novo na exportação de manufaturados. E que ninguém compra por favor. Só há uma razão para que alguém comece a comprar

de um fornecedor novo e tão distante: melhor preço, qualidade aceitável e atendimento pelo menos tão eficiente quanto o dos fornecedores tradicionais.



# **CADASTRO DE EMPRESAS IMPORTADORAS**



A MINEROPAR S/A, através da Gerência de Fomento e Economia Mineral - GFEM, complementando as informações contidas neste documento, apresenta aos empresários do setor, uma relação de importadores potenciais, contendo informações tais como, empresa importadora, país de origem, produtos de interesse e pessoal de contato.

Consta deste cadastro parte das empresas interessadas em importar produtos minerais.

Para formação deste banco de dados, a GFEM vem contando com a colaboração do Ministério das Relações Exteriores, através do Departamento de Promoção Comercial, na atualização periódica dos dados.

Informações complementares poderão ser obtidas diretamente à MINEROPAR, na Gerência de Fomento e Economia Mineral.



1. NBM 22.01.01.00 REF. BOC-710/0352/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 14-12-87  
ÁGUAS MINERAIS NATURAIS  
AT: MAX ANNLEZARK - FOODS BUYER WOOLWORTHS LTD.  
G.P.O. BOX 4.068  
SYDNEY, NSW. 2.001  
AUSTRÁLIA  
FONE 269-9222  
TELEX 20.144  
VAREJISTA - CADASTRADO NO SECOM  
A MAIOR CADEIA DE SUPERMERCADOS NESTE PAÍS, COM VENDAS ANUAIS DE US\$ 4 BILHÕES. NÚMERO DE LOJAS 1.016; NÚMERO DE EMPREGADOS 60.000, NÚMERO DE FACSIMILE 264 1397.
  
2. NBM 25.06.00.00 REF. BOC-240/0319/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 21-02-87  
QUARTZO (COM EXCLUSÃO DAS AREIAS NATURAIS); QUARTZITO EM BRUTO, DESBASTADO OU SIMPLEMENTE SERRADO  
CHARLES B. CHRYSTAL CO INC  
25 ANN STREET  
NEW YORK NY 10.038  
ESTADOS UNIDOS  
VICE PRESIDENTE MR. PETER D. SCHNUR  
FONE 2122272151  
TELEX 420.803 CBCCUI  
IMPORTADOR/AGENTE - A FIRMA ESTÁ CADASTRADA NO SECOM - DESEJA TAMBÉM REPRESENTAR PRODUTORES BRASILEIROS.

3. NMB 25.06.00.00 REF. BOC-240/0966/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 05-05-87  
QUARTZO (COM EXCLUSÃO DAS AREIAS NATURAIS); QUARTZITO EM  
BRUTO, DESBASTADO OU SIMPLEMENTE SERRADO.  
NEW MOON NATURAL CONFORT CO INC  
561 WINDSOR ST  
SOMERVILLE, MA  
ESTADOS UNIDOS  
MICHAEL YOUNG - VICE-PRESIDENTE  
FONE (617) 625-7780  
IMPORTADOR/FABRICANTE/VAREJISTA/ATACADISTA  
FIRMA FUNDADA EM 1978. GOSTARIA DE REPRESENTAR A EMPRESA  
BRASILEIRA.
4. NBM 25.06.00.00 REF. BOC-247/0142/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 18-03-87  
QUARTZO (COM EXCLUSÃO DAS AREIAS NATURAIS); QUARTZITO EM  
BRUTO, DESBASTADO OU SIMPLEMENTE SERRADO.  
QUESTA GEMSTONES  
P.O. BOX 240  
SALKUM, WA 98.582  
ESTADOS UNIDOS  
GERENTE DE IMPORTAÇÃO MR. DEAN MARSHALL  
FONE (206) 985-2990  
IMPORTADOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM.

5. NBM 25.06.00.00 REF. BOC-215/0715/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 08-06-87  
QUARTZO (COM EXCLUSÃO DAS AREIAS NATURAIS); QUARTZITO EM  
BRUTO DESBASTADO OU SIMPLEMENTE SERRADO.  
CAPITOL WORLS INDUSTRIES, INC.  
177 RIVERSIDE AVE.  
NEWPORT BEACH, CA 92.663  
ESTADOS UNIDOS  
VICE-PRESIDENTE MR. JAMES J. ZARBACK  
FONE (714) 733-2950  
TELEX 5106018617  
VAREJISTA  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR.
6. NBM 25.06.00.00 REF. BOC-247/0190/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 08-06-87  
QUARTZO (COM EXCLUSÃO DAS AREIAS NATURAIS); QUARTZITO EM  
BRUTO, DESBASTADO OU SIMPLEMENTE SERRADO.  
PESTECH HYDRAULIC TURBINES  
5141 WICKERSHAM STREET  
ACME, WA 98.220  
ESTADOS UNIDOS  
GERENTE DE IMPORTAÇÃO MR. BILL KITCHING  
FONE (206) 595-2312  
IMPORTADOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM.

7. NBM 25.06.00.00 - REF. BOC-205/0264/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 24-06-87  
QUARTZO (COM EXCLUSÃO DAS AREIAS NATURAIS); QUARTZITO EM  
BRUTO, DESBASTADO OU SIMPLEMENTE SERRADO.  
CRYSTAL FOREST LTD.  
P.O. BOX 1.479  
FAIRFIELD, IA 52.556  
ESTADOS UNIDOS  
GERENTE DE COMPRAS MR. STEVE DODSON  
FONE (515) 472-8279  
IMPORTADOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM  
FIRMA FUNDADA EM 1981, 100 EMPREGADOS. CRÉDITO REGULAR.
8. NBM. 25.06.00.00 - REF. BOC-436/0723/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 08-07-87  
QUARTZO (COM EXCLUSÃO DAS AREIAS NATURAIS); QUARTZITO EM  
BRUTO, DESBASTADO OU SIMPLEMENTE SERRADO.  
GEORGES DUPONT MICHELSON  
11-14 CITE DUPONT  
75.011 PARIS  
FRANÇA  
G. MICHELSON  
FONE 47006052  
IMPORTADOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

9. NBM. 25.06.00.00 REF. BOC-330/1477/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 17-11-87  
QUARTZO (COM EXCLUSÃO DAS AREIAS NATURAIS); QUARTZITO EM BRUTO, DESBASTADO OU SIMPLEMENTE SERRADO.  
COSYS ELECTRONIC VERTRIFBS GMBH  
POSTEACH 1145  
8013 HAAR B. MUENCHEN  
ALEMANHA OCIDENTAL  
GERENTE MR. RUDOLF KOEGL  
FONE 89-4600070  
TELEX 5214675  
REPRESENTAÇÃO/AGENTE/ATACADISTA/TRADING  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM  
A FIRMA ESTÁ CADASTRADA NO SECOM, INTERESSAM-SE TAMBÉM PE-  
LA REPRESENTAÇÃO DE FORNECEDORES BRASILEIROS.
10. NBM. 25.07.01.00 REF. BOC-010/0064/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 16-03-87  
BENTONITA NATURAL  
ULCON LTDA.  
AV. 42.N. 16-B-50  
BOGOTA  
COLOMBIA  
SR. LUIS FELIPE ULLOA  
DEPTO QUÍMICO  
FONE: 2880689  
COMPRA DIRETA/IMPORTADOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

11. NBM. 25.07.01.00 REF. BOC-015/0346/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 27-05-87

BENTONITA NATURAL

REGISANT QUÍMICA

MONSENOR ANFIROS 3418

1708 MORON - PCIA. DF BUENOS AIRES

ARGENTINA

SR. SANTOS BISOGMANO

FONE 629-7111

COMPRA DIRETA

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

A FIRMA DESEJA RECEBER COTAÇÕES URGENTE

12. NBM. 25.07.01.00 REF. BOC-240/0755/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 26-03-87

BENTONITA NATURAL

BENTONITA EM PÓ E EM GRÂNULOS USP

L.A. SALOMON INC.

14 VANDERVENTER AVE

PORT WASHINGTON NY 11050

ESTADOS UNIDOS

A.M. ROSSETTO JR.

FONE 5168836100

TELEX 961470

IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR

A FIRMA ESTÁ CADASTRADA NO SECOM

13. NBM. 25.07.01.00 REF. BOC-330/1462/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 16-11-87  
BENTONITA NATURAL  
IBV MANFRED LORBERG  
KOELNER STR. 374  
4150 KREFELD  
ALEMANHA OCIDENTAL  
MR. LORBERG  
GENERAL MANAGER  
FONE 2151-35781  
TELEX 8531123 SERV. D.  
IMPORTADOR/DISTRIBUIDOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR  
A FIRMA ESTÁ CADASTRADA NO SECOM.
14. NBM. 25.07.02.01 REF. BOC-680/0206/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 23-09-87  
CAULIM EM BRUTO  
DESEJA IMPORTAR CAULIM EM BRUTO DESTINADO A PRODUÇÃO DE  
LOUÇAS.  
GOSTARIA DE RECEBER AMOSTRAS EM BRUTO, ESMAGADO OU EM SEMI-ACABADO E RESPECTIVAS COTAÇÕES.  
TERADA SANGYO K.K. (NAGASAKI BRANCH)  
6-3. MESAME-CHO  
NAGASAKI CITY 852 - JAPÃO  
MR. NIGITA  
FONE 0958-44-0116  
IMPORTADOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM  
EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MÁQUINAS, PRODUTOS QUÍMICOS, OLEAGINOSAS E FERRAMENTAS COM FATURAMENTO ANUAL DE CERCA DE 57 MILHÕES DE DÓLARES.

15. NBM. 25.07.02.02 REF. BOC-326/0269/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 24-06-87  
CAULIM LAVADO OU BENEFICIADO  
O IMPORTADOR DESEJA CONTATAR EXPORTADORES BRASILEIROS DE  
CAULIM EM PÓ. PEDE OFERTAS ACOMPANHADAS DE LISTA DE PREÇOS.  
SANOCOM S/A  
RUE DE CRISPIN, 18  
1206 GENEVE  
SUÍÇA  
SR. H. BARADIE  
DEPARTAMENTO DE COMPRAS  
TELEX 421884 SANO CH  
COMPRA DIRETA/IMPORTADOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM
16. NBM. 25.07.02.02 REF. BOC-071/3118/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 30-11-87  
CAULIM LAVADO OU BENEFICIADO  
COLOIDAL  
SOC. COMERCIAL FARMA NUCLEAR LTDA  
LORETO 22-DEPTO 7  
SANTIAGO  
CHILE  
SR. LUCIANO FERNANDEZ  
VENDAS  
FONE 775042  
TELEX: 346082 PALMA CK  
COMPRA DIRETA/IMPORTADOR  
REPRESENTAÇÃO  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

17. NBM. 25.07.05.00 REF. BOC-314/0647/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 23-11-87

ARGILAS OU TERRAS REFRAATÁRIAS

COPROQUI

MALLORCA, 250

08008 BARCELONA

ESPAÑA

JUAN BALASCH

FONE 2158000

TELEX 97738

IMPORTADOR/DISTRIBUIDOR

TRADING

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR

18. NBM. 25.07.05.00 REF. BOC-314/0712/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 23-11-87

ARGILAS OU TERRAS REFRAATÁRIAS

COPROQUI

MALLORCA, 250

08008 BARCELONA

ESPAÑA

JUAN BALASCH

FONE 2158000

TELEX 97738

IMPORTADOR/DISTRIBUIDOR

TRADING

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR

19. NBM. 25.15.01.01 REF. BOC-382/0097/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 21-04-87

MÁRMORE EM BRUTO

MARKUS JAKOBI

ROEMERSTR. 21

8750 ASCHAFFENBURG

ALEMANHA OCIDENTAL

MARKUS JAKOBI

GERENTE

FONE (06021) 8532

TELEX 4288433

IMPORTADOR/DISTRIBUIDOR

ORIGEM DO BOLETIM: OPORTUNIDADE CAPTADA EM FEIRA

20. NBM. 25.15.01.01 REF. BOC-382/0112/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 23-04-87

MÁRMORE EM BRUTO

GFBR. QUARELLA AGGLOMARMOR GMBH

INDUSTRIESTR. 14

4973 VLOTHO-EXTER

ALEMANHA OCIDENTAL

BERTHOLD DIETZ

DIRETOR

FONE (05228) 1001

TELEX 934880

IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: OPORTUNIDADE CAPTADA EM FEIRA

21. NBM. 25.15.01.01 REF. BOC-416/0051/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 31-01-87

MÁRMORE EM BRUTO

GAGGIANO MARMI S.N.C.

VIA S. TSIDORO, 34-36

22060 - CARUGO (CO)

ITÁLIA

SR. GAGGIANO MICHELE

PRESIDENTE

FONE (031) 761488

IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

22. NBM. 25.15-01.01 REF. BOC-416/0053/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 31-01-87

MÁRMORE EM BRUTO

G.M.C. S.R.L.

VIA VICINATO

55045 PIETRASANTA (LU)

ITÁLIA

SR. ROBERTO GAVIOLI

DIRETOR

FONE (0584) 70527

TELEX 501324 GMC

IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

23. NBM. 25.15.01.01 REF. BOP-416/0115/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 31-07-87

MÁRMORE EM BRUTO

KEDIA AGGLOMERATED RMARBLE PUT. LTD.

PAISES BAIXOS

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

2/

24. NBM. 25.15.01.01 REF. BOP-416/0116/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 31-07-87

MÁRMORE EM BRUTO

KEDIA AGGLOMERATED MARBLE PUT. LTD.

15, ROPEWALK STREET, FORT

400023 BOMBAY

ÍNDIA

MR. VISHWANATH KEDIA

DIREÇÃO

FONE 270795-2700522

TELEX 011 6822 TBC IN

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

2/

25. NBM. 25.15.01.01 REF. BOP-416/0117/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 31-07-87

MÁRMORE EM BRUTO

KEDIA AGGLOMERATED MARBLE PUT. LTD.

15 RUPEWALK STREET, FORT

400023 BOMBAY

ÍNDIA

VISHWANATH KEDIA

DIREÇÃO

FONE 270795 270522

TELEX 011 6822 TBC IN

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

2/

26. NBM. 25.15.01.01 REF. BOC-225/0242/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 20-08-87

MÁRMORE EM BRUTO

DEKOR INTERNATIONAL, INC.

623 NE 5-TH TERRACE

FORT LAUDERDALE FL 33304

ESTADOS UNIDOS

MR. JOSÉ C. REBELO

PRESIDENTE

FONE (305) 527-1400

TELEX 159078 DEKOR

IMPORTADOR/DISTRIBUIDOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR

27. NBM. 25.15.01.01 REF. BOC-382/0479/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 12-09-87

MÁRMORE EM BRUTO

MAAK TRADING GMBH

WENDENSTR. 29

2000 HAMBURG 1

ALEMANHA OCIDENTAL

SR. MAAK

GERENTE

FONE (040) 23-1333

TELEX 2161993

IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

A FIRMA ESTÁ CADASTRADA NO SECOM

28. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-215/0200/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 13-03-87

MÁRMORE SERRADO

MÁRMORE EM BLOCO

STONCERA LTD.

2120 EAST HOWELL AVE, SUITE, 412

ANAHETM. CA 92806

ESTADOS UNIDOS

MR. BEN CHAO

GERENTE DE COMPRAS

FONE (714) 978-6544

IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

29. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-253/0291/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 18-03-87

MÁRMORE SERRADO

LADRILHOS DE 12"/12"

STAR MARBLE INC.

2662 FRANKLIN ST.

VANCOUVER, B.C. V5K 1 x 6

CANADÁ

MR. MAURÍCIO RINALDI

FONE (604) 2554054

TELEX 04-354877

IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

30. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-326/0055/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 28-01-87

MÁRMORE SERRADO

O IMPORTADOR SOLICITA OFERTAS URGENTE DE EXPORTADORES BRASILEIROS DE MÁRMORE E GRANITO EM BLOCOS. PEDE ESPECIFICAÇÕES E LISTA DE PREÇOS.

DINDO URBANO S/A

POSTEACH

6705 CRESCIANO

SUIÇA

SR. QUESTI - DIRETOR

DEPARTAMENTO DE COMPRAS

FONE 092 662208

TELEX 866405 DUSA CH

COMPRA DIRETA/IMPORTADOR

ORIGEM NO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

31. NBM. 25.15.01.01 REF. BOC-382/0104/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 23-04-87

MÁRMORE SERRADO

LA CHEMINEE

HOBRECHTSTR. 31

1000 BERLIM, 44

ALEMANHA OCIDENTAL

SR. BERND BAEUERLE

GERENTE

FONE (030) 6242625

COMPRA DIRETA/FABRICANTE

ORIGEM DO BOLETIM: OPORTUNIDADE CAPTADA EM FEIRA

32. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-382/0115/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 23-04-87

MÁRMORE SERRADO

POLIDO

GEBR. QUARELLA AGGLOMARMOR GMBH

INDUSTRIESTR. 14

4973 VLOTHO-EXTER.

ALEMANHA OCIDENTAL

BERTHOLD DIETZ

DIRETOR

FONE (05228) 1001

TELEX 934880

IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: OPORTUNIDADE CAPTADA EM FEIRA

33. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-436/0231/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 09-03-87

MÁRMORE SERRADO

GERANCE PRIVEE SA

77 BIS RUE DE GRENELLE

75007 PARIS

FRANÇA

HUGUES MOREAU

FONE 47200428

TELEX 620911

IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

34. NBM. 25.15.01.02 REF. BOP-680/0001/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 20-01-87

MÁRMORE SERRADO

LUCKY BIRDS ENTERPRISES CO., LTD.

2ND FL. NO. 13, SECTION 2 CHUNG YANG

ROAD, PEITOU, TAIPEI

FORMOSA

MR. T.M. YANG, PRESIDENT

FONE 8915145-9

TELEX 25953 LAKI

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

A EMPRESA É IMPORTADORA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

1/2/

35. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-330/0530/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 19-06-87  
MÁRMORE SERRADO  
SUEDGRIMA MARMORGROSSHANDEL GMBH & C  
KIRSCHSTR. 33  
8000 MUFNCHEN 50  
ALEMANHA OCIDENTAL  
ABT. EINKAUF  
FONE 89-8121037  
TELEX 529428 SGM D  
IMPORTADOR/DISTRIBUIDOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR  
A FIRMA ESTÁ CADASTRADA NO SECOM
36. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-253/0669/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 09-07-87  
MÁRMORE SERRADO  
FAIRVIEW SALES LTD.  
P.O. BOX 4324  
VANCOUVER, B.C. V6B 3Z7  
CANADÁ  
MS. YASMIN MOOSA  
FONE (604) 324 8299  
TELEX 04-55430  
IMPORTADOR/DISTRIBUIDOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM  
A FIRMA ESTÁ CADASTRADA NO SECOM  
A EMPRESA JÁ IMPORTA TOALHAS DO BRASIL

53. NBM. 25.06.03.00 REF. BOC-235/1677/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 13-10-87

QUARTZITO

FASHIONS, INC.

721 HARRIS ST. - P.O.BOX 604

JACKSON, MISSISSIPPI 39205

ESTADOS UNIDOS

MR. HELY S. GONZALES

FONE 601-352-2010

FABRICANTE/ATACADISTA

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

54. NBM. 25.06.03.00 REF. BOC-436/0880/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 13-10-87

QUARTZITO AMARELO

S.A.T.I. DE LA PIERRE

LIEU DIT GOLFT

20233 SISCO

FRANÇA

JEAN BRIGNOLI

FONE 95332847

IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

55. NBM. 25.26.04.00 REF. BOC-680/0114/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 21-04-87  
MICA EM PÓ  
GOSTARIA DE RECEBER ESPECIFICAÇÕES DO PRODUTO, AMOSTRA E  
PREÇOS (C&F).  
TOKYO KOGYO BOEKI SHOKAI LTD.  
8-9, SHINBASHI 5-CHOME, MINATO-KU,  
TOKYO 105  
JAPÃO  
MR. S. UETSUKI, DIRECTOR  
FONE 03-436-4521  
TELEX 2422239 TKBS J  
COMPRA DIRETA/IMPORTADOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR  
ESTA EMPRESA É ESPECIALIZADA NA IMPORTAÇÃO DE PRODUTOS MI-  
NERAIS.
56. NBM. 25.26.04.00 REF. BOC-215/0932/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 14-08-87  
MICA EM PÓ  
ULTRA SPECIALTY  
3960 GILMAN ST.  
LONG BEACH, CA 90815  
ESTADOS UNIDOS  
MR. KINGSTON WONG  
FONE (213) 498-3887  
TELEX FAX: 213-498-3539  
IMPORTADOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

37. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-253/0705/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 25-07-87

MÁRMORE SERRADO

LADRILHOS PARA PISO

MAR EXPORT

205, 10451 SHELLBRIDGE WAY

RICHMOND, B.C. V6X 2W8

CANADÁ

MS. ELIZABETH MILANELLO

FONE (604) 273 6681

TELEX 04-355881

IMPORTADOR/AGENTE

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

ESTÁ INTERESSADA EM TRATAR SOMENTE COM OS FABRICANTES

38. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-207/0057/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 31-07-87

MÁRMORE SERRADO

ITALTILE INC

14582 VENTURE DRIVE

DALLAS TX 75234

ESTADOS UNIDOS

MR DEREK RABIN - PRESIDENT

FONE 214-2431800

TELEX 821379 SSIDAL

DISTRIBUIDOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR

A CONSULTA ORIGINOU-SE CONTATO DO SECOM AO CONSULADO DO BRASIL. EM DALLAS COM O IMPORTADOR. REFERÊNCIA BANCÁRIA: FIRST WESTERN NATIONAL BANK, CARROLLTON, TEXAS. IMPORTA DA ITÁLIA. PEDE ENVIAR CATÁLOGOS DOS PRODUTOS ABAIXO PARA USO EM PAVIMENTAÇÃO E REVESTIMENTO, BEM COMO COTAÇÕES C&F OU CIF HOUSTON.

39. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-403/0671/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 18-08-87

MÁRMORE SERRADO

SAMTRAD

20 MOUNT ADON PARK

LONDON SE22 ODT

INGLATERRA

FONE 693-1562

TELEX 265871

IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

40. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-250/1106/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 18-08-87

MÁRMORE SERRADO

OLYMPIA FLOOR & WALL TILE CO.,

1000 LAWRENCE AVENUE WEST

TORONTO, ONTARIO M6B 4A8

CANADÁ

MR. WEITZ, H.,

DIRECTOR OF CORPORATE DEVELOPMENT

FONE (416) 789-7040

TELEX 06-969720

DISTRIBUIDOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

A FIRMA ESTÁ CADASTRADA NO SECOM

41. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-225/0243/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 20-08-87

MÁRMORE SERRADO

DFKOR INTERNATIONAL, INC.

623 NE 5-TH TERRACE

FORT LAUDERDALE FL 33304

ESTADOS UNIDOS

MR. JOSÉ C. REBELO

PRESIDENTE

FONE (305) 527-1400

TELEX 159078 DEKOR

IMPORTADOR/DISTRIBUIDOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR

42. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-330/0961/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 31-08-87

MÁRMORE SERRADO

AUGUST PFISTER TISCHFABRIK

OTTO-ESCHER-STR. 13

3415 HATTORF AM HARZ

ALEMANHA OCIDENTAL

MR. ROLAND PEISTER

MANAGER

FONE 0049 5584 356

TELEX 96250

IMPORTADOR/FABRICANTE

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

A FIRMA ESTÁ CADASTRADA NO SECOM

FABRICANTE DE MESAS, NECESSITA DE FERENTES CHAPAS DE MÁRMORE P/ACABAMENTO DE SEUS PRODUTOS. OFERTAS POR TELEX

43. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-382/0480/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 12-09-87

MÁRMORE SERRADO

MAAK TRADING GMBH

WENDENSTR. 29

2000 HAMBURG 1

ALEMANHA OCIDENTAL

SR. MAAK

GERENTE

FONE (040) 231333

TELEX 2161993

IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

A FIRMA ESTÁ CADASTRADA NO SECOM

44. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-225/0259/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 25-09-87

MÁRMORE SERRADO

EURO-AMERICAN TILE INC.

9340 W. FLAGLER ST.

MIAMI FL 33174

ESTADOS UNIDOS

MR. PEDRO CASANOVA

PRESIDENTE

FONE (305) 554-6166

IMPORTADOR/AGENTE

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR

45. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-010/0503/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 25-09-87

MÁRMORE SERRADO

CALISA

CALLE 26 NO. 10-29

CALI (VALLE)

COLÔMBIA

LUZ MARINA PULGARIN

COORDENADORA DE FINANÇAS

FONE 410113

COMPRA DIRETA/IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

46. NBM. 25.15.01.02 REF. BOC-250/3800/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 13-10-87

MÁRMORE SERRADO

CENTRAL SUPPLY CO

53 APEX RD

TORONTO ONT M6A2V6

CANADÁ

FONE 4167855165

TELEX 06969672

AGENTE

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR

A FIRMA ESTÁ CADASTRADA NO SECOM

51. NBM. 25.06.03.00 REF. BOC-330/0839/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 24-06-87  
QUARTZITO  
QUARELLA WESTFALIA  
POSTFACH 2014  
4973 VLOTHO-EXTER  
ALEMANHA OCIDENTAL  
MR. DIETZ  
ABT. FINKAUF  
FONE 5228-1001  
TELEX 934880  
AGENTE/ATACADISTA  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR  
A FIRMA ESTÁ CADASTRADA NO SECOM  
INTERESSA-SE TAMBÉM PELA REPRESENTAÇÃO DE FABRICANTES BRA-  
SILEIROS.
52. NBM. 25.06.03.00 REF. BOC-235/1649/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 25-09-87  
QUARTZITO  
GEMSTONES CREATIONS  
P.O. BOX 606  
MORGAN CITY, LOUISIANA 70381  
ESTADOS UNIDOS  
MR. KAY DUPONT  
FONE 504-631-3249  
VAREJISTA/ATACADISTA  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

53. NBM. 25.06.03.00 REF. BOC-235/1677/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 13-10-87

QUARTZITO

FASHIONS, INC.

721 HARRIS ST. - P.O.BOX 604

JACKSON, MISSISSIPPI 39205

ESTADOS UNIDOS

MR. HELY S. GONZALES

FONE 601-352-2010

FABRICANTE/ATACADISTA

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

54. NBM. 25.06.03.00 REF. BOC-436/0880/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 13-10-87

QUARTZITO AMARELO

S.A.T.I. DE LA PIERRE

LIEU DIT GOLFT

20233 SISCO

FRANÇA

JEAN BRIGNOLI

FONE 95332847

IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

55. NBM. 25.26.04.00 REF. BOC-680/0114/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 21-04-87

MICA EM PÓ

GOSTARIA DE RECEBER ESPECIFICAÇÕES DO PRODUTO, AMOSTRA E PREÇOS (C&F).

TOKYO KOGYO BOEKI SHOKAI LTD.

8-9, SHINBASHI 5-CHOME, MINATO-KU,

TOKYO 105

JAPÃO

MR. S. UETSUKI, DIRECTOR

FONE 03-436-4521

TELEX 2422239 TKBS J

COMPRA DIRETA/IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR

ESTA EMPRESA É ESPECIALIZADA NA IMPORTAÇÃO DE PRODUTOS MINERAIS.

56. NBM. 25.26.04.00 REF. BOC-215/0932/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 14-08-87

MICA EM PÓ

ULTRA SPECIALTY

3960 GILMAN ST.

LONG BEACH, CA 90815

ESTADOS UNIDOS

MR. KINGSTON WONG

FONE (213) 498-3887

TELEX FAX: 213-498-3539

IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

57. NBM. 25.26.05.00 REF. BOC-071/1131/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 05-05-87  
DESPERDÍCIOS OU RESÍDUOS EM MICA  
MOÍDA "MESH" 30/80 PARA A FABRICAÇÃO DE PINTURA  
LEOPOLDO BIANCOS TORRES  
MÉXICO 5218-LAS REJAS NORTE  
SANTIAGO  
CHILE  
SR. LEOPOLDO BIANCOS  
GERENTE  
FONE 793034  
COMPRA DIRETA  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM
58. NBM. 25.27.02.02 REF. BOC-240/0754/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 26-03-87  
TALCO EM PÓ  
SEM ADITIVOS  
L.A. SALOMON INC.  
14 VANDERVENTER AVE  
PORT WASHINGTON NY 11050  
ESTADOS UNIDOS  
A. M. ROSSETO JR  
FONE 5168836100  
TELEX 961470  
IMPORTADOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR  
A FIRMA ESTÁ CADASTRADA NO SECOM

63. NBM. 68.02.04.00 REF. BOC-240/0568/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 13-03-87  
ESTATUETA DE PEDRA DE CANTARIA OU CONSTRUÇÃO  
C.S. GOOD FRIEND AND CO INC  
11 RIVERDALF AVE  
PORTCHESTER NY 10573  
ESTADOS UNIDOS  
MR GOOD FRIEND  
FONE 914-9375000  
IMPORTADOR/REPRESENTAÇÃO  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM
64. NBM. 68.02.04.00 REF. BOC-334/0169/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 21-02-87  
ESTATUETA DE PEDRA DE CANTARIA OU CONSTRUÇÃO  
VLACHOS-NULENS  
ST. CORNELIUSSTRAAT 41 - BUS 7  
B-3500 HASSELT  
BÉLGICA  
DIRETORIA  
FONE 11-22.18.24  
IMPORTADOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM  
DESEJA IMPORTAR ARTIGOS PARA PRESENTES

65. NBM. 68.02.04.00 REF. BOC-705/0372/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 09-03-87  
ESTATUETA DE PEDRA DE CANTARIA OU CONSTRUÇÃO  
FLORIDA GARDEN CENTRE  
645 PRINCES HIGHWAY  
BLAKEHURST NSW 2221  
AUSTRÁLIA  
MRS. M. WEATHERSTONE  
IMPORT DIVISION  
FONE (02) 546-2293  
FABRICANTE  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR  
A FIRMA ESTÁ CADASTRADA NO SECOM
66. NBM. 68.02.04.00 REF. BOC-314/0240/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 25-07-87  
ESTATUETA DE PEDRA DE CANTARIA OU CONSTRUÇÃO  
P AND M EXCLUSIVES  
VILLARDFLL, 172-174 BAJUS  
08036 BARCELONA  
ESPANHA  
MANUELA SUEIRO  
FONE 3221537  
TELEX 50570 DATB E  
IMPORTADOR/DISTRIBUIDOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

67. NBM. 68.02.04.00 REF. BOC-403/1096/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 23-11-87  
ESTATUETA DE PEDRA DE CANTARIA OU CONSTRUÇÃO  
SOPHIE CASTLE  
3 BOTTLE CRT  
CHIPPING ONGAR  
INGLATERRA  
IMPORTADOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOP
68. NBM. 68.02.99.00 REF. BOC-334/0407/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 05-05-87  
OUTRAS MANUFATURAS DE OBRAS DE PEDRAS DE CANTARIA OU DE  
CONSTRUÇÃO, EXCETO CANDEEIROS E SEMELHANTES, CINZEIROS,  
CHAPAS, ESTATUETAS, JAZIDOS.  
LADRILHOS  
D.S.V. - ALGEMENE ONDERNEMINGEN  
OP T HOF 86  
B-3270 SCHERPENHEUVEL  
BÉLGICA  
MR. JAN DAEMS  
SALES MANAGER  
FONE 13-17.28.74 e 77.56.48  
TELEX 38599 DSVBEL B  
IMPORTADOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOP  
DESEJA IMPORTAR O SEGUINTE: "WOODEN BUILDING MATERIALS:  
DOORS: FLUSH DOORS, SOLID DOORS. FIRE PROOF DOORS.  
- SIZES: WIDTH: 730 MM, 780 MM AND 830 MM; HEIGHT: 2015  
MM; THICKNESS: 40 MM. VENEER, PLYWOOD, PLYWOOD FOR  
FRAMEWORK FOR CONCRETE, M.D.F.; WALL PANELS, CEILING

MATERIALS, STAIR CASES, WINDOWS; MOSAIC PARQUETS AND PARQUET STRIPS; OTHER BUILDING

MATERIALS: MARBLE AND GRANITE: TILES OF SIZES 30 x 30 x 2 CM AND 40 x 40 x 2 CM POLISHED, AND PLATES OF SIZE 140 x 260 x 2 CM POLISHED.

CERAMIC TILES: FOR INTERIOR AND EXTERIOR FLOOR AND WALL COVERING, IN ALL SIZES, COLOURS AND DESIGNS; AND TERRAZZO TILES. WE ARE PARTICULARLY INTERESTED IN TILES WHICH ARE HAND-SHAPED WITH SLIGHTLY IRREGULAR SIDES AND WITH PERCEPTIBLE COLOUR SHADES ON THE SURFACE FROM THE FLAME OF THE WOOD FIRE, AND TILES WITH HAND-PAINTED DECORATIONS.

69. NBM. 68.02.99.00 REF. BOC-705/0373/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 09-03-87

OUTRAS MANUFATURAS DE OBRAS DE PEDRAS DE CANTARIA OU DE CONSTRUÇÃO, EXCETO CANDEEIROS E SEMELHANTES, CINZEIROS, CHAPAS, ESTATUETAS; JAZIGOS.

FONTE E BEBEDOROS DE PASSARA, PARA JARDIM.

FLORIDA GARDEN CENTRE

645 PRINCES HIGHWAY

BLAKEHURST NSW 2221

AUSTRÁLIA

MRS. M. WEATHERSTONE

IMPORT DIVISION

FONE (02) 546-2293

FABRICANTE

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA DO SECOM AO IMPORTADOR

A FIRMA ESTÁ CADASTRADA NO SECOM

70. NBM. 68.02.99.00 REF. BOC-215/0812/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 24-06-87

OUTRAS MANUFATURAS DE OBRAS DE PEDRAS DE CANTARIA OU DE CONSTRUÇÃO, EXCETO CANDEEIROS E SEMELHANTES, CINZEIROS, CHAPAS, ESTATUETAS; JAZIGOS. TAMPOS DE MESA DE GRANITO COM ENCRUSTAÇÕES DE PEDRAS COLORIDAS.

MR. RON JONHSON

4759 NOBHILL DRIVE

LOS ANGELES, CA 90065

ESTADOS UNIDOS

MR. JONHSON

FONE (213) 256-2162

IMPORTADOR/REPRESENTAÇÃO

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

71. NBM. 68.02.99.00 REF. BOC-403/0845/87

DATA DA DIVULGAÇÃO: 23-10-87

OUTRAS MANUFATURAS DE OBRAS DE PEDRAS DE CANTARIA OU DE CONSTRUÇÃO, EXCETO CANDEEIROS E SEMELHANTES, CINZEIROS, CHAPAS, ESTATUERAS; JAZIGOS.

CVW DESIGNS

COLNE VALLEYWORKSHOP

COLNEENGAIN

INGLATERRA

MR. DAVID GODFREY

FONE 07875.2325

IMPORTADOR

ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM

72. NBM. 71.02.01.00 REF. BOC-436/0386/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 23-04-87  
DIAMANTES INDUSTRIAIS EM BRUTO OU TRABALHADAS NÃO ENGAS-  
TADAS NEM MONTADAS.  
LA ROSE DES VENTS  
35 RUE JEAN PAYRA  
66000 PERPIGNAM  
FRANÇA  
M. CHICHEIL  
FONE 68351305  
TELEX PLANE 505011F  
IMPORTADOR  
ORIGEM DO BOLETIM: CONSULTA AO SECOM
73. NBM. 71.02.01.00 REF. BOC-382/0022/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 21-04-87  
DIAMANTES INDUSTRIAIS EM BRUTO OU TRABALHADAS NÃO ENGAS-  
TADAS NEM MONTADAS.  
INDIAN DIAMOND PRODUCTS  
5, SWATI 73-2-4  
ERANDAWANE  
ÍNDIA  
FONE 34899  
ORIGEM DO BOLETIM: OPORTUNIDADE CAPTADA EM FEIRA  
2/3/

74. NBM. 71.02.01.00 REF. BOP-387/0024/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 21-04-87  
DIAMANTES INDUSTRIAIS EM BRUTO OU TRABALHADAS NÃO ENGAS-  
TADAS NEM MONTADAS.  
ANISEN DIAMOND PRODUCTS  
36, L.G.N.ROAD  
MADRAS 600002  
ÍNDIA  
MR.G.JANAKIRAMARAN  
COMPRAS  
FONE 811581  
ORIGEM DO BOLETIM: OPORTUNIDADE CAPTADA EM FEIRA  
2/3/
75. NBM. 71.02.01.00 REF. BOC-015/0882/87  
DATA DA DIVULGAÇÃO: 13-10-87  
DIAMANTES INDUSTRIAIS EM BRUTO OU TRABALHADAS NÃO ENGAS-  
TADAS NEM MONTADAS.  
BERCOFF SA  
AV. NTRA. SRA. DEL ROSÁRIO 2768 "B"  
2000 ROSÁRIO STA FÉ  
ARGENTINA  
ING. JORGE M. MITRE  
GERÊNCIA DE PRODUCCION  
FONE 81-6154  
FABRICANTE  
ORIGEM DO BOLETIM: OPORTUNIDADE CAPTADA EM FEIRA  
ABRA 87

**SIGLAS E ABREVIATURAS**

- BACEN - Banco Central do Brasil
- CACEX - Carteira de Comércio Exterior (Banco do Brasil)
- CEF - Caixa Econômica Federal
- CNEN - Conselho Nacional de Energia Nuclear
- CONCEX - Conselho Nacional de Comércio Exterior
- DNPM - Departamento Nacional da Produção Mineral (Ministério das Minas e Energia)
- ICM - Imposto sobre Circulação de Mercadorias
- IR - Imposto sobre a Renda
- IUM - Imposto Único sobre Minerais
- MME - Ministério das Minas e Energia
- MRE - Ministério das Relações Exteriores
- NAB - Nomenclatura Aduaneira de Bruxelas
- NBM - Nomenclatura Brasileira de Mercadorias
- NCCA - Nomenclatura do Conselho de Cooperação Aduaneira
- NENAB - Notas Explicativas sobre a Nomenclatura Aduaneira de Bruxelas
- SRF - Secretaria da Receita Federal (Ministério da Fazenda)



## TERMOS TÉCNICOS

### Ato Declaratório

- documento expedido pela SRF que autoriza *empresas* ao comércio de pedras preciosas, semipreciosas, carbonados, metais nobres e demais substâncias minerais em bruto, extraídos sob o regime de matrícula definido no código de mineração. (IN/SRF nº 13 de 12-02-81 DOU de 24-02-81).

### F O B

*Free on board* mercadoria livre sobre a bordo do navio.

- Vendedor - paga todas as despesas até efetivo embarque da mercadoria no navio transportador; todas as decorrentes do processamento da exportação e todas as referentes ao embarque (subentendido que o navio esteja pronto para receber a carga). O vendedor paga, ademais, todas as despesas com vistorias e fiscalizações, e o custo da documentação necessária ao embarque.
- O presente termo faz parte de um conjunto criado pela *International Chamber of Commerce*. Os termos são usados para definir responsabilidades dos compradores e vendedores no comércio internacional. São conhecidos como INCOTERMS.
- Comprador - paga as despesas com reserva de praça (espaço no navio) e todas as que surgirem após o embarque da mercadoria; despesas marítimas, no caso do transportador não estar em condições de receber a carga no prazo estipulado; paga também, todas as despesas marítimas, a partir do momento em que esgota o prazo para embarque, além de se responsabilizar pelo conhecimento e por todos os documentos exigidos no país de embarque ou origem, de que necessitar para a introdução da mercadoria no destino (eventualmente também, pa-

ra trânsito em outros territórios). Paga, ainda, as despesas referentes a certificados de origem e despesas consulares.

### **Joint Venture**

- Sociedade em conta de participação.
- Joint - função, união, ligação.
- Venture - risco, aventura, especulação (comercial)

### **Know How**

- Conhecimento especial sobre determinado assunto.

### **Trading Company**

- Empresa comercial atacadista.

## ENDEREÇOS DE ÓRGÃOS E ENTIDADES

### CACEX

Carteira de Comércio Exterior do Banco do Brasil S/A  
É o principal órgão executivo da política brasileira de comércio exterior, encarregado do estabelecimento das normas operacionais e controle das exportações e importações. Atua com recursos humanos e estrutura física do Banco do Brasil S/A.

Agência de Curitiba - Paraná

Praça Tiradentes, 410

CEP 80.020

Telefone: (041) 233-1022

### CEAG

Centro de Desenvolvimento à Pequena e Média Empresa do Paraná  
Rua Monsenhor Celso, 256, 7º a 12º andar

CEP 80.010

Telefone: (041) 232-0511

Telex: (041) 5059

Curitiba - Paraná

### CEXP

Centro de Comércio Exterior do Paraná

É uma sociedade civil sem fins lucrativos, criada por uma associação entre o Governo do Estado do Paraná e entidades de representação de setores empresariais do Paraná, com o objetivo principal de contribuir para o aumento do comércio exterior.

Avenida Cândido de Abreu, 200, 7º andar

CEP 80.530

Telefone: (041) 223-8784

Curitiba - Paraná

**DNPM**

Departamento Nacional da Produção Mineral

É uma unidade administrativa do Ministério das Minas e Energia que executa as emanções do Código de Mineração. É o fiscalizador das atividades minerárias do País.

2º Distrito

Residência de Curitiba

Rua Saldanha da Gama, 608

CEP 80.060

Telefone: (041) 264-6433

Curitiba - Paraná

**MINEROPAR**

Minerais do Paraná S/A

Empresa de economia mista vinculada à Secretaria de Estado da Indústria e do Comércio, tem como principal atribuição a pesquisa geológica, com o objetivo de descobrimento de jazidas e desenvolvimento de serviços de fomento e economia mineral no Estado do Paraná.

Rua Constantino Marochi, 800

CEP 80.030

Telefone: (041) 252-7844

Curitiba - Paraná

**Observação:**

Pelo dinamismo do Comércio Exterior as informações contidas neste Boletim estão sujeitas a alterações constantes.

**Exemplo:**

No item 2.3.1 deste Boletim observar que a partir de 89 haverá nova N.B.M. que se chamará Nomenclatura Brasileira - Sistema Harmonizado. Res. número 75 do Comitê Brasileiro de Nomenclatura D.O.U. de 18/05/88

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- 01 BANCO CENTRAL DO BRASIL. Resolução nº 1.121 de 04 de abr. 1986. In: \_\_\_\_\_. Disposições transitórias - 29. Brasília, 1986. n.p.
- 02 BANCO DO BRASIL S/A. Comunicado Cacex nº 182 de 27 de out. 1987. Normas administrativas que orientam as exportações. Resolução. Rio de Janeiro, 1987. 139 p.
- 03 BANCO DO BRASIL S/A. Comunicado nº 185 de 11 de jan. 1988. Resolução. Rio de Janeiro, 1988. n.p.
- 04 CAIXA ECONÔMICA FEDERAL. Pedras preciosas não lapidadas: Sistema de licitação. s.n.t.n.p. Regulamento Interno.
- 05 FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DO ESTADO DE MINAS GERAIS. Guia de exportação. 2ª ed. Belo Horizonte, CEBRAE/CEAG-ME, 1976. 457 p.
- 06 LABATUT, Enio Neves. Teoria e prática de comércio exterior. São Paulo, Aduaneiras, 1979. 686 p.
- 07 MELLO GUIMARÃES, F.A. & BASSETTI FILHO, A.B. Parecer técnico jurídico. Curitiba, s.n., 1980. n.p.
- 08 PRICE WATERHOUSE. "Joint Venture" Solução viável no atual ambiente empresarial brasileiro. São Paulo, s.d. 7 p.
- 09 RESENDE, Leone Soares de & GARCIA, Luís Martins. Exportação: organização para exportar rotinas e procedimentos, canais de distribuição. São Paulo, Atlas, 1977. 189 p.
- 10 \_\_\_\_\_. Trading company brasileira: empresa comercial exportadora. São Paulo, Atlas, 1977. 190 p.
- 11 VASCONCELOS, G.M. e HENRIQUES, H.S. A "Joint Venture" na economia nacional. Brasília, CEBRAE, 1988. 90 p. (relatório de pesquisa nº 1).