

Exportações em alta expõem o atraso operacional das empresas brasileiras

País tem superávit de US\$ 1,5 bilhão em uma única semana, mas...

Redação

O comércio exterior brasileiro avança em ritmo acelerado. E nem mesmo o tarifaço dos Estados Unidos vai acabar com essa alegria. Diminui, mas não acaba. Somente na segunda semana de junho último, o país registrou superávit de US\$ 1,5 bilhão, corrente de comércio de US\$ 15,4 bilhões, com exportações de US\$ 8,4 bilhões e importações de US\$ 7 bilhões, segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC). No mês (junho) foram US\$ 9,8 BI de superávit, com a corrente de comércio atingindo R\$ 62,8 BI. Isto é 20,3 % maior que em igual período do ano passado. Friamente, os números sinalizam uma economia que exporta maior volume, mas que ainda não modernizou a infraestrutura operacional que o sustenta.

Esta visível contradição é conhecida por quem opera no Comex: enquanto o fluxo de mercadorias cresce, os bastidores das exportações especialmente para a América Latina continuam dependentes de processos manuais, planilhas paralelas, comunicação descentralizada e rastreamento fragmentado. O resultado são custos evitáveis, retrabalho e decisões tomadas com dados incompletos.

Esse *gap* entre o volume exportado e a maturidade operacional das empresas é o terreno onde uma nova geração de soluções de gestão logística



começa a ganhar tração no mercado brasileiro.

Do Comex 1.0 ao Comex 3.0

Especialistas do setor identificam uma evolução em estágios na forma como empresas brasileiras conduzem suas operações de comércio exterior. O Comex 1.0 foi marcado pelo papel e pelo controle presencial. O Comex 2.0 digitalizou documentos e transferiu planilhas para a nuvem. O Comex 3.0, conceito ainda em consolidação no mercado, propõe integração real: visibilidade *end-to-end*, automação de etapas burocráticas, alertas em tempo real e tomada de decisão baseada em dados.

A transição, porém, não é tão simples quanto parece. Empresas com operações em múltiplos países e diferentes regimes aduaneiros enfrentam uma camada adicional de complexidade. Na exportação para México, Chile, Colômbia

e Paraguai simultaneamente, a fragmentação operacional não é apenas ineficiente, é um risco.

A Hinode, multinacional brasileira do segmento de beleza, fragrâncias e bem-estar, é um dos exemplos recentes dessa transição. Com 7 operações de exportação simultâneas para a América Latina, a empresa adotou a plataforma da Flowls para construir o que internamente denominou Torre de Controle — uma estrutura de gestão integrada que centraliza todo o fluxo de comércio exterior em uma única interface.

O projeto, ainda em andamento, já apresenta resultados mensuráveis: 59% de redução no fluxo burocrático de exportação, eliminação de controles paralelos e *dashboards* segregados, e implantação de um *check list* automático parametrizado por tipo de carga e modal, mecanismo que

passou a atuar como camada de controle de qualidade na operação.

“Gerenciar a complexidade logística e regulatória de múltiplos mercados na América Latina exige um nível de precisão que as planilhas tradicionais já não conseguem entregar. A implementação da Torre de Controle nos deu a previsibilidade necessária para antecipar gargalos e tomar decisões estratégicas baseadas em dados consolidados em tempo real”, afirma Mayara Caetano, Gerente de Comex e Projetos Latam na Hinode.

“O que observamos no mercado é que a maioria das empresas exportadoras ainda opera com um nível de visibilidade muito aquém do que a velocidade atual do Comex exige”, completa Anna Valle, COO da Flowls (plataforma brasileira de gestão de operações de comércio exterior).

www.netjen.com.br



Crédito Privado

O avanço do crédito privado no agronegócio ganhou novo peso em 2026. De janeiro a maio deste ano, os FIDCs captaram R\$ 41,7 bilhões no mercado de capitais, com alta de 36,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. No mesmo ambiente, os Fiagros também ganharam tração como instrumento de financiamento ligado ao campo: a indústria alcançou R\$ 47,7 bilhões em patrimônio líquido em março de 2025, de acordo com a CVM, após crescer 204% entre março de 2023 e março de 2025. A expansão ocorre em um momento em que o crédito oficial segue pressionado. Exemplo: o Plano Safra 2026/2027 destinou R\$ 525,1 bilhões à agricultura, registrando aumento nominal de 1,72% frente ao período anterior, abaixo da inflação acumulada no período. Para custeio e comercialização, foram reservados R\$ 384,9 bilhões, reforçando a busca de empresas do agro por estruturas mais ágeis, customizadas e menos dependentes das linhas bancárias tradicionais.

Financiamento bancário

Pedro Da Matta, CEO da Audax Capital, explica que o crescimento do FIDC no setor agro é um reflexo da retração do crédito bancário: “A retração do crédito bancário fez com que muitas empresas agropecuárias, especialmente no Centro-Oeste, passassem a explorar alternativas de crédito mais ágeis e customizadas. O FIDC permite que elas usem seus próprios recebíveis como lastro, trazendo maior flexibilidade e controle sobre a estrutura de financiamento”. O modelo tem ganhado espaço porque permite que empresas agropecuárias busquem estruturas de financiamento alinhadas ao ritmo e ao porte da operação, sem depender de condições que muitas vezes não acompanham a velocidade do setor.

B3/Formação

O mercado financeiro exige cada vez mais conhecimento, preparo e capacidade de interpretar diferentes cenários. É com essa proposta que a B. Trader, instituição de educação voltada para cursos e treinamentos no mercado financeiro, e a Boa Brasil

A reputação da sua empresa está sendo construída ou colocada em risco todos os dias?

Danielle Chaia (*)

Mesmo com bons produtos e resultados, uma empresa pode perder rapidamente sua credibilidade diante de uma crise mal gerenciada. Isso porque a reputação é um ativo estratégico que sustenta a confiança e influencia clientes, investidores e talentos.

Antes associada à Comunicação e ao Marketing, a reputação hoje é um ativo estratégico que influencia decisões de compra, atrai investidores, retém talentos e fortalece a confiança dos públicos.

Charles Fombrun (1996), considerado o pai da reputação corporativa moderna, define como a percepção construída pelos stakeholders a partir das ações passadas e das expectativas futuras em relação à empresa. Em outras palavras, reputação é o resultado da coerência entre discurso, comportamento e entrega.

Esse é um ponto que merece atenção. Empresas administram não apenas produtos e serviços, mas expectativas. Quando frustradas, tornam-se riscos reputacionais.

Os riscos reputacionais podem surgir de decisões antiéticas, comunicação inadequada, lideranças despreparadas ou crises mal gerenciadas, gerando perdas financeiras e, sobretudo, de credibilidade.

O caso da Volkswagen, em 2015, demonstra esse impacto: a manipulação de testes de emissões provocou multas, perda de valor de mercado e um profundo desgaste reputacional decorrente da quebra de confiança.

Embora não evite crises, uma reputação sólida facilita a recuperação da credibili-

dade, pois gera confiança e o benefício da dúvida para corrigir falhas e preservar sua credibilidade perante a opinião pública.

Construir reputação exige estratégia. O primeiro passo é compreender que ela não pertence exclusivamente à área de Comunicação. Cada decisão da liderança, atendimento ao cliente, política de recursos humanos e posicionamento institucional contribuem para fortalecer — ou não — a percepção sobre a empresa.

Na prática, isso exige cumprir promessas, comunicar-se com transparência, fortalecer uma cultura ética, ouvir stakeholders, monitorar riscos e preparar líderes.

Segundo o *Global RepTrak 100* (2024), empresas com melhor reputação conquistam mais confiança, atraem talentos e influenciam positivamente a intenção de compra. A reputação, portanto, tornou-se uma vantagem competitiva.

No fim, nenhum investimento substitui a confiança. Ela é construída diariamente por meio de decisões coerentes, comunicação transparente e responsabilidade com todos os stakeholders. Sua reputação está sendo gerenciada ou apenas testada?

Referências – FOMBRUN, Charles J. *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Harvard Business School Press, 1996.

REPTRAK COMPANY. *Global RepTrak 100 – 2024* - ranking anual produzido pela The RepTrak Company que elege as 100 empresas com melhor reputação corporativa no mundo.

(*) Danielle Chaia é especialista em Comunicação Empresarial; Relações Públicas, Docente e Consultora.



Governança / Carreira

Receber o título de gerente, supervisor ou coordenador não significa, por si só, ocupar um cargo de confiança. Pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), esse enquadramento somente é válido quando o empregado exerce efetivos poderes de gestão e recebe remuneração de, no mínimo, 40% superior ao salário do cargo efetivo. Caso contrário, ele pode ter direito ao pagamento de horas extras, explica a advogada especialista em Direito do Trabalho, Ana Luiza Santos, do escritório Ferreira & Chaves Advogados. Segundo a especialista, ainda é comum que empresas atribuam nomenclaturas de cargos de liderança sem que o profissional tenha a autonomia exigida pela legislação. “O nome do cargo, por si só, não transforma um empregado em ocupante de cargo de confiança. A caracterização depende do exercício efetivo de poderes de gestão”, sublinha.

Motorista/Crédito

Neste 25 de julho é celebrado o Dia do Motorista, profissão essencial para o funcionamento da economia e para a mobilidade da população. Seja transportando passageiros, cargas ou realizando entregas, milhares de profissionais do volante movimentam diariamente o Estado de São Paulo. E aí vai uma dica: para quem deseja empreender ou conquistar uma vaga no mercado de trabalho, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico oferece apoio por meio do Banco do Povo Paulista (BPP), dos Postos de Atendimento ao Trabalhador (PATs) e da plataforma Trampolim. Para quem pretende investir no próprio negócio, o Banco do Povo oferece linhas de microcrédito com condições facilitadas para micro e pequenos empreendedores, no valor de R\$ 200 a R\$ 21 mil, com taxas de juros abaixo das praticadas pelo mercado e prazo de pagamento com até 90 dias de carência.

Economia Criativa

Embora o setor de eventos viva um momento histórico de crescimento com consumo recorde de R\$ 25,3 bilhões no primeiro bimestre de 2026, segundo a Associação Brasileira dos Promotores de Eventos (ABRAPE), os bastidores mostram uma realidade menos otimista para quem produz projetos culturais independentes. A alta dos aluguéis comerciais em São

Paulo, o aumento dos custos operacionais, a valorização dos cachês e a concentração de investimentos em grandes festivais vêm pressionando a sustentabilidade financeira dessas iniciativas. A partir desse cenário, a empresa [M]EIO desenvolveu proposta que discute uma mudança importante na economia da cultura: produzir deixou de ser apenas um desafio criativo e passou a exigir uma lógica de gestão semelhante à de qualquer outro negócio. Esse é o ponto de inflexão!

Crédito Rural

Cerca de 15% do crédito rural público concedido no Brasil entre 2019 e 2025 foi destinado a imóveis rurais que apresentam alertas de desmatamento ou degradação da vegetação nativa. Segundo a nova edição do Monitor do Crédito Rural, lançada pelo MapBiomass, foram identificadas 831 mil operações de financiamento nessas condições, que somam R\$ 92,4 bilhões. Por meio de levantamento feito, apurou-se que mais de 400 instituições financeiras operam crédito rural no país, sendo cinco delas a concentrar 60% do volume total financiado: Banco do Brasil, Banco do Nordeste, Banco da Amazônia, Sicredi e Banrisul. No período analisado, o crédito rural público somou R\$ 613,18 bilhões. O Banco do Nordeste realizou o maior número de operações (equivalente a 56% do total entre 2019 e 2025). Neste mesmo período, o Banco do Brasil lidera em valores financiados, com R\$ 306 bilhões (com Agência Brasil).

ONU e a Machosfera

A ONU Mulheres e o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) lançaram um guia com orientações às famílias sobre os perigos da exposição de meninos e jovens à chamada “machosfera”, espaços nas redes focados na masculinidade e que promovem a misoginia (ódio, aversão e desprezo contra mulheres e meninas). Chamado de “*No Mesmo Time: Guia de Conversa para Pais e Responsáveis*”, o guia explica o que é a machosfera, como funciona etc. “A machosfera é um desafio de toda a sociedade, com consequências reais para a segurança e a liberdade de mulheres e meninas. Este guia nasce para dizer aos pais e responsáveis que eles não estão sozinhos e que não precisam ter todas as respostas”, afirma Gallianne Palayret, representante da ONU Mulheres no Brasil (com informações do Unicef).