

## Primeira página

### O sabor da saudade à venda

A Westchester fatura bem levando farinha, feijão ou goiabada aos EUA

As pequenas e médias empresas respondem hoje, por apenas 10% das exportações brasileiras. Mas o potencial de crescimento dessa participação é enorme. O brasileiro Aloysio Vasconcellos, presidente da **Westchester International Corporation**, sabe disso. De seu escritório em Coral Springs, na Flórida (EUA), ele prospecta oportunidades de negócios nos Estados Unidos para empresários no Brasil, em sua maioria empresas de pequeno porte sem estrutura própria no exterior.

O trabalho de Vasconcellos, executivo do Citibank, há 15 anos residente nos Estados Unidos, vai além de uma simples representação do cliente lá fora. É como se ele mesmo fosse o próprio exportador, “num trabalho de consultoria que cobre todas as etapas do processo de exportação: desde a identificação do importador, dos canais de distribuição da mercadoria, até a identificação das exigências das legislações locais e o desembaraço das papeladas de comércio exterior”, explica Vasconcellos, que movimentava por ano US\$25 milhões em exportações brasileiras para o mercado americano. A Westchester começa agora a atuar também na Europa.

O nicho de mercado da Westchester nos EUA é amplo, tendo como alvo principal a comunidade de brasileiros no país que integra o “mercado da saudade”, como denomina Vasconcellos, composto por produtos típicos do Brasil. “São produtos étnicos de diferentes segmentos, como alimentos e

bebidas, perfumaria, higiene pessoal”, diz o empresário. Já estão feijões, fubá de milho, alfazema, cafés especiais, que somam a requeijões, goiabadas, guaraná, doces de leite – os campeões da procura por brasileiros saudosos no exterior.

#### EXPORTAÇÕES

Segundo estatísticas locais, são mais de 1,7 milhão de brasileiros nos EUA, sendo 300 mil deles no estado da Flórida. Não é à toa, porquanto, que a Câmara do Comércio Brasil-Flórida está em expansão, e acabou de abrir um novo comitê voltado particularmente para os municípios de Palm Beach e Broward, no mesmo estado. Calcula-se em US\$34 bilhões o Produto Interno Bruto (PIB) dos brasileiros na América. Soma-se a isso, a comunidade de latinos em geral, residentes nos EUA, e que também são sensíveis aos apelos de produtos brasileiros.

O grupo brasileiro Caramurú é tradicional no setor exportador de soja, mas é estreante no mercado norte-americano com a linha de produtos Sinhá, onde incluem-se farináceos de milho, óleos vegetais especiais (girassol, canola e milho). O presidente da Caramurú, César Borges de Sousa, recorreu a Westchester para colocação de seus artigos. “Num primeiro momento olhamos para o mercado representado pela comunidade brasileira que já conhece a linha de produtos da Sinhá, comercializada no Brasil”, disse Borges de Sousa. O grupo

Battistella, do setor madeireiro, também engrossa a clientela da Westchester, disposta a abocanhar maiores fatias do mercado internacional de madeiras serradas e compensadas. O presidente-executivo da empresa, Odelir Battistella, disse que o seu objetivo é a exportação “porta a porta”, com entrega direta ao importador final. Para isso, utiliza a estrutura comercial da Westchester, que passa, assim, a funcionar como uma espécie de filial da Battistella, viabilizando a colocação de seus produtos em entreposto nos Estados Unidos, o que permite a pronta entrega ao cliente.

“É uma espécie de transferência de estoques para perto do importador, que, muitas vezes, não pode esperar o timing dos navios que partem com mercadoria do Brasil”, disse o executivo da empresa, que exporta até US\$1,5 milhão de produtos de Madeira por mês.

Com faturamento de cerca de US\$65 milhões por ano, a Battistella está prospectando mercado nos EUA para vendas, também de geradores de energia, produzidos pela Maquigeral, outra empresa do grupo. Para isso, a Westchester desenvolve trabalhos de levantamento das regras de certificação no mercado norte-americano.