

Opinião

Westchester e a gestão de exportações

A Westchester International nasceu em 1989 para cumprir um papel até então inédito no comércio entre o Brasil e os Estados Unidos. Ela é uma empresa de gestão de exportações, isto é, funciona como um departamento internacional para as empresas que exportam do Brasil para o exterior. Seu principal executivo – e sócio controlador – é o advogado Aloysio Vasconcellos, 59, que há 15 anos deixou o Citibank, em New York para se dedicar a esta atividade.

Formado em Direito pela então Universidade do Brasil, no Rio de Janeiro, Aloysio foi buscar especialização através de MBA em Administração Internacional na American Graduate School of International Management (Thunderbird), no Arizona, Estados Unidos, em 1970. Aloysio teve experiências profissionais também na Xerox-USA e Esso, antes de ir para o Citibank,



trabalhar na área internacional. Depois de quatro anos, foi transferido para Nova York, onde criou uma unidade corporativa dentro do private bank: “Foi uma experiência muito rica esta de cuidar de grandes fortunas”, conta ele.

A Westchester não é apenas uma empresa de consultoria. “Nós somos o departamento internacional de qualquer exportador, porte médio ou pequeno, que tenha interesse em exportar para os Estados Unidos e necessite montar uma estrutura para tal”, explica Aloysio.

O ineditismo da operação por parte da Westchester está no seu grau de envolvimento com a operação de venda externa.

“Em primeiro lugar, fazemos um estudo de viabilidade econômica. Significa pesquisa prática e objetiva para saber se determinado produto tem chances de ganhar mercado lá fora”, diz o presidente da Westchester.

Este estudo envolve qualidade do produto, preço, e qual mercado (regional, por exemplo) ele tem chances de atingir. Envolve ainda toda a logística – transporte, armazenagem, distribuição – a parte financeira (créditos, financiamentos, descontos bancários), a comercial (escolha dos distribuidores que venderão o produto ao importador final), jurídica porque a legislação norte-americana é rígida e complexa, e fiscal.

“Significa”, continua Aloysio, “que o exportador brasileiro se torna um verdadeiro *player* no mercado norte-americano. Se ele tiver interesse, a Westchester acaba se tornando a empresa dele nos

Estados Unidos, com toda a infraestrutura necessária para lá operar. E nós fornecemos ao cliente, semanalmente, relatórios gerenciais sobre toda a operação, desde a saída da porta da fábrica, aqui no Brasil, até a porta do comerciante, nos Estados Unidos”. Ou seja, o exportador brasileiro tem o controle direto do canal de distribuição, além de operar com menores custos financeiros, constante fluxo de crédito, independentemente do clima financeiro da relação comercial Brasil – USA e, certamente, longe do alcance dos altos juros cobrados no Brasil.

Hoje, por exemplo, a Westchester administra quatro centros de distribuição de produtos brasileiros estocados em armazéns localizados no território norte-americano. “Nós não temos concorrentes”, garante Aloysio, “porque somos os únicos a oferecer uma operação porta à porta englobando todos os estágios da exportação. E tudo isso a um preço vantajoso. Nós cobramos por hora trabalhada; custos totais / anuais, incluindo todos serviços prestados pela Westchester, não mais do que o equivalente a 2% do valor da operação de exportação da empresa”, afirma. Ao contrário das

tradings cujo custo varia de 4% a 10%.

Outra diferença, cita Aloysio: “Conosco, o exportador passa de comprador (quando opera com uma trading) a vendedor.

Algumas experiências têm demonstrado a importância de um apoio como este oferecido pela Westchester. Se um determinado produto apresentar defeito que provoque a recusa por parte do importador, ele pode ser negociado no mercado secundário, concedendo um desconto palatável ao exportador. Sem o apoio de uma infraestrutura como da Westchester, o exportador brasileiro é obrigado a conceder grandes vantagens a um intermediário norte-americano, para escapar do prejuízo total. “Enquanto negociamos diretamente no mercado secundário, em favor de nosso cliente, o exportador, este tem chances de fazer uma nova entrega da mercadoria sem o defeito anterior, e com isso evitar perdas maiores financeiras e, principalmente, manter o relacionamento comercial”, diz Aloysio.

Para 2004, os planos são os seguintes: abrir um

escritório na Europa para acompanhar os clientes que estejam dirigindo suas vendas também para este continente; concretizar formas criativas de financiamento à exportação para esses clientes e, por fim, iniciar um processo na direção contrária em relação aos Estados Unidos, isto é, oferecer a exportadores médios e pequenos norte-americanos a mesma infraestrutura e apoio para vender no Brasil.

“Nós temos uma política muito transparente”, garante Aloysio, “trabalhamos apenas com uma empresa de cada setor para não haver conflito de interesses”.

...