



GUIA DE EXPORTAÇÃO PARA EMPRESAS 2022



ÍNDICE

1. POR QUE EXPORTAR?	04
1.1. Mentalidade Exportadora	05
1.2. Os Benefícios da Exportação	06
1.3. Perspectivas Brasileiras na Economia Mundial	08
2. PARA QUEM EXPORTAR?	11
2.1. Identificando Mercados e Adaptando-se a Eles	12
2.1.1.1. Faça Pesquisa de Mercado	12
2.1.1.2. Participe de Feiras Internacionais	13
2.1.1.3. Frequente Rodadas de Negócio	14
2.1.1.4. Atenção na Escolha de Representantes no Exterior	14
2.2. As Exportações do Brasil com o Mundo	16
3. COMO EXPORTAR?	20
3.1. Plano de Exportação	21
3.2. Implementação	22
3.2.1.1. Tipos de Exportação	22
3.2.1.2. Procedimentos Administrativos da Exportação	24

4. COMO PRECIFICAR?	26
4.1. Formação de Preços na Exportação	27
4.1.1.1. Tratamento Tributário:	27
4.1.1.2. Competitividade do Preço:	28
4.2. Modelo de Formação de Preços	29
5. MODALIDADES DE PAGAMENTO NA EXPORTAÇÃO	31
5.1. Pagamento Antecipado	32
5.2. Remessa Direta ou Sem Saque	32
5.3. Cobrança Documentária	33
5.4. Carta de Crédito	33
6. REGRAS GERAIS DO COMÉRCIO INTERNACIONAL	35
6.1. Sistema Harmonizado (SH) e Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM)	36
6.2. Incoterms	36
6.3. Drawback	38
6.4. Certificações e Padrões de Qualidade	38
7. CHECKLIST E ETAPAS DA EXPORTAÇÃO	40
7.1. Negociação	41
7.2. Efetivação da Venda	41
7.3. Embarque	42
7.4. Remessa	42

POR QUE EXPORTAR?



1- POR QUE EXPORTAR?

Houve um tempo em que era possível pensar em economia e mercado como algo fechado dentro dos limites nacionais. Empresas de todos os portes e setores produzindo e se integrando a partir das necessidades de consumo internas. Mas, em um mundo altamente integrado economicamente através da globalização, essa visão está ultrapassada.

No mundo de hoje, as barreiras comerciais foram superadas, empresas se globalizaram e as economias nacionais se integraram. Diante desse cenário, o empresário brasileiro, independente do porte de sua empresa, deve olhar para fora do país com a mesma visão empreendedora que possui em relação ao mercado interno. Deve observar o mercado consumidor externo como a possibilidade de maximizar suas oportunidades e ganhos. E é aí que entra a Exportação como catalizadora desse processo de crescimento.

1.1 MENTALIDADE EXPORTADORA

Em um mundo altamente globalizado, as empresas brasileiras sofrem com a concorrência estrangeira em seu próprio território, uma vez que o comércio tem sido cada vez mais liberalizado. Apesar do aumento dessa concorrência impor novos desafios ao empresário brasileiro, também possibilita grandes oportunidades para aqueles que souberem se inserir de forma inteligente em novos mercados. Ou seja, aqueles que possuírem uma mentalidade exportadora.

A exportação, além de se configurar como uma forma de sobrevivência nesse cenário, possibilita que empresas de todos os portes sejam beneficiadas por um mercado muito maior para seus produtos, assim como diminui a dependência e vulnerabilidade em relação às condições da economia

brasileira, bem como permite ganhos em uma moeda muito mais forte do que o real: o dólar americano.

Mas é preciso ter em mente que começar a exportar não é tão simples e que o empresário vai se deparar com uma série de desafios - como encontrar importadores, choques culturais, legislações diferentes, dentre outros - que podem ser desencorajadores para quem não tiver espírito empreendedor nem visão de médio e longo prazo.

Para iniciar essa empreitada, é essencial ter uma mentalidade exportadora, uma visão internacional para seu produto, assim como um planejamento estratégico bem feito que foque nos ganhos futuros desse investimento. Não se pode ver a exportação como uma medida de emergência quando o mercado interno estiver passando por turbulências e suas vendas estiverem em baixa. A exportação não é uma medida paliativa.

É necessário que a empresa e seus profissionais sejam criativos e hábeis na superação de desafios, sobretudo frente à grande competição que existe no mercado internacional e sua cobrança por profissionalismo e comprometimento. Mas, para todo bom empreendedor, os desafios são as principais portas para a inovação e maximização de ganhos. E os benefícios podem ser muitos para aqueles que decidirem sair da zona de conforto e exportar.

1.2 OS BENEFÍCIOS DA EXPORTAÇÃO

Como já mencionamos, exportar pode ser muito benéfico para empresas de todos os portes. Mas que benefícios são esses? Listamos alguns que podem incentivar você a desenvolver uma cultura exportadora.

- Diminuição de riscos: uma vez que a empresa ganha novos mercados, não é mais dependente e inteiramente sujeita às instabilidades e ao ritmo de crescimento da economia e mercado brasileiros;
- Economia de escala na produção: com o aumento da cartela de clientes, isto é, do número de consumidores, é possível reduzir o custo unitário de produção, ganhando competitividade e maximizando lucros;
- Superação da sazonalidade: muitas empresas apresentam quedas em suas vendas de acordo com as estações do ano, assim, uma vez que essas empresas tenham acesso a outros mercados, seus produtos encontrarão consumidores em diferentes épocas do ano;
- Progresso técnico: tendo em vista a maior competição no mercado internacional, empresas exportadoras estão mais sujeitas à inovação tecnológica, bem como ao progresso em seus processos de gestão e de produção do que empresas que não exportam, tornando-se, assim, mais competitivas;
- Vendas em moeda forte: as transações internacionais, incluindo as exportações, são efetuadas através do dólar americano, moeda mais forte, estável e valorizada do que o real, possibilitando que a empresa acumule divisas e tenha maiores ganhos;
- Baixa carga tributária: atualmente as exportações contam com a desoneração tributária dos seguintes impostos e contribuições sociais: Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS), Programa de Integração Social (PIS), Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PASEP) e Imposto sobre Operações Financeiras (IOF). A menor carga tributária reduz os custos e aumenta a competitividade do produto no mercado internacional;
- Adiantamento de receitas: existem dois mecanismos que possibilitam que o exportador tenha o seu pagamento

antecipado para até mesmo antes do início da fase de produção: o Adiantamento sobre Contrato de Câmbio (ACC) e o Adiantamento sobre Cambiais Entregues (ACE).

Além desses benefícios, o governo brasileiro também conta com programas de financiamento e incentivos fiscais e financeiros à exportação. Outro fator que tem facilitado o início da exportação em muitas empresas é a desburocratização da operação, através de mecanismos como o Portal Único e o Radar Simplificado.

As vantagens em exportar são numerosas, mas a exportação exige que a empresa esteja preparada para dar conta do aumento da demanda de seus produtos. Também é muito importante que o empresário esteja sempre atento e informado sobre questões internacionais e locais de onde possua negócios.

Pensando nisso, preparamos uma breve exposição das perspectivas futuras para o Brasil no atual cenário internacional.

1.3 PERSPECTIVAS BRASILEIRAS NA ECONOMIA MUNDIAL

Verdade seja dita, é impossível estar completamente preparado e ciente de todos os acontecimentos mundiais que podem influenciar o Brasil e, principalmente, a sua empresa. Acompanhar sites, jornais e analistas internacionais pode facilitar em muito a vida do empresário que deseja estar o mais informado possível.

Além disso, alguns acontecimentos e temas merecem maior atenção das empresas, sobretudo os acordos comerciais bilaterais entre o Brasil e outro país, bem como com blocos econômicos que podem gerar muitas oportunidades de negócio para o empresário que exporta. Nesse tema, nenhum acontecimento tem sido mais promissor que o acordo comercial entre a União Europeia e o MERCOSUL (bloco econômico do qual o Brasil faz parte).

comercial entre a União Europeia e o MERCOSUL (bloco econômico do qual o Brasil faz parte).

O acordo, que foi assinado em junho desse ano após duas décadas de negociação, visa à liberalização comercial entre os dois blocos, podendo constituir-se em uma das maiores áreas de livre comércio do mundo. Em linhas gerais, a iniciativa prevê a liberalização tarifária de até 92% das exportações dos países do MERCOSUL destinadas à União Europeia. Para o setor exportador industrial, as perspectivas são ainda mais positivas, com a possibilidade de liberalização de até 100% do comércio industrial com o bloco europeu em até 10 anos. As principais vantagens do acordo para os exportadores brasileiros são:

- Liberalização tarifária de 92% de todas as exportações do MERCOSUL e 100% do comércio industrial;
- Desburocratização nos trâmites operacionais do comércio exterior, como a priorização de processos eletrônicos, reduzindo custos e tempo;
- Autocertificação de origem baseada em declaração do próprio exportador, a entrar em vigor em até 5 anos, após ratificação do acordo;
- Permissão da acumulação bilateral de origem, uso de drawback e regimes de isenção nas exportações entre os blocos;
- Acesso a um mercado consumidor de aproximadamente 780 milhões de pessoas – incluindo os países do MERCOSUL e da União Europeia.

Esses são alguns dos muitos benefícios do acordo para o exportador brasileiro. No entanto, você deve estar pensando que, sendo um acordo de benefício mútuo, as empresas estrangeiras também terão maior facilidade em inserir-se no mercado interno brasileiro. Esse pensamento está

completamente correto! Logo, os empresários devem estar atentos à concorrência internacional e prepararem-se, através de investimentos em tecnologia e inovação, para tornarem-se mais produtivos e competitivos.

Mas não se assuste! O acordo prevê uma liberalização maior da União Europeia frente à entrada de produtos industriais do MERCOSUL - 100% - do que a liberalização à entrada dos produtos europeus no bloco sul-americano - 92%. Logo, as empresas brasileiras que se prepararem para exportar estarão em maior vantagem e poderão ter grandes ganhos com o acordo.

Além do acordo com a União Europeia, atualmente o Brasil encontra-se em negociação de um acordo econômico com os Estados Unidos que pode trazer ganhos, econômicos, financeiros e comerciais, para o país e seus empresários futuramente. Outro acontecimento muito relevante para as empresas brasileiras foi a reativação da Comissão Sino-Brasileira de Alto Nível, em janeiro de 2019, visando à retomada de maior integração econômica entre Brasil e China. Vale ressaltar que, dentro da comissão, está o Conselho Empresarial Brasil-China que se dedica exclusivamente à promoção mútua do comércio e investimento entre os países, beneficiando os empresários brasileiros e chineses.

Logo, existe um promissor cenário internacional para o Brasil e para os empresários brasileiros, com potencial comercial para estes em diferentes e relevantes localidades do mundo, assim como o acesso a grandes mercados consumidores para seus produtos.

PARA QUEM EXPORTAR?



2 PARA QUEM EXPORTAR?

Falando em potenciais mercados consumidores, um dos pontos mais importantes é a definição de para onde exportar. Essa escolha é extremamente sensível para o sucesso da empreitada de exportar, a definição do mercado errado pode causar grandes prejuízos para a empresa.

Por isso, alguns pontos merecem maior atenção do empresário e sua equipe para o sucesso do projeto, dentre eles: pesquisa de mercado bem realizada e detalhada, participação em eventos de negócios internacionais e atenção às exigências do cliente estrangeiro.

2.1 IDENTIFICANDO MERCADOS E ADAPTANDO-SE A ELES

Escolher para quem exportar não pode ser definido sem antes uma análise dos próprios produtos e serviços da empresa. É preciso que a empresa defina qual ou quais de seus produtos podem atender à demanda real de um cliente estrangeiro. Sem essa análise, em conjunto com reflexão da maturidade do produto dentro do mercado interno, a exportação pode se tornar um fiasco e abalar a empresa financeiramente.

Sabendo desse desafio inicial, elencamos alguns passos e ações que as empresas devem e podem tomar para que a exportação seja o início de uma nova fase de expansão de ganhos financeiros.

2.1.1.1 FAÇA PESQUISA DE MERCADO

A pesquisa de mercado é uma fase fundamental para o sucesso da exportação. Em um mundo altamente integrado onde a

competição é global, saber quem são seus potenciais clientes e quem são seus concorrentes pode fazer todo o diferencial.

Logo, a pesquisa de mercado deve analisar potenciais mercados, isto é, onde existe uma demanda pelos produtos da sua empresa, assim como quais são os países e empresas que vendem o mesmo produto que o seu e por qual preço, para esse mercado.

Sua pesquisa também deve atentar para os hábitos de consumo, as características culturais e as exigências técnicas do país. Desta forma, não haverá problemas para a entrada e o consumo do seu produto.

2.1.1.2. PARTICIPE DE FEIRAS INTERNACIONAIS

Uma ótima forma de mapear potenciais clientes estrangeiros é participando de feiras e eventos internacionais. Como regra geral, essas feiras são setoriais, facilitando a escolha do empresário sobre qual participar. Uma vez que o objetivo das feiras é promover negócios, elas são um ótimo palco para a promoção e divulgação do seu produto, assim como o ambiente propício para ter contato pessoal com potenciais compradores.

Participar de feiras estrangeiras pode demandar recursos iniciais de que sua empresa não dispõe, uma vez que engloba gastos com viagens internacionais, hospedagem, etc. Por isso, a participação de feiras internacionais brasileiras é uma ótima alternativa para quem está começando a exportar!

Não se esqueça de levar cartões de visita, folders, portfólio ou catálogo de produtos para esses eventos. Também é essencial que a equipe esteja apta a negociar e prospectar, então invista no inglês!

2.1.1.3. FREQUENTE RODADAS DE NEGÓCIO

Rodadas de negócio ocorrem, em geral, ao longo das feiras internacionais, mas também podem ser organizadas separadamente. Como elas consistem em encontro pré-agendados entre vendedores e potenciais compradores, as chances de fazer negócio são muito altas!

Esse tipo de evento costuma ser setorial, com mapeamento prévio dos organizadores, tendo como principal objetivo justamente a promoção de negócios, parcerias e intercâmbios técnicos entre empresários.

Pesquise as rodadas de negócio que contemplam o setor de atuação da sua empresa e esteja preparado para negociar e fechar acordos comerciais!

2.1.1.4 ATENÇÃO NA ESCOLHA DE REPRESENTANTES NO EXTERIOR

Ao se inserir no mercado estrangeiro, é importante ter cuidado na escolha de representantes, sejam agentes de exportação ou empresas distribuidoras. Para que tudo ocorra bem, cuidados, como a elaboração de um contrato com direitos e deveres de ambas as partes e as condições de preço e pagamento, devem ser tomados.

Também é importante registrar sua marca no país de destino e, no caso de inovações, patentear o produto para evitar que distribuidores e concorrentes ajam de má fé.

Essas ações são essenciais para que sua empresa comece a exportar de forma planejada e estratégica. Mas existem alguns pontos que merecem especial atenção para que seu produto tenha maior aceitação no mercado de destino:

- **Diferenças culturais:** a atenção às diferenças culturais não pode se resumir ao processo de negociação com os clientes estrangeiros. É essencial que a pesquisa de mercado verifique a existência de hábitos e costumes locais que influenciem o consumo do seu produto.
- **Cuidado com o nome:** em algumas culturas e idiomas, palavras de mesma grafia possuem significação distinta, por isso verifique se sua marca, na língua local, possui conotação negativa ou pejorativa. O mesmo deve ser verificado quanto a logotipos, símbolos e imagens associados ao seu produto.
- **Embalagem:** seguindo a mesma linha, a embalagem deve ser idealizada de acordo com os padrões de consumo locais. Além da verificação de símbolos com significações distintas, é importante analisar quais formatos e qual design possuem maior aceitação local.
- **Canal de distribuição:** a escolha do canal de distribuição deve visar ganhos de competitividade em logística, além da confiabilidade dos representantes estrangeiros na distribuição e na prestação de assistência técnica, caso necessário.
- **Preço:** item mais sensível da lista e do processo de exportação em si, o preço pode ser o responsável pelo sucesso do seu produto no exterior. Por isso, estude o preço de concorrentes que atuam no local, assim como diferenças de câmbio e regimes tributários locais.

Assim, além de identificar mercados e potenciais clientes, é essencial que você estude os hábitos de consumo do país de destino e busque adaptar o seu produto tanto às exigências dos consumidores quanto às legais do local.

2.2 AS EXPORTAÇÕES DO BRASIL COM O MUNDO

Como informamos, uma etapa fundamental do processo de exportação é a pesquisa de mercado. Mas até mesmo colocá-la em prática pode ser desafiante, se desconhecemos completamente os principais produtos e destinos das exportações do Brasil. Pensando nisso, reunimos algumas informações que podem ajudar a direcionar sua pesquisa de mercado.

Ao pensar em parceiros comerciais brasileiros e destinos importadores, talvez alguns nomes já surjam em sua cabeça, como China e Estados Unidos. Mas qual o peso desses países para os exportadores brasileiros? Quais os outros mercados? Alguns nomes na tabela abaixo podem te surpreender:

TOP 10 DESTINOS DE EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS			
Posição	Importadores	Valor exportado em 2018	% nas Exportações totais do Brasil em 2018
1º	China	\$ 64.205.647.000,00	26.8
2º	Estados Unidos	\$ 29.132.910.000,00	12.1
3º	Argentina	\$ 14.951.217.000,00	6.2
4º	Países Baixos	\$ 13.068.031.000,00	5.4
5º	Chile	\$ 6.389.093.000,00	2.7
6º	Alemanha	\$ 5.214.590.000,00	2.2
7º	Espanha	\$ 5.150.784.000,00	2.1
8º	México	\$ 4.505.140.000,00	1.9
9º	Japão	\$ 4.334.337.000,00	1.8
10º	Índia	\$ 3.909.882.000,00	1.6
	Mundo	\$ 239.889.210.000,00	100

Tabela 1: Fonte - Trade Map, 2019

Como nossa tabela mostra, os principais destinos das exportações brasileiras são bem diversificados e englobam grandes mercados consumidores, sobretudo a China e a Índia. Uma grande surpresa é a presença dos Países Baixos (Holanda) na 4ª posição do ranking!

Mas, além dos principais destinos, é importante saber qual a participação de cada fator agregado – produtos básicos, semimanufaturados, manufaturados e operações especiais – no total das exportações brasileiras para o mundo.

Valor adicionado às Exportações em 2018 (US\$ Bi)

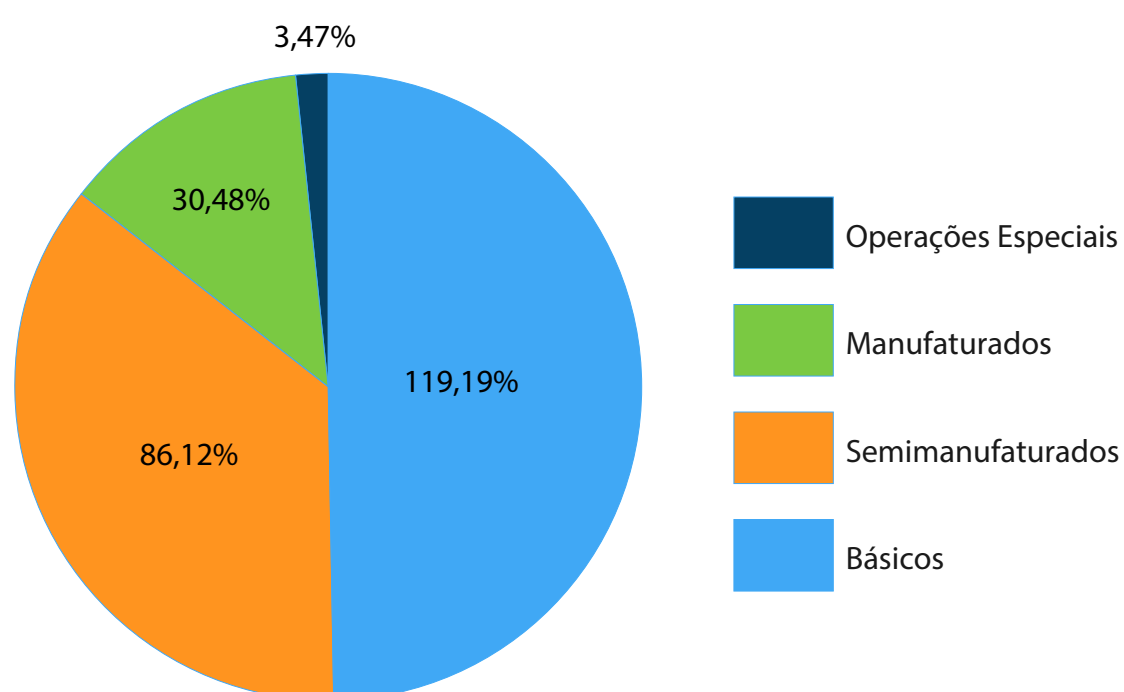


Figura 1: Fonte - Comex Vis - MDIC, 2019

É de conhecimento geral que o Brasil tem grande base exportadora no setor agropecuário e energético, responsáveis pelo percentual de 50% das exportações brasileiras em produtos básicos. Mas a participação de exportações de produtos manufaturados também é expressiva, chegando a 36% de todas as exportações do país no ano de 2018. Se somado aos produtos semimanufaturados, chega-se ao percentual de aproximadamente 49% das nossas exportações.

Pensando na escolha de mercados, é interessante que você saiba para quais continentes o país mais exporta e também o percentual de cada fator agregado nessas exportações. Esse recorte pode auxiliar você a identificar onde o seu produto encontraria maior potencial de exportação.

EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS POR CONTINENTE/REGIÃO EM 2018		
Continentes/Regiões	Valor adicionado às Exportações em 2018 (US\$ Bi)	Participação nas Exportações em 2018 (%)
Ásia	\$ 93,18	39%
América do Sul	\$ 35,17	15%
América Central e Caribe	\$ 5,67	2%
América do Norte	\$ 36,56	15%
África	\$ 8,10	3%
Europa	\$ 48,30	20%
Oriente Médio	\$ 9,77	4%
Oceania	\$ 0,69	0%
Total	\$ 237,42	100%

Tabela 2- Fonte: Comex Vis - MDIC, 2019

Valor adicionado às Exportações em 2018 (US\$ Bi)

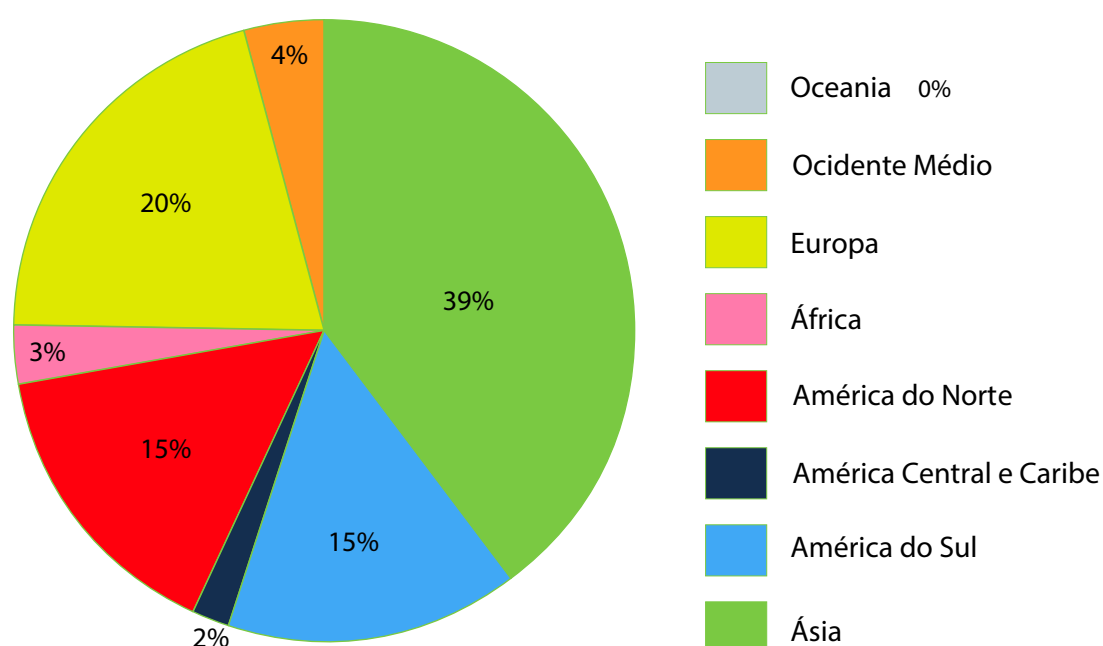


Figura 2: Fonte - Comex Vis - MDIC, 2019

PARTICIPAÇÃO DOS FATORES AGREGADOS NAS EXPORTAÇÕES PARA CONTINENTES/REGIÕES EM 2018 (%)				
Continentes / Regiões	Produto Básico	Produto Semimanufaturado	Produto Manufaturado	Operações Especiais
Ásia	79,7	11,7	8,6	0,0
América do Sul	17,8	2,6	79,3	0,3
América Central e Caribe	22,1	7,2	70,1	0,6
América do Norte	16,5	20,3	60,6	2,6
África	40,9	25,1	33,5	0,5
Europa	43,8	15,2	40,1	0,9
Oriente Médio	69,3	14,6	15,4	0,7
Oceania	18,4	5,0	76,2	0,4

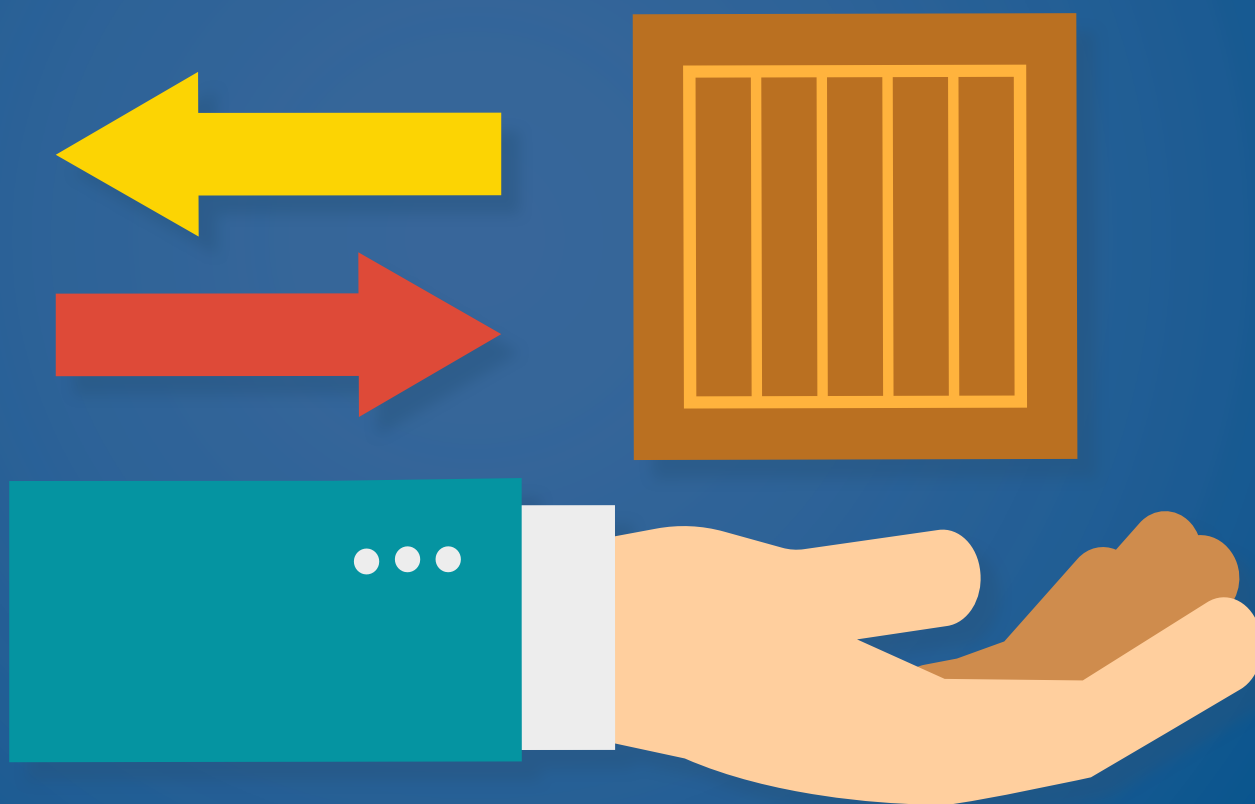
Tabela 3: Fonte - Comex Vis - MDIC, 2019

O gráfico nos permite ver que os principais destinos para onde se destinam as exportações estão na Ásia, na Europa e na América do Norte, respectivamente. Ao observar a tabela de participação dos fatores agregados, concluímos que, apesar da Ásia predominantemente importar produtos básicos, a Europa e América do Norte possuem elevados níveis de importação de produtos manufaturados brasileiros, 40% e 61% respectivamente.

Outra região de destaque nas exportações brasileiras é a própria América do Sul, com 15% de participação no total de exportações. Se o seu negócio tem foco em produtos manufaturados, a região merece especial atenção em sua pesquisa de mercado, pois quase 80% das exportações, em 2018, foram justamente em produtos manufaturados. Não se esqueça de que o Brasil faz parte do MERCOSUL, que liberaliza o comércio intrabloco com a redução e até mesmo a eliminação de tarifas.

Quando fizer sua pesquisa de mercado, tenha atenção a esses números e à existência, ou não, de acordos comerciais - com blocos e países - que facilitem a sua exportação, possibilitando a maior competitividade do seu produto no novo mercado e o sucesso de sua empreitada.

COMO EXPORTAR?



3- COMO EXPORTAR?

Após a pesquisa de mercado, que analisa a viabilidade da exportação em todos os aspectos, é necessário que a operação seja planejada e implementada. Assim, o processo pode ser visto da seguinte forma:



3.1 PLANO DE EXPORTAÇÃO

O Plano de Exportação nada mais é do que um plano de negócios direcionado para a exportação. Seu objetivo é estruturar a operação em suas diferentes etapas e atividades. Ele é essencial para que a empreitada ocorra de forma organizada e seja bem sucedida.

Um Plano de Exportação deve contemplar os seguintes tópicos:

- Identificação do produto a ser exportado;
- Metas de curto e longo prazos;
- Departamentos da empresa envolvidos na operação;
- Análise de mercado – potenciais clientes e concorrentes;
- Estratégias de marketing;
- Canais de distribuição;
- Preço internacional do produto;
- Plano de fabricação;
- Balanço Contábil da Empresa;
- Financiamentos externos;
- Alocação dos recursos internos e externos na operação.

Elaborar um Plano de Exportação permite a visualização de todas as etapas do processo, bem como de todos os departamentos da empresa envolvidos, além de reunir as informações obtidas na pesquisa de mercado, auxiliando o estabelecimento de metas e estratégias para o projeto. A partir do plano, você já pode começar a pôr em prática a exportação!

3.2 IMPLEMENTAÇÃO

Implementar consiste em pôr em prática todas as atividades necessárias para a exportação. O ponto de partida é a escolha do método de comercialização, isto é, do tipo de exportação, o que inclui todos os procedimentos administrativos, tais como o Registro de Exportador e Importador e Declaração Única de Exportação.

3.2.1.1. TIPOS DE EXPORTAÇÃO:

Existem duas alternativas de inserção no mercado internacional: a exportação direta e a indireta. Cada uma delas tem seus prós e contras, e a escolha de qual adotar depende muitas vezes da maturidade da empresa na exportação ou do seu porte.

- Exportação direta: é realizada pela própria empresa, logo, ela é responsável por todo o processo de exportação. A pesquisa de mercado, a comunicação com clientes, bem como os trâmites do comércio exterior, são todos realizados pela empresa. Ainda que ela contrate um trader – profissional especializado – configura-se como uma exportação direta.

Vantagens da Exportação Direta	Desvantagens da Operação Direta
Fortalecimento de seu nome e sua marca; Autonomia na busca de mercados e parceiros; Maiores lucros a longo prazo.	Necessidade de investimentos maiores e Know-how; Maior risco na operação; Mais lenta.

- **Exportação indireta:** a operação ocorre através de um intermediário, uma empresa estabelecida no Brasil que compra a mercadoria no mercado interno e depois a revende internacionalmente. Ainda que seja comprada internamente, é considerada uma exportação e responde à tributação das exportações. A Exportação Indireta pode ocorrer através de três tipos de intermediários: **trading companies, empresas comerciais exportadoras e através de consórcios/cooperativas.**

Vantagens da Exportação Indireta	Desvantagens da Operação Indireta
Mais rápida; Demanda menos recursos; Não necessita de know-how; Negociação em língua nativa.	Menor retorno financeiro no longo prazo; Dependência no processo de exportação; Menor afirmação do nome e da marca no exterior.

Se a sua empresa estiver iniciando o processo de exportação ou for de pequeno porte, a exportação indireta, principalmente a por formação de consórcio, pode ser a melhor alternativa, em vista da maior velocidade e dos riscos menores da operação.

3.2.1.2 PROCEDIMENTOS ADMINISTRATIVOS DA EXPORTAÇÃO

Nos trâmites do comércio exterior, existem alguns procedimentos iniciais, inerentes ao processo de exportação. Dentre eles o REI – Registro de Exportadores e Importadores e a DU-E – Declaração Única de Exportação.

- **Registro de Exportadores e Importadores (REI):** consiste no cadastro necessário para que empresas realizem operações de comércio exterior. Para pessoas jurídicas, esse registro é feito automaticamente na primeira operação realizada. Pessoas físicas, como microempreendedores individuais, necessitam solicitar o cadastro diretamente no Departamento de Operações de Comércio Exterior – DECEX.
- **Declaração Única de Exportação:** reunião de três documentos - a DE (Declaração de Exportação), o RE (Registro de Exportação) e a DSE (Declaração Simplificada de Exportação) - faz parte do Despacho Aduaneiro. Reúne todas as informações da mercadoria para acompanhamento e verificação da Receita Federal: informações do exportador e do importador; forma de importação; tipo de pagamento; meio de transporte; valor; peso; quantidade; nota fiscal; nomenclatura, dentre outros. Esse documento é preenchido no Portal Único do Siscomex¹.

¹ Para realizar operações de comércio exterior, por conta própria e ordem ou encomenda de terceiros, também é necessário que a empresa se habilite previamente no Portal Único do Siscomex.

Esses procedimentos são obrigatórios para que você consiga de fato exportar sua mercadoria. Apesar da recente desburocratização, com a introdução da DU-E, tais procedimentos ainda podem ser confusos, para uma empresa iniciante nas exportações ou uma que não possua um departamento/ profissional alocado na área. Mas não se preocupe! A Mainô pode ajudar a facilitar a sua exportação!

A começar pela nota de exportação, a Mainô já consegue emití-la de uma forma tão simples quanto criar um pedido de venda comum no seu dia a dia. Mas para ir além disso, a Mainô vem desenvolvendo com a sua equipe de Pesquisa & Desenvolvimento uma ferramenta para emissão da DU-e completamente integrada à gestão de estoque e vendas, o que evitará preenchimentos manuais e automatizará de uma vez por todas este processo. Para ser uma das primeiras exportadoras a utilizar esta funcionalidade quando ela for lançada, criamos uma lista de espera. Para se inscrever basta [clicar aqui](#).

COMO PRECIFICAR?



4 - COMO PRECIFICAR?

Precificar o seu produto para ser vendido no mercado internacional é a parte mais sensível do processo de exportação, uma vez que, ao mesmo tempo em que você deve atentar para a competitividade do preço frente os concorrentes, precisa observar os custos da operação e sua expectativa de lucro.

Por isso é importante que você esteja informado sobre todos os benefícios fiscais e financeiros, como financiamentos e isenção de impostos, que o governo dispõe aos exportadores.

4.1. FORMAÇÃO DE PREÇOS NA EXPORTAÇÃO

Em resumo, a formação de preços na exportação se dá a partir do preço de venda do produto no mercado interno, subtraindo-se os impostos incidentes sobre a venda interna, resultado ao qual se somam os custos exclusivos da operação da exportação e o lucro desejado.

Para a melhor precificação do seu produto no mercado internacional, é essencial que você leve em consideração no cálculo o **tratamento tributário** e a **competitividade do produto**.

4.1.1.1. TRATAMENTO TRIBUTÁRIO:

Quanto ao tratamento tributário, tanto a exportação direta quanto a indireta contam com a isenção ou não incidência dos seguintes tributos:

- IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados;
- ICMS - Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços;
- PIS/PASEP – Programa de Integração Social e Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público;
- COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social.

Além da desoneração, o direito ao crédito para a aquisição de insumos para a exportação é mantido:

“O tratamento fiscal das exportações brasileiras segue a prática mundial e busca a desoneração dos tributos indiretos sobre as exportações. Dessa forma, a Constituição Federal de 1988 definiu que não incidem sobre as exportações brasileiras o IPI (art. 153, §3º, III), o ICMS (art. 155, §2º, X, “a”) e as Contribuições Sociais e de Intervenção no Domínio Econômico, tais como o Programa de Integração Social e o Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público - PIS/PASEP e a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - COFINS (art. 149, §2º, I). Além de não incidirem sobre o faturamento das exportações, o exportador mantém o direito ao crédito gerado pela incidência desses tributos sobre a aquisição dos insumos empregados nos produtos exportados. Portanto, os valores correspondentes a esses tributos não devem compor o preço do produto final exportado.”

– Ministério da Economia, Indústria, Comércio Exterior e Serviços.

4.1.1.2. COMPETITIVIDADE DO PREÇO:

Ao inserir seu produto no mercado, lembre-se de que sua marca ainda é desconhecida, logo, para ganhar mercado, deve possuir um preço inferior ao de concorrentes já estabelecidos. Além disso, é importante saber as condições de exportação para o mercado escolhido, bem como qual a incidência de tarifas.

No cálculo do seu preço, você deve observar os custos internos de produção e os gastos com a operação de exportação em si, tais como despesas administrativas, custos de logística, impostos, dentre outros.

4.2. MODELO DE FORMAÇÃO DE PREÇOS

O cálculo do preço de exportação pode ser mais simples do que você imagina. Uma ótima forma de estimá-lo é através do modelo abaixo:

ITENS	VALOR
Preço Praticado no Mercado Interno	
(-) IPI	
(=) Preço no Mercado Interno sem IPI	
(-) ICMS	
(-) PIS	
(-) COFINS	
(-) Despesas Específicas de Mercado Interno	
SUBTOTAL 1	
(-) Lucro no Mercado Interno	
(+) Custos Adicionais de Produção para Exportação	
SUBTOTAL 2	
(+) Lucro Praticado no Mercado Externo	
(+) Despesas Específicas de Exportação	
Preço FOB sem Comissão do Agente de Vendas Externas	
(+) Comissão do Agente de Vendas Externas	
Preço FOB Final	
(/) Taxa do Dólar Comercial Compra	
Preço FOB de Lista	

Tabela 4- Fonte: SEBRAE, 2004

A base do cálculo é justamente o **preço que o seu produto tem no mercado interno**. A partir desse valor, você deve **subtrair todos os gastos internos**, como impostos (IPI, ICMS, PIS e COFINS), custos de comercialização interna e o **lucro interno**, obtendo o **valor de produção** do produto.

Depois, esse valor deve ser **somado ao lucro a ser adotado no mercado externo e aos custos da operação de exportação** – documentação, Imposto de Exportação (caso seja aplicável ao produto), logística interna, armazenagem, embalagem e despesas bancárias – obtendo-se o **valor em FOB²** do produto.

Depois disso, **basta somar ao custo da comissão do vendedor no exterior e fazer o câmbio do valor para o dólar!**

² FOB (Free on Board) é a modalidade de negociação de operação de comércio exterior em que as obrigações do vendedor, exportador, se encerram com a mercadoria embarcada no navio. Os custos de frete e seguro internacionais, nessa modalidade, são responsabilidade do comprador, importador.

MODALIDADES DE PAGAMENTO NA EXPORTAÇÃO



5. MODALIDADES DE PAGAMENTO NA EXPORTAÇÃO

A escolha da modalidade de pagamento determina em que momento o exportador receberá o pagamento pela mercadoria e sob quais condições. É importante que importadores e exportadores visem ao ganho mútuo na operação e que tomem alguns cuidados.

Para o importador, é necessário garantir a chegada da mercadoria sob as condições combinadas. Do outro lado, o exportador deve garantir o recebimento do pagamento de seus produtos, sendo importante verificar o renome do importador e suas condições financeiras.

Existem quatro modalidades de pagamento que variam de acordo com o grau de risco que será assumido pelo importador e pelo exportador: **Pagamento Antecipado, Remessa Direta ou Sem Saque, Cobrança Documentária e Carta de Crédito.**

5.1. PAGAMENTO ANTECIPADO

Nessa modalidade, o pagamento é feito pelo importador antes do embarque da mercadoria, beneficiando o exportador.

Assim que ocorre o embarque, é necessário que o exportador envie documentação original da exportação para o importador que desembarcará a mercadoria. Nesse caso, o risco é alto para o importador, sendo mais comum na exportação entre matriz e filiais.

5.2 REMESSA DIRETA OU SEM SAQUE

Nesse caso, o pagamento só é realizado pelo importador após o embarque da mercadoria e o recebimento dos documentos de exportação.

Logo, o risco é elevado para o exportador, uma vez que não há garantias do recebimento do pagamento, apenas a confiança no comprador. Por isso, também é mais comum entre empresas interligadas ou clientes tradicionais do exportador.

5.3 COBRANÇA DOCUMENTÁRIA

Regulamentada pela Câmara de Comércio Internacional (CCI), o pagamento ocorre após o embarque da mercadoria, mediante a emissão de “saque” ou “cambial” pelo exportador que será encaminhada para o banco do importador, em seu país de origem, juntamente com os documentos de embarque. O pagamento pode ser à vista ou a prazo, sendo preferencial a primeira opção para o exportador.

5.4. CARTA DE CRÉDITO

Também regulamentada pela CCI, é mais complexa e custosa do que as demais modalidades, sendo recomendada para operação de valores elevados. Nesse tipo de pagamento, o importador emite a carta de crédito em seu banco – banco emissor – em favor do exportador que só receberá o pagamento quando a documentação de exportação for conferida por seu banco – banco avisador. Este, por sua vez, enviará a documentação de exportação, necessária ao desembaraço aduaneiro, ao banco emissor que a encaminhará ao importador.

A Carta de Crédito ainda pode ser emitida com as seguintes características: **irrevogável, intransferível e confirmada.**

- **Contrato de Câmbio**

Em uma operação de comércio exterior, a venda ocorre geralmente em dólar e o exportador, brasileiro, recebe o pagamento em real. Para tal, o empresário realiza um Contrato de Câmbio com um banco que converterá a moeda estrangeira para real ou pode ocorrer a mediação de empresa corretora de câmbio, dependendo da melhor proposta de cotação.

No contrato, estarão expressas as características e condições para a efetuação da operação de câmbio. Vale ressaltar que elas são fiscalizadas e registradas no Banco Central!

REGRAS GERAIS DO COMÉRCIO INTERNACIONAL



6 REGRAS GERAIS DO COMÉRCIO INTERNACIONAL

Existem algumas regras que você precisa seguir para exportar sua mercadoria, dentre elas temos o Sistema Harmonizado de nomenclatura das mercadorias e os Incoterms.

6.1. SISTEMA HARMONIZADO (SH) E NOMENCLATURA COMUM DO MERCOSUL (NCM)

O Sistema Harmonizado (SH) é um sistema de classificação das mercadorias destinadas ao comércio internacional baseado em 6 dígitos que se organizam em: capítulo, posição, subposição simples, subposição composta, item e subitem. Esse sistema permite que o conteúdo da mercadoria seja facilmente identificado em qualquer lugar do mundo.

Os países do Mercosul adotam a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM) que tem por base os seis dígitos do Sistema Harmonizado acrescidos de mais 2 dígitos, totalizando 8 dígitos.

Não podemos esquecer também da:

- **Unidade de Medida Tributável:** na emissão da nota fiscal de exportação, é essencial que a unidade de medida tributável esteja corretamente expressa para que seja aplicada a tributação adequada. Essa unidade é estabelecida justamente de acordo com a NCM do produto, podendo ser Kg, unidade, dentre outras. Muitas vezes é necessário fazer a conversão da unidade de medida do produto para a unidade tributável. Mas não se preocupe, o software Mainô possui parametrização automática da unidade de medida tributável, evitando esse erro comum no processo.

6.2 INCOTERMS

Incoterms³, ou Termos de Comércio Internacional, são regras internacionais que compõem a base da negociação da compra e venda internacional de uma mercadoria, regulamentando as responsabilidades de cada parte referente ao transporte, seguro, despesas financeiras, bem no caso de perdas ou danos. Dividem-se em quatro grupos que se diferenciam pelo local onde os custos e riscos são divididos e passados do exportador para o importador.

Essa divisão pode ser resumida em:

- Grupo C: CFR (Cost and Freight), CIF (Cost, Insurance and Freight), CPT (Carriage Paid to), CIP (Carriage and Insurance Paid to);
- Grupo D: DAT (Delivered At Terminal), DAP (DELIVERED AT Place), DDP (Delivered Duty Paid);
- Grupo E: EXW (EX Works);
- Grupo F: FCA (Free Carrier), FAS (Free Alongside Ship) e FOB (Free on Board).

³ Esse guia adotou como base os Incoterms 2010.

Repartição dos custos de acordo com o Incoterm negociado no contrato											
DESIGNAÇÕES	Saída da fábrica	Transporte principal não pago pelo vendedor			Transporte principal pago pelo vendedor				Custos de encaminhamento suportador pelo vendedor até ao destino		
Incoterm / Custos	EXW	FCA	FAS	FOB	CFR	CIF	CPT	CIP	DAT	DAP	DDP
Embalagem	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Carregamento na Fábrica	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Pré-encaminhamento	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Alfandega exportação	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Manutenção à partida	C	C	C	V	V	V	V	V	V	V	V
Transporte principal	C	C	C	C	V	V	V	V	V	V	V
Seguro transporte	C	C	C	C	C	V	C	V	V	V	V
Manutenção à chegada	C	C	C	C	C	C	C	C	V	V	V
Alfandega importação	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V
Pós-encaminhamento	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V
Descarga na fábrica	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V

Figura 3- Fonte: Santander, acesso em Outubro de 2019

V: Custos a suportar pelo vendedor
C: Custos a suportar pelo comprador
* Não obrigatório

Além dessas regras, existem alguns regimes especiais de exportação que podem facilitar sua empresa a exportar. Esses regimes contemplam, sobretudo, a suspensão de alguns tributos. Dentre eles, destaca-se o Drawback.

6.3 DRAWBACK

O Drawback é um regime especial da exportação que pode suspender, isentar ou restituir os tributos pagos na importação de insumos, matérias-primas, peças e componentes utilizados na produção de mercadorias destinadas à exportação. Esse regime tem por objetivo aumentar a competitividade dos produtos brasileiros no exterior, uma vez que reduz os custos de fabricação dos mesmos. Existem três modalidades do regime:

- **Suspensão:** suspensão dos tributos sobre insumos que serão utilizados na fabricação de produtos destinados à exportação;
- **Isenção:** dá-se através da reposição do estoque de insumos importados para a fabricação de produtos que já foram exportados;
- **Restituição:** restituição total ou parcial de tributos que incidiram na importação de insumos utilizados na fabricação de produtos que foram exportados.

Outro ponto que deve ter a atenção do exportador para o sucesso da exportação relaciona-se às certificações de qualidade. Essas certificações são exigidas para a entrada de produtos estrangeiros no mercado interno de muitos países, logo, são essenciais para a exportação.

6.4 CERTIFICAÇÕES E PADRÕES DE QUALIDADE

Além de um preço competitivo, para que um produto tenha boa aceitação no mercado estrangeiro, é essencial que possua certificações atestando sua qualidade técnica e conformidade com as demandas de preservação ambiental. Isso não apenas pode garantir o maior consumo do seu produto, como também prevenir que sua entrada seja proibida no mercado estrangeiro.

No Brasil, existem duas entidades que cuidam da fiscalização do padrão de qualidade dos produtos: a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro). No âmbito internacional, temos a Organização Internacional de Padronização que, com a série de normas 9000 e 14000, confere o reconhecimento do padrão de qualidade técnica e na gestão ambiental, respectivamente.

Outra certificação relevante é o Selo Verde, o Selo Ambiental, que também se relaciona às questões ambientais.



CHECKLIST

ETAPAS DA EXPORTAÇÃO

7. CHECKLIST E ETAPAS DA EXPORTAÇÃO

A exportação envolve uma série de trâmites administrativos, assim como a emissão de documentos referentes à negociação, à venda, ao seguro e ao transporte, ao pagamento, etc. Para melhor compreensão das etapas e seus documentos, preparamos um resumo para você!

7.1 NEGOCIAÇÃO

- **Fatura Pró Forma (Proforma Invoice):** documento que inicia o processo de exportação, contendo todos os dados referentes à compra e venda de mercadoria internacionalmente, com caráter de orçamento. Seria uma proposta de venda para a análise do importador.

7.2 EFETIVAÇÃO DA VENDA

- **Fatura Comercial (Commercial Invoice):** é o equivalente internacional à Nota Fiscal. Contém todas as informações do trâmite: descrição do produto, preço, forma e prazo de pagamento, quantidade, dentre outras informações. É essencial para o desembaraço aduaneiro no país de destino.
- **Nota Fiscal:** documento que acompanha a mercadoria nacionalmente, até o momento de embarque. Assim como a Commercial Invoice, contém todas as informações referentes à operação.
- **Declaração Única de Exportação:** substituindo o Registro de Exportação e a Declaração de Exportação, reúne todas as informações da operação para acompanhamento da Receita Federal.

7.3. EMBARQUE

- **Romaneio (Packing List):** consiste em uma lista que apresenta o conteúdo das embalagens, abordando os diferentes volumes contidos para embarque.
- **Certificado de Origem:** esse documento atesta a origem da mercadoria, visando aos tratamentos tributários preferenciais que pode obter através de acordos econômicos, como o Mercosul. Além disso, o documento pode ser uma exigência administrativa do país importador.
- **Conhecimento de Embarque:** é emitido pela companhia de transporte, atestando o recebimento e o embarque da mercadoria conforme as obrigações contratuais. Pode ser aéreo, marítimo, ferroviário ou rodoviário.

7.4 REMESSA

- **Contrato de Câmbio:** contrato de compra e venda do dólar entre o exportador e um banco interno, realizado para o recebimento do pagamento da exportação em real.

O processo de exportação pode ser complexo inicialmente, com várias etapas, procedimentos e documentos envolvidos. Alguns desses documentos demandam tempo e altos custos burocráticos para as empresas que querem exportar.

Com o objetivo de auxiliar o exportador e impulsionar o comércio exterior brasileiro, a Mainô desenvolveu serviços de eficiência e qualidade que reduzem a burocracia envolvida na exportação, integrando e automatizando os processos das empresas. Além disso, a Mainô conta com suporte especializado em tempo real, garantindo mais segurança e agilidade na sua empresa.

AUTOR

[Letícia Eloi](#) é formada em Relações Internacionais pela Universidade Federal Fluminense, com especializações em importação e exportação pela Funcex.

Pesquisadora do Comércio Internacional, Letícia também é mestranda em Economia Política Internacional pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e atua analisando o cenário internacional e as oportunidades para as empresas do setor.





O MELHOR SISTEMA DE GESTÃO PARA EXPORTADORAS

- ✓ GESTÃO FISCAL COMPLETA
- ✓ GESTÃO FINANCEIRA
- ✓ SUPORTE ESPECIALIZADO EM TEMPO REAL
- ✓ EMISSÃO DE BOLETOS
- ✓ GESTÃO DE ESTOQUE
- ✓ GESTÃO DE VENDAS
- ✓ EMISSÃO DE NF-E DE EXPORTAÇÃO EM 2 MINUTOS

CADASTRE-SE AGORA





A Mainô é uma startup de tecnologia que tem como objetivo solucionar os gargalos da gestão fiscal, financeira, estoque e vendas através de um ERP em nuvem destinado a distribuidores nacionais e internacionais. Seus maiores diferenciais são a inteligência tributária e a emissão de NF-e de entrada de importação e exportação em apenas 2 minutos.

www.maino.com.br

www.maino.com.br

 @mainosistemas

 @mainosistemas

 @mainosistemas

 @mainosistemas