

EXPORTAR *É SIMPLES*

Manual do empreendedor



**BRAZILIAN
CHAMBER OF
COMMERCE**

UMA
INICIATIVA



EXPORTAR *É SIMPLES*

Manual do empreendedor



#SOMOSCACB



Índice

Palavra do Presidente	6
AL-Invest Verde: parceria sustentável	8
Brazilian Chamber of Commerce	9
Exportar é simples	10
Avaliação do potencial exportador do produtor/produto	13
Avaliação do potencial exportador do produto	15
Identificação de oportunidades de negócio	19
Definição de clientes-alvo na cadeia comercial nos mercados-alvo	21
Narrativa comercial	23
Elaboração de proposta comercial	25
Fórmula para cálculo de preço de exportação	26
Operações de exportação	29
Tratamento tributário nas exportações	30
Operação aduaneira	33
Operações logísticas internacionais	35
Incoterms	37
Operações financeiras	38
Contratos internacionais	39
Operações administrativas nas exportações	41
Documentos de exportação	41
Processo administrativo nas exportações	42
Prestadores de serviços essenciais nas exportações	45
Promoção de negócios e negociação de vendas	49
Abordagem de clientes estrangeiros	50
Bibliografia por temas	52

Palavra do Presidente

Integrar o poder Executivo de um país é cumprir a missão de execução de políticas. A Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB) acredita que a ausência de um Ministério do Comércio Exterior no Brasil é um erro. Isso indica que o desenvolvimento de políticas públicas para essa área crucial não é uma prioridade, mesmo com a atuação do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços e da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex). A questão é: até quando permaneceremos sem uma política estruturada para exportação?

Apesar dos avanços do MDIC e da Apex, é necessário um ministério específico para o comércio exterior. Dados da Apex mostram que, em 2023, apenas 43% das 17 mil empresas apoiadas eram micro e pequenas. Com um Ministério independente, esse número poderia ser maior. Um ministério dedicado reúne técnicos e líderes especializados que podem focar em resolver problemas e promover práticas inovadoras. No comércio exterior, isso pode impulsionar o desenvolvimento econômico, gerar empregos e promover a prosperidade em um mundo cada vez mais interconectado.

Por exemplo, por que uma pequena empreendedora do Sul não pode vender para países vizinhos? Esse é o conceito de comércio exterior. Incentivar tais

negócios traria benefícios econômicos significativos para os empreendedores e suas comunidades. No entanto, ao tratar o comércio exterior como parte do MDIC, o governo federal perde a oportunidade de enfrentar diretamente as barreiras burocráticas que ainda existem e dificultam o ciclo econômico.

O mundo moderno já oferece facilitadores, como chamadas de vídeo gratuitas para mostrar produtos, contas internacionais abertas facilmente por celular e trocas de moedas em aplicativos bancários. O que falta é o engajamento do setor público para desenvolver políticas que incentivem o comércio exterior.

Para que pequenos e médios empreendedores brasileiros desenvolvam uma cultura exportadora, é essencial que sejam incentivados, motivados e qualificados. Isso só será possível com a criação de um ministério dedicado ao comércio exterior, que possa priorizar e estruturar uma política eficaz. O governo federal precisa entender a importância de ter uma política de comércio exterior, que ainda nos falta, estruturada dentro de um ministério, para que tenhamos aumento de exportações e alavancagem econômica.



Alfredo Cotait Neto
Presidente da CACB

AL-Invest Verde: *parceria sustentável*

Somos 2.300 associações comerciais defendendo os interesses de mais de 2 milhões de empresários.

A Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil apoia a promoção de uma economia mais sustentável para a melhoria da competitividade das MPEs.

Com presença em 27 federações, a organização é reflexo do dinamismo e da diversidade do empreendedorismo brasileiro por meio de um conceito inovador de rede.

Para incentivar a sustentabilidade no meio empresarial, a CACB desenvolve, no Brasil, o projeto AL-Invest Verde, um programa promovido e financiado pela União Europeia para fomentar o crescimento sustentável e a criação de empregos na América Latina. A iniciativa apoia ações que promovam a transição para uma economia circular com baixo teor de carbono a fim de facilitar a implementação de modelos de produção sustentáveis.



Brazilian Chamber of Commerce

A Brazilian Chamber of Commerce – uma iniciativa CACB visa ao desenvolvimento de estratégias comerciais; o estabelecimento de diretrizes para comércio exterior; a elaboração de políticas de promoção de exportações e importações e a coordenação junto com órgãos governamentais. A iniciativa se propõe a estreitar relações com outras nações para permitir acesso do empreendedor local ao mercado estrangeiro.

Para estimular as relações internacionais, a Câmara é representada por um Conselho formado por autoridades de órgãos públicos e organizações brasileiras que atuam para fomentar políticas públicas de comércio exterior de micro, pequenas e médias empresas brasileiras. O objetivo é facilitar o diálogo, a cooperação e a análise de políticas e atividades entre diversos órgãos e entidades para impulsionar a exportação.

**BRAZILIAN
CHAMBER OF
COMMERCE**

EXPORTAR *É SIMPLES*



Esta publicação tem o objetivo de orientar pequenas empresas (indústrias, agropecuárias, cooperativas) quanto ao processo de acesso ao mercado externo. Abordaremos de forma direta os meios de definição dos mercados estrangeiros com maiores oportunidades e menores barreiras para os produtos. Também avaliaremos a cadeia comercial desses mercados para dirigirmos esforços para os clientes potenciais, sejam eles importadores, distribuidores, atacadistas, varejistas ou indústrias, que utilizem os produtos como matéria-prima.



Para isso, dividimos o material em cinco conhecimentos básicos:

- 1. Avaliação do potencial exportador da empresa/produtor**
- 2. Identificação de oportunidades de negócio**
- 3. Narrativa comercial**
- 4. Operações de exportação**
- 5. Promoção comercial**



A photograph of a warehouse interior. In the foreground, a wooden pallet is visible, with a cardboard box resting on it. The box has a white label with some text, including '100% COTTON', 'MADE IN USA', and '100% COTTON & 100% COTTON'. The background shows a blue metal shelving unit. The lighting is warm and focused on the pallet and box.

AVALIAÇÃO DO POTENCIAL EXPORTADOR DO PRODUTOR/PRODUTO

É necessário entender o potencial de vendas e o modelo de comercialização por meio do qual os produtos chegam aos consumidores. Dessa forma, é possível o início do plano de acesso aos consumidores estrangeiros. A cadeia comercial na qual estamos inseridos pode não ser muito diferente daquela que usaremos nas exportações.

- 1.** Demanda pelo produto: é necessário confirmar que o produto tem demanda internacional para que os esforços sejam recompensados.
- 2.** Capacidade produtiva: é importante que o produtor/empresa que deseja acessar o mercado internacional conte com capacidade produtiva suficiente para atender a nova demanda de exportação.
- 3.** Cumprimento de normas técnicas, sanitárias e/ou fitossanitárias: o produtor/empresa deve atender os requisitos, normas técnicas e sanitárias brasileiras por completo.
- 4.** Boas vendas no mercado nacional: a empresa que pretende exportar precisa contar com boas vendas no mercado nacional de forma que as exportações se tornem um processo natural de expansão.

5. Recursos financeiros para promoção comercial: conquistar novos mercados é um processo que demanda investimentos para que o produtor/empresa seja conhecido por potenciais clientes estrangeiros.
6. Cooperativa ou consórcio: o cooperativismo (ou consórcio) pode se tornar uma solução importante que permitirá aos pequenos produtores/empresas unir capacidade produtiva e recursos financeiros para investir em ações de conquista de clientes internacionais.

AVALIAÇÃO DO POTENCIAL EXPORTADOR DO PRODUTO

Descrição comercial; variáveis; características técnica; classificação fiscal (no Brasil é Nomenclatura Comum do Mercosul – NCM), que sempre consta nas notas fiscais; apresentação; embalagem principal e outros detalhes identificam o seu produto e auxiliam no processo de pesquisa e na apresentação.

Embalagem

A embalagem é uma etapa muito importante do processo de internacionalização de um produto. O design e a apresentação poderão influenciar o consumidor na hora da compra.

Rotulagem

A rotulagem deverá observar as regras do país de destino. Considere como exemplo a União Europeia (UE). Em caso de venda de alimentos ou bebidas para a UE, devem ser fornecidas informações essenciais para que o consumidor final possa tomar uma decisão sobre a compra. As informações obrigatórias devem ser exatas, fáceis de ver e compreender, e não podem induzir a erro ou serem indelévels.

Ingredientes

Declaração Quantitativa dos Ingredientes. A quantidade de certos ingredientes deve ser informada (em percentagem). Quando constam do nome do produto, são destacados no rótulo por palavras, imagens ou gráficos. São elementos essenciais para caracterizar o alimento e distingui-lo de outros alimentos.

Certificações de qualidade

O Certificado de Qualidade é um documento que atesta a competência de uma determinada empresa em fabricar produtos ou entregar serviços dentro de regras e padrões preestabelecidos

por um órgão normatizador. As empresas que conquistam um Certificado de Qualidade demonstram o quanto estão preocupadas em implementar e seguir boas práticas, do início ao fim de seus processos internos.

Processo de aquisição do certificado de qualidade

Em alguns setores, o Certificado de Qualidade é obrigatório; em outros é uma decisão estratégica da empresa, já que amplia a competitividade no mercado garantindo melhores contratos e parcerias. Tanto produtos e serviços quanto processos e sistemas podem ter certificados de qualidade.





IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO

Com base nessa descrição de produto, iniciamos o trabalho de pesquisa sobre os melhores mercados. A pesquisa é feita usando as principais ferramentas de estatística à nossa disposição. Vamos usar ferramentas brasileiras e estrangeiras. Recomendamos iniciar o processo com ferramentas internacionais. O International Trade Centre (ITC), organização internacional que trabalha em cooperação com a Organização da Nações Unidas (ONU) e com a Organização Mundial do Comércio (OMC), disponibiliza a www.trademap.org. A ferramenta de avaliação estatística do comércio internacional auxilia na identificação de oportunidades de aumento de negócios. Ela serve para descobrirmos os principais destinos de nossas exportações. Nela, também é possível conferir quais são os países concorrentes e as médias de preços do frete Free On Board (FOB) negociadas no ano anterior.

Já para entender mais sobre os principais mercados, vamos contar com outra ferramenta de pesquisa. A www.globalhelpdesk.org/pt, criada pelo ITC em parceria com a ApexBrasil, nos dará detalhes do potencial de negócios entre Brasil e determinado país, oferecendo muitas informações importantes sobre requisitos normativos.

DEFINIÇÃO DE CLIENTES-ALVO NA CADEIA COMERCIAL NOS MERCADOS-ALVO

Entender a cadeia comercial é muito importante para o processo de definição de seus clientes no exterior. Vamos considerar inicialmente a cadeia comercial que o produtor/empresa participa no Brasil. Normalmente, o produto sai do produtor/empresa para distribuidores regionais, vai para atacadistas/varejistas e finalmente chega ao consumidor final. Em outros casos, o produto vai direto do produtor/empresa para indústrias processadoras.





**NARRATIVA
COMERCIAL**

A narrativa comercial é o processo de comunicação a ser utilizado na abordagem de potenciais clientes. Você deve estar preparado para apresentar seu produto, sua empresa e suas condições comerciais, seja por meio de mala-direta, website, reuniões comerciais, rodadas de negócio ou durante uma feira ou evento internacional. A narrativa é composta pela apresentação e por suas condições comerciais.

Elementos da apresentação comercial do produto e produtor/empresa

1. Apresente seu produto. Descreva-o, descreva seus diferenciais em relação à concorrência, suas características gerais ou técnicas. Se houver, fale de suas variáveis (verde, torrado, moído, descafeinado etc.), da embalagem principal e das alternativas.
2. Apresente-se. Quem é o fornecedor (produtor/empresa)? Qual seu propósito de existir? Apresente seus compromissos com a qualidade. Sistemas de controle; normas obedecidas; compromissos com a sustentabilidade; cuidados com o meio-ambiente; cultivo orgânico ou semelhantes. Fale sobre seus compromissos com a comunidade e conte se você adota fair trade, prática tão apreciada pelos principais mercados do mundo. Conte brevemente sua história, seu tempo de existência, suas origens.

3. Fale de sua presença no mercado. Conte sobre o volume de produção, sobre quem são seus principais clientes e para quais cidades, estados e países já vende.

Você precisa preparar o seguinte material :

- documento de texto com sua apresentação;
- PowerPoint/Canvas com sua apresentação;
- website com sua apresentação.

Não se esqueça de incluir seus dados de contato para que o potencial comprador possa responder à sua mensagem ou solicitar mais informações e sua proposta comercial.

ELABORAÇÃO DE PROPOSTA COMERCIAL

Condições comerciais e formação de preços na exportação

Uma vez conquistada a atenção do potencial cliente, ele pedirá suas condições de negócio.

Cinco são os itens que formam sua proposta comercial:

- Mínimo Por Embarque (MOQ – Minimum Operating Quantity)
- Condições de transporte (Inconterm – International Commercial Terms)

- Condição de pagamento
- Prazo de entrega
- Preço

Mínimo por embarque

É o volume mínimo que você pretende embarcar por operação de venda.

Condição de transporte

É a parte com a qual você se compromete no processo logístico. Se o cliente deve retirar o produto no seu depósito; se você entrega no porto desembaraçado ou se entrega no porto do cliente com frete e seguro pagos por você. Veremos mais detalhes adiante quando falarmos dos Incoterms.

Condição de pagamento

É a forma como você quer receber o pagamento pela venda que fará. Se será antecipado, à vista, a prazo ou com carta de crédito. Veremos detalhes mais adiante quando falarmos dos procedimentos financeiros.

Prazo de entrega é seu compromisso quanto ao tempo que levará para entregar a mercadoria no porto após a confirmação do pedido.

Preço

É o valor em moeda estrangeira, normalmente em dólar ou euro, a ser combinado pelo produto considerando a quantidade negociada, a condição de transporte, condição de pagamento e o prazo de entrega dessa venda.

FÓRMULA PARA CÁLCULO DE PREÇO DE EXPORTAÇÃO

- Ponto de partida
 - Preço à vista, sem impostos, para atacado em real
- Custos logísticos que entram no preço
 - Logística nacional
 - Custos com embalagem para exportação
 - Custos com transporte doméstico: fábrica/porto
 - Logística internacional
 - Fumigação
 - Custos no CIF/CIP – Frete Internacional
 - Custos Seguro de Transporte Internacional
- Custos aduaneiros
 - Custos com honorários de despachante
 - Custos com capatazias, movimentação, armazenagem
- Custos financeiros com Cobrança Internacional
- Custos na cobrança bancária
- Custos com fechamento de câmbio
- Custos com certificados
- Certificado de Análises
- Certificado de Origem
- Custos comerciais
- Custos com comissões de agente
- Contingência
- Despesas imprevistas





OPERAÇÕES DE EXPORTAÇÃO

Quando conquistarmos os pedidos de venda de exportação, chegará o momento de tomarmos todos os cuidados necessários para mitigar os riscos envolvidos em qualquer negociação. É necessário nos proteger dos riscos que essas operações podem trazer e, por isso, é necessário conhecer as ferramentas e como usá-las para que sejam eficazes.

É necessário contar com a proteção de instrumentos que possibilitem boa gestão tributária, aduaneira, financeira, logística, contratual e administrativa. Veremos esses instrumentos a seguir.

TRATAMENTO TRIBUTÁRIO NAS EXPORTAÇÕES

Quando realizarmos nossas vendas de exportação, precisaremos atender ao sistema tributário das exportações e ao processo de desembaraço aduaneiro perante a Aduana Brasileira, que é operada pela Receita Federal do Brasil.

Exportações Diretas

Para os casos de Exportações Diretas realizadas pelos produtores/empresas, essas operações serão efetivadas com a informação do número do Código Fiscal de Operações e Prestações (CFOP) para exportação em suas notas fiscais (verificar com o contador a numeração correta), o que

automaticamente aplicará a legislação de isenção de impostos. Basta utilizar o CFOP 7.101 ou 7.102 na emissão da Nota Fiscal Eletrônica (NFE).

Exportações Indiretas

Para os casos de Exportações Indiretas realizadas pelos produtores/empresas que vendem seus produtos a Comerciais Exportadoras, essas operações também serão efetivadas com a informação do número do CFOP em suas notas fiscais, como também a informação do CNPJ da empresa comercial exportadora, o que automaticamente aplicará a seguinte legislação de isenção de impostos. Basta utilizar o CFOP 5.501 (dentro do Estado) ou 6.501 (fora do Estado) dependendo do endereço da Comercial Exportadora. No campo de observações deve ser incluída a seguinte frase: VENDA EQUIPARADA À EXPORTAÇÃO. A Comercial Exportadora emitirá sua nota de exportação no CFOP 7.501 e informará a nota fiscal e o CNPJ original da empresa/produtor. O sistema integrará as informações consolidando a operação de Exportação Indireta.

Abaixo, a lista de CFOP mais utilizados nas exportações:

7.101 – Venda de produção do estabelecimento;

7.102 – Venda de mercadoria adquirida ou recebida de terceiros;

7.127 – Venda de produção do estabelecimento sob o regime de Drawback;

7.501 – Exportação de mercadoria recebida com fim específico de exportação;

7.949 – Outra saída de mercadoria ou prestação de serviço não especificado (amostras);

5.501 ou 6.501 – Remessa de produção do estabelecimento, com fim específico de exportação;

5.502 ou 6.502 Remessa de mercadoria adquirida ou recebida de terceiros, com fim específico de exportação.

Simples Nacional

Nos casos de produtores/empresas optantes pelo Simples Nacional, suas vendas de exportação também serão isentas de impostos. As microempresas e empresas de pequeno porte optantes por este sistema podem ter como receita, além dos recebimentos do mercado interno, receitas de exportação de mercadorias e de exportação de serviços até o limite de R\$ 4,8 milhões (limite determinado e válido desde 01 de janeiro de 2018). Isso significa que o faturamento de exportação não impacta no limite considerado para manutenção do benefício.

Na emissão da nota fiscal de exportação, a informação que identifica ser um processo de exportação é o Código de Situação da Operação no Simples Nacional (CSOSN). Trata-se de um código que deve ser inserido na Nota Fiscal Eletrônica (NFE) e está relacionado com o processo de exportação de mercadorias. O código CSOSN que deve estar presente nas notas de exportação é o 300.

Habilitação no Radar

Antes de enviar a mercadoria para o porto/aeroporto/transportadora, o produtor/empresa precisa se registrar no Registro e Rastreamento da Atuação dos Intervenientes Aduaneiro (Radar). Esse procedimento é simplificado e realizado no portal único do Sistema Integrado de Comércio Exterior (Siscomex): <https://portalunico.siscomex.gov.br/portal/> no item “habilitar empresa”.

Para isso, a empresa precisa de certificado digital (e-CPF do representante legal da empresa).

OPERAÇÃO ADUANEIRA

Havendo realizado a habilitação no RADAR, o produtor/empresa poderá iniciar a operação de embarque de seus produtos. Os serviços de um despachante aduaneiro são muito importantes nesse processo, pois

ele providenciará a gestão de sua operação de desembaraço na Aduana Brasileira. Abaixo, o passo a passo das providências e acontecimentos do processo de desembaraço:

- o despachante registra a operação de exportação no Siscomex;
- o produtor/empresa emite a nota fiscal de venda da mercadoria;
- o produtor/empresa emite os documentos de exportação (fatura comercial e packing list), que veremos em detalhes mais adiante;
- o produtor/empresa envia a mercadoria para o porto / aeroporto / transportadora;
- assim que a mercadoria for identificada no sistema da aduana, o processo de despacho começará com a apresentação dos documentos. A partir da emissão da nota fiscal o despachante já poderá emitir a Declaração Unificada de Exportação (DU-E);
- o sistema avaliará a operação e definirá a parametrização de verificação: canal verde (livre sem conferência); canal laranja (conferência de documentos); canal vermelho (conferência de documentos e mercadoria). O despachante acompanha todo o processo;
- feita a conferência, a mercadoria está livre para seguir com o embarque, seja marítimo, aéreo ou rodoviário;

- assim que a mercadoria tiver seu embarque confirmado pela transportadora, o processo estará finalizado;
- o comprovante de exportação estará disponível no sistema para seus arquivos.

OPERAÇÕES LOGÍSTICAS INTERNACIONAIS

Unitização / Paletização

A paletização é um processo logístico que consiste em agrupar a mercadoria em cima de um palete com a finalidade de unificar uma carga para ser mais fácil transportá-la através de diferentes equipamentos de movimentação. O palete, uma plataforma horizontal formada por tábuas, proporciona uma base de sustentação aos produtos permitindo que os garfos da empilhadeira e transpaleteira possam coletar e mover toda a carga ao mesmo tempo.

Contêineres

Os contêineres mais utilizados são de 40 e 20 pés. A medição por pés é um sistema utilizado atualmente no Reino Unido e nos Estados Unidos. Caso você precise fazer algum outro cálculo para identificar o tamanho do contêiner, considere que um pé corresponde a medida de doze polegadas (1ft = 12in). Dos contêineres de 20 e 40 pés, a diferença principal entre eles é o comprimento. Ou seja, o contêiner de 20, que também é considerado

como uma unidade de medida neste campo, tem um comprimento interno de 5,9 metros, enquanto o contêiner de 40 atinge 12 metros.

Modais e suas Características

- Rodoviário
- Marítimo
- Aéreo
- Ferroviário

Nome dos contratos de transporte em cada modal:

- Marítimo: Conhecimento de Embarque (Bill of Landing – (B/L)
- Rodoviário: Carta de Transporte Rodoviário (CTR)
- Aéreo: Conhecimento de Transporte Aéreo (Air Way Bill – AWB)
- Ferroviário: Conhecimento de Transporte Ferroviário (TIF/CTF)

Processo de decisão quanto ao modal mais adequado para sua carga

- A análise de todas as variáveis que compõem o processo de transporte internacional conduz à tomada de decisão sobre o melhor modal aplicável à nossa necessidade;
- A decisão se baseia na busca do transporte eficaz que agregue valor ao produto;
- Logística é o serviço prestado pelo vendedor;
- O resultado é a melhor relação custo x benefício para o comprador (e mesmo para o vendedor);

- Os benefícios oferecidos pela decisão compensam os custos incorridos sempre que atenderem às condições do contrato e às necessidades do comprador.

INCOTERMS

As regras Incoterms (International Commercial Terms = Condições Comerciais Internacionais) definem a divisão de responsabilidades entre exportador e importador quanto à movimentação internacional de mercadorias. Por meio da identificação de modalidades representadas por códigos de três letras (ex: EXW, FOB, CIF) são estabelecidas, de forma objetiva, as obrigações, custeio e transferência do risco sobre a mercadoria, dando fundamentação às cláusulas dos contratos de compra e venda internacional de mercadorias.

Lista INCOTERMS 2020

No transorte multimodal:

- EXW – Ex Works
- FCA – Free Carrier
- CPT – Carriage Paid To
- CIP – Carriage and Insurance Paid To
- DPU – Delivered at Place Unloaded
- DAP – Delivered at Place
- DDP – Delivered Duty Paid

Exclusivamente no transporte marítimo

- FAS – Free Alongside Ship
- FOB – Free on Board
- CFR – Cost and Freight
- CIF – Cost Insurance and Freight

OPERAÇÕES FINANCEIRAS

A atenção do vendedor nas exportações deve estar focada em assegurar o recebimento do pagamento pelo negócio realizado e, para isso, o gestor deverá conhecer cada um dos quatro principais procedimentos existentes e neutralizar seus riscos em cada um deles, assegurando um processo de negociação onde ambos os participantes são beneficiados. Vejamos abaixo cada um dos procedimentos existentes e os meios de eliminar os riscos que imponha ao exportador:

Pagamento Antecipado (Cash in Advance)

Esse é o procedimento que mais beneficia e protege o vendedor. Nele, o comprador remete antecipadamente o pagamento pelo negócio realizado.

Cartas de crédito (Documentary Credit)

A Carta de Crédito consiste em um documento emitido pelo banco do comprador, devidamente garantido por este, transmitido a um banco no país do vendedor contendo os termos e condições do negócio assumido pelas partes.

Cobrança internacional (Documentary Collection)

A cobrança internacional é realizada após o embarque da mercadoria para o exterior. Uma vez concretizado o embarque, o vendedor juntará a fatura comercial; a lista de embalagens (packing list); o conhecimento de transporte e o certificado de origem (se for o caso) e emitirá uma Letra de Câmbio (similar em forma e efeitos a uma nota promissória) e os entregará ao banco com o qual opera o câmbio, juntamente com uma carta de instruções que detalha a forma como a cobrança deverá ser conduzida.

Seguro de Crédito de Exportação

Para as operações de cobrança bancária à vista ou a prazo, o exportador deverá se proteger por meio da contratação do seguro de crédito de exportação.

CONTRATOS INTERNACIONAIS

Contratos comerciais nas exportações

Para sua segurança, nas operações de comércio internacional é necessário a celebração de contratos específicos conforme o negócio a ser realizado. Os principais negócios são compra e venda, representação e distribuição. Veremos a seguir como construir cada um deles.

Contrato de Compra e Venda Internacional

O Contrato de Compra e Venda Internacional é o tipo de contrato mais utilizado no âmbito mercantil internacional, e está presente no cotidiano das empresas exportadoras, apesar de muitas não terem consciência disso. O Contrato de Compra e Venda Internacional tem por objetivo determinar os direitos e obrigações entre compradores e vendedores internacionais (importadores e exportadores). A Fatura Proforma cumpre esse papel.

Contrato de Representação Comercial

Determinados produtos serão vendidos para apenas alguns poucos consumidores em determinados países. Assim, o fabricante deverá ingressar no mercado por meio de um representante comercial, que trabalha promovendo a venda direta a seus consumidores em troca de comissões sobre as vendas realizadas.

Contrato de Distribuição de Mercadorias

A principal característica desta modalidade de contrato é a concessão de exclusividade mútua que fazem o fabricante e o distribuidor. De um lado, o fabricante se compromete a não constituir outro distribuidor em determinado território geográfico. Em contrapartida, o distribuidor se compromete a não comercializar produtos semelhantes ao do fabricante provenientes de outros fornecedores.

OPERAÇÕES ADMINISTRATIVAS NAS EXPORTAÇÕES

As atividades administrativas nas operações de exportação são as responsáveis pela eficiência dos processos. É nessa fase que a equipe de apoio da empresa entra em ação para produzir documentos, acompanhar o passo a passo dos processos e contratar serviços essenciais para que nossas exportações aconteçam de forma segura e eficiente.

DOCUMENTOS DE EXPORTAÇÃO

Fatura Proforma

Além de ser utilizada como contrato simples, a Proforma também é nossa proposta comercial. Ela apresenta nossas condições para a concretização do negócio.

Fatura Comercial (Commercial Invoice)

A Fatura Comercial equivale a nota fiscal para nossas operações internacionais. Ela traz o descritivo do negócio realizado e é o documento oficial perante autoridades aduaneiras no Brasil e no exterior e, por esse motivo, deve ser elaborado com cuidado. Recomendamos que a Fatura Comercial seja emitida após a emissão da nota fiscal para que se tenha as informações definitivas descritas na nossa nota fiscal.

Lista de Embalagens / Romaneio De Carga (Packing List)

A Lista de Embalagens é o documento necessário para as conferências durante as etapas de movimentação e transporte da carga. Em uma operação de exportação, a mercadoria será carregada e descarregada diversas vezes passando entre as mãos dos responsáveis por cada etapa logística. Para garantir que partes da carga não fiquem para trás, o Packing List assegura um documento prático de conferência nesses processos.

Esses três documentos são fundamentais para o bom andamento da negociação com seus clientes e para as verificações realizadas pelos procedimentos aduaneiros. Com base nas informações detalhadas nos três casos, use sua criatividade para elaborar seus próprios formulários que poderão conter o timbre de sua empresa e outros detalhes que lhe interessem.

PROCESSO ADMINISTRATIVO NAS EXPORTAÇÕES

Abaixo, veremos de forma simplificada todas as atividades administrativas inerentes à operação de exportação e, assim, teremos o planejamento operacional ou check list a ser acompanhado:

- Operação em negociação – Como vimos na introdução, exportação é venda e, assim, depende da devida negociação de seus termos para ser concretizada. Detalhes como produto, quantidade, preço, condições de pagamento, prazo de entrega e forma de transporte deverão ser negociados nesse momento. Vimos detalhes no capítulo relativo à “formalização do negócio” com a Fatura Proforma.
- Negócio Fechado – Uma vez negociadas e aceitas as condições do negócio, temos em mãos o pedido de compra que dará prosseguimento ao processo.
- Pagamento garantido – Um dos cuidados que o exportador deverá tomar é assegurar-se de que receberá os valores relativos à venda e, assim, poderá iniciar a produção. Veremos detalhes no capítulo relativo a “operações financeiras”.
- Pedido em produção – Uma vez garantido o pagamento pela venda, o exportador deverá iniciar a produção ou separação dos produtos vendidos. Tal ação deverá estar alinhada com as condições originalmente negociadas com o cliente importador.
- Produto pronto – Uma vez concluída a produção, a mercadoria deverá ser quantificada (contada) de forma a permitir a produção dos documentos relativos aos demais passos do processo.

- Documentação – Tomando por base o pedido formalizado e a real quantidade de produto, o exportador providenciará os seguintes documentos: Fatura Comercial ou Commercial Invoice; Lista de Embalagens ou Packing List; Certificados de Origem quando necessários; borderô de entregas de documentos e instruções ao despachante/transportador.
- Produto entregue na aduana – Estando o produto e seus respectivos documentos prontos, a mercadoria deverá ser enviada ao local de fronteira devidamente acompanhada de NOTA FISCAL elaborada para exportação onde embarca para o exterior. Note que tal operação é isenta de impostos (ICMS, IPI, PIS, Cofins). Nesse momento, entra em ação o despachante aduaneiro que representará a empresa perante a autoridade aduaneira.
- Desembaraço aduaneiro concluído – Uma vez apresentada a exportação à autoridade aduaneira, será conferida juntamente com seus documentos. Constatada a regularidade da operação, a mercadoria será liberada para que possa ser embarcada rumo ao exterior.
- Produto liberado para embarque – Estando a mercadoria liberada pela autoridade aduaneira, poderemos proceder o embarque da mercadoria perante o transportador internacional, seja ele aéreo, marítimo, rodoviário ou ainda multimodal.

- Produto embarcado – O produto será considerado legalmente embarcado quando tivermos em mãos o documento denominado genericamente de “conhecimento de transporte”. Nesse momento, devemos informar o comprador/importador quanto ao fato enviando-lhe cópias dos documentos por qualquer meio eletrônico disponível.
- Documentos Apresentados e Pagamento recebido – Respeitando-se a negociação original, o exportador deverá garantir e acompanhar o momento em que o valor relativo à venda seja finalmente recebido no Brasil por meio de seu banco.

Lembre-se de que durante todas as fases do processo, todos os envolvidos deverão ser informados de seu andamento. Por envolvidos entenda seus superiores, o despachante, o transportador, o banco e, principalmente, o comprador importador.

PRESTADORES DE SERVIÇOS ESSENCIAIS NAS EXPORTAÇÕES

Despachantes Aduaneiros

Responsáveis pela representação da empresa perante a aduana (Receita Federal) garantem o processamento dos procedimentos aduaneiros e o atendimento a eventuais exigências da fiscalização. São especialistas em antever

problemas no processo, elaborando as devidas correções durante o mesmo e provendo orientação prévia à sua elaboração, o que garante uma rápida liberação das mercadorias.

Agentes de Carga

São empresas especializadas no transporte internacional de cargas. Realizam cotações, reservas e planejamentos logísticos. São parceiros perfeitos para a implementação das decisões traçadas no item sobre LOGÍSTICA.

Seguradoras

O trabalho das seguradoras está diretamente ligado ao trabalho do Agente de Cargas. A seguradora deverá sempre ser consultada e contratada quando a condição de venda estabelecida no contrato atribuir a contratação do transporte à sua empresa.

Bancos / Corretoras de Câmbio

Imprescindíveis para as operações de fechamento de câmbio e remessa de cobranças internacionais, os bancos podem ser ótimos parceiros do comércio internacional.

Seguradoras que oferecem Seguro de Crédito de Exportação

O Seguro de Crédito é uma proteção contra a inadimplência de vendas a prazo. Esse tipo de seguro indenizará a empresa segurada (credor)

que não receber os créditos concedidos a seus clientes (devedores).

Empresas Comerciais Exportadoras

As Empresas Comerciais Exportadoras atuam com características semelhantes a dos representantes comerciais, desenvolvendo e mantendo as relações comerciais internacionais e respectivas operações de exportação em favor das empresas fabricantes.





**PROMOÇÃO
DE NEGÓCIOS E
NEGOCIAÇÃO DE
VENDAS**

O marketing é conhecido por ser formado por quatro esforços básicos: desenvolvimento e conhecimento sobre seu produto; conhecimento sobre o mercado que pretende atuar; conhecimento sobre sua competitividade comercial, em especial pelo preço; e finalmente conhecimento sobre as formas disponíveis e necessárias para promover o seu produto com o objetivo de acesso aos clientes. A promoção comercial é a área do marketing que define os esforços necessários para que tenhamos acesso aos clientes. Nele, construímos os instrumentos de comunicação e divulgação que chamam a atenção dos clientes. Nele, identificamos os meios nos quais usaremos os instrumentos de comunicação. Aqueles que produzimos nas etapas de planejamento e preparação, em especial a nossa narrativa comercial.

ABORDAGEM A CLIENTES ESTRANGEIROS

Para conquistar clientes é necessário nos comunicarmos. É aqui que usaremos nossa apresentação comercial que agora está disponível em um website, malas-diretas, PowerPoints e outros conteúdos informativos que usaremos para chamar a atenção dos clientes.

Participação em eventos internacionais

São as grandes oportunidades que a empresa tem para iniciar sua exposição aos potenciais clientes estrangeiros, pois esses eventos congregam todo o público importante que é necessário encontrar para abrir novos mercados.

Feiras especializadas

Sua participação pode ser em grupo (como nas missões) ou de forma individual. É lá que você encontra toda a cadeia comercial do seu setor como importadores, distribuidores, agentes comerciais, atacadistas, varejistas, indústrias processadoras em busca de fornecedores diretos e muitos outros.

Missões Comerciais

Organizadas por câmaras de comércio, associações empresariais ou outros órgãos públicos de fomento, elas providenciam a identificação de seus potenciais clientes e organizam sua agenda de reuniões em determinados mercados. Incluem visitas técnicas para conhecimento das práticas do mercado e oportunidades operacionais diversas. Contam com apoio técnico especializado em todo o tempo para os participantes criando grandes oportunidades comerciais.

BIBLIOGRAFIA POR TEMAS

Gestão

MANFRE Maurício, Manual de Gestão do Comércio Internacional Brasília 2009

ICC, Guide to Export-Import Basics ICC Publishing Nova Iorque 2003

Estratégia & Marketing

KUAZAQUI, Marketing Internacional Makron São Paulo 1999

MONTGOMERY & PORTER, Estratégia Campus São Paulo 1998

MINERVINI, O Exportador McGraw Hill São Paulo 2005

Direito, Contratos e Negociação

MURTA, Contratos no Comércio Exterior Aduaneiras São Paulo 1991

BAPTISTA, Dos Contratos Internacionais Saraiva São Paulo 1994

STRENGER, Arbitragem Internacional LTr São Paulo 1996

Transportes e Seguros

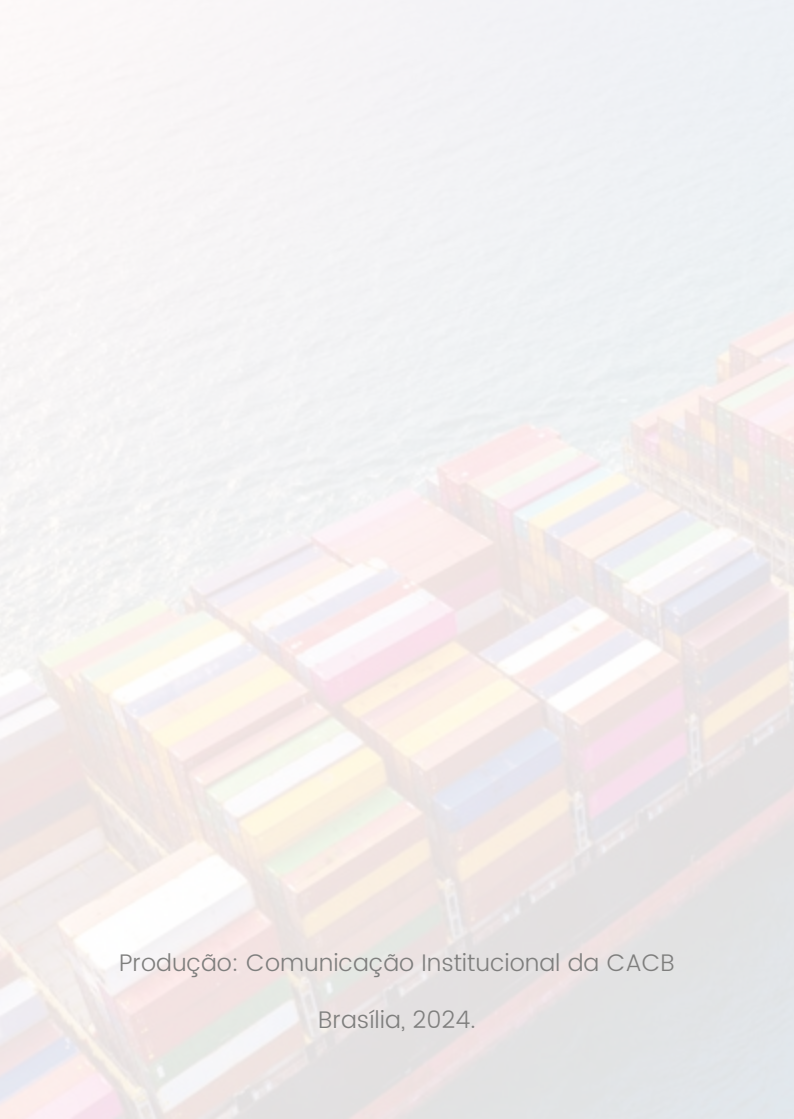
VIEIRA, Transporte Internacional de Cargas Aduaneiras São Paulo 2001

Operações Financeiras

RATTI, Comércio Internacional e Câmbio Aduaneiras
São Paulo 2001

Procedimentos Aduaneiros

REGULAMENTO ADUANEIRO, Dec. 4543/02 e Dec.
4765/03

An aerial, high-angle view of a cargo ship's deck, densely packed with numerous colorful shipping containers. The containers are stacked in neat rows, creating a vibrant, geometric pattern of reds, blues, yellows, and greens. The ship is moving through a body of water, with the horizon visible in the distance under a clear sky.

Produção: Comunicação Institucional da CACB

Brasília, 2024.





Edifício Corporate Financial Center
Setor Comercial Norte, Quadra 02, bloco A,
nº 190, sala 901 - Brasília/DF - CEP 70712-900

 **55 61 3321-1311**

     **cacboficial**

cacb@cacb.org.br

www.cacb.org.br

#SOMOSCACB