SÃO PAULO NEGÓCIOS

MANUAL

PASSO A PASSO DA EXPORTAÇÃO

MANUAL PASSO A PASSO DA EXPORTAÇÃO

3ª Edição

SÃO PAULO NEGÓCIOS

CIDADE DE SÃO PAULO

2025

Copyright São Paulo Negócios

Produção e Desenvolvimento de Conteúdo:

Fafex.co

Coordenação Editorial:

Fabiano Fusco

Edição de Texto:

Laura Seixas

Projeto Gráfico, Capa e Ilustrações:

Daniel Safer

Revisão:

Cláudia Rajão

2023

Todos os direitos reservados desta edição à:

SÃO PAULO NEGÓCIOS

Rua Libero Badaró, 293, 12º andar, Conjunto C

01009-000 – São Paulo – SP

saopauloexporta@spnegocios.com

www.spnegocios.com

Sobre a São Paulo Negócios

A Agência de Promoção de Investimentos e Exportações da cidade de São Paulo, vinculada por meio de contrato de gestão à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Trabalho (SMDET), desenvolve atividades com a finalidade de executar políticas que contribuam para a atração e expansão de investimentos, incentivem e promovam oportunidades de negócios locais e internacionais, estimulem a melhoria da competitividade das empresas paulistanas e potencializem a cidade como referência internacional por sua economia, por seus setores produtivos - de inovação e tecnologia e de desenvolvimento com sustentabilidade -, articulando parcerias institucionais e organizacionais para este fim.

As ações realizadas pela agência têm produzido resultados positivos e estão alinhadas às diretrizes estratégicas e missão institucional atribuída à São Paulo Negócios. Entre essas destaca-se o estímulo às exportações, o incentivo para incorporação de design, inovação, criatividade e a prospecção de oportunidades que contribuam com o Programa Municipal de Desestatização e o Plano Municipal de Desenvolvimento Econômico (PMDE).

O presente manual busca, numa linguagem mais simples e direta, auxiliar empresas que desejam trilhar o caminho da exportação, mas que ainda têm dúvidas sobre como começar.

Seguimos à disposição para auxiliá-los neste percurso. Boa Leitura!

“Este manual foi desenvolvido para apoiar micro, pequenas e médias empresas no acesso às informações necessárias para sua inserção no mercado global. Nosso compromisso é fortalecer a presença das empresas paulistanas no exterior, ampliando o alcance de seus produtos e serviços. Que este material seja um guia prático e inspirador para que cada empresa avance com segurança e sucesso em sua trajetória internacional.”

Alessandra Andrade, diretora-presidente da São Paulo Negócios

SUMÁRIO

	Introdução - "Por que exportar?"	**PÁG. 6**
1	**Etapas de internacionalização da empresa**	**PÁG. 7**
2	**Fluxograma básico de exportação**	**PÁG. 8**
3	**Plano de negócios**	**PÁG. 9**
3.1	Análise SWOT	**PÁG. 9**
3.2	Metodologia SMART	**PÁG. 10**
3.3	Plano de ação 5W2H	**PÁG. 11**
3.4	Capacitação de recursos humanos	**PÁG. 12**
3.4.1	Chave do sucesso: pessoas	**PÁG. 12**
3.5	Formação de preços na exportação	**PÁG. 13**
3.6	Apresentação e embalagem dos produtos exportados	**PÁG. 14**
3.7	Marketing internacional	**PÁG. 15**
3.8	Definição de proposta de valor	**PÁG. 18**
3.9	Roteiro de análise da concorrência	**PÁG. 19**
4	**Exportação direta e indireta**	**PÁG. 20**
4.1	Comércio eletrônico	**PÁG. 21**
4.2	Canais de distribuição	**PÁG. 22**
4.3	Comerciais exportadoras	**PÁG. 22**
5	**Procedimentos administrativos na exportação**	**PÁG. 23**
5.1	Modelos de formulários utilizados no processo de exportação	**PÁG. 24**
5.2	Contratos internacionais de compra e venda de mercadorias	**PÁG. 39**
5.3	*Incoterms*	**PÁG. 40**
5.4	Tratamento tributário	**PÁG. 41**
5.5	Modelos de cartas do exportador brasileiro ao importador estrangeiro	**PÁG. 41**
6	**Barreiras à exportação**	**PÁG. 43**
6.1	Barreiras tarifárias	**PÁG. 43**
6.2	Barreiras não-tarifárias	**PÁG. 43**
7	**Participação em feiras, missões, exposições e rodadas de negócios no Brasil e no exterior**	**PÁG. 44**
8	**Sistema geral de preferências (SGP)**	**PÁG. 44**
9	**Financiamento à exportação**	**PÁG. 45**
9.1	Formas de pagamento	**PÁG. 46**
10	**Transporte internacional**	**PÁG. 48**
10.1	Seguro internacional	**PÁG. 49**
11	***Checklist* exportador**	**PÁG. 50**
12	***Cases***	**PÁG. 51**
	Referências	**PÁG. 53**

Por que exportar?

O passo a passo da exportação tem como objetivo demonstrar que é possível exportar independentemente do tamanho da empresa: pequenas, médias e grandes.

Para atingir o sucesso na internacionalização é preciso: Planejar, Preparar e Profissionalizar.

Pode parecer um grande desafio vender essa ideia internamente na sua empresa, pois muitas não pensam em sair do que aparenta ser "mais seguro", "zona de conforto" ou "*modus operandi*". Partindo deste princípio, listamos aqui alguns dos muitos benefícios em tornar-se uma empresa exportadora com destaque internacional.

1 Etapas de Internacionalização da empresa

Uma vez compreendida a relevância da exportação num mundo cada vez mais globalizado e conectado digitalmente, a empresa deve ter ciência de que a exportação tem um papel estratégico, que beneficia a saudabilidade econômica da empresa e contribui para o desenvolvimento socioeconômico do Brasil.

Agora, vamos contribuir com o entendimento de "Por quê *(Why)*?", "O quê *(What)*?", "Para Onde *(Where)*?" e "Como Exportar *(How)*?".

Existem variáveis do mercado internacional que devem ser analisadas, tais como: idioma, cultura, costumes, moeda local, preços, cenários internacionais, atividades e ocorrências atuais no país de destino, condições climáticas, logística internacional, legislação, acordos e tratados entre países, documentação, câmbio, dentre outros fatores relevantes.

Em geral, empresas que mantêm resultados positivos e duradouros na exportação seguiram um bom planejamento estratégico com visão de médio e longo prazo e flexibilidade. Aqui traremos algumas premissas e ferramentas para auxiliá-los nessa fase preparatória.

Vamos começar pelas etapas de internacionalização:

ETAPA 1	**Empresa se consolida no mercado interno.**
ETAPA 2	**Empresa começa sua pesquisa e plano de internacionalização.**
ETAPA 3	**Empresa iniciante nas vendas de exportação, já tem seu plano de negócio, equipe engajada e pronta para dar os primeiros passos.**
ETAPA 4	**Empresa em crescimento nas exportações, já atua em mais de um mercado e começa a ter continuidade nas vendas do mercado já testado.**
ETAPA 5	**Empresa exportadora ativa em fase de expansão, onde a exportação tem grande relevância no faturamento da mesma.**
ETAPA 6	**Empresa internacionalizada com investimento no exterior ou até mesmo uma filial estruturada.**

2 Fluxograma básico de exportação

3 Plano de Negócios

O primeiro passo para desenvolver o seu plano de negócios é ter uma visão clara de onde sua empresa está e para onde deseja projetá-la, analisando os pontos fortes, pontos de atenção, oportunidades e ameaças, traçando um planejamento estratégico junto a um plano de ação flexível e usando ferramentas práticas que estão ao seu alcance.

3.1 Análise SWOT

A análise SWOT ajudará a empresa a identificar seu estado atual, para que possa ser traçada a rota mais assertiva no atingimento da sua meta. Como exemplo, abaixo temos a matriz usando algumas características, mas cada empresa deve atentar-se à sua realidade interna e externa. Portanto, os fatores citados abaixo podem não ser aplicados a todas.

Preencha a sua Análise SWOT baseada em nosso modelo acima com o QR Code ao lado, ou se estiver visualizando de modo *on-line*, acesse aqui.

3.2 Metodologia SMART

Uma visão clara de futuro requer a definição de metas específicas, para isso sugerimos a Metodologia SMART:

S

Specific (Específico)

Especificar qual mercado, qual volume, qual produto etc.

M

Measurable (mensurável)

De que forma será feito o acompanhamento desta meta? Quais as métricas usadas semanal e mensalmente, por exemplo? Realizar esse acompanhamento permitirá avaliar a evolução e corrigir rumos, caso os resultados não estejam de acordo.

A

Attainable (atingível)

Precisa ser factível e realista. Exemplificando: comece primeiro em um mercado e depois mire outros.

R

Relevant (relevante)

Por quais motivos a organização quer atingir esta meta? (Benefícios). Deve estar alinhada com a cultura, valores e planejamento estratégico global da empresa.

T

Time based (temporal)

Qual o prazo para o atingimento total desta meta?

▶ **Preencha o formulário baseado na Metodologia SMART com o QR Code ao lado, ou se estiver visualizando de modo *on-line*, acesse aqui.**

3.3 Plano de ação
5W2H

Agora é hora de colocar em prática a sua meta de internacionalização, e incluir passo a passo o que deverá ser feito, identificando os sete pontos chaves para cada ação:

1W **WHAT** o quê?

3W **WHERE** onde?

2W **WHEN** quando?

WHO quem? 4W

5W **WHY** por quê?

HOW como? 1H

HOW MUCH quanto custará? 2H

▶ **Preencha o formulário baseado no Plano de Ação 5W2H com o QR Code ao lado, ou se estiver visualizando de modo *on-line*, acesse aqui.**

3.4 Capacitação de Recursos Humanos

O sucesso da exportação na empresa está diretamente ligado ao comprometimento das pessoas que fazem parte da organização, sejam elas líderes ou liderados, do financeiro à produção. Enfim, é importante que todos estejam engajados no processo de exportação e a comunicação deve ser sempre clara e feita de cima para baixo, *TOPDOWN*. Além disso, preparar e treinar a equipe para o processo é um ponto chave.

3.4.1 A chave do sucesso: pessoas

Conhecer muito bem os produtos e processos da empresa, legislação, tributação, documentação, modalidades de venda e distribuição, marketing internacional e, finalmente, história, geografia e cultura local.

Escuta ativa, comunicação, persuasão, negociação, empatia e inteligência emocional, flexibilidade cognitiva, resiliência, planejamento, gerenciamento de tempo, pensamento analítico e crítico, agilidade, liderança e trabalho em equipe.

Unir o conhecimento à prática, prezar pela ética, comprometimento, postura, autogerenciamento, aprendizado contínuo, motivação, mente empreendedora, respeitar a diversidade e culturalidade internacional.

Metas individuais alinhadas com as metas organizacionais.

3.5 Formação de Preços na exportação

O primeiro passo é saber o custo do produto produzido no Brasil e adequá-lo ao preço de exportação, considerando a tabela exemplificativa abaixo e colocando a mercadoria na porta da sua empresa ou em algum armazém predeterminado na negociação comercial, utilizando o *Incoterm "Ex-Works"* (vide item 5.3 deste manual) que é uma referência em transações do comércio exterior.

Cálculo de exclusão de valores do mercado doméstico

PREÇO DE VENDA EM REAIS	**R$**	**500,00**
Cálculo de exclusão de valores do mercado doméstico	Deduções (%)	Valores Ilustrativos
IPI	5%	25,00
PIS	7%	35,00
COFINS	0,8%	4,00
ICMS	18%	90,00
Lucro no mercado doméstico	20%	100,00
Comissionamento mercado doméstico	3%	15,00
Despesas de distribuição nacional	15%	75,00
Outras despesas	5%	25,00
TOTAL DEDUÇÕES		**R$ 369,00**
CUSTO TOTAL DA MERCADORIA PARA EXPORTAÇÃO		**R$ 131,00**

** Tabela meramente ilustrativa.*

Custo da mercadoria para Exportação = **R$ 131,00**

Lucro calculado para mercado internacional 35% = **R$ 45,85**

Preço *Ex-works* chão da fábrica ou armazém indicado em reais = **R$ 176,85**

Taxa cambial (US$) = **R$ 5,00**

Preço *Ex-works* chão de fábrica ou armazém indicado em dólares = **US$ 35,37**

Existem outros itens que poderão impactar na formação de preços?

- A venda será direta (Fábrica → Comprador Internacional)? Ou será indireta (via Comercial Exportadora / *Trading*)?
- Há necessidade de alguma adaptação, inclusão e/ou alteração de rotulagem e embalagem específica para determinado país?
- Como é a cultura de negócios do país importador em relação a costumes e hábitos?
- Qual o volume mínimo de embarque por produto **(sku)** ou por linha de produção?
- Será necessário envio de amostras?
- Será marca própria ou de terceiros *(private label)*?
- Será incluso frete e/ou seguro internacional?
- Será necessária adequação do produto a alguma exigência local?

3.6 Apresentação e embalagem dos produtos exportados

Além de pesquisar muito bem todas as necessidades e exigências de adaptação do produto (componentes, composição e formulação), a apresentação e embalagem dos produtos exportados também são muito importantes e cada mercado pode ter uma legislação ou exigência.

Alguns dos pontos que precisam ser estudados:

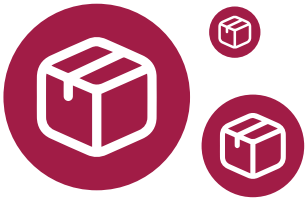
- Tamanho;
- Unidade de medida de peso;
- Rotulagem e tabela nutricional, se aplicável;
- Código de Barras;
- Idioma;
- Formato;
- Informações exigidas na embalagem de acordo com cada país;
- Etiquetas com informações adicionais (nem todos os países aceitam etiquetas, alguns exigem que todas as informações estejam diretamente impressas na embalagem);
- Data de Fabricação e Prazo de Validade;
- Além das embalagens unitárias, a embalagem de transporte deve obedecer às normas de transporte interno e do mercado de destino, por exemplo, embalagens de papel, papelão ou madeira poderão exigir alguma certificação. Em caso de madeira, existe um procedimento de fumigação que é feito nos *pallets* antes do embarque.

3.7 Marketing Internacional

Podemos dizer que se o caminho da exportação é o novo destino da empresa, o marketing internacional é seguramente a validação de seu passaporte, ou seja, por meio dele você vai comunicar os seus diferenciais competitivos e definir estratégias para criar o valor de sua marca e de seu produto.

Dica de Ouro

Visitar feiras internacionais relevantes para a empresa, participar de missões empresariais e rodadas de negócios ajudarão a entender melhor os componentes do marketing internacional.



produto

É preciso responder às perguntas “Qual a necessidade, solução e/ou desejo meu produto vai atender?”, “Como vai ser usado e/ou consumido?”, “Quais as características físicas?” e “Qual o diferencial?”.

Abaixo alguns pontos relevantes:

- Qualidade;
- Design;
- Inovação, Sustentabilidade e Saudabilidade;
- Referência de brasilidade no produto;
- Ter boa aceitação no mercado interno, não significa que será bem aceito no mercado externo (realização de pesquisa de mercado);
- Marca será a mesma? E, será a marca da empresa ou de terceiros (*private label*)?;
- Idioma do país de destino;
- Tamanho ou dimensão;
- Componentes;
- Apresentação;
- Embalagem;
- Aplicabilidade;
- O Produto no exterior irá situar-se no mesmo segmento do mercado interno?;
- Demanda manutenção?;
- Demanda certificações para trazer mais autoridade?;
- Registro de marcas e patentes;
- Amostras de produtos e seus atributos já vendidos no mercado de destino;
- Pós-venda e/ou reposição constante.

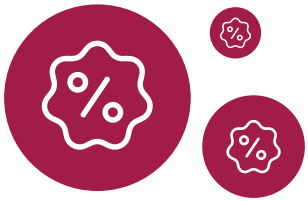
preço

Além do entendimento da formação do preço analisado anteriormente (vide item 3.5 deste manual), alguns fatores de pesquisa e estudo também contribuem para a formação do preço:

- Preço pago pelo cliente final;
- Composto de formação de preço final no mercado de destino;
- Preço praticado em cada canal de distribuição no mercado de destino (distribuidor, atacadista, varejista etc.);
- Preços trabalhados pela concorrência direta e indireta no destino;
- Qual a percepção de valor do produto versus preço?.

praça

A definição do meio como o seu produto chegará ao consumidor final, bem como será feita a manutenção do pós-venda e reposição de produtos é importante. E, por fim, unir-se a parceiros logísticos experientes é uma ótima solução. Tema será aprofundado no item 4.2.



promoção

Pesquisar, desenvolver e preparar toda a comunicação e promoção do seu produto para o mercado internacional deve envolver a adequação de acordo com o idioma utilizado em cada país, bem como atenção ao nome que será utilizado e se é apropriado ao destino selecionado.
Para começar, todos os materiais de promoção e comunicação focados no mercado internacional, tanto físicos quanto virtuais, devem estar traduzidos para o inglês/espanhol, e configurados para os padrões internacionais:

- Catálogos;
- Listas de Preços;
- Embalagem;
- Rotulagem;
- Cartão corporativo;
- *Website* e demais mídias sociais (LinkedIn, Instagram etc.)/canais de comunicação (WhatsApp, e-mail).

Depois de adequar todos os materiais acima, a empresa poderá avaliar a participação em ações de promoção comercial, tais como:

- Feiras internacionais;
- Rodadas de negócios;
- Missões empresariais;
- Projetos compradores ou vendedores;
- Ações de promoção pagas em mídias sociais;
- Interação com Agências Promocionais, Entidades de classe setoriais, Câmaras internacionais, Adidos Agrícolas, Secoms, Embaixadas e Consulados.

pessoas

Aqui, utilizamos este conceito para estudar o comportamento de compra, tanto do meu cliente direto, o comprador, quanto do consumidor final do meu produto.

- Quais são suas motivações, necessidades e percepções?
- Qual entendimento do cliente para tomada de decisão de compra?

Observação Importante

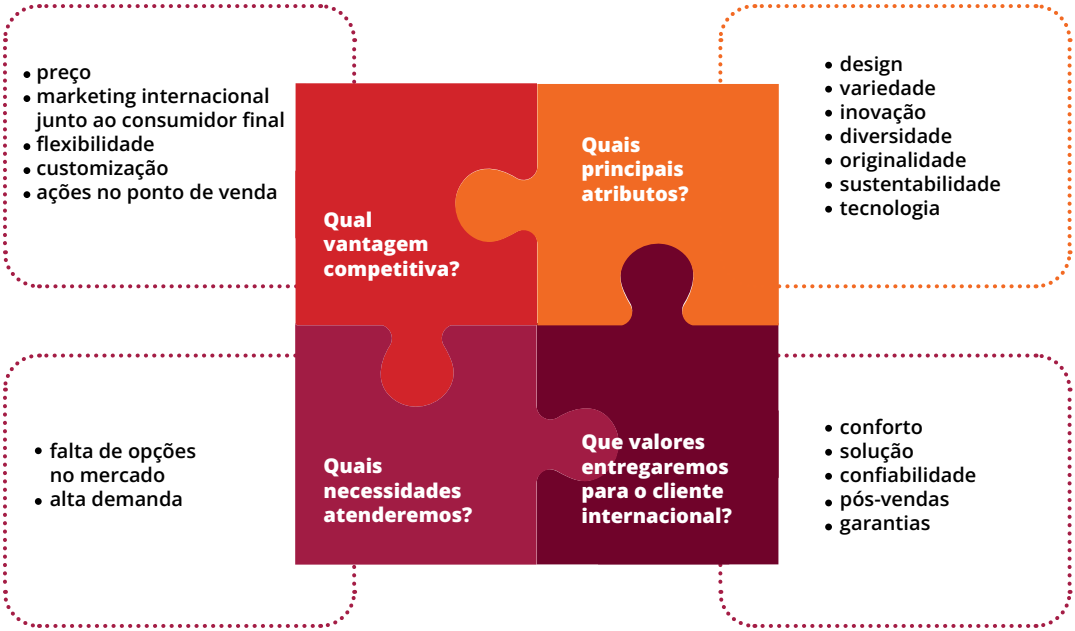
Além de acessar informações disponíveis pelas agências de promoção para os exportadores, a empresa, através do seu próprio ***site*** e das suas mídias sociais, poderá usar ferramentas de rastreio e contratar pesquisas para obter mais informações sobre quem está acessando, opinando, quanto tempo fica e por quais palavras-chave acessou.

3.8 Definição de proposta de valor

Storytelling - construção de uma narrativa sobre a sua empresa que tenha como objetivo criar um vínculo emocional com o público-alvo de modo a ganhar a sua atenção, transmitir uma mensagem de forma eficaz e criar uma oportunidade de compra do seu produto ou serviço. Mostrando todas suas vantagens, atributos, valores e necessidades que serão atendidas na experiência de compra, deixando claro os principais motivos pelos quais ele deve fechar negócio com a sua empresa.

Abaixo, exemplo ilustrativo de como identificar os atributos para a definição da proposta de valor da sua empresa e construção do *Storytelling*.

Proposta de Valor



Preencha o formulário baseado na Proposta de Valor acima com o QR Code ao lado, ou se estiver visualizando de modo *on-line*, acesse aqui.

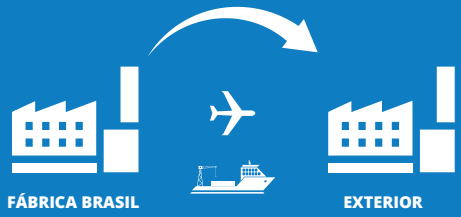
3.9 Roteiro de análise da concorrência

Saber quais são as estratégias e características da concorrência no mercado de destino é tão importante quanto saber os pontos fortes e os pontos de atenção da própria empresa. Isto vai contribuir para a empresa alinhar sua estratégia para acessar àquele mercado-alvo. Abaixo, apresentamos um roteiro prático dessa análise:

Preencha tabela baseada no Roteiro de Análise da Concorrência com o QR Code ao lado, ou se estiver visualizando de modo *on-line*, **acesse aqui.**

4 Exportação direta e indireta

A empresa poderá decidir se é o momento de fazer uma exportação direta (vender diretamente ao importador), ou exportação indireta (através de terceiros, *trading companies* ou comerciais exportadoras).



exportação direta

- investimento em pesquisa de mercado, recursos humanos, marketing e vendas;
- internacionalização da empresa e marca;
- autonomia para mercados e parceiros;
- maior controle do produto, marca e mercado;
- mais lucro a médio e longo prazo;
- autoridade e perícia no mercado internacional.

exportação indireta

- facilitadores do negócio;
- especializados em determinado mercado/segmento;
- relacionamento maturado com o cliente;
- resultados mais rápidos;
- menos investimentos, menor risco;
- *know-how* de terceiros;
- menos notoriedade internacional;
- comerciais exportadoras;
- *trading companies*.

4.1 Comércio eletrônico *(e-commerce)*

O crescimento global e contínuo do comércio eletrônico é uma oportunidade para que as empresas diversifiquem seus canais de venda. Citamos alguns pontos que devem ser considerados:

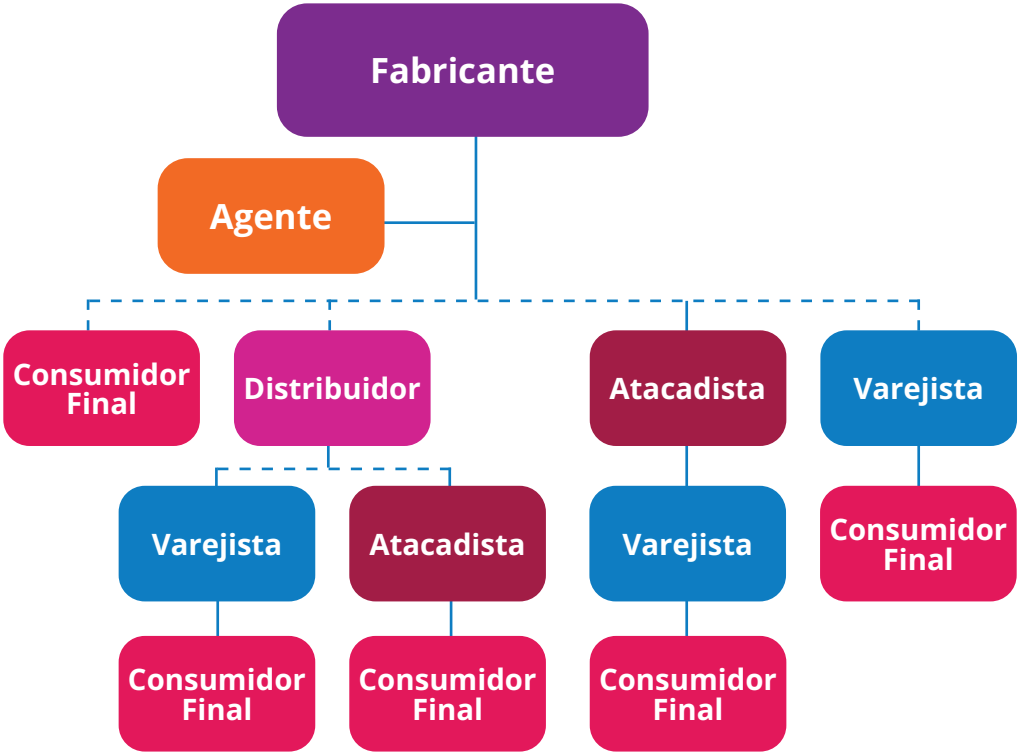
- Além da plataforma de ***e-commerce*** própria, o que significa complexidade para construção e implementação, há necessidade de adequação dos processos Há que se levar em conta que já existe no mercado toda uma estrutura de ***marketplaces*** disponíveis para serem utilizados pelas empresas brasileiras que desejam exportar seus produtos, como Alibaba, Amazon, entre outras. A empresa deverá definir a melhor opção de acordo com a sua estratégia.

Há grandes operadores logísticos especializados neste canal como FedEx, DHL, UPS e Exporta Fácil.

- Há também ***trading*** *companies* no Brasil que atuam em parceria com as grandes plataformas dando todo o suporte aos fabricantes brasileiros na construção deste processo de *e-commerce*.
- As vendas internacionais no comércio eletrônico poderão ser feitas diretamente aos importadores B2B (quantidades mínimas), ou diretamente aos consumidores finais B2C (sem quantidades mínimas).
- É uma estratégia que requer planejamento e adequação do produto, de embalagem e da informação para cada destino em que seu item estará disponível para venda no comércio eletrônico.
- Saiba como será sua política de envio, troca e devolução junto ao seu operador logístico.
- Estude a melhor política de preços e condições que estejam de acordo com este canal.
- O comércio eletrônico na exportação também requer todo o trâmite e documentação para a exportação.
- As compras ***on-line*** são sempre baseadas no relacionamento com o cliente, por isso a interação e integração por meio de mídias sociais como TikTok, Facebook, Twitter, WhatsApp e Instagram são importantes.
- O atendimento ao cliente dentro de todo o processo é também um ponto determinante, qualquer satisfação ou reclamação do cliente poderá impactar positivamente ou negativamente nos resultados de vendas internacionais através desse canal.
- A conexão com o público é essencial. Portanto, criar e desenvolver uma narrativa bilíngue, envolvente e humanizada da empresa, da marca e do produto são muito relevantes.

4.2 Canais de distribuição

A exemplo do mercado doméstico, a empresa deverá identificar quais serão os seus canais de distribuição no mercado-alvo:



4.3 Comerciais Exportadoras

As comerciais exportadoras *(trading companies)* são empresas cujas atividades estão relacionadas com a "exportação indireta" mencionada anteriormente. Elas são especializadas em pesquisar, desenvolver e facilitar novas oportunidades no mercado internacional para as empresas que desejam exportar, mas ainda não estão preparadas para fazer diretamente. Normalmente, comerciais exportadoras já têm um relacionamento com os clientes do mercado-alvo, conhecimento de todo cenário importador, equipe preparada, recursos financeiros e diversificação dos serviços.

5 Procedimentos administrativos na exportação

Mesmo que procedimentos e documentos possam mudar de acordo com o produto, a empresa, o destino e o tipo de transporte, nesse tópico relacionamos os documentos essenciais na rotina administrativa da exportação.

5.1 Modelos de formulários
utilizados no processo de exportação

Proforma Invoice (Fatura Proforma)

É o documento que contém todos os detalhes do importador e do exportador/ fabricante, bem como tudo que foi negociado (data de emissão, descrição do produto e embalagem, quantidade, preço, moeda, *Incoterms*, porto de saída, porto de destino, prazo de entrega, meio de pagamento, se há amostra pré-embarque, se há especificação de etiqueta e/ou rotulagem, dentre outros detalhes da operação). O documento deverá ser aprovado pelo importador através de retorno via e-mail com assinatura.

Disponibilizamos uma *Proforma Invoice* como modelo. Aponte seu celular para o QR Code ao lado, ou se estiver visualizando de modo *on-line*, acesse aqui.

PROFORMA INVOICE

DADOS DO IMPORTADOR:

NÚMERO:
DATA:

DADOS DO IMPORTADOR:

LOCAL DE EMBARQUE:

LOCAL DE DESTINO:

PAÍS DE ORIGEM: DATA PROVÁVEL DO EMBARQUE:

OBSERVAÇÕES:

QTD	DESCRIÇÃO DAS MERCADORIAS	PREÇO UNIT	PREÇO TOTAL
	TOTAL GERAL		

INCOTERMS: DE ACORDO COM OS INCOTERMS-2020(ICC)

FORMA DE PAGAMENTO:

MEIO DE TRANSPORTE:

PESO BRUTO: PESO LÍQUIDO: VOLUME:

OBSERVAÇÕES:

COMISSÃO DO AGENTE:

BANCO (NOME, CONTA):
VALIDADE DA PROFORMA:

Commercial Invoice (Fatura Comercial)

É o documento oficial e irrevogável que informa todos os detalhes da Fatura Proforma *(Proforma Invoice)* e que deverá acompanhar o processo de trânsito da mercadoria desde a saída da carga do país de origem até a chegada da mercadoria no armazém do comprador no país de destino.

Também deve ser recebida pelo importador e acompanhar os documentos a serem entregues ao banco que emitirá o contrato de câmbio ao exportador. A Fatura Comercial *(Commercial Invoice)* é necessária para o despacho aduaneiro.

Disponibilizamos uma *Commercial Invoice* como modelo. Aponte seu celular para o QR Code ao lado, ou se estiver visualizando de modo *on-line*, acesse aqui.

Commercial Invoice

Seller	**Invoice no.** **Date**
	Customer reference no. **Date**
Sold to	**Terms of sale**
	Terms of payment
Ship to (if different than sold to)	**Currency of settlement**
	Mode of shipment **Bill of lading/AWB**

Qty	Description	Unit of Measure	Unit Price	Total Price

Package marks	**Total Commercial Value**	
	Misc. charges (packing, insurance, etc.)	
	Total Invoice Value	

Certifications	**I certify that the stated export prices and description of Goods are true and correct** _____ **(signed)** **Title** _____

Nota Fiscal com CFOP (com destinação exclusivamente à exportação)

A Nota Fiscal com CFOP (abreviação de Código Fiscal de Operações e Prestações) é um documento necessário no processo de exportação com a finalidade de acompanhar o trânsito da mercadoria no mercado interno, bem como para desembaraço aduaneiro. Lembrando que a NF tem validade no território nacional e a *Commercial Invoice* é similar, porém com validade internacional, para uso no despacho aduaneiro no país do importador.

Disponibilizamos uma Nota Fiscal com CFOP como modelo. Aponte seu celular para o QR Code ao lado, ou se estiver visualizando de modo *on-line*, acesse aqui.

Recebemos de (razão social do remetente) os produtos e/ou serviços constantes na nota fiscal ao lado.		NF-e
DATA DO RECEBIMENTO	IDENTIFICAÇÃO E ASSINATURA DO RECEBEDOR	

	DANFE	
		CHAVE DE ACESSO
		PROTOCOLO DE AUTORIZAÇÃO DE USO
NATUREZA DA OPERAÇÃO		
INSCRIÇÃO ESTADUAL	INSCR.ESTADUAL DO SUBST. TRIBUT.	CNPJ

DESTINATÁRIO/REMETENTE

NOME/RAZÃO SOCIAL			CNPJ/CPF	DATA DA EMISSÃO
ENDEREÇO		BAIRRO/DISTRITO	CEP	DT SAÍDA/ENTRADA
MUNICÍPIO	FONE/FAX	UF	INSCRIÇÃO ESTADUAL	HORA DA SAÍDA

FATURA/DUPLICADA

CÁLCULO DO IMPOSTO

B. DE CÁLCULO DO ICMS	VALOR DO ICMS	BASE DE CÁLCULO ICMS ST		VALOR DO ICMS SUBSTITUIÇÃO	VALOR TOTAL DOS PRODUTOS
VALOR DO FRETE	VALOR DO SEGURO	DESCONTO	OUTRAS DESPESAS ACESSÓRIAS	VALOR TOTAL DO IPI	VALOR TOTAL DA NF

TRANSPORTADOR/ VOLUMES TRANSPORTADOS

NOME/RAZÃO SOCIAL	FRETE POR CONTA 0-EMITENTE 1-DESTINATÁRIO	CÓDIGO ANTT	PLACA DO VEÍCULO	UF	CNPJ/CPF
ENDEREÇO	MUNICÍPIO			UF	INSCRIÇÃO ESTADUAL

QUANTIDADE	ESPÉCIE	MARCA	NÚMERO	PESO BRUTO	PESO LÍQUIDO

DADOS DOS PRODUTOS/SERVIÇOS

CÓD PROD.	DESCRIÇÃO DOS PROD./SERVIÇOS	NCM/SH	CST	CFOP	UN	QUANT.	VL. UNITÁRIO	VALOR TOTAL	V.CÁLC.ICMS	VALOR ICMS	VALOR IPI	ALÍQUOTAS	
												ICMS	IPI

DADOS ADICIONAIS

INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES	RESERVADO AO FISCO

Packing List (Romaneio de Carga)

Documento que também acompanhará a mercadoria desde a saída da fábrica. Sua função é ajudar na identificação e localização de qualquer mercadoria dentro da carga. Devem constar todos os dados do exportador/fabricante, importador, data de emissão, porto de saída, porto de destino, descrição do produto e embalagem, data de fabricação, validade, peso líquido, peso bruto, quantidades, marcação, numeração, lote e dimensões. É um documento necessário para o despacho aduaneiro.

Disponibilizamos um *Packing List* como modelo. Aponte seu celular para o QR Code ao lado, ou se estiver visualizando de modo *on-line*, clique aqui.

Packing List

Wholesale/Distributor

Address:
Phone:
Email:

Ship to:

Bill to:

Notes

Carton Count	Reg. Ship Date	FOB Point	Shipping Terms	Ship Via	Ship Order

Carton Information:

Weight 0 lbs

Line #	Item/Description	Qty Ordered	Qty Shipped	Qty Remaining

Certificado de Origem

É um documento que certifica que o produto foi produzido no país de origem do exportador. Portanto, segue os padrões de produção dessa origem. É usado para que o importador se beneficie de algum tratamento tributário motivado por acordo entre países e/ou blocos econômicos.

O certificado poderá ser emitido por instituições autorizadas correspondentes.

O certificado poderá ser emitido para autenticação das instituições autorizadas correspondentes (FIESP, FECOMERCIO, FACESP, MAPA, dentre outras).

Para obtenção do Certificado de Origem, a empresa exportadora poderá acessar a plataforma da instituição correspondente, informando os dados necessários para a emissão e anexando os documentos requisitados. Haverá um prazo de análise dos documentos e informações, que, uma vez aprovados, permitirão a liberação do certificado na versão impressa, a ser assinada e carimbada pelo representante legal da empresa em questão, e, por fim, entregue no local de atendimento para autenticação.

Existe a possibilidade da emissão do Certificado de Origem na versão digital (COD). Nesse caso, o processo será todo *on-line*, inclusive as assinaturas do representante legal da empresa exportadora e da entidade emissora. O documento poderá ser emitido pelo exportador e enviado ao importador. A empresa deverá atentar-se ao fato de que não são todos os países que aceitam a versão digital.

Disponibilizamos um Certificado de Origem como modelo. Aponte seu celular para o QR Code ao lado, ou se estiver visualizando de modo *on-line*, acesse aqui.

MODELO DE CERTIFICADO DE ORIGEM PARA EXPORTAÇÃO

República Federativa do Brasil
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
Ministry of Agriculture, Livestock and Food Supply
Ministerio de la Agricultura, Ganaderia y Abastecimiento

CERTIFICADO DE ORIGEM PARA EXPORTAÇÃO
Certificate of inspection for exportation
Cerfiticado de la inspección

1. Número do Certificado / Certificate Number / Número del Certificado	2. Certificação de livre venda / Certificate of free sale Certificacion de libre venda
3. Produtor / Exportador: (Productor / Exporter) (Nome, endereço e País) (Name, address and country / nombre, dirección y país)	
4. Importador / Importer: (Nome, endereço e País) (Name, address and country / nombre, dirección y país)	
5. Consignatário / Consignee (Nome, endereço e País) (Name, address and country / nombre, dirección y país)	
6. Ordem (Order / Orden)	7. Denominação do produto (Product's name / Denominación del producto)

8. Cod. NCM (WCO Code / Código NCM)	9. Número da Ordem (Order number / Número de orden)	10. Marca Comercial (Brand Name / Nombre de la Marca)	11. Registro no MAPA (Register / Registro)	12. Lote (Lot / Lote)	13. Unidade (Unity / Unidad)	14. Quant. (Quantity/ Cantidad)

15. Número da Ordem (Order number / Número de orden)	16. Certificado de Análises n º / local (Number of Certificate of Analysis / place / Número del Certificado del Análisis / local)	17. Termo de Respons. para Export. (Term of responsability for Exportation / Término del Responsabilidad para Exportación)	
		18. Sim (Yes / Sí)	19. Não (No / No)

DU-E (Declaração Única de Exportação)

É um documento eletrônico para uso no despacho aduaneiro de exportação vinculado a Receita Federal, a ser preenchido pelo exportador com dados que atendem a diversos requisitos, tais como: administrativos, financeiros, tributários, comerciais, aduaneiros, entre outros.

Conhecimento de Embarque

Emitido pela companhia responsável pelo transporte da carga, além de constar dados da carga, da origem e do destino do exportador, do importador, do beneficiário e consignatário, é o documento que transmite a posse da carga.

O nome do documento muda de acordo com o modal (meio de transporte), a saber:

- AWB *(Airway bill)* para aéreo;
- BL *(Bill of lading)* para marítimo;
- CTR (Conhecimento de transporte rodoviário) para rodoviário;
- CTF (Conhecimento de carga ferroviária) para ferroviário;
- Multimodal *(Through bill of lading)*.

Disponibilizamos arquivos relacionados como modelo. Aponte seu celular para o QR Code ao lado, ou se estiver visualizando de modo *on-line*, acesse aqui.

AIRWAY BILL (AWB)

Conhecimento de Embarque - Aéreo (AWB)

Shipper's Name and Address	Shipper's account number	Copies 1,2 and 3 of this Air Waybill are originals and have the same validity
Consigner's Name and Address	Consigner's account number	
Issuing carrier's Agent Name and City		Accounting Information
Agent's IATA Code	Account No.	
Airport of departure (Addr of first carrier) and request Routing		

to	Routing and Destination	to	by	to	by	Currency	CHGS code	WT/WAL PPD	WT/WAL COLL	other PPD	other COLL	Declared Value for Carriage	Declared Value for Customs

Airport of destination	for carrier use only	Amount of Insurance	INSURANCE - If carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with the conditions thereof, indicate amount to be insured in figures in box marked "Amount of insurance".

Handing Information

No. of Pieces RCP	Gross Weight	Kg Lb	Rate Class Commodity Item No.	Chargeable Weight	Rate/ Charge	Total	Nature and quantity of goods (incl. dimensions and volume)

Prepaid / Weight Charge / Collect	Other Charges / Insurance Premium
Valuation Charge	
Tax	
Total Other Charges Due Agent	I hereby certify that particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, that the contents of this consignment are fully and accurately described above by proper shipping name and are classified, packaged, marked, and labeled, and in proper condition for carriage by air according to applicable national governmental regulations.
Total Other Charges Due Carrier	
Valuation Charge / Total Collect	
Currency Conversion Rates / CC Charges in Dest. Currency	
For Carrier's Use only at Destination / Charges at Destination / Total Collect Charges	

BILL OF LADING (B/L)

Shipper:	BILL OF LADING NO.: FOR COMBINED OR PORT TRANSPORTATION
Consignee	COMPANY NAME: Phone: E-mail:
Notify address (Carrier not liable for failure of notification)	
Voyage no. *Place of receipt (if pre-carriage)	Nº of original BL's
Vessel (ocean): Port of Loading:	Ocean freight payable at
Port of discharge *Place of delivery	Measurement, m3

Marks and nos./ Containers nos.	Quantity and description of goods	Gross weight, KG

Particulars above declared by shipper. Applicable only when this document is used as a combined transport bill of lading.	Freight and charges shall be paid in the currency in which the goods are freighted or at carrier's option in the currency of the country of the place of loading or place of delivery in each case converted at the highest rate of exchange on the date of shipment or date of payment whichever the higher.

SÃO PAULO NEGÓCIOS

Conhecimento de Embarque - Rodoviário

Conhecimento internacional de Transporte rodoviário

Carta de Porte internacional por Carretera

1. Nome e endereço do remetente / Nombre y domicilio del remitente	2. Número / Número
	3. Nome e endereço do transportador / Nombre y domicilio del porteador
4. Nome e endereço do destinatário / Nombre y domicilio del destinatario	
	5. Local e país de emissão / Lugar y país de emisión
6. Nome e endereço do consignatário / Nombre y domicilio del consignatario	7. Local, país e data em que o transportador se responsabiliza pela mercadoria Lugar/ país y fecha en que el porteador se hace cargo de las mercandices
9. Notificar a / Notificar a	8. Local, país e data de entrega / Lugar, país y plazo entrega
	10. Transportadores sucessivos / Porteadores sucessivos
11. Quantidade e categorias de volumes, marcas e números, tipos de mercadorias, contêineres e acessórios / Cantidad y classes de bulbos, marcas y números, tipo de mercancias, contenedores y acessorios	12. Peso bruto em kg / Peso bruto en kg
	13. Volume em m2 / Volumen en m.cu
	14. Valor / Valor moeda / moneda

15. Custos a pagar Gastos a pagar	Na origem Monto remitente	Moeda Moneda	No destino Monto destinatario	Moeda Moneda
Frete / Frete				
Outros / Otros				
Total / Total				

16. Declaração do valor das mercadorias / Declaración del valor de las mercancias	
17. Documentos anexos / Documentos anexos	
18. Instruções sobre formalidade da alfândega Instrucciones sobre formalidades de aduana	
19. Valor do frete externo / Monto del flete externo	
20. Valor do reembolso contra entrega / Monto de reembolso contra entrega	

SÃO PAULO NEGÓCIOS

Apólice de Seguro de Transporte Internacional (Certificado de Seguro Internacional)

É o documento para garantir que a carga está assegurada durante todo o transporte. Pode ser contratada pelo exportador ou pelo importador, a depender da negociação. Veremos mais adiante sobre os tipos de *Incoterms*.

Contrato de Câmbio

Para transações comerciais internacionais, é necessário firmar a contratação de câmbio pelo exportador junto a uma instituição financeira para recebimento do pagamento do importador em moeda estrangeira, que será convertido para moeda nacional. Deste documento constam todos os detalhes da operação.

Pontos Relevantes

Há outros certificados que são exigidos dependendo do produto, embalagem, transporte e destino: certificados sanitários, fitossanitários, fumigação, qualidade, entre outros.

Há países que exigem legalização consular, traduções juramentadas e apostilamento dos documentos.

Alguns mercados e culturas também exigem certificados que são obtidos durante a fase de preparo da empresa para determinado mercado, uma vez que, para negociar o produto em si já são necessários e demandam alguma inspeção de autoridades competentes:

- Certificado *Kosher* (que atendem as exigências da comunidade judaica);
- Certificado *Halal* (reconhecido por países islâmicos).

5.2 Contratos internacionais de compra e venda de mercadorias

O contrato de compra e venda de mercadoria é um documento firmado entre as partes, trazendo segurança jurídica na negociação. Para formulação de um contrato internacional é recomendável a contratação de um advogado especialista. Citamos algumas das informações essenciais que deverão constar do documento:

1. NCM (classificação fiscal)
2. Preço, juros e condições
3. Local e prazos
4. Especificação de produto, embalagem, e assistência técnica quando aplicável
5. Quantidade mínima e período de compra
6. Investimento de Marketing
7. Exclusividade por canal e /ou área de distribuição
8. Uso de registro, marca e patente no exterior
9. Direitos e garantias de ambas as partes
10. Confidencialidade e LGPD
11. Determinar meio de comunicação e ferramentas a serem utilizadas no processo
12. Outras cláusulas contratuais que estão ligadas diretamente à negociação internacional

5.3 Incoterms 2020 (ICC)

São as condições de vendas internacionais. Determinam os limites da responsabilidade do exportador e do importador. Devem estar bem definidas e claras durante a negociação e na

EXPORTADOR
IMPORTADOR

	INCOTERM	EXW	FCA	FAS	FOB	CFR	CIF	CPT	CIP	DAP	DPU	DDP
DESPESAS NA ORIGEM	EMBALAMENTO	E										
	DESPESAS DE CARGA		E									
	TRANSPORTE INTERNO			E								
	DESPESAS ALFANDEGÁRIAS				E	E	E	E	E	E	E	
	DESPESAS AO TERMINAL											
	CARGA A BORDO											E
	FRETE	I										
DESPESAS NO DESTINO	SEGURO		I					I		I	I	
	DESPESAS NO DESTINO			I	I	I	I	E		E	E	
	ENTREGA							I	I			
	DESPESAS ALFANDEGÁRIAS									I	I	
	DESCARGAS NO DESTINO										E	I

SUMÁRIO: **1. EXW** – *Ex-Works* – Na Origem (local de entrega nomeado); **2. FCA** – *Free Carrier* – Livre No Transportador (local de entrega nomeado); **3. FAS** – *Free Alongside Ship* – Livre Ao Lado Do Navio (porto de embarque nomeado); **4. FOB** – *Free On Board* – Livre A Bordo (porto de embarque nomeado); **5. CPT** – *Carriage Paid To* – Transporte Pago Até (local de destino nomeado); **6. CIP** – *Carriage And Insurance Paid To* – Transporte E Seguro Pagos Até (local de destino nomeado); **7. CFR** – *Cost And Freight* – Custo E Frete (porto de destino nomeado); **8. CIF** – *Cost Insurance And Freight* – Custo, Seguro E Frete (porto de destino nomeado); **9. DAP** – *Delivered At Place* – Entregue No Local (local de destino nomeado); **10. DPU** – *Delivered At Place Unloaded* – Entregue No Local Desembarcado (Local de destino nomeado); **11. DDP** – *Delivered Duty Paid* – Entregue Com Direitos Pagos (local de destino nomeado).

5.4 Tratamento tributário

Há 3 tipos de regimes tributários no Brasil: **simples nacional**, **lucro presumido** e **lucro real**.

No caso de a empresa estar configurada no simples nacional (regime de tributação), se considerada a atividade de exportação, não se dará o direito de imunidade e isenção de impostos. Portanto, os regimes de lucro presumido ou lucro real são mais atrativos para as empresas que desejam iniciar as exportações, uma vez que terão direito à imunidade do IPI, do ICMS e à isenção do PIS e COFINS. O que diferencia é que, em relação ao lucro presumido, é mais relevante às pequenas e médias empresas, e o lucro real é indicado para as grandes empresas.

NCM
Nomenclatura Comum do Mercosul

A NCM é a classificação fiscal do produto a ser exportado. É constituída por oito dígitos e corresponde aos atributos do produto, com o objetivo de identificar a necessidade de qualquer anuência, licença ou mesmo imposto de exportação (se aplicável). É consultada na TEC (Tarifa Externa Comum). Internacionalmente, é utilizado o Sistema Harmonizado, tradução de *Harmonized System* (HS), Código de Designação e Codificação de Mercadorias, com seis dígitos. Trata-se de uma nomenclatura aduaneira desenvolvida e mantida pela Organização Mundial das Alfândegas (OMA) e utilizada globalmente. A NCM é o próprio sistema harmonizado, com oito dígitos, a ser utilizado no MERCOSUL.

É possível fazer a consulta da NCM por palavras ou código através do Portal Único Siscomex, por meio do QR Code ao lado, ou se estiver visualizando em modo *on-line*, acesse aqui.

5.5 Modelos de cartas
do exportador brasileiro ao importador estrangeiro

É importante que toda e qualquer comunicação do exportador brasileiro ao importador estrangeiro seja clara, honesta, flexível, cordial, respeite a cultura e costumes do país do importador, no idioma comercial utilizado pelo cliente e que sempre configure um benefício para ambas as partes desde o início das tratativas.

A seguir modelos de cartas (e-mails) para

BUSINESS LETTER

(Letterhead)

Company name
Email
Phone number
Address
Date: ___/_____/____

Dear Customer, good afternoon!

Hope you are doing well.
First of all, we would like to thank you for your business contact.
Please find attached our catalogue and the export price list for your evaluation.
We hope to develop an excellent partnership with your esteemed Company.
For further information, please let us know.
Thank you in advance and hope to hear from you soon.
Best regards,
Signature

CARTA COMERCIAL

(Membrete)

Nombre de la empresa
Correo electrónico
Número telefônico
Dirección
Fecha: ___/____/___

¡Estimado cliente, buenas tardes!

Espero que estés bien.
Ante todo, nos gustaria agradecerle por su contacto comercial.
Le adjuntamos nuestro catálogo y lista de precios de exportación para su evaluación.
Esperamos desarrollar una excelente asociación con su estimada empresa.
En caso de cualquier información adicional, estaremos a su entera disposición.
Gracias y espero tener noticias suyas.
Saludos cordiales,
Firma

6 Barreiras à exportação

Na hora de definir os mercados-alvo de suas exportações cabe a análise de todas as possíveis barreiras à exportação, tanto as tarifárias quanto as não-tarifárias.

6.1 Barreiras tarifárias

Normalmente as barreiras tarifárias são aplicadas pelo país importador como forma de proteger a produção local. Podem existir acordos bilaterais ou entre blocos econômicos que diminuam ou até mesmo zerem as tarifas entre seus membros.

6.2 Barreiras não-tarifárias

São consideradas ferramentas de política econômica que atuam em relação ao fluxo do comércio exterior não tendo como base a utilização de outros meios tarifários. Abaixo alguns exemplos:

- Subsídio à indústria e agricultura local;
- Diferenças culturais;
- Normas de origem;
- Normas técnicas;
- Política cambial;
- Burocracia e excesso de regulamentação;
- Localização geográfica;
- Instabilidade econômica e social.

Para saber mais informações específicas sobre o tema de barreiras à exportação, acessar os *sites*:

TRADEMAP: https://www.macmap.org/

MRE: https://www.gov.br/abc/pt-br/assuntos/cooperacao-tecnica/acordos-vigentes/acordos-bilaterais

7 Participação em feiras, missões, exposições e rodadas de negócios no Brasil e no exterior

A participação em feiras, missões, exposições e rodadas de negócios ligadas ao setor em que a empresa atua é extremamente válida, desde que bem planejada e estruturada.

A empresa poderá ir como visitante para identificar mercados, conhecer as tendências e inovações, avaliar os produtos e concorrentes e prospectar parceiros e potenciais clientes. Uma vez mais bem preparada, poderá ir como expositora. Nesse caso, para que possa obter resultados positivos e retorno sobre o investimento é de extrema importância que todos os materiais de comunicação estejam preparados para atender aos potenciais clientes: produtos, embalagem, rotulagem, amostras, listas de preços, pessoal treinado e preparado para as perguntas dos visitantes com respostas registradas.

As rodadas de negócios e missões empresariais, organizadas por agências de fomento, como a São Paulo Negócios, outros órgãos governamentais e associações setoriais, também servem como plataforma de prospecção e realização de negócios internacionais. Proporcionam qualificação prévia e auxiliam na preparação e acesso ao mercado de forma estruturada, além da identificação de potenciais clientes para maior abertura, pois contam com a chancela governamental. Além disto, o investimento para participar de um evento dessa natureza é consideravelmente menor quando comparado a uma ação individual.

8 Sistema geral de preferências (SGP)

É um sistema que tem como finalidade viabilizar o acesso aos mercados de países desenvolvidos por aqueles em desenvolvimento como o Brasil, sem a necessidade de reciprocidade.

Com isso, os países beneficiários recebem redução ou mesmo isenção da tarifa alfandegária dos Países-membros do programa, por meio da UNCTAD (Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento).

As exigências para obter o benefício são:

1) O produto deve constar na listagem do SGP.
2) A carga a ser exportada deve estar amparada pelo Certificado de Origem "*Form* A", assim o importador poderá se beneficiar da redução tarifária.
3) A origem e transporte da mercadoria devem ser única e exclusivamente do país beneficiário ao país importador.

O "*Form* A" é emitido pelo Banco do Brasil mediante apresentação de documentos previstos.

O Brasil deixou de fazer parte em 12 de outubro de 2021 da lista de beneficiários do SGP. Portanto, a emissão do certificado "*Form* A" já não é mais necessária.

9 Financiamento à exportação

ACC

O Adiantamento de Contrato de Câmbio (ACC) é a possibilidade do exportador em adiantar o recebimento do valor em reais da venda internacional concluída e fechada com o importador antes mesmo de ser paga por ele, e poderá ser feito antes da produção ou pré-embarque. O exportador deverá celebrar o ACC com um banco comercial autorizado a operar em câmbio com quem tenha um limite de crédito para fixar a taxa, e, com este valor, poderá financiar sua produção.

ACC indireto

Trata-se do mesmo financiamento acima citado com a diferença de que beneficia o exportador indireto: seja ele o fabricante de insumos, partes e embalagens que integrem a mercadoria a ser exportada; ou ainda fabricante de bens a serem exportados por comerciais exportadoras (*trading companies*).

ACE

O Adiantamento de Cambiais Entregues (ACE) é similar ao ACC. O que muda é a etapa da contratação de câmbio, que será na fase de comercialização ou no pós-embarque. Serve para conceder, de forma competitiva, um prazo de pagamento ao importador, pois o exportador receberá antecipadamente do banco o valor da venda em reais com taxa de câmbio fixada.

BNDES

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social presta apoio às exportações de bens e serviços nacionais.

Há 2 modalidades de apoio:

1) Fase pré-embarque: financiamento destinado à produção de bens e serviços para exportação. A intermediação é feita por um agente financeiro credenciado ao BNDES, na qual o exportador já tenha um relacionamento e que será o tomador de risco de crédito do exportador junto ao BNDES.
2) Fase pós-embarque: financiamento destinado à comercialização de bens e serviços para exportação. Neste caso, o BNDES repassa ao exportador brasileiro o valor devido pelo importador, que passa a dever ao BNDES. Então, não haverá a remessa de divisas ao exterior. Quem fará o pagamento do financiamento pelo importador estrangeiro será o banco mandatário, que fechará o câmbio e repassará o valor, em reais, ao BNDES.

PROEX

O Programa de Financiamento às Exportações (PROEX) é um sistema de apoio às exportações brasileiras do Governo Federal e que está sob responsabilidade do Banco do Brasil, oferecendo 2 modalidades de crédito:

1) PROEX – financiamento
Apoia diretamente o exportador brasileiro, com recursos obtidos junto ao Tesouro Nacional. Essa modalidade está voltada às micro, pequenas e médias empresas.

2) PROEX – equalização
A exportação brasileira é financiada pelas instituições financeiras estabelecidas, no país ou no exterior, e o PROEX arca com parte dos encargos financeiros incidentes, com o objetivo de as taxas de juros serem equivalentes às praticadas mundialmente. Esta modalidade está voltada a empresas exportadoras de qualquer porte.

Para saber mais sobre PROEX acesse:

https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/empresas/produtos-e-servicos/comercio-exterior/vendas-para-o-exterior/proex-financiamento#/

*Fonte: https://www.gov.br/siscomex/pt-br/servicos/aprendendo-a-exportarr/planejando-a-exportacao-1/financiamento

9.1 Formas de pagamento

Abaixo as formas de pagamento mais usadas no comércio exterior:

Pagamento antecipado
(Payment in Advance)

Pago antes da produção quando da confirmação e aceite da Fatura Proforma, ou até mesmo antes do embarque. Geralmente, algumas empresas optam por trabalhar com um percentual antecipado para garantia da produção da mercadoria e o saldo remanescente a ser pago antes do embarque, contra apresentação de cópia não negociável de Conhecimento de Embarque (BL, AWB, CTR). Entretanto, tudo depende das companhias envolvidas e da relação comercial estabelecida.

Remessa sem saque
(Clean Collection)

O exportador embarca a mercadoria ao importador, prepara e emite todos os documentos, os envia ao importador, que desembaraça a mercadoria no destino e, após essa etapa, envia o pagamento através do seu banco diretamente ao banco do exportador no Brasil. A instituição financeira comunicará sobre o montante recebido para dar sequência ao contrato de fechamento de câmbio.

Cobrança documentária
(CAD – Cash Against Documents)

Após o embarque, o exportador apresentará a documentação necessária ao banco no Brasil com o qual mantém relacionamento (banco de origem) e que fará a intermediação de cobrança e envio da documentação ao banco do importador (banco de destino). Após o pagamento do importador, ele poderá retirar a documentação para desembaraçar a mercadoria, e, ao mesmo tempo, o banco do importador fecha o câmbio e providencia a remessa de divisas ao banco do exportador, pagando ao mesmo subsequentemente.
Existe uma possibilidade desta modalidade ser a prazo. Neste caso, o importador terá que assinar um documento de saque em seu banco para que possa retirar a documentação pertinente, mediante aceite de saque.

Carta de Crédito – L/C
(Letter of Credit)

A Carta de Crédito (L/C) é considerada o meio de pagamento mais seguro tanto para exportador quanto para importador. Entretanto, deve-se atentar aos detalhes na hora da instrução de emissão de uma Carta de Crédito por parte do exportador ao importador e no atendimento do exportador a todas as exigências nela contidas para evitar atrasos no recebimento do pagamento ou o não recebimento.

A escolha dos bancos envolvidos na operação também é de grande importância, pois, nesta forma de pagamento, as instituições financeiras assumem toda a responsabilidade perante as partes.

Na Carta de Crédito deve constar toda a descrição da transação de venda internacional, a Fatura Comercial e todos os demais documentos devem estar fielmente alinhados às descrições contidas na Carta de Crédito (dados do importador, exportador, porto de origem, destino, modal, descrição do produto, embalagem, data de produção, validade, preços, quantidades, pesos, lotes, condições, entre outras informações, caso solicitadas).

É comum, antes da emissão da Carta de Crédito, a prática de uma instrução dessa emissão por parte do exportador ao importador junto ao envio da cópia da Fatura Comercial. E, consequentemente, a entrega de um ***draft*** do importador para conferência do exportador antes da emissão da Carta de Crédito original junto ao banco do importador (banco emissor).

Resumindo

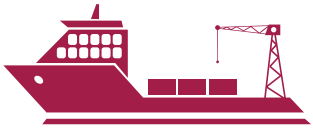
O importador vai ao banco emissor e solicita a abertura da Carta de Crédito. Feito isso, a instituição comunica a abertura da Carta de Crédito ao banco do exportador, que o avisa. Então, o exportador embarca a mercadoria e entrega a documentação ao seu banco, que examina todos os documentos e o remete ao banco emissor no exterior para verificação. Após a análise e aprovação, o banco os manda ao importador, que desembaraça a mercadoria. O banco emissor paga o banco do exportador (comumente chamado também de "avisador") e fará a remessa ao exportador.

A Carta de Crédito poderá ser à vista ou a prazo. É recomendável que seja aberta e confirmada por um banco de primeira linha.

10 Transporte internacional

A avaliação prévia do modal de transporte no estudo de viabilidade do negócio, e consequente decisão em qual mercado de destino a empresa irá atuar, é de grande relevância. Mesmo que no *Incoterm* negociado, o transporte da mercadoria não recaia como responsabilidade do exportador, a decisão de compra do importador poderá ser impactada pelo tipo de transporte da carga.
O que deve ser considerado na

Principais modais usados nas exportações brasileiras:



MARÍTIMO

- geralmente volumes grandes e cargas pesadas
- FCL *(full load container) container* completo
- LCL *(less load container)* carga consolidada/solta
- tempo de trânsito mais longo
- navios
- *containers* de 20ft, 40ft ou HC
- longas distâncias
- baixo custo

RODOVIÁRIO

- caminhões, carretas e *trucks*
- porta a porta
- países vizinhos
- diversidade de rotas
- geralmente grandes volumes e quantidades
- tempo de trânsito médio a longo
- baixo custo

AÉREO

- aviões
- alto custo
- curtas a longas distâncias
- tempo de trânsito curto
- volumes pequenos na sua maioria
- cargas com alto valor agregado e urgentes

A contratação de logística e fretes internacionais deve ser feita com agentes de cargas e precisam ser bem avaliados para que sejam parceiros que tragam flexibilidade, agilidade e competitividade ao produto.

10.1 Seguro Internacional

A empresa exportadora será responsável pelo seguro internacional da carga, a depender do *Incoterm* (condição de venda internacional) fechado com o importador. São eles: CIF, CIP, DPU, DAP e DDP. Poderá ser contratado diretamente com o agente de carga responsável pelo frete internacional da mercadoria.

11 *Checklist* para *follow-up* da operação por cliente

Preparamos um *checklist* para acompanhamento da empresa exportadora de um processo de venda internacional junto ao cliente:

- ✓ **Dados completos do cliente.**
- ✓ **Contato direto.**
- ✓ **Produtos que já distribui.**
- ✓ **Quais são os seus clientes?**
- ✓ **Como atua no mercado?**
- ✓ **Registros, certificações e licenças necessárias.**
- ✓ **Envio de amostras, se necessário.**
- ✓ **Adaptações, mudanças no produto, na apresentação ou na embalagem, se necessário.**
- ✓ **Rotulagem e/ou etiquetas no produto e na embalagem, se necessário.**
- ✓ **Principais concorrentes do meu cliente.**
- ✓ ***Market Share* e como este cliente se posiciona no mercado.**
- ✓ **Atua com promoção fisicamente e *on-line*? Se positivo, como?**
- ✓ **Dados da oferta enviada ao cliente.**
- ✓ **Retorno do cliente e *feedback*.**
- ✓ **Envio da *Proforma Invoice*.**
- ✓ ***Proforma Invoice* aprovada.**
- ✓ **Prazo de produção.**
- ✓ **Confirmação do pagamento, se for antecipado ou parte antecipado.**
- ✓ **Instrução para abertura de Carta de Crédito (em caso desta modalidade).**
- ✓ **Preparação de *draft* de documentos necessários.**
- ✓ **Envio dos *drafts* ao cliente para aprovação.**
- ✓ **Aprovação do cliente.**
- ✓ **Desembaraço da carga no Brasil.**
- ✓ **Entrega dos documentos no Banco.**
- ✓ **Dados do embarque.**
- ✓ **Chegada ao destino.**
- ✓ **Desembaraço do importador.**
- ✓ **Confirmação de pagamento, se for o caso.**

▶ **Preencha o *Checklist* de forma completa com o QR Code ao lado, ou se estiver visualizando de modo *on-line*, acesse aqui.**

case 1

Cristais Gileno Design

Foco, preparo, resiliência e excelência!

A Cristais Gileno Design, há 17 anos no mercado brasileiro, é considerada uma das maiores indústrias produtoras de objetos de decoração do Brasil, com criações exclusivas de peças de cristais artesanais de alta qualidade, algumas delas com aplicação do Ouro 24K, utilizando a técnica de sopro, criada originalmente na Ilha de Murano em Veneza. Além de toda essa exclusividade, a empresa também é reconhecida por seu design diferenciado com técnicas únicas e cores, unindo beleza à criatividade brasileira.

Com o apoio da São Paulo Negócios e de outras agências e instituições de fomento, a empresa mantém sua constante participação em feiras nacionais, internacionais e em missões no exterior.

O plano de exportação sempre esteve presente nas metas da empresa, contudo para atingi-lo foi necessário um processo bem-estruturado e de constante aprendizado. Com essa mentalidade e com o foco na construção e fortalecimento da marca, a companhia participou da primeira e mais importante feira mundial do setor, a AMBIENTE, em Frankfurt 2020, e, desde então, não parou, tendo ganhado cada vez mais experiência, visibilidade e confiança.

Nesta trajetória a empresa conta com o total apoio do time qualificado da SP Negócios em oportunidades decisivas, como no caso da Missão Empresarial ao Chile 2022, onde firmou uma representação comercial da marca no referido país e, na Missão Empresarial Alemanha 2023, onde recebeu o apoio para exposição na Feira AMBIENTE, possibilitando estreitar as relações comerciais com seu representante local; conversar com potenciais novos clientes e continuar investindo na construção e fortalecimento da marca.

Hoje, os produtos da Cristais Gileno também podem ser encontrados em renomados pontos de venda como Galerie Lafayette de Dubai, cliente desenvolvido através da participação em feira no Oriente Médio.

A Cristais Gileno Design tem experenciado grandes resultados em sua desenvoltura comercial internacional, devido ao atendimento ao cliente feito de forma assertiva no pós-feira e à prontidão no envio de amostras.

O trabalho realizado pelas redes sociais também tem contribuído para atingir públicos distintos, pois possibilita a apresentação de uma gama de produtos que atendem a diversos nichos de mercado.

A empresa também enfrentou desafios, já superados, como por exemplo: entender e moldar-se ao perfil de negociadores internacionais, que se diferem em muitas características do mercado brasileiro. A flexibilidade e previsibilidade também demandaram capacitação e treinamentos a todos os envolvidos no processo de exportação.

Fatores como mudanças e facilitações nos fretes e nas entregas; uma excelente política comercial com foco no relacionamento com o cliente; adaptações nas embalagens e atenção aos detalhes, foram determinantes para trazer mais credibilidade para a marca e arregimentar parcerias internacionais. Como resultado, a empresa aumentou seu *portfolio* de clientes, registrou lucratividade em seu negócio e, de forma contínua, está preparada para pousar em novos continentes, evidenciando cada vez mais sua marca e conquistando novos mercados internacionais.

Vasart® Inovação, Sustentabilidade e Pessoas Engajadas!

A Vasart, há 15 anos no mercado brasileiro, foi pioneira no Brasil na fabricação de vasos pelo processo de rotomoldagem, fornecendo um produto disruptivo e apresentando uma nova forma de venda no mercado de vasos no país, que era composto por vasos de cimento e cerâmica de baixa qualidade. A empresa fabrica e oferece vasos com design diferenciado, preços acessíveis e alta qualidade.

A empresa conta com um time de 150 profissionais em uma área de 12000m². Sua expressiva produção já entregou mais de 12 milhões de produtos no mercado brasileiro e internacional.

Um dos seus grandes diferenciais é a sustentabilidade, pois tudo é produzido com 75% de resina PCR, que seriam descartadas no meio ambiente e são aproveitadas, gerando arte decorativa com sofisticação.

A Vasart está presente em 24 países, alguns em destaque, como: EUA, Israel e Uruguai. Com uma carteira de clientes heterogênea, a empresa conta com diversos canais de distribuição como representantes e distribuidores especializados.

Com planejamento estratégico de expansão, considerando os próximos cinco anos, a companhia visa internacionalizar a marca Vasart®. Embora já tenha dado início neste projeto em 2022 com uma filial nos EUA, vislumbra um novo passo que será a abertura de uma nova filial no continente europeu.

A primeira exportação foi realizada em 2010 para uma rede sul-americana. A empresa também contou com o apoio de agências de promoção para alavancar o seu crescimento. Com a participação nas ações de promoção como missões, rodadas de negócios e feiras internacionais, esse crescimento foi intensificado.

O primeiro passo do plano de exportação da Vasart foi desenvolver parceiros em países do Mercosul, devido à proximidade geográfica e vantagens logísticas. Em dois anos, já estava com uma cobertura em todos os países da América do Sul, EUA e América Central, dando um salto próspero em seu posicionamento internacional. O próximo passo foi a expansão nos países do Oriente. Vale ressaltar que atualmente, a Vasart é líder de mercado em Israel.

O principal desafio da Vasart em sua trajetória internacional é a logística, tendo em vista que se trata de um produto volumoso e com fretes menos competitivos em relação aos demais países. Porém, o design e a qualidade dos produtos da Vasart competem em nível de igualdade com qualquer empresa do mundo.

A empresa também percebeu que a redução nos tempos dos processos para atender mercados mais competitivos, a disposição de estoques locais em alguns países para atender parceiros pequenos e o desenvolvimento de produtos com melhor cubagem para diminuição de fretes, foram pontos de melhoria e adaptação para acessarem o mercado internacional.

A Vasart reconhece que a São Paulo Negócios tem exercido um papel estratégico no acesso e desenvolvimento de novos mercados e horizontes a serem explorados. Cita como exemplo, a Missão Empresarial ao Chile, da SP Negócios, quando a empresa firmou parceria com dois novos clientes que fecharam pedido durante o evento e possibilitou a atuação em um novo nicho de mercado, voltado para a decoração de ambientes.

Exportar é fundamental para uma empresa melhorar seus processos e produtos.

REFERÊNCIAS

ADUANEIRAS. Disponível em: https://www.aduaneiras.com.br. Acesso em: 17 mar. 2023.

APEX Brasil - Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos. Disponível em: https://apexbrasil.com.br. Acesso em: 17 mar. 2023.

BACEN – Banco Central do Brasil. Disponível em: https://www.bcb.gov.br. Acesso em: 17 mar. 2023.

BB - Banco do Brasil. Disponível em: https://www.bb.com.br/. Acesso em: 17 mar. 2023.

FEDEX – Federal Express. Disponível em: https://www.fedex.com/pt-br/home.html. Acesso em: 17 mar. 2023.

FIESP – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo. Disponível em: https://www.fiesp.com.br. Acesso em: 17 mar. 2023.

FONTES, Kleber. Exportação Descomplicada. São Paulo: Editora Labrador. 2020. Frase acima, disponível em: https://www.pensador.com/colecao/kleberfontesbr. Acessado em: 10 mar. 2023.

FUNCEX – Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior. Disponível em: https://funcex.org.br. Acesso em: 17 mar. 2023.

GOVERNO FEDERAL. Disponível em: https://www.gov.br. Acesso em: 17 mar. 2023.

MARKET ACCESS MAP – Mapa de Acesso ao Mercado. Disponível em: https://www.macmap.org/. Acesso em 17 mar. 2023.

MINERVINI, Nicola. O Exportador: construindo o seu projeto de internacionalização. São Paulo: Editora Almedina Brasil. 7º Edição. 2019.

MDIC - Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. Disponível em: https://www.gov.br/mdic. Acesso em: 17 mar. 2023.

MRE – Ministério das Relações Exteriores. Disponível em: https://www.gov.br/mre. Acesso em: 17 mar. 2023.

PORTAL ÚNICO. Disponível em: https://portalunico.siscomex.gov.br / https://www.gov.br/siscomex. Acesso em: 17 mar. 2023.

RECEITA FEDERAL. Disponível em: https://idg.receita.fazenda.gov.br/. Acesso em: 17 mar. 2023.

SÃO PAULO NEGÓCIOS - Agência de Promoção de Investimentos e Exportações do Município. Disponível em: https://spnegocios.com. Acesso em: 17 mar. 2023.

TEC – Tarifa Externa Comum. Disponível em: https://www.gov.br/produtividade-e-comercio-exterior/pt-br/assuntos/camex/estrategia-comercial/tarifas/tarifa-externa-comum. Acesso em: 17 mar. 2023.

A única fronteira que existe entre os países na exportação é a sua mente.

Kleber Fontes, especialista em Comércio Exterior.

SÃO PAULO NEGÓCIOS

CIDADE DE SÃO PAULO

Este Manual foi composto na tipografia Open Sans 9/12 e impresso em papel Offset LD Nacional 90g/m² pela Gráfica Referência.

SÃO PAULO NEGÓCIOS

CIDADE DE SÃO PAULO
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E TRABALHO

SPNEGOCIOS.COM

RUA LÍBERO BADARÓ, 293, 12º ANDAR - CONJUNTO 12C
SÃO PAULO / SP I CEP: 01009-000

SP NEGÓCIOS