



# GUIA DE EXPORTAÇÃO

2020



# Índice

Introdução	03
Por que Exportar?	04
O que exportar?	07
Onde exportar?	09
Como exportar?	14
Incoterms	20
Fluxograma	22
E-commerce	23

# Introdução

Proporcionar as empresas do B2Brazil um manual rápido com informações básicas sobre como exportar.

Aqui abordaremos, de uma maneira simplificada e de fácil compreensão, os principais pontos que sua empresa precisa saber antes de entrar no mundo da exportação:

1. Por Que Exportar?
2. O Que Exportar?
3. Para Onde Exportar?
4. Como exportar?
5. Incoterms
6. Fluxograma Básico de Exportação
7. E-Commerce



# Por que Exportar?



# Benefícios da Exportação

A exportação proporciona diversos benefícios a empresa, dentre todas essas vantagens, destacamos as seguintes:

## a) Aumento de produtividade

**b) Diminuição da carga tributária:** a empresa pode compensar o recolhimento dos impostos internos, via exportação:

- (IPI): Imposto sobre Produtos Industrializados
- (ICMS): Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
- (COFINS): Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social
- (PIS): Programa de Integração Social
- (Pasep): Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público
- (IOF): Imposto sobre Operações Financeiras
- *\*verifique com a Contabilidade de sua empresa essas informações*

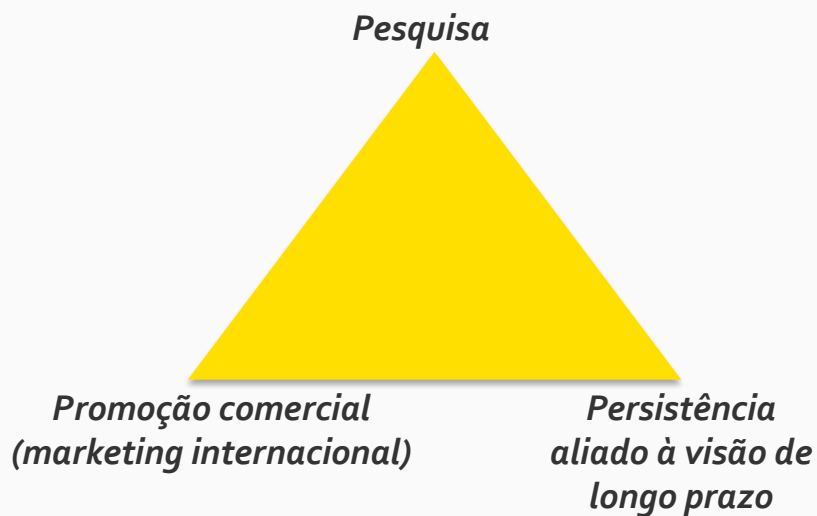
**c) Redução da dependência de vendas internas:** a diversificação de mercados (interno e externo) proporciona à empresa maior segurança contra as oscilações dos níveis de demanda interna;

## d) Aumento da capacidade inovadora

**e) Melhoria de condições para obtenção de recursos financeiros:** Adiantamento sobre Contrato de Câmbio (ACC) e Adiantamento sobre Cambiais de Exportação (ACE), possibilitam o recebimento da receita de exportação antes mesmo do início do processo produtivo, utilizando taxas de juros internacionais normalmente mais baixas do que as aplicadas no mercado interno.

**f) Melhoria da imagem da empresa:** reflexos positivos para seus clientes e fornecedores.

Em resumo, a exportação assume grande relevância para a empresa por ser o caminho mais eficaz para garantir o seu próprio futuro em um ambiente globalizado cada vez mais competitivo, que exige das empresas brasileiras plena capacitação para enfrentar a concorrência estrangeira, tanto no país como no exterior. Para o Brasil, a atividade exportadora tem também importância estratégica, pois contribui para a geração de renda e emprego, para a entrada das divisas necessárias ao equilíbrio das contas externas e para a promoção do desenvolvimento econômico.



*DICA: Os produtos brasileiros possuem uma boa reputação na América Latina.*

## CONSIDERAÇÕES IMPORTANTES

As empresas brasileiras interessadas em tornarem-se exportadoras ativas devem ter, entre outros, os seguintes cuidados:

- Para a conquista do mercado internacional, não se deve considerar a exportação como atividade esporádica, vinculada às flutuações do mercado interno ou ao excedente de sua produção. Uma parte da produção deve ser destinada ao mercado externo constantemente;
- A empresa exportadora deverá estar em condições de atender sempre às demandas regulares de seus clientes no exterior;
- A concorrência internacional é derivada, entre outros fatores, da existência de maior número de exportadores do que de importadores. No mundo, outros fornecedores potenciais buscarão conquistar os mercados já ocupados pelas empresas brasileiras;
- Os exportadores brasileiros devem saber utilizar plenamente os mecanismos fiscais e financeiros postos à sua disposição pelo Governo, a fim de aumentar o grau de competitividade de seus produtos;
- Todas as comunicações recebidas de importadores externos devem ser respondidas, mesmo que, em determinado momento, o exportador não tenha interesse ou condições de atender aos pedidos recebidos. O bom diálogo com os importadores, tanto efetivos como potenciais, prepara o campo para vendas futuras.

# O que Exportar?



# O QUE EXPORTAR?

A empresa deve identificar, dentro de sua linha de produtos, aqueles que atendam às necessidades e às preferências dos consumidores dos mercados estrangeiros a serem explorados. A empresa também deve estar atenta a questões como níveis de preços praticados no exterior, processos de distribuição do produto no mercado alvo, aspectos relacionados à promoção do produto no mercado, capacidade de produção da empresa, embalagem, disponibilidade de transporte para o exterior, exigências tarifárias e não tarifárias praticadas no mercado de destino, concorrência etc.

Existem diferentes opções que os empresários podem utilizar para promoverem seus produtos no exterior, desde a realização de viagens internacionais de prospecção, com o objetivo de explorar mercados potenciais para suas exportações, até a participação em feiras comerciais, missões internacionais, ações de matchmaking, contato direto com importadores e com consumidores. Mais recentemente, empresas no mundo inteiro têm utilizado a internet como um canal eficiente e de alto custo X benefício para encontrarem novos compradores para seus produtos no mercado internacional.





# Onde Exportar?



# ONDE EXPORTAR?

Em um ambiente de acirrada competição internacional, a pesquisa de mercado assume papel fundamental para a obtenção de êxito nos mercados externos. O B2Brazil elabora uma análise de mercado que possibilita à empresa identificar importadores potenciais para seus produtos.

Além desse estudo, é importante a empresa efetuar pesquisas de preços de exportação o (preço do valor FOB e do valor CIF do produto), acordos comerciais, características da demanda, dados sobre tratamento tarifário e não tarifário, embalagens apropriadas entre outras informações.

## PLANO DE NEGÓCIOS

O plano de negócios deve conter:

- **Sumário:** identificar por que entrar nesse mercado e quais são as probabilidades de sucesso;
- **Situação presente:** identificar quais produtos da empresa têm potencial para exportação;

- **Objetivos:** identificar metas de curto e de longo prazo para a empresa na exportação;
- **Gerenciamento:** relacionar os setores da empresa que serão envolvidos no negócio;
- **Análise de mercado:** definir estratégias de vendas do produto;
- **Cientes alvo:** descrever o perfil do consumidor e seus hábitos e costumes;
- **Análise da concorrência:** apoiar-se em estudo dos concorrentes;
- **Estratégias de marketing:** definir estratégias para atração e retenção do cliente;
- **Preços:** definir preços internacionais e estimativas de lucro;
- **Métodos de distribuição:** identificar canais de distribuição em determinado mercado;
- **Plano de fabricação:** identificar como serão produzidos os produtos para exportação, assim como o volume;
- **Balanço contábil:** identificar dados sobre liquidez e fluxo de caixa da empresa nos últimos anos;
- **Fonte de financiamento:** verificar como obter financiamento para a expansão de recursos;
- **Conclusão:** apresentar o plano de ação com os dados do lucro esperado e o cronograma da operação.

## FORMAÇÃO DO PREÇO DE EXPORTAÇÃO

No processo de formação do preço de exportação, deve-se primeiramente conhecer e utilizar todos os benefícios fiscais e financeiros aplicáveis à exportação, a fim de se obter maior competitividade externa. O conhecimento da estrutura de custos internos da empresa é também imprescindível para a formação do preço de exportação.

### • FATORES QUE INFLUENCIAM O PREÇO DE EXPORTAÇÃO

1. Competidores potenciais;
2. Custos de produção;
3. Esquemas de financiamento à exportação;
4. Tratamento tributário aplicável à exportação;
5. Despesas de exportação (embalagem específica para exportação; despesas portuárias; despesas com despachantes; gastos com pessoal especializado, caso a empresa não decida pela exportação indireta; frete e seguro interno até o local de embarque etc.);
6. Preços praticados por competidores de terceiros países;
7. Comportamento dos consumidores;
8. Novas tecnologias.

Sugere-se, para efeito do cálculo:

1. Excluir os elementos que compõem normalmente o preço do produto no mercado interno, mas que não estarão presentes no preço de exportação, como ICMS, IPI, PIS, COFINS etc.;
2. Incluir as despesas que não integram a composição do preço interno, mas que farão parte do preço de exportação, na modalidade FOB.

*DICA: Considere trabalhar com preços competitivos e aproveitar a desvalorização da moeda real. Existem soluções para garantir o valor negociado em reais, minimizando os riscos.*

*Para maiores informações envie um email para:  
[info@bzbtrade.center](mailto:info@bzbtrade.center)*

## PRINCIPAIS BLOCOS COMERCIAIS

O comércio internacional tem caminhado, de um lado, para a liberação dos fluxos comerciais de bens e serviços e, de outro, para a formação de zonas integradas de comércio, as quais podem apresentar os seguintes formatos:

- Área de preferência tarifária
- Área de livre comércio
- União aduaneira
- Mercado comum
- União econômica

Importante verificar se os países alvos estão dentro de algum bloco comercial que o Brasil faça parte ou tenha acordo para identificar possíveis benefícios para o processo de exportação.

Dentro dos principais blocos comerciais mundiais podemos destacar:

- Mercosul (Mercado Comum do Sul)
- ALADI (Associação Latino – Americana de Integração)
- Comunidade Andina
- NAFTA (Acordo de Livre Comércio da América do Norte)
- UE (União Européia)
- EFTA (Associação Européia de Livre Comércio)
- ALCA (Área de Livre Comércio das Américas)

## FATORES QUE CONTRIBUEM PARA A ACEITAÇÃO DO PRODUTO

Entre os vários fatores que contribuem para despertar o interesse de consumidores no exterior, podem ser relacionados:

- Preço;
- Embalagem no idioma correspondente;
- Assistência técnica – garantia, instruções sobre a utilização do produto, atendimento a reclamações, reposição de peças com defeito, reparo, manutenção e treinamento de mão de obra especializada.

## MARKETING INTERNACIONAL

O marketing internacional é o conjunto de atividades destinadas à satisfação de necessidades específicas, que inclui a divulgação e a promoção da empresa exportadora e de seus produtos em mercados externos. O êxito nas exportações está diretamente relacionado com a divulgação da empresa e de seus produtos no exterior, razão pela qual os exportadores brasileiros devem dar atenção especial a essa atividade.

No ambiente digital, os resultados de uma estratégia de marketing internacional se potencializam pois impactam um maior número de pessoas do mundo todo em pouco tempo.

O uso da Internet como instrumento de comércio tem se tornado mais visível nos meios de comunicação, seus efeitos de disseminação tenderão a afetar de maneira marcante o universo de pequenas e médias empresas (PMEs).

## ENTIDADES DE APOIO

Pequenas e médias empresas brasileiras podem contar com o apoio de algumas entidades para todo o processo relacionado ao comércio exterior:

- **APEX**

A Apex-Brasil tem a missão de promover as exportações de produtos e de serviços brasileiros, contribuir para a internacionalização das empresas brasileiras e atrair investimentos estrangeiros para o Brasil.



- **SEBRAE**

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas é uma sociedade civil, sem fins lucrativos, de apoio ao desenvolvimento da atividade empresarial de pequeno porte voltada para o fomento e a difusão de programas e de projetos que visam à promoção e ao fortalecimento das micro e pequenas empresas, em consonância com as políticas nacionais de desenvolvimento, inclusive no que diz respeito à atividade exportadora.

