



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*

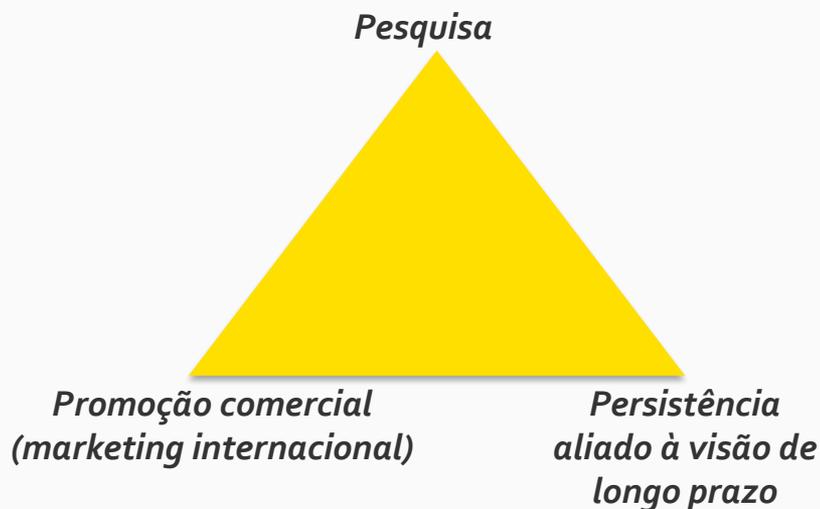
c) Redução da dependência de vendas internas: a diversificação de mercados (interno e externo) proporciona à empresa maior segurança contra as oscilações dos níveis de demanda interna;

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;
- **Clientes 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*

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.

