



# GUIA NOS TRILHOS DA EXPORTAÇÃO

DESENVOLVIMENTO  
ECONÔMICO



**MINAS  
GERAIS**

GOVERNO  
DIFERENTE.  
ESTADO  
EFICIENTE.

# CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O Governo do Estado de Minas Gerais, por meio da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, elaborou um guia completo sobre as etapas do processo de exportação de bens mineiros, com a finalidade de apoiar o empresariado, entidades de classe, cooperativas, universidades, entre outros importantes atores do Sistema de Desenvolvimento Econômico mineiro, em especial, aqueles que não possuem conhecimento sobre qual é melhor momento para a exportação; como começar a exportar; quais órgãos de anuência buscar; quais entidades de classe podem auxiliar ou se é preciso emitir certificado de origem, por exemplo.

A expansão dos negócios por meio da exportação é um dos métodos utilizados em momentos de crises econômicas no país de origem; programas de incentivo à exportação e moeda competitiva, por exemplo. Todavia, é importante considerar que o cenário pode mudar a qualquer momento e se ter complicações futuras.

Antes de enfrentarmos as graves consequências da pandemia do Covid-19, a sociedade mundial contemporânea vivenciava interdependência econômica, novos modelos de tecnologia e conectividade. No pós-pandemia, os fatores se tornaram mais fortalecidos,

bem como visíveis na Economia Política Global, devido à recessão econômica e, progressivamente, divisão das cadeias globais de valor.

Cabe ressaltar os conflitos comerciais e bélicos, que impactam diretamente no cotidiano dos indivíduos, das micro, pequenas e médias empresas, incluindo as grandes indústrias.

Em um mundo frágil, ansioso, não-linear e incompreensível, caracterizado como FANI, a necessidade de se adequar aos mercados internacionais e investir em produtos de valor agregado se mostra constante. Assim, é uma ocasião potencial para adentrar aos caminhos da exportação.

Dessa forma, para que se obtenha sucesso, a empresa deve executar o gerenciamento da exportação de maneira sustentável, inserindo-a no planejamento estratégico e futuro do negócio.

Na busca por solucionar tais dificuldades nos setores produtivos, internacionalizar produtos mineiros, além de se mostrar um compromisso do Governo do Estado de Minas Gerais, é um dos caminhos para geração de emprego e renda.

A elaboração deste trabalho se ampara na atuação da política de promoção de exportações e comércio exterior sob responsabilidade da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico (SEDE-MG), e conduzida pela Subsecretaria de Promoção de Investimentos e Cadeias Produtivas (SUBINVEST). Essa política possui três focos prioritários, sendo o primeiro a diversificação de mercados compradores e fornecedores dos produtos e das cadeias produtivas mineiras. O segundo trata-se da agregação de valor à pauta exportadora, com a inclusão e fortalecimento das exportações de produtos de valor agregado. O terceiro se refere a melhora do ambiente de mercado interno para o comércio exterior mineiro e o fortalecimento de seu sistema como um todo.

Esperamos que este Guia possa facilitar, bem como auxiliar os atores do Sistema de Desenvolvimento Econômico

mineiro a planejar corretamente o processo de exportação de bens, alcançando novos voos em seu negócio.

Antes de mais nada, é importante que preparemos os interessados em conhecer o processo de exportação. Não se trata de um caminho fácil ou rápido. Entretanto, informar os gargalos enfrentados ao Poder Público durante a jornada, contribuirá para alcançarmos, cada vez mais, a desburocratização do Comércio Exterior Brasileiro que todos desejamos.

Entre nesse trem que tem o poder de levar empreendedores a outros países.

**Secretaria de Estado de Desenvolvimento  
Econômico de Minas Gerais.**



## EXPEDIENTE

### **Romeu Zema Neto**

Governador do Estado de Minas Gerais

### **Mateus Simões de Almeida**

Vice-Governador do Estado de Minas Gerais

### **Fernando Passalio de Avelar**

Secretário de Estado de Desenvolvimento Econômico

### **Kathleen Garcia Nascimento**

Secretária de Estado Adjunta de Desenvolvimento Econômico

### **Frederico Amaral e Silva**

Subsecretário de Atração de Investimentos e Cadeias Produtivas - SUBINVEST

### **Gustavo Costa de Souza**

Superintendente de Atração de Investimentos e Estímulo à Exportação

### **Laís Ione Araújo Fagundes**

Diretora de Promoção de Exportações e Comércio Exterior - DIPEX

### **Bruna Luiza Zschaber de Oliveira**

Assessora de Promoção de Exportações e Comércio Exterior

### **Rayssa Damásio Gonçalves de Freitas**

Assessora de Promoção de Exportações e Comércio Exterior

### **Rebeca Rodrigues Ramos**

Assessora de Promoção de Exportações e Comércio Exterior

### **Caio Verneck de Oliveira**

Estagiário de Promoção de Exportações e Comércio Exterior

# SUMÁRIO

<b>1ª POR QUE EXPORTAR?.....6</b>	Formar o preço de exportação.....23
	Promover o produto a ser exportado.....23
<b>2ª COMO PLANEJAR A EXPORTAÇÃO?...9</b>	Negociar com o exportador.....24
A exportação indireta.....10	Operacionalizar a exportação.....24
A exportação direta.....11	
<b>3ª CLASSIFICAR MERCADORIAS.....13</b>	<b>7ª OPERACIONALIZANDO A EXPORTAÇÃO..... 25</b>
Nomenclatura de Mercadorias.....14	Habilitação para operações de Comércio Exterior.....26
A estrutura do Sistema Harmonizado.....14	Documentos para exportação.....27
Importantes informações sobre classificação de mercadorias.....15	Incoterms..... 29
	Como precificar uma mercadoria que será exportada.....35
<b>4ª PROSPECÇÃO DE MERCADOS INTERNACIONAIS.....16</b>	Receber remessas financeiras do exterior.....36
	Modalidades de pagamento.....36
	Financiamento e garantia às exportações.....37
	Logística Internacional.....39
	Contratos Internacionais.....40
	Negociação Internacional.....43
	Considerações finais.....44
<b>5ª COMUNICAÇÃO.....18</b>	
O futuro exportador deve considerar:.....20	<b>REFERÊNCIAS.....44</b>
	<b>ANEXO I. PLATAFORMAS PARA REALIZAÇÃO DE PESQUISAS.....46</b>
<b>6ª VISUALIZANDO O PROCESSO DE EXPORTAÇÃO .....21</b>	<b>ANEXO II. ATORES IMPULSIONADORES DA EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS MINEIROS.....48</b>
Avaliar a capacidade exportadora.....22	
Classificar a mercadoria.....23	
Identificar o mercado para onde exportar.....23	



# **1ª ESTAÇÃO - POR QUE EXPORTAR?**

01

# 1ª ESTAÇÃO - POR QUE EXPORTAR?

Esse primeiro capítulo busca apresentar os fatores mais considerados no mercado, sobre os motivos pelos quais exportar é uma maneira sustentável de expandir seus negócios.

Exportar é uma forma de internacionalização e esta internacionalização estimula o desenvolvimento do negócio, visto que terá de se modernizar, tanto para manter o posicionamento no mercado interno e, principalmente, em mercados internacionais. Assim, aumenta-se a competitividade de seu negócio.

Ademais, poderá:

**1. Diversificar os riscos e mercados:** pois a empresa deixará de depender apenas do mercado interno, por aumentar a carteira de clientes e consumidores de seus produtos, além de eliminar a dependência da sazonalidade (caso o produto seja apenas para o verão, exporta-se para regiões mais quentes, por exemplo);

**2. Aumentar a escala de produção:** atenderá mais clientes e poderá reduzir custos tributários, incentivados pelo poder público. Com isso, a capacidade de negociação para a compra de matéria-prima também aumenta, diminuindo o custo de fabricação das mercadorias, o que pode aumentar o lucro do negócio;

**3. Melhoria na gestão, imagem da empresa e na qualidade do produto:** ao se comprometer com o processo de exportação, a empresa apresenta evolução significativa em termos de processos gerenciais, implementação de novas tecnologias na produção, busca por profissionais qualificados, que contribuem para agregar valor à marca. Em especial, se incorporarem ações de cuidado ao meio ambiente e descarbonização, pois a marca será mais apreciada aos olhos dos compradores internacionais, principalmente na União Europeia, que inserirá barreiras não-tarifárias relacionadas à mitigação das mudanças climáticas, descarbonização e preservação de áreas verdes.

**4. Menor carga tributária:** entende-se que, para exportação de produtos mineiros, é essencial que estas mercadorias tenham condições de competir em preço no mercado internacional. Para isso, a empresa pode compensar no recolhimento (pagamento) de tributos internos como:

- **Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI):** não há incidência deste tributo em produtos exportados;
- **Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS):** não há incidência deste tributo em produtos exportados;
- **Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (COFINS):** as receitas da empresa, derivadas de exportação, têm exclusão da COFINS na base de cálculo;
- **Programa de Integração Social (PIS):** as receitas da empresa, derivadas de exportação, têm isenção quando se tratar de contribuição ao PIS;
- **Imposto sobre Operações Financeiras (IOF):** as operações de câmbio envolvidas na exportação recebem alíquota zero nesse tributo.

*Agora que você já conhece as vantagens de exportar, o próximo passo será planejar a exportação.*



# **2ª ESTAÇÃO - COMO PLANEJAR A EXPORTAÇÃO?**

---

02



## 2ª ESTAÇÃO - COMO PLANEJAR A EXPORTAÇÃO?

O planejamento do processo de exportação envolve a identificação onde estão as melhores oportunidades para o produto e empresa no mercado internacional, bem como verificar se o negócio está preparado para acessá-lo ou qual a melhor forma de se exportar os produtos: via exportação indireta ou exportação direta.

### **A exportação indireta**

Esse tipo de exportação ocorre quando a empresa contrata ou vende o produto para uma outra empresa, sendo brasileira, realiza a exportação. Apresenta-se opção viável àquelas empresas que:

- Não possuem experiência com negócios internacionais ou com os procedimentos operacionais da exportação;
- Grandes diferenças mercadológicas, questões culturais, barreiras não-tarifárias (legislação ou regulamentação do comércio de produtos estrangeiros no país) ou quaisquer outros elementos a empresa a exportar não tenha o devido conhecimento;
- A empresa a exportar não tenha domínio do idioma oficial do país-alvo;
- A empresa a exportar não possui capital humano disponível e qualificado para realizar negociações internacionais.

Conforme os casos destacados acima, para realizar a exportação indireta, as empresas podem utilizar as Trading Companies.

**Trading Companies:** são empresas que objetivam a facilitação dos processos do Comércio Exterior (exportação e importação) de bens entre negociantes ao redor do mundo, que investigará a idoneidade da empresa compradora e garantirá que os produtos de importação sejam, realmente, de qualidade. A função principal é intermediar o contato entre compradores e fornecedores com agilidade. O custo de um contrato com esse tipo de empresa pode ter maior custo-benefício do que instalar um departamento dedicado ao Comércio Exterior na empresa, em um primeiro momento.

<b>Trading Companies</b>	<b>Empresas exportadoras via exportação indireta</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunica os requisitos do país-alvo para embalagem e rotulagem do produto;</li> <li>- Realiza o desembaraço aduaneiro da carga;</li> <li>- Atua no processo de logística, no país de origem e internacionalmente, quando for o caso;</li> <li>- Envia a Declaração de Exportação para que a empresa exportadora possa arquivar;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adequa a embalagem do produto e rotulagem, seguindo os requisitos do país-alvo;</li> <li>- Emite Nota Fiscal de venda do produto para a Trading Company com Código Fiscal de Operações e Prestações (CFOP), que apresente a devida caracterização de exportação indireta;</li> <li>- Deve arquivar os documentos originais do processo por, no mínimo 5 anos;</li> <li>- Dependendo do tipo de contrato firmado com Trading Company, a empresa exportadora pode atuar ou se responsabilizar pela negociação com o comprador.</li> </ul>

### **A exportação direta**

Já na exportação direta, em vez de se utilizar um intermediador para o processo de comercialização dos produtos mineiros no exterior, o produtor, a empresa ou entidade é responsável por toda a operação de exportação, desde a negociação com o comprador internacional, no desembaraço

aduaneiro, logística e todos os trâmites necessários para o transporte de carga.

Nesse caso, o produtor, empresa ou entidade receberá o valor de venda em moeda estrangeira, obrigatoriamente.

**ATENTE-SE!** Para atingir sucesso na exportação direta é essencial o conhecimento sobre os melhores e mais adequados mercados para o negócio. Não é sempre que um produto em alta, em um determinado mercado internacional, tenha estabilidade a longo prazo para contínua compra. É importante realizar pesquisas como: onal, tenha estabilidade a longo prazo para contínua compra. É importante realizar pesquisas como:

Mapeamento de valores importados/exportados

O volume

Taxas de crescimento

Principais países fornecedores

Participação dos países naquele mercado

Representatividade do Brasil, entre outras fatores a serem considerados

Se é ou não um mercado aberto para produtos brasileiros

Verificar qual é o tipo de produto consumido nos mercados internacionais escolhidos

Verificar quais são os concorrentes locais

Analisar o preço mais competitivo para venda

Verificar se há barreiras tarifárias e não-tarifárias e como se pode solucionar (vale a pena o custo-benefício?)

Verificar as exigências, no que concerne aos registros, certificações, documentos

Analisar qual é o melhor perfil de estabelecimento para vender os produtos a serem exportados (é melhor comercializar por meio de um intermediário ou realizará venda direta?)

Estudar a cultura local e o perfil dos potenciais consumidores do produto

Analisar se dependerá de fornecedores para cumprir prazos

Verificar se há algum procedimento específico para registro de patentes ou marca no país-destino

***Seja na exportação direta ou indireta, necessita-se de um código de identificação da mercadoria para comercialização internacional. Portanto, a próxima estação deste trem rumo à internacionalização irá descrever o funcionamento dos códigos utilizados em termos regionais e internacionais. Não perca a viagem!***



**3ª ESTAÇÃO -  
CLASSIFICAR  
MERCADORIAS**

---

03



## 3ª ESTAÇÃO - CLASSIFICAR MERCADORIAS

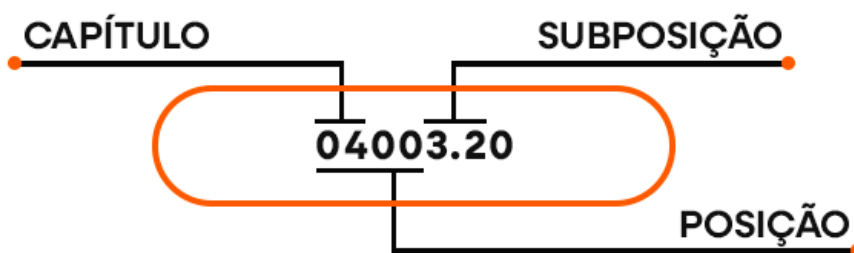
### Nomenclatura de Mercadorias

A Nomenclatura pode ser entendida como um tipo de linguagem criada para a identificação de bens no comércio internacional. A criação foi motivada pela necessidade de ter um sistema padronizado, que facilitasse o processo de compra e venda entre os países, funcionando independentemente das discrepâncias linguísticas e culturais.

Dessa forma, elaborou-se um sistema para conciliar a Designação e a Codificação de Mercadorias, conhecido como Sistema Harmonizado ou SH. Em virtude do estabelecimento do Mercosul, criou-se a Nomenclatura Comum do Mercosul - NCM, com oito dígitos e inspirada no Sistema Harmonizado.

### A estrutura do Sistema Harmonizado

No Sistema Harmonizado, os bens podem ser identificados por um conjunto de números, em ordem crescente, seguindo o grau de elaboração. Então, entende-se que, quanto maior a complexidade do processo produtivo da mercadoria, maior será o número no Sistema Harmonizado.



Fonte: Confederação Nacional da Agricultura e Pecuária do Brasil - CNA (2024)

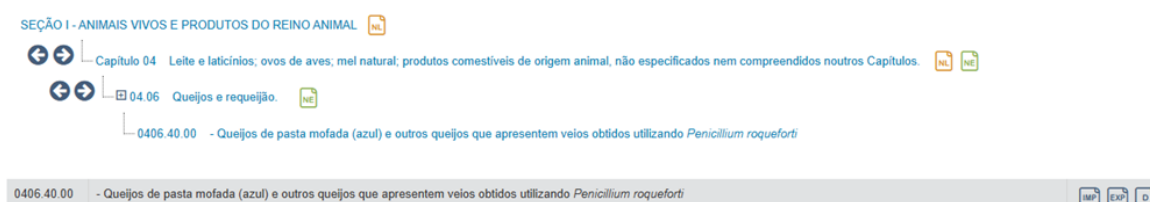
**Capítulo:** agrupamento de vários produtos de características semelhantes;

**Posição:** desdobra a característica de uma mercadoria que é parte do capítulo;

**Subposição:** desdobramentos da característica de uma mercadoria que é parte da posição.

Dessa forma, tais bens estão ordenados de maneira progressiva; inicia-se com animais vivos e termina em obras de arte. Entretanto, anteriormente, passa por matérias-primas e produtos semimanufaturados.

**Lembrete!** Para chegar ao máximo detalhamento da composição da mercadoria a ser exportada, utiliza-se o NCM, que acrescentará dois números no Sistema Harmonizado. Veja:



## Importantes informações sobre classificação de mercadorias

Ao exportar, é importante que haja um alinhamento com o importador sobre os detalhes do produto, para que possa classificar a mercadoria corretamente, de acordo com a legislação do país-destino. Embora utilizemos o NCM como parâmetro para detalhar o bem a ser exportado, a Nomenclatura Comum do Mercosul (Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai). Na exportação para outros países do mundo, utiliza-se o Sistema Harmonizado, com seis dígitos.

O órgão responsável pela codificação de mercadorias, bem como o enquadramento correto é a Receita Federal do Brasil. Quaisquer dúvidas relacionadas a este tema, a empresa, produtor ou entidade deve contatá-la para consultas. Contabilistas ou empresas de contabilidade e empresas de comércio exterior poderão auxiliar.

***Agora que é sabido como é realizada a classificação do produto a ser exportado, daremos um passo adiante nos trilhos da exportação: como prospectar mercados?***



**4ª ESTAÇÃO -  
PROSPECÇÃO DE MERCADOS  
INTERNACIONAIS**

---

04

## 4ª ESTAÇÃO - PROSPECÇÃO DE MERCADOS INTERNACIONAIS

Para realizar a prospecção de mercados internacionais, é imprescindível contar com análises e mapeamento de informações para destacar o melhor destino de exportação do produto escolhido. Para isso, é importante considerar os seguintes fatores:

**1. Fatores geográficos:** análise da logística necessária para enviar o produto até o país, incluindo distância e o caminho a percorrer no destino;

**2. Fatores sócio-políticos:** analisar o sistema político no país, como a tomada de decisão é realizada, assim como políticas públicas para o mercado interno e externo; estabilidade política; segurança jurídica, entre outros;

**3. Fatores econômicos:** a partir da situação econômica do país-alvo. mapear dados que reflitam a saúde econômica do país e o poder de consumo da população, por meio do crescimento do PIB, inflação, desemprego e renda per capita;

**4. Fatores culturais:** analisar o perfil comportamento de consumidores no setor no qual está inserido o produto a ser exportado, hábitos, costumes, tendências e, principalmente, qual é a percepção do país sobre os produtos brasileiros;

**5. Fatores tecnológicos:** analisar os padrões necessários para que o produto consiga entrar no país-destino. Podemos exemplificar com investimento no design mais adequado do produto;

**6. Fatores legais:** mapear a legislação e ambiente jurídico do mercado-alvo, bem como as normas legais para comercialização dos produtos;

**7. Fatores naturais e ambientais:** análise quanto aos requisitos necessários quanto ao uso de substâncias, matérias-primas e componentes, seja na produção ou na comercialização do produto;

**8. Acordos comerciais:** analisar acordos comerciais os quais foram estabelecidos do Brasil com possíveis países-destinos, pode reduzir ou isentar imposto de importação; harmonizar regras, documentos e padrões de rotulagem. Acesse o [Acordos Comerciais – Siscomex \(www.gov.br\)](#) para consultar quais são tais mercados.



# 5ª ESTAÇÃO - COMUNICAÇÃO

---

05

## 5ª ESTAÇÃO - COMUNICAÇÃO

A comunicação com o cliente internacional e, em especial, o consumidor no mercado-alvo envolve mais que tradução para o idioma local durante o processo de exportação. Torna-se importante considerar os aspectos culturais a serem adotados pela empresa, os costumes, modos de viver, comportamento, consumo, percepção de valor, entre outros os quais contribuirão para se aproximar das necessidades do mercado.

Continuamente, o site e as redes sociais de uma empresa são os porta-vozes para alcançar um mercado internacional. É o que reflete a imagem, os valores, o propósito, bem como o diferencial frente aos concorrentes. Entretanto, ter um site e redes sociais não é o suficiente. Espera-se que esteja preparado para receber visitantes internacionais.

Aqui vão alguns fatores que auxiliarão empresas, produtores e entidades a deixarem site e redes sociais mais adequadas para o mercado internacional:

### Dicas!

- **Direcionar as páginas ao público delimitado e investir nas adaptações, de acordo com os interesses desse público;**
- **Apresentar os produtos e diferenciais claramente, de maneira que gere conexão entre a empresa e o cliente internacional;**
- **Atualizar o site sempre que houver quaisquer alterações no portfólio, endereço ou embalagem, por exemplo;**
- **Oferecer versões em idiomas principais, como inglês e espanhol. Melhor ainda se for um idioma direcionado ao mercado que se deseja atingir;**
- **O contato da área internacional deve ter destaque no site e nas redes sociais;**
- **Garantir resposta ágil aos receber contatos.**

No que concerne aos demais recursos de comunicação para a empresa exportadora, o portfólio apresenta-se como grande aliado na apresentação de valor da empresa frente aos clientes internacionais.

### **O futuro exportador deve considerar:**

1. Os produtos mais adequados para exportação;
2. Transmitir as informações da empresa, produtor ou entidade de acordo com o público-alvo, que possam gerar conexão;
3. Tradução para o idioma oficial do mercado-alvo;
4. Os diferenciais do produto e do negócios em relação aos concorrentes;
5. Contatos da área responsável por receber as demandas internacionais;
6. O design e a diagramação devem estar de acordo com a cultura local;
7. Ter atenção aos termos técnicos do setor no país-destino, no qual se está inserido;
8. Traduzir as fichas técnicas dos produtos no idioma do comprador.

E não podemos nos esquecer de um item de comunicação básico e oficial em todo mundo, embora a tecnologia tenha apresentado novas e mais rápidas maneiras de se comunicar com o restante do mundo: o e-mail.

Nesse caso, não há segredos: os e-mails aos clientes internacionais devem ser claros e objetivos, sem utilização de expressões truncadas em inglês ou conteúdo extenso, sem abreviações.

A assinatura refletirá o trabalho em torno das redes sociais, site e portfólio. É recomendável uma peça que esteja na mesma identidade visual, detalhado, contendo as informações necessárias, no idioma do comprador ou inglês/espanhol.



**6ª ESTAÇÃO -  
VISUALIZANDO O PROCESSO  
DE EXPORTAÇÃO**

---

06



## 6ª ESTAÇÃO - VISUALIZANDO O PROCESSO DE EXPORTAÇÃO

Para clarificar os Trilhos da Exportação tratados aqui (leia-se etapas da exportação), a empresa, entidade ou produtor que pretende iniciar tal processo, pode se utilizar o planejamento apresentado abaixo, conforme as orientações do Ministério da Indústria Comércio e Serviços (2024):

### Avaliar a capacidade exportadora

- Conhecer as condições do mercado internacional para o produto;
- Analisar se é necessário apoio para decidir sobre as questões relacionadas à exportação;
- Verificar a capacidade de produção para atender à demanda advinda das exportações;
- Conhecer os obstáculos durante o processo de exportação;
- Verificar se o produto atende às exigências do país-destino da exportação;
- Analisar as vantagens comparativas para o setor e produto;
- Analisar qual é a melhor opção para se exportar: direta ou indireta?
- Verificar aspectos relacionados às marcas e patentes no país-destino;
- Organizar o cronograma de fornecedores, para afastar os riscos de não atender o comprador internacional, bem como os compromissos assumidos.

## **Classificar a mercadoria**

## **Identificar o mercado para onde exportar**

- Identificar o produto a ser exportado no mercado internacional;
- Identificar potenciais mercados internacionais;
- Obter informações sobre o mercado internacional selecionado.

## **Formar o preço de exportação**

## **Promover o produto a ser exportado**

O marketing da empresa e dos produtos pode ser realizado por meio de:

- Missões Comerciais;
- Feiras Comerciais;
- Junto aos Setores de Promoção Comercial e Investimentos do Brasil, denominado SECOMs, em mais de 150 países;
- Parcerias nacionais e internacionais;
- Networking qualificado;
- Junto às entidades de classe e associações setoriais.

## Negociar com o importador

- Classificação da mercadoria;
- Embalagem;
- Condições de venda;
- Incoterm a ser utilizado;
- Preço de exportação;
- Modalidade de pagamento;
- Prazo de entrega da mercadoria.

## Operacionalizar a exportação

- Conhecer o [Portal Único SISCOMEX](#) e [quais são as informações necessárias](#) para iniciar a operação.

*Conhecendo os trilhos da exportação até o envio da mercadoria, podemos iniciar os trâmites operacionais. Preparados para subir a serra?*



# **7ª ESTAÇÃO - OPERACIONALIZANDO A EXPORTAÇÃO**

---

07



## 7ª ESTAÇÃO - OPERACIONALIZANDO A EXPORTAÇÃO

Este é o momento de conhecer quais são os procedimentos técnicos para colocar em prática o propósito de exportar!

### **Habilitação para operações de Comércio Exterior**

Para realizar uma exportação, é necessário que a empresa, produtor ou entidade obtenha uma habilitação no Radar, via Receita Federal do Brasil. Qualquer empresa, independentemente do setor, tamanho, número de funcionários, tempo de existência, podem solicitar a habilitação e o credenciamento, incluindo os microempreendedores individuais. E o melhor de tudo; é gratuito.

Com a habilitação e credenciamento no Radar, o futuro exportador terá acesso ao Portal Único SISCOMEX, plataforma na qual se registra documentos, compartilha-se as informações necessárias para o processo operacional do Comércio Exterior. Somente com a habilitação e credenciamento no Radar, pela Receita Federal do Brasil, que se pode utilizar o programa.

***Lembre-se! O representante legal da empresa ou entidade deve ser o responsável cadastrado e habilitado no sistema. O SISCOMEX solicitará documentos pessoais, incluindo Cadastro de Pessoa Física - CPF, Certificado Digital. Algumas entidades de classe sugerem a adesão ao Domicílio Tributário Eletrônico - DTE.***

Acesse o site [Habilitar-se como interveniente em Comércio Exterior \(www.gov.br\)](http://www.gov.br) e siga as instruções solicitadas pelo Governo Federal.

## Documentos para exportação

A habilitação e credenciamento da empresa ou entidade no Radar é essencial para a continuidade do processo operacional de exportação, assim como conhecer os documentos obrigatórios a serem apresentados ao governo brasileiro, aqueles que são encaminhados aos clientes internacionais (importadores) e os que são necessários na chegada à aduana do país-destino, por exemplo.

Por se tratar de ação comercial que envolve praticamente todos os países no mundo, alguns dos documentos necessários à exportação serão padronizados, outros, de acordo com as exigências do destino da mercadoria.

***Lembre-se! Antes do embarque da mercadoria, confira com o comprador internacional quais são os documentos imprescindíveis para o envio.***

Vamos à relação de documentos?

O primeiro é a **Fatura Proforma** ou comumente denominada pelos profissionais da área, de **Proforma Invoice**.

Esta é emitida pelo exportador e o que marca o início das negociações. A Proforma Invoice pode ser entendida como uma cotação internacional. Significa que o documento é a representação do objetivo de se realizar uma operação comercial internacional.

Geralmente, contêm as condições de venda da mercadoria e as especificidades da legislação do país-destino. Aparenta-se como uma Commercial Invoice definitiva, entretanto, possui características de um orçamento.

É a partir deste documento que o negócio terá continuidade, embora haja e se recomende elaborar contrato acordado entre as partes, para a venda.

Já a **Fatura Comercial** ou a **Commercial Invoice** é, também, emitida pelo exportador, após o cumprimento dos termos contratuais com o importador. Substitui a nota fiscal. É um documento bastante importante nas tratativas do Comércio Internacional.

Considere que:

1. Será solicitado durante o desembaraço aduaneiro no Brasil e no país-destino;
2. A Commercial Invoice formaliza o faturamento da exportação e possui caráter contratual;
3. Recomenda-se que o documento seja assinado pelo exportador e pode ser útil para tratativas bancárias, fiscais e contábeis para empresa, produtor e entidade.

O **Romaneio de Carga** ou **Packing List** é mais um documento a ser emitido pelo exportador e descreve as mercadorias a serem enviadas, contendo os itens, lote, quantidade e disposição dos produtos, então, conseqüentemente, necessita ser encaminhado ao importador. A Packing List será utilizada no desembaraço aduaneiro no Brasil e no país de destino.

A famosa **Declaração Única de Exportação** ou **DU-E** é um documento emitido pelo exportador ou despachante, que dará início ao despacho aduaneiro de exportação. Possui a finalidade de sinalizar que a operação de Comércio Exterior é uma exportação, adaptando o controle aduaneiro e administrativo ao processo logístico de exportação.

Torna-se relevante apresentar algumas características da **DU-E**:

1. A declaração incorporará todas as informações da operação de exportação, da aduana até logística;
2. É elaborada, preenchida e emitida via Portal Único SISCOMEX;
3. É utilizada para cumprir obrigações dentro do território brasileiro. Ou seja, não é necessário enviar ao importador.
4. **É proibido que o envio da mercadoria para exportação sem vinculação à Declaração Única de Exportação;**
5. A DU-E é feita a partir do XML da Nota Fiscal Eletrônica e está integrada a esta. Para não haver inconsistências de informações ou algum impeditivo durante o processo, a Nota Fiscal Eletrônica deve ser emitida sob a legislação e a carga ser exportada.

O Governo Federal disponibilizou uma página com o Manual de Exportação por meio da DU-E. [Clique aqui](#) para acessá-lo.

A **Nota Fiscal de Exportação** é outro documento a ser emitido pelo exportador e é apenas para uso interno, incluindo compromissos fiscais e contábeis. O importador não receberá. O documento acompanhará a carga durante a logística da mercadoria em território nacional, desde a saída da empresa ou entidade, até que a Receita Federal do Brasil a libere no embarque.

Este documento deve ser apresentado à Receita Federal via informação de chave no Portal Único SISCOMEX, e é emitida após o carregamento da mercadoria.

No rol de documentos para exportação, encontramos o **Conhecimento de Embarque**, que possui a função de um contrato de transporte internacional, emitido pela empresa contratada para realizar o transporte internacional. Dessa forma, atestar que o serviço foi contratado. A data de emissão deste documento é o período que se considera uma mercadoria como enviada.

A nomenclatura do documento pode variar de acordo com a modalidade logística escolhida para o envio da carga:

- AirWay Bill (AWB) para aéreo;
- Bill of Lading (BL) para aquaviário;
- Carta de Porte Internacional por Carreta (CRT) para rodoviário;
- Carta de Porte Internacional - TIF/ Declaração de Trânsito Aduaneiro Internacional/DTA para o ferroviário.

## **Incoterms**

Os Incoterms, originalmente denominados de International Commercial Terms ou Termos Internacionais de Comércio, definem os direitos e devidas obrigações ao exportador e ao importador. Funciona como um conjunto de normas padronizadas, conforme a seguir:

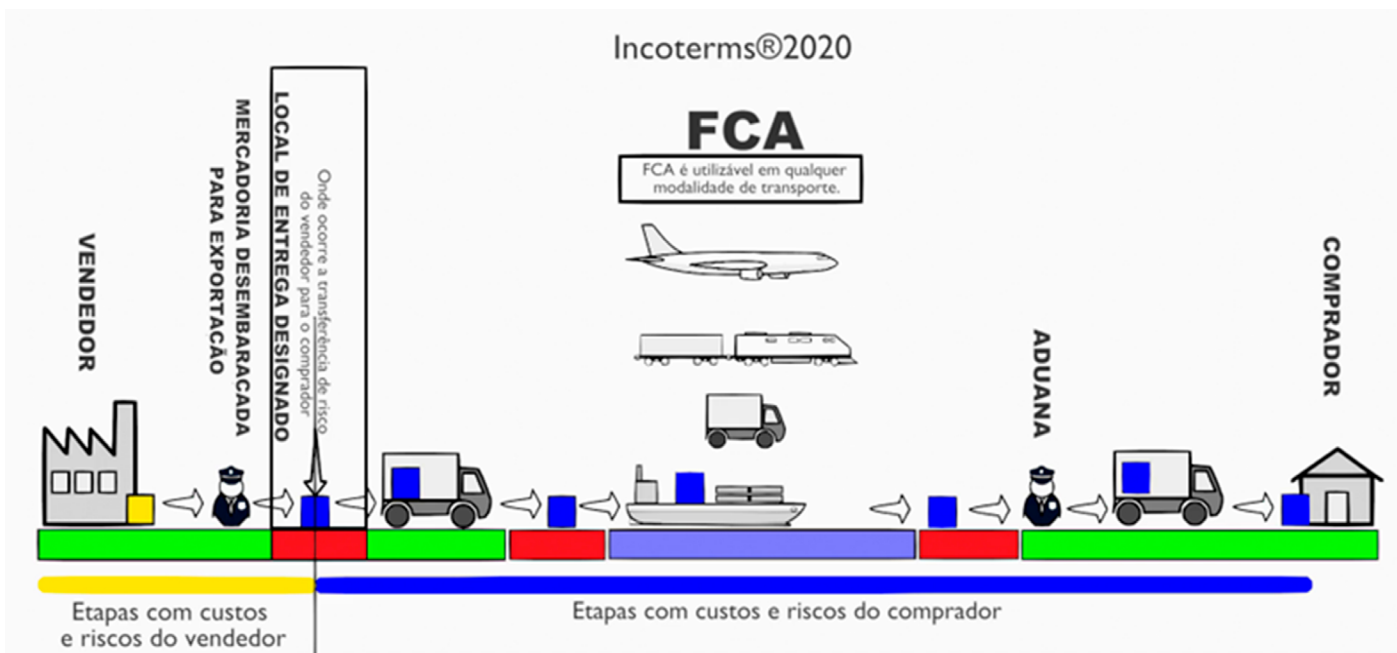


**EX WORKS (named place of delivery) NA ORIGEM (local de entrega nomeado)**

O vendedor limita-se a colocar a mercadoria à disposição do comprador no estabelecimento do vendedor, no prazo estabelecido, não se responsabilizando pelo desembaraço para exportação nem pelo carregamento da mercadoria em qualquer veículo coletor.

Nota: em virtude de o comprador estrangeiro não dispor de condições legais para providenciar o desembaraço para saída de bens do País, fica subentendido que esta providência é adotada pelo vendedor, sob suas expensas e riscos da exportação brasileira.

Fonte: SISCOMEX(2022)



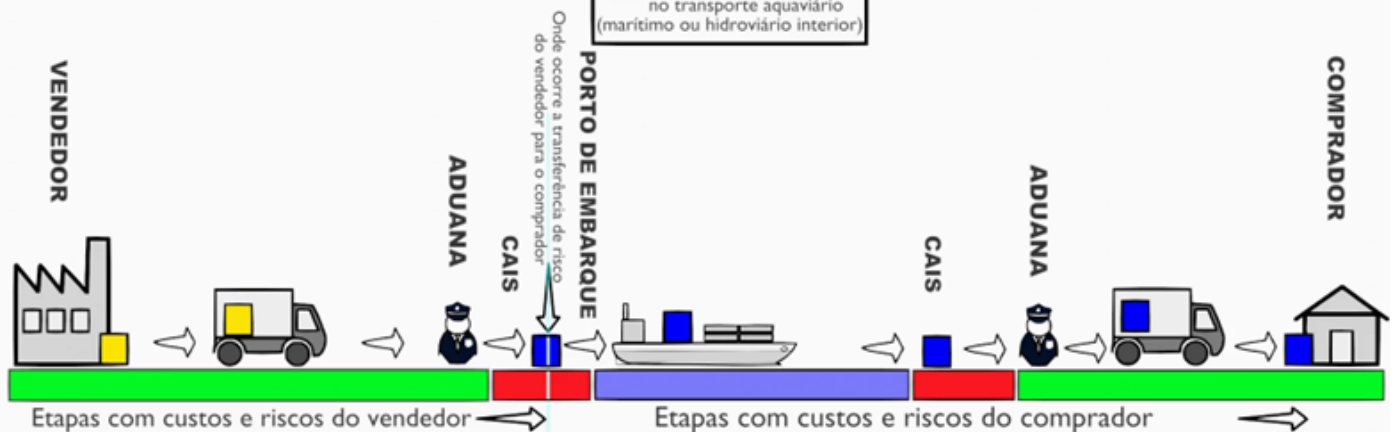
**FCA: FREE CARRIER (named place of delivery) LIVRE NO TRANSPORTADOR (local de entrega nomeado)**

Regras do Incoterm® FCA 2020: O vendedor completa suas obrigações e encerra sua responsabilidade quando entrega a mercadoria, desembaraçada para a exportação, ao transportador ou a outra pessoa indicada pelo comprador, no local nomeado do país de origem. Utilizável em qualquer modalidade de transporte. Comprador e vendedor poderão utilizar transporte próprio em trechos do deslocamento.

Incoterms®2020

# FAS

FAS é utilizável exclusivamente no transporte aquaviário (marítimo ou hidroviário interior)



FAS: FREE ALONGSIDE SHIP (named port of shipment) LIVRE AO LADO DO NAVIO (porto de embarque nomeado)

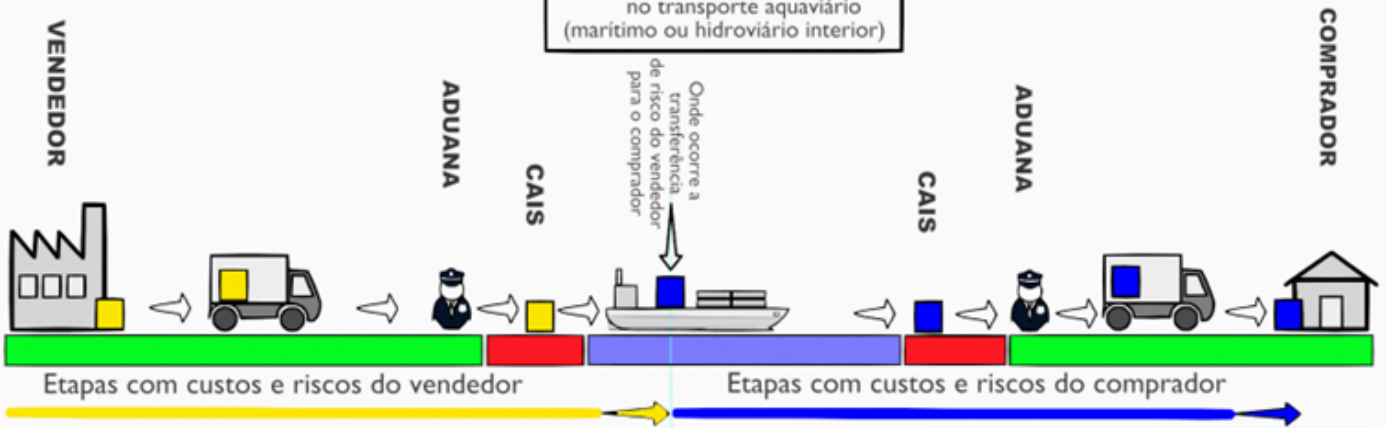
Regras do Incoterm® FAS 2020: O vendedor encerra suas obrigações no momento em que a mercadoria é colocada, desembaraçada para exportação, ao longo do costado do navio transportador indicado pelo comprador, no cais ou em embarcações utilizadas para carregamento da mercadoria, no porto de embarque nomeado pelo comprador.

Fonte: SISCOMEX(2022)

Incoterms®2020

# FOB

FOB é utilizável exclusivamente no transporte aquaviário (marítimo ou hidroviário interior)



FOB: FREE ON BOARD (named port of shipment) LIVRE A BORDO (porto de embarque nomeado)

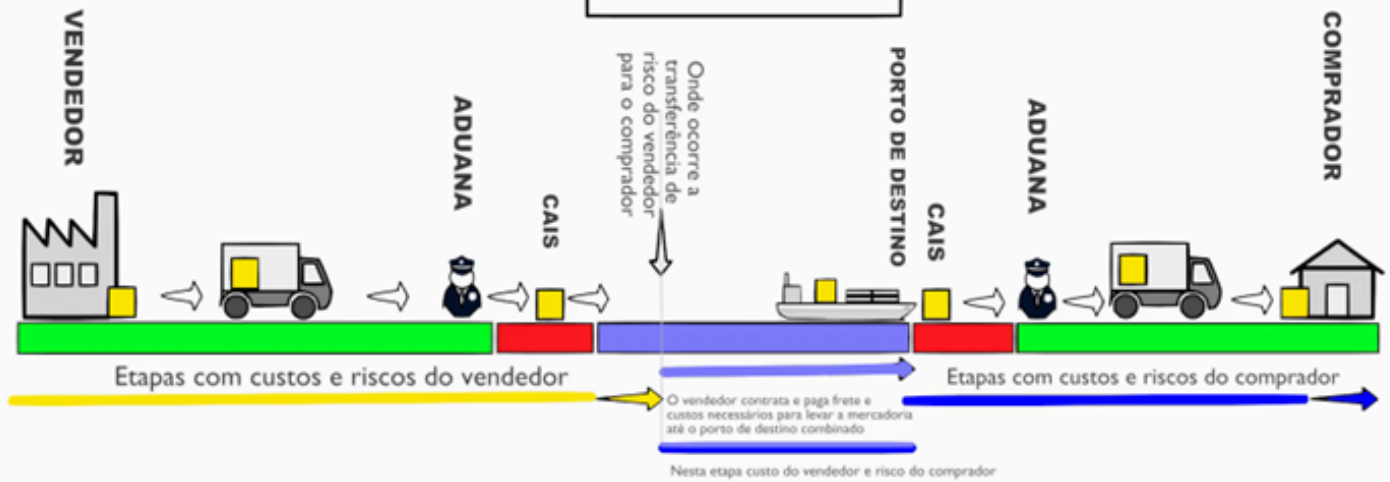
Regras do Incoterm® FOB 2020: O vendedor encerra suas obrigações e responsabilidades quando a mercadoria, desembaraçada para a exportação, é entregue, arrumada, a bordo do navio no porto de embarque, ambos indicados pelo comprador, na data ou dentro do período acordado.

Fonte: SISCOMEX(2022)

## Incoterms®2020

# CFR

Utilizável exclusivamente  
no transporte aquaviário  
(marítimo ou hidroviário interior)



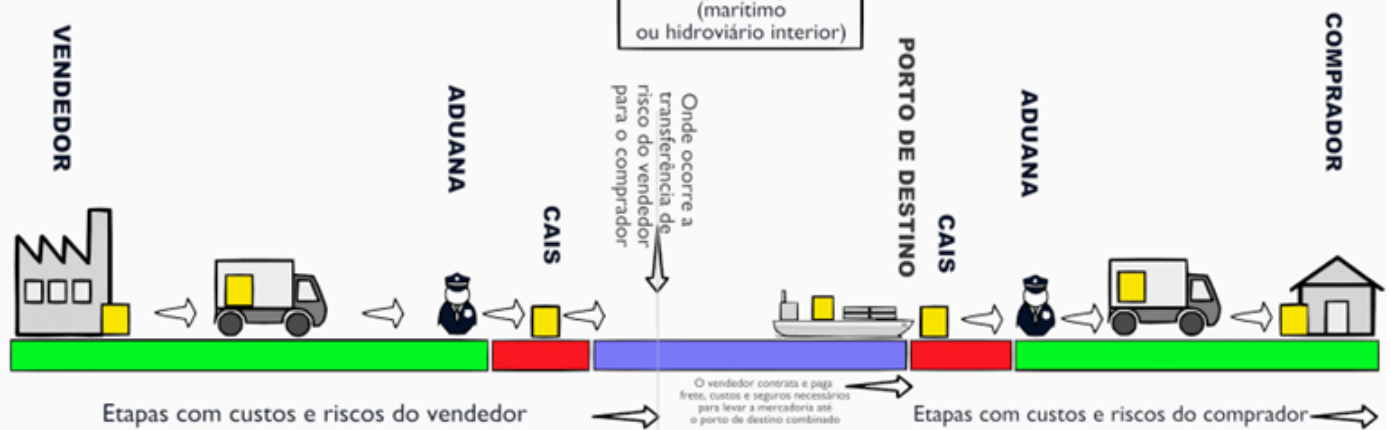
**CFR: COST AND FREIGHT (named port of destination) CUSTO E FRETE (porto de destino nomeado)**

Regras do Incoterm® CFR 2020: Além de arcar com obrigações e riscos previstos para o termo FOB, o vendedor contrata e paga frete e custos necessários para levar a mercadoria até o porto de destino combinado.

## Incoterms®2020

# CIF

Utilizável exclusivamente  
no transporte aquaviário  
(marítimo  
ou hidroviário interior)



**CIF: COST, INSURANCE AND FREIGHT (named port of destination) CUSTO, SEGURO E FRETE (porto de destino nomeado)**

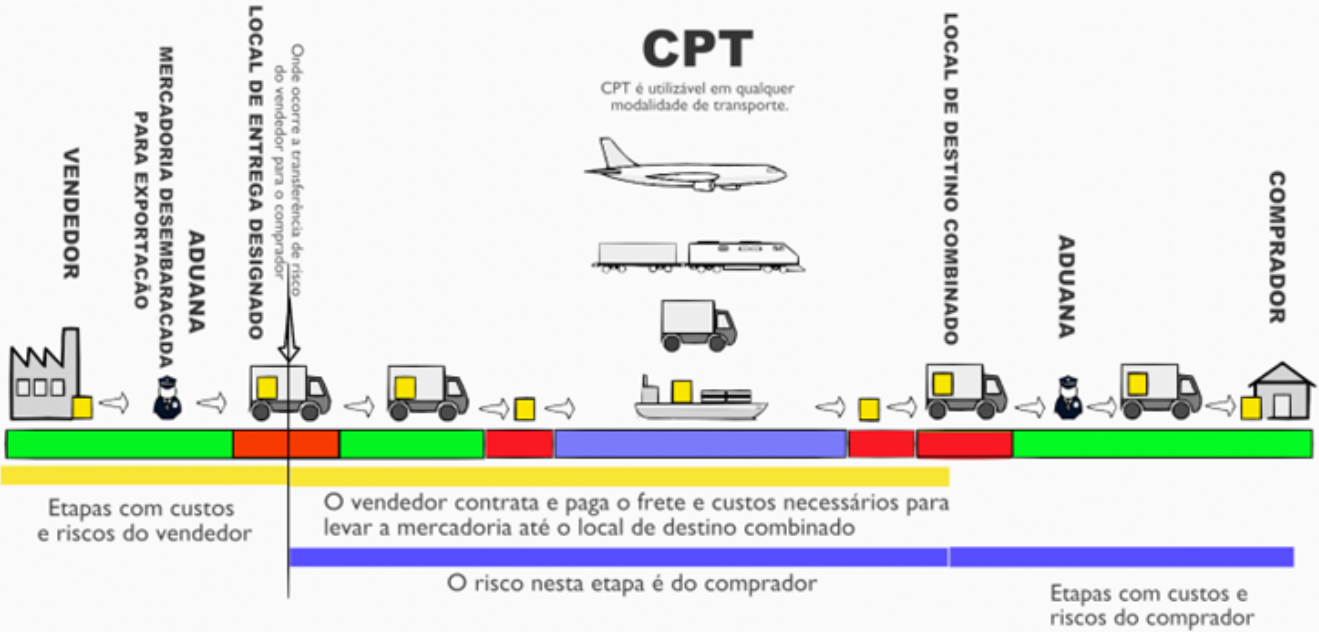
Regras do Incoterm® CIF 2020: Além de arcar com obrigações e riscos previstos para o termo FOB, o vendedor contrata e paga frete, custos e seguros relativos ao transporte da mercadoria até o porto de destino combinado.

Utilizável exclusivamente no transporte aquaviário (marítimo ou hidroviário interior).

Incoterms®2020

**CPT**

CPT é utilizável em qualquer modalidade de transporte.



CPT: CARRIAGE PAID TO (named place of destination) TRANSPORTE PAGO ATÉ (local de destino nomeado)

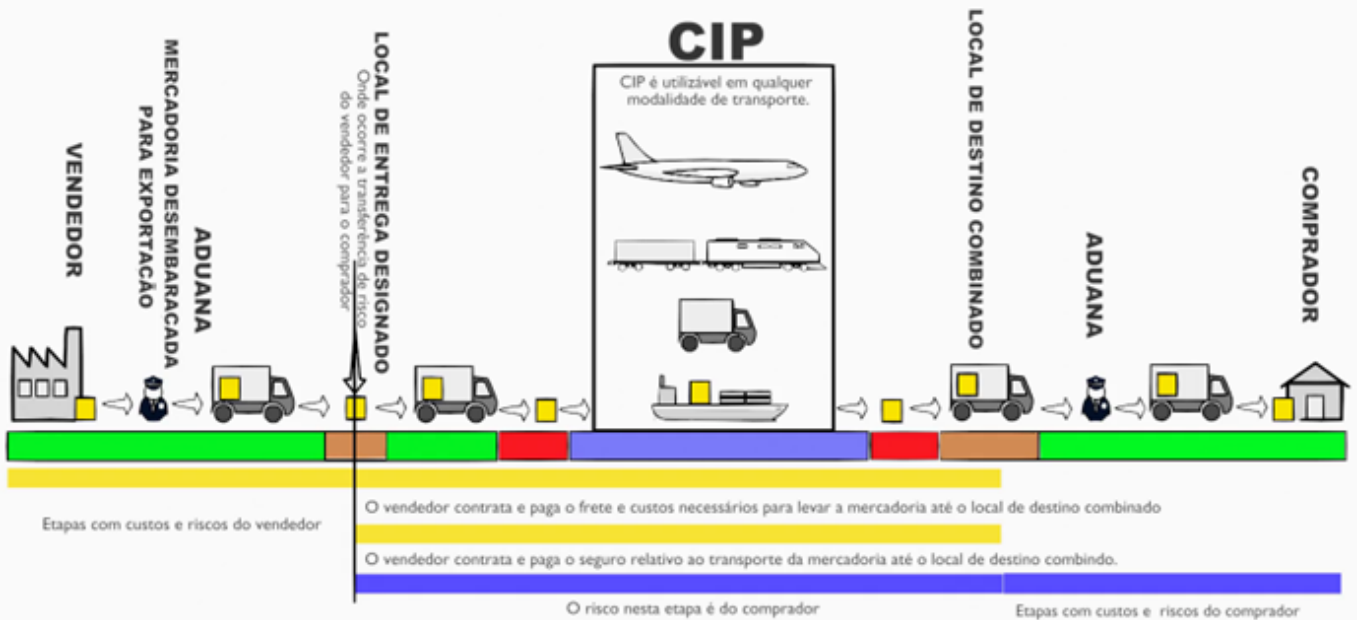
Regras do Incoterm® CPT 2020: Além de arcar com obrigações e riscos previstos para o termo FCA, o vendedor contrata e paga frete e custos necessários para levar a mercadoria até o local de destino combinado. Utilizável em qualquer modalidade de transporte.

Fonte: SISCOMEX(2022)

Incoterms®2020

**CIP**

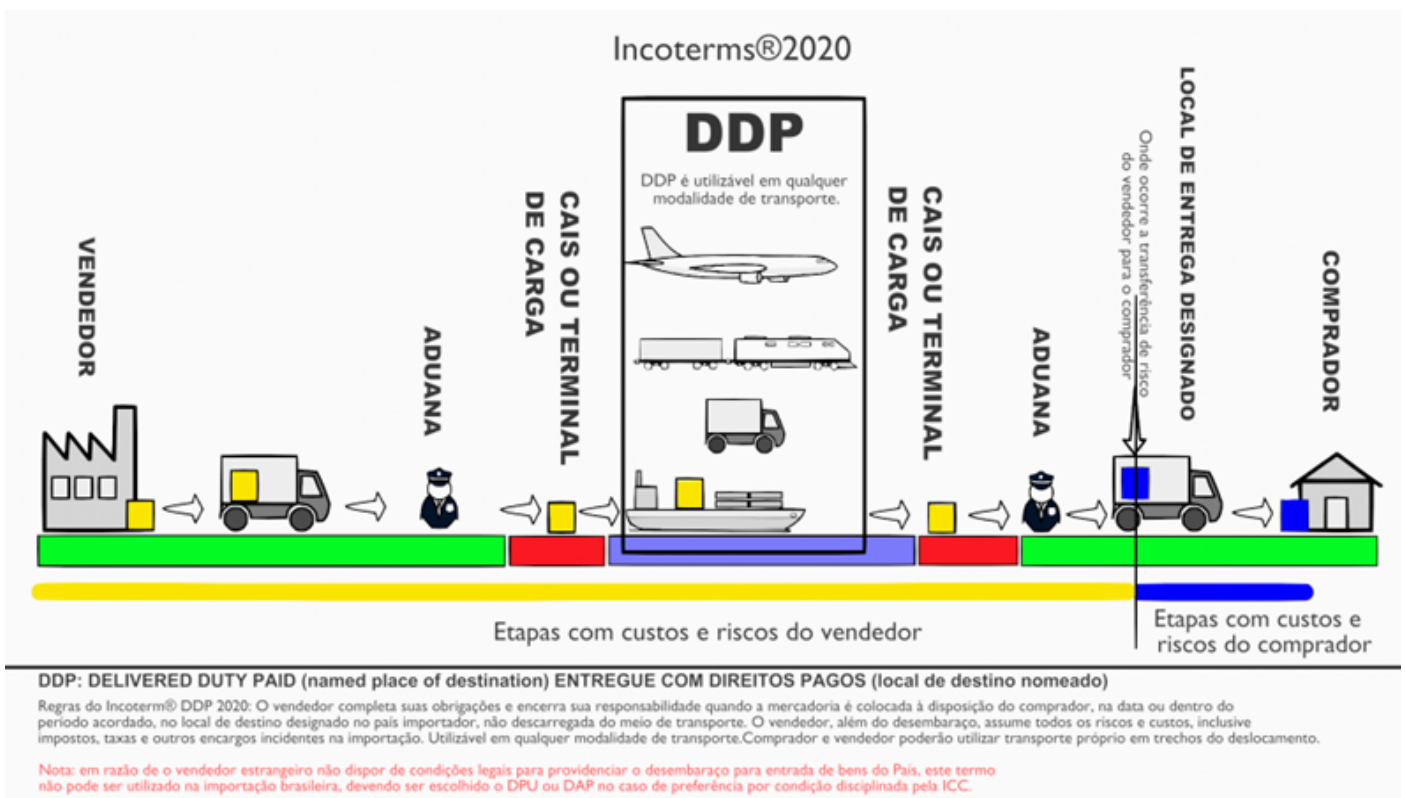
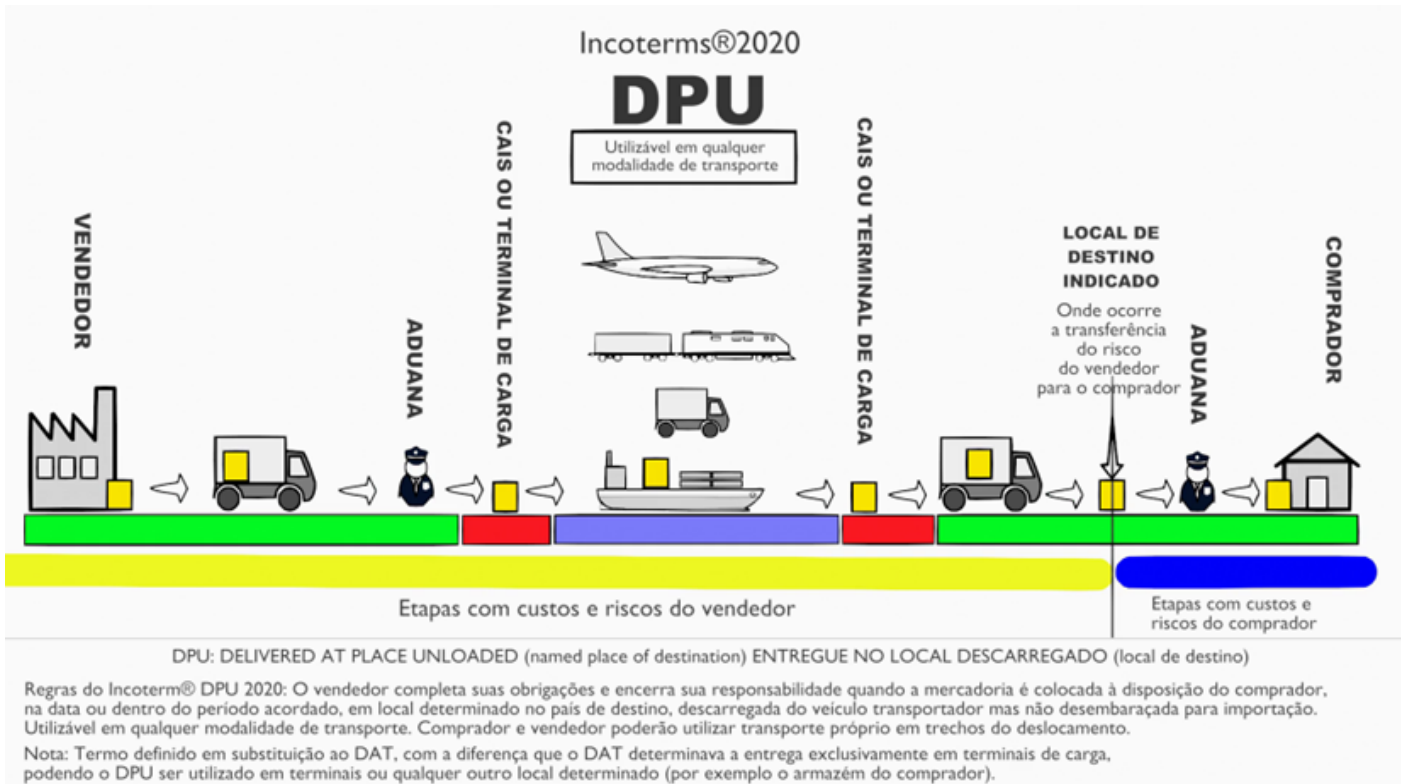
CIP é utilizável em qualquer modalidade de transporte.



CIP: CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO (named place of destination) TRANSPORTE E SEGURO PAGOS ATÉ (local de destino nomeado)

Regras do Incoterm® CIP 2020: Além de arcar com obrigações e riscos previstos para o termo FCA, o vendedor contrata e paga frete, custos e seguro relativos ao transporte da mercadoria até o local de destino combinado. Utilizável em qualquer modalidade de transporte.

Fonte: SISCOMEX(2022)



*Depois do futuro exportador estar afiado quanto às responsabilidades do exportador e importador durante a logística da carga, um tema ainda mostra-se assustador para aqueles que pretendem alcançar novos mercados: a precificação.*

## Como precificar uma mercadoria que será exportada?

Antes de mencionarmos a precificação, cabe lembrarmos que o Governo Brasileiro, assim como a maioria dos países no mundo, é um incentivador à exportação de bens e serviços, com desoneração de tributos. Dessa forma, o valor dos tributos não compõem o preço final da mercadoria exportada.

O imposto de exportação incide apenas sobre alguns tipos de produtos como cigarros com fumo e tabaco; couros e peles; armas, munições, seus acessórios e partes. As demais mercadorias não há incidência de impostos, mas é sempre seguro verificar.

Na precificação, o valor das vendas no mercado externo é diferente do mercado interno.

No mercado interno, o preço de mercado comumente utilizado é:

**PREÇO DO MERCADO INTERNO = CUSTO TOTAL + LUCRO + TRIBUTOS**

Já para o mercado externo, considera-se:

**PREÇO DO MERCADO INTERNO - TRIBUTOS - DESPESAS DO MERCADO INTERNO + DESPESAS DA EXPORTAÇÃO** (transporte interno, embalagem, despachante aduaneiro e etc).

### ATENÇÃO!

- Verifique o regime tributário;
- A inserção de taxas de exportação depende do Incoterm selecionado;
- Depois de incluir deduções e despesas, o valor necessita ser convertido em moeda estrangeira, de acordo com a taxa de câmbio.

## Receber remessas financeiras do exterior

Durante as tratativas bancárias para receber os valores das mercadorias enviadas ao exterior, a empresa, o produtor ou entidade pode encontrar alguns termos como **taxa de câmbio, que deve ser consultada diretamente no Banco Central. Como há uma variação cambial esperada durante as negociações, sugere-se que aumente o preço em dólar, para compensar o câmbio.** Outros termos que podem surgir: o **Hedge Cambial** e **Trava de Câmbio**, que estão relacionados à proteção do valor de um ativo das variações de câmbio, sendo possível “travar” a taxa de câmbio, determinando qual será a utilizada para a exportação.

Porventura, o pagamento seja realizado de forma antecipada, o exportador pode fornecer dados como nome completo, código do banco, agência, conta, CNPJ, razão social e endereço. Nesta transação, utiliza-se o código SWIFT e o IBAN, que podem ser fornecidos pela instituição financeira escolhida para realizar tais operações, bem como o processo e prazo a ser considerado para recebimento.

## Modalidades de pagamento

O momento é oportuno para avaliar a opção mais segura:

- **Pagamento antecipado | Advanced Payment:** o exportador recebe o pagamento do importador antes do envio da mercadoria;
- **Carta de crédito L/C - Letter of Credit:** há baixo risco para ambas as partes, pois há uma instituição bancária que intermedia o pagamento e protege o importador. O banco permite o pagamento desde que o exportador atenda todas as exigências, apresentando os documentos solicitados pelo importador;
- **Cobrança documentária | CAD - Cash Against Documents:** o exportador envia a mercadoria ao importador, ao mesmo tempo que envia os documentos da operação à uma instituição bancária brasileira. Esta instituição bancária brasileira envia à um banco no país do importador. O pagamento pode ser à vista ou a prazo;
- **Remessa Direta | Open Account:** é uma modalidade considerada arriscada, visto que o exportador encaminha a mercadoria e os documentos ao importador, que realiza o pagamento. O exportador não tem a garantia de que a mercadoria será paga;

*O exportador pode receber o pagamento via cartão internacional e intermediadores bancários digitais.*

## **Financiamento e garantia às exportações**

Os incentivos às exportações brasileiras também acontecem por meio do financiamento e garantia às exportações.

Segundo a Confederação Nacional da Agricultura e Pecuária do Brasil - CNA (2024), as principais modalidades são:

### **ACC ADIANTAMENTO SOBRE CONTRATO DE CÂMBIO**

Modalidade de financiamento pré-embarque, que dá ao exportador o capital de giro necessário à produção do bem a ser exportado. O ACC é a antecipação parcial ou total do valor da mercadoria a ser exportada. Os recursos em moeda nacional, equivalentes à moeda estrangeira, são creditados na conta corrente do exportador convertidos pela taxa de câmbio do dia da contratação do câmbio.

CNA | Agro.BR (2024)

### **ACE ADIANTAMENTO SOBRE CAMBIAIS ENTREGUES**

Modalidade de financiamento pós-embarque, que dá ao exportador a possibilidade de oferecer melhores prazos para seu cliente no exterior. O financiamento na fase ACE ocorre com a contratação de câmbio de exportação após o embarque da mercadoria e a entrega de cambiais (documentos de embarque). Por meio deste câmbio fechado será feito o adiantamento parcial ou total dos Reais equivalentes à moeda estrangeira.

CNA | Agro.BR (2024)

## **BNDS EXIM PRÉ-EMBARQUE**

O financiamento é destinado à produção dos bens e serviços destinados à exportação. Este apoio conta com a intermediação de um agente financeiro credenciado ao BNDES, em geral bancos comerciais com os quais o exportador já mantém relacionamento, e que são os tomadores do risco de crédito do exportador perante o BNDES.

CNA | Agro.BR (2024)

## **PROEX PROGRAMA DE FINANCIAMENTO ÀS EXPORTAÇÕES**

É um programa do Governo Federal de apoio às exportações brasileiras de bens e serviços, viabilizando financiamento em condições equivalentes às praticadas no mercado internacional.

O Proex oferece duas modalidades de apoio à exportação:

- **Proex Financiamento:** financiamento direto ao exportador brasileiro ou ao importador com recursos do Tesouro Nacional. Essa modalidade apoia exportações brasileiras de empresas com faturamento bruto anual até R\$ 1,3 bilhão.
- **Proex Equalização:** exportação financiada por instituições financeiras no Brasil e no exterior, na qual o Proex assume parte dos encargos financeiros, tornando-os equivalentes àqueles praticados no mercado internacional. Essa modalidade pode ser contratada por empresas brasileiras de qualquer porte.

CNA | Agro.BR (2024)

## LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Para que o produto chegue da melhor maneira possível ao comprador internacional, torna-se relevante se atentar à contratação de empresas de logística as quais oferecem bons serviços durante a entrega. Este é um dos processos mais importantes da operação de Comércio Exterior e, conseqüentemente, da exportação.

O exportador deve verificar a forma mais adequada de acondicionar os produtos, bem como a embalagem, a proteção da embalagem e a temperatura ideal. Conhecendo profundamente o produto e minimizando riscos, maior é a possibilidade da mercadoria chegar ao destino com qualidade.

A empresa de logística contratada poderá fornecer informações sobre a unitização, que é o agrupamento da mercadoria para movimentação da carga, tal qual a estufagem de container, que otimiza o espaço e o carregamento.

### Modais logísticos para envio de cargas- em US\$

Modal é um termo utilizado para descrever os tipos de transporte utilizado no envio ou recebimento de uma mercadoria internacional. Pode-se encontrar o Rodoviário, Ferroviário, Aéreo, Hidroviário (fluvial e lacustre), Marítimo e Dutoviário. Entretanto, três destes modais são os mais utilizados no Comércio Internacional:

**Marítimo:** transporta todos os tipos de carga, desde que bem armazenadas. Recomendadas para mercadorias com baixo valor agregado. O valor do frete é melhor, entretanto, o tempo para entrega é maior e há mais trâmites burocráticos na chegada ao porto do país destino;

**Aéreo:** entrega é rápida; apresenta custos altos e depende de outro modal para completar o trajeto da carga

**Rodoviário:** é o modal mais utilizado em território nacional e, também, nos casos nos quais o país-destino faz fronteira com o Brasil. Embora seja mais fácil para traçar ou ajustar a rota, há risco de roubos de carga, além dos valores que incluem pedágios e combustível.

***As empresas exportadoras, geralmente, utilizam transporte de carga com mais modais em uma mesma operação internacional.***

## Pagamento do Frete

Existem três formas de se pagar o frete da mercadoria a ser enviada ao comprador internacional:

**Frete Pré-Pago ou Freight Prepaid:** frete pago antes do envio da mercadoria, ou seja, pago pelo exportador;

**Frete a pagar ou Freight Collect:** frete a ser pago depois do embarque da mercadoria, ou seja, pago pelo importador;

**Frete Pagável ao Destino ou Freight Payable at Destination:** também será pago pelo importador, pois acontece após o envio da mercadoria.

## Seguro Internacional

O seguro internacional de carga é utilizado para realizar as operações de Comércio Internacional com mais segurança. As opções variam de acordo com a mercadoria e os Incoterms negociados na venda.

A apólice do seguro internacional é baseada na operação logística e considera fatores bem detalhados, como veículo de transporte, perecibilidade dos produtos, embalagem das mercadorias, o tipo de cobertura, qual é o país-destino.

## CONTRATOS INTERNACIONAIS

Como sabido, os contratos formalizam acordos, parcerias, entre duas partes ou mais, que descreve as obrigações e os direitos em uma determinada operação.

Quando se trata de estabelecer um contrato no Comércio Internacional, os contratos funcionam como instrumentos jurídicos que elencam as tratativas comerciais acordadas, incluindo a logística e questões alfandegárias.

Estes contratos são, de certa forma, “padronizados” sob a redação da Convenção de Viena, da qual o Brasil é signatário.

Mas... quais são as informações que devem contemplar um contrato internacional? O renomado consultor de Marketing Internacional, o italiano Nicola Minervini, em seu livro “O Exportador” elenca os seguintes fatores:

- 01.** Formação e objeto do contrato;
- 02.** Documentação técnica que gerou o pedido;
- 03.** Quantidade mínima e/ou máxima da mercadoria a ser enviada;
- 04.** Preços e condições de pagamento;
- 05.** A moeda escolhida na negociação;
- 06.** Incoterms;
- 07.** Prazo de entrega;
- 08.** Possíveis custos adicionais que envolvem a venda;
- 09.** Embalagem;
- 10.** Aplicabilidade das condições gerais de venda;
- 11.** Condições para aceitação do pedido;
- 12.** Garantia;
- 13.** Normas técnicas e responsabilidades do fabricante;
- 14.** Reclamações;
- 15.** Eventos interpretados como força maior e dificuldades ;
- 16.** Condições para eventual cessão do contrato;
- 17.** Interpretação, alteração e cláusulas inválidas;
- 18.** Legislação;
- 19.** Foro competente;
- 20.** Arbitragem;

Nesse caso, a Diretoria de Promoção de Exportação e Comércio Exterior acrescenta mais um ponto na listagem de Minervini (2012):

- 21.** Descrever sobre as informações que podem, ou não, serem compartilhadas pelo comprador internacional no país-destino.

Ao inserirmos mais esse fator, manifestamos a importância do tema "Marcas e Patentes" para o processo de exportação.

## ATENÇÃO SOBRE MARCAS E PATENTES!

Como sabido, a marca é o nome, a imagem que está associada a um produto, serviço e, também, a uma empresa. Quando se registra uma marca, uma patente, o produtor, empresa ou entidade impede que a marca seja utilizada sem autorização, de forma imprópria. É considerada uma maneira de conferir mais credibilidade.

Ao mencionar sobre a verificação de registros de patentes e marcas no país-destino da exportação, conforme mencionamos nos capítulos iniciais, não obter um registro pode sinalizar restrições na entrada em alguns dos mercados selecionados.

O registro de marcas e patentes no Brasil é realizado pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI (**Marcas — Instituto Nacional da Propriedade Industrial ([www.gov.br](http://www.gov.br))**). Entretanto, cabe ressaltar que o fato de obter um registro no país de origem não significa que o mesmo registro seja válido para os demais países.

Para proteger sua marca em outros países, a Organização Mundial da Propriedade Intelectual - OMPI - descreve o passo-a-passo para essa solicitação (**Madrid Member Profiles ([wipo.int](http://wipo.int))**), bem como apresenta quais países são signatários do Protocolo de Madri (**Madrid Member Profiles ([wipo.int](http://wipo.int))**), instrumento jurídico que versa sobre o registro internacional de marcas.

Recomenda-se compartilhar mínimos detalhes sobre o produto a ser exportado, antes de protegê-lo no país-destino da mercadoria.

Quaisquer dúvidas que possam surgir durante o processo e com este tema específico, sane as dúvidas por meio do INPI ou de escritórios especializados antes de realizar alguma ação que, futuramente, possa prejudicar a comercialização do produto.

# NEGOCIAÇÃO INTERNACIONAL

Em uma negociação internacional, o quão mais preparado estiver, maior a possibilidade de se concretizar a venda e fidelizar o cliente. Isto significa, não apenas conseguir se comunicar no idioma oficial ou falado pelos compradores internacionais, mas o respeito à cultura, religião, fuso horário, costumes.

Esta é a etapa em que se discute os pontos sugeridos para contemplar o contrato internacional, conforme mencionado acima.

## **Mas é essencial que:**

- Não prometa aquilo que não tenha conhecimento ou que não possa cumprir;
- Entregue aquilo que foi acordado;
- Eenha empatia pelo negociador (pode se sentir desconfortável com pressão);
- Seja pontual;
- Busque pela clareza e objetividade;
- Evite abordar temas polêmicos ou fazer críticas a alguma comunidade, modos de viver, religião ou sistema político;
- Entenda as necessidades do comprador;
- Realize vasta pesquisa sobre o mercado, o produto a ser exportado, a empresa e o negociador responsável pela compra;
- Tenha portfólio no inglês, espanhol ou idioma do comprador;
- Tenha documento ou informações sobre o preço do produto em FOB ou CIF;
- Prepare o discurso a ser utilizado, incluindo as informações da empresa, produto e produção, tal qual quais são os clientes e países para os quais já exportou, por exemplo. É momento de apresentar as potencialidades da marca e da empresa;
- Elenque e alinhe os próximos passos com o comprador internacional;
- Envie um e-mail de agradecimento, com a apresentação e informações compartilhadas durante a reunião. Crie conexão;
- Faça follow-up para manter o relacionamento com o possível cliente, com fotos, vídeos sobre a produção;
- Caso ocorra a venda, cumpra o que foi acordado; acompanhe o processo e realize balanço; verifique o feedback do comprador internacional sobre o produto;

- Realize boa gestão de clientes, sempre compartilhando as novidades e missões comerciais das quais a empresa, o produtor ou a entidade participe em outros países.

***Seguindo as orientações sugeridas, o produtor, empresa ou a entidade sentirá mais segurança com o processo de exportação.***

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta deste guia foi trazer orientações objetivas para as empresas mineiras. Por meio das informações apresentadas neste guia, a Diretoria de Promoção de Exportações e Comércio Exterior, que possui a competência de coordenar e executar políticas públicas junto aos demais atores do Comércio Exterior em Minas Gerais, reforça os benefícios da internacionalização de negócios via exportação, para aumentar a atuação internacional do estado e do Brasil no mercado internacional, bem como ser uma mola propulsora para geração de empregos e renda.

***A viagem pelos “Trilhos da Exportação” se encerra por aqui, mas, certamente, irá levar a caminhos inimagináveis pelo mundo e precisa estar pronto (a).***

## REFERÊNCIAS

O presente guia recebeu a inspiração dos materiais da Confederação Nacional da Agricultura e Pecuário - CMA, por meio do projeto Agro.BR, que possui parceria com a Apex-Brasil. Da mesma maneira, utilizou-se orientações do Portal Único Siscomex, disponível via Ministério de Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços.



# **ANEXOS**

---

## ANEXO I. PLATAFORMA PARA REALIZAÇÃO DE PESQUISAS

Elencamos as principais plataformas e site para realização de pesquisas, as quais podem apoiar o exportador na escolha do melhor destino internacional para os produtos mineiros:

- **Mapa Estratégico de Mercados e Oportunidades Comerciais da ApexBrasil:** tem o objetivo de apoiar empresas brasileiras no mapeamento de mercados prioritários e na diversificação de destinos e de produtos exportados. É possível acessar dados por meio do seis primeiros dígitos da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM) do produto a ser exportado.

Site: <https://portal.apexbrasil.com.br/mapa-ide-oportunidades/>

- **MacMap (International Trade Center):** informações da balança comercial de todas os países, independentemente da origem.

Site: <https://www.macmap.org/>

- **Taric Consultation:** informações específicas para os vinte e sete países da União Europeia.

Site: [https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds2/taric/taric\\_consultation.jsp?Lang=en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en)

- **US Customs:** para informações específicas sobre os Estados Unidos da América.

Site: <https://www.cbp.gov/>

- **SICOEX-ALADI:** Informações específicas para os países que compõem a Associação Latinoamericana de Integração - ALADI. Estes países são: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Cuba, Equador, México, Panamá, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela.

Site: <https://www.aladi.org/accesoamercados/language/pt/>

- **Minas Business Connection:** plataforma criada pelo Governo do Estado de Minas Gerais, em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID, por meio do Connect Americas, para encontro de fornecedores e compradores mineiros com importadores e exportadores internacionais. Pode-se cadastrar os produtos que oferece e busca, além de conhecer os principais eventos internacionais para participação das empresas exportadoras e importadoras.

Site: <https://mbc.mg.gov.br/>

- **Vitrine Virtual do Agro.Br:** plataforma criada pela Confederação Nacional da Agricultura e Pecuária do Brasil – CNA, em parceria com ApexBrasil, que é um ponto de matchmaking entre produtores e importadores do agronegócio brasileiro, em três idiomas, sendo inglês, árabe e mandarim.

Site: <https://agrobr.org/>

- **Enterprises Europe Network – EEN:** plataforma criada pela União Europeia, com foco em conectar empresas exportadoras e importadoras nos vinte e sete países do Bloco Econômico com pequenas e médias empresas ao redor do mundo.

Site: <https://een.ec.europa.eu/>

- **B2B Brazil:** site criado pelo Banco do Brasil, que conecta exportadores brasileiros com importadores.

Site: <https://b2brazil.com.br/>

- **Calendário de Feiras Internacionais:** a ApexBrasil e o Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA divulgam calendários de feiras internacionais para que o exportador possa se planejar e participar desse tipo de promoção comercial..

Sites: [Feiras Internacionais – Apex-Brasil \(apexbrasil.com.br\)](https://apexbrasil.com.br/) e [Todas as Feiras Internacionais – Ministério da Agricultura e Pecuária \(www.gov.br\)](http://www.gov.br)

- **Modelos de contratos internacionais:** a Global Negotiator e a International Trade Center compartilham pontos importantes para a elaboração de um contrato internacional.

Sites: <https://www.globalnegotiator.com/en/> e [Model Contracts for Small Firms | ITC \(intracen.org\)](https://www.intracen.org/)

- **Índice de Liberdade Econômica:** o índice de Liberdade Econômica, do think tank americano Heritage Foundation, apresenta todos os resultados e contexto político atual dos países. Pode indicar o índice de segurança jurídica, intervenção do Estado na economia e outros aspectos que podem auxiliar o exportador definir o melhor mercado para exportar.

Site: [Index of Economic Freedom | The Heritage Foundation](https://www.heritage.org/economic)

- **Estudos da ApexBrasil:** a Agência pública oportunidades comerciais em distintos países, por meio da análise de setores potenciais e mais pertinentes.

Site: <https://apexbrasil.com.br/br/pt/conteudo/estudos.html>

- **Global Negotiator:** descreve a cultura empresarial e etiqueta em negociações comerciais internacionais.

Site: [Business Culture & Etiquette Guides in 70 Countries \(globalnegotiator.com\)](http://globalnegotiator.com)

- **As dimensões culturais de Hofstede (importante nome nos estudos de negociação internacional):** pode-se comparar os países em relação ao comportamento coletivo.

Site: [Country comparison tool \(hofstede-insights.com\)](http://hofstede-insights.com)

- **World Business Culture:** encontra-se a cultura empresarial de cada país e as formas mais pertinentes de se estabelecer negócios com cada um destes.

Site: <https://www.worldbusinessculture.com>

## ANEXO II. ATORES IMPULSIONADORES DA EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS MINEIROS

Como uma das diretrizes do Governo do Estado de Minas Gerais, por identificar o potencial dos produtos mineiros para comercialização no exterior, o Sistema de Desenvolvimento Econômico possui grandes parceiros os quais possuem ações que apoiam o produtor, a empresa ou a entidade no processo de exportação e na promoção comercial. São estes:



Receita Federal do Brasil: [Exportação – Receita Federal \(www.gov.br\)](http://www.gov.br)



Banco do Brasil: [Comércio Exterior | Banco do Brasil \(bb.com.br\)](http://bb.com.br)



Correios: [Internacional – Correios](http://www.correios.com.br)



Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais - BDMG: [Acesso à Crédito](#)



Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais - FIEMG:  
[Centro Internacional de Negócios \(CIN\) - FIEMG](#)



Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas -  
SEBRAE Minas: [Empreendedorismo & Mercado](#)

**DESENVOLVIMENTO  
ECONÔMICO**



**MINAS  
GERAIS**

**GOVERNO  
DIFERENTE.  
ESTADO  
EFICIENTE.**