

CONSELHO TODA EMPRESA PODE EXPORTAR, DESDE QUE CONHEÇA AS REGRAS

Empresários aprendem o passo-a-passo da exportação

Regra de ouro da atividade é a busca constante por informações de mercado

Cliente externo exige das empresas fornecedoras qualidade e profissionalismo

RAFAELA MARQUEZINI
rmarquezini@redgazeta.com.br

Um bicho-de-sete-cabeças. Essa é a visão que a maioria dos micro e pequenos empresários têm do mercado externo. Exportar muitas vezes parece ser coisa para grandes empresas com bilhões em faturamento. Por medo ou desconhecimento, poucos se arriscam.

Mas a prática, segundo especialistas, é muito mais simples do que se pensa. Entraves e dificuldades ainda existem, mas quem se prepara, tem persistência e conhecimento garante que vale a pena botar as asas de fora e competir além das fronteiras brasileiras.

Para Jefferson Costa, analista de comércio exterior da Secretaria Nacional de Exportação - órgão ligado ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior -, o que tem que acontecer é o quebra de

notícia é que a procura e o acesso a ela têm aumentado. Quem afirma é a gestora de exportação e logística do Sebrae no Espírito Santo, Fernanda Vieira. Segundo Fernanda, a demanda por assuntos relacionados vem crescendo dentro do órgão. "Mas os empresários ainda procuram por informações básicas", avalia.

Por falta de informação, muita gente acaba pisando no escuro e, nestes casos, o fracasso é uma realidade à espreita. A primeira coisa que precisa mudar, para Jefferson, é a profissionalização do setor. "O mercado externo trabalha com duas vertentes: qualidade e profissionalismo. Não há espaço para amadores. E isso só se consegue com capacitação".

Estímulo. Atualmente, várias entidades incentivam micro e pequeno empresários. Cursos, palestras, programas e informações já se

ria-prima, padronizar os produtos e primar pela qualidade", ensina Jefferson. E mesmo quem é rival no mercado interno pode ser parceiro na hora de exportar.

É claro que nem tudo são flores para os micro e pequenos empresários exportadores. Os problemas ainda são muitos. Num país em que a carga tributária está entre as maiores do mundo e o setor de logística enfrenta um gargalo no setor portuário, pode parecer mais seguro engolir a vontade de ganhar espaço em outros países e se contentar com o mercado local.

Prova disso é que a participação das micro e pequenas empresas industriais representou apenas 1,8% do total de exportações capixabas em 2004. Mas na contramão das expectativas, o crescimento do setor foi espantoso: 189% nos últimos seis anos. Ou seja: a participação das micro e pequenas empresas capixabas no mercado externo, apesar de pequena, tende a crescer.

Para o crescimento sustentável do setor, Jefferson defende a exportação como um hábito, mesmo para os pequenos. Coisa que já existe em outros países mas ainda não chegou ao Brasil

De olho nas fronteiras internacionais



VISÃO. Quem pesquisa o mercado, planeja e tem persistência para continuar mesmo na crise conquista o mundo. Essa é a opinião do microempresário Adir Comério. Palavra de quem sabe, já que Adir tem clientes na Colômbia, Venezuela, Costa Rica, Portugal e Itália. No ramo das confecções há 15 anos, Adir ainda exporta relativamente pouco do que produz - menos de 10% - mas está sempre se informando e faz cursos oferecidos pelo Sebrae para se preparar para a competição acirrada ao redor do mundo. "É preciso adaptar seu produto à realidade de cada país. O tamanho das peças é diferente, o clima muda, então as roupas são diferentes para

ante que vale a pena botar as asas de fora e competir além das fronteiras brasileiras.

Para Jefferson Costa, analista de comércio exterior da Secretaria Nacional de Exportação - órgão ligado ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior -, o que tem que acontecer é a quebra do paradigma. "Todo mundo pode exportar, desde que conheça as regras, o mercado e seu próprio produto. Mas as pessoas têm pouca informação sobre o assunto", afirma.

Informação, aliás, é a regra de ouro da exportação. A boa

capacidade para lidar com duas vertentes: qualidade e profissionalismo. Não há espaço para amadores. E isso só se consegue com capacitação".

Estímulo. Atualmente, várias entidades incentivam micro e pequeno empresários. Cursos, palestras, programas e informações já estão disponíveis para quem quiser entrar no mercado com chances de competir. E se um empresário se acha fraco para brigar sozinho, a solução é unir forças.

"Cooperativas e associações podem comprar mais maté-

riação que vale a pena botar as asas de fora e competir além das fronteiras brasileiras.

riação que vale a pena botar as asas de fora e competir além das fronteiras brasileiras. Para o crescimento sustentável do setor, Jefferson defende a exportação como um hábito, mesmo para os pequenos. Coisa que já existe em outros países mas ainda não chegou ao Brasil. "A participação das micro, pequenas e médias empresas no mercado exportador americano é de 54%. Na Itália, 60%. No Brasil, apenas 11%", avalia. Mas com formação e informação é possível chegar lá.



riação que vale a pena botar as asas de fora e competir além das fronteiras brasileiras. VISÃO. Quem pesquisa o mercado, planeja e tem persistência para continuar mesmo na crise conquista o mundo. Essa é a opinião do microempresário Adir Comério. Palavra de quem sabe, já que Adir tem clientes na Colômbia, Venezuela, Costa Rica, Portugal e Itália. No ramo das confecções há 15 anos, Adir ainda exporta relativamente pouco do que produz - menos de 10% - mas está sempre se informando e faz cursos oferecidos pelo Sebrae para se preparar para a competição acirrada ao redor do mundo. "É preciso adaptar seu produto à realidade de cada país. O tamanho das pessoas é diferente, o clima muda, então as roupas são diferentes para cada lugar", explica. Até para os percalços é preciso se preparar. O dólar em baixa tirou um pouco do fôlego de Adir no mercado externo, mas nada de desistir no meio do caminho. "Com o dólar baixo o preço sobe lá fora e o cliente não compra. Mas estamos em stand by", avisa. Para ele, os pequenos não exportam mais por dois motivos: de um lado o governo federal incentiva pouco - "os impostos são muito altos" - e do outro os próprios empresários não procuram se capacitar para entrar no mercado. A dica que ele dá é: "participe de câmaras setoriais de exportação, busque informações e saia da mesmice. Só assim se vai longe. O microempresário tem que ter coragem para buscar novos horizontes". FOTO: EDSON CHAGAS

Confira algumas instituições que oferecem programas para o micro e pequeno exportador:

Banco do Brasil

1) Sete módulos de treinamentos: Práticas Cambiais, Importação, Exportação, Financiamento à Exportação, Exportação Prática, Carta de Crédito e Drawback.

2) Serviço de consultoria e assessoria.

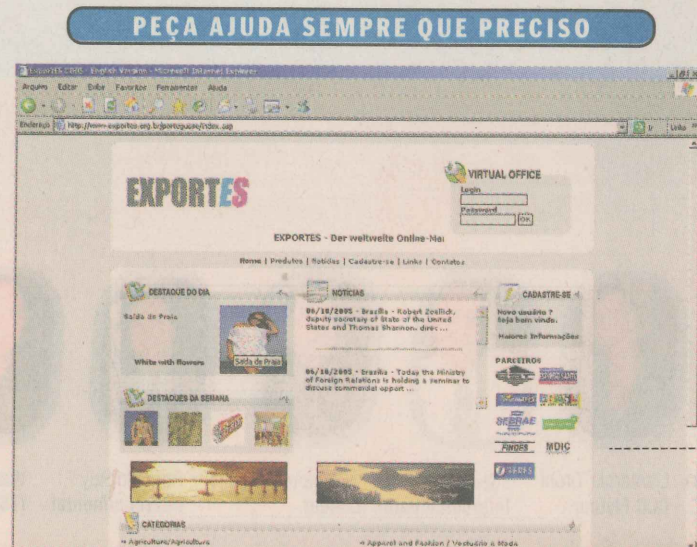
3) As linhas de crédito disponíveis são: Proex Financiamento e Proger Exportação (ambos com taxa Libor). O Banco trabalha ainda com linhas especiais que operam com recursos captados no exterior.

4) Outro serviço disponibilizado é o Balcão de Comércio Exterior: uma vitrine no site do BB onde o pequeno e mini empresário fazem negócios e fecham câmbio. O teto da operação é de US\$ 20 mil.

■ **Informações em qualquer das 80 agências do banco no Espírito Santo.**

Correios

■ Tem o Exporta Fácil, um programa de envio de encomendas para clientes no exterior. Há cinco modalidades no programa, à escolha do exportador. As remessas podem ter até 20 kg e valor máximo de



US\$ 10 mil. A entrega é feita dentro de dois a cinco dias, dependendo do país para onde vai a mercadoria. Toda a parte burocrática é feita pelos Correios. Ao exportador, basta entregar a mercadoria e pagar a taxa.

■ **Mais informações no site www.exportafacil.com.br ou pelos telefones 3331-2345 e 9942-8462 (falar com Ivone Melo)**

Findes

■ Até o final do ano, a Federação das Indústrias do Espírito Santo lança o Centro Internacional de Negócio. O escritório servirá para atender empresários interessados em exportar.

■ O centro oferecerá diversos tipos de atendimento, como Banco de Informações, cursos, treinamentos, análise de produtos e mercados, entre

outros serviços.

■ **Outras informações pelo 3334-5684.**

■ Outro serviço é o **Export-ES**, que disponibiliza um cadastramento para oferta de produtos capixabas aos mercados nacional e internacional, através da promoção comercial na Internet.

■ **O endereço do site é www.exportes.org.br**

EUROCENTRO

lançado neste ano, é outra entidade de apoio ao comércio internacional das pequenas e médias empresas capixabas. O Eurocentro está credenciado à Rede AL-Invest da Comunidade Européia e visa disponibilizar uma série de instrumentos e informações para as empresas do Estado, no sentido de fortalecer a cooperação econômica e tecnológica entre empresas européias e latino-americanas.

■ **Contato do Eurocentro: 3380-2192.**

Sebrae

■ O Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa do Espírito Santo oferece vários recursos para inserir o micro e pequeno empresário no setor de exportação. No site do órgão (www.sebraees.com.br) é possível encontrar um manual básico de exportação.

■ O Sebrae tem ainda programas destinados aos Arranjos Produtivos Locais (APL's) de Mármore e Granito, Madeira e Móveis, Vestuário e Cachaça. E oferece palestras gratuitas a qualquer pessoa que quiser obter mais informações sobre exportação.

■ **Basta ligar e agendar: 0800-39 91 92**

■ Sites com informações sobre exportação. Nestes endereços você pode buscar apoio ao seu negócio e aprender o passo a passo da exportação:

■ - www.redeagentes.gov.br

■ - www.aprendendoaexportar.gov.br

■ - www.portaldoexportador.gov.br

■ - <http://ali-ceweb.mdic.gov.br>

■ - www.apexbrasil.com.br

■ - www.cin.org.br

Participação das micro e pequenas no setor cresceu 189%

Adesão aumentou nos últimos seis anos, embora essas empresas exportem 1,8% do total do Estado

sentaram elevada concentração em produtos semimanufaturados (50%) e básicos (39%), enquanto os manufaturados responderam por apenas 14,2% do total.

Característica. As exportações das microempresas capixabas são fortemente concentradas em apenas um produto - obras de mármore e granito - que registraram vendas de US\$ 2,8 milhões em 2004, ou 80% do total referente às microempresas.

Outros produtos com importância: "vestuário feminino" (4,8% do total), "mármore e granitos em bruto ou desbastados" (2,6%) e "madeira serrada ou fendida" (1,4%).

Em termos de destino das exportações, as vendas das microempresas industriais concentravam-se fortemente nos países da União Européia (75% do total das vendas em 2004), com participação menos significativa dos Estados Unidos e Canadá (12,2% das vendas) e dos países da América Latina exceto Mercosul (5,7%).

A União Européia foi o principal destino dos produtos oriundos das micro e pequenas empresas (69% do total). Os Estados Unidos e Canadá respondem por 13,1% das vendas. Os países da América Latina exceto Mercosul compraram responderam por 5,5% desse mercado.

Quando se analisa a participação das micro e pequenas empresas capixabas no mercado exportador, a primeira impressão pode não ser das melhores: segundo o Sebrae, em 2004 o resultado das micro e pequenas empresas industriais foi de 1,8% do total exportado pelo Estado. Mas o crescimento acumulado nos últimos seis anos - 189% - mostra o potencial deste setor.

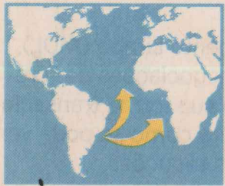
Para o Estado, que é o sétimo maior exportador do país, com vendas de US\$ 4,1 bilhões em 2004, representando 4,2% do total das exportações brasileiras, a realidade das grandes empresas pode, com informação e capacitação, ser estendida às micro e pequenas.

Na análise da distribuição segundo as classes de produtos, as exportações das micro e pequenas empresas capixabas em 2004 foram muito concentradas em produtos manufaturados, que responderam por cerca de 92% do total.

Padrão bem diferente do observado nas exportações totais do Estado, que apre-

Exportar

A102774-2



22 passos para exportar

Aprenda como você pode colocar seu produto no mercado externo com segurança e sucesso

1

PLANEJAMENTO



A primeira fase é também a mais importante. Aqui o exportador vai conhecer a própria empresa e se ela está preparada para exportar. Seu produto tem espaço lá fora? Precisa de adequações ao mercado externo? Quais os requisitos técnicos específicos para que o produto possa ser importado?

2

PESQUISA DE MERCADO



Avalie seus concorrentes internos e externos, faça pesquisas na Internet. Verifique se existem barreiras técnicas à entrada do seu produto no país em questão. Conheça a cultura, os hábitos, a renda, a economia, a população e o clima do país escolhido. Todos estes fatores vão lhe dar respostas essenciais ao sucesso do seu empreendimento lá fora.

3

NEGOCIAÇÃO COM O IMPORTADOR



A Classificar corretamente a mercadoria é fundamental na venda externa. Para isso, obter o NCM é de vital importância.



B Negocie tudo antes da transação: preço do frete, seguro, local de embarque e desembarque, desembaraço aduaneiro.



C Elabore uma planilha de preços. Lembre-se:

PREÇO INTERNO = custo total + lucros + impostos

PREÇO EXTERNO = preço interno - tributos - despesas internas + despesas externas



D Seja pontual! Inclua no prazo final de entrega o tempo de elaboração do produto e os prazos de embarque e transporte.



E Escolha a modalidade de pagamento: as mais usadas hoje em dia são a carta de crédito e o cartão de crédito.

4

ELABORAÇÃO DA FATURA PRO FORMA



Anote tudo o que foi negociado com o comprador e transcreva para a fatura pro forma. (Nada mais é que uma

6

IMPORTADOR VAI AO BANCO E SOLICITA A ABERTURA DE CARTA DE CRÉDITO



O importador dirige-se ao seu banco no exterior e entrega para o gerente a carta de crédito.

7

EXPORTADOR ANALISA A CARTA DE CRÉDITO



O banco do cliente envia a carta de crédito para o exportador aqui no Brasil, que por sua vez entra em contato com o exportador dando-lhe uma cópia da carta de crédito.

8

ELABORAR A FATURA COMERCIAL



A fatura comercial (commercial invoice) é o documento internacional, emitido pelo exportador, que no âmbito externo equivale à nota fiscal. Sua validade começa a partir da saída da mercadoria do território nacional e ela é imprescindível para o importador desembarçar a mercadoria em seu país.

9

PREPARAR A MERCADORIA PARA EMBARQUE



O exportador prepara a mercadoria de acordo com o solicitado na carta de crédito e solicita o início do registro de exportação - RE - no Siscomex.

10

ELABORAR O PACKING LIST



Este documento é necessário para o desembaraço da mercadoria e para a orientação do importador quando da chegada dos produtos no país de destino. Na verdade, é uma simples relação, indicando os volumes a serem embarcados e os respectivos conteúdos.

11

EMITIR A NOTA FISCAL



A nota fiscal acompanha a mercadoria desde a saída do estabelecimento até o efetivo desembaraço físico junto à Secretaria da Receita Federal.

12

PROVIDENCIAR O PRÉ-TRANSPORTE ATÉ O PORTO



Providenciar o pré-transporte da mercadoria até o porto de destino.

13

SOLICITAR O DESPACHO ADUANEIRO

Etapas do despacho aduaneiro:

A Registro da DDE - Declaração para Despacho de Exportação (serão aproveitados todos os dados do registro de exportação - RE)

B Confirmação da presença de carga;

C Recepção dos documentos;

D Parametrização (canal verde, laranja, vermelho);

E Distribuição (os auditores fiscais da Receita farão as análises dos canais laranja e vermelho)

14

Pagamento do frete e seguro pelo exportador

Providencie o pagamento do frete e do seguro, pois na modalidade de Incoterms contratada CIF, a responsabilidade desses pagamentos corre por conta do exportador.

15

RECEBIMENTO DE CONHECIMENTO DE EMBARQUE (B/L)

O Conhecimento de Embarque Marítimo, Bill of Landing (B/L), é o documento emitido pela companhia transportadora que atesta o recebimento da carga, as condições de transporte e a obrigação de entrega das mercadorias ao importador.

16

DESEMBARAÇO E AVERBAÇÃO JUNTO À SRF

Canal laranja: o AFRF (auditor fiscal da receita federal) fará apenas o exame documental da mercadoria

Canal vermelho: além do exame documental, haverá a verificação física da mercadoria.

O desembaraço aduaneiro será registrado no Siscomex pelo AFRF

A averbação é o ato final do despacho de exportação e consiste na confirmação, pela fiscalização aduaneira, do embarque da mercadoria e do registro dos dados do transportador.

17

EMISSÃO DO COMPROVANTE DE EXPORTAÇÃO

Após a conclusão de toda a operação de exportação, será fornecido ao exportador, se solicitado, o documento comprobatório da exportação, emitido pelo

4

ELABORAÇÃO DA FATURA PRO FORMA

Anote tudo o que foi negociado com o comprador e transcreva para a fatura pro forma. (Nada mais é que uma espécie de nota fiscal para o exportador.)

5

ENVIO DE FATURA PRO FORMA AO IMPORTADOR

Envie a fatura pro forma para o exportador, para que possa ser gerado o pedido de compra.

11

EMITIR A NOTA FISCAL

A nota fiscal acompanha a mercadoria desde a saída do estabelecimento até o efetivo desembaraço físico junto à Secretaria da Receita Federal. Entende-se como desembaraço o procedimento aduaneiro que autoriza o embarque da carga para o exterior.

17

EMISSÃO DO COMPROVANTE DE EXPORTAÇÃO

Após a conclusão de toda a operação de exportação, será fornecido ao exportador, se solicitado, o documento comprobatório da exportação, emitido pelo Siscomex, na Unidade de despacho da mercadoria.

18

CONSOLIDAR TODA A DOCUMENTAÇÃO

Nessa fase o exportador consolida toda a documentação e envia uma cópia para o importador:

- Nota fiscal
- Registro de exportação
- Fatura pro forma
- Carta de crédito
- Conhecimento de embarque
- Apólice do seguro
- Comprovante de exportação, etc.

19

CONTRATAR CÂMBIO

O fechamento de câmbio é uma fase muito importante no processo de exportação, pois é nesse momento que ocorrerá a venda para o banco, por parte do exportador, da moeda estrangeira resultante da operação de exportação.

Fechar o câmbio significa:

negociar as divisas obtidas com a instituição financeira escolhida, a uma determinada taxa de câmbio;



entregar, em data fixada, os documentos comprobatórios da exportação;

Obs.: a definição do momento mais apropriado para o fechamento de câmbio depende da necessidade de recursos financeiros para a elaboração do produto a ser exportado, da taxa de juros nominal vigente e da expectativa de alterações na taxa de câmbio, entre a data escolhida para o fechamento e a data da liquidação do contrato de câmbio.


20

ENTREGAR A DOCUMENTAÇÃO AO BANCO NEGOCIADOR DA CARTA DE CRÉDITO

Ao entregar os documentos da exportação, sem discrepâncias com os termos e condições da carta de crédito, a liquidação se dará até o 10º dia seguinte ao da entrega dos documentos. Este prazo é razoável para que o banco confira os documentos da exportação com os termos da carta de crédito.

21

LIQUIDAR O CÂMBIO(E RECEBER EM REAIS)

 Liquidação de câmbio é o procedimento de entrega da moeda estrangeira ao banco autorizado que, por sua vez, efetua o pagamento do valor equivalente em moeda nacional à taxa de câmbio acertada na data do fechamento de câmbio.

22

ENVIAR CARTA DE AGRADECIMENTO

Enviar um email de agradecimento ao fechar o negócio e manter uma correspondência regular com o cliente, fortalecendo os laços comerciais.

