agência digital

Como vender para outros países

Volume 3
Mercado asiático

MOVE+ SEBRAE

© 2024. Todos os direitos reservados
A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação aos direitos autorais (Lei nº 9.610).
Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Pará / Sebrae-PA.
Municipalidade, 1461 - CEP 66.050-350, Belém PA - Tel: 0800 570 0800

DIRETORIA EXECUTIVA DO SEBRAE/PA

José Conrado Santos
Presidente do Conselho Deliberativo

Rubens da Costa Magno Júnior
Diretor Superintendente

Maria Domingas Ribeiro Paulino
Diretora Técnica

Cássia Alessandra da Costa Rodrigues
Diretora de Operações

UNIDADE DE RELACIONAMENTO EMPRESARIAL - URE

Antônio Romero Pinto - Gerente
Rosemery Dias Pires – Coordenadora
Francisco de Figueiredo Brito
Georgiane de Nazaré Arruda Titan
Juliana Rose Queiroz de Almeida Mufarrej
Leda Rosana Barreira Magno
Péricles Diniz Ferreira de Carvalho
Thays de Cassia Rodrigues Pinto Pantoja

UNIDADE DE PROJETOS ESTRATÉGICOS - UPE

Bruna Jackellyne da Rocha de Siqueira Rodrigues - Gerente
Marcus Tadeu Bastos Alves - Coordenador
José Antonio Elleres Dias

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA - UGE

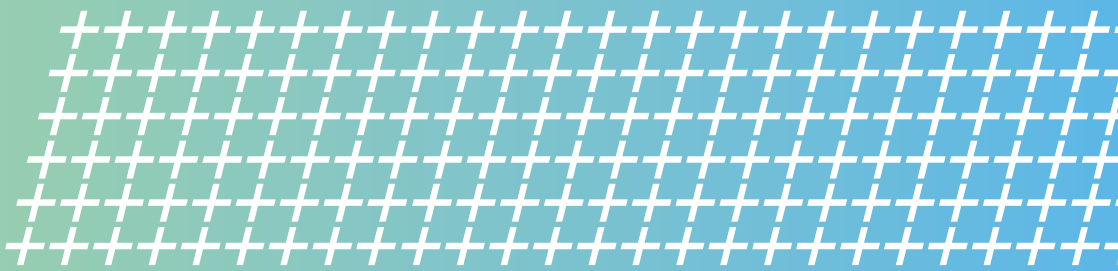
Clemilton Jansen Holanda - Gerente
Miguel Pantoja da Costa Júnior - Coordenador
Adauto Lobo de Oliveira
Franciane da Silva Cruz
Geiza Roberta Begot de Almeida Paiva
Mara Cristiane Barroso Juarez Peres
Maryellen Lima Rodrigues Pinto
Roberto Bellucci
Solano de Vasconcelos Lisboa Filho

RESPONSÁVEIS TÉCNICOS SEBRAE/PA
José Antonio Elleres Dias
Juliana Rose Queiroz de Almeida Mufarrej
Leda Rosana Barreira Magno
Roberto Bellucci

TEXTO E PESQUISA
Edmir Nogueira/ Ex-Libris Comunicação Integrada

EDITORAÇÃO E PROJETO GRÁFICO
Ex-Libris Comunicação Integrada

REVISÃO DE CONTEÚDO
Ex-Libris Comunicação Integrada



Índice

1 - Introdução 5

2 – Visão geral e Oportunidades 6

3 – Passo a passo para a exportação 9

4 – Normas específicas 13

5 - Conclusão..... 19

1 - Introdução

O mercado asiático é um destino crescente para os produtos brasileiros. As comodities são o carro-chefe das nossas exportações, mas a região tem potencial para outras oportunidades de negócios de empresas de todos os portes. Você já pensou em exportar para esta região do planeta?

Este e-book vai orientar você a concretizar a **internacionalização** de suas vendas tanto no mercado digital quanto no físico. Tudo isso vai ajudar o seu empreendimento a conquistar o mercado global. As empresas exportadoras ampliam a sua competitividade, melhoram processos, aumentam a eficiência, reduzem custos e garantem lucros maiores.

Vamos ajudar você a encontrar informações para compreender melhor o consumidor asiático e a regulamentação do mercado. Um passo a passo completo para você realizar bons negócios e aumentar os lucros da sua empresa.

2 – Visão geral de oportunidades

A China é o principal destino das exportações brasileiras para a Ásia, alcançando US$ 104,3 bilhões de negócios em 2023, segundo a ApexBrasil. O valor é o triplo das vendas para os Estados Unidos, nosso segundo maior comprador. Só por este dado, já é possível perceber o potencial que este mercado representa.

Integrada por Brunei Darussalam, Camboja, Singapura, Filipinas, Indonésia, Laos, Malásia, Mianmar, Tailândia e Vietnã, a Associação das Nações do Sudeste Asiático (Asean) desponta como um crescente destino de exportação para produtos brasileiros em diversos setores.

Assinado em 2023, o **Acordo de Livre Comércio** entre o Mercosul e Singapura abriu mais uma porta na Asean para as exportações das empresas brasileiras. O documento prevê a eliminação imediata das tarifas cobradas sobre todos os produtos importados por Singapura do Mercosul, segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC).

Um estudo da ApexBrasil traz **as oportunidades e desafios** desse mercado emergente, com destaque para o Vietnã, país com crescimento na ordem de 6% ao ano. No total, a região asiática agrega 49 nações com mais de 4,4 bilhões de pessoas.

Exportações brasileiras para a Ásia

Historicamente o Brasil tem sido fornecedor de matérias-primas e insumos básicos para a Ásia, já que seus países contam com tecnologia avançada de transformação.

Principais produtos exportados para a Ásia

1º Soja

2º Minério de ferro

3º Petróleo

4º Celulose

5º Carne bovina

3 – Passo a passo para a exportação

Os pequenos negócios despontam como grandes protagonistas na economia do Brasil, representando cerca de 95% de todas as empresas do país, mas ainda são coadjuvantes no comércio exterior, respondendo por menos de 1% do total das vendas externas brasileiras.

O Sebrae pode ajudar você a desbravar o mercado internacional e a proporcionar bons resultados para a sua empresa.
Veja alguns pontos importantes para a sua estratégia:

a) Planejamento estratégico

O **documento** serve como uma bússola para você reduzir riscos e garantir uma jornada empreendedora de sucesso, definindo alguns pontos estratégicos de atuação.

- Defina os estados ou regiões da Ásia para exportar, considerando fatores como demografia e preferências de consumo.
- Conheça o público e a cultura local para adaptar suas estratégias de marketing e produto.
- Garanta capacidade de suporte pós-venda em inglês, considerando também a presença de outras línguas comuns como espanhol.

b) Análise de cenários

Leve seus produtos e serviços para além do Brasil com o **curso Exportação: seu negócio cruzando fronteiras, do Sebrae**.

- Desenvolva um plano de ação claro, definindo metas realistas e alinhadas aos objetivos de expansão internacional.

- Realize pesquisas de mercado para compreender melhor o ambiente regulatório e as preferências dos consumidores dos países asiáticos.

c) Detalhamento do processo:

- Analise muito bem as exigências, incluindo barreiras tarifárias e não tarifárias que podem afetar a entrada e a operação de seus produtos.

- Evite riscos legais e comerciais assegurando a conformidade com todas as regulamentações e padrões necessários.

d) Concorrência e distribuição:

- Estude a concorrência para entender o ambiente no qual irá competir, identificando principais players e estratégias de mercado.

- Conheça e escolha a estrutura de distribuição mais adequada para seus produtos, considerando fatores como custo, alcance e eficiência.

e) Orientação

O **Sebrae Internacionalização** oferece uma vasta gama de conteúdos, cursos e consultorias para orientar e apoiar o pequeno empreendedor para acessar o mercado internacional.

Vantagens da exportação

O seu empreendimento tem possibilidade de crescimento expressivo com o processo de exportação. Isso aumenta a competividade no mercado local. Além disso, sua empresa pode usufruir de significativa redução da carga tributária.

Isenções de impostos e taxas para exportar

Produtos ou serviços exportados estão isentos do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI).

Receitas oriundas de atividades relacionadas à exportação estão isentas da contribuição com o Programa de Integração Social (PIS) e com o Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público (Pasep).

Receitas decorrentes de atividades de exportação de produtos industrializados, prestação de serviços, produtos primários ou produtos semielaborados ficam isentas do Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS).

Receitas provenientes de exportação ficam ainda isentas na determinação da base de cálculo da Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (Cofins).

f) Apoio governamental

- O primeiro passo para começar um processo de exportação de mercadorias legalmente é fazer o cadastro como exportador no Sistema Integrado de Comércio Exterior da Receita Federal, conhecido como **Siscomex**.

- O **portal da ApexBrasil** (Agência Brasileira de Exportações e Investimentos) é uma ferramenta importante para ajudar você a encontrar o tipo de informação que precisa na seção de Estudos de Oportunidades de Mercados.

g) Gerenciamento de entrega e logística

- Utilize serviços logísticos que ofereçam soluções completas e eficientes, adaptadas às necessidades de entrega nos países asiáticos.

- Selecione o modal de transporte mais adequado, considerando fatores como custo, tempo e características dos produtos.

- Os Correios têm o Exporta Fácil+, um serviço que tem como objetivo facilitar a logística para exportação de produtos brasileiros. Uma solução completa e acessível.

h) Exploração do e-commerce como canal de vendas

- Invista no e-commerce para acessar diretamente o consumidor asiático, aproveitando plataformas estabelecidas.

- Informe-se sobre regulamentações de e-commerce, incluindo questões de precificação, impostos, logística e conformidade legal.

i) Comunicação

- Prepare materiais do seu produto em outras línguas, preferencialmente em inglês e espanhol (ou em ambas). No *site* do seu empreendimento, crie uma página com uma versão bilingue.

- Pesquise e familiarize-se com os canais de venda e redes sociais mais usados pelos asiáticos, como WeChat, Weibo, QQ e Douban.

- Esteja presente nos principais mecanismos de buscas utilizados: Baidu, 360 Search e Sogou.

4 – Normas específicas

O micro e pequeno empreendedor precisa conhecer as regras de exportação para o país de destino de seus produtos. Na Ásia, cada localidade tem seu próprio regramento.

Para todas as nações asiáticas, um dos primeiros procedimentos é conhecer o certificado de origem com o **código NCM**. Para produtos farmacêuticos ou controlados por algum motivo de segurança, é necessário um longo processo de validação, que varia de país para país, de acordo com a **Câmara de Comércio Brasil-Ásia**.

Confira as particularidades de alguns países asiáticos:

Singapura

Assinado em 2023, o **Acordo de Livre Comércio** entre o Mercosul e Singapura abriu mais uma porta na Asean para as exportações das empresas brasileiras. Com o documento, que está em fase de aprovação das autoridades dos países envolvidos, ficam eliminadas as tarifas cobradas sobre todos os produtos importados por Singapura do Mercosul. Todos os trâmites legais e de certificações também ficam simplificados. Em cerca de 20 anos, o acordo pode levar a um incremento acumulado de R$ 28 bilhões ao PIB brasileiro e um aumento de R$ 11 bilhões nos investimentos, segundo estudos do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC).

Diante desse panorama com grande potencial para negócios, as empresas brasileiras podem se preparar e ficar atentas para conquistar novos mercados.

China

Consultar **as tarifas** aplicadas aos produtos é uma maneira de garantir a competitividade da sua exportação. Você também pode fazer contato com as áreas de promoção comercial do Itamaraty.

O exportador deve conhecer as regras de rotulagem e etiquetagem estabelecidas pelas autoridades chinesas. As informações dos rótulos e etiquetagem variam conforme o produto. Na área de alimentos, é possível consultar os sites sobre **regras para alimentação e medicamentos** e **qualidade dos produtos**, que trazem o regramento das etiquetas e rótulos. Para produtos eletrônicos, é obrigatória a **certificação** com a aposição do símbolo CCC (China Compulsory Certification ou Certificado Compulsório da China).

Índia

A Índia possuiu uma das maiores médias tarifárias do mundo e restrições a diversos produtos. Por isso, é fundamental fazer **uma ampla consulta** ao governo indiano sobre vários aspectos antes de iniciar suas exportações. A boa notícia é que no início de 2024, uma nota conjunta do MAPA e do MRE anunciou que o Brasil teve **aprovação sanitária da Índia para exportar açaí em pó.**

Ainda assim, consultar **custos tarifários** é fundamental para ter clareza sobre a viabilidade da exportação de seu produto.

O Departamento de Normas Indianas é o responsável pela criação, monitoramento e aplicação de **todas as diretrizes** relacionadas aos produtos e demais procedimentos de importação.

- O Departamento de Comércio do Governo da Índia **relaciona os casos de antidumping**. Para facilitar a visualização de casos envolvendo o Brasil, o filtro "country" pode ser utilizado com o termo "Brazil".

- Consulte também o site do Departamento de Comércio do Governo da Índia para conferir as **políticas específicas por tipo de produto** a ser exportado. A busca deve ser feita por meio do código de oito dígitos do Sistema Harmonizado.

Japão

O exportador brasileiro tem um **escritório do órgão oficial do governo japonês,** em São Paulo, que atua na promoção do comércio exterior e de investimento, e oferece informações sobre as regulamentações japonesas.

O empreendedor também pode **consultar a regulamentação japonesa** para autorização ou licenciamento de importação.

Desde 2006, o Japão implementa sua política de controle de vigilância para resíduos e contaminantes nos produtos alimentícios. Confira os **regulamentos sanitário, fitossanitário e de saúde animal** antes de exportar.

O governo japonês mantém uma série de restrições para a importação de frutas, vegetais e carnes. O governo brasileiro traz **orientações sobre exportações** desses produtos para o Japão.

As embalagens devem seguir regras específicas do governo japonês tanto para **alimentos** como para **demais produtos**.

Importante saber que o governo japonês obriga as empresas a pagarem todos os custos associados à coleta, classificação, transporte e reciclagem de papel e embalagens plásticas.

O governo japonês exige rótulos para produtos de várias categorias. A **Lei de Rotulagem de Alimentos** e a **Agência de Defesa do Consumidor** são duas importes fontes de informação para você se preparar para conquistar o mercado japonês.

Coreia do Sul

A Coreia do Sul, localizada no nordeste da Ásia, é um país industrializado, próspero, política e economicamente estável. Com vistas a melhorar sua competitividade industrial no mercado global, o país tem buscado expandir sua rede de acordos com países emergentes, especialmente na América Latina.

Nas últimas duas décadas, o valor das importações da Coreia do Sul provenientes da América Latina apresentaram aumento significativo, praticamente 10 vezes, de USD 3,3 bilhões em 2000 para USD 32,7 bilhões em 2022.

A estabilidade econômica experimentada pelos cidadãos desperta o interesse em produtos de outros países, especialmente aqueles conhecidos pela originalidade e sustentabilidade, seguindo uma tendên-

cia mundial. Nesse contexto, abre-se uma grande oportunidade para empresas brasileiras de todos os portes acessarem esse mercado.

Signatária do Acordo de Valoração da OMC e da Convenção Internacional sobre o **Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias**, a Coreia do Sul incorporou os padrões internacionais de valoração aduaneira e classificação de produtos na legislação doméstica sobre o tema.

O governo sul-coreano mantém várias agências com o objetivo de impulsionar o comércio exterior e investimentos, entre as quais se destacam:

Agência de Promoção de Comércio e Investimentos da Coreia (KOTRA) - Entidade quase governamental vinculada ao Ministério da Indústria, Comércio e Energia da Coreia do Sul (MOTIE). Mantém extensa rede de escritórios, com 128 filiais em diferentes regiões do mundo – incluindo um em São Paulo, Brasil. Por meio de suas diversas atividades de promoção comercial, a KOTRA tem desempenhado papel fundamental no rápido desenvolvimento econômico do país. É responsável pela **Seoul Food Hotel**, uma das principais feiras de alimentos e bebidas e hospitalidade da Asia, que teve participação do Brasil em sua última edição, com apoio do MAPA.

Associação de Importadores da Coreia (KOIMA) - Especializada em importação, conta com mais de oito mil empresas comerciais registradas como membros. A KOIMA foi criada para facilitar o acesso das indústrias coreanas a insumos, matérias-primas e equipamentos necessários ao desenvolvimento da economia do país, por meio da organização de missões coreanas de importação, reuniões de consulta e exposições de produtos importados, além de elaborar pes-

quisas de mercado e análises de preços de matérias-primas. Desde 2003, a Associação organiza a **Feira de Importação da Coreia (KIF)**, que oferece aos exportadores de diversos países a oportunidade de apresentar e divulgar suas marcas e produtos a importadores e consumidores coreanos.

Câmara de Comércio e Indústria da Coreia (KCCI) - Organização estabelecida segundo lei específica e tem como principais atividades a realização de projetos em parceria com governos, promoção e apoio a feiras e exposições, bem como elaboração de pesquisas e estudos sobre comércio e indústria.

Conclusão

Apesar de distante, a Ásia pode e deve ser considerada uma interessante oportunidade para empresas brasileiras de todos os portes. Exportar para os países asiáticos tem potencial para um grande salto de crescimento para o seu empreendimento.

De todo modo, seja para qual país deseje exportar, o primeiro passo é planejar. E, então, pesquisar muito sobre os países com os quais pretende negociar para se certificar se seu produto ou serviço tem aceitação ou se é necessário fazer alguma adequação. Com informações sobre tarifas, documentações, regulações e costumes em mãos, você poderá tomar a decisão para ingressar nessa jornada.

O Brasil tem uma política que incentiva a exportação, especialmente entre as pequenas empresas por meio da Siscomex e a ApexBrasil.

Além disso, lembre-se que você sempre pode contar com a expertise do Sebrae. Consulte nossa área de internacionalização no Portal Sebrae, faça contato com nossos especialistas por meio do portal ou pelo telefone 0800-570-0800. Estaremos sempre prontos para apoiá-lo para que tenha uma jornada de sucesso.

Conte com o Sebrae!

agenciadigital@pa.sebrae.com.br

@sebraepa

SebraenoPara

0800 570 0800 - pa.loja.sebrae.com.br
www.sebrae.com.br/para