

# Guia Comex

Jornada da Exportação



**FIEMT** **SESI** **SENAI** **IEL**



**CIN**

Centro Internacional de Negócios  
de Mato Grosso

# Guia Comex

Jornada da Exportação





# Introdução

A exportação é uma atividade que pode trazer muitos benefícios para as empresas, como aumento de vendas, diversificação de mercados e ganho de competitividade. No entanto, ela também pode ser desafiadora, especialmente para empresas que estão começando a atuar no mercado internacional. Pensando nestes desafios, e dentro do propósito de contribuir com as estratégias de internacionalização das indústrias, elaboramos o Guia Comex - Jornada da Exportação.

Este guia apresenta informações importantes sobre o processo de exportação, desde a avaliação das dimensões empresariais que permitem uma empresa dar seus primeiros passos neste processo até a entrega dos produtos. Ele inclui orientações sobre a documentação necessária, os procedimentos alfandegários, as formas de pagamento e os principais canais de distribuição. Além disso, também aborda questões culturais e de negociação, fundamentais para o desenvolvimento do marketing internacional e consequente sucesso da atividade.

É importante lembrar que a exportação exige planejamento, investimento e capacitação, mas pode ser uma excelente oportunidade de crescimento para quem está disposto a se dedicar a ela. Com o Guia Comex - Jornada da Exportação, as empresas podem minimizar os riscos e aumentar as chances de sucesso nesta jornada.

# Sumário

1. **Análise interna .....5**
2. **Habilitação no radar Siscomex .....7**
3. **Classificação fiscal do produto/NCM..... 10**
4. **Inteligência de mercado internacional ..... 13**
5. **Adequação de produto e embalagem ..... 15**
6. **Formação de preço ..... 17**
7. **Marketing internacional..... 19**
8. **Promoção comercial .....22**
9. **Documentos necessários .....24**
10. **Despacho aduaneiro .....28**





# 1. Análise interna

Antes de considerar a internacionalização de uma empresa, é fundamental realizar uma análise criteriosa dos aspectos internos do negócio. Sem uma base sólida e bem estruturada, a entrada no mercado internacional pode se tornar uma missão arriscada e até mesmo prejudicial para a empresa.

A análise dos aspectos internos deve considerar diferentes dimensões do negócio, como a estrutura organizacional, o modelo de negócio, a gestão financeira, a qualidade dos produtos ou serviços, a capacidade de produção, o mercado que se quer alcançar, entre outros. É importante avaliar também a cultura organizacional e a preparação da equipe para lidar com os desafios do mercado global.

Ao avaliar esses aspectos, é possível identificar quais são os pontos fortes da empresa e quais precisam ser aprimorados e/ou desenvolvidos. Essa análise permite que a empresa desenvolva um plano de ação para melhorar sua estrutura e aumentar sua competitividade antes de se “aventurar” na internacionalização.

Avaliar a capacidade financeira e operacional da empresa para expansão internacional é fundamental. Muitas vezes, a entrada no mercado internacional demanda investimentos significativos, e a empresa precisa estar preparada para assumir esses custos.

Por esses motivos, a análise dos aspectos internos é um passo crucial para garantir o sucesso da internacionalização da empresa. Ela permitirá que a empresa se prepare adequadamente para competir no mercado global e minimize os riscos associados a esta empreitada.

## 1.1. Avaliação de Maturidade Internacional

Em ambientes de rápida transformação, como o mercado internacional, o conhecimento tornou-se um fator chave para a sobrevivência e competitividade das empresas. Nesse contexto, a **Avaliação de Maturidade Internacional** surge como uma ferramenta importante para a autoavaliação das dimensões da empresa e para o planejamento da entrada no mercado internacional.

Através dessa avaliação, é possível identificar os pontos fortes da empresa que podem ser utilizados como vantagens competitivas no mercado internacional, bem como os pontos que precisam ser aperfeiçoados para que a empresa possa competir de forma efetiva nesse ambiente. Dessa forma, a **Avaliação de Maturidade Internacional** permite que a empresa se prepare adequadamente para enfrentar os desafios do mercado internacional, aumentando suas chances de sucesso.

## 1.2. Qual a importância? Qual o diferencial?

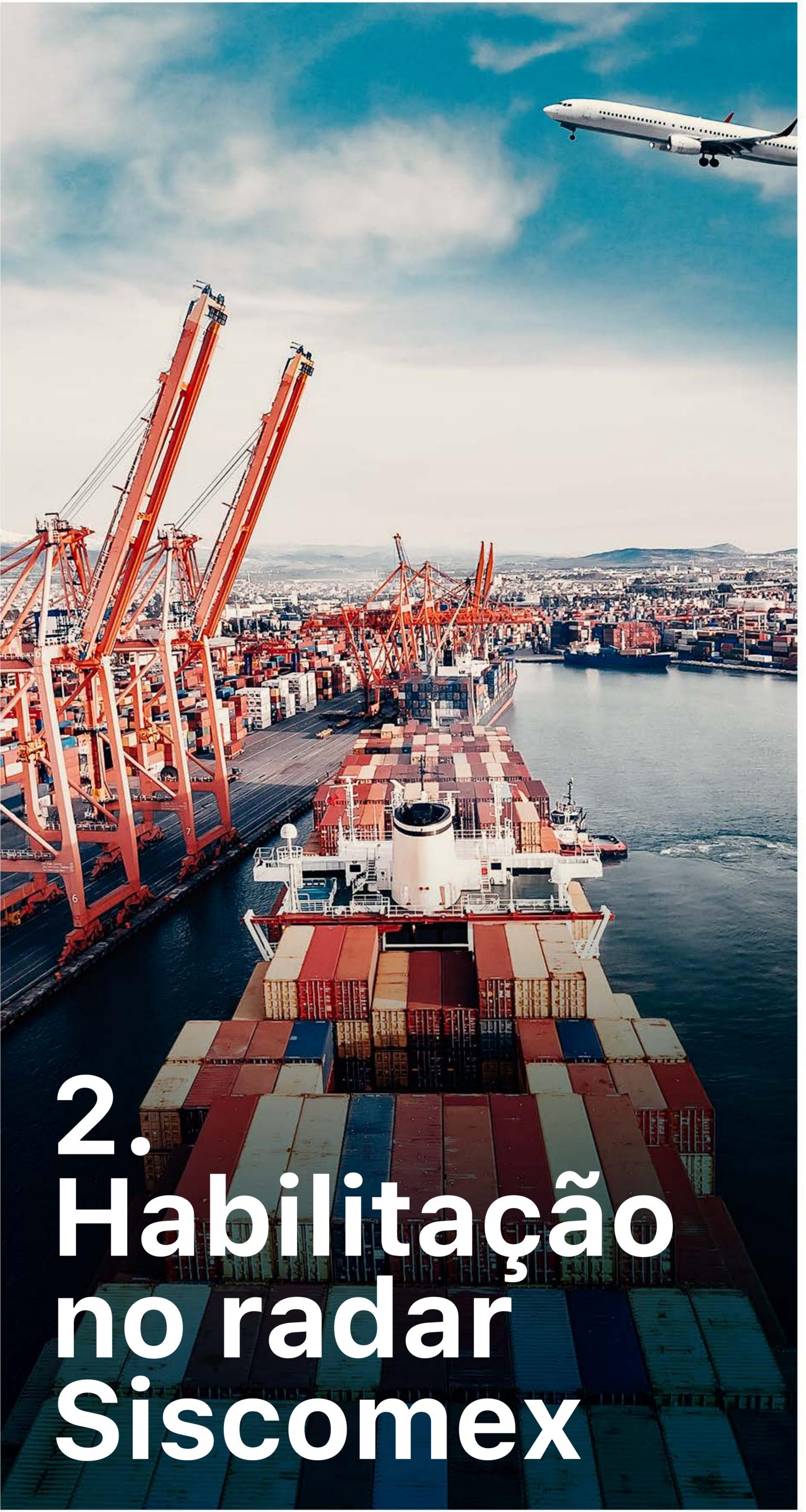
No mundo globalizado em que vivemos, a internacionalização tornou-se uma estratégia essencial para manter a competitividade dos negócios. Pensando nisso, oferecemos a **Avaliação de Maturidade Internacional** como uma ferramenta para auxiliar na expansão global da sua empresa.

Por meio dessa avaliação, você poderá compreender qual é o nível de maturidade internacional do seu negócio e identificar as principais ações que podem ser desenvolvidas para alavancar esse nível e aumentar as chances de sucesso no mercado internacional. Com essa avaliação em mãos, será possível traçar um plano de ação mais eficiente e seguro para a expansão global do seu negócio, tornando-o mais competitivo e preparado para enfrentar os desafios do mercado global.

## 1.3. Como fazer?

Através de um questionário de autoavaliação, a ferramenta de **Avaliação de Maturidade Internacional** é capaz de verificar diferentes aspectos relacionados à internacionalização do seu negócio. Essa avaliação é dividida em quatro dimensões fundamentais: Habilitação e Aptidão ao Comércio Internacional; Estratégia e Gestão; Modelos de Negócios, Produtos e Serviços; e Manufatura e Cadeia de Suprimentos.

Cada uma dessas dimensões tem um papel importante na preparação da empresa para a entrada no mercado internacional e será fundamental para o sucesso da empreitada. Através da **Avaliação de Maturidade Internacional**, é possível compreender melhor cada uma dessas dimensões e identificar os pontos fortes e os pontos a serem aprimorados em cada uma delas, permitindo que a empresa se prepare adequadamente para competir no mercado internacional. Conhecer essas necessidades é fundamental para garantir que o seu negócio esteja pronto para enfrentar os desafios e as oportunidades do mercado global.



# 2. Habilitação no radar Siscomex

O Ambiente de Registro e Rastreamento dos Intervenientes Aduaneiros (RADAR Siscomex) é um sistema disponibilizado para todas as Unidades Aduaneiras da Secretaria da Receita Federal (SRF) com o objetivo de disponibilizar, em tempo real, dados contábeis, fiscais e aduaneiros, com informações completas sobre todos os agentes envolvidos nas atividades de comércio exterior do Brasil. Este banco de dados permite o estabelecimento de perfis de riscos, fiscalização, controle, sendo fundamental no combate às fraudes.

## 2.1. Requisitos

Para que uma empresa (declarante de mercadoria) possa desempenhar atividades comerciais internacionais, é necessário que esteja habilitada pelo RADAR. Para isso, é necessário estar de acordo com os seguintes requisitos de admissão:

- a) adesão ao Domicílio Tributário Eletrônico (DTE);
- b) enquadramento da inscrição no CNPJ em situação cadastral “ativa”; e
- c) enquadramento da inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) de todas as pessoas físicas integrantes do Quadro de Sócios e Administradores (QSA) com qualificação nos termos do Anexo V da Instrução Normativa RFB nº 2.119/2022, em situação cadastral “regular” ou “pendente de regularização”;
- d) capacidade operacional, econômica e financeira necessária para atuar no comércio exterior.

A habilitação deverá ser solicitada pelo representante da empresa por meio do Sistema Habilita, disponível no Portal Único de Comércio Exterior (Pucomex) na internet.



### ATENÇÃO!

Não será aceito pelo Sistema Habilita requerimento relativo à declarante de mercadorias que não cumpra os requisitos de admissibilidade. O Sistema Habilita poderá definir, de forma automática e com base na estimativa da capacidade financeira apurada, a modalidade de habilitação e, se for o caso, o limite de operação do declarante de mercadorias.

A habilitação requerida nos termos do Art. 22 que não for concedida de forma automática pelo Sistema Habilita deverá ser objeto de novo requerimento, da seguinte forma:

- I - formalizado por meio de dossiê digital de atendimento, nos termos da Instrução Normativa RFB nº 2041, de 05 de agosto de 2021

II - instruído com as informações e os documentos listados no Sistema Habilita, conforme disposto em ato normativo expedido pela Coana;

III - dirigido à unidade da RFB de jurisdição de fiscalização aduaneira do domicílio fiscal do declarante de mercadorias.

## 2.2. Submodalidades

**Expressa:** Pessoa Jurídica constituída sob a forma de sociedade anônima de capital aberta e empresas públicas ou sociedades de economia mista estará sujeita à habilitação no Siscomex na **modalidade expressa** e **não estará sujeito a limites de operação, seja para importação ou exportação.**

**Limitada:** Quando a capacidade financeira da Pessoa Jurídica para realizar operações de importações for estimada em valor igual ou inferior à US\$ 150.000,00, ou equivalente em outra moeda, estará sujeita à habilitação na **modalidade limitada**, podendo realizar operações de importação entre os limites de US\$ 50.000,00 a US\$ 150.000,00.

Para mais informações, a Receita Federal disponibiliza em seu sítio eletrônico um manual com as instruções para requerimento de habilitação no RADAR/Siscomex.

Clique aqui e acesse





3.

# Classificação fiscal do produto/NCM

A classificação tarifária brasileira é a Nomenclatura Comum do Mercosul – NCM e tem como princípio de classificação o Sistema Harmonizado de Mercadorias – SH, criado no ano de 1983 em Bruxelas, com o objetivo de estabelecer um padrão internacional para essa classificação. Desse modo, os 6 (seis) primeiros dígitos estão subordinados a este sistema e cada país signatário pode incluir até 4 (quatro).

A classificação fiscal de mercadorias é utilizada na identificação correta das mercadorias que serão exportadas e/ou importadas. Para cada produto existe uma NCM específica. Ou seja, a NCM está para as mercadorias como o CPF está para o indivíduo. Entretanto, deve-se buscar atender a regras específicas de classificação das mercadorias.

### 3.1. Regras Gerais de Interpretação do Sistema Harmonizado – RGI/SH

As mercadorias estão ordenadas sistematicamente na NCM, a priori, de forma progressiva, de acordo com o seu grau de elaboração, principiando pelos animais vivos e terminando com as obras de arte, passando por matérias-primas e produtos semiacabados.

Assim, de modo geral, à medida que cresce a participação do homem na elaboração da mercadoria, mais elevado é o número do Capítulo em que ela será classificada.

Os seis primeiros dígitos da NCM seguem, por convenção internacional, o SH e seus dois últimos dígitos são definidos pelo Mercosul.

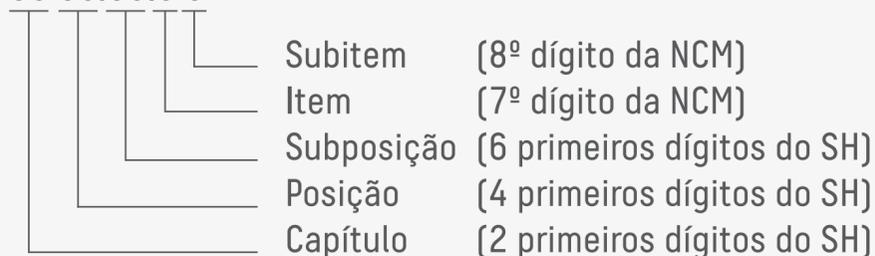
A NCM tem a seguinte estrutura:

- 6 Regras Gerais para Interpretação do Sistema Harmonizado e 2 Regras Gerais Complementares;
- Notas de Seção, de Capítulo, de Subposição e Complementares;
- Lista ordenada de códigos em níveis de posição (4 dígitos), subposição (5 e 6 dígitos), item (7 dígitos) e subitem (8 dígitos), distribuídos em 21 Seções e 96 Capítulos.

O Sistema Harmonizado (SH) é composto de uma lista ordenada de Posições e Subposições, compreendendo 21 Seções, 99 Capítulos e 1.241 Posições, subdivididas em Subposições. Além disso, possui seis Regras Gerais de Interpretação (RGI) que orientam a classificação de mercadoria.

#### Código NCM

00 00.00.0 0



#### Exemplo:

Código de Produto/Serviços: 0104.10.11

Animais reprodutores da raça pura, da espécie ovina, prenhe ou com cria ao pé.

Esse código é resultado dos seguintes desdobramentos:

Seção	I	Animais vivos e produtos do reino animal
Capítulo	01	Animais vivos
Posição	0104	animais vivos das espécies ovina e caprina
Subposição	0104.10	Ovinos
Item	0104.10.1	Reprodutores de raça pura
Subitem	0104.10.11	Prenhe ou com cria ao pé

## Materiais de apoio:

Regras Gerais para a Interpretação do Sistema Harmonizado. 

### 3.2. Regras Gerais Complementares da NCM RGC – Mercosul

1ª As Regras Gerais para Interpretação do Sistema Harmonizado se aplicarão, “mutatis mutandis”<sup>1</sup>, para determinar dentro de cada posição ou subposição, o item aplicável e, dentro deste último, o subitem correspondente, entendendo-se que apenas são comparáveis desdobramentos regionais (itens e subitens) do mesmo nível.

2ª As embalagens contendo mercadorias e que sejam claramente suscetíveis de utilização repetida, mencionadas na Regra 5 (2º tópico), seguirão seu próprio regime de classificação sempre que estejam submetidas aos regimes aduaneiros especiais de admissão temporária ou de exportação temporária.

### 3.3. Multas por classificação incorreta de mercadorias

- Para o importador: 1% sobre o Valor Aduaneiro da Mercadoria (Regulamento Aduaneiro – Art. 711, Inciso I)
- Para o exportador: 20% sobre o valor da mercadoria (Regulamento Aduaneiro – Art. 718, inciso II) – somente no caso de fraude, caracterizada de forma inequívoca.

## Materiais de apoio

Tarifas Vigentes/Lista de Bens sem Similar Nacional 

Notas explicativas do Sistema Harmonizado (NESH) 

Portal da Aduana e Comércio Exterior da RFB 



<sup>1</sup> Mutatis mutandis é uma expressão latina que literalmente se traduz como “mudando o que tem que ser mudado”. No contexto jurídico, é utilizada para indicar que uma determinada regra, lei, cláusula ou condição deve ser aplicada a uma nova situação, mas com as devidas adaptações que a nova situação requer.



4.

# Inteligência de mercado internacional

Antes de iniciar uma operação internacional, é necessário entender, em profundidade, alguns fatores que podem afetá-la diretamente. Por isso, é importante a contratação e/ou desenvolvimento de estudos de inteligência comercial internacional, para que tragam luz às variáveis intervenientes do mercado externo. Assim o empresário, munido de conhecimento, será mais assertivo em suas tomadas de decisões relacionadas à internacionalização.

Estes estudos podem ser estruturados das mais diferentes formas, porém, alguns pontos são essenciais para uma estratégia de exportação. Inicialmente, deve-se buscar entender, mesmo que superficialmente, o dinamismo do comércio internacional de produtos com a mesma classificação fiscal daquele que se pretende exportar. Isso permitirá identificar as possíveis oportunidades de mercado e avaliar sua atratividade. A partir de dados de receita e volume de comércio internacional consegue-se visualizar quais são os potenciais mercados importadores do produto que se deseja exportar, bem como entender comportamentos e tendências de consumo ao longo de uma série histórica.

A partir desta análise preliminar, é possível definir os mercados-alvo, para se aprofundar e entender aspectos fundamentais para iniciar a prospecção, como, por exemplo:

**Barreiras técnicas:** entender se existem normas técnicas específicas que possam ser exigidas para determinados mercados e quais custos podem emanar delas, como, por exemplo, para realizar eventuais adequações no produto ou embalagem. Além disso, entender quais medidas fitossanitárias ou outras restrições existentes, que limitam ou impedem a entrada de determinados produtos ou matérias-primas.

**Análise de concorrência:** identificar quais são os concorrentes nacionais e internacionais nos mercados-alvo, calcular a participação de mercado de cada um, entender quais as especificações dos produtos que comercializam, qual preço médio praticam, há quanto tempo atuam no mercado, entre outros aspectos.

Visões mais detalhadas sobre os **aspectos socioeconômicos, canais de importação e de distribuição, certificações internacionais, consumo local e identificação de importadores** também podem ser exploradas para traçar a melhor estratégia de internacionalização. A equipe do Centro Internacional de Negócios do Sistema Fiemt oferece, de forma customizada, essa solução para as indústrias de Mato Grosso que desejam se internacionalizar.

Clique aqui e saiba mais





**5.  
Adequação  
de produto e  
embalagem**

A partir da identificação das exigências técnicas nos mercados-alvo, bem como da análise de *benchmarking* de produtos dos concorrentes, pode ser identificada a necessidade de adequações da embalagem e do produto que se pretende exportar. Para atender as condições de transporte, aumentar a competitividade frente à concorrência, comunicar-se com o público-alvo, entre outras razões, estas adequações podem requerer constantes aplicações tecnológicas e inovação, como, por exemplo, investimentos em alterações no processo produtivo para obtenção de certificações internacionais ou para atender padrões de consumo mais sustentáveis.

Para tanto, é importante que as empresas tenham conhecimento das principais tendências tecnológicas do segmento, principalmente, por meio de participação de eventos e feiras, nacionais e internacionais. Além disso, as empresas podem contar com o apoio do Instituto Senai de Tecnologia de Mato Grosso (IST), por meio de contratação de consultorias para melhorias de produto, serviços de metrologia, entre outros serviços.

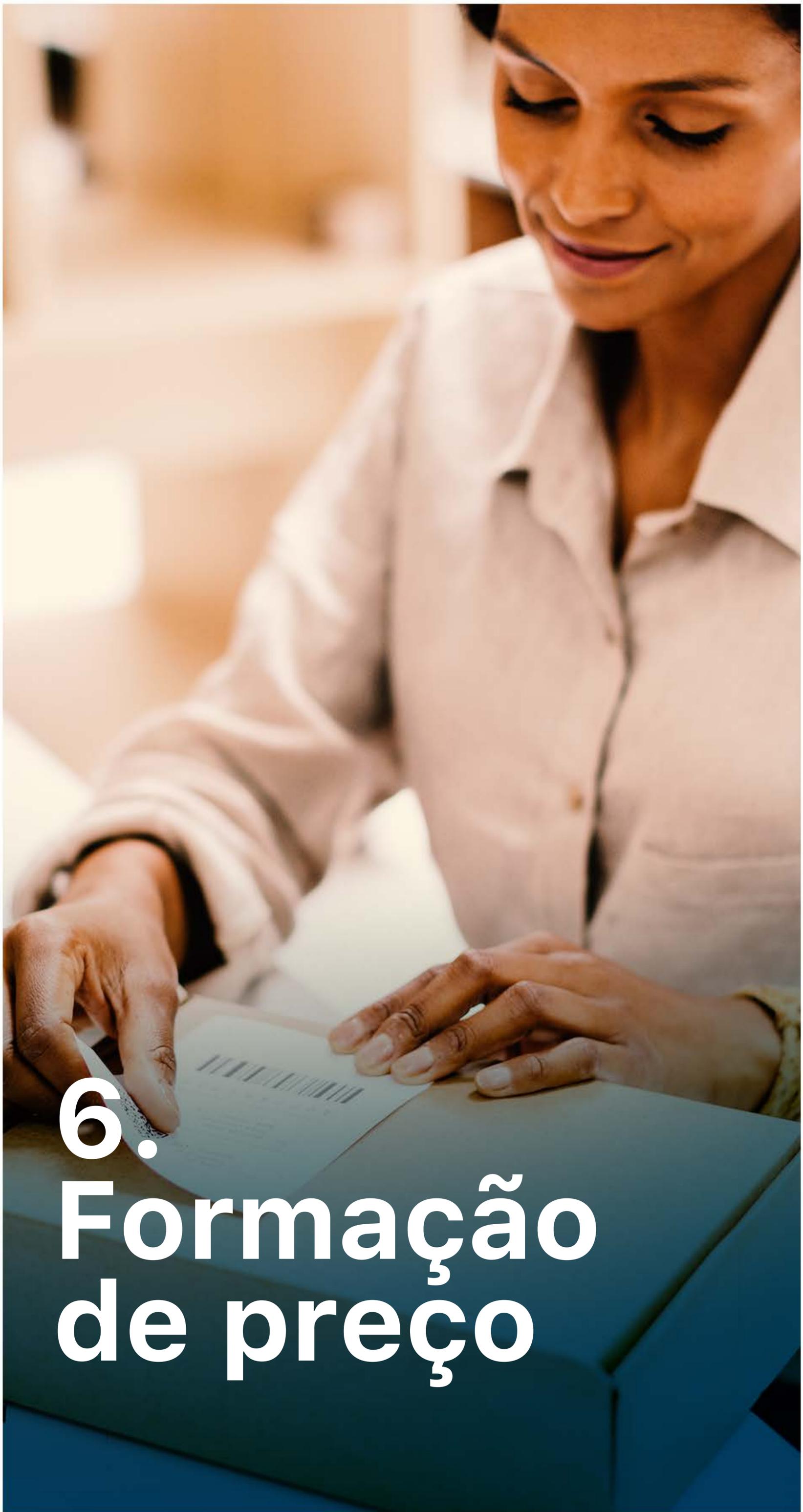
 **Material de apoio:**

A CNI também disponibiliza um seminário virtual em seu canal no youtube que aborda a temática “Design e Inovação de Embalagens para Exportação”.



A Connect Americas disponibiliza um ebook em sua página oficial “Como preparar seus produtos para o mercado internacional”.





6.

# Formação de preço

A estrutura do preço para exportação, de uma forma genérica, tem como pressuposto, o preço de venda interna do produto, subtraindo-se os tributos incidentes nas operações internas e agregando ao preço as despesas inerentes à operação da exportação. Portanto, seguem importantes aspectos que devem ser levados em conta, uma vez que influenciam diretamente na composição final do preço do produto que se pretende exportar e que, por conseguinte, podem torná-lo mais competitivo no mercado importador frente a seus concorrentes, como:

- incentivos fiscais na exportação brasileira;
- custos logísticos internos;
- custos logísticos internacionais;
- condições de venda internacional – Incoterms 2020;
- taxa de câmbio;
- real valorizado e desvalorizado frente às moedas conversíveis;
- lucro da venda internacional;
- preço praticado pelos concorrentes internacionais.

A metodologia mais elementar de determinação de preço é adicionar um markup<sup>15</sup> padrão ao custo do produto. Os *markups* sobre o custo são, geralmente maiores, em itens sazonais (para cobrir o risco de não venderem), itens especiais, itens com vendas mais lentas, itens com altos custos de armazenagem e de manuseio e itens de demanda inelástica, como medicamentos vendidos apenas mediante receita médica.



### Material de apoio:

A CNI disponibiliza um seminário virtual em seu canal no Youtube que aborda a temática “Precificação e boas práticas na negociação internacional”. Clique aqui e confira.





7.

# Marketing internacional

O *marketing* é a atividade, conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para consumidores, clientes, parceiros e para a sociedade como um todo. O *marketing* internacional se diferencia do *marketing* doméstico em diversos pontos, a começar pela segmentação de mercado, que em vez de ocorrer dentro de um único país, passa a ser definido em muitos países diferentes. Por conta disso, devemos considerar fatores como diferenças culturais, limitação de conhecimento de mercados estrangeiros, idioma estrangeiro, flutuações cambiais, legislação e regulamentos, instabilidade de cenários para formular estratégias de inserção nesses mercados.

Para traçar uma exitosa estratégia de *marketing* internacional, o empresário deve se respaldar em estudos de mercado internacionais de alta complexidade, a fim de selecionar os mercados mais atrativos, compreender a estrutura do ambiente que estará inserido, antever tendências que podem afetar o seu negócio, adequar o seu produto às exigências do mercado externo, inovar e aplicar novas tecnologias em seu processo produtivo, por fim, tornar-se mais competitivo.

 **Materiais de apoio:**

Indústria Global:  
 'Negócios Internacionais 4.0 –  
 Promoção Digital para Internacionalização'



Indústria Global:  
 'Estratégia Digital para Venda no Exterior'



Indústria Global:  
 'Era digital como promover seu produto no exterior'



Indústria Global:  
'Estratégias comerciais para potenciais mercados internacionais'



Indústria Global:  
'Marketplace para exportação'





# 8. Promoção comercial

O Centro Internacional de Negócios da Fiemt organiza missões empresariais e estimula a participação de empresários e executivos em encontros de negócios, realizados no Brasil e no exterior, para apoiar a internacionalização das empresas brasileiras. A participação em missões empresariais internacionais possibilita a prospecção de novos clientes, tecnologias e conhecimento e fortalece o posicionamento das empresas brasileiras perante o mercado externo.

## 8.1. Modalidades

Conheça as iniciativas de promoção de negócios e escolha a mais adequada à necessidade da sua empresa.

### 8.1.1. Missões prospectivas:

Permitem avaliar as características e condições competitivas em um mercado no exterior e identificar oportunidades de inovação de produtos e processos da empresa.

### 8.1.2. Missões comerciais:

Agregam os mesmos benefícios das missões prospectivas, além de serem focadas na geração de negócios, sobretudo em feiras internacionais de referência do setor.

### 8.1.3. Visitas prospectivas e comerciais:

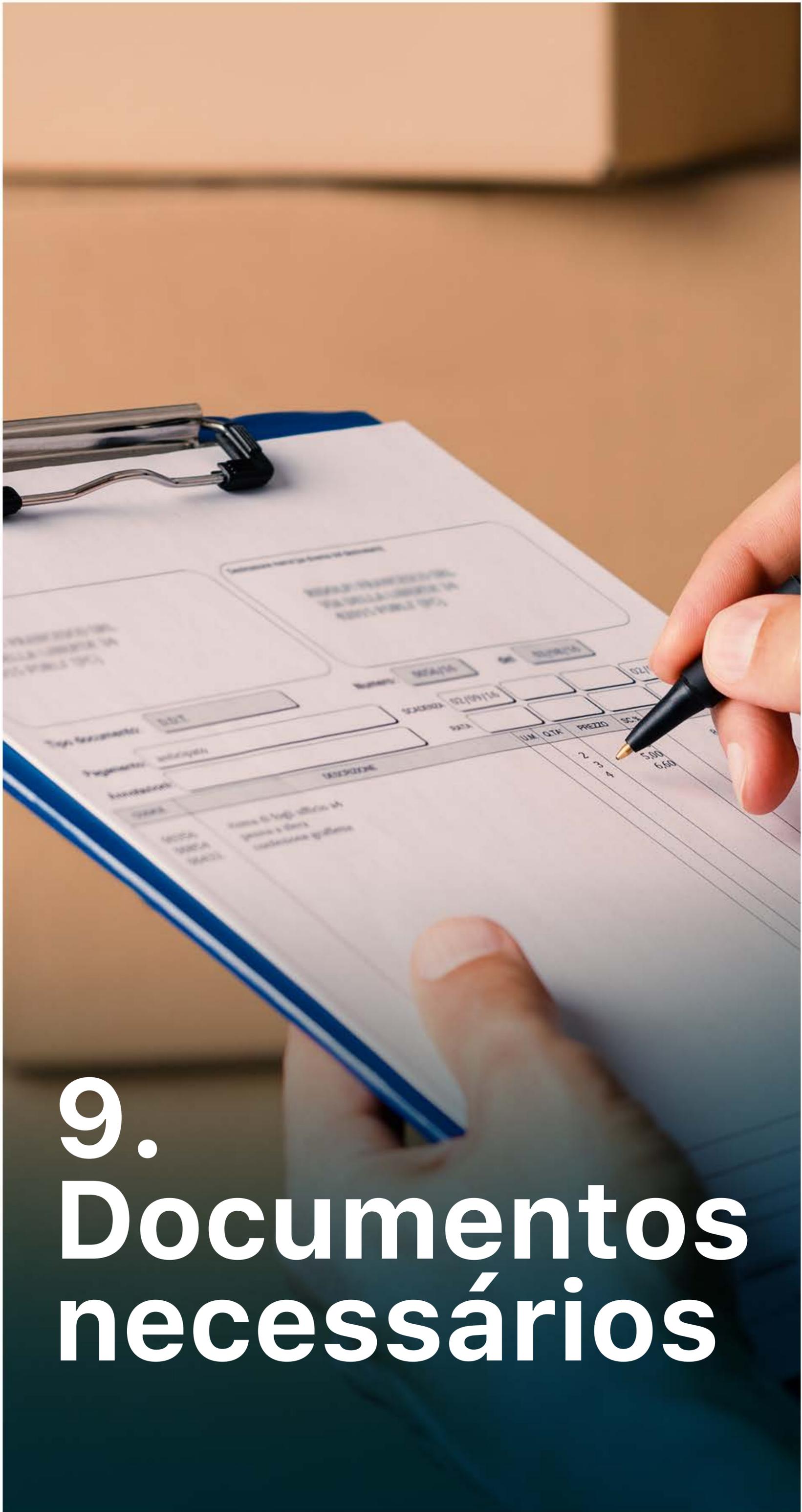
Realizadas no Brasil, elas ajudam a formar e consolidar redes de relacionamento e a realizar negócios sem a necessidade de viajar ao exterior

### 8.1.4. Encontro de negócios:

Têm foco exclusivo na geração de negócios por meio de reuniões individuais com compradores ou parceiros comerciais qualificados pela Rede CIN.

Acesse nosso site e confira o calendário anual de **Missões Internacionais**.





# 9. Documentos necessários

Toda operação de exportação e/ou importação é amparada por uma série de documentações que formalizam o processo e dão a posse da mercadoria a quem possui seus originais.

Importante ressaltar que estes documentos devem estar alinhados à legislação do país importador, sendo recomendado ao exportador consultar diretamente com o importador as eventuais peculiaridades ou informações complementares que devem ser acrescentadas, a fim de atender as exigências de sua aduana.

### 9.1. Proforma Invoice

Documento emitido pelo exportador que corresponde a uma cotação internacional. Deverá conter as particularidades e as condições que o exportador está disposto a efetuar sua venda, o código NCM para que o país importador seja capaz de identificar a mercadoria e enquadrá-la na condição fiscal.

### 9.2. Commercial Invoice/Fatura Comercial

É o documento básico de uma transação comercial e possui reconhecimento internacional. Ainda, é o equivalente à Nota Fiscal no mercado interno. Emitida pelo exportador, geralmente após o embarque da mercadoria. Deve conter todos os dados da operação conforme exigido na legislação. Na exportação, deve ser emitida em idioma inglês ou idioma do país importador.

### 9.3. Packing List

Também conhecido como Romaneio de Embarque, é o documento utilizado para facilitar a identificação das mercadorias em determinado volume. É o documento necessário no desembaraço da mercadoria para exportação como também no desembaraço para importação.

### 9.4. Certificado de Origem

É um atestado comprobatório da origem da mercadoria no país exportador. Tem como finalidade atender à exigência de acordos comerciais (ACE – Acordo de Cooperação Econômica) firmados entre o país do exportador e do importador. Normalmente estes acordos geram benefícios fiscais ao importador, tornando assim o produto exportado mais competitivo, se comparado a produtos similares oriundos de países não signatários.

A Fiemt emite pelo Centro Internacional de Negócios o Certificado de Origem por meio do **Sistema COD: Certificação de Origem Digital**, facilitando o preenchimento e o acesso, possibilitando uma maior agilidade do processo. Os certificados de origem emitidos pelo sistema são:



Acesse o passo a passo para a emissão de certificado de origem 

Emita seu certificado de origem 

### 9.4.1. Certificado de Origem Preferencial

Documento que atesta a origem e garante a redução ou isenção de imposto de importação nas mercadorias comercializadas.

### 9.4.2. Certificado de Origem Não Preferencial

Documento aduaneiro que atesta a origem (país de fabricação) da mercadoria. Não está vinculado aos acordos comerciais.

### 9.4.3. Certificado e Declaração de Livre Venda

São os documentos que tem como objetivo comprovar que o produto a ser exportado atende às exigências para serem comercializados no Brasil, além de facilitarem o registro da mercadoria no país de destino. Atestam que os bens exportados são devidamente registrados pelos órgãos anuentes brasileiros.

## 9.5. Certificado de Seguro de Transporte

É um documento emitido pela seguradora contratada para cobrir a operação, conforme o *Incoterm* negociado.

## 9.6. Draft

É emitido pelo exportador contra o importador, semelhante à duplicata, emitida no mercado interno. Corresponde a um título de crédito da operação para recebimento do valor da venda.

## 9.7. Outros Documentos

Há outros documentos que podem ser emitidos pelo exportador, quando solicitado pelo importador, sendo estes:

### 9.7.1. Certificado de Inspeção

Pode ser feito pela própria empresa exportadora, porém, comumente é realizada por empresa especializada.

### 9.7.2. Certificado Fitossanitário

Emitido por entidade especializada, governamental ou não, para certos produtos que necessitem de atestado de salubridade, ou seja, ausência de moléstias, pragas etc.

### 9.7.3. Certificado de Análise

Emitido por entidade especializada, ou pelo próprio exportador, apresentando a análise do produto exportado.

### 9.7.4. Certificado de Qualidade

Emitido por entidade especializada, ou pelo próprio exportador, certificando a qualidade do produto.

## 9.8. Conhecimento de Embarque

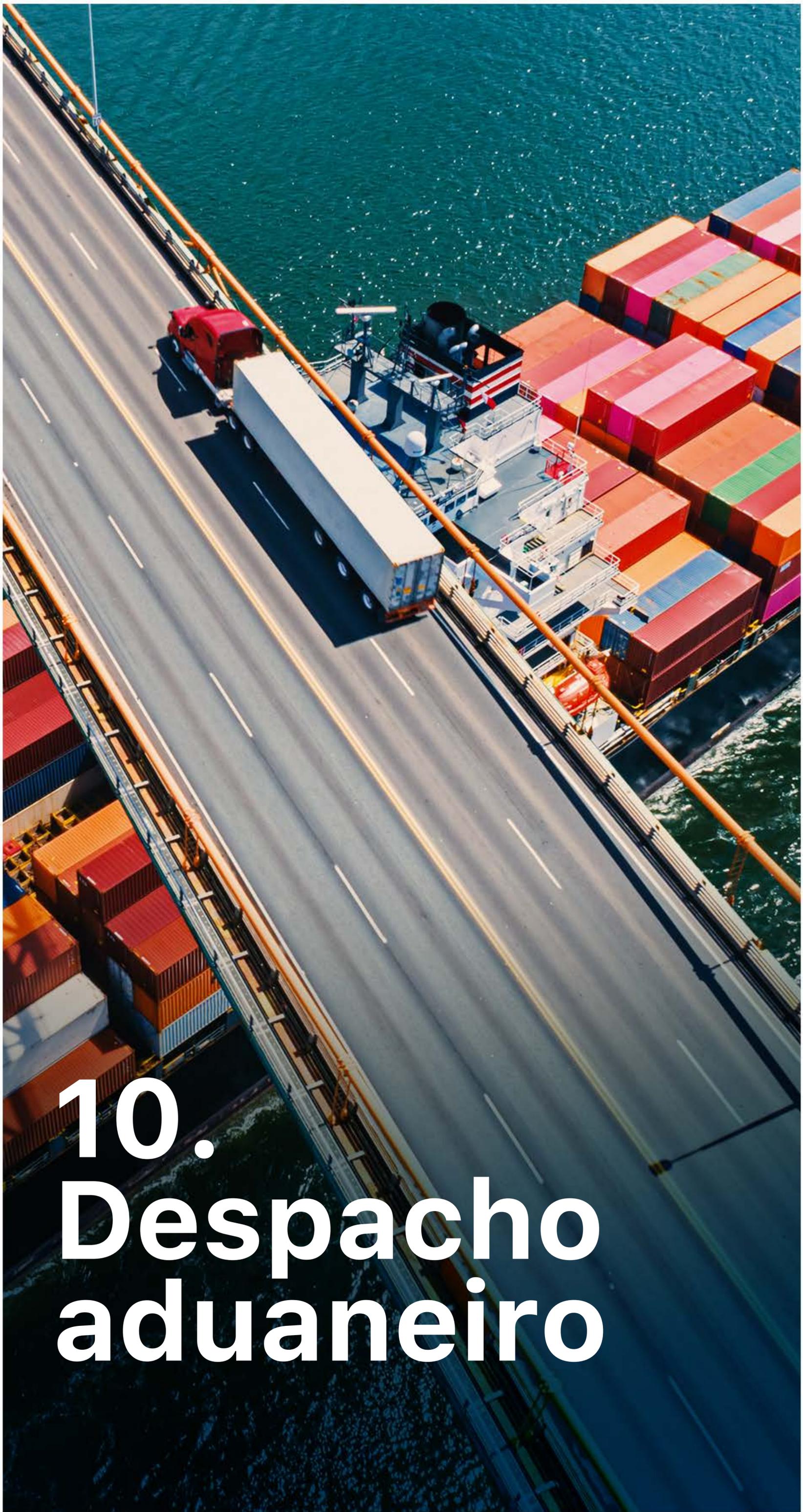
É o contrato de transporte internacional, emitido pela companhia transportadora. A via original e o documento que o importador necessitará para efetuar o desembaraço da mercadoria no destino e pagar a importação. É o documento que comprova o embarque e a entrega da mercadoria.

## 9.9. Guarda dos Documentos de Exportação

Em todas as operações de exportação, muitos documentos serão gerados e, de acordo com instrução da Receita Federal do Brasil (RFB), deverão ser arquivados com critérios de ordem e organização, pois poderão, posteriormente, ser solicitados pelos órgãos governamentais e deverão prontamente ser apresentados.

Sugere-se o arquivamento dos documentos de instrução de despacho, são eles: Danfe (Documento Auxiliar de Nota Fiscal Eletrônica), Comprovante de Exportação, Declaração de Exportação, Registro de Exportação, Fatura Comercial, *Packing List*, Conhecimento de Transporte e Certificado de Origem (se houver).





# 10. Despacho aduaneiro

É o procedimento no qual o Auditor Fiscal do Tesouro Nacional (AFTN) da Receita Federal procederá à conferência dos documentos de forma a qualificar o exportador/importador, certificará a mercadoria, irá conferir a correta classificação e proceder à liberação da carga para embarque ou a nacionalização e internação da mercadoria no país, através do Desembaraço Aduaneiro.

O Despacho Aduaneiro de exportação poderá ser processado com base em Declaração Única de Exportação (DU-E), formulada por meio do Portal Único de Comércio Exterior, no Sistema Integrado de Comércio Exterior (Portal Siscomex).

Após a entrega da carga no local de despacho, a DU-E será submetida à análise de risco aduaneiro e ocorre a seleção parametrizada que estabelece níveis diferenciados de conferência aduaneira para a DU-E.



## Canais de Conferência:

**Canal Verde:** o sistema procederá ao desembaraço automático da declaração, não sendo obrigatória a conferência aduaneira.

**Canal Laranja (ou amarelo):** procedimento obrigatório – exame documental.

**Canal Vermelho:** procedimento obrigatório de exame documental e verificação física da mercadoria, efetuados pela fiscalização aduaneira.



## Links úteis

Confederação Nacional da Indústria - CNI

Federação das Indústrias no Estado de Mato Grosso - Fiemt

Centro Internacional de Negócios - CIN

Portal Único Siscomex

Manual de Habilitação no Siscomex

NCM - Nomenclatura Comum do Mercosul

Sistema Harmonizado



## Contatos



(65) 3611-1500



cin@fiemt.ind.br



www.fiemt.ind.br



/sistemafiemt



sfiemt



@sistemafiemt

### SISTEMA FIEMT

**Silvio Cezar Pereira Rangel**  
Presidente do Sistema Fiemt

**Fernanda Campos**  
Superintendente da Fiemt e do IEL MT

**Carlos Braguini**  
Diretor Regional do Senai MT

**Alexandre Serafim**  
Superintendente do Sesi MT



# Guia Comex

**Jornada da Exportação**

**Sistema Federação das Indústrias no Estado de Mato Grosso**

*Av. Historiador Rubens de Mendonça, 4.193  
Centro Político Administrativo - CEP 78.049-940  
Cuiabá - Mato Grosso*

**FIEMT**

**SESI**

**SENAI**

**TEL**



**CIN**

Centro Internacional de Negócios  
de Mato Grosso