

Como aproveitar a alta do dólar e faturar com vendas cross-border?

Os efeitos da pandemia sobre o comércio eletrônico foram sentidos em todo o mundo e popularizaram ainda mais o movimento de compra e venda em sites internacionais

Maringá – PR, maio de 2021 – Se antes da pandemia as compras em sites internacionais já estavam em alta no mundo inteiro, o isolamento social acelerou ainda mais essa tendência global. De acordo com a pesquisa “Seizing the Cross-Border Opportunity” realizada pela Forrester, 82% dos consumidores de todo o mundo já compraram em sites de outros países.

E nesse cenário de fortalecimento de compras internacionais a América-Latina é uma das líderes, com 83% da população relatando já ter feito compras internacionais. Por outro lado, a China está disparada na liderança entre os países que mais vendem. Em 2019 as vendas chinesas para outros países contabilizaram US\$ 1,8 trilhão, mais do que todo o mercado americano e europeu somados.

A estimativa é que com o impacto da pandemia, a China já tenha ultrapassado a marca de US\$ 2,5 trilhões de vendas online. Ainda que para o consumidor brasileiro o dólar acima de R\$ 5,00 e a política de taxaço de compras internacionais torne praticamente proibitiva a compra de alguns países, para quem é varejista ou indústria essa é uma excelente oportunidade de abrir novos horizontes.

De acordo com André Gonçalves Pereira, Business Manager do ANYMARKET, uma [plataforma de vendas em marketplaces](#) que promove operações simples, ágeis e centralizadas, criada e desenvolvida pelo [Grupo DB1](#) para atender ao universo e-commerce, “com a desvalorização do real, é possível vender o mesmo produto comercializado no mercado interno por um preço muito mais alto do que no Brasil e o consumidor de lá vai pagar e, em alguns casos, ainda achar barato. Os mercados que mais compram online de outros países são o norte-americano, seguido pela Europa e pela China, que compra muitos desses produtos do Brasil, incluindo produtos de luxo”.

Quais produtos exportar e como começar

O mercado de moda, calçados e acessórios é uma das principais categorias de produtos comprados via cross-border. O mercado brasileiro de calçados possui uma indústria muito forte em exportação, e o nosso mercado de moda também se destaca com marcas que construíram renome no mundo, como a Farm e a Reserva. Outros segmentos com ótimo potencial para operação cross-border incluem brinquedos, produtos de hobbies, joias, relógios, cosméticos, beleza e arte, entre outros.

Para quem deseja iniciar uma operação cross-border, é preciso considerar as questões tributárias, de taxas, logística, logística reversa, tropicalização de produtos e quais marketplaces escolher.

Questões tributárias

O Brasil é feito para exportadores. É um país que incentiva muito a exportação. Se você tem um e-commerce, uma empresa MEI, uma limitada... você não precisa fazer nada no seu CNPJ para começar sua operação cross-border.

Simplesmente, na hora de vender para fora, você preencherá na sua nota fiscal o grupo 7000 no campo “natureza da operação”. Isso indica que a venda é destinada para o exterior, já existe isso na Receita Federal hoje.

As vendas nesse grupo 7000 têm como benefício para o exportador a isenção para os impostos ICMS (imposto de circulação de mercadoria e serviço – um imposto estadual) e IPI (imposto de produto industrializado). Esses dois impostos juntos, no estado de SP, podem chegar a 18%. Imagine economizar essa margem!

Sobre taxas de importação

A Amazon opera sob o modelo DDP – Delivered Duty Paid (pré-pago): Quando as tarifas aduaneiras e os impostos são pagos de forma antecipada. O pedido chega até o cliente final sem atrito.

Já o Alibaba opera com o modelo DDU – Delivered Duty Unpaid (pós-pago): Quando as tarifas aduaneiras e os impostos são pagos após o produto chegar no país de destino. Nesse caso, o consumidor tem que pagar para retirar o produto.

O primeiro modelo, o DDP, é mais pensado ao consumidor. O modelo DDU é mais simples, mais barato e rápido de implementar.

Para aderir aos modelos de taxa de importação, já existem start-ups aqui no Brasil que podem te ajudar. Uma delas é a Ship Smart, que calcula os impostos e taxas de envios da sua mercadoria. É uma ferramenta brasileira, ótima para quem quer uma operação focada no cliente.

Considerando a tributação, em qual país começar?

Os Estados Unidos são uma excelente opção por 2 motivos:

1. É um mercado que está há apenas 8 ou 10 horas de distância aérea
2. É um país muito consumista e com limite de importação sem custo alfandegário de U\$ 800,00. Ou seja, se você fizer uma venda de até R\$ 4000,00 para os EUA, não terá taxa alguma.

Quais os principais países para cross-border

- Estados Unidos – maior mercado de e-commerce do mundo ocidental
- Japão – mercado de e-commerce que mais cresce no mundo
- Reino Unido – um dos maiores mercados da Europa, com crescimento de 17% ao ano
- Alemanha – maior mercado de e-commerce da Europa, cresce 12% ao ano. Sua principal categoria é moda.
- França – mercado superior a U\$ 50 BI
- Itália – um dos países mais promissores em termos de crescimento devido a baixa penetração da internet
- Canadá – um dos principais destinos de compras cross-border no mundo
- México – mercado emergente com rápido crescimento
- Coreia do Sul – economia estável que resulta em um GMV superior a U\$ 50 BI em gastos online
- Espanha – gasto médio per capita online é de U\$ 724,00. A principal categoria é moda.

Sobre logística cross-border

Quando falamos de logística cross-border, falamos de 4 grandes players que concentram praticamente todos os fretes: FedEx, UPS, Correios (modalidade Exporta Fácil) e DHL.

No modelo cross-border, falamos de exportação direta ou ativa (prioritariamente aérea). Trata-se de uma modalidade de entrega door-to-door, sem incidência de ICSM e IPI, com NFE para saída e Invoice para entrada. O Invoice é um formulário oficial para validar campos oficiais que todo país precisa para receber o produto.

Curiosidades sobre frete e logística reversa no Brasil

O custo médio de frete via DHL Brasil + EUA é de U\$ 14,50 e o prazo médio de entrega é de 48h a 72h, muito positivo.

Quando um produto volta ao Brasil, ele é taxado como uma importação normal segundo as regras da Receita Federal. O cálculo é: Valor total [(Produto + pedido) x 60%] x ICMS (+ 17%) ou (US\$ 100 x 60%) x 17% = US\$ 187,20.

Ou seja: não vale a pena trazer o produto de volta para o Brasil.

A solução é trabalhar com operadores logísticos focados em fulfillment que não

cobram mínimo mensal nem set-up. Você pode armazenar seus produtos de logística reversa nos centros de distribuição localizados em países da Ásia, Europa, e até mesmo nos Estados Unidos. Você só paga um percentual quando vender novamente o produto e o operador logístico realizar o despacho. Duas empresas para se ter em mente são a Encore e a Zigzag, que fazem esse serviço de logística reversa internacional.

Sobre tropicalização dos produtos

Quando você vai vender para qualquer outro país que não tenha o português como idioma nativo, você precisa tropicalizar o seu produto. Isso é diferente de traduzir o conteúdo!

Por exemplo: digamos que você pretende vender um top de yoga, já que o mercado de esportes e fitness está em alta nos EUA. Se você traduzir “top” ao pé-da-letra, se chamaria “top” mesmo. Porém, nos EUA, essa peça de roupa é chamada de sports bra.

É importante fazer essa pesquisa prévia para entender a nomenclatura correta. Outros pontos para considerar no cadastro são:

Custo médio do produto + frete, utilização em diferentes épocas do ano, compatibilidade com o clima local, concorrência local, perecibilidade (o produto vai resistir à viagem?), numeração (camisas, calçados e etc – uma variável muito discrepante entre Brasil, EUA e Europa).

Quais marketplaces escolher?

Os principais marketplaces estão listados abaixo e divididos por região/país e classificados pelo número de visitantes por mês, de acordo com lista divulgada pelo site webretailer.

1. [Amazon](#) – Global - 5.7B
2. [PayPay Mall](#) – Japão - 2.1B
3. [eBay](#) – Global - 1.6B
4. [Mercado Libre](#) - América do Sul - 661.7M
5. [AliExpress](#) - Global - 639.1M
6. [Rakuten](#) – Global - 621.5M
7. [Taobao](#) – China - 545.2M
8. [Walmart.com](#) – USA - 469.0M
9. [JD.com](#) – Global - 318.2M
10. [Etsy](#) – Global - 266.3M

Como iniciar uma operação cross-border?

Fase 1 – Operação própria

- Coloque 100% do seu mix de produtos (pulmão)
- Expedição LATAM + USA + EUROPA + ASIA
- Exportação Direta para consumidor final
- Faça uso exclusivo de logística aérea

Fase 2 – Operação Full Commerce

- Tenha um hub de expedição USA + Europa
- Faça uso de um intermediário
- Foque na Curva A/B (estoque avançado)
- Use o porto de Miami (fala português)
- Aposte nos EUA para menor barreira cultural
- Tenha um fulfillment eficiente

Fase 3 – Operação Full Commerce na Europa

- Tenha um hub de entrada para a Europa
- Faça uso de um intermediário
- Mantenha o foco na Curva A/B
- Aposte em Portugal para um menor custo de fulfillment da Europa, menor barreira cultural e melhores prazos e taxas de logística.

Para Felipe Dellacqua, sócio e VP de vendas da VTEX, que palestrou sobre o tema no ANY AWARDS 2020, “esse é o momento de aproveitar o boom do comércio eletrônico iniciado pela covid, que apesar de tudo, trouxe um avanço de até 4 anos nas vendas para o e-commerce. Com a desvalorização do real, o Brasil é muito competitivo para exportação. Monte sua estratégia e leve o Brasil para o mundo!”

Sobre o ANYMARKET:

O ANYMARKET é uma [plataforma de vendas em marketplaces](#), criada e desenvolvida pelo [DB1 Group](#) para atender ao universo de e-commerce. Possui mais de 1.500 clientes ativos entre eles Electrolux, Netshoes, Levi's, Saraiva, Technos, Lacoste, Pneustore, Marabraz, Angeloni, Acer entre outras. Considerado [o hub dos grandes players](#), a plataforma atende empresas com venda on-line que precisam de uma operação simples, ágil e centralizada para atuar em marketplaces. O ANYMARKET apresenta números expressivos com o processamento de mais de 13 milhões de pedidos nos últimos 12 meses. O ANYMARKET é uma solução que conecta empresas a mais de 50 marketplaces como Amazon, Mercado Livre, Netshoes, Dafiti, Via Varejo, B2W, Magazine Luiza, Carrefour, entre outros. A plataforma possui um diferencial em relação ao mercado, com integração com marketplaces como Fastshop, Kabum, GPA e Mobly.

Mais informações: <https://anymarket.com.br/>

Atendimento à imprensa:

Neris Comunicação

Alessandra Neris (11) 99104-4938 – alessandra@neris-comunicacao.com.br

Daniel Neris (13) 98881-9596 – daniel@neris-comunicacao.com.br