

UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE NEGOCIOS
NEGOCIACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES

EXPORTACIÓN DE ALFALFA PELETIZADA PARA ARGENTINA

Autores:

ANDRADE, Ricardo Trindade
atricardo@yahoo.com.br
BOFF, Odair José
oda88@hotmail.com
HAAS, Fernando
lindohaas@hotmail.com
KRELING, Kerli
kerlikreling@yahoo.com.br
POTTER, Gerson Augusto
gersonaugustopotter@hotmail.com

Docente: Dr. Cristina I. Zapata

Posadas, Mnes, Argentina

2007

INDICE GENERAL

1	INTRODUCCIÓN.....	1
2	LA EMPRESA EXPORTADORA.....	2
3	EL MERCADO DE EXPORTACIÓN.....	4
3.1	Características del País Importador - Argentina.....	5
4	EL PRODUCTO EXPORTADO – ALFALFA PELETIZADA.....	12
4.1	Materia-Prima.....	12
4.1.1	Tenor nutritivo.....	14
4.2	Producción Mundial.....	15
4.3	Producción en Brasil.....	15
4.4	Alfalfa Peletizada.....	17
4.4.1	Peletización en la Alimentación Animal.....	18
4.4.2	Maquinas necesarias para fabricación.....	18
4.4.3	Proceso para Fabricación.....	19
4.4.4	Ventajas competitivas.....	19
4.4.5	Destinación del producto producido.....	21
5	ANÁLISIS ESTRATÉGICO "HACIA AFUERA" Y "HACIA ADENTRO".....	22
5.1	Oportunidades Y Amenazas.....	22
5.1.1	Oportunidades.....	22
5.1.2	Amenazas.....	23
5.2	Fortalezas Y Debilidades.....	23
5.2.1	Fortalezas.....	23
5.2.2	Debilidades.....	24
5.3	LA MATRIZ FODA.....	25
6	MIX DE MARKETING PARA MERCADOS INTERNACIONALES.....	26
6.1	Mercosur.....	26
6.2	Marketing Internacional para las Empresas.....	27
6.3	4.4 Pesquisa de Mercado.....	27
6.4	Atingiendo el Mercado Externo.....	28
6.5	La Selección del Mercado.....	28

6.6	Promoción del producto.....	29
6.7	Formas de Penetración no Mercado Externo.....	30
6.7.1	Tipos de Exportación.....	30
6.8	Costos.....	31
6.9	Precio.....	31
6.10	DFI.....	32
6.11	Naturaleza y Importancia de la Distribución Física y de la Logística de Marketing.....	32
7	DESARROLLO LOGÍSTICO DE LA DFI.....	36
7.1	Provisión de materia-prima.....	36
7.2	Producción.....	36
7.3	Aduana.....	36
7.4	Embalajes.....	37
7.5	Juego de Documentos.....	38
7.6	Procesos de Producción.....	40
8	INFORMACIÓN ECONÓMICO - FINANCIERA.....	41
9	CONCLUSIONES.....	42
10	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	44
11	ANEXOS DOCUMENTALES.....	45
	Anexo 1 – Factura Pro Forma – Pro Forma Invoice.....	46
	Anexo 2 – Factura Comercial – Comercial Invoice.....	48
	Anexo 3 – Conocimiento De Embarque.....	50
	Anexo 4 – Certificado De Origen.....	55
	Anexo 5 – Lista De Empaque.....	57
	Anexo 6 – Nota Fiscal – Transporte Interno.....	58
	Anexo 7 – Nota Fiscal – Embarque para o Exterior.....	59
	Anexo 8 – Registro De Exportación.....	60
	Anexo 9 – Carta de Crédito Comercial.....	61
	Anexo 10 – Borderô e Carta de Entrega.....	62
	Anexo 11 – Certificado ou Apólice de Seguro.....	63
	Anexo 12 – Contrato de Cambio.....	64

1 INTRODUCCIÓN

En este trabajo se busca presentar el potencial exportador de la alfalfa peletizada, un producto mejorado de la alfalfa, utilizado en la alimentación del ganado vacuno y de caballos. Este producto es producido en el interior de la provincia del Rio Grande del Sur, Brasil, en la municipalidad de Roque Gonzáles, cerca de la divisa de Brasil y Argentina.

Este trabajo tiene como objetivo general montar los planes estratégico y operativo de la viabilidad de exportación de un producto diferenciado con valor agregado, la alfalfa peletizada. De esta forma, tiene como objetivos específicos: caracterizar la industria y su posición en el mercado; desarrollar un plan estratégico y operativo; realizar análisis de prefactibilidad de exportación; identificar el producto en el mercado internacional; verificar la viabilidad económica y financiera; y, desarrollar la logística del DFI.

Primeramente se hace una descripción de la historia de la empresa exportadora. En la secuencia apuntamos los principales objetivos de la empresa a respecto del mercado exterior y los aspectos utilizados en la definición del mercado consumidor del producto en el exterior.

2 LA EMPRESA EXPORTADORA

Machado Industria y Comercio LTDA es una empresa que se destaca por ser pionera en el segmento en el que actúa. Los propietarios Sr. Geime Luiz dos Santos Machado y Sr. Edison Machado poseen actividades diferenciadas, un comerciante y otro médico, pero se juntaron para crear la primera empresa de peletización de alfalfa del sur de Brasil. La empresa inició las operaciones en el año de 2000 y optó por la instalación en la Región Sur del país más precisamente en la ciudad de Roque González (región de las Misiones), por ser más cerca del mercado abastecedor de materia - prima utilizada en la producción (alfalfa).

Actualmente la producción de la empresa es de 100 toneladas de alfalfa peletizada por mes, la cual es vendida en el mercado nacional principalmente en la región sur y sudeste del país. La empresa es bien sucedida debido al producto diferenciado y de óptima calidad nutritiva.

Pensando en atender y suplir el mercado internacional la empresa viene se adaptando a este exigente mercado. Para eso, está organizando una estructura para exportar e invirtiendo fuertemente en pesquisas para mejorar aún más la calidad de su producto, con eso se creó un departamento dentro de la empresa – Departamento de Exportaciones - que estudia las necesidades del mercado exterior para su producto, dónde se conoce el consumidor y se puede trabajar para ofrecer un producto de mejor calidad y de acuerdo con las especificaciones internacionales para el sector. Cuando la empresa decidió trabajar para atender al mercado exterior definió como objetivos de exportación:

- Atender la demanda del mercado consumidor;
- Reducir la ociosidad de la industria;
- Aumentar la rentabilidad del negocio;
- Diversificación de mercados consumidores;

3 EL MERCADO DE EXPORTACIÓN

Por se un producto que presenta muchas calificaciones y ventajas, la alfalfa peletizada es usada por muchas cabañas especializadas en la creación de ganado vacuno, por ser un alimento muy rico en nutrientes y presentar una buena reducción de costes.

De esta forma, por estar la empresa ubicada muy cerca de la frontera de Brasil con Argentina, principalmente las provincias de Misiones y Corrientes, dos grandes productores de ganado y que presentan una gran cantidad de cabañas especializadas en la producción de ganado, se eligió estas como el mercado objetivo de las exportaciones de la empresa.

La Argentina es un de los grandes productores de alfalfa peletizada al nivel mundial, pero todavía hay oportunidades de negocios, una vez que la región seleccionada se queda lejos de la región productora de este producto. También por no presentar barreras legales a la importación de este tipo de producto.

Los dirigentes de la empresa visitarán las principales cabañas productoras de ganado de estas provincias y a las asociaciones de productores de ganado vacuno para presentar el producto – Alfalfa Peletizada, y así promover una mayor divulgación de las ventajas y calidades del producto.

En un primer momento se estima que el volumen de exportaciones para la Argentina puede alcanzar las 30 toneladas de alfalfa peletizada por mes, con un incremento en los años futuros, debido a los planes de la

empresa aumentar sus exportaciones y producción del producto. La principal ventaja presentada por la empresa a los productores de ganado de las provincias de Misiones y Corrientes se da en función de la proximidad del la empresa al mercado consumidor, lo que representa una reducción de costes de adquisición, mismo se considerando ser un producto importado.

En el futuro se espera conquistar mercados en Asia, principalmente China, una vez que este país es un gran consumidor de alfalfa, pero, todavía se necesita conocer mejor el mercado y establecer contacto con importadores de aquel país.

3.1 Características del País Importador - Argentina

En febrero de 1516, el navegante español Juan Díaz de Solís, que a la sazón buscaba un paso por el suroeste hacia las Indias Orientales, introdujo su nave en el gran estuario del actual Río de la Plata, y reclamó la región circundante en nombre de España. Sebastiano Caboto, un navegante italiano al servicio de España, visitó el estuario en 1526. En busca de comida y suministros, Caboto y sus hombres remontaron el río que posteriormente se llamó Paraná, hasta llegar a un lugar cercano al actual Rosario; allí construyeron un fuerte y siguieron remontando el río hasta la región hoy ocupada por Paraguay. Caboto, que no abandonó la región durante casi cuatro años, obtuvo de los nativos varias cantidades de plata, un nombre que pronto se aplicó a la cuenca de estos ríos y a la mayor parte de las regiones circundantes.

República federal situada en Cono Sur de Sudamérica, limita al norte con Bolivia, Paraguay y Brasil; al este con Brasil, Uruguay y el océano Atlántico, al sur con Chile y el océano Atlántico, y al oeste con Chile. El país ocupa la mayor parte de la porción meridional del continente sudamericano y tiene una forma aproximadamente triangular, con la base en el norte y el vértice en cabo Vírgenes, el punto suroriental más extremo del continente sudamericano. De norte a sur, Argentina tiene una longitud aproximada de 3.300 kilómetros, con una anchura máxima de unos 1.385 kilómetros. El país engloba parte del territorio de Tierra del Fuego, que comprende la mitad oriental de la Isla Grande de Tierra del Fuego y una serie de islas adyacentes situadas al este, entre ellas la isla de los Estados. Argentina tiene una superficie de 2.766.889 km², contando las islas Malvinas, otras islas dispersas por el Atlántico sur y una parte de la Antártica. La costa Argentina tiene unos 2.664 kilómetros de longitud. La capital y mayor ciudad es Buenos Aires (la capital federal).

Hoy la República Argentina esta distribuida en 23 provincias y el distrito federal (ciudad de Buenos Aires), la población estimada de República Argentina es estimada en 37.000.000 de personas de acuerdo con el Censo de 2001¹.

El castellano es el idioma oficial y lo habla la mayoría de los argentinos. En algunos lugares siguen en uso varias lenguas indígenas.

La vegetación natural de Argentina varía enormemente en función de los diferentes climas y regiones topográficas del país. En la cálida y húmeda

¹ Datos de acuerdo con las informaciones del sitio en Internet.
Disponibile en: <http://www.indec.mecon.gov.ar/webcenso/que_es/sintesis.asp> Acceso en: 01 septiembre de 2007.

región del noreste abunda la vegetación tropical, con árboles como la palmera, el palo de rosa, el palo santo, el jacarandá, el quebracho colorado (fuente del tanino) y el ceibo. En la Pampa, las hierbas son la principal variedad de flora autóctona; en esta región y en la mayor parte de Patagona prácticamente no existen árboles, a excepción de variedades importadas resistentes a la sequía, como el eucalipto, el sicómoro, el álamo y la acacia. En los Andes Patagónicos existen densos bosques de Nothofagus (coihues, lengas, ñires), coníferas (alerces, araucarias y cipreses) y otros árboles como los arrayanes, maitenes y radales. Por el contrario, en las estribaciones andinas de Patagona y en algunas zonas de Tierra del Fuego existen densos bosques de coníferas, en especial de abetos, cipreses, pinos, cedros y arrayanes. Los cactus y otras plantas espinosas predominan en las áridas regiones andinas del noroeste argentino.

En el norte, la fauna es de lo más diversa y abundante; entre los mamíferos de estas zonas pueden destacarse el mono (varias especies), el jaguar, el puma, el ocelote, el oso hormiguero, el tapir, el pecarí y el zorrino. Entre las aves autóctonas se cuentan el flamenco y varias especies de colibrí y loros. De la Pampa son originarios el armadillo, el zorro, la marta, el gato montés, la liebre, el ciervo, el ñandú o avestruz americano, el águila, el halcón, la garza, el chorlito y la perdiz. Las frías regiones andinas son el hábitat de la llama, el guanaco, la vicuña, la alpaca y el cóndor. Los peces abundan en las costas, lagos y cursos fluviales.

La economía Argentina se basa tradicionalmente en la producción agrícola y ganadera, aunque los sectores industrial, minero, pesquero y de

servicios han registrado un marcado crecimiento en las últimas décadas. Argentina es una de las principales naciones productoras de carne, cereales y aceite del mundo. En la actividad fabril, las principales empresas son las productoras de alimentos y bebidas, metalúrgicas, automotrices, refino de petróleo, textiles y cemento. El producto nacional bruto (PNB) de Argentina, para 2006, fue de 212.000 millones de dólares, con una renta per cápita de aproximadamente 5.400 dólares².

El comercio internacional es muy fuerte en Argentina, dónde las exportaciones representan 40.000 millones de dólares en 2005, con destino principalmente para el MERCOSUR, donde las exportaciones para Brasil representan el 15% de las exportaciones totales. Las importaciones en 2005 fueron de 28.900 millones de dólares, dónde Brasil es responsable por 35% de estas, lo que muestra la gran participación de Brasil en el comercio internacional de Argentina, así como la importancia de Argentina en el comercio internacional de Brasil.

La producción ganadera es un sector importantísimo en la economía Argentina, así como la refrigeración y procesamiento de carne y subproductos. La producción anual supera los 3,5 millones de t. El país tiene un rebaño de aproximadamente 50 millones de cabezas de ganado vacuno, de acuerdo con el CNA de 2002, tabla 20 del Indec.

² De acuerdo con los datos disponibles en:
<<http://www.mibasquerido.com.ar/Argentina5.htm>> Acceso en: 01 septiembre de 2007.

LA ARGENTINA – MAPA DE LAS PROVINCIAS



Provincia de Misiones



Provincia de Corrientes



4 EL PRODUCTO EXPORTADO – ALFALFA PELETIZADA

4.1 Materia-Prima

La alfalfa (*Medicago sativa*) es una leguminosa perenne (renovada constantemente por la naturaleza), perteneciente a la familia Fabaceae y subfamilia [*Faboideae*](#). Originalmente encontrada en la Asia Menor y en lo Cáucaso. Presentando una grande variedad de ecotipos (sub tipos adaptados al clima de la región). En Portugal es también llamada de Luzerna.



Clasificación científica

Reino: Plantae
División: Magnoliophyta
Clase: Magnoliopsida
Orden: Fabales
Familia: Fabaceae
Subfamilia: Faboideae
Género: *Medicago*
Espécie: ***M. sativa***

Nombre binomial

Medicago sativa L.

Fue la primera especie forrajera a ser domesticada, debido a que su buena adaptabilidad a los más diferentes tipos de clima y solo hizo con que si volviese conocida y cultivada en casi todas las regiones agrícolas del mundo y es considerada la "reina de las forrajeras" por los norteamericanos, debido a su elevado valor nutritivo y por producir forraje tierno y de buen paladar (los animales la absorben con cierta facilidad) a los animales. Teniendo cerca de dos a cuatro veces más proteína bruta del que el trébol blanco (*Trifolium repens*) y a silagem de maíz (*Zea mays*), allende ser más económica.

Mientras, como cualquiera forrajera, son encontrados algunos problemas con la alfalfa en la nutrición animal. Un hecho relacionado a la alimentación animal con alfalfa es el menor uso de la forrajera en pasto, en virtud de riesgos de timpanismo provocado por la presencia de saponinas, que son sustancias antinutricionales para los rumiantes. Todavía, los tenores de esas sustancias en 28 cultivar adaptadas a nuestras condiciones (Criolla, Florida-77, P30, Moapa, CUF-101, BR2, etc.), variaron de 1,78 a 0,78%, que, aliados a la baja solubilidad de la proteína bruta, no constituyen factores limitantes al uso de la alfalfa en pasto.

Por su vez, diversos trabajos con alfalfa, acarreados por instituciones de pesquisa en la región Sudeste, mostraron que esa planta puede producir hasta 20 toneladas (t) de materia seca/ha/año, con media de tenor de proteína del 25%, que posibilita media de producción de 54 kg de leche/ha/día, cuando utilizada exclusivamente en pasto directo, sin adición de concentrados. Aunque esas informaciones evidencien el alto potencial

forrajero de la alfalfa en Brasil, el éxito de esa cultura depende de otros factores, que van desde la elección de la cultivar más adaptada a la región hasta la adopción de prácticas agrícolas que permitan su establecimiento y su persistencia, aumenten la producción y mejoren la calidad del forraje.

4.1.1 Tenor nutritivo

Por ser muy nutritiva y presentar importantes calidades como forrajera, posee en su composición básica los siguientes valores por producto; (valores básicos en porcentual relativo)

- [proteína bruta](#) = 22 a 25%
- [calcio](#) = 1,6%
- [fósforo](#) = 0,26%
- [NDT](#) = 60%

Esos niveles son mucho superiores a los de otras fuentes de alimentos habitualmente utilizados en la pecuaria. Además de esta se usa el maíz (*Zea mays*), la (*Saccharum sp.*) el (*Pennisetum purpureum*).

Su alta degradación proteínica aumenta la producción de la ganadería lechera, o sea de fácil digestión para los animales es usado en gran escala mundialmente como forraje animal y alimento.

4.2 Producción Mundial

Es producida en todo el planeta, cubriendo un área estimada de 32 millones de hectáreas (ha) de área plantada, en los locales de clima tropical, así distribuida:

Hemisferio Norte:

- Estados Unidos con 10.500.000 ha es el mayor productor mundial.
- Rusia - Con 3.300.000 ha, incluyendo los países de la ex Unión Soviética.
- Canadá con 2.500.000 ha.
- Italia con 1.300.000 ha.

Hemisferio Sur:

- Argentina- Com 7.500.000 ha - Maior produtor do Hemisfério Sul e o segundo do mundo.
- África do Sul - Com 300.000 ha.
- Peru - com 120.000 ha.

Normalmente, la alfalfa es vendida por kilo, pero es posible encontrarla en sacos de cuarenta o cincuenta kilogramos.

4.3 Producción en Brasil

Fue introducida en el Rio Grande del Sur, a partir del Uruguay y de la Argentina, cubriendo una área de 26.000 ha en la Argentina.

Su bajo plantío en el Brasil ocurre en grande parte por la falta de conocimiento y exigencias peculiares, por los productores.

A pesar de ser una de las forrajeras más difundidas en países de clima sazonado, recientemente la alfalfa empezó a ser cultivada con éxito en ambientes tropicales.



Ilustración del libro *Flora von Deutschland, Österreich und der Schweiz* (1885) de Otto Wilhelm Thomé

En Brasil, hasta 1968, el Estado del Rio Grande del Sur contestaba por más del 70% del área cultivada con alfalfa. Más hecho las condiciones climáticas local ser favorables al cultivo en la época.

Otras regiones como Sudeste y Centro-Oeste son grandes plantadores, podemos destacar Mato Grosso del Sur, en la región de Campo Grande, Tocantins y sur de Goiás, si llevamos en cuenta todavía que el país prefiere importar de lo que la plantar.

4.4 Alfalfa Peletizada

La peletización es un proceso mecánico, donde ocurre la aglomeración de pequeñas partículas a través del calor húmedo y de la presión de una prensa de pelete en grandes partículas. Básicamente es una combinación de condicionamiento y compactación de la masa verde.

La alfalfa es adquirida in natura directamente de los productores rurales de la región, en fardería de 35 a 40 kg, antepasadamente seca, con humedad de aproximadamente 18%. Al final del proceso de peletización, la humedad reduce para 13%. Cada 10 kg de alfalfa in natura resultan en 9,6 kg de alfalfa peletizada.

Las fotos abajo demuestra el producto final comercializado por la empresa:



4.4.1 Peletización en la Alimentación Animal

Dietas peletizadas mejoran la digestión de la materia orgánica, energía, cenizas y proteína. La peletización mejora la eficiencia alimentar debido a la combinación de la humedad, calor y presión, que rompen la estructura de las partículas de los alimentos, mejorando así la utilización de

los nutrientes. En los carbohidratos ocurre la disgregación de los gránulos de amilosa y amilopectina facilitando a acción enzimática, y en las proteínas ocurre una alteración en las estructuras terciarias facilitando la digestión de las mismas. A peletización reduce la segregación o la separación de los diferentes ingredientes, y garantiza un consumo equilibrado de la ración todo el tiempo. También, existe un menor desperdicio, debido al animal no poder despegar y consumir los ingredientes de mayor paladar. Todos esos factores se combinan para mejorar la eficiencia alimentar.

La mayoría de los autores concuerdan que la peletización reduz la carga bacteriana y microbiana de las raciones, evitando el deterioro de los nutrientes y transmisión de patógenos.

4.4.2 Maquinas necesarias para fabricación

- 01 Estera
- 01 Picador
- 01 Moledor
- 01 Elecóide
- 01 Elevador
- 01 Tulla
- 01 Peletizadora

4.4.3 Proceso para Fabricación

- Recogimiento de la alfalfa
- Colocación en la estera
- Picotagen de los fardos
- Moledura
- Elevador que conduce hasta la tulla

- Peletización
- Producto compactado
- Embalaje en bolsas de 35 Kg
- Rotulación del producto
- Producto pronto para la venta

4.4.4 Ventajas competitivas

O produto alfafa peletizada apresenta inúmeras vantagens quando comparadas com os tradicionais fardos presente no mercado, dentre as principais vantagens podemos destacar:

- Un gran aumento en la densidad lo que reduce el volumen ocupado por la misma cantidad del producto, consecuentemente una reducción en el costo de transporte;

- También en relación a la reducción de coste, se tiene una gran reducción con costes de estoches, en algunas propiedades el coste con espacio físico es bastante alto;

- La facilidad en el manejo con alfalfa peletizada es infinitamente mayor, lo que resulta en reducción de mano de obra en la propiedad consumidora;

- Aproximadamente para cada 10Kg de alfalfa en fardo dada al animal confinado 3Kg, o sea, el 30% son jugados fuera, con alfalfa peletizada el animal aprovecha la totalidad del alimento ofrecido;

- El fardo de alfalfa continua siendo un problema, pues ni todo el productor deshidrata correctamente el alimento, ocurriendo el apareamiento de hongos (partes blancas) y también en la propia perdida de materia prima

decorriente de la evaporación, factores estos que aumentan el coste de la adquisición de la alfalfa en fardos, ya con la alfalfa peletizada esto no se pasa, pues existe un control cuanto a la humedad final del producto;

- Antes del proceso de peletización, la alfalfa pasa por un proceso de molidura, donde todo el residuo y principalmente el polvo son eliminados a través de filtros manga;

De esta forma se tiene como principales ventajas competitivas:

- Producto altamente nutritivo
- Consumo equilibrado
- Mejor paladar
- Mejor digestión
- Fácil almacenamiento
- Período mayor de aprovechamiento
- Ecológico
- Mejor relación costo beneficio

El mercado de peletización esta en amplio crecimiento, debido al alto precio de las raciones, y la falta de alternativa en el mercado, con eso la peletización es la opción cierta para rentabilidad del negocio.

4.4.5 Destinación del producto producido

a) Mercado nacional: 70 toneladas/mes destinadas a región sur e sudeste de Brasil.

b) Mercado internacional (Argentina): 30 toneladas/mes destinadas al mercado Argentino, más precisamente las cabañas ubicadas en las provincias de Corrientes y Misiones, provincias estas que son gran

productoras de ganado bovino y se quedan muy cerca de la región productora de la alfalfa peletizada en Brasil.

5 ANÁLISIS ESTRATÉGICO "HACIA AFUERA" Y "HACIA ADENTRO"

El análisis FODA es una de las herramientas esenciales que fornece insumos, necesarios al proceso de planeamiento estratégico, proporcionado la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas y generación de nuevos y mejores proyectos.

El proceso de análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, análisis FODA, se consideran los factores económicos, políticos, sociales y culturales que representan las influencias de ámbito externo la industria de alfalfa peletizada ALF PELET. La previsión de esas oportunidades y amenazas posibilita la construcción de escenarios, que permite orientar el rumbo de la empresa.

Las fortalezas y debilidades dicen respecto al ambiente interno de la empresa dentro del proceso de planeamiento. La previsión de cuales son las fortalezas que la empresa cuenta y cuales son las debilidades que dificultarían la realización del cumplimiento de los objetivos estratégicos.

5.1 Oportunidades Y Amenazas

5.1.1 Oportunidades

- O1 - El sistema de peletización es reciente en el mercado y posee óptima evaluación de los consumidores con relación costo x beneficio;

- O2 – Existe una gran concentración del rebaño ganadero en la provincia de Misiones – AR.
- O3 - La oferta de otros productos similares es muy restricto;
- O4 – No tienen barreras aduaneras (MERCOSUR);
- O5 – Proximidad con el mercado consumidor e productor;
- O6 – Facilidad de despachar la producción.

5.1.2 Amenazas

- A1 - Falta de conocimiento de las exigencias del mercado internacional;
- A2 - Miedo al nuevo;
- A3 – Reducción de la disponibilidad de materia-prima debido a las condiciones climáticas;
- A4 - Surgimiento de algún tipo de enfermedad (Fiebre Aftosa) en el ganado;
- A5 – Surgimiento de un nuevo producto similar en el mercado;
- A6 – Cambio.

5.2 Fortalezas Y Debilidades

5.2.1 Fortalezas

- F1 – La empresa posee capacidad de producción para atender la demanda;
- F2 - Cuenta con gran oferta de proveedores locales especializados, que abastecen materia-prima de calidad;

- F3 - Solidez de la empresa ALF PELET en el mercado interno;
- F4 – Experiencia e conocimiento del producto y mercado.

5.2.2 Debilidades

- D1 – Reducida experiencia en procesos de exportación;
- D2 - Empresa de medio porte;
- D3 – Marketing internacional;
- D4 – Acompañamiento de la tecnología.

5.3 LA MATRIZ FODA

Factores Internos	Lista de Fortalezas	Lista de Debilidades
	Factores Externos	
Lista de Oportunidades O1. O2. O3. O4. O5. O6	FO (Maxi-Maxi) 1. La empresa debería difundir ese producto diferenciado aprovechando la experiencia que posee e la proximidad del mercado consumidor, para conquistar su participación en el Mercado Argentino principalmente en la región de Misiones que es gran productor de ganadería.	DO (Mini-Maxi) 1. Contratación de representante comercial para difusión del producto en el país importador.
Lista de Amenaza A1. A2. A3. A4. A5. A6.	FA (Maxi-Mini) 1. Tecnología para utilización de la cultura para otros fines, conduciendo la producción para otros productos.	DA (Mini-Mini) 1. Organizar intercambio técnico a través de la Asociación de Técnicos Agrícolas para demostración de las ventajas del producto.

6 MIX DE MARKETING PARA MERCADOS INTERNACIONALES

El Marketing Internacional es un área de conocimiento fundamental para la inserción bien-sucedida de empresas en los complejos mercados internacionales. Se sabe que el desarrollo de las herramientas de marketing internacional y uno de los aspectos responsables por el insuceso de organización brasileras en los mercados extranjeros.

6.1 Mercosur

En marzo de 1991 Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, que juntos tienen una población de 200 millones de personas y PNB de cause un trillón de dólares cerraran el acuerdo para la formación del Mercado Común del Sur (en español, Mercado Del Sur, o Mercosur). En 5 de agosto de 1994, los presidentes de los cuatro países concordaran en comenzar a partir de 1º de enero de 1995 la reforma tarifaria por la cual las tarifas internas fueran eliminadas y establecidas tarifas externas comunas de hasta 20%. Bien, servicio y factores de producción tienen libre transito entre los cuatro países.

Por lo tanto considerando las buenas relaciones entre Brasil y Argentina, y una vez que Argentina posee gran cantidad de ganado y considerando la expansión constante de este negocio, elegimos este mercado potencial para colocación de nuestro producto. También se llevo en consideración la proximidad entre el mercado productor con el mercado consumidor.

6.2 Marketing Internacional para las Empresas

Cuando se habla en Marketing Internacional, se trata de actividades de marketing idealizadas para un ambiente que no sea doméstico, o sea, un ambiente nacional poco familiar. Esas actividades internacionales de una organización pueden darse en uno o más países, teniendo orientación multinacional o global.

Al introducir una empresa en el mercado internacional debemos observar un punto de extrema importancia para el éxito de la implantación: El Ambiente de Marketing Internacional.

6.3 4.4 Pesquisa de Mercado

La pesquisa de mercado es una inversión necesaria y puede fornecer elementos esenciales para la aproximación de su mercado consumidor. Los resultados de la pesquisa objetivan:

- a) Seleccionar mercados para sus productos;
- b) Identificar tendencias y expectativas;
- c) Reconocer la concurrencia;
- d) Conocer y evaluar oportunidades y amenazas.

Es fundamental conocer la legislación comercial vigente en el mercado importador, con atención especial a las restricciones a las

importaciones en general, bien como las normas directamente ligadas al producto específico.

En ese sentido, es importante verificar se el producto al ser exportado no es prohibido o restringido en el mercado pretendido.

6.4 Atingiendo el Mercado Externo

Después de realizada la analice del Ambiente de Marketing la empresa debe trazar una Estrategia de Marketing para atngir el mercado externo y definir las oportunidades que este nuevo mercado ofrece.

El Papel de la Estrategia de Marketing para Exportación es auxiliar la administración de la empresa, indicando el rumbo de los negocios, incluso las exportaciones y su controle y la negociación con los bancos y instituciones del cetro exportador. Se busca, así, dotar la empresa de una visión estratégica y competitiva, capacitándola la regir a las mudanzas, que son frecuentes en ese mercado, debido a la constante evolución tecnológica, a la concurrencia y a las necesidades de los clientes.

6.5 La Selección del Mercado

Muchas empresas eligen países vecinos, pues los conocen mejor y consiguen obtener costos de distribución y controle más bajos. Ya otras empresas prefieren países donde hay una mayor afinidad cultural.

Pero, aconsejase que la escoja del mercado externo se apoye en tres criterios importantes:

- a) El atractivo de ese mercado;
- b) Las ventajas competitivas que serán obtenidas;
- c) Y los riesgos que este mercado ofrece

6.6 Promoción del producto

Cuando una empresa decide attingir el mercado externo ella debe adaptar su compuesto de marketing a las condiciones de los mercados elegidos y a las formas de entrada definidas. La uniformidad del producto, de la propaganda, de los canales de distribución y de otros elementos ofrece menores costos, porque no son introducidas mudanzas significativas.

Por otro lado, un compuesto de marketing en que el productor ajusta los elementos del compuesto en cada mercado-albo tiene más costos, pero con la expectativa de mayor participación de mercado y retorno de inversión.

Com eso prevalece y vence en el mercado la empresa que tiene el producto más moderno, de mejor cualidad y de precio más competitivo para el consumidor internacional.

Para se consumir es necesario criar un diferencial del producto de modo que se lo destaca de los otros. Por lo tanto, la decisión de la empresa puede ser conservadora y menos arriesgada con expectativas de retorno y rentabilidad menores, o más corajosas pudiendo alcanzar nivel de retorno mayores y bien más satisfactorios a toda la empresa.

6.7 Formas de Penetración no Mercado Externo

6.7.1 Tipos de Exportación

Exportación Directa

La Exportación Directa, es aquella forma de comercializar en que el exportador conduce todo el proceso de exportación, desde los primeros contactos con el importador hasta la conclusión de la operación de venta. En ese caso, el exportador cuida de todos los detalles, desde la comercialización y entrega del producto hasta la cobranza, lo que exige mayor atención administrativa, empeño de recursos humanos y de tiempo. Sin Embargo más ambiciosa, esa modalidad puede ser la más lucrativa y propiciar un mayor crecimiento en el mercado internacional.

Exportación Indirecta

La modalidad de Exportación Indirecta, es aquella en que el fabricante abastecedor vende su mercadería para un intermediario, una Traed Company o Comercial Exportadora, y esta irá encontrar compradores por los productos en otros mercados. Esta modalidad recree la participación de una empresa mercantil que adquiere mercaderías de industrias o productores en el mercado interno para posterior exportación.

Está definido que nuestra empresa optó pela exportación directa, o sea, no va tener intermediarios en la negociación.

6.8 Costos

Los costos definen el piso del precio que la empresa puede cobrar por su producto. El precio a ser cobrado debe incluir los costos con producción, distribución y venta del producto, además de proporcionar un retorno medio razonable por los esfuerzos y riesgo de la empresa. Las empresas que presentaren un costo bajo tienen como definir precios más bajos, lo que puede resultar en mayores ventas y lucros.

Los costos pueden ser fijos o variables. Los fijos no varían de acuerdo con la cantidad producida o vendida. Los variables son los que varían directamente con la cantidad producida. Costos totales es la suma del fijo y variables para cualquier nivel de producto. Los precios de venta debe cubrir por lo menos los costos totales de un determinado producto.

6.9 Precio

El precio es una de las herramientas del mix de marketing que la empresa utiliza para attingir sus objetivos. Las decisiones sobre precio deben ser coordinadas con el proyecto del producto, su distribución y decisiones de promoción, al fin de formar un programa de marketing coherente y eficaz.

El precio es un factor crucial para el posicionamiento del producto que define el mercado, la concurrencia y el decenio del producto. El precio pretendido determina aspectos del producto que pueden ser ofrecidos y cuales serán los costos de producción.

El producto estudiado posee mejor costo-beneficio que otros productos similares. El precio es competitivo y los consumidores tendrán ventajas en adquirir nuestros productos.

6.10 DFI

En el mercado global actual, vender un producto es las veces más fácil de lo que hacer llegar a los consumidores. Las empresas deben pensar en una mejor forma de estocar, manosear y transportar sus productos y servicios para que ellos se encuentren disponibles para los consumidores en la cantidad cierta, en el momento cierto y en el lugar cierto. La eficacia de la logística tiene un gran impacto en la satisfacción del consumidor y en los costos de la empresa. Un sistema de distribución precario puede destruir un buen esfuerzo de marketing.

6.11 Naturaleza y Importancia de la Distribución Física y de la Logística de Marketing

La distribución física o logística de marketing envuelve planificación, implementación y control del flujo físico de materias, productos finales y informaciones correlatos, de los puntos de origen hasta los puntos de consumo, de modo para atender las exigencias de los clientes un cierto lucro.

Las principales funciones logísticas son: procesamiento de los pedidos, almacenaje, gerenciamiento de estoque y transporte.

Procesamiento de pedidos: Los pedidos pueden ser presentados de varias formas, por teléfono, fax o correo electrónico. Después de recibido los pedidos tendrán de ser procesados de forma rápida y precisa. El sistema de procesamiento de pedidos prepara las facturas y envía los detalles del pedido para el departamento adecuado.

Almacenar: Toda empresa tiene de almacenar sus productos hasta ellos ser vendidos. La almacenaje es necesaria por que los ciclos de producción y consumo raramente son iguales. La función de la almacenaje compensa y equilibra las diferencias entre cantidades necesarias y tiempo de fabricación.

La empresa tiene un pequeño depósito para almacenar la producción hasta la entrega para los consumidores. No es necesario un gran depósito, pues, los productos son transportados luego después que son producidos. La empresa no dispone de grandes depósitos, solamente de área industrial destinada la fabricación pues solamente fabrica conforme los pedidos, su línea de producción son dirección las encomiendas y entregas.

Estoque: Los niveles de estoque también afectan el grado de satisfacción del cliente. El principal problema es mantener un equilibrio cuidadoso entre uno estoque grande demás y pequeño demás. El estoque grande demás resulta en costos más altos que el necesario y posible obsolescencia de los productos. El estoque pequeño demás resulta en productos agotados, expediciones o producciones de emergencia

onerosas, y insatisfacción del cliente. Al tomar decisiones sobre el estoque la gerencia debe pensar los costos con estoques mayores contra las ventas y los lucros resultantes de estas situaciones.

Para formar decisiones sobre estoque es necesario saber cuando hacer el pedido y que cantidad pedir. Decidir cuando hacer un pedido, la empresa debe pensar el riesgo de quedar sin estoque y los costos de tener estoque excesivo. Al decidir sobre la cantidad del pedido, debe pensar los costos del pedido y del procesamiento contra los costos de estocaren. Pedidos medios mayores implican menos pedidos y menores costos de procesamiento pero mayores costos de estocaren.

En el caso en estudio el estoque es semejante al sistema just-in-time pues la industria detiene la tecnología y los medios de fabricación y la partir de los pedidos es que empieza la desencadenar el proceso para la adquisición de la materia-prima y fabricación de los equipamientos.

Transporte: La elección del medio de transporte afecta el apresamiento del producto, la eficiencia de la entrega y la condición de los productos al llegaren en su destino, y todo eso afecta la satisfacción de los clientes.

Al expedir los productos para los almacenes, revendedores o consumidores, la empresa puede elegir cinco medios de transporte: Ferrocarril, marítimo, fluvial, carretera, aéreo y por conductos.

En el caso en cuestión, el transporte ocurrirá solamente por el medio de carreteras. Los camiones son eficientes para cargas pequeñas con

mercadería de alto valor. En muchos casos, sus tarifas compiten con las tarifas ferrocarril y sus servicios son más rápidos.

7 DESARROLLO LOGÍSTICO DE LA DFI

El canal a ser utilizado en el proceso de negociación será directo con utilización de un miembro de la empresa que hará la divulgación de la alfalfa peletizada y su viabilidad económica financiera. Después los compradores harán los pedidos y será emitida la Factura para o su debido aceite.

7.1 Provisión de materia-prima

Al partir del aceite de la Factura, será efectuada la compra de materia-prima (alfalfa) de los proveedores y necesita de dos días para efectuar la entrega, pues la distancia es pequeña.

7.2 Producción

La empresa necesita de 5 días para producir la alfalfa peletizada y colócala a la disposición de los compradores.

7.3 Aduana

Cuanto la aduana fuera realizado un estudio de viabilidad de costos envolviendo, la Aduana de São Borja y Porto Xavier, siendo considerado, distancias a ser perquiridas, lo que incidirá en el costo de frete, y costo de tasas y servicios. Por su localización geográfica con menores distancias y

también su administración ser la cargo de Receita Federal, por eso a la no existencias de costo de los servicios, quedando entonces como la más viable la Aduana de Porto Xavier. Al contrario de la otra que es administradas por Permisinaria o Concesionaria que poseen un costo de los servicios prestados.

7.4 Embalajes

El embalaje objetiva proyectar las mercaderías durante el transporte, movimiento y la almacenaje antes, durante y después del transporte.

El embalaje es el principal factor del completo éxito de la operación de exportación. Un inadecuado o malo decenio del embalaje, incapacitado de proyectar las mercaderías de las abarrias, puede llevar la transacción comercial al colapso.

La marcación, constituí en la identificación de cada unidad de la carga, y esta íntimamente asociada el embalaje de las mercaderías, y constituí en:

- Legibilidad, marcas, números, símbolos, claramente legible ,y impreso en el idioma del país de destino;
- Localización debe ser fácilmente identificada;
- Suficiencia, el etiquetaje de la remesa debe fornecer informaciones de acuerdo con la recomendación técnicas;
- Conformidad, con la legislación del país de importación y de exportación, se necesaria, con la aduana del ponto de llegada.

La carga es embalada en sacas de rafia (plástico) con 35 kg cada embalaje. Un viaje con carretera transporta 15.000 kg del producto.

7.5 Juego de Documentos

a) Factura Pro Forma – Anexo 01

- Datos del Importador: Cabaña Rosamonte, Cabaña Las Tres E y Cabaña Santa Cecilia
- Datos del Exportador: Machado Industria e Comercio de Rações LTDA
- Local de Embarque: Roque Gonzales – RS – BR.
- Local de Destino: Posadas – Misiones – AR.
- País de Origen: Brasil
- Data Probable del Embarque: 31/08/2007
- Cantidad: 15 Ton
- Descripción de las mercaderías: Alfalfa Peletizada
- Precio: US\$ 5.147,05
- Incoterms: EXW
- Forma de Pagamiento: 50% en el data da Factura Pro Forma y 50% en la entrega.
- Medio de Transporte: Carretero
- Peso: 15 Toneladas
- Banco: Brasil SA, Agencia: 2554-2, Cuenta Corriente: 3718392-3
- Validad da Factura: 15 días

b) Factura Pro Forma Comercial - Anexo 02

Fueran confirmados los mismos datos de la Factura Pro Forma.

c) Lista de Empaque - Anexo 05

Los datos son los mismos de la Factura Pro Forma con las debidas descripción de los embalajes y sus contenidos, acrecidos en el numero de la factura comercial.

d) Nota Fiscal de Venta - Anexo 06

Centenera todos los datos solicitados dentro de la legislación de cada país.

e) Conocimiento de embarque - Anexo 03

Será utilizado el Transporte Carretero – CTR.

f) Despacho Aduanero

Será contratada una oficina para realización de las operaciones de desembarazo.

g) Pagamiento de Frete

El frete será pago mediante la entrega de la mercadería.

h) Liberación de la Mercadería

Será realizada al Cargo del Despachante Aduanero.

7.6 Procesos de Producción

La industria de alfalfa peletizada ALF PELLET necesaria para la producción de los equipamientos arrollado en el proceso, lo que demanda 15 días para su elaboración, de acuerdo con el acierto de la Factura Pro Forma.

8 INFORMACIÓN ECONÓMICO - FINANCIERA

Las informaciones económico financiera para evaluar la envergadura del proyecto de exportación y su implementabilidad son las siguientes:

TIR		VALOR PRESENTE NETO		
Años	Agrícola	VPN	TASA	16,00%
0	(125.000,00)	0	(125.000,00)	
1	60.000,00	1	60.000,00	
2	60.000,00	2	60.000,00	
3	60.000,00	3	60.000,00	
TIR	20,71%	VPN	R\$ 8.408,08	

Com base en el resultado financiero del proyecto, que poseer una TIR de 20,71% relacionado con una tasa de oportunidad de 16,00% el proyecto poseer viabilidad económico financiera.

9 CONCLUSIONES

Con el propósito de la analice de prefactibilidad exportadora, buscamos inicialmente consolidar los fundamentos teóricos adquiridos y buscados durante el estudio, con la acción práctica empresarial.

Como resultado de esta consolidación proponemos y demostramos en este estudio, ventajas y desventajas y medios viables para la realización exitosa de la exportación. En ese tipo de analice internacional, viene se reestructurando y servido como alternativa inteligente para diversas empresas y países buscaren el desenvolvimiento y sustentación eficiente del negocio, pues posibilita la avaluación y modificación de las operaciones antes que ellas puedan ocurrir de manera ineficiente y aplicación de sus correlaciones.

Para lo nuestro crecimiento y perfeccionamiento del conocimiento técnico, es innegable el potencial de aprendizaje que adquirimos. El conocimiento en negocios internacionales a través de la analice de prefactibilidad exportadora , con certeza, de manera constante y efectiva siempre agrega valor para atingir lo éxito profesional, principalmente en este momento en que las economías están globalizadas, y las relaciones entre países a través de la formación de bloques económicos, como es el caso en estudio Mercosur, están siendo una realidad; exigido habilidades y conocimientos para administrar negocios de manera eficiente, buscando nuevas técnicas de gestan y soluciones estratégicas para vencer desafíos y buscar nuevas fronteras.

Nuestra contribución fuera levantar datos y relacionar teoría y práctica, nunca nosotros apartando del objetivo propuesto presentado. Nuestro estudio no poseí de forma alguna, carácter acabado, queremos que sea mejorado dentro de la óptica que nortea la negociación internacional. Nuestro deseo es contribuir de la mejor forma posible, proporcionando buenos negocios a la empresa exportadora y a la empresa importadora, generando con eso, nuevos productos y nuevas alternativas de alimentación del ganado.

Acabando esta analice, podemos afirmar que lo mayor desafío para el éxito del proyecto, es la quiebra de paradigma en la utilización de nuevos productos por las consumidores finales.

10 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

AulaFácil.com

<http://www.aulafacil.com/marketinginternacional/temario.htm>. Acesso em 01 de agosto 2007.

BEHRENDTS, Frederico L.; **Comércio Exterior**. 7ª ed. Rev. E ampliada. Porto Alegre: Síntese, 2002.

CIGNACCO, Bruno Roque; **Fundamentos de Comercialización Internacional**, Ediciones Macchi, 2004.

Gobierno de Misiones - <http://www.misiones.gov.ar>. Acceso en 28 julio 2007.

JUNIOR, Antônio Barbosa Lemes; CHEROBIM, Ana Paula; RIGO, Cláudio Miessa. **Administração financeira**: princípios, fundamentos e práticas brasileiras. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

KEEGAN, Warren J.; Green Warren J.; - **Principios de marketing global**. Tradução: Schwartz, Sônia; Bartalotti, Cecilia C. São Paulo: Saraiva, 1999.

KOTLER, Philip; - **Principios de Marketing**. 7ª edição – Rio de Janeiro: JC Editota, 1999.

Manuel del Exportador – Comercio Exterior Argentino
http://www.comoexportar.argentinaahora.com/comercio_exterior_argentino/documentacion_utilizada.htm. Acceso en: 01 julio 2007.

PIPKIN, Alex; **Marketing Internacional: una abordaje estratégica**. 2ª ed. São Paulo: Aduaneiras, 2002.

11 ANEXOS DOCUMENTALES.

Como tal se designa al conjunto de documentos representativos de una transacción comercial internacional y del embarque efectuado en particular. Básicamente se compone por la factura pro forma, el factura comercial, el conocimiento de embarque, el certificado de origen, el lista de empaque y nota fiscal de transporte interno y para el exterior.

Los contenidos de los distintos documentos deben concordar entre si en su totalidad, referenciado los datos a la factura pro forma que diera origen a la operación comercial.

De acuerdo a los requerimientos bancarios y del oportunamente acordado entre el exportador y el importador, los documentos de embarque originales pueden viajar con el medio de transporte o ser remitidos por separado.

Anexo 1 – Factura Pro Forma – Pro Forma Invoice

Es un documento mediante el cual el exportador indica a su potencial cliente la intención de venta de una mercadería. No es factura de cobro y debe indicar un determinado plazo de validez respecto de las condiciones en ella establecidas, pues del contrario no se considera oferta en firme.

Para su confección, generalmente se utilizan hojas membrete de la empresa. La descripción de la mercadería debe ser lo mas detallada posible tanto en el plano comercial como el técnico.

En general incluye la siguiente información:

- Nombre, dirección y teléfono del Exportador.
- Factura Pro Forma Número.
- Fecha y lugar de emisión.
- Datos del Importador.
- Cantidad y descripción de la mercadería.
- Precio unitario. Precio total. Moneda de pago.
- Condiciones de entrega. (Incluir Incoterm acordado, por ej. FOB, CyF, etc.)
- Plazo y forma de pago. (por. ej. Carta de Crédito)
- Validez de la oferta.
- Firma del exportador.

[illegible]

Anexo 2 – Factura Comercial – Commercial Invoice

Es el documento en el que el exportador fija la descripción y el importe de las mercaderías despachadas. En algunos casos es intervenida en el extranjero por la autoridad del país importador, convirtiéndose en lo que en la documentación internacional se denomina Factura Comercial Visada.

En general incluye la siguiente información:

- Nombre, dirección y teléfono del Exportador.
- Nombre, dirección y teléfono del Importador.
- Fecha y lugar de emisión.
- Cantidad y descripción técnica de la mercadería.
- Precio unitario. Precio total. Moneda de venta.
- Condiciones de venta según Incoterm acordado (por ej. FOB, CyF, etc.).
- Plazo y forma de pago. (por ej. Carta de Crédito).
- Peso bruto, peso neto.
- Cantidad y tipo de bultos en los que se ha distribuido la mercadería.
- Medio de transporte.
- Firma del exportador.

[illegible]

Anexo 3 – Conocimiento De Embarque

Es el documento emitido por la compañía de transporte internacional que aprueba que la mercadería ha sido recibida embarcada en un determinado medio de transporte lo que ha sido recibida para su embarque posterior; es el título probatorio de la propiedad de la mercadería, lo que permite que el tenedor de las copias negociables reclamar la entrega de la misma; es el documento probatorio del contrato de transporte en el que se fijan las condiciones en que el mismo se efectúa.

Estas condiciones son plenas para el transporte marítimo, pero para el transporte terrestre y aéreo, técnicamente no constituyen un título de propiedad de la mercadería, aunque en la práctica y a los efectos del despacho aduanero de importación es reconocido como tal.

En general incluye la siguiente información:

- Datos del Exportador.
- Datos del Consignatario
- Datos del Importador.
- Fecha y lugar de emisión.
- Detalle de la carga: peso, cantidad, volumen, bultos, descripción.
- Flete, si es pagado o pagadero en destino y monto.
- Marcas y números.
- Declaración del valor de la mercadería.
- Estado de la carga (mercadería, envase o embalaje) que descartan la responsabilidad del transportador sobre los riesgos que pueda correr la mercadería. Se denomina LIMPIO si no se observan defectos en el momento de la carga, o SUCIO cuando el transportista denuncia expresamente el estado defectuoso de la mercadería, su envase o su embalaje.

Este documento recibe denominación de acuerdo con los medios de transporte utilizado:

- Conocimiento de Embarque Marítimo (*Bill of Lading* - B/L)

- Conocimiento de Embarque Aéreo (*Airway Bill* - AWB)
- Conocimiento de Transporte Rodó viario (CRT)
- Conocimiento de Transporte Ferrocarril (TIF/DTA)

CONHECIMENTO DE EMBARQUE MARÍTIMO *Bill of Landing - B/L*

Conhecimento de Embarque Marítimo - (B/L)

CODE NAME: "CONGENBILL" - EDITION 1994

B/L Nº

Shipper

BILL OF LADING

TO BE USED WITH CHARTER-PARTIES

Consignee

Notify Adress

Vessel

Port of loading

Port of discharge

Shipper's description of goods

(of which
being responsible for loss or damage howsoever arising)

on deck at shipper's risk: the carrier not

Freight payable as per
CHARTER-PARTY dated:
Received on account of freight:

Time used for loading.....days.....hours

SHIPPED

at the port loading in apparent good order and condition on board the vessel for carriage to the port of discharge or discharge or so near thereto as she may safely get the goods specified above.

Weight, measure, quality, quantity, condition, contents and value unknown.

IN WITNESS whereof the master or agents of the said Vessel has signed the number of Bills Of Lading indicated below all of this tenor and date, any one of which being accomplished the others shall be void.

Freight payable at	Place and date of issue
Number of original Bs/L	Signature

CONHECIMENTO DE EMBARQUE AÉREO

Airway Bill – AWB

Conhecimento de Embarque - Aéreo (AWB)											
Shipper's Name and Address			Shipper's account number			Copies 1,2 and 3 of this Air Waybill are originals and have the same validity					
Consignee's Name and Address			Consignee's account number								
Issuing carrier's Agent Name and City						Accounting Information					
Agent's IATA Code			Account No.								
Airport of departure (Addr of first carrier) and requested Routing											
to	Routing and destination		to	by	to						
Airport of destination		Flight/Date for carrier use only		Flight/Date		Currency	CHGS code	BRT/WAL PPD COLL	other PPD COLL	Declared value for carriage	Declared value for customs
						Amount of Insurance		INSURANCE - If shipper requests insurance in accordance with conditions on reverse hereof, indicate amount to be insured in figures in box marked amount of insurance			
Handling Information											
No of pieces RCP	Gross Weight	Kg Lb	Rate Class Commodity Item No.	Chargeable Weight	Rate / Charge	Total	Nature and quantity of goods (incl. dimensions and volume)				
Prepaid		Weight Charge		Collect		Others Charges					
						Insurance Premium					
Valuation Charge											
Tax											
Total other charges due agent						Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Good Regulation.					
Total other charges due carrier											
Total prepaid						Total collect					
Currency Conversion Rates						cc charges in Dest. Currency					
For Carriers Use Only at Destination						Charges at destination					
						Total collect charges					
						Executed on (Date) at (Place) Signature of Issuing Carrier or its Agent					

CONHECIMENTO DE TRANSPORTE RODOVIÁRIO – CTR

Conhecimento de Embarque - Rodoviário					
 Conhecimento internacional de Transporte rodoviário Carta de Porte Internacional por Carretera		O transporte realizado ao amparo deste Conhecimento Internacional de Transporte Rodoviário está sujeito às disposições do Convênio sobre o Contrato de Transporte e a responsabilidade civil do Transportador Tempestivo Internacional de mercadorias, as quais anexam toda estipulação contida no mesmo em prejuízo do remetente ou do consignatário. El transporte realizado bajo esta carta de Transporte Internacional está sujeto a las disposiciones del convenio sobre el contrato de transporte y la Responsabilidad Civil del Porteador en el Transporte Tempestivo Internacional de Mercancías, las cuales anulan toda estipulación que se aparte de ellas en perjuicio del remitente o del consignatario.			
1 Nome e endereço do remetente / Nombre y domicilio del remitente			2 Número / Número		
4 Nome e endereço do destinatário / Nombre y domicilio del destinatario			3 Nome e endereço do transportador / Nombre y domicilio del porteador		
			5 Local e país de emissão / Lugar y país de emisión		
6 Nome e endereço do consignatário / Nombre y domicilio del consignatario			7 Local, país e data em que o transportador se responsabiliza pela mercadoria Lugar, país y fecha en que el porteador se hace cargo de las mercancías		
9 Notificar a / Notificar a			8 Local, país e data de entrega / Lugar, país y plazo entrega		
			10 Transportadores sucessivos / Porteadores sucesivos		
11 Quantidade e categorias de volumes, marcas e números, tipos de mercadorias, contêineres e acessórios / Cantidad y clases de bultos, marcas y números, tipo de mercancías, contenedores y accesorios			12 Peso bruto em Kg / Peso bruto en Kg		
			13 Volume em m³ / Volumen en m.cu.		
			14 Valor / Valor moeda / moneda		
15 Custos a pagar Gastos a pagar	Na origem Monto remittente	Moeda Moneda	No destino Monto destinatario	Moeda Moneda	16 Declaração do valor das mercadorias / Declaración del valor de las mercancías
Frete / Flete					17 Documentos anexos / Documentos anexos
Outros / Otros					
Total / Total					18 Instruções sobre formalidades da alfândega Instrucciones sobre formalidades de aduana
19 Valor do frete externo / Monto del flete externo					
20 Valor do reembolso contra entrega / Monto de reembolso contra entrega					
21 Nome e assinatura do remetente ou seu representante Nombre y firma del remitente o su representante					22 Declarações e observações / Declaraciones y observaciones
Data / Fecha					
23 Nome, assinatura e carimbo do transportador ou seu representante Nombre, firma y sello del porteador o su representante					24 Nome e assinatura do destinatário ou seu representante Nombre y firma destinatario o su representante
Data / Fecha					

CONHECIMENTO DE TRANSPORTE FERROVIÁRIO - CTF

Conhecimento de Embarque - Ferroviário

CONHECIMENTO DE EMBARQUE DE MERCADORIAS POR FERROVIA
GUIA DE EMBARQUE DE MERCADORIA POR FERROCARRIL

Nº

SÉRIE A

À ORDEM	NÃO À ORDEM	CONHECIMENTO GUIA DE EMBARQUE																																																																				
DATA (FECHA)		CONSIGNAÇÃO Nº																																																																				
PROCEDÊNCIA :		CONDIÇÃO DE FRETE (FLETE):																																																																				
REMETENTE (REMITENTE) :		DESTINO :																																																																				
ENDEREÇO (DIRECCIÓN)																																																																						
CONSIGNATÁRIO :																																																																						
ENDEREÇO (DIRECCIÓN)																																																																						
NOTIFICAR :																																																																						
ENDEREÇO (DIRECCIÓN)																																																																						
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="3" style="text-align: center;">VOLUMES</th> <th rowspan="2" style="text-align: center;">MARCAS Y NÚMEROS</th> <th rowspan="2" style="text-align: center;">DESCRIÇÃO DAS MERCADORIAS DESCRIPCIÓN DE LAS MERCADERÍAS</th> </tr> <tr> <th style="text-align: center;">QUANTIDADE</th> <th style="text-align: center;">ESPÉCIE</th> <th style="text-align: center;">PESO</th> </tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </table>			VOLUMES			MARCAS Y NÚMEROS	DESCRIÇÃO DAS MERCADORIAS DESCRIPCIÓN DE LAS MERCADERÍAS	QUANTIDADE	ESPÉCIE	PESO																																																												
VOLUMES			MARCAS Y NÚMEROS	DESCRIÇÃO DAS MERCADORIAS DESCRIPCIÓN DE LAS MERCADERÍAS																																																																		
QUANTIDADE	ESPÉCIE	PESO																																																																				
CLÁUSULAS ESPECIALES																																																																						
NÚMERO DE ORIGINAL :		FRETE Y GASTOS																																																																				
RECIBO A BORDO : SE O FRETE POR "A PAGAR" SERÁ VÁLIDA A QUOTAÇÃO PASSADA NESTE DOCUMENTO. SE EL FLETE POR "A PAGAR" TENDRÁ VALIDEZ EL TIEMPO DE PAGO SEÑALADO EN ESTE DOCUMENTO.																																																																						
LOCAL E DATA LUGAR Y FECHA																																																																						
ASSINATURA FIRMA		TOTAL SE O FRETE POR "A PAGAR" SERÁ VÁLIDA A QUOTAÇÃO PASSADA NESTE DOCUMENTO. SE EL FLETE POR "A PAGAR" TENDRÁ VALIDEZ EL TIEMPO DE PAGO SEÑALADO EN ESTE DOCUMENTO.																																																																				

ORIGINAL

Anexo 4 – Certificado De Origen

Este documento certifica el origen y la procedencia de las mercaderías de exportación. Se utilizan en el país importador a los efectos de la aplicación de los tributos aduaneros conforme al origen, ya que pueden existir acuerdos de preferencia arancelaria entre los países involucrados, y también para el control de cupos o contingentes de importación.

Si bien cada país beneficiario determina el organismo autorizado para emitirlo, generalmente son designadas las Cámaras de Comercio, Cámaras Binacionales o Cámaras de Exportadores.

Se emite en Original y 2 copias y no puede tener enmiendas ni raspaduras. Su plazo de validez es de 180 días desde que es emitido y no puede tener fecha anterior a la de la emisión de la factura comercial que ampara el embarque.

Para un exportador, un certificado de origen significa directa o indirectamente una mejor forma de competir en los mercados internacionales, el cual se refleja en sus utilidades y en un mejor servicio para su cliente.

Formatos de Certificado de Origen

El país de origen de las mercancías puede influir en el pago de derechos o en la tasa que éstos perciban por el país importador. Por ello, es importante preparar cuidadosa y exactamente el certificado de origen, de conformidad con las normas del país importador. Podiendo ser:

1. Certificado de Origen ALADI

2. Certificado Fitosanitario de Exportación
3. Certificado de Origen “**Generalized System of Preferences Certificate of Origin - Form A**”
4. Certificado de Origen “**Acuerdo de complementación económica Bolivia - MERCOSUR**”
5. Certificado de Origen “**Tratado de libre comercio entre la República de Bolivia y los Estados Unidos Mexicanos**”

Certificado de Origem

*Certificado de Origem
Certificate of Origin*

Exportador (Exporter)		
Endereço (Address)		
Comprador (Buyer)		
Endereço (Address)		
Consignatário (Consignee)		
Endereço (Address)		
Nome e país do porto de destino - Name and country of the destiny port		
Volume(s) / Volume(s)	Via de transporte / Means of Transport	
Peso Bruto / Gross Weight	Peso líquido / Net Weight	
NCM/SH(I)	Denominação das mercadorias / Description of merchandises	US\$ - FOB
Declaração de origem / Declaration of Origin		
Declaramos que a(s) mercadoria(s) acima indicada(s) e correspondente(s) a nossa fatura comercial nº _____ é (são) de origem brasileira.		We hereby declare that the above merchandise(s), corresponding to our invoice nº _____ is (are) of brazilian origin.
Belo Horizonte,		<i>Data, Carimbo e Assinatura do Exportador Date, Stamp and Signature of Exporter</i>
Certificação de Origem / Certification of origin		
À vista de documentos apresentados, certificamos a veracidade da declaração acima.		In presence of documents we hereby certify that the above declaration is correct.
Belo Horizonte,		<i>Data, Carimbo e Assinatura do Exportador Date, Stamp and Signature of Exporter</i>
<i>(I) Nomenclatura Comum do Mercosul / Mercosul's Commodities Nomenclature</i>		

Anexo 5 – Lista De Empaque

Es el documento en el cual los artículos embalados se encuentren detallados por bultos, con la respectiva indicación de las unidades contenidas en cada uno y, su contenido, es comparado con el de otros documentos como la factura comercial y el conocimiento de embarque.

Romaneio de Embarque						
EXPORTADOR:				IMPORTADOR:		
FATURA COMERCIAL: DATE:						
OBSERVAÇÕES:						
ITEM NR.	QTD	UNIDADE	DESCRIÇÃO DA MERCADORIA	PESO LÍQUIDO	PESO BRUTO	METRO CUBICO
			TOTAL			
NOTAS:						

Anexo 6 – Nota Fiscal – Transporte Interno

Acompaña la mercadoría desde la salida del establecimiento hasta el efectivo desembarazo físico junto a la Secretaria de la Receita Federal. Se entiende como desembarazo el procedimiento aduanero que autoriza el embarque de la carga para el exterior.

NOTA FISCAL - Mod.01

☒ SAÍDA ☐ ENTRADA DESTINATÁRIO/REMETENTE

Data Limite para emissão: dd/mm/aa

Natureza da Operação Mercadoria destinada à Exportação	CF/OP	Inscrição Estadual do substitutivo tributário	CNPJ:
			CF/DF:

DESTINATÁRIO/REMETENTE

Nome/Razão Social:	
Endereço:	Bairro:
Município:	Fone/Fax: UF: Inscrição Estadual:

FATURA

Pagamento mediante Carta de Crédito à vista

DADOS DO PRODUTO/SERVIÇO

Cod. Prod.	Descrição	Cls.Fis.	Sit. Tribut.	Unid. Pç.	Quant.	VI. Unit. R\$	VI. Total R\$	Aliq. IPI	Aliq. ICMS	VI. IPI R\$

CÁLCULO DO IMPOSTO

Base de Cálculo ICMS	VI. do ICMS	Base de Cálculo ICMS subst.	VI. ICMS subst.	VI. Total Produtos
VI. do Frete	VI. do Seguro	Outras despesas acessórias	VI. Total IPI	VI. Total da Nota

TRANSPORTADOR/VOLUMES TRANSPORTADOS

Nome / Razão Social	Frete por conta	Placa do Veículo	UF	CNPJ
	1-Emitente			
	2-Destinatário			
Endereço	Município	UF	Inscrição Estadual	
Quantidade	Espécie	Marca	Número	Peso Bruto
				Peso Líquido

DADOS ADICIONAIS

CÓDIGO DE SITUAÇÃO TRIBUTÁRIA

Mercadorias destinadas à Exportação RE No. 000000 de dd/mm/aa Não incidência do ICMS conforme a Lei 1254/96, art. 3º, Item 1. Não incidência do IPI, conforme artigo 40, inciso 6º, decreto 2637/98.	A) Tabela "A" Ordem da Mercadoria 0- Nacional 1- Estrangeira - Importação direta 2- Estrangeira - Adquirida no mercado interno	B) Tabela "B" Trib. ICMS 0 - Tributada integralmente 1 - Tributada e com cobrança do ICMS por substituição tributária 2- Com redução de base de cálculo 3- Isenta ou não tributada e com 4- Isenta ou não tributada 5 - Com suspensão ou deferimento 6- ICMS cobrado anteriormente por 7- Outras mm
---	---	---

Anexo 7 – Nota Fiscal – Embarque para o Exterior

Acompanha a mercadoria desde a saída do estabelecimento hasta el efectivo desembarazo físico junto a la Secretaria de la Receita Federal. Se entiende como desembarazo el procedimiento aduanero que autoriza el embarque de la carga para el exterior.

NOTA FISCAL - Mod.01

☒ SAÍDA ☐ ENTRADA DESTINATÁRIO/REMETENTE

Data Limite para emissão: dd/mm/aa

Data de Emissão:

Data de Saída / Entrada:

Hora da Saída:

Natureza da Operação Mercadoria destinada à Exportação	CF/OP	Inscrição Estadual do substitutivo tributário	CNPJ:
			CF/DF:

DESTINÁRIO/REMETENTE

Nome/Razão Social:			
Endereço:		Bairro:	
Município:	Fone/Fax:	UF:	Inscrição Estadual:

FATURA

Pagamento mediante Carta de Crédito à vista

DADOS DO PRODUTO/SERVIÇO

Cod. Prod.	Descrição	Cls.Fis.	Sit. Tribut.	Unid. Pç.	Quant.	VI. Unit. R\$	VI. Total R\$	Aliq. IPI	Aliq. ICMS	VI. IPI R\$

CÁLCULO DO IMPOSTO

Base de Cálculo ICMS	VI. do ICMS	Base de Cálculo ICMS subst.	VI. ICMS subst.	VI. Total Produtos
VI. do Frete	VI. do Seguro	Outras despesas acessórios	VI. Total IPI	VI. Total da Nota

TRANSPORTADOR/VOLUMES TRANSPORTADOS

Nome / Razão Social	Frete por conta	Placa do Veículo	UF	CNPJ
	1-Emitente			
	2-Destinatário			
Endereço	Município	UF	Inscrição Estadual	
Quantidade	Espécie	Marca	Número	Peso Bruto
				Peso Líquido

DADOS ADICIONAIS

CÓDIGO DE SITUAÇÃO TRIBUTÁRIA

Mercadorias destinadas à Exportação RE No. 000.000 de dd/mm/aa Não incidência do ICMS conforme a Lei 1254/96, art. 3º, Item 1. Não incidência do IPI, conforme artigo 40, inciso 6º, decreto 2637/98.	A) Tabela "A" Ordem da Mercadoria 0- Nacional 1-Estrangeira - Importação direta 2-Estrangeira - Adquirida no mercado interno	B) Tabela "B" Trib. ICMS 0 - Tributada integralmente 1 - Tributada e com cobrança do ICMS por substituição tributária 2- Com redução de base de cálculo 3-Isenta ou não tributada e com 4-Isenta ou não tributada 5- Com suspensão ou deferimento 6-ICMS cobrado anteriormente por 7-Outrasmm
--	---	---

Anexo 8 – Registro De Exportación

Registro de Exportação - RE

SISBACEN 85004-7993/0974363413	SISCOMEX	22/05/2001 10:54
TRANSAÇÃO PCEX 300 REGISTRO DE OPERAÇÕES DE EXPORTAÇÃO		M/CEX501A
-----PCEX501A - INCLUSÃO DE REGISTRO DE EXPORTAÇÃO-----		
NUMERO REGISTRO:	DATA REGISTRO: 22.05.2001	
01 - EXPORTADOR:		
a- CGC/CPF: _____		
b- NOME DO EXPORTADOR: _____		
02 - ENQUADRAMENTO DA OPERAÇÃO:		
a- Código: _____		
b- NUM DO RV: _____		f- DATA LIMITE: _____
c- NUM DO RC: _____		g- MARGEM NÃO SACADA%: _____
d- GE/DE/RE VINCULADO: _____		h- NUM DO PROCESSO: _____
e- DIRI VINCULADO: _____		
03 - UNIDADE RF DESPACHO: _____		
04 - UNIDADE RF EMBARQUE: _____		
05 - IMPORTADOR: _____		
a- NOME: _____		
b- ENDEREÇO: _____		
c- PAIS: _____		

ENTRA = SEGUIE PF8/20 = LIMPA PF2/14 = CORRIGE PF3/15 = RETORNA		
PF9/21 = TRANSAÇÃO PF1/13 = SOS PF12/24 = ENCERRA		

SISBACEN 85004-7993/0974363413	SISCOMEX	22/05/2001 10:54
TRANSAÇÃO PCEX 300 REGISTRO DE OPERAÇÕES DE EXPORTAÇÃO		M/CEX501B
-----PCEX501B - INCLUSÃO DE REGISTRO DE EXPORTAÇÃO-----		
NUMERO DO RE:	DATA REGISTRO: 22.05.2001	
06 - PAIS DE DESTINO FINAL: _____		
07 - INSTRUMENTO DE NEGOCIAÇÃO: _____		
08 - CODIGO CONDIÇÃO DA VENDA: _____		
09 - ESQUEMA DE PAGAMENTO TOTAL:		(calculado)
a- MODALIDADE TRANSAÇÃO: _____		
b- MOEDA: _____		
c- VALOR PAGTO ANTECIPADO: _____		
d- VALOR PAGTO A VISTA: _____		
e- NUMERO DE PARCELAS: _____		
f- PERIODICIDADE: _____		g- INDICADOR: ____ (D ou M)
h- VALOR DA PARCELA: _____		
i- VALOR MARGEM NÃO SACADA: _____		(calculado)
j- VALOR EM CONSIGNAÇÃO: _____		
k- VALOR S/ COBERTURA DE CÂMBIO: _____		
m- VALOR FINANCIADO RC: _____		

ENTRA = SEGUIE PF8/20 = LIMPA PF2/14 = CORRIGE PF3/15 = RETORNA		
PF9/21 = TRANSAÇÃO PF1/13 = SOS PF12/24 = ENCERRA		

Anexo 9 – Carta de Crédito Comercial

Carta de Crédito Comercial						
MT S700	Issue of a Documentary Credit					Page 00001
						Func LPRBHE
Basic Header	F 01 BDERBRSPABHE 0000 000000					
Application Header	T 700 N					
User Header	Service Code 103:					
	Bank Priority 113:					
	Msg User Ref. 108:					
Sequence of Total	*27	:				
Form of Doc. Credit	*40	:				
Doc. Credit Number	*20	:				
Ref. to Pre-advice	23	:				
Date of Issue	31	:				
Expiry	*31	:	Date	Place		
Applicant Bank	51	:				
Applicant	*50	:				
Beneficiary	*59	:				
Amount	*32	:			Currency	Amount
Pos. / Neg. Tol. (%)	39	:				
Max. Credit Amount	39	:				
Add. Amount Covered	39	:				
Available with/by	*41	:				
Drafts at...	42	:				
Drawee	42	:				
Mixed Paym. Details	42	:				
Deferred Paym. DET.	42	:				
Partial Shipments	43	:				
Transshipment	43	:				
Loading in charge	44	:				
For Transport to...	44	:				
Latest date of Ship	44	:				
Shipment Period	44	:				
Descript. of Goods	45	:				
Documents required	46	:				
Additional Cond.	47	:				
Details of Charges	71	:				
Presentation Period	48	:				
Confirmation	*49	:				
Reimbursing Bank	53	:				
Instructions	78	:				
"Advise Through"	57	:				
Send. To Rec. Info.	72	:				
Trailer		:				
Error message Display						
DWS 3686	Correspondent's SWIFT address in header must have length 8 or 11					
DWS 3574	Field 27 must be 1 numeric, then a "/" and then 1 numeric					
DWS 4233	Field SW 40 A does not contain a valid code word					
DWS 3519	Field SW 20 must be 1 to 16 characters					
DWS 3529	Field SW 31D DATE must have format YYMMDD					
DWS 3521	Field SW 59 must be 1 to 35 characters					
DWS 3531	Field SW32B CURRENCY CODE must be 3 letters					
DWS 3513	Field SW 41 option must be A D					
DWS 4233	Field SW49 does not contain a valid code word					

Anexo 10 – Borderô e Carta de Entrega

Borderô (Exportação)

Borderô (Exportação)

Agência Exportador / Endereço / CGC		Para uso do Banco: Documentos recebidos para análise Local e Data Referência do Banco Data de regularização Sacado												
		Entregamos os documentos vinculados à exportação aqui caracterizada e pedimos remetê-los ao exterior de acordo com as instruções indicadas a seguir:												
		Data da Letra	Fatura / Saque nº	Valor	Prazo / Vencimento									
		Mercadoria Embarcação De Para												
Documentos (quantidades)	Saque	Fatura comercial	Fatura consular	Certificado de origem	Seguro/Apólice/Certificado	Romaneio	Certificado de análise	Certificado de peso	Certificado de embarque	Declaração	Outros	Documento embarque		
Comissão de agente em conta gráfica Valor						Nome / Endereço do agente								
Pagamento a ser efetuado: ☐ na liquidação do(s) Contrato(s) de Câmbio ☐ na liquidação da 1ª cambial no exterior ☐ Carta de Crédito Nº Datada de Emitida por Composta de aviso de abertura e de Nº														
Comprometemo-nos em caráter irrevogável e irretratável a: A. indenizar esse Banco pelos gastos ou prejuízos resultantes do retardamento ou da não efetivação total ou parcial do crédito das divisas na conta desse Banco, em consequência do não cumprimento da emenda por nós aceita e não apresentada nesta oportunidade. B. devolver o valor pago por esse Banco quando da utilização do crédito, correspondente às divisas que não vierem a ser creditadas à conta desse Banco, em consequência do não cumprimento da emenda por nós aceita e não apresentada nesta oportunidade. O saldo da carta de crédito será ☐ utilizado ☐ cancelado ☐ Declaramos-nos cientes da existência de discrepâncias entre a Carta de crédito e os documentos. Nº Nossa conta Nº Na agência Para esclarecimentos falar com Telefone														
OBS: Contratos a serem aplicados CCP nº Moeda estrangeira Taxa R\$ Importância R\$														
Atenção 1. Caso não tenhamos assinado qualquer instrução necessária à perfeita liquidação da operação no exterior, fica esse Banco desde já, autorizado a instruir o banqueiro de acordo com sua melhor conveniência. 2. Autorizamos o débito em nossa conta acima, referente às despesas porventura decorrentes de documentos ao exterior.														
Local e data						Local e data Assinatura								

Anexo 11 – Certificado ou Apólice de Seguro

Apólice de Seguro													
RAMO		ESPÉCIE		SUC.	CART.	APÓLICE		ENDOSSO		PROPOSTA		PROCESSAMENTO	
SEGURODO ENDEREÇO				VIGÊNCIA/ COMPETÊNCIA	INÍCIO								
					TÉRMINO								
A.....SEGUROS DAQUI POR DIANTE DESIGNADA SEGURADORA, BASEANDO-SE NAS INFORMAÇÕES CONSTANTES DA PROPOSTA QUE LHE FOI INDICADA, DAQUI POR DIANTE DESIGNADO SEGURODO, PROPOSTA ESSA QUE, SERVINDO DE BASE, A EMISSÃO DA PRESENTE APÓLICE / SUPLEMENTO FICA FAZENDO PARTE INTEGRANTE DESTA CONTRATO, OBRIGA-SE A INDENIZAR, NOS TERMOS E SOB AS CONDIÇÕES GERAIS, PARTICULARIDADES E/OU ESPECIAIS CONVENCIONADAS, INSERIDAS NA PRESENTE OU EM SEM ANEXOS QUE FAZEM PARTES INTEGRANTES DESTA DOCUMENTO, AS CONSEQUÊNCIAS DOS EVENTOS ADIANTE DISCRIMINADOS DE ACORDO COM AS ESPECIFICAÇÕES A SEGURO INCORPORADAS.													
						CONTA DO PRÊMIO							
						Prêmio Tarifa Custo Imposto Prêmio a Vista Juros Prêmio a Prazo							
						PAGAMENTOS / RESTITUIÇÃO DO PRÊMIO							
						NP	VENCIMENTO		VALOR				
COR1/DV	CAR1/DV	CSR1/DV	COR2/DV	CAR2/DV	CSR2/DV	COR3/DV	CAR3/DV	CSR3/DV					
CR	NAT	%RETENÇÃO	P.A	PARC	BANCO I	BANCO II	%DESCONTO	MOEDA	INSPE TOR	PAVOREC.	CORRETOR		
Em testemunho do que, a seguradora neste ato assinada por seu representante legal, assina esta apólice/suplemento em:						UF	CIDADE		DATA	CIA DE SEGUROS.....			
Este documento somente terá validade com a prova do pagamento do prêmio a ele correspondente. Dentro do prazo, na rede bancária.													

Anexo 12 – Contrato de Cambio

Contrato de Câmbio de Compra
Modelo de Contrato de Câmbio de Compra de Exportação
Contrato de Câmbio de Compra - tipo 01
Exportação

Nº ____/____/____ DE ____/____/____ FL. Nº 01

As partes a seguir denominadas, respectivamente, comprador e vendedor, contratam operação de câmbio, nas condições aqui estipuladas.

Comprador:
CGC:
ENDEREÇO:
VENDEDOR:
CGC:
ENDEREÇO:

MOEDA:	TAXA CAMBIAL:
VALOR EM MOEDA ESTRANGEIRA: (	)
VALOR EM MOEDA NACIONAL: (	)

ENTREGA DE DOCUMENTOS	PRAZO DAS CAMBIAIS	LIQUIDAÇÃO ATE;
FORMA DE ENTREGA DA MOEDA ESTRANGEIRA:		
NATUREZA DA OPERAÇÃO: DESCRIÇÃO:		
PRÊMIO: ADIANTAMENTO:		
CORRETOR: CGC:		
CLÁUSULAS CONTRATUAIS		
OUTRAS ESPECIFICAÇÕES:		