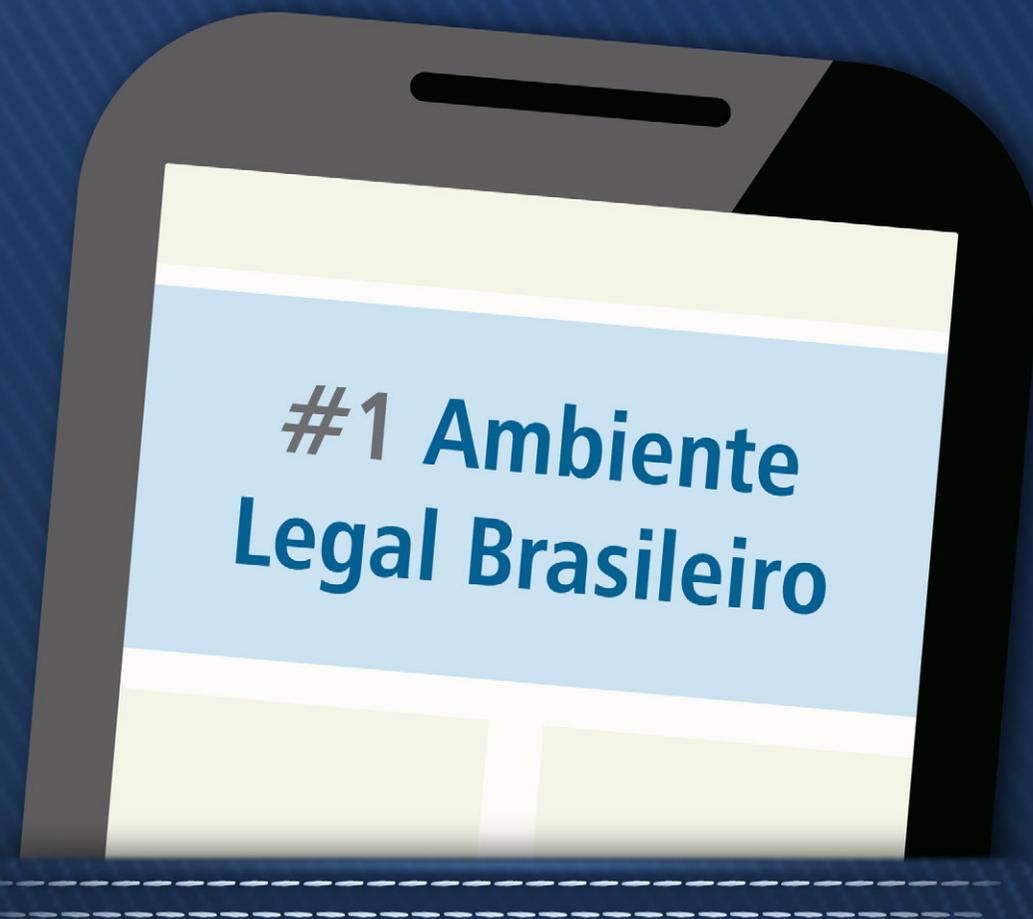


POCKET GUIDE TI

Acessando o mercado externo



TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO BRASILEIRA



TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO BRASILEIRA

Presidente

Rubén Delgado

Vice-Presidente Executivo

Ney Leal

Diretoria de Operações

Glauca Critter Chiliatto

Controller

Fabian Appel Petrait

Área Internacional Softex

Audrey do Prado Lima
Guilherme Skaf Amorim
Gustavo do Vale
Maisa Caixeta
Sabrina Mendes

Equipe técnica

Sabrina Mendes e equipe Drummond

Revisão

Área Internacional Softex e Drummond

Parceiro

Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil)

Cooperação técnica

Drummond

Projeto gráfico e editoração eletrônica

FeelGood Marketing 360
www.feelgood.com.br

Designer gráfico

Wenison Carlos

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista da SOFTEX ou de seu parceiro, Apex-Brasil. A duplicação ou reprodução desta obra, sob qualquer meio, só é permitida mediante autorização da SOFTEX. As ideias expressas nesta publicação poderão ser reproduzidas desde que citada a fonte.

Todos os direitos reservados à Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro – SOFTEX.

Copyright©2015 para SOFTEX





// APRESENTAÇÃO



Softex

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO BRASILEIRA

www.softex.br

A Softex – Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro – é gestora, desde a sua criação em 1996, do Programa para Promoção da Excelência do Software Brasileiro – Programa Softex. É uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) que tem como objetivo executar atividades de apoio, desenvolvimento, promoção e fomento para a Indústria Brasileira de Software e Serviços de TI, sempre pautada pelas seguintes diretrizes: disseminação e auxílio à implantação das melhores práticas em desenvolvimento de software e gestão empresarial, capacitação de recursos humanos para o setor; auxílio à obtenção de recursos financeiros junto a fontes públicas e privadas; produção e disseminação de informações qualificadas sobre e a indústria brasileira de software e serviços de TI; apoio ao empreendedorismo e à inovação; formulação de políticas de interesse do setor; e apoio à criação e ao desenvolvimento de oportunidades de negócios tanto no Brasil como no exterior. O “Sistema Softex” reúne mais de 2.000 empresas de todo o território nacional e é integrado por uma ampla rede formada por 20 agentes regionais que prestam apoio e orientação local às empresas em seu entorno.





// APRESENTAÇÃO



AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO
DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS 

www.apexbrasil.com.br

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) atua para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira. Em parceria com mais de 70 entidades setoriais, a Agência realiza ações diversificadas de promoção comercial, como missões prospectivas e comerciais, rodadas de negócios, apoio à participação de empresas brasileiras em grandes feiras internacionais, e visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião para conhecer a estrutura produtiva brasileira.

Além da sede em Brasília, a Apex-Brasil possui Unidades de Atendimento na maior parte dos estados brasileiros, além de nove Escritórios de Negócios que apoiam os processos de internacionalização das empresas brasileiras e de atração de investimentos estrangeiros. Os Escritórios de Negócios estão localizados em Pequim, na China; Dubai, nos Emirados Árabes Unidos; Miami e São Francisco, nos EUA; Bogotá, Colômbia; Havana, Cuba; Bruxelas, Bélgica; Moscou, Rússia; e Luanda, Angola.





// APRESENTAÇÃO



ACCOUNTING · TAX · LEGAL · ADVISORY

www.drummondcpallc.com

A Drummond presta serviços de consultoria internacional a empresas brasileiras e americanas, com foco nas áreas contábil, tributária, jurídica e de desenvolvimento de negócios. Fundada na cidade de Boston, a consultoria ampliou a sua presença para as cidades de Miami, Nova York, São Paulo e Belo Horizonte, como resultado do crescimento da sua base de clientes e do objetivo de prestar um atendimento personalizado. A empresa conta com uma equipe multidisciplinar de profissionais com certificação, formação e experiência em território brasileiro e norte-americano.



SUMÁRIO

// INTRODUÇÃO.....	7
Um mundo de possibilidades.....	8
// INFLUÊNCIAS AMBIENTAIS.....	11
Influências socioculturais.....	11
Influências tecnológicas.....	14
Influências políticas.....	16
Influências econômicas.....	17
Influências do setor jurídico.....	19
// EXPORTAÇÃO DE SOFTWARE COMO SERVIÇOS SEGUNDO AMBIENTE LEGAL BRASILEIRO.....	20
Modos de prestação.....	20
Atendimento e produção.....	22
Garantias.....	23
// DOCUMENTOS NECESSÁRIOS À EXPORTAÇÃO DE SERVIÇOS.....	24
Contrato de compra e venda internacional.....	24
Faturas.....	25
Contrato de câmbio.....	27
Registro no Siscoserv.....	27
// MECANISMOS FINANCEIROS.....	29
// IMPLICAÇÕES TRIBUTÁRIAS.....	32
A pessoa jurídica estabelecida no exterior e seu trata- mento tributário no Brasil.....	34
Downloads de aplicativos realizados no exterior.....	35
// AGRADECIMENTOS.....	36
// REFERÊNCIAS.....	37



// Introdução

Com uma linguagem simples e prática, o *Pocket Guide TI* visa auxiliar empreendedores de pequeno e médio porte do setor de software e serviços de TI a esclarecer dúvidas elementares acerca do mercado externo. A fim de compartilhar informações atuais de forma concisa, links e ferramentas online são disponibilizados, possibilitando ao leitor aprofundar e reciclar seus conhecimentos no tema. Vale salientar que essa proposta não exclui a necessidade de análise de cada etapa aqui mencionada segundo o ambiente no qual o empreendedor se encontra e pretende a vir estar.

DICA

Concebidos de forma participativa, os tópicos aqui abordados foram indicados por empreendedores atuantes no mercado externo. Você também pode sugerir tópicos a serem discutidos nas próximas edições do *Pocket Guide TI* por meio do e-mail sabrina@softex.br.

Internacionalização via progressão linear das exportações



Figura 1. Fonte: JOHANSON e VAHLNE, 1977. Elaborado pela Softex.

DICA

Num ambiente global e não linear de possibilidades, a rede de contatos formal e informal do empreendedor no exterior pode ser determinante na definição da estratégia da empresa.

UM MUNDO DE POSSIBILIDADES

O processo de internacionalização costuma ser visto como uma abordagem evolucionista, no qual a empresa deve passar por uma evolução linear das exportações para expandir além-fronteiras (figura 1). Porém, na realidade, uma empresa pode ser internacionalizada sem nunca ter exportado. Principalmente no universo da TI, a exportação é uma das diversas formas possíveis de modo de entrada no mercado externo (figura 2).

Diversos modos de entrada no mercado externo



Figura 2. Fonte: European Journal of Marketing, 2004. Elaborado pela Softex

Motivações

As motivações na busca pela expansão internacional são diversas. Muitas vezes elas advêm mais de uma necessidade imperativa do que de uma decisão deliberada. O fato é que uma empresa atuante no mercado externo costuma ter maior produtividade e rentabilidade em seu setor de atuação. Uma vez que essa máxima é compartilhada por todos os dirigentes no seio de uma organização, esforços de transformação devem ser colocados em prática no dia a dia da empresa.

Desafios

Adaptações devem ocorrer em inúmeras frentes como produto, serviço, marketing e suporte pós venda. Nesse sentido, a adequação dos softwares às características regionais é importante, mas a preparação da infraestrutura interna da própria empresa é primordial. Um grande desafio enfrentado pela maioria é a sua condição de pequena empresa. Mas independente do seu porte, uma estratégia precisa ser delineada.

Como agir

Deve-se definir, por exemplo, quem será o “executivo da internacionalização”. Um dos sócios poderá assumir mais essa tarefa em tempo parcial, todavia, o plano de ações deve ter tempo dedicado e organizado, pois com o famoso “tempo que sobra” não deve funcionar. Todo esse processo de transformação leva tempo, naturalmente, novas atividades entrarão em pauta enquanto outras terão uma dedicação menor.

- Inovação;
- Faturamento (R\$ x Moeda estrangeira);
- Competitividade (diferenciação dos concorrentes);
- Aumento de escala e redução de custos;
- Diversificação de mercados;
- Maior poder de barganha e Redução de riscos;
- Desenvolvimento de Equipes multiculturais.

- Delineamento de estratégia de Internacionalização;
- Adaptação da infraestrutura interna;
- Preparo de pessoas, processos e modelo organizacional;
- Acúmulo de novos conhecimentos, como outras legislações;
- Alcance de máxima qualidade de processos e produtos;
- Captação ou realocação de recursos financeiros.

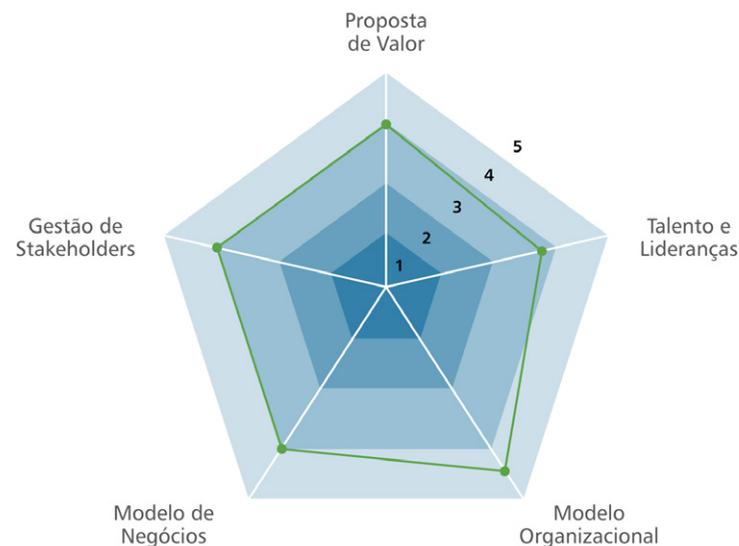
- Estudar mercados;
- Avaliar o potencial dos produtos em novos mercados;
- Definir planos de adequação da solução;
- Adaptar e localizar materiais e website;
- Selecionar canais e parceiros;
- Participar de missões de prospecção no exterior.

DICA

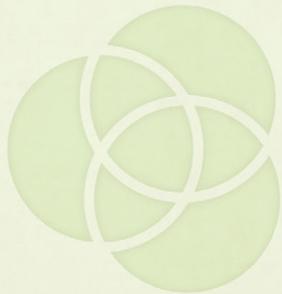
Os esforços de transformação mencionados nos tópicos acima devem compor o planejamento estratégico da empresa. Para tanto, a Softex propõe a Metodologia de Análise de Potencial de Internacionalização, disponível gratuitamente em seu site www.softex.br/ps. Por meio dessa ferramenta, o empreendedor pode refletir sobre sua atual realidade à luz do Modelo de Criação de Valor Internacional da Fundação Dom Cabral (FDC), descobrindo seu potencial de internacionalização e delineando os aspectos fundamentais de sua estratégia para o mercado externo.

Deve-se ter em mente que a estratégia de internacionalização é um processo em permanente evolução que, como um "organismo vivo", deve ser constantemente adaptada ao ambiente no qual a empresa está inserida. As condições mercadológicas e regulamentações mudam constantemente, podendo ter impactos sobre os negócios. Diante disso, a série de *Pocket Guide TI*, proposta

Análise de potencial de internacionalização



pela área internacional da Softex, pretende informar sobre as mais atuais ferramentas de análise, regulamentações e tendências de mercado externo inerentes ao setor de TI. Esta primeira edição introdutória #1 *Ambiente Legal Brasileiro* visa tratar dos trâmites de exportação sob a influência do ambiente legal brasileiro.



// INFLUÊNCIAS AMBIENTAIS

Diversos fatores podem influenciar positivamente ou negativamente no rumo além-fronteiras. A seguir trazemos pistas de como lidar com as Influências socio-culturais, tecnológicas, políticas, econômicas e setor jurídico¹.

INFLUÊNCIAS SOCIOCULTURAIS

Considerando que os problemas das sociedades são semelhantes e que somente as respostas são diferentes², o conjunto de fenômenos e respostas

Notas:

1. DOOLE, I.; LOWE, R. International Marketing Strategy: Analysis, Development and Implementation. Londres: Thomson Learning, 2008.

2. HOFSTEDE, Geert. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations. California: Sage Publications, 2001.

culturais pode ser agrupado em cada uma das seguintes cinco dimensões:

1. Distância do poder;
2. Individualismo;
3. Masculinidade;
4. Medo da mudança;
5. Pragmatismo.

DICA

Cultura é a programação coletiva da mente que distingue os membros de uma determinada categoria de pessoas das outras. *Hofstede, 2001*

CASE

A Totvs, no início de sua inserção na América Latina, subestimou as peculiaridades do idioma espanhol. Hoje, ela conta com uma política consistente de subsídio a línguas para sua equipe, bem como prevê tradução on-line de telas e manuais.

Saiba mais: [Blog da Softex](#)



Essa metodologia foi criada a partir de uma pesquisa realizada junto às subsidiárias da IBM em mais de 50 países, podendo ser aplicada gratuitamente à realidade de sua empresa por meio da ferramenta online abaixo³.

Ferramenta de comparação de países

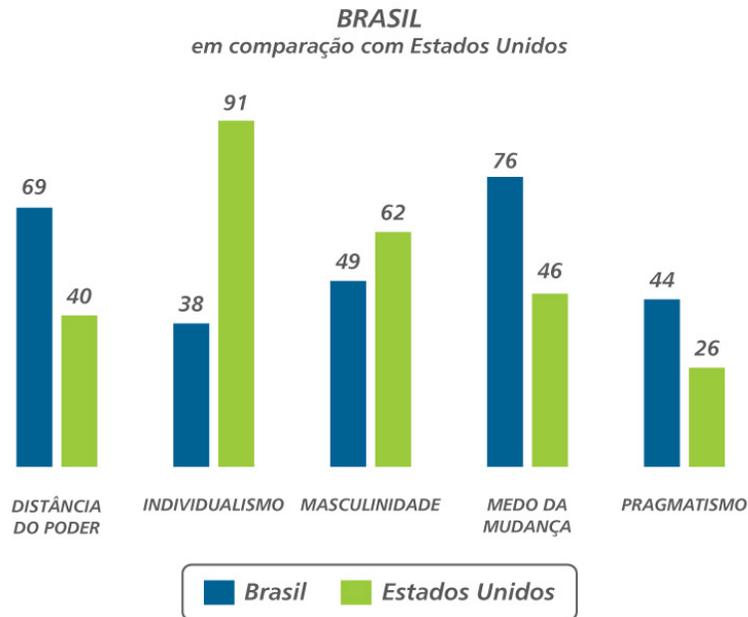


Figura 3. Fonte: Hofdtede, 2001.

CASE

A CINQ, especializada em soluções de software, aplicativos mobile e outsourcing de TI, acredita ser muito mais próxima e acolhedora culturalmente dos clientes europeus e norte-americanos do que os concorrentes indianos, isso sem contar o fuso horário do Brasil que é mais favorável.

Saiba mais: [Blog da Softex](#)



Notas:

3. Na figura 3 são comparados os aspectos culturais entre Brasil e Estados Unidos. "Pragmatismo" reflete, por exemplo, como cada sociedade tem de manter alguns laços com o seu próprio passado enquanto lida com os desafios do presente e do futuro. A baixa pontuação dos EUA nesta dimensão indica que eles preferem manter as tradições e normas enquanto encaram as mudanças sociais com desconfiança. Os americanos estariam propensos a analisar novas informações e a verificar sua autenticidade. Mas isso não deve ser confundido com o fato de que eles são muito práticos.

4. LEWIS, Richard. When Cultures Collide: Leading Across Cultures. Boston: Nicholas Brealey Publishin, 2006

INFLUÊNCIAS TECNOLÓGICAS

A infraestrutura de comunicações e acesso à Internet pode ter papel decisivo no sucesso ou no fracasso de um produto ou serviço ofertado por empresas de software e serviços de TI. Mesmo empresas que pretendem atuar no modelo 100% digital para vendas em mercados internacionais devem estar consistentemente informadas sobre a estrutura, disponibilidade e custos de acesso à Internet via banda larga no país de destino.

Por outro lado, são inúmeras as possibilidades de negociação e trabalho em conjunto a partir de diversos pontos do planeta graças ao uso da tecnologia: Vídeo, conferências, voicemail, electronic live-boards etc. Ainda assim, equipes distantes fisicamente só podem ser efetivas se forem criados laços de confiança com a devida disciplina no uso das tecnologias⁵.

Notas:

5. BENSON-ARMER, R.; HSICH, T-Y. Teamwork across time and space. Revista The Mckinsey quarterly. Edição 4. 1997

Relacionamentos virtuais

Desafios	Alternativas
<p>1. Fuso Horário: conference calls, tomadas de decisões e entregas sob a determinante de diversos horários comerciais no globo.</p>	<p>Estabelecer regras sobre horários das calls, usar ferramentas inteligentes de controle de agendas para evitar desencontros; ter o fuso como diferencial competitivo em certos mercados.</p>
<p>2. Comunicação: expressão facial e “olho no olho” representam até 60% de uma mensagem transmitida.</p>	<p>Definir agenda de teleconferências semanais ou diárias de follow-up, usando telas e câmeras em espaços adequados para o máximo de interação e contato visual.</p>

DICA

“Existem os dois lados da moeda tecnológica”. Por um lado, a tecnologia pode ajudar a descobrir oportunidades de negócio que de outra forma permaneceriam fora do nosso alcance. Por outro lado, não pode apagar as dificuldades enfrentadas pelas relações globais que raramente, ou nunca, se reúnem no mesmo lugar. Na verdade, a tecnologia às vezes pode se revelar um falso amigo.

Teamwork across time and space.
Mckinsey quarterly, 1997

Desafios	Alternativas
<p>3.Confiança: pessoas que se conhecem pouco, não se cruzam na pausa do cafezinho nem trabalham juntas até tarde. Além disso, a tecnologia por si só não ajuda na superação de diferenças culturais.</p>	<p>Aproveitar eventuais encontros para construir relacionamento além trabalho (jantar, almoço, dinâmicas, confraternização). Definir eventos a distancia com posterior compartilhamento de fotos e novidades (ex. café da manhã mensal).</p>
<p>4.Isolamento: membros da equipe podem sofrer isolamento em relação ao resto da equipe, sem conseguir compartilhar suas dúvidas e ideias.</p>	<p>Usar liveboards que mostram a tela de um dado projeto, possibilitando alterações online por diferentes pessoas com as devidas indicações das revisões efetuadas. Uso de "virtual team room"(VTR) com pré definição de periodicidade, conteúdo mínimo a ser compartilhado e idioma.</p>
<p>5.Conflitos: demandas e prioridades concorrentes, enquanto que o indivíduo é influenciado por sua realidade local e urgências imediatas.</p>	<p>Decidir e implantar as regras, os canais de comunicação e as ferramentas necessárias à criação dos espaços virtuais. Funções, metas e responsabilidades individuais e coletivas devem estar bem definidas desde o início dos trabalhos, já com uma devida agenda de follow up. É necessário disciplina para construir objetivos comuns, confiança e um espaço compartilhado de trabalho.</p>

Tabela 1. Fonte: Mckinsey quaterly, 1997. Elaborado pela Softex

CASE

Na CI&T, multinacional brasileira de TI, o espírito de colaboração é parte fundamental de sua cultura. A empresa promove o multiculturalismo e a colaboração no ambiente de trabalho, incentivando a produção de conteúdo em diversos idiomas em seus canais digitais. O sucesso deste modelo resultou inclusive, no desenvolvimento de um novo produto de colaboração, curadoria e entrega personalizada de conteúdo que está sendo usado por grandes clientes da empresa.

Saiba mais: [CI&T](#)



INFLUÊNCIAS POLÍTICAS

O ambiente político do mercado internacional inclui qualquer fator político nacional ou internacional que possa afetar as operações ou a tomada de decisão de uma empresa. A política está diretamente relacionada à atitude do

governo em relação aos negócios e ao grau de liberdade dado às empresas para realizar suas operações. A mudança de normas e regulamentos têm efeitos na estratégia internacional, desencadeando oportunidades e ameaças que devem ser monitoradas continuamente.

Ameaças	Oportunidades
<p>Ações físicas: intervenções diretas do governo, como confisco sem qualquer forma de indenização, expropriação ou nacionalização forçada.</p> <p>Restrições operacionais: mudança de controles governamentais, políticas de emprego, obrigatoriedade de parcerias locais com participação societária e funcionalidades específicas de um software.</p> <p>Restrições discriminatórias: contra empresas estrangeiras. Essas restrições tendem a se materializar como sobretaxas a tarifas, falta de transparência em anúncios e critérios diferentes para participação de licitações.</p>	<p>Compras governamentais: muitos governos tentam comprar de empresas nacionais. Na América Latina, o Brasil não possui acordos relevantes em compras governamentais enquanto que, por outro lado, os países da região também fazem uso de medidas protecionistas. De toda forma, os governos permitem a inscrição de empresas estrangeiras em seus portais internet. Por meio do portal <i>Red Interamericana de Compras Gubernamentales</i> é possível acessar a relação de contatos e sites de compras de 32 países na América Latina, link www.ricg.org.</p>

Tabela 2. Elaborado pela Softex, 2015

CASE

A MV, empresa de software para área da saúde, venceu em 2013 uma importante licitação no Chile por meio do portal de compras governamentais do país.

Saiba mais: [Blog da Softex](#)



INFLUÊNCIAS ECONÔMICAS

As diferenças de modelos econômicos em função do estágio de desenvolvimento de países é outro fator com grande grau de influência no ambiente internacional. Em países desenvolvidos, como os Estados Unidos, os mercados são altamente profissionalizados e de fácil acesso ao crédito. Nos países emergentes, como é o caso do Brasil, convivem duas economias, uma próxima dos países desenvolvidos e outra próxima dos países em estado inicial de desenvolvimento. Em países subdesenvolvidos, normalmente, a infraestrutura deixa a desejar, o setor público costuma ser vagaroso e burocrático.

É possível ter uma visão macro de mercados-alvo através de relatórios disponibilizados gratuitamente por instituições e consultorias internacionais. O World Economic Forum, por exemplo, disponibiliza a cada dois anos um estudo comparativo de competitividade de mais de 140 países.

Ao lado, uma possível análise dos Estados Unidos com doze variáveis elencadas como infraestrutura, inovação, sofisticação dos negócios, tamanho de mercado e prontidão tecnológica. Clique na figura para acessar a versão completa e interativa da metodologia para o seu mercado de destino.

Ferramenta de comparação de competitividade de países

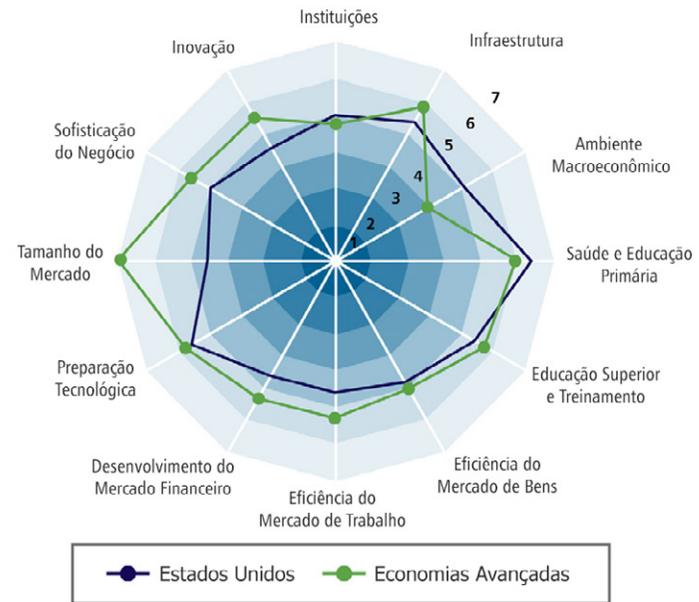


Figura 5. The Global Competitiveness Report, 2014-2015.

Estudos de mercado direcionados sobre setores específicos, como o de TI, costumam ser elaborados por consultorias e institutos de pesquisa especiali-

zados. Estudos de mercado e relatórios macroeconômicos, pagos e gratuitos, podem ser encontrados na internet.

Pesquisa de mercado

Fontes de estudos Macroeconômicos:	Fontes de estudos específicos para o setor de TI:
<u>Apex-Brasil – Brasil</u>	<u>Connect Americas</u>
<u>Brasil Global Net</u>	<u>Ernst & Young</u>
<u>Euromonitor International</u>	<u>Forrester</u>
<u>HLB International</u>	<u>Gartner</u>
<u>The Global Innovation Index</u>	<u>McKinsey & Company</u>
<u>UN Comtrade Database</u>	<u>NIST</u>
<u>World Bank</u>	<u>Softex</u>
<u>World Economic Forum</u>	<u>The Economist Intelligence Unit</u>
	<u>UNCTAD</u>
	<u>World Bank</u>
	<u>Nesta</u>
	<u>EPSRC</u>

Tabela 3. Elaborado pela Softex, 2015

CASE

A Qual Canal, startup atuante na área de TV social no Brasil, buscou criar laços com os EUA desde sua fundação em 2012. Ao Participar de eventos no país e prospectar possíveis investidores, conseguiu ser uma das eleitas para integrar o programa de incubação da 500 Startups no Vale do Silício.

Saiba mais: [*Blog da Softex*](#)



INFLUÊNCIAS DO SETOR JURÍDICO

Os sistemas legais e tributários variam tanto em interpretação quanto em conteúdo, de país para país. Além disso, a interpretação das leis em uma determinada localidade, normalmente é afetada por suas dimensões adjacentes.

Dimensões jurídicas

Legislação internacional: envolve aspectos de cooperação e tratados internacionais

Legislação federal: regras aplicáveis em todo território de estados federados, como o Brasil, trata de aspectos que regem federativamente uma nação.

Legislação estadual e municipal: engloba interesses de estados, províncias e municípios.

Tabela 4. Fonte: MDIC 2013. Elaborado pela Softex

Trataremos a seguir da legislação brasileira que incide nos trâmites de exportação de software e serviços de TI.

CASE

A P3D, da área de software educacional, afirma que no início de sua internacionalização a empresa correu riscos que podiam ter sido evitados. Hoje, com presença em 25 países, eles reconhecem a necessidade de se preparar antes de ir além-fronteiras.

Saiba mais: [Blog da Softex](#)





// EXPORTAÇÃO DE SOFTWARE COMO SERVIÇOS SEGUNDO AMBIENTE LEGAL BRASILEIRO

Para exportar a empresa deverá cumprir uma série de pré-requisitos burocráticos condizentes à natureza de seu negócio. Há diferença de tratamento entre software como serviço e software como produto. O presente *Pocket Guide TI* foca nos trâmites inerentes à exportação de software como serviço.

MODOS DE PRESTAÇÃO

No Brasil é adotado o conceito de prestação de serviços definido pela Organização Mundial do Comércio – OMC. A exportação de serviços compreende diferentes situações envolvendo a transposição de fronteiras do serviço, do consumidor ou do prestador do serviço.



Software como serviço é uma variedade de serviços direta ou indiretamente relacionados a software, desde capacitação até o desenvolvimento sob encomenda; enquanto que produto é aquele software pronto, um pacote que pode ser adquirido no varejo, por exemplo. O empreendedor pode consultar um advogado ou contador especializado no tema para identificar a situação específica de seu negócio.

Os quatro modos de serviços



Figura 6. MDIC 2013.
Elaborado pela Softex

Presença comercial no exterior

Serviço prestado por residente no exterior relacionado a uma pessoa jurídica domiciliada no Brasil. Ex.: filiais bancárias no exterior de banco brasileiro;

Movimento temporário de pessoas físicas

Residente no Brasil desloca-se por tempo limitado ao exterior para prestar um serviço a residente no exterior. Ex.: desenvolvedor de TI desloca-se para o exterior a fim de prestar serviço.

Comércio transfronteiriço

Serviço prestado no Brasil a residente no exterior. Ex.: serviço vendido via internet;

Consumo no Brasil

Serviço consumido no território brasileiro por residente no exterior. Ex.: empresa estrangeira envia equipamento para reparo no Brasil;

ATENDIMENTO E PRODUÇÃO

A fim de atender plenamente e de forma continuada às expectativas do cliente, diferentes modelos de entrega podem ser utilizados pela empresa.

Dimensões jurídicas

Venda Direta;

Franchising;

Comércio eletrônico;

Prestação do serviço a partir do Brasil;

Estabelecimento de presença comercial no exterior, como sucursal, filial, controlada ou coligada;

Disponibilização de profissionais para serem alocados aos clientes;

Plataforma no Brasil exclusiva para a exportação de serviços ou para atendimento de clientes específicos;

Definição de estratégias combinadas de *onshore* (atendimento e/ou produção no país de destino da prestação), *offshore* (atendimento e/ ou produção no país de origem da prestação), *onsite* (atendimento e prestação no ambiente de produção da empresa);

Tabela 5. Fonte: MDIC, 2013.

CASE

A MC1, atuante em tecnologias móveis corporativas, precisou adequar seu modelo de negócios à sua proposta de valor a fim de atender clientes globais instalados na América Latina.

Saiba mais: [Blog da Softex](#)



DICA

Ao definir seu modelo de entrega, o empreendedor deverá levar em conta as implicações tributárias e financeiras. As regulamentações costumam, por exemplo, ser mais simples em caso de venda direta e mais complexas em caso de abertura de pessoa jurídica no exterior.

GARANTIAS

O importador tem como objetivo assegurar-se que receberá o serviço contratado, podendo exigir documentos que comprovem a capacidade econômica do exportador. Essas garantias costumam ser disponibilizadas por bancos de primeira linha sob um custo que varia de 3 a 5% do valor do contrato.

Tipos de garantias internacionais

Bid Bond: para participação em concorrência no exterior e cumprimento de condições estipuladas no edital.

Performance Bond: assegura o fornecimento dos serviços assumido pelo exportador brasileiro.

Refundment Bond: garantia de reembolso dos pagamentos efetuados pelo importador no exterior, de forma antecipada, em caso de falta de cumprimento das obrigações contratuais de fornecimento.

Seguro de Crédito à Exportação: assegura as exportações brasileiras contra os riscos comerciais, políticos e extraordinários que possam afetar as transações econômicas e financeiras vinculadas a operações de crédito à exportação.

Tabela 6. Fonte: MDIC, 2013.

DICA

Adicionalmente, o exportador pode se informar sobre os Acordos Internacionais firmados pelo Brasil no site do [MRE](#)



// DOCUMENTOS NECESSÁRIOS À EXPORTAÇÃO DE SERVIÇOS

O exportador deve obter do importador a relação dos documentos que deverão ser providenciados para a efetivação do negócio.

Principais documentos da exportação

Contrato de compra e venda/prestação de serviços internacional;

Nota Fiscal;

Fatura Invoice ou Fatura Proforma;

Fatura Comercial ou Commercial Invoice;

Contrato de câmbio ou Contrato de Câmbio Simplificado.

CONTRATO DE COMPRA E VENDA INTERNACIONAL

O Contrato de Compra e Venda/Prestação de Serviços Internacional, seja de caráter formal ou informal, precede a operação de exportação. Normalmente, as condições para realização da transação surgem a partir dos contatos entre o exportador e o importador. Quando o contrato é formal, ele comprova a relação comercial entre as partes, estabelecendo direitos e obrigações.

Descrição e características da prestação do serviço;

Preço, Prazo e Forma de pagamento;

Local, Data e Prazo da prestação do serviço;

Bancos que intervêm na operação;

Tabela 7. Fonte: MDIC, 2013.



Tipo de seguro, caso seja contratado;

Documentos exigidos pelo importador

Acordo de Nível de Serviço (*Service Level Agreement*)

Tabela 8. Fonte: MDIC, 2013. Elaborado pela Softex

FATURAS

É comum exportadores iniciantes apresentarem dúvidas sobre a diferença entre fatura comercial e fatura proforma. A fatura proforma é emitida pelo exportador na fase inicial da negociação, equivale a um orçamento. Já a fatura comercial é o processo finalizado, apresenta todas as informações iniciais que foram declaradas na fatura proforma e aprovadas pelo importador. Ambos os documentos não obedecem a um formato oficial, modelos podem ser encontrados na internet, mas ajustes devem ser feitos segundo as regras do país do importador.

Detalhes das Faturas

Fatura Proforma ou Fatura Invoice	Fatura Comercial ou Commercial Invoice
<p>Função: formaliza e confirma a negociação, desde que devolvido ao exportador com o aceite do importador para as especificações contidas. Muitas vezes a Fatura Proforma substitui o contrato.</p>	<p>Função: com validade internacional, equivale à Nota Fiscal no exterior. Representa a operação comercial em si e sua finalidade é formalizar a prestação do serviço.</p>

DICA

O Acordo de Nível de Serviço surgiu no contexto dos contratos de tecnologia da informação. A pactuação de níveis de serviço entre as partes de um contrato, bem como seus respectivos indicadores e metas, configura um instrumento para a organização da prestação do serviço no exterior, resguardando o empreendedor de eventuais questionamentos não pactuados anteriormente. O Acordo de Nível de Serviço pode tanto ser uma parte integrante do Contrato de Compra e Venda/Prestação de Serviços Internacional quanto um documento adicional.

Fatura Proforma ou Fatura Invoice	Fatura Comercial ou Commercial Invoice
<p>Conteúdo: deve informar nome do vendedor e endereço, nome do comprador e endereço, nome do representante e de uma forma sumária, as condições em que foram efetuados a venda e o prazo de pagamento.</p>	<p>Conteúdo: deve informar a descrição da prestação do serviço; prestador e tomador conforme a qualificação indicada no contrato; número do documento que auxilia na identificação do processo; data de emissão; menção da identificação do contrato ou fatura proforma; valor total do pagamento ou parcela; forma de pagamento conforme contrato; e dados bancários do prestador.</p>
<p>Formato: similar à fatura comercial (definitiva), porém com características de um orçamento, não gerando obrigação de pagamento por parte do comprador.</p>	<p>Formato: deve conter as mesmas informações básicas do contrato firmado, caso o pagamento seja parcelado, será necessário emitir nova fatura a cada vencimento.</p>
<p>Idioma: preferencialmente inglês ou idioma do país importador.</p>	<p>Idioma: preferencialmente inglês ou idioma do país.</p>
<p>Emissor: a Fatura Proforma é emitida pelo prestador do serviço ao residente ou domiciliado no exterior.</p>	<p>Emissor: documento internacional emitido pelo exportador.</p>

Tabela 9. Fonte: MDIC, 2013. Elaborado pela Softex

DICA

Os dados bancários do prestador devem ser informados detalhadamente na Commercial Invoice com nome do banco; endereço no Brasil, telefone (+55...); pessoa de contato; agência e conta do prestador; códigos internacionais fornecidos pelo banco; beneficiário da remessa igual ao cadastro no banco.

CONTRATO DE CÂMBIO

O ingresso e a saída de moeda estrangeira correspondente ao recebimento das exportações, que não envolvam a manutenção de recursos no exterior, devem ser efetuados mediante a celebração e liquidação de contrato de câmbio em banco autorizado.

Detalhes do contrato de câmbio

Função: instrumento firmado entre o vendedor e o comprador de moedas estrangeiras (instituição financeira autorizada a operar no mercado de câmbio) que tem por objetivo a troca de divisas

Conteúdo: deve informar comprador, endereço, vendedor, CNPJ, endereço, moeda, taxa cambial, valor em moeda estrangeira e nacional, forma de entrega da moeda estrangeira, natureza da operação

Formato: menciona as características completas das operações de câmbio e as condições sob as quais se realizam.

Emissor: banco autorizado a operar no mercado de câmbio.

Tabela 10. Fonte: MDIC, 2013. Elaborado pela Softex

Notas:

6. Sistema Integrado de Comércio Exterior de Serviços, Intangíveis e Outras Operações que Produzam Variações no Patrimônio.

DICA

O contrato de câmbio pode ser alterado desde que as alterações sejam acordadas por ambas as partes, mediante preenchimento de formulário Bacen-Tipo 07. Ele também pode ser cancelado desde que esteja dentro dos prazos definidos pelo governo.

REGISTRO NO SISCOSEV

Para efeito de comparação pode-se dizer que o SISCOSEV⁶ está para o setor de serviços como o Siscomex está para o de bens. Toda operação de comércio exterior de serviços deve ser registrada nesse sistema, por meio do link www.siscoserv.mdic.gov.br.

Sobre o SISCOSEV

Função: Gerar estatísticas para o governo sobre o comércio exterior de serviços

Nomenclatura: O registro faz uso da Nomenclatura Brasileira de Serviços (NBS). Com 9 dígitos, as regras de classificação são baseadas na nomenclatura da ONU, a *Central Product Classification* (CPC)

Obrigatoriedade: Com algumas exceções, é obrigatório a todos os residentes ou domiciliados no Brasil que realizem, com residentes ou domiciliados no exterior, operações de venda ou aquisição de serviços, intangíveis e outras operações que produzam variações no patrimônio, inclusive operações de exportação e importação de serviços.

Penalidades: Multas são aplicadas por falta de registro ou atrasos. São R\$ 100 para pessoas físicas por mês atrasado e, no caso de empresas, o valor pode variar entre R\$ 500 e R\$ 1,5 mil. Omissões e informações incompletas também podem gerar penalidades.

Prazos: Três meses após a data da prestação do serviço. O sistema começou a operar em 2012, mas a coleta de registros de serviços de tecnologia da informação começou em fevereiro de 2013.

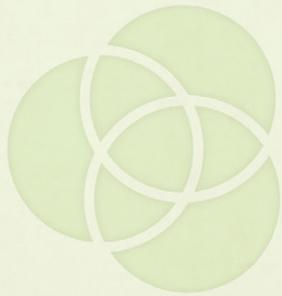
Usuário: empresas brasileiras, entidades e pessoas físicas com operações acima de 30 mil dólares mensais.

Exceção: Estão dispensadas do registro Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – Simples Nacional e os Microempreendedores Individuais – MEI.

Tabela 11. Fonte: MDIC, 2013. Elaborado pela Softex

DICA

Em 12 de janeiro de 2015 foi aprovada a 9ª edição do Manual do Siscoserv. Mais informações sobre a legislação relativa aos registros, bem como sobre as informações que devem ser registradas estão disponíveis nos Manuais Informatizados do Sistema, disponíveis [aqui](#).



// MECANISMOS FINANCEIROS

O acesso fácil e barato a fontes de crédito representa um importante fator de competitividade. Incentivos são disponibilizados pela União, Tesouro Nacional e BNDES para empresas exportadoras de software e serviços de TI.

Incentivos Financeiros

Mecanismo	Mais informações
<p>ACC Adiantamento sobre Contrato de Câmbio: Antecipação em moeda nacional relativa ao preço da moeda estrangeira vendida ao banco autorizado a operar no mercado de câmbio, pelo exportador, para entrega futura, feita antes da prestação do serviço no exterior.</p>	<p><u>Banco Central do Brasil</u> <u>Aprendendo a Exportar</u></p>
<p>ACE Adiantamento sobre Cambiais Entregues: Antecipação em moeda nacional do valor a ser ingressado (venda com prazo), sobre uma prestação do serviço realizada no exterior.</p>	<p><u>Banco do Brasil</u></p>

CASE

Por meio do Prosoft, a fábrica de software Squadra Tecnologia pode se reinventar para melhor enfrentar a concorrência local e global.

Saiba mais: [Softex](#)



Mecanismo	Mais informações
<p>CCR Convênio de Pagamentos e Créditos Recíprocos: Garantias recíprocas de conversibilidade, de transferibilidade e de reembolso entre bancos centrais dos países da Associação Latino-Americana de Integração - ALADI. No caso de um país deixar de honrar algum pagamento por ocasião da compensação multilateral quadrimestral, o Convênio determina o acionamento do Programa Automático de Pagamento - PAP, mecanismo que estabelece um parcelamento do valor devido em quatro prestações mensais.</p>	<p><u>Banco Central do Brasil</u> <u>Banco do Brasil</u></p>
<p>FGE Fundo de Garantia à Exportação: Garantia prestada pela União nas operações de Seguro de Crédito à Exportação SCE, que objetiva segurar as exportações brasileiras contra os riscos comerciais, políticos e extraordinários que possam afetar as transações econômicas e financeiras vinculadas a operações de crédito à exportação.</p>	<p><u>Ministério da Fazenda</u> <u>BNDES</u></p>
<p>PROEX Equalização: Cobertura de parte dos encargos financeiros incidentes, de forma a tornar as taxas de juros equivalentes às praticadas internacionalmente.</p>	<p><u>CAMEX</u></p>
<p>PROEX Financiamento: Financiamento direto ao exportador brasileiro ou importador, com recursos financeiros obtidos junto ao Tesouro Nacional, para conceder às exportações brasileiras condições equivalentes às do mercado internacional.</p>	<p><u>Banco do Brasil</u></p>

Mecanismo	Mais informações
<p>Prosoft (Programa para o Desenvolvimento na Indústria Nacional de Software e Serviços de Tecnologia da Informação): Linha de financiamento criada pelo BNDES em parceria com a Softex que visa contribuir para o desenvolvimento do setor de TI. Um de seus pilares é o fomento à internacionalização. A área de investimentos da Softex, além de buscar recursos através da linha de crédito Prosoft, atua na identificação de oportunidades de cooperação e orientação das melhores alternativas de capitalização e eficiência financeira.</p>	<p><u>Softex</u></p>

Tabela 12. Fonte: MDIC, 2013.

DICA

Caso a empresa precise manter recursos no exterior, a legislação atualmente autoriza a manutenção no exterior da totalidade dos recursos relativos ao recebimento de exportações. A IN 726/2007 da RFB prevê que esses recursos mantidos no exterior devem ser utilizados em casos específicos, como pagamento de obrigações. Já a Resolução 3.568 do Bacen define regras específicas para o recebimento do valor decorrente de exportação. Saiba mais por meio dos links da [Receita Federal](#) e do [Banco Central](#).



// IMPLICAÇÕES TRIBUTÁRIAS

O Brasil confere incentivos fiscais para empresas exportadoras. A Constituição da República de 1988 protege as exportações de várias formas, concedendo imunidade contra tributação em alguns casos.

Mecanismos Fiscais

Modalidade	Mais informações
PIS/PASEP: A contribuição para o PIS/Pasep não incidirá sobre as receitas decorrentes das operações de prestação de serviços para pessoa física ou jurídica residente ou domiciliada no exterior, cujo pagamento represente ingresso de divisas, conforme dispõe o artigo 5º da Lei 10.637/02.	<u>Caixa Econômica Federal</u>
COFINS: Atualmente a não incidência está prevista no artigo 6º da Lei 10.833/03, cujo pagamento represente ingresso de divisas; (Redação dada pela Lei nº 10.865, de 2004).	<u>Receita Federal</u>
IRPJ e CSLL: Deverão ser tributados conforme a sistemática de apuração do lucro da empresa.	Receita Federal <u>Link 1</u> / <u>Link 2</u>

Modalidade	Mais informações
<p>ISS: Não incide sobre as exportações de serviços para o exterior do país, conforme o artigo 2º, I, da Lei Complementar 116/2003. Mas, também de acordo com a LC 116/2003, serão tributáveis os serviços desenvolvidos no Brasil, cujo resultado aqui se verifique, ainda que o pagamento seja feito por residente no exterior. Recomenda-se verificar com um contador ou advogado especializado as situações factuais específicas, pois o traço distintivo, que pode levar à desoneração do ISSQN sobre a exportação de serviços, reside no local onde se deve dar como verificado o resultado da sua prestação.</p>	<p>Entrar em contato com a Secretaria de Fazenda do Município ou Distrito Federal.</p>
<p>REPES: Regime Especial de Tributação para a Plataforma de Exportação de Serviços de TI – Lei 11.196, de 21 de novembro de 2005. Para o REPES, considera-se empresa preponderantemente exportadora aquela que exerça as atividades de desenvolvimento de software ou de prestação de serviços de tecnologia da informação e que, por ocasião da sua opção pelo REPES, assuma compromisso de exportação igual ou superior a 50% (cinquenta por cento) de sua receita bruta anual decorrente da venda dos bens e serviços. As empresas que se enquadram no RECAP e REFES deixam de pagar PIS e COFINS sobre alguns bens incorporados ao seu ativo imobilizado ou sobre serviços importados, a depender de cada caso.</p>	<p><u>Receita Federal</u></p>
<p>RECAP: Regime Especial de Aquisição de Bens de Capital para Empresas Exportadoras – Lei 11.196, de 21 de novembro de 2005, em que é beneficiária do RECAP a pessoa jurídica preponderantemente exportadora, assim considerada aquela cuja receita bruta decorrente de exportação para o exterior, no ano calendário imediatamente anterior à adesão ao RECAP.</p>	<p><u>Receita Federal</u></p>

Tabela 13. Fonte: MDIC, 2013.

A PESSOA JURÍDICA ESTABELECIDA NO EXTERIOR E SEU TRATAMENTO TRIBUTÁRIO NO BRASIL

Empresas exportadoras de serviços podem optar por estabelecer suas próprias unidades fora do Brasil. Havendo a criação de nova pessoa jurídica fora do país, é importante entender como seus resultados serão tributados no Brasil.

Dimensões jurídicas

Empresa brasileira é sócia controladora da empresa no exterior: sob a hipótese de uma subsidiária no exterior, os lucros auferidos pela subsidiária no exterior deverão ser computados na determinação do lucro real da empresa brasileira, independentemente destes lucros terem sido efetivamente distribuídos.

Empresa brasileira não é a sócia controladora, mas exerce influência significativa na empresa investida no exterior: sob a hipótese de uma empresa coligada no exterior, em regra os lucros auferidos no exterior serão relevantes para tributação brasileira somente no momento em que forem distribuídos. Exceções a esta regra dependerão, entre outros fatores, do local em que a coligada estrangeira esteja localizada.

Os sócios (pessoas físicas) da empresa brasileira são os únicos sócios da empresa estrangeira: os lucros auferidos no exterior serão relevantes para tributação brasileira somente no momento em que forem distribuídos.

Tabela 14. Elaborado pela Softex

DICA

Além das regras tributárias brasileiras, é necessário compreender as normas tributárias do país de destino. A realização de um bom estudo tributário permite o correto enquadramento de todas as obrigações fiscais da operação transnacional, evitando, por exemplo, situações de bitributação dos lucros auferidos.

DOWNLOADS DE APLICATIVOS REALIZADOS NO EXTERIOR

Empresas do ramo de aplicativos para aparelhos móveis podem disponibilizar seus apps para download em outros países por meio de serviços ou servidores alocados no exterior. O tratamento tributário nestes casos ainda é incipiente, mas países relevantes, como os Estados Unidos, já tributam estas operações. O empreendedor deve estar atento a esses detalhes, a fim de cumprir todas as suas obrigações tributárias no exterior.

DICA

Nos Estados Unidos há o risco de a Receita Federal Americana (IRS) tributar a renda auferida de downloads de aplicativos caso se verifique uma "presença física" da empresa em seu território. Não há uma definição clara sobre o que é ter "presença física" no país, mas o simples fato de disponibilizar aplicativos no servidor internacional já pode ser considerado. A IRS consegue auferir a receita gerada a partir de informações fornecidas por plataformas como App Store e Google Play, tributando assim as empresas devedoras.

CASE

Para a Mvile, que nasceu no mundo de SMS e hoje é sucesso global com o app PlayKids, os empreendedores latino americanos podem ir global desde que de mãos dadas com o Vale do Silício.

Saiba mais: [Examiner](#)





// AGRADECIMENTOS

Os tópicos abordados nessa primeira edição do Pocket Guide TI foram extraídos de consulta online realizada junto a participantes e parceiros do Projeto Setorial Softex/Apex-Brasil. As empresas a seguir doaram tempo e dedicação para que o presente conteúdo atendesse às reais dúvidas dos empreendedores do setor. Por isso, a todos eles, os nossos mais sinceros agradecimentos:

CI&T

Empari Sistemas

EPG Consultores Associados

ID Brasil Sistemas

Interact Solutions

MC1

OSTEC Internacional

Segware

SER Tecnologia para gestão de pessoas

SWquality Consultoria e Sistemas

Total Informática

Totvs

VÍSENT

Os demais tópicos sugeridos pelos empreendedores tratam do mercado estadunidense e serão abordados nas próximas edições do *Pocket Guide TI*. Você também pode colaborar e participar, dando sugestões ou depoimentos sobre sua experiência no mercado externo, escreva para sabrina@softex.br

Juntos, podemos romper barreiras e ser fonte de inovação e transformação no setor de TI do Brasil. Participe!





// REFERÊNCIAS

BENSON-ARMER, R.; HSICH, T-Y. Teamwork across time and space. Revista The Mckinsey quarterly. Edição 4. 1997

DOOLE, I.; LOWE, R. International Marketing Strategy: Analysis, Development and Implementation. Londres: Thomson Learning, 2008.

HOFSTEDE, Geert. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations. 2001. Disponível em: <http://www.geerthofstede.eu/our-books> . Acesso em: Janeiro 2015

JOHANSON, J.; VAHLNE, J-E. The internationalization process of the firm - a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. Journal of International Business Studies, v. 8, n. 1. 1977.

LEWIS, Richard. When Cultures Collide: Leading Across Cultures. 2006 . Disponível em: http://wh.agh.edu.pl/other/materialy/672_2014_05_05_12_05_16_When-Cultures-Collide-libre.pdf . Acesso em: Dezembro 2014

MDIC. Guia Básico para Exportação de Serviços. 2013. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=4&menu=4553> . Acesso em: Janeiro 2015

MOEN, Ø., GAVLEN, M., & ENDRESEN, I. Internationalization of small, computer software firms Entry forms and market selection. European Journal of Marketing, 38(9/10), 1236- 1251. 2004



POCKET GUIDE TI: ACESSANDO O MERCADO EXTERNO

