



Capacidade Exportadora de sua Empresa

2020



B2BTRADE**CENTER**

Introdução

Como saber se sua empresa está capacitada para a exportação de seu produto ou serviço? Neste ebook você encontrará algumas dicas que poderão te ajudar com essa pergunta. O processo de exportação cria a possibilidade de confrontar outras realidades no mercado internacional, o que é ótimo para a saúde da empresa. Ganhar conhecimento de mercado, trazer nova competitividade e novos concorrentes, gera boas experiências, além de ser bom para o país e principalmente para a sua empresa.



Análise interna da Empresa



Análise interna da empresa

Capacidade de produção

A empresa tem capacidade instalada ociosa que possa ser aproveitada para atender à demanda gerada pelas exportações? Ela tem condições de realizar investimentos para ampliar sua capacidade produtiva? Existe possibilidade de aumentar a produtividade com as instalações atuais?

É importante preservar as conquistas realizadas no mercado interno e atender de forma sustentável e profissional as novas demandas geradas pelas exportações. Além das questões jurídicas, a quebra de compromissos e atrasos comprometem a imagem e a credibilidade da empresa.

Você depende de fornecedores?

O mercado internacional é exigente com relação a padrões de qualidade e prazos. Caso o produto a ser exportado necessite de fornecedores no decorrer de seu processo produtivo, será preciso avaliar se eles estão preparados para atender aos padrões estabelecidos no seu projeto de exportação. Um elo mais fraco ou com defeito poderá comprometer toda a corrente. Talvez seus fornecedores também precisem ser ajudados e preparados para atender ao seu projeto de exportação. Este é um aspecto que merece ser destacado, pois consiste em um momento no qual os benefícios decorrentes da exportação começam a irradiar pelo setor produtivo beneficiando também outras empresas.

Análise interna da empresa

Sua concorrência no mercado interno consegue exportar?

As empresas, assim como as pessoas, podem aprender umas com as outras, então, respeitando-se segredos industriais, comerciais e outros fatores que são privativos e importantes para a sobrevivência de cada empresa, sempre existe uma margem de cooperação e conhecimento que pode ser compartilhado, beneficiando o setor de modo geral. Às vezes as empresas podem se ajudar, aproveitar suas complementaridades e, algumas vezes, somar seus esforços ocasionando ganhos adicionais para todos. É importante observar e, se possível, conversar com a sua concorrência no mercado interno e saber se ela consegue exportar, para onde e como. Se outras empresas do seu setor conseguem exportar, por que sua empresa não conseguiria fazê-lo?

Vantagem competitiva

Alguns países possuem vantagens comparativas para alguns setores ou produtos em relação a outros países. Em outros termos, algumas nações possuem condições que as tornam mais competitivas na produção de alguns bens e serviços, se comparadas a outras. Caso a empresa pertença a alguns destes setores, ela poderá iniciar a sua caminhada rumo ao mercado externo com alguma vantagem inicial.

Análise interna da empresa

Cultura

A cultura de uma empresa está presente na rotina dos funcionários, processos organizacionais, produtivos e estratégicos. Portanto, uma cultura exportadora deve estar presente na empresa.

Essa mentalidade é essencial para um processo exportador de médio e longo prazo. A cultura deixa a resiliência presente nos desafios e a implementação de mudanças mais acessíveis ao longo do tempo.



Profissional Capacitador

Uma vez com a cultura exportadora estabelecida, a empresa começa a fase de análise e planejamento. Para essa fase é preciso ter um profissional capacitado. Caso a firma não possua um setor ou um profissional específico para tal tarefa, ela deve buscar ajuda externa.

No Brasil, assim como no mundo, cada mercadoria possui documentação e especificações para poderem ser exportadas ou importadas. Além disso, cada país tem regulamentos incentivando certos mercados. Portanto, um profissional na área de comércio exterior é essencial para a capacidade exportadora da empresa.

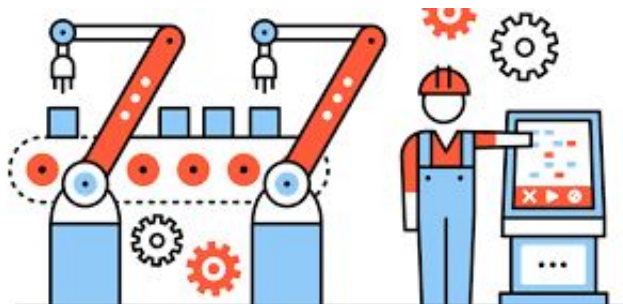
Há diversos portais e órgãos públicos para orientações!

Produção & Distribuição

Produto/ Serviço

Como dito anteriormente, cada país tem especificações para importação de produtos e serviços. Portanto, é importante se certificar de que seu produto esteja dentro dos requisitos do país para o qual pretende exportar.

É importante frisar o planejamento financeiro nesse processo de adaptação do produto. Alterações podem ser simples, como a embalagem ou rótulo, ou podem ser complexas como cadeia de produção. Em ambos os casos, as alterações demandarão maior giro de caixa.



Canais de Distribuição

Com o produto pronto e dentro dos requisitos exigidos pelo país importador, a empresa precisa se preocupar com os canais de distribuição. Além do modal mais adequado para o seu produto, também deve-se levar em consideração o modal no país importador.

Outro elemento importante para a distribuição é o fornecedor. Essa relação deve ser bastante cultivada e avaliada antes de começar a exportar. É fundamental o cumprimento de prazos e consistência na adequação do produto. Mudar de fornecedor pode ser um processo exaustivo e caro, portanto, deve-se avaliar bem antes de fechar negócio com algum fornecedor.

Comercialização:

A empresa tem condições de realizar uma comercialização direta ou necessitará de intermediários?

Há várias formas de comercializar um produto. Podemos dividir em dois grandes grupos e destrinchá-los em modalidades mais específicas. Um dos grupos é a **comercialização direta**, que ocorre quando o exportador conduz todo o processo, isto é, sem interferência de intermediários.

- **Contato Direto:** Ocorre quando o exportador fala diretamente com o importador. Uma vez o comprador estrangeiro identificado, o vendedor negocia preços, formas de envio, prazos, entre outras coisas. Nesse caso, a empresa exportadora precisa ter um certo grau de conhecimento em exportações, para conduzir a negociação da melhor forma possível.
- **Agente de exportação:** Esta modalidade ocorre quando o contato comercial é feito por um agente exportador, profissional da área que conduz a negociação. Esta forma de negociação é muito vantajosa para empresas que não têm conhecimento em exportações.
- **Filial de vendas no exterior:** Neste modelo, a empresa possui uma filial de vendas no país importador.

O outro grupo é **comercialização indireta**, que ocorre quando a empresa vendedora contrata outra empresa para encontrar um comprador e efetuar as negociações.

- **Sociedade de Propósito Específico (SPE):** Trata de uma sociedade formada por microempresas e empresas de pequeno porte, para compra e venda de bens e serviços tanto no mercado nacional quanto no internacional.
- **Comerciais exportadoras:** Nesta modalidade, o produtor vende seu produto para as empresas comerciais exportadoras, que por sua vez revende o produto para o mercado internacional. É muito vantajoso para as pequenas e micro empresas que ganham experiência e contatos internacionais.
- **Representantes do mercado externo:** Existem vários representantes de empresas internacionais que compram produtos nacionais para enviar para o seu país de origem.

Patente e Marca

Os aspectos relacionados à marcas e patentes foram considerados?

Tanto para o mercado interno, quanto para o externo, seu produto deve ter registro de patente e marca. Visando a exportação, é de suma importância a verificação de patente e marca do país importador, para que não haja nenhuma infração dos registros.

- **Patente:** Trate-se de um documento formal, emitido por um órgão público, que reconhece e concede direitos de propriedade, uso, venda e importação exclusiva. (Tanto pessoa física ou jurídica podem obter uma patente)
- **Marca:** É uma representação simbólica, qualquer que seja ela, de uma entidade. Símbolo que permite a identificação imediata da entidade referida.

Além de marca e patente, existe a indicação geográfica. Documento com o mesmo propósito dos citados acima, porém com a diferenciação de que é determinado por região de origem.

Os três documentos podem ser emitidos por órgãos públicos. Veja mais informações nos sites abaixo:

<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica>

<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/patente>

<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/marcas>

Mercado externo



Mercado Externo

Pesquisa de Mercado

Talvez o principal passo da exportação seja a pesquisa de mercado. Ela é essencial para se obter sucesso na operação, maior segurança de investimento e também assertividade.

Este estudo de mercado pode ser dividido em três partes, Identificação de produto no mercado internacional; Identificar mercados promissores e estudar o mercado selecionado.

- **Identificando o produto:** Cada produto tem uma nomenclatura no mercado internacional e a identificação da mesma facilita e agiliza a troca de mercadorias entre países com idiomas diferentes. Além disso, existe a Nomenclatura Comum do Mercosul (NMC), destinada aos países pertencentes ao grupo e o Sistema Harmonizado (SH), sistema válido para o mundo todo.
- **Mercados promissores:** Nesta etapa a empresa deve pesquisar sobre o país que deseja exportar. Considerando dados demográficos, culturais, religiosos, econômicos, de infraestrutura, dentre outros. Ademais, é aconselhado fazer um levantamento dos players que existem no mercado alvo, quais são suas fraquezas, fortalezas e diferenciais.

Deve-se também fazer uma análise de marketing, com o objetivo de mapear o posicionamento da marca no mercado, para então elaborar uma estratégia de penetração no país importador.

- **Informações sobre o mercado:** A terceira e última etapa consiste em estudar e juntar as informações obtidas do país importador escolhido. Para isso deve-se observar alguns pontos chaves, como se o país tem barreiras comerciais, se tem uma boa infraestrutura, qual o risco de investimento no país, dentre outras informações.

□ <http://www.investexportbrasil.gov.br/classificacao-de-mercadorias>

Dificuldades



Obstáculos

Barreiras Comerciais

Em tentativa de proteger sua economia interna, alguns países criam barreiras comerciais. Essas barreiras são leis, medidas, regulamento ou práticas governamentais que dificultam a entrada de certo produto. Essa postura é chamada de protecionismo.

Há dois grupos de barreiras que são mais comuns:

- **Tarifária:** Trata-se de tarifas de importação criadas pelo governo para dificultar a entrada de certos segmentos no país.
- **Não Tarifárias:** É composta por medidas internas de caráter incentivador. Ou seja, subsídios, medidas compensatórias, antidumping, entre outras. Além dessas, existem também medidas de fronteira como limitações quantitativas de importação, procedimentos alfandegários, valoração aduaneira arbitrária e etc.

É importante ressaltar as barreira técnicas (Medidas de Salvaguarda e medidas sanitárias e fitossanitárias), que podem ocorrer pela falta de transparência das normas e regulamentos e também pela imposição de certos procedimentos vagarosos para avaliação de conformidade.

O Brasil, em 1994, aderiu ao conjunto de normas da Organização Mundial do Comércio (OMC), destacando desse conjunto os subsídios, acordos antidumping e medidas compensatórias e de salvaguardas.

Projeto Sustentável



Estratégia a longo prazo

E por fim, ao trabalhar um projeto de exportação a empresa deve conscientizar e envolver sua força de trabalho no processo, é importante que sejam realizados esforços para que a cultura exportadora seja incorporada à empresa visando um processo sustentável e de médio longo prazo. Isto facilitará a superação de obstáculos e a implementação de mudanças decorrentes da internacionalização que provavelmente serão necessárias no decorrer do tempo. Trabalhar no Comércio Exterior tem que fazer parte do planejamento estratégico e do modelo de negócio da empresa. Além disso, para conquistar o mercado externo é preciso persistência, resiliência, investimento e paciência para assim trabalhar bem todas as consultas e poder transformá-las em pedidos e parcerias.



Referências

<http://www.aprendendoaexportar.gov.br/index.php/67-principais-et-apas-da-exportacao/690-avaliar-a-capacidade-exportadora>

<http://www.investexportbrasil.gov.br/classificacao-de-mercadorias>

<http://www.investexportbrasil.gov.br/classificacao-de-mercadorias>

<https://ipi.worldbank.org/international/>

<http://www.abgf.gov.br/risco-pais-p/>

<https://www.trademap.org/>

<http://www.apexbrasil.com.br/inteligenciaMercado/PerfilMercadosExternos>

<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica>

<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/patente>

<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/marcas>

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm