



Experiência:

SISTEMA RADAR COMERCIAL

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
Secretaria de Comércio Exterior – SECEX

Responsável: Antônio José Gadelha Alves, Coordenador-Geral de Promoção e Mercado

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco J, sala 921

Brasília-DF

Tel.: (61) 2109-7274

Fax.: (61) 2109-7075

antonio.gadelha@desenvolvimento.gov.br

Data do início da implementação da experiência: Agosto de 2001

Relato da experiência

Caracterização da situação anterior

A reduzida participação das pequenas e médias empresas (PMEs) brasileiras no mercado externo tem sido uma das principais dificuldades para o incremento sustentado das nossas exportações. Se comparado a outros países, o volume exportado pelas nossas PMEs é irrisório. Em 2003, por exemplo, essas empresas contribuíram com apenas 2,4% das nossas exportações totais, enquanto que na Itália, esse percentual foi de mais de 50%.

É sabido que uma das causas mais relevantes para esse baixo desempenho é a falta de informação. O desconhecimento das particularidades do mercado internacional, aliado aos elevados custos de uma “pesquisa de mercado” no exterior, leva os pequenos e médios empresários brasileiros a não se aventurarem no comércio exterior, apesar de conhecerem as vantagens que essa prática poderia trazer para o desenvolvimento de suas empresas.

Por outro lado, os órgãos governamentais responsáveis pelo planejamento e implementação das políticas de comércio exterior no Brasil careciam de um instrumento capaz de produzir informações que identificassem os produtos e os mercados “prioritários”. Diante da escassez de recursos públicos, da vasta pauta de produtos exportáveis e das variadas opções de mercados compradores, a ausência de um critério técnico e consistente para estabelecer prioridades comprometia a eficiência das ações voltadas para o esforço de vendas no exterior, especialmente no que diz respeito ao direcionamento dos programas de promoção comercial.

Descrição da experiência

Objetivos propostos e resultados visados

Visando suprir o vácuo de informações e análises relativas ao comércio exterior e torná-las disponíveis a qualquer cidadão, ou empresa brasileira - especialmente às (PMEs) -, e órgãos governamentais, o Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior – MDIC, por meio da Secretaria de Comércio Exterior – SECEX, iniciou, em 2001, o desenvolvimento do Sistema Radar Comercial, com os seguintes objetivos:

- desenvolver uma metodologia, com critérios e métodos consistentes, capaz de identificar e fazer análises de produtos e mercados com maiores potencialidades para o incremento das exportações brasileiras;
- compilar informações detalhadas relativas aos mercados e produtos selecionados;
- divulgar as informações compiladas, de forma mais abrangente possível, visando alcançar, principalmente, as PME e os órgãos governamentais ligados ao comércio exterior.

Ações realizadas

O sistema foi desenvolvido em duas etapas:

1ª Etapa (versão em Excel):

1. Definição dos critérios, métodos e conceitos a serem utilizados na seleção dos produtos prioritários para o Brasil e para cada Estado da Federação.
2. Com base nessas definições e utilizando-se de uma base de dados referente as importações e exportações de diversos países (identificados como os mais promissores mercados importadores em nível mundial, levando-se em conta o volume das importações totais e o tamanho do Produto Interno Bruto –PIB - de cada país), foram realizados vários cálculos, cruzamento de dados, classificações e análises para cada produto – SH6 – constantes da pauta exportadora do Brasil (ou estado brasileiro) e da pauta importadora de cada país em estudo.
3. De acordo com os resultados gerados a partir da metodologia desenvolvida, foi estabelecida uma lista de produtos prioritários – produtos com melhores chances de ganhos de *market-share* – no curto, médio e longo prazos para cada mercado.
4. Em seguida, foram agregados, a cada um desses produtos, dados relativos aos países fornecedores de cada produto para cada país em análise (nossos concorrentes), bem como, a descrição de todas as barreiras tarifárias e não tarifárias vigentes – também por produto/país.
5. Após a verificação da confiabilidade dos resultados obtidos, as informações foram editadas em forma de relatórios – impressos em seis volumes para cada país analisado – e distribuídos para entidades de classe, embaixadas brasileiras, bancos de fomento e órgãos públicos, além de disponibilizados para *downloads* no *site* do MDIC.

2ª Etapa (versão informatizada):

Em uma segunda etapa, foi desenvolvido um *software* para informatização de todas as tarefas necessárias para elaboração dos cálculos, cruzamentos de dados, classificações e análises, e produção dos relatórios contendo as informações de acordo com os modelos definidos na primeira etapa. Além disso, a informatização permitiu expandir o alcance das informações e análises – antes disponibilizadas apenas para os produtos selecionados como prioritários – para todos os produtos SH6 constantes das pautas importadoras e exportadoras em estudo. Adicionalmente, foi possível acrescentar informações e análises por setor, bem como possibilitar a comparação de dados referentes a diferentes produtos e mercados.

Em seguida, foi criada uma página na *Internet*, possibilitando o acesso *on-line* a todas as informações geradas pelo Sistema.

Etapas de Implementação

- 2001 . Definição dos critérios, métodos e conceitos a serem utilizados na seleção dos produtos prioritários.
- 2002 . Aplicação de testes e aferições a fim de certificar-se da consistência da metodologia adotada.
 - Elaboração e distribuição de vários relatórios impressos (seis volumes por país).
- 2003 . Desenvolvimento do *software* para automatização das tarefas.

- . Celebração de parceria com a Agência de Promoção de Exportações do Brasil – APEX-Brasil, para aquisição da base de dados que alimenta o Sistema (atualização anual).
- 2004 . Desenvolvimento da página na *Internet* a fim de hospedar o Sistema.
- . Disponibilização das informações geradas pelo Sistema, via *Internet* ou por relatórios impressos.
 - . Atualização da base de dados.

Recursos Utilizados

Humanos: Equipe de trabalho composta por 1 coordenador-geral, 5 analistas de comércio exterior, 1 técnico administrativo, 1 analista de sistemas e 2 programadores.

Materiais: Estrutura física da Secretaria de Comércio Exterior – SECEX/MDIC.

Assinatura anual de uma base de dados sobre comércio exterior, relativa a 57 países.

Caracterização da situação atual

Atualmente, o Sistema Radar Comercial é um instrumento sem paralelo no mundo, que disponibiliza informações e análises relativas ao comércio internacional, em nível de seis dígitos do Sistema Harmonizado (SH6). As informações estão disponíveis *on-line*, via *Internet*, ou por meio de relatórios impressos e, em breve, em CD-ROM. Estão disponíveis para qualquer cidadão ou empresa brasileira, desde que portadores de CPF ou CNPJ.

O Sistema funciona como uma ferramenta de inteligência comercial que permite a identificação dos produtos prioritários em mercados internacionais, o que constitui valioso elemento para orientar as estratégias de promoção comercial, o direcionamento dos fluxos de investimentos voltados para exportações e o balizamento dos interesses brasileiros em negociações internacionais. O Sistema é também um instrumento que auxilia o exportador brasileiro no levantamento das potencialidades do seu produto, em cada um dos mercados constantes da base dados, os quais representam mais de 90% do comércio mundial.

Ao dar entrada com um código SH (NCM) – até seis dígitos – ou com uma palavra chave que identifique determinado produto, o usuário do Sistema pode acessar informações sobre aquele produto, tais como: preço médio; potencial importador; dinamismo; performance da exportação brasileira; valores exportados e importados; principais países concorrentes e respectivos *market-shares*; medidas tarifárias e não tarifárias.

As informações podem ter como foco o Brasil ou determinado Estado brasileiro de um lado, e de outro, o Mundo ou um país específico. As buscas podem ser conjugadas – a critério do usuário, dentro de um conjunto de opções disponíveis –, de modo a permitir a comparação de mercados e de variáveis relativas aos produtos.

Além disso, os dados gerados pelo Sistema estão sendo utilizados na orientação de ações em dois programas do Governo Federal em conjunto com os governos estaduais:

- . Plano Estratégico de Promoção Comercial - lançado em 31/1/2003 e implementado pela parceria MDIC/APEX-Brasil, o qual já firmou protocolos de Intenção ou Convênios com os Governos de São Paulo (2/6/2003), Paraná (14/8/2003), Minas Gerais (28/8/2003), Espírito Santo (17/9/2003), Goiás (27/10/2003), Rio de Janeiro (28/11/2003), Rio Grande do Sul (15/12/2003), Ceará (15/1/2004), Pernambuco (15/4/2004); e
- . Programa de Desenvolvimento e Diversificação das Exportações dos Estados (Estado Exportador), do MDIC, que visa dispensar atenção especial aos estados que exportam menos de US\$ 100 milhões anuais. O programa já foi lançado no Acre (30/4/2004), Amapá (16/7/2004), Sergipe (29/7/2004) e Tocantins (5/8/2004).

O Sistema, também, tem sido utilizado para orientar a organização das missões comerciais brasileiras no exterior (China, Índia, Rússia, Estados Unidos, Japão, etc).

A opção de acesso via Internet do Sistema se encontra disponível ao público no endereço <http://www.radarcomercial.desenvolvimento.gov.br>.

Resultados quantitativos e qualitativos concretamente mensurados.

Até julho de 2004, foram contabilizados os seguintes resultados:

- . edição e distribuição de 12 estudos sobre mercados específicos (Brasil-País selecionado);
- . edição e distribuição de 01 estudo sobre o mercado mundial (Brasil-Mundo);
- . edição e distribuição de 35 estudos sobre Estados brasileiros e mercados específicos, (Estado selecionado-País selecionado);
- . mais de 6.000 usuários cadastrados no Sistema via *Internet*;
- . aproximadamente 2.000 acessos mensais ao Sistema *on-line*.

Mecanismos de avaliação de resultados e indicadores utilizados.

- . Cadastro prévio do usuário – exigido para fornecimento da senha que permite o acesso ao sistema – o qual possibilita verificar o perfil dos cadastrados.
- . Sistema de gerenciamento do *site* que monitora todos os acessos, especificando: usuário, data, hora e tempo da conexão. Totalização por dia, mês e ano.
- . E-mail institucional (fale conosco) para comunicação com o usuário.

Lições aprendidas

Soluções adotadas para a superação dos principais obstáculos encontrados durante a implementação.

Os principais obstáculos encontrados durante o desenvolvimento da experiência e suas respectivas soluções foram:

- . dificuldades para definição da metodologia devido ao ineditismo do Sistema – superadas pelo envolvimento, dedicação e conhecimento técnico da equipe de trabalho;
- . carência de recursos financeiros para aquisição da base de dados – solucionado com a parceria firmada com a Agência de Promoção de Exportações do Brasil – APEX-Brasil.
- . dificuldades no desenvolvimento do *software* devido ao envolvimento de duas áreas de conhecimento totalmente distintas (Comércio Exterior e Informática) – superadas pelo trabalho integrado entre Analistas de Comércio Exterior e especialistas em informática.

Por que a experiência pode ser considerada uma boa prática de gestão?

Trata-se de uma ferramenta inédita para análises de mercados e produtos no mercado internacional, cujas informações geradas são da maior importância para a eficiência das ações voltadas para o crescimento sustentado das exportações brasileiras.

Tanto as empresas brasileiras, como os órgãos governamentais envolvidos com o comércio exterior, encontram no **Sistema Radar Comercial**, gratuitamente, uma gama de dados e análises relativos ao mercado internacional, consolidados de forma objetiva, os quais, até então, não existiam ou eram conseguidos somente mediante elevado custo.

Atualmente são gastos cerca de R\$ 165.000,00 por ano para atualização da base de dados – custeados pela APEX-Brasil – e, o desenvolvimento de novos aplicativos são feitos pelos quadros técnicos do MDIC, o que garante a continuidade e autonomia dos serviços, sem dependência técnica externa.

Apesar da complexidade do sistema, o seu desenvolvimento foi realizado dentro do orçamento do MDIC para o custeio de suas atividades normais.