



Experiência:

Exporta Fácil, o serviço de exportação dos Correios.

Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos - ECT
Departamento de Operações e Negócios Internacionais

Responsável: Alberto de Mello Mattos
SBN Quadra 1, Bloco A – 4º Andar - Edifício Sede da ECT
Brasília – DF 70002-900
Telefone: 61 426 2110 Fax: 61 426 2114
E-mail: dinop@correios.com.br

Data de implementação da experiência: Lançado em novembro de 2000, na cidade piauiense de Pedro II - escolhida por abrigar uma cooperativa de tecelãs que exporta tapeçaria para a Alemanha e pelas dificuldades envolvidas no processo exportador (ex. ausência da Alfândega) - o **EXPORTA FÁCIL** foi desenhado para facilitar a exportação de produtos de micros, pequenas, médias e grandes empresas, para mais de 200 países, nas vendas externas de até US\$ 10 mil, por pacote de até 30 kg.

Caracterização da situação anterior

O problema enfrentado pelos Correios pode ser compreendido por meio de uma breve análise do cenário exportador do país no ano de 1999. As atividades relacionadas às exportações eram percebidas da seguinte forma:

- Para os clientes, notadamente micro e pequenas empresas exportadoras: burocracia elevada, custos expressivos, ausência de opções logísticas em cidades do interior e falta de informação sobre o mercado exportador.
- Para o Governo: desequilíbrio da balança comercial, excessiva concentração da base de empresas exportadoras (40 empresas geram 39% das exportações) e a conseqüente necessidade de tornar o País mais competitivo no mercado internacional.
- Para os Correios: mercado referente às exportações não era adequadamente explorado (até mesmo por impedimentos da legislação do comércio exterior), permitindo o crescimento de empresas concorrentes.

Descrição da experiência

O projeto teve como objetivo o lançamento de uma linha de produtos internacionais em conformidade com as necessidades dos exportadores, sobretudo micro e pequenas empresas. Os serviços, ainda, deveriam ser rentáveis, competitivos no mercado e atraentes para a venda no varejo e para clientes corporativos. O principal resultado esperado era posicionar os Correios como um referencial de provedor de serviços e soluções para as empresas brasileiras que desejassem vencer no mercado internacional.

Para viabilizar o projeto, duas frentes foram formadas: a primeira, de caráter interno, voltou-se para o estudo completo do mercado e sobre a performance dos serviços internacionais disponíveis para o cliente dos Correios. A segunda, de caráter externo, voltou-se para medidas que envolvessem outros órgãos ligados à exportação, entre os quais: Câmara de Comércio

Exterior - Camex, Secretaria da Receita Federal - SRF, Secretaria de Comércio Exterior - Secex, Banco Central do Brasil, dentre outros.

Visando à implantação do **EXPORTA FÁCIL** foram realizadas ações estratégicas de marketing que permitiram o nascimento e o crescimento do serviço no mercado, das quais destacam-se:

a) Estruturação Interna

Os Correios criaram a figura, inédita até então, do Gerente de Mercado Internacional, responsável pela identificação de mercados estratégicos, seu tamanho, participação, concorrência, produtos-chave e oportunidades.

b) Capacitação

Durante o ano de 2000 foram realizados cursos com foco em práticas de comércio exterior, envolvendo Diretores, Gerentes, Chefes, Atendentes, Assistentes Comerciais e outros colaboradores. Desde 2001, no âmbito do Projeto “Rede Agentes de Comércio Exterior” da Secex/MDIC foram formados quase 500 empregados dos Correios como consultores de exportação, que atuam junto às empresas, ajudando-as no processo exportador. Em 2002, um programa foi criado para treinar diretamente os empresários de pequenas e médias empresas.

c) Pesquisas

Por meio de pesquisas estruturadas foram obtidos, entre outros, dados com relação à aceitação do serviço, bem como o tipo de cliente potenciais para os serviços.

d) Sistema de Informação de Marketing

Criação do link “Comércio Exterior” na Intranet dos Correios, tornando disponíveis informações do mercado postal internacional (clientes, concorrentes, fornecedores e órgãos intervenientes) e práticas sobre o comércio exterior, tais como: oportunidades de negócio, feiras importantes, mudanças na legislação, assuntos técnicos, entrevistas com personalidades ligadas ao mundo do comércio exterior e novidades de forma geral.

e) Fidelização

Estabelecimento de estratégia de fidelização com concessão de bônus aos clientes pela quantidade encaminhada, bônus de boas vindas, tabela de descontos e serviço especiais (coleta domiciliar gratuita).

f) Operacionalização e comercialização

Todo o processo de exportação concentra-se em um único formulário de postagem dos Correios, feito com base na Declaração Simplificada de Exportação (DSE). A DSE foi criada pelo governo em 1999, para incentivar o pequeno exportador e abrir as portas do mercado internacional às novas empresas. Os Correios cuidam do desembarço alfandegário no Brasil, evitando que o empresário tenha que contratar um despachante aduaneiro, ou então seja obrigado a se deslocar até as cidades que tenham uma autoridade alfandegária para fazer o desembarço fiscal.

Após a postagem, a encomenda segue para um dos centros internacionais de tratamento, nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. A partir daí, os Correios providenciam a liberação alfandegária no Brasil, o transporte ao país de destino e a entrega ao importador, após a liberação da Alfândega do destinatário.

g) Ações de caráter externo

O sucesso das ações resultantes da maior aproximação dos Correios com os órgãos intervenientes do processo exportador resultou na atualização das normas vigentes, habilitando os Correios como um transportador autorizado para as exportações.

Como resultado das ações estratégicas surgiu o serviço **EXPORTA FÁCIL**, que representa um esforço, em conjunto com o Governo Federal, de criar uma cultura de exportação no mercado nacional.

O serviço é oferecido hoje em mais de 4.400 agências dos Correios, espalhadas por todo o país. Possui dois tipos de remessa: documento (nesse caso, voltado para o atendimento da

documentação de exportação) e mercadoria (nesse caso, referente ao próprio envio da mercadoria exportada). O cliente pode optar por três modalidades de serviço - Econômico, Prioritário ou Expresso –, de acordo com a velocidade desejada.

Recursos utilizados

Um dos principais obstáculos percebidos durante o processo estava relacionado com a própria imagem dos serviços internacionais dos Correios, que era percebida pelo mercado como serviços com pouca atratividade, obsoletos, burocráticos, com alta complexidade no atendimento.

Para reverter esse quadro e receber o **EXPORTA FÁCIL**, uma completa reformatação dos serviços foi realizada, tornando-os mais simples e acessíveis aos brasileiros. Os estrangeirismos foram eliminados, e 9 formulários de utilizados anteriormente foram convertidos em um único modelo, que se tornou referência mundial.

Para dar amplitude a essas facilidades, em novembro de 2000, foi realizada uma campanha de comunicação para o **EXPORTA FÁCIL**, utilizando-se diversas mídias, mas com foco em organismos empresariais (Associações que congregam micro e pequenas empresas, Sindicatos, Cooperativas, etc). O serviço também obteve divulgação em mídias alternativas como a Internet e em eventos de comércio exterior (Palestras, Seminários, Workshops, Encontros de Negócios). Tais eventos contaram com a valiosa parceria de entidades ligadas às pequenas e micro empresas (Federações e Associações Comerciais e Industriais, Bancos, Universidades, Cooperativas, etc.).

Todas as agências e postos de vendas dos Correios foram devidamente providos dos materiais sobre o **EXPORTA FÁCIL**. Para suporte à implantação do serviço, foram realizados treinamentos para a toda força de vendas dos Correios, do atendente na agência ao gerente de negócios. Mais de 25 mil empregados foram treinados no primeiro ano de serviço. Treinamentos de reciclagem continuam a serem aplicados, estando em fase de implantação a Comunidade Virtual do **EXPORTA FÁCIL**, que suprirá on-line todas as necessidades dos empregados e, indiretamente, dos clientes.

Mas o cliente também foi treinado para o serviço. Em 2003, ele ganhou um curso específico elaborado pela Universidade Correios. O curso apóia-se em uma cartilha e um CD ROM, que explicam o uso do serviço, com a introdução de noções básicas de comércio exterior. Também se colocou a disposição do cliente um Guia do Exportador.

Mudanças efetivamente ocorridas

Os resultados do **EXPORTA FÁCIL** foram significativos e passíveis de avaliação sobre diversos aspectos, entre os quais:

- Interrupção do prejuízo na venda de diversos serviços internacionais.
- Incremento da receita.
- Modernização do porta-fólio internacional, com maior facilidade de compreensão dos serviços pelos clientes.
- Simplificação do atendimento.
- Participação do **EXPORTA FÁCIL** em eventos de comércio exterior, reforçando a visão dos Correios como um importante facilitador do processo de exportação.
- Implementação de um programa de fidelização de clientes.
- Criação de um Portal de comércio exterior.
- Mudanças nas normas do comércio exterior.

Os números relativos de crescimento do **EXPORTA FÁCIL** vêm se mantendo muito acima dos registrados pela Balança Comercial, no que tange ao desempenho das exportações nacionais como um todo. Segundo dados do Sistema de Comercio Exterior da Secretaria da Receita Federal - Siscomex, no comparativo 2001/2002, as exportações brasileiras registraram

um crescimento de 4%. Neste mesmo período, o **EXPORTA FÁCIL** registrou crescimento de 67%.

O crescimento anual do serviço tem superado, em muito, as metas iniciais previstas. No ano de 2002, o serviço registrou como valor exportado a quantia de R\$ 19.011.898,35. Este valor representa um crescimento de 119% em relação ao ano anterior, quando o valor exportado foi de R\$ 8.670.349,89. Já o número total de exportações cursadas pelo **EXPORTA FÁCIL** em 2002 foi de 11.440. Este número representa um crescimento de 69,6% comparado ao mesmo período do ano anterior, que somou 6.745 remessas internacionais. O primeiro semestre de 2003 já ultrapassou o ano de 2002.

Boa parte do sucesso do serviço, além das facilidades a ele inerentes, pode ser imputada a seus preços altamente acessíveis. Enviar uma mercadoria pelo **EXPORTA FÁCIL** é sinônimo de redução dos custos administrativos da exportação. Esses custos chegam a 15% do valor exportado no Regime Comum e são menos de 1%, quando se usa os Correios.

Um exemplo dessa redução é o fato de que, no **EXPORTA FÁCIL**, os Correios cuidam do desembaraço alfandegário no Brasil, evitando que o empresário tenha de contratar um despachante aduaneiro para fazer isso. Ademais, os preços dos serviços postais são amplamente mais baixos que os dos outros operadores logísticos, contando com tarifas próprias para o segmento exportador.

O serviço econômico, com prioridade reduzida de entrega, tem preço extremamente baixo e sem concorrência no mercado. Nas remessas expressas e prioritárias, o preço é o menor entre seus concorrentes. O preço da modalidade Expressa, mais cara por ser mais rápida e por ter rastreamento on-line, é, em média, 50% mais baixo que os valores cobrados pelos demais operadores em seus serviços similares. E o exportador ainda pode conseguir mais vantagens como cliente corporativo do serviço.

Lições aprendidas

Com o **EXPORTA FÁCIL**, a burocracia foi sensivelmente reduzida, pois os Correios se tornaram representantes do exportador no Sistema de Comércio Exterior (Siscomex) da Secretaria da Receita Federal. A exportação pelos Correios dispensa o empresário de fazer seu Registro de Exportador e Importador (REI) e de preencher o Registro de Exportação (RE) no órgão federal.

No lugar dos diversos trâmites alfandegários, o empresário terá apenas de preencher o formulário único do **EXPORTA FÁCIL**. Para quem tem acesso à internet, é só acessar o site dos Correios (www.correios.com.br), clicar no link do **EXPORTA FÁCIL**, seguir as instruções de preenchimento, imprimir uma cópia do documento e levar, junto com a encomenda e eventuais documentos exigidos pelo importador, a uma agência credenciada para postagem. O formulário também pode ser preenchido em uma das agências dos Correios já habilitadas para o serviço.

Os Correios cuidam do desembaraço alfandegário no Brasil: faz a entrada de dados no sistema aduaneiro, apresenta a mercadoria à Alfândega, que emite o Certificado de Exportação (ele retorna ao exportador em qualquer lugar do país pelo Correio).

O recebimento no Brasil do valor exportado também pode ser feito pelos Correios. Basta o importador utilizar o serviço de Vale Postal Internacional, um acordo disponível em vários correios do mundo. Mais barato que os custos do sistema bancário, o Vale Postal consiste em uma transferência de valores de correio para correio. Neste caso, o importador envia, pelo Vale Postal do correio de seu país, o valor devido, em dólar ou em outra moeda, que, no Brasil, será pago em Real pelos Correios ao exportador.

O sucesso do **EXPORTA FÁCIL** valeu aos Correios, em novembro de 2001, no XXI Encontro Nacional de Comércio Exterior – Enaex, realizado no Rio de Janeiro, o **prêmio Destaque de Comércio Exterior**, instituído pelo Ministério de Desenvolvimento, Indústria e

Comércio Exterior e pela Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB). No dia 24 de abril de 2002, o **EXPORTA FÁCIL** foi agraciado com o **troféu Destaque de Exportação**, do I Prêmio Cidadania Brasil de Exportação 2002, instituído pela Câmara de Comércio Árabe-Brasileira e pelo Instituto de Cidadania. A solenidade de premiação aconteceu no Palácio do Itamarati, demonstrando, de forma clara, o apreço que a comunidade exportadora dá ao programa **EXPORTA FÁCIL** dos Correios.

Em dezembro de 2002, o **EXPORTA FÁCIL** valeu aos Correios o prêmio Top de Marketing da ADVB/SC. O Top de Marketing da ADVB é uma premiação anual que objetiva reconhecer as estratégias mercadológicas desenvolvidas por empresas que demonstrem a utilização, com maior propriedade e criatividade, das ferramentas de marketing.