

# Desafios de **Comércio Exterior**



# ÍNDICE

1- Introdução .....	<b>03</b>
2- Desafios de Design .....	<b>05</b>
a. Desafio 1 - Adequação de produtos para exportação das MPE's	
b. Desafio 2 - Informação para exportação e importação das MPE's	
c. Desafio 3 - Inteligência de mercado para o Comércio Exterior das MPE's	
3- Persona .....	<b>17</b>
4- Pesquisa Desk .....	<b>28</b>

# 1- Introdução

Em seu esforço de melhoria da dinâmica de importação e exportação de produtos, bem como de promover políticas públicas para o desenvolvimento de micro e pequenos empresários sobre o tema, a Subsecretaria de Desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas, Empreendedorismo e Artesanato (SEMPE), do Ministério da Economia, busca cooperar com a ENAP (Escola Nacional de Administração Pública) na realização de desafios de inovação aberta que apresentem soluções inovadoras com alto potencial de transformar as operações e logística no cenário de importação e exportação brasileiro.

Tomando a melhoria do ambiente da internacionalização como ponto de partida, foram identificados três problemas que se sobressaem atualmente nos contextos da importação e exportação:

1

### Inadequação de produtos

Pequenos e médios empresários têm dificuldade para adequar seus produtos às leis de exportação e sua logística de envio.

2

### Falta de qualificação

Atores da cadeia de exportação sem qualificação técnica e conhecimento cultural para realizar transações comerciais com outros países.

3

### Desinformação

Informações dispersas interferem e/ou inviabilizam a coleta de dados importantes para a realização de estudo de mercado.

## 2- Desafios

Após pesquisa de campo e um workshop realizado com especialistas, foram desenhados **três desafios** com escopos distintos, os quais compartilham o objetivo de ampliar a inserção das MPEs no comércio exterior, por meio do aumento da sua participação nas importações e exportações brasileiras



## Desafio 1 - Adequação de produtos para exportação das MPE's

Como podemos otimizar o processo de adequação dos produtos a serem exportados pelas MPEs brasileiras para atendimento a exigências legais, técnicas, sanitárias e fitossanitárias?

## ➤➤➤ **Que problema o desafio de adequação de produtos para exportação das MPE's busca resolver?**

Os exportadores brasileiros frequentemente encontram dificuldades para vender seus produtos em outros países. Não raras vezes, faz-se necessário alterar algumas características do produto, como matéria-prima, cores, design, composição, embalagem, ou mesmo todo o processo produtivo, seja por exigência do país de destino da mercadoria, seja por questões regulatórias nacionais.

Por exemplo, a depender do produto e do mercado alvo, a legislação para embalagens de agroquímicos pode ser diferente da legislação de embalagens alimentícias, que por sua vez pode ter diversas regulamentações paralelas, se a embalagem for de papel ou de madeira.

Como consequência os pequenos e médios empresários têm dificuldade para adequar seus produtos e acabam não exportando. Para se ter uma ideia, em 2017, os MPE's representaram menos de 1% dos valores exportados, mesmo sendo 98,4% do total das empresas no país naquele ano.

### ➤➤➤ **Que tipo de soluções esperamos para o desafio de Adequação de produtos para exportação das MPE's?**

Os participantes deste desafio deverão pensar em soluções que facilitem ou promovam a adequação das empresas e/ou de seus produtos ao processo exportador. Buscamos soluções que levem em consideração o devido cumprimento de exigências quanto a aspectos legais ou quanto ao cumprimento de requisitos técnicos, sanitários e fitossanitários. Além disso, deverão assegurar que as soluções sejam acessíveis para empresas de micro e pequeno porte: as que encontram mais dificuldades para enfrentar esse tipo de problema.

## ➤➤➤ Qual é o perfil de participantes que buscamos para o desafio de Adequação de produtos para exportação das MPE's?

Buscamos soluções vindas de representantes de empresas, startups, negócios de impacto, entidades privadas sem fins lucrativos, Instituições de Pesquisa Científica e Tecnológica (ICTs) públicas e privadas. Também podem propor soluções cidadãos brasileiros e estrangeiros registrados no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) e em situação regular no país, a partir de 18 anos de idade completos no momento da premiação.



## Desafio 2 - Informação para exportação e importação das MPE's

Como podemos ajudar os micro e pequenos empresários a terem toda a informação de que necessitam ao longo de todo processo de exportação e importação de forma tempestiva e acessível?

## ➤➤➤ Que problema o desafio de Informação para exportação e importação das MPE's busca resolver?

Conhecer o idioma do país de destino das exportações ou de origem das importações é de extrema importância para o processo de internacionalização, porém nem sempre o país mais estratégico para os negócios tem uma língua amplamente falada no mundo. Na maioria dos casos, recorre-se então ao inglês. Contudo, os números não são nada animadores. Para se ter uma ideia, apenas 5% dos brasileiros falam inglês e, dentro desse índice, 1% possui fluência total no idioma\*. Além disso, as particularidades da transação comercial não se restringem aos produtos. Por isso, toda a cadeia produtiva precisa estar apta para esse processo.

Dentre outros tantos fatores que afetam o desempenho do processo de internacionalização das empresas, pode-se apontar a questão da propriedade intelectual, universo ainda novo para várias micro e pequenas empresas. Logo, o acesso às informações e conhecimentos sobre o tema precisa ser facilitado, de forma a ficar mais intuitivo e amigável para que entraves dessa natureza não inviabilizem o processo, após realizados todos os investimentos para importar ou exportar.

## ➤➤➤ **Que tipo de soluções esperamos para o desafio de Informação para exportação e importação das MPE's?**

Os participantes deste desafio deverão pensar em soluções para que os atores, envolvidos na cadeia de exportação e importação brasileira, tenham formas facilitadas para acessar e interpretar informações legais, burocráticas, técnicas, culturais, de proteção de propriedade intelectual, ou outras informações que impactam a operação comercial internacional, tanto de origem nacional quanto sobre países com os quais o Brasil tenha relação comercial substantiva, promovendo a educação empreendedora.

Um ponto chave nesse desafio é que o impacto não visa apenas os micro e pequenos empreendedores, mas toda a cadeia de exportação.

## ➤➤➤ Qual é o perfil de participantes que buscamos para o desafio de Informação para exportação e importação das MPE's?

Buscamos soluções vindas de representantes de empresas, startups, negócios de impacto, entidades privadas sem fins lucrativos, Instituições de Pesquisa Científica e Tecnológica (ICTs) públicas e privadas. Também podem propor soluções cidadãos brasileiros e estrangeiros registrados no Cadastro de Pessoas Físicas - CPF e em situação regular no país, a partir de 18 anos de idade completos no momento da premiação.



## Desafio 3 - Inteligência de mercado para o Comércio Exterior das MPE's

Como podemos otimizar o acesso de pequenos e médios empresários a informações estratégicas do mercado internacional em diferentes nichos?

## ➤➤➤ Que problema o desafio de Inteligência de mercado para o Comércio Exterior das MPE's busca resolver?

As movimentações do comércio exterior são significativas e interferem diretamente na aceleração do crescimento econômico do país. Para se ter uma ideia, de acordo com o Anuário do Comércio Exterior Brasileiro, em 2021 o saldo comercial foi de US\$ 61,2 bilhões, o maior já registrado na série histórica.\*

Para alcançar o sucesso em ações de comércio exterior, é essencial que haja o devido entendimento e planejamento de todas as etapas do processo, desde uma decisão consciente do produto a ser comercializado e do mercado de origem ou destino, até a burocracia envolvida e as exigências que devem ser atendidas no processo.

Porém, obstáculos como o idioma, a dispersão de informações e a falta de capacitação dificultam e/ou impedem a coleta de dados e o planejamento adequado.

A solução utilizada por muitas empresas tem sido a contratação de consultorias pagas, o que geralmente é inviável para micro e pequenas empresas de micro e pequeno: as mais prejudicadas com o problema hoje.

### ➤➤➤ **Que tipo de soluções esperamos para o desafio de Inteligência de mercado para o Comércio Exterior das MPE's?**

Os participantes deste desafio deverão pensar em soluções que ampliem as alternativas de acesso à informação já existentes e à tomada de decisão, bem como que facilitem a tomada de decisão e planejamento de importação ou exportação dos micro e pequenos empreendimentos. A solução deve otimizar e descomplicar o acesso dos pequenos e médios empresários a informações estratégicas sobre o mercado internacional.

## ➤➤➤ Qual é o perfil de participantes que buscamos para o desafio de Inteligência de mercado para o Comércio Exterior das MPE's?

Buscamos soluções vindas de representantes de empresas, startups, negócios de impacto, entidades privadas sem fins lucrativos, Instituições de Pesquisa Científica e Tecnológica (ICTs) públicas e privadas. Também podem propor soluções cidadãos brasileiros e estrangeiros registrados no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF e em situação regular no país, a partir de 18 anos de idade completos no momento da premiação.

# 3- Persona

Persona é a representação semifictícia do cliente ideal, sendo construída a partir de dados reais referentes a comportamento e características demográficas como idade, sexo e profissão dos clientes. Também é imprescindível que haja em sua construção as histórias pessoais, motivações, objetivos, desafios e preocupações dessa 'pessoa'.

Sendo assim, uma boa definição de persona perpassa pelo contato com o público-alvo, permitindo que seja identificado suas principais características.

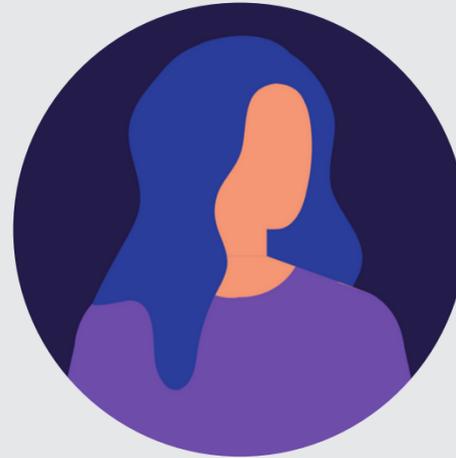
Devido aos objetivos e a abordagem deste projeto, foram elaboradas três 'cliente ideiais' que se beneficiarão das soluções propostas:

## Persona



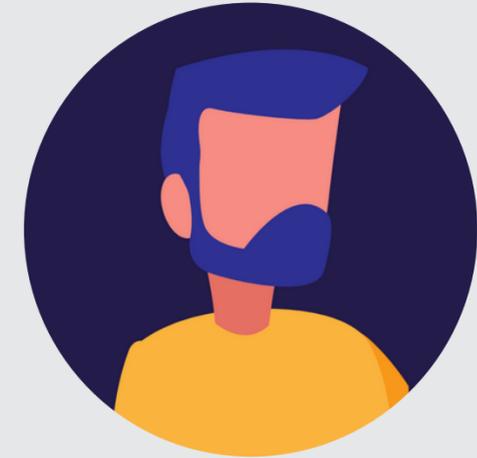
### Adriana

cientista empreendedora que tem uma pequena empresa de base tecnológica



### Daniela

microempreendedora de artesanato



### Joaquim

administrador de uma pequena empresa de base tradicional



Para cada uma delas foi construída uma breve história, com seus anseios e receios, que exemplificam os desafios enfrentados por muitos empreendedores que querem se inserir no comércio de exportação e internacionalização.



## Adriana, a história de uma cientista empreendedora

Ao se formar em Biotecnologia, Adriana nem sonhava em abrir um negócio. Seu objetivo era fazer pesquisa acadêmica. Porém, esse cenário mudou após seu Doutorado, quando viu na sua tese uma excelente oportunidade de abrir uma startup que desenvolvesse um composto bioativo.

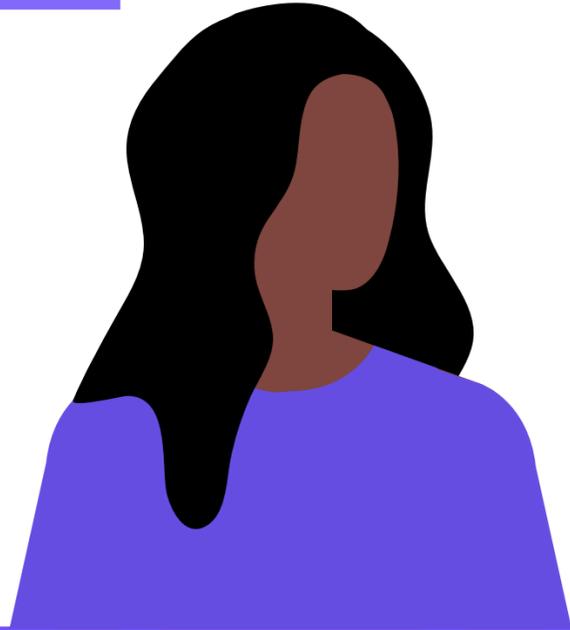
A pesquisadora adentrou então o mundo do empreendedorismo para gerenciar sua empresa, a Biot. Sempre muito atenta nas tendências do mercado da sua tecnologia, recentemente Adriana identificou que o composto bioativo que produz é do interesse do mercado internacional e começou a estudar sobre internacionalização.



Porém, seu empreendimento ainda conta com uma equipe enxuta, o que demanda dela um verdadeiro malabarismo ao se desdobrar entre coordenar a produção dos compostos e administrar a empresa. Enquanto isso, sem tempo para realizar uma pesquisa profunda sobre o mercado e as leis dos países que quer exportar, a CEO da Biot deixa de fechar contratos internacionais, uma vez que não consegue nem precificar seu produto em moedas estrangeiras.

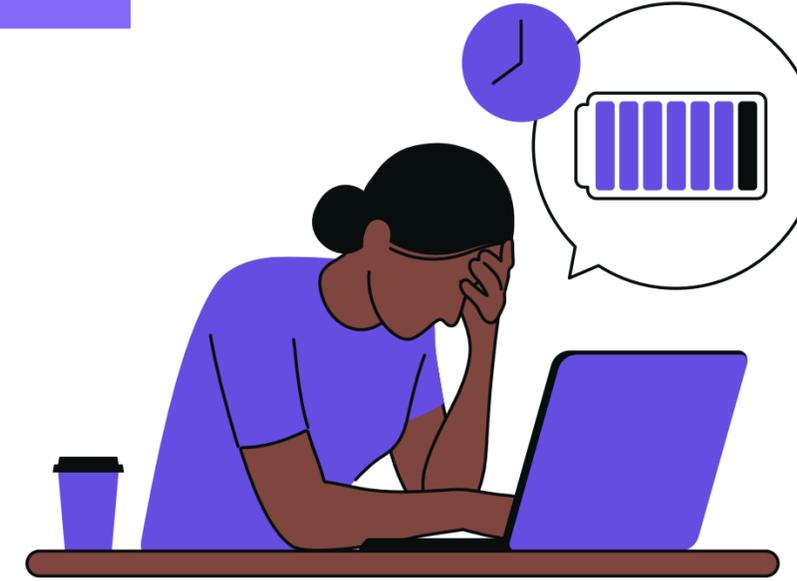
Além disso, Adriana ainda tem receios sobre sua propriedade intelectual, uma vez que nem ela, nem seu advogado conhecem os processos para resguardar sua propriedade em outros países. Toda essa situação desperta na Adriana um sentimento de frustração e de desamparo.

1



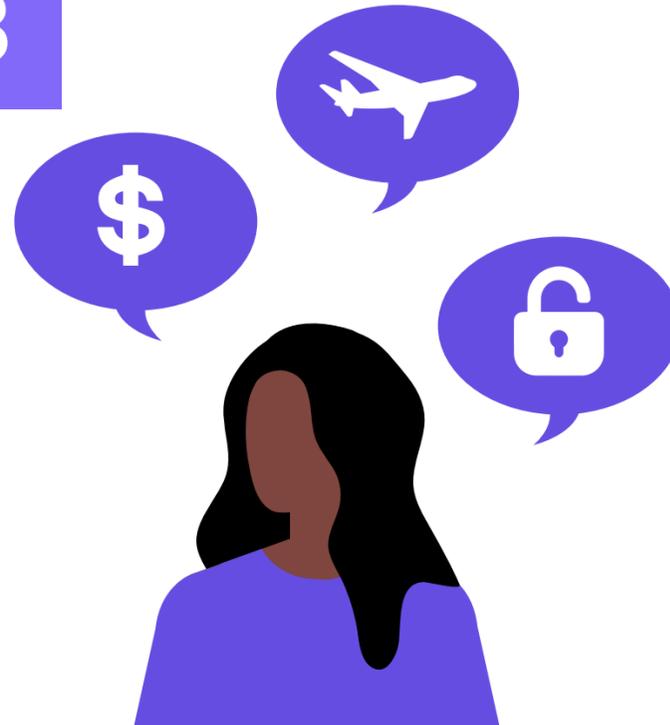
ADRIANA É PESQUISADORA  
E FUNDOU A BIOT A PARTIR  
DA SUA PESQUISA

2

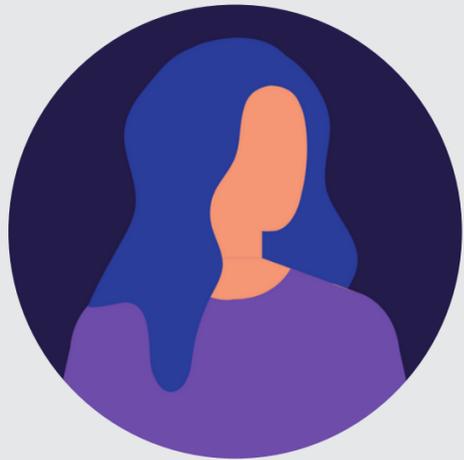


A PESQUISADORA  
IDENTIFICOU EMPRESAS  
DE OUTROS PAÍSES  
INTERESSADOS NO  
COMPOSTO BIOATIVO  
QUE SUA EMPRESA  
PRODUZ. PORÉM, O  
ACÚMULO DE FUNÇÕES  
NÃO DEIXAM ELA  
ESTUDAR E SE PLANEJAR  
PARA ATENDER ESSES  
CLIENTES.

3



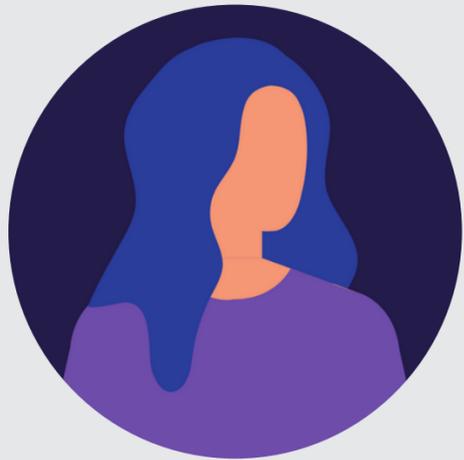
ESSA SITUAÇÃO  
FRUSTRA A  
EMPREENDEDORA,  
QUE TEM O DESEJO  
DE CRESCER, MAS  
TEM MUITAS  
PERGUNTAS SEM  
RESPOSTA.



## Daniela, quebrando barreiras territoriais no mercado de artesanato

Ao terminar o Ensino Médio e começar a trabalhar como atendente em uma loja de departamentos em uma cidade turística, Daniela nem imaginava que seus artesanatos fariam sucesso. Acontece que no início ela fazia as peças apenas para complementar sua renda, mas eles ganharam admiradores em todo o país e ela resolveu deixar o seu emprego e abrir a Mimos Mineiros.

Artesã do seu negócio, Daniela administra o empreendimento junto com uma ajudante que a auxilia no atendimento aos clientes e a gerir as redes sociais, sua principal plataforma de venda. Ela recebe pedidos de todo o Brasil e recentemente recebeu encomendas de outros países da

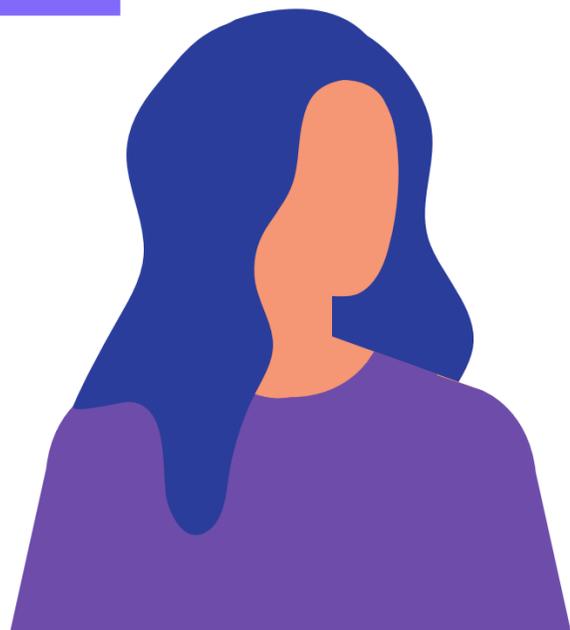


América Latina.

Daniela percebeu uma excelente oportunidade para expandir o seu negócio e até fez três envios de teste, porém sofreu alguns reveses no seu experimento. O primeiro pacote ficou retido, pois a embalagem não estava dentro das normas do país. O segundo até chegou no seu destino, porém com alguns arranhões. A caixa em que foi postado não era segura o suficiente para aguentar o percurso.

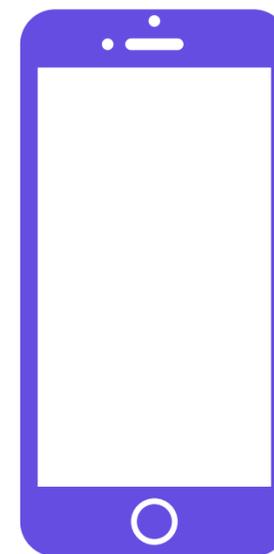
No terceiro envio, a encomenda também chegou ao seu destino, mas Janice, a ajudante de Daniela, não entende bem espanhol e confundiu as cores do pedido. Toda a situação foi um balde de água fria na artesã. Porém, ela não deixou se abater e está em busca de capacitação para ela e sua funcionária.

1



DANIELA É ARTESÃ E CRIADORA DA MIMOS MINEIROS.

2



ELA E SUA AJUDANTE ATENDEM PESSOAS DE TODO O BRASIL PELAS REDES SOCIAIS E RECEBERAM ALGUNS PEDIDOS DE OUTROS PAÍSES DA AMÉRICA LATINA.

3

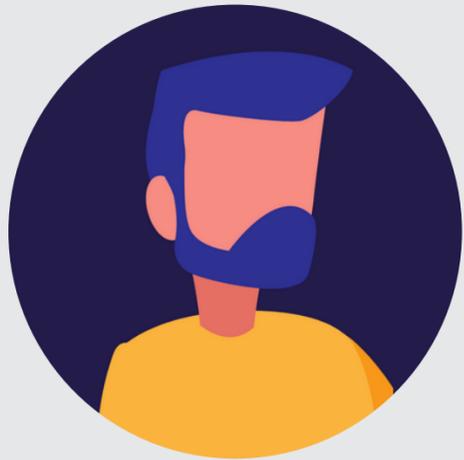


DANIELA FEZ TRÊS ENVIOS DE TESTE: O PRIMEIRO FICOU RETIDO, POIS A EMBALAGEM NÃO ESTAVA DENTRO DAS NORMAS. O SEGUNDO CHEGOU NO SEU DESTINO, MAS COM ARRANHÕES, POIS A CAIXA NÃO ERA A CERTA PARA ESSE TIPO DE ENCOMENDA.

4



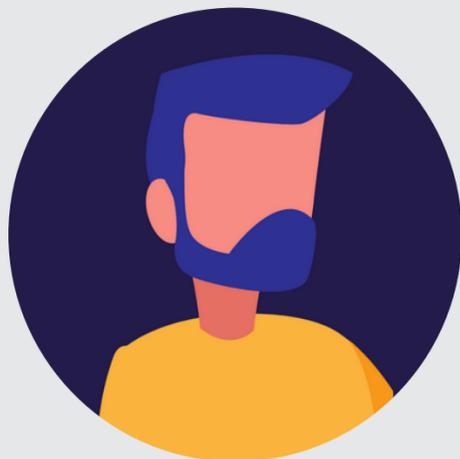
JÁ A TERCEIRA ENCOMENDA TAMBÉM CHEGOU AO SEU DESTINO, MAS A AJUDANTE DE DANIELA, NÃO ENTENDE BEM ESPANHOL E CONFUNDIU AS CORES DO PRODUTO. A EMPREENDEDORA NÃO DEIXOU SE ABATER E ESTÁ EM BUSCA DE CAPACITAÇÃO PARA ELA E SUA FUNCIONÁRIA.



## Joaquim, expandindo um negócio tradicional de doces

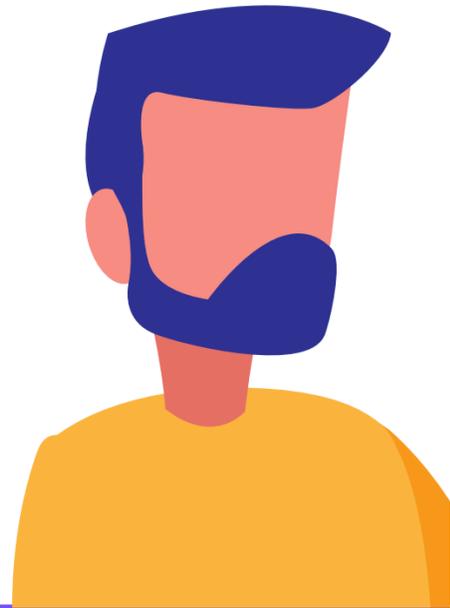
Joaquim vem de uma família tradicional no mercado de doces, a Souza Doces. Quando jovem, estudou administração por influência do pai para que pudesse assumir a gestão do negócio. Nos últimos anos ele tem assumido uma postura conservadora na gestão da empresa, porém, por causa da instabilidade econômica atual do Brasil, ele tem ficado cada vez mais interessado em exportar os doces que produz para os Estados Unidos.

Seus filhos são os responsáveis pela ideia, sempre falando sobre a possibilidade de expansão do negócio da família, como uma



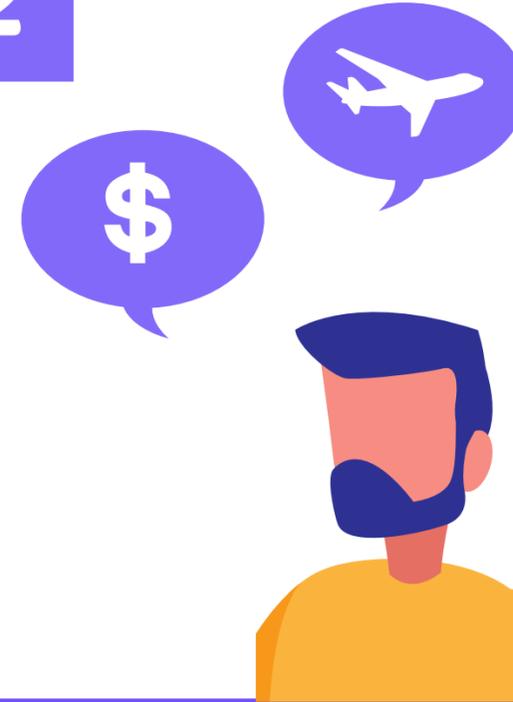
oportunidade para manter a produção e o faturamento da empresa. Contudo, Joaquim não tem conhecimento algum sobre o processo de internacionalização, nem sobre os procedimentos para abrir um empreendimento nos EUA, por isso está pensando em contratar uma Consultoria para auxiliá-lo na tomada de decisão.

1



JOAQUIM VEM DE UMA FAMÍLIA TRADICIONAL NO MERCADO DE DOCES, A SOUZA DOCES.

2



NOS ÚLTIMOS ANOS JOAQUIM TEM TIDO UMA POSTURA CONSERVADORA NA GESTÃO DA EMPRESA, PORÉM A INSTABILIDADE ECONÔMICA BRASILEIRA TEM FEITO ELE PENSAR EM EXPORTAR PARA OS ESTADOS UNIDOS.

3



JOAQUIM NÃO TEM CONHECIMENTO SOBRE O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO OU SOBRE O MERCADO DE DOCES DOS EUA. POR ISSO ESTÁ PENSANDO EM CONTRATAR UMA CONSULTORIA PARA AUXILIÁ-LO NA DECISÃO.

# 4- Pesquisa Desk

Nas próximas páginas estão sintetizados os dados da pesquisa de mesa, que traz uma análise dos dados quantitativos e outras informações disponíveis sobre o ecossistema de comércio exterior no Brasil.

## Micro e Pequenas empresas

- As Micro e Pequenas Empresas (MPEs) representam 27% do PIB do Brasil
- A globalização financeira dos mercados e avanços tecnológicos tem facilitado a internacionalização, principalmente para exportação e importação de produtos, bens e serviços, além do desenvolvimento de atividades (produção, transferência de capitais e comercialização) em outros países.

## Alta Mortalidade das MPES

### Principais motivos

- Falta de capital
- Inadimplência
- Problemas de planejamento
- Problemas particulares
- Problemas de sócios
- Problemas legais
- Concorrência forte
- Falta de planejamento

29% das MPES encerram suas atividades antes de completarem um ano de atividade. Microempresas têm taxa, após cinco anos, de 21,6% e as de pequeno porte, de 17%.

**em 2020**

**Para sobressair da concorrência, a internacionalização das MPEs tem cada vez mais se tornado uma exigência.**



Possibilidades para  
**Internacionalização**



Compreensão de  
como funciona o  
mercado escolhido  
(leis e cultura)

- Estabelecimento de subsidiárias de produção no País estrangeiro
- Estabelecimento de canais de exportação
- Estabelecimento de subsidiárias de vendas

## Visão Geral

### Número de empresas exportadoras segundo porte das firmas, em anos selecionados

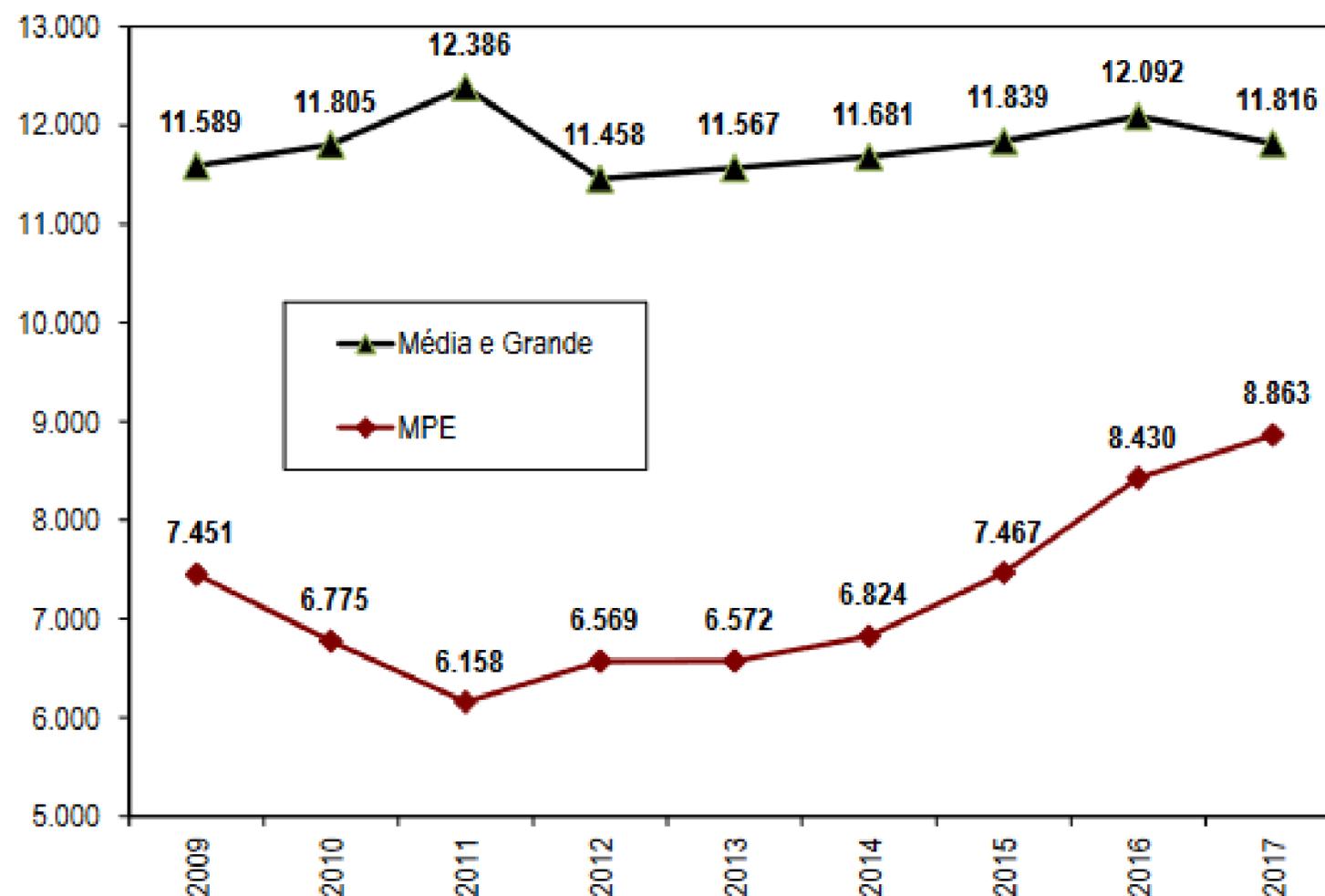
Tamanho	2009	2012	2016	2017	Var. % 2017/2016	Part. % no total 2017
<b>Total</b>	<b>19.271</b>	<b>18.229</b>	<b>21.712</b>	<b>21.722</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
Micro	2.800	2.342	3.472	3.856	11,1	17,8
Pequena	4.651	4.227	4.958	5.007	1,0	23,1
<b>MPE</b>	<b>7.451</b>	<b>6.569</b>	<b>8.430</b>	<b>8.863</b>	<b>5,1</b>	<b>40,8</b>
Média	7.220	6.328	6.708	6.565	(2,1)	30,2
Grande	4.369	5.130	5.384	5.251	(2,5)	24,2
Especiais	124	139	359	397	10,6	1,8
Não classificada	107	63	831	646	(22,3)	3,0

Fontes: RFB, Secex/MDIC, Rais/MTE e IBGE.

Em relação ao número de MPE's exportadoras nos anos de 2009 à 2017, houve um crescimento de 1412 empresas. No mesmo período também houve um aumento no número de grandes empresas exportadoras, mas ocorreu um decréscimo no número de médias empresas exportadoras.

## Visão Geral

Evolução do número empresas exportadoras, segundo tamanho: 2009-2017



Fontes: RFB, Secex/MDIC, Rais/MTE e IBGE.

Podemos observar que existe uma tendência de crescimento de MPEs exportadoras e uma estabilidade da exportação realizada por firmas grandes e médias, no período de 2009 à 2017.

**40,8%**

Das empresas  
exportadoras se referem  
a MPEs

**0,54%**

Do valor exportado  
correspondeu a MPEs

**DADOS DE 2017**

**Aumento de 5,1%**

De MPEs exportadoras,  
comparado ao ano  
anterior

**US\$ 131,60**

é o valor médio de  
exportação de cada MPE

**DADOS DE 2017**

## Manufaturados

Correspondem a 69,5%  
das exportações de MPEs

## Sul e Sudeste

Possuem de 85 a 90% das MPEs  
exportadoras, localizadas  
principalmente dos estados de  
SP, MG, RS, SC e PR

## Comércio

é o principal ramo das  
empresas que realizam a  
exportação, sendo 45% do valor  
exportado das microempresas

## Diminuição da Exportação por meio do DSE

### Documento simplificado de exportação

é um mecanismo para exportação de despacho aduaneiro, no intuito de oferecer mais rapidez e menos burocratização.



### Possibilidade

de utilização para envio de bens até o limite de **US\$50.000,00** ou equivalente, valor que corresponde a maior porcentagem de microempresas exportadoras



### Diminuição do uso

de **35%** de MPEs que utilizaram o instrumento em 2009 para **24,9%** em 2017

## Situações problemas - ligadas a política de exportação

### ➤➤➤ **Falta de histórico**

Inexistência de dados e histórico de conformidade das empresas exportadoras

### ➤➤➤ **Sistemas paralelos**

Para os diferentes órgão anuentes, gerando divergência de informações. Os sistemas não possuem integração

### ➤➤➤ **Controles paralelos e a perda da função do Registro de Exportação**

Órgãos Anuentes (como MAPA e ANVISA)

**Diante disto, surgiu a necessidade de revisão dos processos e o Programa Portal Único de Comércio Exterior**

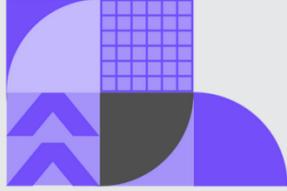
## Desafios da competitividade das Exportações Brasileiras

- Carga tributária
- Custos
- Tarifas
- Barreiras
- Leis conflituosas e complexas
- Excesso de leis e regras
- Excesso de tempo de fiscalização
- Despacho e liberação de produtos.

**A maioria dos desafios está relacionada a custos indiretos**

# Por dentro dos Desafios de Comércio Exterior

Nas próximas páginas estão sintetizados os dados da pesquisa de mesa, que traz uma análise dos dados focados nos três desafios detalhados na sessão 2 deste documento.

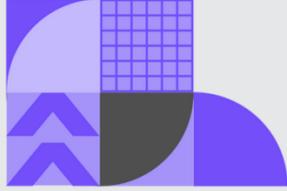


## Desafio 01

# Adequação de produtos para exportação

Pesquisa Desk

- Compreensão dos aspectos legais e regulatórios, bem como compliance às exigências técnicas, sanitárias e fitossanitária;
- Adequação das embalagens e da rotulagem.



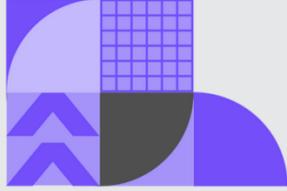
Desafio 01

## Adequação de produtos para exportação

Pesquisa Desk

Os exportadores brasileiros frequentemente encontram dificuldades para vender seus produtos em outros países. Não raras vezes, faz-se necessário alterar algumas características do produto, como matéria-prima, cores, design, composição, embalagem, ou mesmo todo o processo produtivo.

Isso acontece devido a questão cultural, linguística e de normas e especificações do país de destino, que podem estar ligadas a higiene, saúde, segurança, meio ambiente, aspectos religiosos, sanitários, fitossanitários, entre outros.

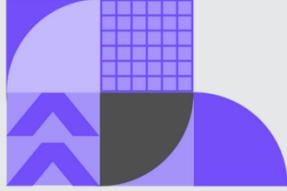


## Desafio 01

# Adequação de produtos para exportação

Pesquisa Desk

Além dos aspectos de regulação do destino, temos ainda as questões regulatórias nacionais para exportação, que mudam de acordo com o produto. Para se ter uma ideia, a legislação para embalagens de agroquímicos é diferente da legislação de embalagens alimentícias, que por sua vez pode ter diversas regulamentações paralelas, variando para embalagens de papel ou de madeira por exemplo. (GS1,2016)



## Desafio 01

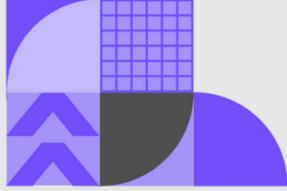
# Adequação de produtos para exportação

Pesquisa Desk

A adequação dos produtos pode ir desde adequações nos processos de produção, como por exemplo:

Para se exportar produtos frigoríficos para países árabes, a empresa precisa fornecer uma carne Halal (conceito que engloba tudo o que a religião islâmica permite). No caso das carnes bovinas, isso significa que os bois devem ser abatidos, processados, manipulados, transportados e armazenados seguindo um rol bastante específico de procedimentos descritos em normas técnicas de produção da **Gulf Standard Organization**. (Pasto Extraordinário, 2020)

O que inclui, por exemplo, que o peito do animal abatido deve estar virado para MECA. Além disso, o profissional responsável pelo abate precisa dizer a expressão árabe: Bismillah Allahu Akbar, que significa “Em nome de Deus. Deus é maior” no momento da degola. (AgroSaber,2019)



## Desafio 01

# Adequação de produtos para exportação

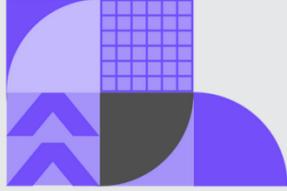
Pesquisa Desk

A especificidade também pode estar nas embalagens dos produtos:

Em alguns países, por exemplo, são exigidos materiais específicos e, caso não atendam às regras, os produtos podem ser barrados no local de destino.

Além disso, é necessário atentar ao tipo de produto, a natureza do transporte, às questões logísticas, burocráticas, funcionais e culturais do local de destino. Também é importante estar atento à existência de uma rotulagem de padrão internacional. (Remessa Online, 2020)

Questões culturais também devem ser observadas nas embalagens, como por exemplo na China, a cor branca é utilizada para representar o luto. Portanto, o uso dessa cor não é bem aceita pelo mercado chinês.



## Desafio 02

# Informação para exportação e importação

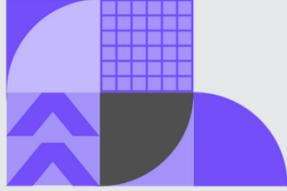
Pesquisa Desk

- Conhecimentos relacionados ao idioma do país de destino/origem;
- Qualificação para toda a cadeia de exportação e importação (como contadores, engenheiros, químicos) a fim de evitar entraves jurídicos, tributários, culturais, dentre outros;
- Como realizar o registro para operar como exportador (RADAR);
- Garantir a propriedade intelectual;
- Dificuldade de acesso a informação para a exportação;
- Como ter acesso a informações que serão úteis aos exportadores/importadores brasileiros ao longo do processo.

 <https://wylinka.org.br/>

 @wylinka

46

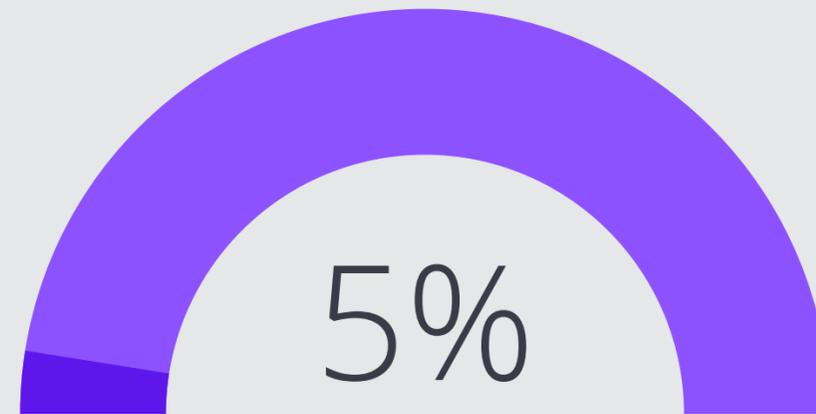


## Desafio 02

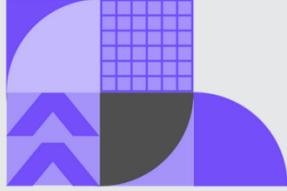
# Informação para exportação e importação

Pesquisa Desk

Conhecer o idioma do país de origem é de extrema importância para o processo de internacionalização, porém nem sempre o país mais estratégico para os negócios tem uma língua amplamente falada no mundo. Na maioria dos casos recorre-se então ao inglês. Porém, os números não são nada animadores



Apenas 5% dos brasileiros falam inglês e, dentro desse índice, 1% possui fluência total no idioma. (British Council, 2019)



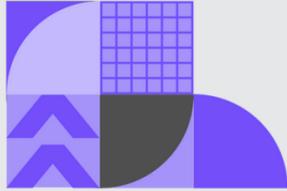
## Desafio 02

# Informação para exportação e importação

Pesquisa Desk

As particularidades da exportação e importação não se restringem aos produtos, por isso toda a cadeia produtiva precisa estar apta para esse processo.

Desde o projetista do processo produtivo ao contador, que precisa entender a complexa legislação tributária para importação e exportação. Todos os profissionais envolvidos no processo precisam ter conhecimentos e habilidades, muitas vezes extremamente específicos, como no caso das carnes Halal.



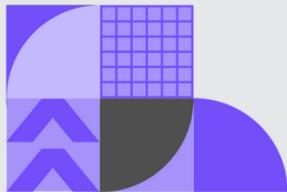
## Desafio 02

# Informação para exportação e importação

Pesquisa Desk

Dentre outros tantos fatores que afetam o desempenho do processo de internacionalização das empresas, pode-se apontar a questão da propriedade intelectual.

Um dos fatores que a empresa e/ou solução pode se atentar diz respeito ao registro de marca e patente do país de destino. Essa questão ainda é nova para vários micro e pequenos empresários e o acesso às informações e conhecimentos sobre o tema precisa ser facilitado, de forma a ficar mais intuitivo e amigável para que entraves dessa natureza não inviabilizem o processo, após realizados todos os investimentos para importar ou exportar.



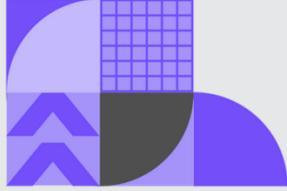
## Desafio 02

# Informação para exportação e importação

Pesquisa Desk

Segundo estudo da ABPI (Associação Brasileira da Propriedade Intelectual), o registro de marcas ainda é pouco difundido entre as pequenas empresas, que usam e são reconhecidas nos mercados em que atuam – em geral locais –, mas não se preocupam com os aspectos formais. Não raramente, elas são surpreendidas quando se encontram com a realidade jurídica de que a marca que vinham usando – às vezes por décadas – não lhes pertence e precisam mudar.

Ainda que os pedidos de residentes representem 86% do total de 2017, o número absoluto de pedidos de estrangeiros, em torno de 26 mil, é um indicador da importância do mercado brasileiro para empresas estrangeiras e do grau de internacionalização do mercado brasileiro.

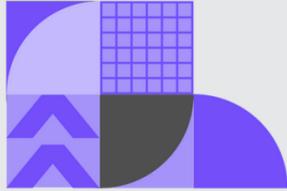


## Desafio 03

# Inteligência de mercado para o Comércio

Pesquisa Desk

- Como identificar possíveis mercados e clientes;
- Realização do estudo de viabilidade;
- Prospecção de parceiros comerciais;
- Entendimento dos acordos e missões com demais países;
- Realização da precificação;
- Entendimento dos custos relacionados a logística;
- Conhecimento do marketing e das redes de venda do país escolhido;
- Entendimento dos processos aduaneiros;
- Definição de produtos a serem comercializados.



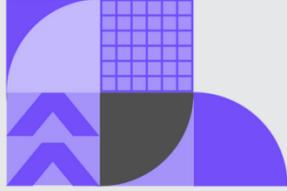
## Desafio 03

# Inteligência de mercado para o Comércio

Pesquisa Desk

As movimentações do comércio exterior são significativas e interferem diretamente na aceleração do crescimento econômico do país. Para se ter uma ideia do que as importações e exportações representam, de acordo com o Anuário do Comércio Exterior Brasileiro, em 2021 o saldo comercial foi de US\$ 61,2 bilhões, o maior já registrado na série histórica. (SEGS, 2022)

Para alcançar o sucesso em ações de comércio exterior, é essencial que haja o devido entendimento e planejamento de todas as etapas do processo, desde uma decisão consciente do produto a ser comercializado e do mercado de origem ou destino, até a burocracia envolvida e as exigências que devem ser atendidas no processo.



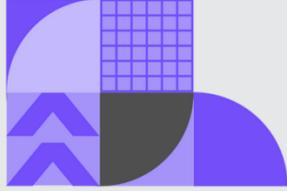
## Desafio 03

# Inteligência de mercado para o Comércio

Pesquisa Desk

A alternativa da inteligência de mercado consegue suprir uma grande lacuna deixada pela dificuldade em obter informações. O foco deve ser proporcionar novas oportunidades para que as empresas possam atuar de forma estratégica, desenvolvendo um planejamento estruturado, que gere resultados.

O processo de Inteligência de Mercado consiste na coleta de dados e informações sobre mercado, tendências, concorrência, produtos, vendas e marketing para obter ideias que auxiliem a empresa a aperfeiçoar seu planejamento e seu negócio como um todo. Além disso, a Inteligência de Mercado possibilita a resolução de problemas de relacionamento ou mesmo correção de estratégias a médio prazo, através do mapeamento contínuo do mercado. (SAMERICA,2022)



- **INTERNACIONALIZAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS**  
SANTOS, KESSY JHONIS REZENDE DOS ; GUARDA, ROBERTO MAURO
- **DATA SEBRAE: As micro e pequenas empresas nas exportações Brasileiras 2009-2017 Brasil**

Acessado em <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/11/As-Micro-e-Pequeenas-Empresas-nas-Exporta%C3%A7%C3%B5es-Brasileiras-2009-2017-Brasil-VF.pdf>

- **Relatório de modernização dos processos de comércio exterior na Micro e Pequena empresa**  
Procomex - Aliança pró-Modernização Logística de Comércio Exterior

