

>> e-book

Como Selecionar Mercados para Exportação



Introdução

Olá!

Sabemos que a partir do momento em que as empresas decidem se estruturar para o comércio exterior, é essencial que busquem as competências necessárias para formular e implementar uma gestão estratégica de negócios para se aprimorar e atender novos mercados.

Começar a exportar não é uma tarefa simples, a exportação pode abrir inúmeras oportunidades para seu negócio, mas exige um planejamento cauteloso e, muitas vezes, impõe uma série de adaptações e mudanças internas na gestão; e até mesmo a busca por conhecimento sobre povos, países, novos idiomas, para poder lidar com outras culturas.



Para quem imagina que os competidores estrangeiros estão do outro lado da fronteira, é importante observar que as empresas brasileiras já competem com empresas estrangeiras mesmo não estando atuando em mercados externos, uma vez que já estamos expostos à concorrência de produtos e serviços importados e multinacionais instaladas no Brasil.

É certo observar que os ganhos que são adquiridos no processo vão se refletir em aumento de competitividade, tanto no mercado externo quanto aqui dentro do país. Desta forma, a atuação em comércio exterior pode ser considerada também uma estratégia de defesa de mercado interno. Atuando em mercados internacionais, uma empresa passa a ser mais competitiva no cenário nacional por ser melhor gerida e, principalmente, por entregar produtos e serviços com padrões de qualidade internacional.

Então, bora lá se antecipar à concorrência e planejar o processo de internacionalização da nossa empresa?

Aqui, vamos abordar os tópicos que devem ser levados em consideração para ajudar a decidir quais são os mercados mais adequados para que sua jornada de exportação tenha êxito.

Modalidade de acesso aos mercados

As exportações são consideradas o primeiro estágio de internacionalização das empresas, sejam elas diretas ou indiretas.

Exportação Direta



A própria empresa fabricante realiza a negociação e o envio da mercadoria para o exterior. Fica responsável por todos os processos, desde a negociação até a entrega da mercadoria no mercado externo. A empresa deve ter conhecimentos sobre táticas de negociação, sobre o seu mercado alvo, as modalidades de pagamento possíveis, os modais de transporte disponíveis, além de documentações e certificados necessários.

Exportação Indireta



A empresa fabricante encontra uma terceira, estabelecida no Brasil, para efetuar o processo de exportação. Logo, quem fica encarregado de negociar, desenvolver pesquisas sobre o país de destino e mandar a mercadoria, é essa terceira, que pode ser uma *Trade Company* ou uma Comercial Exportadora (ECE), por exemplo. A opção por esta modalidade pode ser motivada pela falta de experiência ou desconhecimento ou, ainda, por não querer dispor de uma estrutura para tal.

Como podemos ver, na modalidade de exportação indireta, a empresa que produz, que fabrica, não se envolve com a operacionalização da exportação.

Quem detém toda a parte de comercialização e operação é a empresa intermediária, que além de conhecimento sobre os processos de comércio exterior, possui toda a estrutura necessária e gerencia os recursos humanos especializados na área.

Então, vamos priorizar nossa abordagem na modalidade direta de exportação, que ocorre quando a empresa produtora conduz todo o processo de exportação, desde os estudos de mercado, a prospecção do cliente – os contatos iniciais com o importador – até a conclusão da venda no exterior.

Neste sentido, uma das primeiras tarefas no fluxo das atividades da exportação direta é o planejamento e pesquisa de mercado. A partir daí, surge a pergunta: qual o melhor mercado para exportar os produtos da minha empresa?

Qual é o melhor mercado para exportar?

Num processo de internacionalização onde as exportações iniciam de forma direta, uma das primeiras perguntas a ser respondida na análise de mercado é – em qual ou em quais países minha empresa irá atuar? A empresa necessita, primeiro, encontrar o mercado mais apto para seu produto, adequando sua capacidade produtiva e suas estratégias.

Precisa, também, conhecer a concorrência e, principalmente, seu consumidor, já que é ele que vai garantir a sobrevivência do seu negócio lá fora. Então, você deve identificar as principais características desse consumidor, quais atributos são valorizados por ele, hábitos, costumes, renda, localização, entre outros.

Também deve-se ponderar outros aspectos, como potencial de mercado, poder de compra, menor risco, maior possibilidade de crescimento, melhor adesão aos produtos da empresa.

Para definir o mercado internacional de atuação, muitas empresas recorrem a pesquisas de mercado, as quais são úteis para embasar a decisão estratégica e aumentar as chances de sucesso, reduzindo riscos e gerando resultados positivos no futuro.

Quais fatores devem ser considerados?

Alguns fatores muito importantes devem ser levados em consideração na hora de decidir para onde exportar seu produto. Estes fatores se baseiam nas muitas semelhanças entre o mercado doméstico e o mercado-alvo, o que possibilita a expansão com um mínimo de necessidade de adaptação.

1 - Fatores geográficos

Nesta análise, é preciso considerar os dados demográficos, faixa etária da população, distribuição da população do país por regiões, segmentação de público - masculino, feminino, infantil, idoso.

2 - Fatores sociopolíticos

Nas exportações para países com os quais temos acordos comerciais, podemos obter vantagens frente a concorrentes, estabilidade política e normas reguladoras para entrada de produtos no país.

3 - Fatores econômicos

Analisar os aspectos econômicos do país, como dados sobre classes sociais, poder de compra da população, renda média, risco país, fluxo da balança comercial, entre outros.

4 -Fatores culturais

Aqui, deve-se observar os aspectos sociais, hábitos da população em geral, idiomas utilizados e formalidades nas negociações. Importante verificar também as práticas comerciais realizadas, imagem das marcas e produtos brasileiros, práticas e restrições religiosas.

5 - Fatores tecnológicos

Buscar entender os padrões tecnológicos utilizados no país-alvo, as características de comportamento e o design adequado para alguns tipos de produtos, podem ser aspectos bem relevantes.

Critérios para seleção de mercados

A partir da observação dos fatores acima, podemos começar a direcionar melhor nossa bússola para a seleção do mercado mais atrativo para nosso produto, quando já temos indicativos de país, o passo seguinte é procurar fazer uma análise das seguintes informações:

Análise do perfil do mercado foco	- Perfil da concorrência
Perfil do comércio exterior do país	- Estrutura de distribuição
Barreiras tarifárias e não tarifárias	- Perfil dos potenciais clientes



Quais as ferramentas dispomos para identificar os mercados?

Você já sabe quais fatores considerar e como avaliar perfis de mercado que seriam interessantes para nossos produtos. Agora, o passo seguinte é identificar estatísticas sobre os mercados, bem como, seus fluxos comerciais. Para isso, vamos precisar utilizar os seis primeiros dígitos da classificação fiscal do produto – NCM/SH com base no sistema harmonizado.

Existem ferramentas pagas, mas podemos utilizar ferramentas gratuitas e identificar, de uma maneira geral, os principais mercados exportadores e importadores, os mercados em crescimento, concorrência e as barreiras comerciais existentes em alguns países.

» Comex Stat

Portal em que você pode identificar para onde o Brasil está exportando determinado produto, estatísticas sobre exportação e importação, unidades da federação que estão exportando ou importando, quais países adquirem, em que quantidade e a que preço.

<http://comexstat.mdic.gov.br/pt/home>

» ITC – TradeMap

Ferramenta que disponibiliza tudo sobre o comércio internacional de seu produto. As informações da ferramenta são disponibilizadas por meio de mapas, planilhas exportáveis e gráficos.

<http://trademap.org>

» ITC – Market Access Map

Essa ferramenta fornece informações sobre as tarifas aplicadas, incluindo tarifas NMF (Nações Mais Favorecidas) e preferências concedidas unilateralmente e no âmbito de acordos comerciais regionais.

<https://m.macmap.org/>

Dados e informação

Inicialmente, precisamos distinguir dados de informação. A informação é o resultado da coleta, organização e manipulação dos dados disponíveis. Ou seja, os dados só se transformam em informação depois que são organizados e tratados.

Então, começa-se por buscar dados, para depois transformá-los em informação. Há, basicamente dois tipos de dados: aqueles que já se encontram disponíveis e aqueles que precisam ser coletados. Os dados que já se encontram disponíveis são chamados de dados secundários, e os dados novos, que precisam ser coletados em campo, são chamados de dados primários. Informações sobre mercados irão auxiliar na elaboração de estratégias de comunicação e marketing, possibilitando que produtos ou serviços sejam divulgados e se comuniquem de forma eficaz e eficiente com o mercado escolhido.

Considerações finais

Este texto procurou mostrar a importância de realizar uma avaliação de mercado antes de investir e ingressar em um mercado internacional, o que pode poupar grandes aborrecimentos ao exportador. Como se viu aqui, há grande variedade de dados e informações já disponíveis, que podem ser facilmente acessados pela internet. Qualquer nível de conhecimento sobre o mercado-alvo é importante.

Se a pequena empresa não tem condições de contratar uma pesquisa de mercado no exterior, não há motivo para que o empresário deixe de fazer seu dever de casa e investigue por conta própria. Este trabalho certamente será recompensado, já que suas decisões de exportação serão tomadas com mais conhecimento e precisão.

Referências

Aprendendo à Exportar – Identificando Mercados

<https://www.gov.br/siscomex/pt-br/servicos/aprendendo-a-exportar/identificando-mercados-1>

Invest and Export Brazil – Conheça os Mercados

<http://www.investexportbrasil.gov.br/conheca-os-mercados>

Guia completo para analisar e escolher oportunidades de exportação

<https://www.linkedin.com/pulse/como-selecionar-o-melhor-mercado-para-exporta%C3%A7%C3%A3o-edward-langwerden/>

Sebrae_Exportação: seu negócio cruzando fronteiras

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/exportacao-seu-negocio-cruzando-fronteiras,1adob8a6a28bb610VgnVCM-1000004c00210aRCRD>

IBGE Países

<https://paises.ibge.gov.br>

World Trade Organization (tarifas e informações de mercado)

<https://www.wto.org>

