

Estratégia ajuda a elevar exportação

Agência auxilia as empresas a planejar exportações e diminuir riscos, possibilitando maior sucesso e rentabilidade

É inegável que, nos últimos anos, o mundo ficou muito mais globalizado em todos os aspectos: econômico, social, cultural e político. O comércio internacional é um dos maiores protagonistas da globalização. Para aumentar as exportações do País, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) utiliza sua área de estratégia para auxiliar o empresário a planejar sua venda, diminuindo riscos e possibilitando maior sucesso e rentabilidade na atuação internacional. A estratégia pode ser explicada como o trabalho de preparação para o tiro ser certo. Saber o tipo de produto que determinado país precisa, em que momento e para qual público faz toda a diferença. Atuando nessa linha, a Agência tem conseguido significativos resultados, como 300% de aumento nas exportações de manga para o Oriente Médio e o crescimento

nas vendas de café para a Coreia do Sul e Austrália (*leia matéria abaixo*).

“A estratégia permeia todo o trabalho da Agência. Antes de ser iniciada qualquer ação, é feito um detalhado levantamento de informações para conseguirmos o melhor resultado possível. Ajudamos as empresas a entender o mercado externo e onde estão as melhores oportunidades de negócio”, afirma o presidente da Apex-Brasil, David Barioni Neto.

A Agência divide a gerência de estratégia de mercado em três áreas de inteligência: a antecipativa, a de mercado e a estratégica. “Procuramos estudar como é o ambiente externo para diminuir as surpresas para o empresário brasileiro. Esse conhecimento é muito importante”, conta Barioni Neto. A Apex-Brasil faz um levantamento de informações para o negócio, como, por exemplo, hábitos

de consumo, aspectos regulatórios, concorrentes, tamanho do mercado, entre outros dados.

De posse das informações, a Agência faz um cruzamento do material coletado e o corpo técnico realiza um trabalho de análise detalhada, com o objetivo de qualificar a informação, facilitando a localização das oportunidades para empresas iniciarem ou aumentarem as exportações. Os estudos mostram, por exemplo, quanto cada país importa de um determinado produto ou serviço, quais as formas de distribuição, as tarifas médias de importação, entre outras informações. A Apex-Brasil também desenvolve estudos para reconhecer potenciais investidores que possam vir ao Brasil.

“São dois grandes ativos da Apex: uma rica base de dados e a aplicação de inteligência para encontrar as melhores oportunidades. Além

disso, nossos estudos mostram que ainda há bastante espaço para avanço nas exportações”, afirma a gerente de estratégia de mercado da Apex-Brasil, Ana Paula Repezza. A Agência também realiza estudos chamados de Ranqueamento de Mercados, em parceria com as entidades setoriais e com empresários, no qual são analisados dados qualitativos e quantitativos para identificar oportunidades e definir os locais onde serão realizadas as ações de promoção comercial.

Oportunidades em todo o mundo

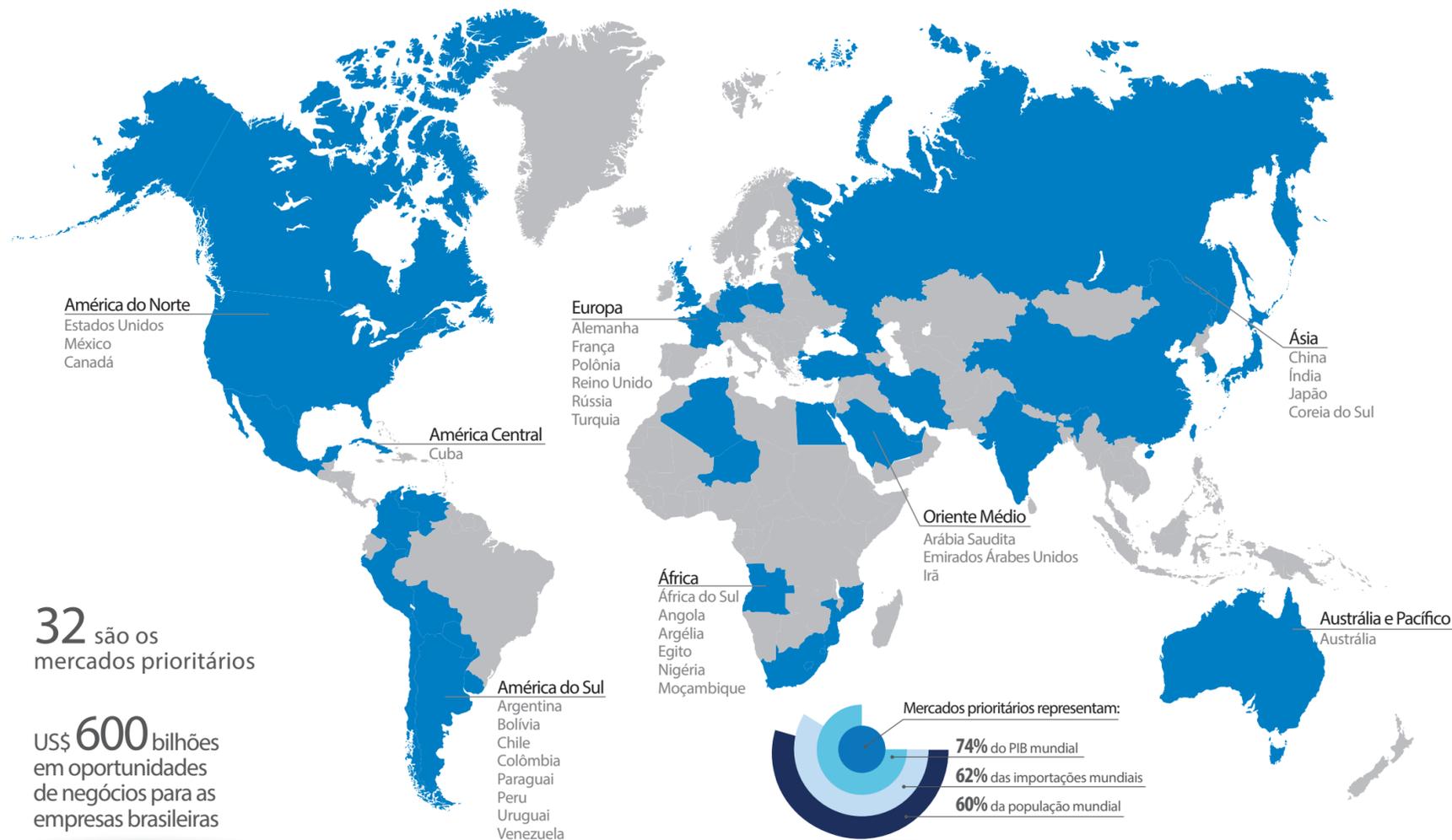
A Apex-Brasil criou o Mapa Estratégico de Mercados e Oportunidades Comerciais. Trata-se de uma ferramenta de inteligência comercial que identifica grupos de bens e serviços e países com maior potencial para produtos brasileiros. Ele está dispo-

nível para consulta dos empresários interessados em exportar seus produtos e serviços.

Os 32 mercados prioritários do Plano Nacional de Exportação (PNE) foram definidos depois de criteriosa análise conjunta a 170 países dos seis continentes. E levaram-se em conta 80 variáveis para cada mercado, como questões macroeconômicas, do mercado consumidor, desempenho econômico recente, projeções para os próximos anos e volumes de importação.

Na ferramenta on-line, em formato de mapa-múndi e de acesso livre, é possível identificar quais países do mundo oferecem melhores possibilidades de comércio, conforme o produto ou serviço. O mapa está disponibilizado no site da Apex-Brasil pelo link <http://geo.apexbrasil.com.br/OportunidadesComerciais.html>.

Mapa Estratégico de Mercados e Oportunidades Comerciais



Empresários que usam os serviços conseguiram expandir suas vendas

Ação feita com produtores de café resultou num crescimento médio anual de 92% nas vendas para a Coreia do Sul

Mineiro tem fama de desconfiado. Quando o diretor da Carmo Coffees, de Carmo de Minas (MG), Luiz Paulo Dias Pereira Filho, viu os números apresentados pela área de estratégia de mercado da Apex-Brasil, no Ranqueamento de Mercados, sobre o potencial de exportação do café brasileiro para Austrália e Coreia do Sul, pensou: será mesmo? “Fiquei um pouco receoso, mas fui a uma missão nesses dois países. Ao chegar lá, fiquei surpreso por encontrar um mercado prontinho para comprar nosso café. Todos os números que a Apex nos apresentou estavam muito bem embasados. Os estudos foram perfeitos. O resultado foi ótimo”, conta Pereira Filho, que hoje exporta 20% de sua produção para Austrália e Coreia do Sul.

Esse Ranqueamento de Mercados é um projeto desenvolvido pela Apex-Brasil em parceria com a Brazilian Specialty and Coffee Association (BSCA). Como resultado, de 2010 a 2014, as exportações das empresas apoiadas nesse projeto tiveram crescimento médio anual de

26% para Austrália e de 92% para a Coreia do Sul. O valor total exportado aumentou quase sete vezes para a Austrália, passando de US\$ 3 milhões, em 2009 (antes do ranqueamento), para US\$ 20 milhões em 2014 e, no caso da Coreia do Sul, cresceu 18 vezes, passando de US\$ 1,3 milhão, em 2009, para US\$ 24,5 milhões em 2014.

Outro trabalho realizado pela Apex-Brasil resultou no incremento de mais de 300% das exportações de manga para o Oriente Médio. Em uma missão prospectiva organizada pela área de estratégia de mercado, encontrou-se uma oportunidade, pois os países da região compram muita manga da Índia e, em determinadas épocas do ano, o país parava de fornecer. O Brasil, cuja sazonalidade é inversa à da Índia, não vendia quase nada de manga para a região, mesmo sendo um grande produtor e exportador. Além da manga, verificou-se que havia espaço para outras frutas, como melão, limão e maçã.

Com o estudo na mão, a Apex-

Brasil organizou uma missão empresarial em Dubai, onde produtores de frutas do Brasil tiveram encontros com varejistas e representantes de órgãos reguladores. Também fez parte da estratégia uma ação de marketing de relacionamento no Carnaval e na Copa do Mundo, em 2014. O diretor de operações da Finoagro, Altair Martins, que participou dessas ações da Apex-Brasil, conta que o trabalho de prospecção da Agência foi fundamental para as vendas. “O formato dos eventos, a agenda e os interlocutores selecionados para iniciar o processo de exportação, que é sempre a parte mais difícil, foram impecáveis, muito profissionais”, afirma Martins.

A Apex-Brasil trabalha em toda a cadeia de produção e desenvolveu um trabalho para o setor de componentes para a indústria moveleira que indicou a Turquia como mercado prioritário para abertura e prospecção de mercados. Empresas participantes do projeto Orchestra Brasil — parceria entre a Apex-Brasil e o Sindmóveis Bento



Valor das exportações de café para a Austrália triplicou após ação estratégica

Gonçalves — aumentaram 136% as suas exportações para lá de 2013 para 2014, chegando a US\$ 429 mil. A Promob, de Caxias do Sul (RS), que desenvolve softwares principalmente para a indústria moveleira, foi uma das participantes do projeto e viu boas oportunidades

de comercializar seu produto. “A Turquia está procurando serviços profissionais e caminhamos para fechar negócios. O apoio da Apex foi muito importante para entrarmos nesse mercado”, conta Luciana Adamatti, supervisora de exportação da Promob.