



SUA EMPRESA ESTÁ PRONTA PARA OS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS?

Cada vez mais as empresas têm ficado atentas às vantagens de participar do ambiente internacional de negócios. Os benefícios são muitos, como aumento do valor da marca, produção em escala, possibilidade de parcerias externas, melhora da qualidade do produto pela adaptação aos diversos mercados, diminuição da carga tributária dentre outros.

Antes de exportar é preciso saber se a empresa está pronta e, caso não esteja, buscar oportunidades de capacitação e apoio para o aprimoramento das suas operações com este objetivo. A avaliação dessa preparação começa por uma autoavaliação que pode ser feita com o apoio do Autodiagnóstico de Negócios Internacionais disponibilizado pelo SEBRAE, considerando itens como:

1. MATURIDADE EMPRESARIAL:

É importante que a empresa tenha testado o seu produto em alguns mercados e já tenha um faturamento que permita financiar as exportações e operar sem a dependência do mercado externo.

2. ASSOCIATIVISMO:

O associativismo permite aos pequenos empresários congregar esforços e obter vantagens competitivas para a exportação, seja através do apoio de algumas associações e classes ou através da cooperação entre empresários para a obtenção de crédito, compra e venda conjunta, dentre outros.

3. PLANEJAMENTO:

É fundamental ter um plano de expansão de vendas que contemple uma análise dos países com potencial de compra do produto bem como uma análise dos desafios e oportunidades das exportações, incluindo, por exemplo, as barreiras de exportação e benefícios tributários. Além disso, deve-se planejar as vendas através de uma estratégia de comunicação do produto, incluindo, por exemplo, definição de preços para exportação, traduções e adaptações de materiais, dentre outros.

4. DIFERENCIAIS DO PRODUTO:

Por ser bastante concorrido, o mercado externo tem um grau de exigência maior em termos de qualidade e diferenciais. Produtos com menos diferenciais tendem a ser comprados com base no preço o que é um desafio à participação de micro e pequenas empresas que em geral tem uma escala menor.

5. ACEITAÇÃO DO PRODUTO NO BRASIL E NO EXTERIOR:

É necessário estudar o mercado para verificar quais países tem aceitação pelo produto e estar com as finanças e estrutura preparadas para possíveis adaptações que normalmente são necessárias antes de iniciar a exportação de um produto, como a obtenção de certificações e substituição de alguma matéria prima.

6. ASSISTÊNCIA EXIGIDA PELO PRODUTO:

A assistência que os compradores podem requisitar com relação aos produtos é um desafio para quem exporta, já que exige uma capacidade de atender demandas vindas de mais longe e com mais complexidade. Assim produtos que requisitam menos suporte, naturalmente tem um pós venda mais simples.

7. CONTROLE DE QUALIDADE:

A empresa que pretender exportar deve possuir ou estar pronta para implementar um sistema de gestão de qualidade e, além disso, estar pronta para adequar o produto a normas e exigências internacionais.

8. LOGÍSTICA:

A empresa deve possuir um bom domínio de suas operações logísticas, abrangendo o armazenamento, controle de estoque e produção, pois a demanda do mercado externo pode exigir uma produção maior ou acondicionamento do produto por mais tempo para ter pronta entrega, também podem ser necessários ajustes na embalagem para suportar o transporte. É preciso conhecer bem o produto, qual o meio de transporte mais adequado e qual o impacto de toda a cadeia logística no preço final.

9. PROPRIEDADE INTELECTUAL:

Mais do que mero procedimento burocrático, o registro de marca e patentes representa real proteção ao patrimônio intangível da empresa. Cabe ressaltar que é necessário o registro internacional, visando estender a proteção aos novos mercados.

10. ÁREA COMERCIAL DA EMPRESA:

Para atuar no mercado externo, é importante que os responsáveis pela área comercial tenham conhecimento de mercado, cultura e dos procedimentos de exportação, além de ser recomendável dominar pelo menos o inglês. É importante analisar se esta área da empresa está pronta para atender aos novos mercados.

11. MOTIVAÇÃO:

Diversos motivos podem levar o empresário a querer exportar, como o desejo de reduzir riscos dividindo-se em vários mercados, a procura do produto por potenciais clientes ou mesmo uma expansão natural após o estabelecimento no mercado interno. É importante ter claros os objetivos para um melhor direcionamento das ações.

Quer saber em qual estágio sua empresa se encontra rumo aos negócios internacionais?

Acesse: <http://www.internacionalizacao.sebrae.com.br/> e preencha um autodiagnóstico elaborado por especialistas em comércio exterior