

NOVOS MERCADOS

EMPRESAS DO ESTADO GANHAM O MUNDO



MARCELO PREST

Raphael Cassaro Machado, diretor-executivo de uma empresa de argamassa e tintas, se prepara para enviar em 2017 seus produtos para mercados no exterior

Pequenos e médios negócios driblam crise com a exportação

LUÍSA TORRE
ltorre@redgazeta.com.br

Em busca de novas oportunidades de negócio, empreendedores capixabas têm procurado atuar em outros mercados fora do Brasil enquanto o consumo doméstico está comprometido pelas incertezas da economia.

Mas não são só os produtos de empresas de grande porte que têm cruzado fronteiras internacionais: pequenas e médias empresas do Espírito Santo estão tendo sucesso fora do país por causa da combinação entre capacitação e gestão eficiente.

Um exemplo é a empresa de café em creme Café Caravello. Com apenas 20 funcionários e quatro anos de mercado, a companhia já está vendendo para mercado como Europa, Estados Unidos e China. De acordo com Cristina Pascoli Tongo, sócia da empresa, o processo começou com clientes brasileiros que levavam o café para o exterior como presente. “Como a aceitação foi boa, tive interesse de exportar. Já tem dois anos que estou fazendo cursos, me capacitando. Como começamos a ter recorrência na compra dessas pessoas que estavam no exterior, querendo revender produtos, começamos a nos

aprofundar nas legislações, na logística, fomos estudando”, conta.

Agora, o projeto futuro da empresa é ter franquias internacionais. “O que mudou na empresa foi que tive que rever processos da produção e melhorar. Introduzi programas de gestão industrial para potencializar nossa produtividade. E melhorei meu produto e minha embalagem”, destaca.

Não são só produtos que saem do país. No caso da Mito Games, empresa capixaba de software, games e aplicativos que emprega dez profissionais, é a prestação de serviço que foi exportada. “Começamos a prestar serviço de tecnologia para uma empresa da República Tcheca, que atua no setor de serviço para o sistema de saúde público do país. Essa empresa faz a gestão do software de medicina e nós desenvolvemos aplicativos que conectam devices como balanças, dispositivos que mede glicose e o software que recebe essas informações”, explica Marcelo Herzog, diretor comercial da companhia.

Para ele, exportar é a oportunidade de expandir a empresa. “Nosso negócio foi impactado pela crise econômica, então é uma perna a

FERNANDO MADEIRA - 23/03/2016



Preparação
Cristina Tongo se qualificou e melhorou processos em sua empresa de café em creme para exportar.

“Introduzi programas de gestão para potencializar nossa produtividade. E melhorei meu produto e minha embalagem”

MERCADO**40%**

das exportadoras
É o percentual de empresas no país que são micro e pequenas e que exportam produtos.

mais na corrida. Como a concorrência aumenta muito, você tem que ter preço bom, qualificação, processos melhor pensados”, diz.

MERCADOS

Empresas médias, como a Argalit, também buscam qualificação para estruturar um processo sólido de exportação. Segundo o diretor-executivo Raphael Cassaro Machado, a primeira exportação da companhia, que tem 200 funcionários, será no primeiro semestre de 2017. “A motivação da gente buscar o comércio exterior foi devido à retração do mercado nacional e devido ao aumento do dólar, que favorece a competitividade no exterior. E isso já está na estratégia da empresa há alguns anos, buscar diversificação e não depender só de um mercado”, analisa.

Desenvolvedora de tec-

nologia para empresas de mineração, o Grupo Sideral fez a primeira exportação na última semana para uma empresa em Chicago, nos Estados Unidos. Para o diretor-presidente João Batista Lima, exportar traz novas oportunidades à empresa, de porte pequeno, que emprega 25 pessoas. “Temos feito muitos cursos sobre exportação e um trabalho de organização dentro da empresa, de segurança, de qualificação do pessoal de solda, de montagem”, comenta.

Para Tiago Terra, supervisor de competitividade da Apex-Brasil, o porte da empresa nem sempre é um requisito para exportar. “Hoje, no Brasil, cerca de 40% das empresas que exportam são micro e pequenas. O detalhe não está no porte, mas na maturidade. São empresas que preparam sua gestão e seu processo produtivo para o comércio exterior”.

Outro ponto importante é diversificar mercados, diz Terra. “Se você tem um mercado apenas e ele começa a entrar em colapso, você quebra. O ideal é ter vários mercados para que essa balança fique equilibrada, de 20% a 30% da produção destinada a outros mercados que não o interno”, explica.

NOVOS MERCADOS

Programa vai capacitar empresas para exportar

Projeto ajudará no diagnóstico das empresas para melhoria da competitividade

➤ Mais de 140 empresas capixabas terão a chance de passar por uma consultoria gratuita para exportar. Para participar do Programa de Qualificação para a Exportação (PEIEX), desenvolvido pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex), em parceria com o governo estadual, empresários devem se inscrever no site da Secretaria de Estado de Desenvolvimento para ter acesso a um diagnóstico para melhoria de sua competitividade.

O programa, explicou o secretário de Estado de Desenvolvimento, José Eduardo Azevedo, oferece às empresas um diagnóstico gra-

tuito, apresentando soluções que a organização deve implementar para comercializar produtos e serviços no mercado internacional.

“O programa visa melhorar a qualidade da produção da empresa e a compreender o mercado externo. Hoje, já há 70 empresas no programa”, explica ele.

Para Tiago Terra, supervisor de competitividade da Apex-Brasil, o primeiro passo que as empresas que querem exportar devem dar é se prepararem: “melhorar a gestão da porta para dentro, ter controle dos processos, saber seu custo de produção, verificar se o produto tem adequações necessárias, se tem todos os registros, ou seja, gestão eficiente e uma empresa organizada”. Ele destaca ainda a aderência do produto no mercado-alvo.

AJUDA



“O programa visa a melhorar a qualidade da produção da empresa e a compreender o mercado externo”

JOSÉ EDUARDO AZEVEDO SECRETÁRIO DE DESENVOLVIMENTO

OS CAMINHOS PARA VIRAR UM EXPORTADOR

DIAGNÓSTICO

▼ Preparação da gestão

As empresas devem ter uma preparação em sua gestão e em seu processo produtivo para pensar no comércio exterior, olhar para dentro e ajustar processos.

MELHORIAS

▼ Tornar a gestão eficiente

O primeiro passo é melhorar a gestão. Fazer uma gestão mais eficiente, ou seja, ter controle dos processos, saber custos de produção, verificar se o produto tem adequações necessárias, se tem todos os registros, estancar desperdícios. Ou seja, ter uma empresa organizada.

MERCADOS

▼ Aderência do produto

O segundo passo é ver a aderência do seu produto para os mercados e definir para onde ele deve ser vendido. No site da Apex-Brasil, há uma ferramenta que ajuda nessa identificação. As Federações da Indústria também ajudam nessa etapa.

REGULAÇÃO

▼ Identificar barreiras técnicas

Depois de encontrar o mercado e ver se ele é o ideal, é preciso identificar barreiras técnicas, exigências dos países, suas regulações, e se adequar.

LÍNGUA

▼ Traduzir sites e material promocional

Quem vai exportar, tem que ter site da empresa na língua do país para onde vai vender. O folder e o restante do material promocional também deve estar na língua estrangeira. Não é necessário investir em rótulo e embalagem antes da venda. Com ela garantida, a empresa dá continuidade de investimento.

EMBALAGEM

▼ Seguir normas

Embalagem e rótulo têm de estar na língua do país e seguir as leis, além de a marca estar registrada naquele país.

ACOMPANHAMENTO

▼ Atuar na pré e na pós-venda

É preciso se preocupar com o pré-venda e o

pós-venda. Se a empresa vende para os EUA e o comprador liga para a minha empresa, é preciso - por exemplo - ter alguém que sabe falar inglês para atendê-lo.

AJUDA

▼ Buscar entidades

Quem quer exportar deve buscar entidades que possam apoiar o processo. O Peiex é uma ferramenta, que funciona através da Sedes (a inscrição é feita no site). Outras entidades como Apex, Sebrae e a Federação das Indústrias através da rede Cin (Centro Internacional de Negócios) devem ser procurados.

COMPETITIVIDADE

▼ Vida longa no mercado

Empresas que exportam são mais competitivas e têm vida longa no mercado interno, pois aprimoram gestão, controles e estão conectadas a tendências internacionais.

Fonte: Tiago Terra, supervisor de competitividade da Apex-Brasil.