



As barreiras para se entrar no mercado externo

Convidamos para conversar conosco sobre as barreiras para se entrar no mercado externo a consultora de comércio exterior do Sebrae – SP a Prof^a. Maria de Fátima G. V. Sprogis.

Por JOÃO DELBIN

Mestre em Engenharia Urbana pela UFSCar, Administrador.
Professor do UNIPINHAL. Consultor de Empresas.
E-mail: joadelbin@superig.com.br

RACRE: Quais os aspectos relevantes para as empresas que querem exportar?

Prof^a. Maria de Fátima: Uma questão deverá ser resolvida antes de uma entrada mais forte no mercado externo é o aumento do volume de produção. A empresa tem capacidade instalada, ou seja, recursos físicos e recursos financeiros para isso?

Também deve fazer adequação dos produtos ao gosto/necessidade/cultura religiosa e comercial entre outras de outros países. Deve responder as questões: É viável? Quanto vai custar? Haverá demanda para absorver? Quanto será o investimento para esta mudança?

Para entrar com pé direito pela porta da frente do comércio exterior, os empresários devem buscar muita capacitação e orientação e são muitas as entidades que auxiliam como Sebrae – SP e muitos outros.

RACRE: Qual o período de adequação da empresa e de seus produtos para entrarem no mercado externo?

Prof^a. Maria de Fátima: A adequação da empresa e do produto para os que vão se lançar pela primeira vez no mercado internacional, levam em

média de 1 a 2 anos, entre adequação de processos e produtos e o efetivo começo das exportações.

RACRE: Quais os principais obstáculos externos que afetam as exportações.

Prof^a. Maria de Fátima: Os empresários reclamam de grandes gargalos que ainda prejudicam as exportações brasileiras. A burocracia do sistema aduaneiro, a falta de linhas de financiamento e a infra-estrutura de estradas, portos e aeroportos, são questões que precisam ser resolvidas, para fomentar o aumento das exportações brasileiras.

Mas não basta reclamar, os empresários precisam estabelecer compromissos com as vendas no exterior. Outro fator apontado como dificuldade é a tributação pesada sobre a cadeia produtiva brasileira. Dessa forma os produtos brasileiros perdem competitividade quando comparados com os materiais produzidos em outros países.

As empresas também se ressentem da falta de informações sobre o mercado externo. O empresário brasileiro deve ter em mente que o processo de exportação deve ser contínuo e não servir apenas como saída temporária em um momento de recessão do mercado interno. A quebra de fornecimento prejudica a imagem das empresas

RACRE: Quais os principais obstáculos internos às empresas que afetam as exportações.

Profª. Maria de Fátima: Um dos maiores obstáculos, que as empresas encontram, está dentro da própria empresa, quando não há gestão e conhecimento do próprio negócio, falta de interesse na busca de inovação e integração na equipe. do, a

Resumindo, a falta do desenvolvimento de um Plano de Exportação, no qual, fique bem claro o que fazer, quando, quem fará, quanto custará, por que queremos exportar, para onde e como exportar, torna as dificuldades maiores do que são e, normalmente, a culpa é colocada na legislação, burocracia, custo Brasil, etc.

Principais Dificuldades e Barreiras Encontradas no Brasil	Principais Dificuldades e Barreiras Encontradas no Mercado de Destino
<ul style="list-style-type: none">· Capacidade produtiva para atender o mercado externo.· Obtenção do financiamento para exportação.· Trâmites burocráticos.· Câmbio.· Desconhecimento do Mercado Externo – cultura, canais, direito internacional e transporte.· Falta de facilitadores – bancos, despachantes, seguradoras etc.· Rotina na exportação.· Custos na exportação – desembaraço aduaneiro, seguro, transporte.· Política consistente de apoio à pequena empresa.· Aspectos tecnológicos – qualidade, custos, design, embalagem, atendimento a normas técnicas.	<ul style="list-style-type: none">· Barreiras tarifárias.· Adequação à regulamentação técnica.· Exigência de certificação do produto.· Necessidade de certificação de sistema de gestão.· Atendimento às exigências relacionadas à embalagem.· Atendimento às exigências ambientais.· Concorrência dos produtos estrangeiros naquele mercado.· Concorrência dos produtos nacionais naquele mercado.· Dificuldades logísticas.· Dificuldade na contratação de representantes naquele mercado.· Dificuldades culturais – língua, fuso horário e costumes.· Dificuldades de adaptação do produto· Dificuldades de promoção comercial

