

Motoqueiro da Cooperboy, que atua em SP

# tudo

pequenos negócios + oportunidades

Domingo, 27 de março de 1994

## Conheça regras e estratégias para exportar

Empresa deve procurar mercados onde seu produto se adapte e seguir normas internacionais para não se 'queimar'

Editoria de Arte/Folha Imagem

**NELSON ROCCO**  
Da Reportagem Local

### EXPORTAÇÃO BRASILEIRA CRESCEU

8,15%

em 93, em comparação com 92

### VENDAS PARA OS EUA SOMARAM

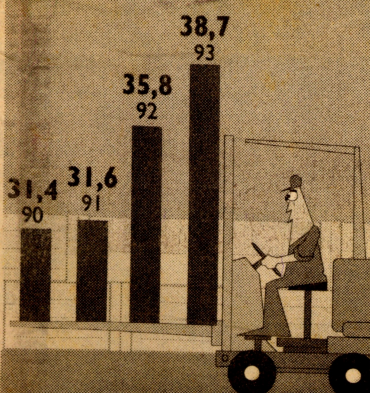
US\$7,8bi

no ano passado

### INDIFOLHA

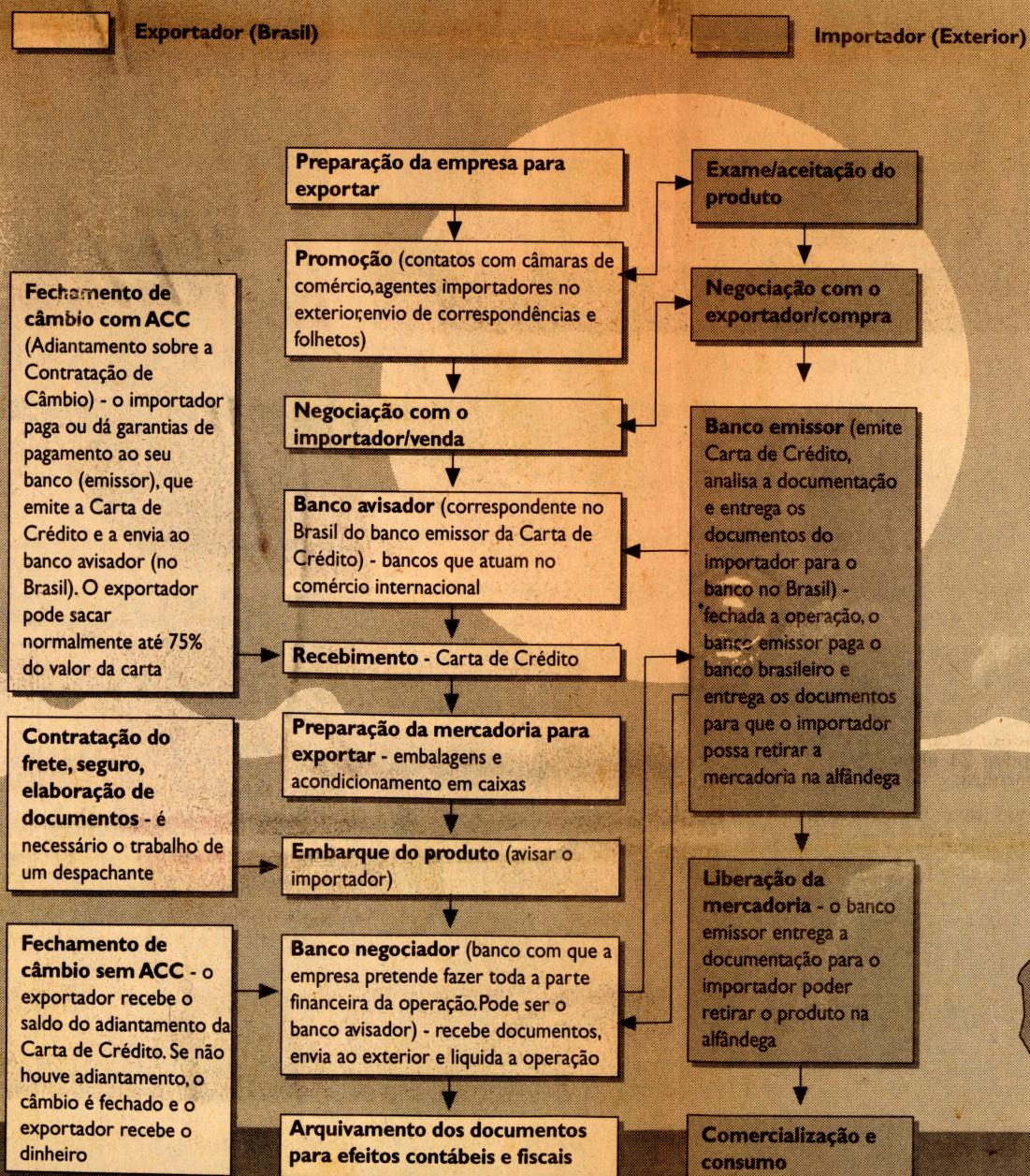
### BRASIL EXPORTOU MAIS EM 93

Em US\$ bilhões FOB(\*)



(\*) preço da mercadoria com frete e seguro no ponto de embarque

### VEJA OS CAMINHOS PARA CHEGAR AO MERCADO INTERNACIONAL



### MERCADOS COMPRADORES

Em 93, em % sobre o total

Por blocos econômicos	
CEE (Comunidade Econômica Européia)	26,0
Aladi (Associação Latino-Americana de Integração)	23,6
EUA (incluindo Porto Rico)	20,7
Ásia	15,9
Oriente Médio	3,2
Por países compradores	
EUA	20,3
Argentina	9,4
Holanda	6,4
Japão	6,0
Alemanha	4,7
Itália	3,4
Bélgica e Luxemburgo	3,0
Reino Unido	3,0
Chile	2,9
México	2,6

Comércio exterior não é um "luxo" reservado apenas para grandes empresas. É uma saída também para as micro e pequenas que buscam ampliar seus negócios. O comércio internacional, no entanto, tem normas e regras rígidas que devem ser seguidas para que a empresa não se "queime" lá fora.

Um dos primeiros passos é pesquisar mercados em países onde o produto se adapte. Mauro Ávila, gerente de comércio exterior do Sebrae SP (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo), sugere que as empresas se voltem inicialmente para a América Latina, levando em conta a proximidade e a aceitação dos produtos brasileiros nos países vizinhos. Além disso, Europa e Estados Unidos têm mecanismos mais rígidos de controle dos produtos que importam.

É necessário fazer uma pesquisa nas estatísticas de comércio exterior disponíveis. Elas mostram que países estão comprando o quê das empresas brasileiras. Para isso, deve-se procurar agências do Banco do Brasil que operem no comércio internacional e pedir os dados à Secex (Secretaria de Comércio Exterior), do Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo.

Edith Wagner, 47, dona da Pró-Marketing, empresa que faz pesquisa de mercado, diz que é importante saber quem são os concorrentes e também ter informações sobre o nível de vida e hábitos de consumo da população.

Determinado o local para onde se pretende vender, o próximo passo é procurar a Câmara de Comércio do país e escolher um representante comercial.

**LEIA MAIS**

sobre comércio exterior na pág. 9-3.