



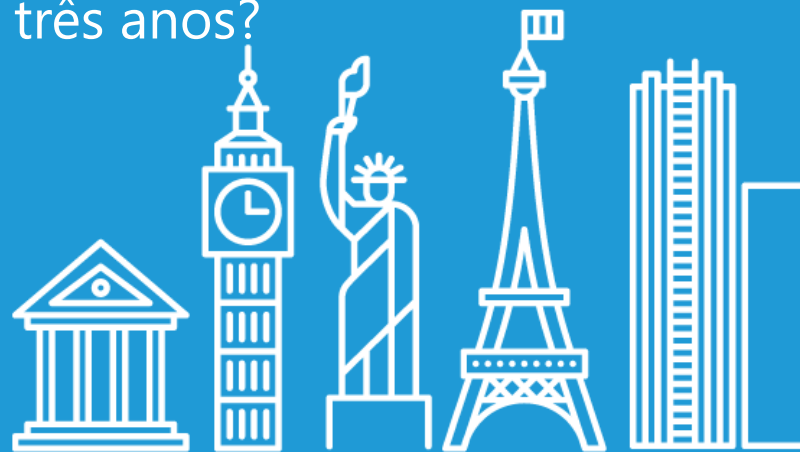
**Internacionalização das Empresas
Brasileiras de Plástico como estratégia de
criação de Valor!
Embalando o Brasil e o Mundo**



N: 141
respondentes



Quais os países de sua preferência para **abertura de operação própria** nos próximos três anos?



Pesquisa realizada pela: **ApexBrasil**

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS



PRINCIPAIS NECESSIDADES DAS EMPRESAS QUE QUEREM EXPANDIR SUAS OPERAÇÕES NO EXTERIOR

Estruturar sua estratégia de internacionalização e plano de expansão internacional,

Preparar seus líderes e executivos para processo de exportação expansão internacional, criação de cultura internacional e exportadora na empresa.

Apoio local para exportar e abrir empresa no exterior e fazer contatos com stakeholders estratégicos,

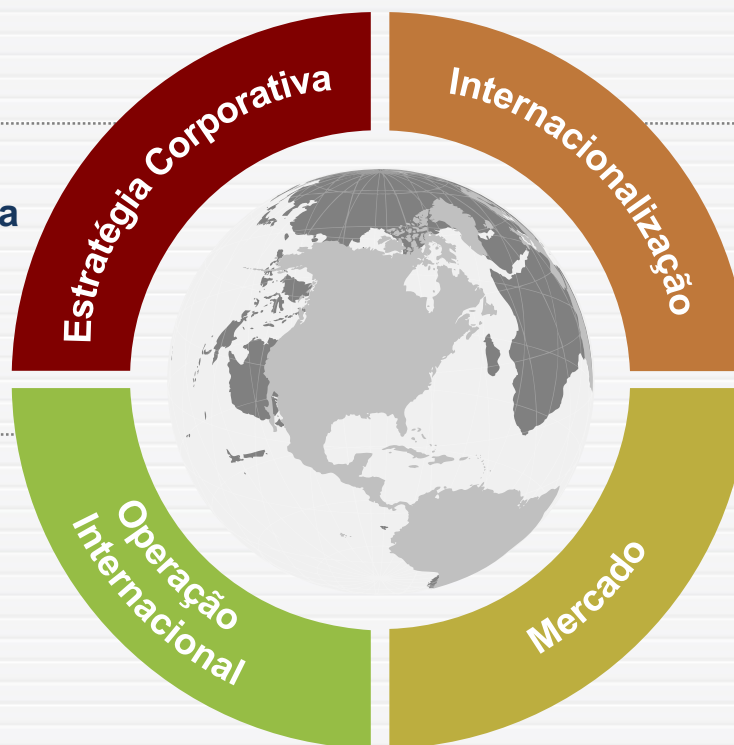
Informações qualificadas para **selecionar potenciais países para exportação**,

Analisar cadeia de valor local para **verificar custos e viabilidade** para exportação e futura instalação no país.

PROPOSTA DE VALOR DE EXPORTAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO

Quais são os principais direcionadores da estratégia corporativa da empresa

A sua empresa está preparada para EXPORTAR e apoiar a operação internacional



Quais são os objetivos da internacionalização e os resultados empresariais esperados

Quais as razões para selecionar um mercado externo

PROPOSTA DE VALOR DE EXPORTAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO



Principais direcionadores da estratégia corporativa da empresa:

- Mercados
- Operações
- Finanças
- Produção
- Recursos Humanos
- Internacionalização



Eles devem:

- Basear-se no resultado da Análise Micro e Macro do Ambiente;
- Criar vantagem competitiva;
- Ser viáveis e compatíveis com os recursos;
- Buscar o compromisso das pessoas envolvidas;
- Ter o grau de risco limitado pela empresa;
- Ser fundamentadas nos princípios da empresa;
- Ser criativas e inovadoras.

PROPOSTA DE VALOR DE EXPORTAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO



Objetivos corporativos

- Crescimento
- Rentabilidade
- Parcela de mercado
- Fidelização de clientes



Forma de competir

- Liderança em custos
- Diferenciação
- Nicho (foco)



Políticas operacionais

- Mercados-alvo
- Linhas de produtos
- Marketing
- Vendas
- Distribuição
- Fabricação
- Mão de obra
- Compras
- Pesquisa e Desenvolvimento
- Finanças e controle



PROPOSTA DE VALOR DE EXPORTAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO



Objetivos da Internacionalização

- Busca de recursos
- Busca por mercado
- Eficiência produtiva e de processos

Resultados Empresariais

- Econômico/financeiro
- Qualidade para os clientes
- Mercado e Imagem Corporativa
- Tecnologia e Processos
- Patrimônio Humano

PROPOSTA DE VALOR DE EXPORTAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO

Razões para selecionar um mercado para expandir suas operações internacionais:



Oferece maior rentabilidade?

O risco é menor?



A operação é viável?

Questões a serem analisadas:

Distância:

- Cultural
- Administrativa
- Política
- Geográfica
- Econômica

Modos de entrada:

- Licenciamento
- Franchising
- Investimento direto
- Joint Venture
- Greenfield
- Aquisições e fusões
- Alianças estratégicas

Estratégias de atuação no mercado:

- Inovação e Marca
- Produção/Entrega
- Distribuição/Vendas/Pós-vendas
- Operações de suporte (RH, financeiro, TI, relações com cliente)

PROPOSTA DE VALOR DE EXPORTAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO



A empresa dispõe de recursos e competências para suportar a operação internacional

Recursos

- Humanos (nas áreas de negócios e gestão)
- Financeiros
- Físicos e Infraestrutura
- Know-how e Conhecimento
- Network e alianças (Relacionamento)

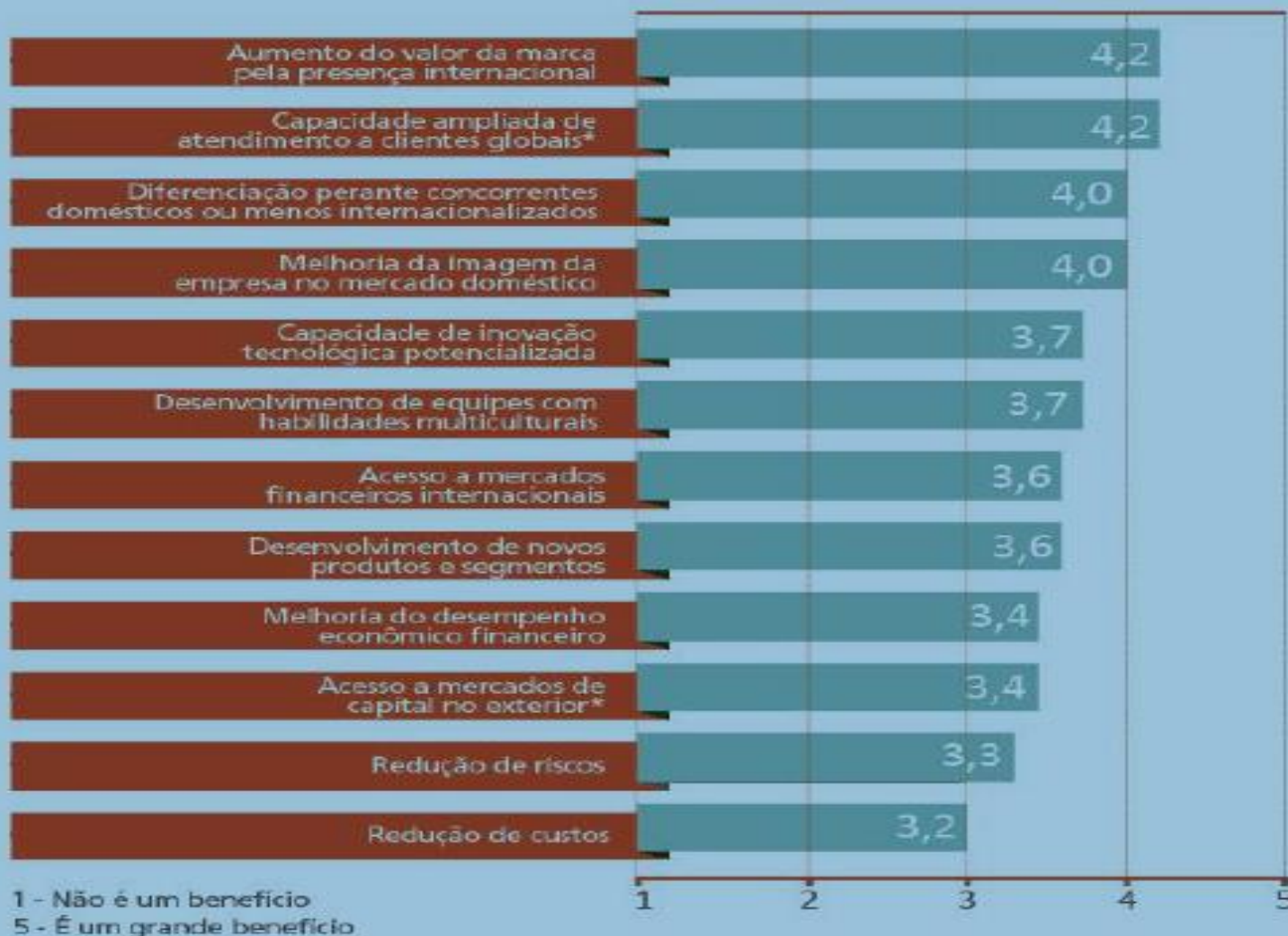
Competências

- Gestão Financeira, de Pessoas, entre outras
- Produção / Operações
- Distribuição
- Promoção
- Vendas

PROPOSTA DE VALOR DE EXPORTAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO

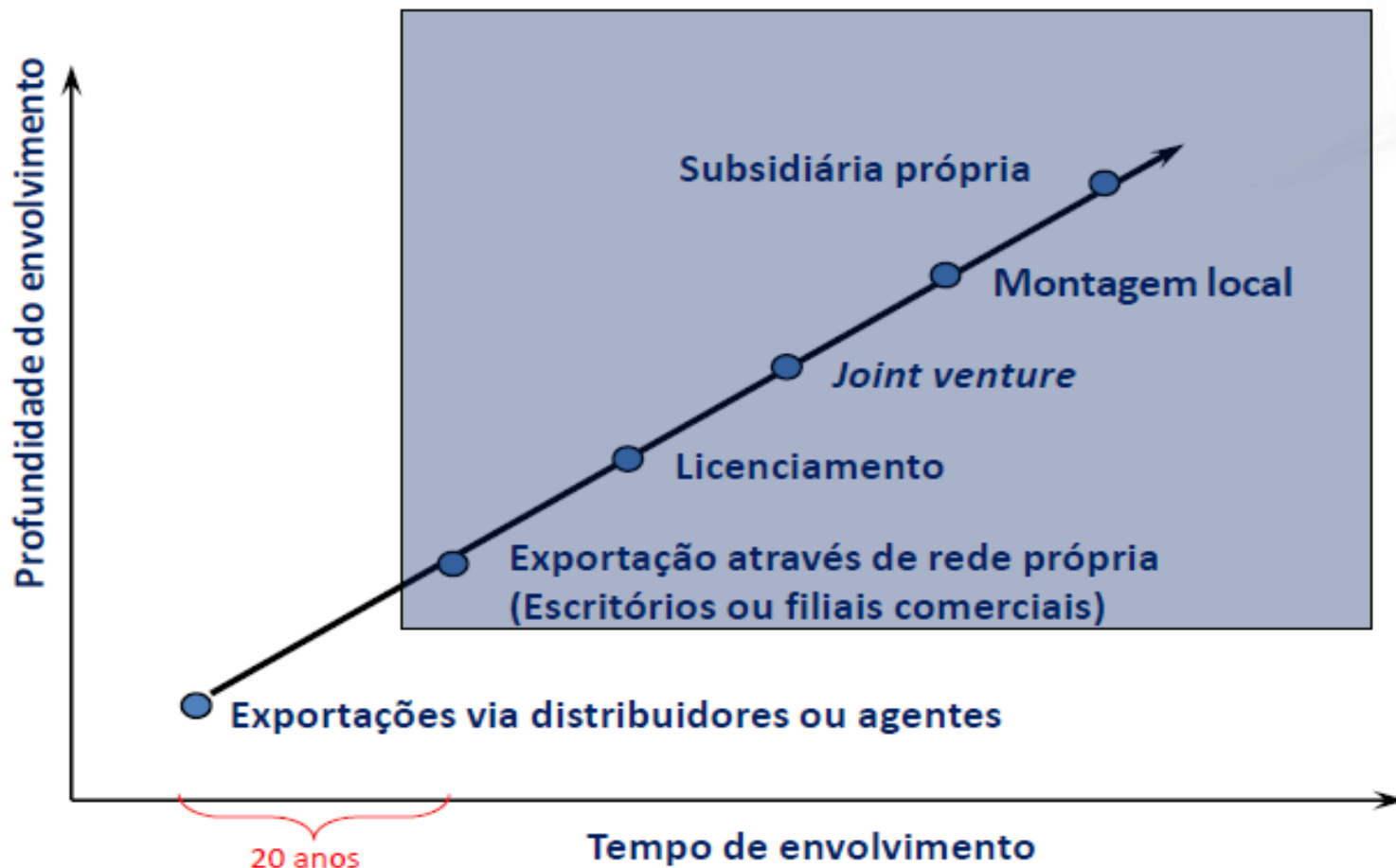
Benefícios da Internacionalização

Gráfico 2 - Benefícios do processo de internacionalização para as empresas



PROPOSTA DE VALOR DE EXPORTAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO

INTERNACIONALIZAÇÃO: UMA EXPERIÊNCIA DE APRENDIZAGEM



Fonte: JOHANSON; VAHLNE.



PROPOSTA DE VALOR DE EXPORTAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO

- Exportar é uma postura empresarial, uma alternativa estratégica de desenvolvimento, ganho de experiência que propicia uma dimensão global à empresa. Com isso, a empresa ganha competitividade e estímulo para ser mais eficiente.
- Um dos pontos mais importantes, só há uma a razão para que alguém comece a comprar de um fornecedor novo e tão distante: melhor preço, INOVAÇÃO, qualidade aceitável, garantia de fornecimento contínuo e atendimento tão eficiente quanto o dos fornecedores tradicionais.
- Não esperar resultados imediatos e grandiosos. A abertura de novos mercados necessita de trabalho a médios e longos prazos. Na realidade trata-se de um investimento que feito com seriedade é fruto de grandes resultados.

MUITO OBRIGADO
DOUGLAS DE LIMA

