

Artesanais e sustentáveis

Isabela Barros

Quer encontrar seu espaço e exportar? O primeiro passo é identificar onde estão as oportunidades, sabendo que produtos com a cara do Brasil e baseados na sustentabilidade têm espaço no exterior.

Onde estão as melhores oportunidades para os empreendedores brasileiros de micro e pequeno porte no exterior? Existem áreas mais promissoras para quem não vende em grande escala lá fora? De acordo com os consultores e especialistas, sim. A questão principal é achar o próprio lugar ao sol, cuidar bem do produto e investir na conquista da clientela internacional. Segundo informações do Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC), as pequenas venderam ao mundo US\$ 1,9 bilhão em 2010. A cifra representou um aumento de 49% em relação a 2009.



Campião, do Sebrae: planejar é preciso

Segundo o consultor do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) em São Paulo, Gilberto Campião, quem quer exportar precisa, antes de mais nada, fazer um bom planejamento. "É importante ter clareza quanto ao produto que tem mais potencial no mercado-alvo, investir o que for necessário e ter uma estrutura mínima para iniciar suas operações internacionais", explica.

Tudo encaminhado, é hora de escolher um nicho de mercado. "As pequenas têm mais chances em áreas que não interessam às grandes empresas", afirma Campião. "O diferencial delas está ligado principalmente ao atendimento, design e inovação".

Partindo do critério da diferenciação, ganham mais pontos os empreendedores que optarem por determinadas áreas. "Produtos artesanais inovadores e com toques de brasilidade normalmente fazem sucesso", diz o consultor. Outra boa dica é ficar atento ao conceito de sustentabilidade. "Sustentabilidade, comércio justo e produtos orgânicos são diferenciais com forte apelo internacional", explica.

Professor do Mestrado de Gestão Internacional da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) em São Paulo, Felipe Mendes Borini concorda que artigos sustentáveis e artesanais, desde que oferecidos com significado cultural, ou seja, bem vinculados às características e tradições brasileiras, têm espaço lá fora. E aponta outra dica importante para quem quer exportar: ao estudar o mercado de um país, preste atenção às lacunas de produtos e serviços. "É interessante explorar os vazios: em que áreas faltam consultorias, empresas que pesquisem setores específicos, artigos diferenciados, aquela máquina que ninguém mais oferece", afirma. "É olhar aquele cenário e identificar onde estão as oportunidades".

À frente de um ateliê que leva o seu nome no Rio de Janeiro, a artista plástica Monica Carvalho ganhou espaço no exterior exatamente por trabalhar com peças artesanais feitas a partir de materiais reciclados e descartados, nicho em que encontrou o seu lugar. Hoje, ela vende para os Emirados, França e Inglaterra. "Foi a nossa preocupação com o sustentável que gerou

interesse nos estrangeiros", diz ela, dando a sua receita de sucesso para os pequenos empreendedores que queiram se dar bem como aconteceu com ela.

Fonte: ANBA, 20 abr. 2012. [Portal]. Disponível em: <<http://www.anba.com.br>>. Acesso em: 23 abr. 2012.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.