

# PROJETO

# INTERNACIONAL

## EM 10 PASSOS

Ubirajara Marques

Direitos: Todos os direitos reservados para Center Group International

Duração: 1 hora

Apresentação: Linguagem simples, para micros e médios empresários

# Passo - 1

## QUAL O MOTIVO DO PROJETO?

EXPORTAR?

VENDER MAIS?

VALORIZAR MARCA?

MUDANÇA DE RESIDÊNCIA?

**PASSO – 1: IDENTIFICAR A MOTIVAÇÃO DA EMPRESA.**

# POSSÍVEIS MOTIVAÇÕES

- Aumentar valor do faturamento, agregando novos mercados na carteira total de clientes;
- Aumentar demanda, para eliminar capacidade ociosa da Fábrica;
- Possibilidade de assinar contratos globais com clientes e fornecedores;
- Possibilidade de colocar seus produtos ou serviços com maior rentabilidade no mercado externo;
- Globalizar a Marca ou o Produto;
- Expansão da fábrica, negócio, tecnologia ou da linha de produtos;

# POSSÍVEIS MOTIVAÇÕES

- Redução de custos com fretes, aproveitando o retorno do caminhão, vagão ou container para o seu País de origem;
- Aumentar o valor intangível sobre a empresa, marcas e patentes;
- Proteção cambial. (uma empresa que realiza importações, terá uma dívida em outra moeda, ficando suscetível a possível desvalorização da moeda local. Ao realizar exportações, ela passa a ter contas a receber em moeda estrangeira, o que em caso de desvalorização da moeda local, fará com que o contas a receber e a pagar da empresa em moeda estrangeira tenha uma compensação natural.)
- Imposição Política. (Obrigatoriedade de exportar)

## **Passo – 2: QUAL(IS) O(S) FORMATO(S) DE NEGÓCIO QUE A EMPRESA ESTÁ DISPOSTA A TRABALHAR?**

- Exportação Direta ao cliente final?
- Estabelecer distribuidores no País destino que importem direto?
- Estabelecer uma filial no País destino, que venda aos distribuidores ou aos clientes finais?
- Ter Estoque disponível no País destino ou em algum País do mesmo grupo econômico, para entrega imediata a distribuidores ou ao cliente final?
- Abrir industria no País destino ou em algum País do mesmo grupo econômico?
- Comprar alguma industria ou distribuidora no País destino?
- Se associar através de uma Joint Venture com alguma empresa local?

## Passo – 3: QUEM?



**QUEM???**

## Passo – 4: QUANDO?



**QUANDO???**

## Passo – 5: ESTUDO DE MERCADO

- O Estudo de mercado poderá ser feito por uma pessoa da empresa, ou por consultorias especializadas nas mais diferentes áreas.
- O Estudo deve responder perguntas que possibilitem montar o plano de negócios.
- O Estudo deve responder perguntas operacionais, burocráticas, tributárias, comerciais, marketing, legais, comparativas com a concorrência, formação de custos, políticas, econômicas, etc...

Obs: É responsabilidade da empresa, saber o que perguntar. Podendo inclusive, contratar uma consultoria em seu País de origem, para que a ajude a montar as perguntas.

## Passo – 6: PLANO DE NEGÓCIOS

- Parte 1: Projetar as suas operações no País destino detalhadamente ( infra estrutura, prazos legais, compra, produção , venda, contratação de pessoal, etc....)
- Parte 2: Criar fluxo de caixa referente a parte 1.
- Parte 3: Ajustar o fluxo de caixa, com o pagamento de impostos e taxas que serão geradas em função da parte 1.
- Parte 4: Identificar no fluxo de caixa a necessidade detalhada de recursos financeiros.
- Parte 5 : com base no ponto 4, Criar fluxo de investimento.
- Parte 6: com base no ponto 5, ajustar fluxo de caixa, caso seja necessário algum tipo de endividamento para compor o fluxo de investimento.
- Parte 7: Com base em todos os pontos anteriores, fechar contabilidade projetada.

## **Cases comuns**— Por falta ou omissão do plano de negócios

- 1- Restaurantes que a quantidade de mesas é insuficiente para dar o giro necessário para que mesmo tenha lucratividade.
- 2- Industrias com capacidade produtiva inferior a quantidade de produtos que deve vender para obter lucro.
- 3- Produtos exportados ou fabricados para um determinado País sem atender as normas técnicas locais.
- 4- Capital de Giro e /ou capacidade de crédito insuficiente.
- 5- Prazo de garantia em desacordo com a legislação ou impossível de se cumprir.
- 6- Funcionários mal capacitados ou com capacitação e salário acima da necessidade do projeto.
- 7- Produto que não desperta a atenção do cliente local.

# Passo – 7: Análise SWOT do plano de negócios

1- Submeter cada detalhe do plano de negócios a análise Swot:

Análise interna

Pontos fortes

Pontos Fracos

Análise externa

Oportunidades

Ameaças



## Passo – 8: VERSÕES COMPARATIVAS

Em função da análise SWOT, normalmente é necessário fazer várias versões comparativas do plano de negócios, para que seja possível analisar fatores como taxa de cambio diferenciada, inflação projetada, benefícios fiscais, custos operacionais diferenciados, produtos e serviços customizados ou adaptados, etc...

É normal uma empresa chegar ao final deste processo com diversas versões do plano de negócios. ( 30 a 60 versões são normais para esta fase.)

## Passo – 9: TOMADA DE DECISÃO

A tomada de decisão é feita normalmente sobre o plano de negócios que mais agrada o empreendedor.

Não existe certo ou errado, a decisão é tomada em função da capacidade que o empreendedor ou a empresa tem de investimento, de assumir riscos, e do prazo que ela está disposta a obter o retorno.

É muito comum que o plano de negócios aceito no final, não tenha nada a ver com o plano de negócios original ( Ponto 6 ).

O “Quem? E o “Quando?” são mais importantes do que nunca neste momento.

# Case

**Caso Starbucks Brasil:** 4 anos de projeto, Parceria estratégica para entrar no Brasil ( 49% Americano e 51% Maria Luiza Rodenbeck do Café Sereia), adequação do produto ao mercado Brasileiro, adequação do serviço, abertura de lojas inicialmente em pontos estratégicos de classe AA, atualmente 61 lojas no Brasil, nacionalização de matéria prima e equipamentos de somente 40% atualmente.

**Caso Mac Donalds Brasil:** Adaptação do Cardápio com arroz e feijão que inicialmente começou para atender o Ministério do Trabalho para a alimentação de seus funcionários, e que por solicitação dos clientes teve que incluir em seu cardápio, mesmo não fazendo divulgação disto.

# Case

**Caso Amortecedores:** Atualmente vende a 47 Países, é a principal Marca na Argentina, pesquisou o mercado Brasileiro por 8 anos, entrou com sua marca no Brasil através de um distribuidor em 2002.

Em 2005 foi feito novo Plano de negócios, e em 2007 efetivou a abertura da empresa no Brasil apenas como importadora e distribuidora.

Em 2009 começou a trabalhar no plano de negócios de uma nova fábrica para atender o crescimento de demanda. Estudou os custos, variáveis e riscos de ter esta fábrica na Argentina, Brasil, Uruguai, Espanha e China.

Em 2010 começou a abertura de nova fabrica, em 2012 começou a ser abastecido no Brasil por duas fábricas diferentes.

Atualmente a Marca detém 15% do mercado nacional de reposição ( after Market ), e está trabalhando em um projeto de Motos para o Brasil.

# Case

**Caso Transportes especiais:** Empresa de origem estrangeira, que atua na área de pesquisas desenvolvendo o transporte de medicamentos, órgãos e tecidos humanos. ( Sangue, cordão umbilical, outros..)

Realizou Estudo de mercado e plano de negócios em 2008.

Ao final de 2009 abriu a empresa de transporte e armazenagem no Brasil, com todos os registros necessários para operar.

Atualmente a empresa detém cerca de 80 funcionários diretos, e cerca de 300 subcontratados por todo o Brasil. É a sexta principal transportadora de tecidos humanos do Brasil, e é a segunda principal transportadora no ramo de pesquisas.

# Case

**Distribuidora de equipamentos médicos no Brasil:** Presente no Brasil desde 1990, adquirida por um Fabricante Americano em 2007, prejuízos acumulados acima de 15 milhões USD. Realizou em 2012 um plano de negócios que além de obter lucro, pudesse resgatar a confiança dos acionistas americanos.

Foi feito um plano de negócios cortando 90% das despesas, colocando foco nas vendas que eram importantes, aproveitando a posição de fabricante nos Estados Unidos, e eliminando o estoque no Brasil. O Projeto foi aprovado pelos acionistas, e teve início em janeiro de 2013.

A empresa tinha 34 funcionários, foram cortados 25 administrativos, e as tarefas administrativas foram terceirizadas com uma equipe de apenas 4 pessoas.

Em março de 2013 a empresa teve o seu primeiro mês com lucro desde que os novos acionistas compraram a empresa.

# Case

## **Industria de tanques subterrâneos para postos de combustíveis:**

Em 2004 comprou uma fábrica no Brasil apenas analisando ativos e passivos da empresa, mas sem analisar composição de custos, margem etc.

Somente em 2006 após 2 anos de prejuízos, a empresa contratou um estudo de custos o qual demonstrou a inviabilidade do projeto por falta de capacidade de produção para gerar a margem mínima.

A empresa seguiu operando com enormes prejuízos e em 2008 a empresa resolveu contratar auditoria externa.

Foi constatado desvio de recursos financeiros e de matéria prima na ordem de 40% no período analisado.

Atualmente a empresa está inativa no Brasil.

# Case

**Industria de molas automotivas do Brasil:** em 2007 a indústria contratou assessoria para auxiliar em um processo de internacionalização da marca.

A assessoria constatou que a expectativa dos acionistas não era a de internacionalizar a marca e sim de aumentar as exportações.

Sua equipe gerencial passou por cursos preparatórios específicos para organização, compreensão e registros de processos de exportação

## **Passo – 10: Revisão do Plano de negócios**

Durante e após a implantação do projeto, a empresa sempre terá que promover reuniões internas de análise e revisão do plano de negócios.

Deverá aplicar a Matriz Swot, e rever com muito cuidado as ameaças e as oportunidades.



## **Heraclito – 535 AC a 475 AC**

“NADA É PERMANENTE, SALVO A MUDANÇA”

OBRIGADO!

