

Especial Pequenas e médias empresas

Comércio exterior Tecnologia dá suporte a empresas que começam a explorar o mercado internacional

Sistema de gestão ajuda a controlar negócio a distância

Martha Funke

Para o Valor, de São Paulo

Meias-calças, ventiladores pulmonares, cosméticos para cabelos e sapatos feitos com couro de peixe. Os produtos são os mais variados, mas têm por trás empresas com algo em comum: são brasileiras e de pequeno porte, cujas marcas estão chegando a um número cada vez maior de países com apoio da tecnologia, que suporta quesitos essenciais para a prática do comércio exterior, desde uma gestão mais apurada até a divulgação das ofertas aos públicos-alvo.

A CMR é um dos exemplos. A empresa, sediada em Jundiaí (SP), começou a exportar em 2001, após testar a receptividade de seus produtos no mercado chileno. Hoje, sua marca de lingerie Liz está presente em cerca de 60 países, que são atendidos pelas unidades no Brasil, no México e no Chile.

Para fazer face a toda essa rede, a fabricante instalou o sistema de gestão (ERP) da SAP, que roda na matriz e permite o acompanhamento dos negócios a distância — a gerente de lá acessa o servidor aqui, onde o pedido é processado e a nota é devolvida para lá, tudo por VPN (virtual private network, ou rede privada virtual).

"A ferramenta possibilitou sair faturando no momento em que pensamos no México, em 2005", diz o empresário Carlos Rosset. No Chile, onde o escritório comercial havia sido aberto dois anos antes, uma linha de produção passou a funcionar em 2011, também sustentada pelo mesmo ERP. Para melhorar o fluxo de trabalho específico do comércio exterior, a CMR adotou ainda uma solução desenvolvida pela Sonda TI, parceira da SAP, que processa os trâmites relacionados à exportação, como câmbio e draw back. Além disso, um novo processo de

etiquetagem permite impressão em quatro idiomas. "Qualquer peça do estoque está pronta para saída para qualquer país", descreve o empresário.

Atualmente, o mercado externo responde por cerca de 6% do faturamento anual da CMR, em torno de R\$ 90 milhões. Já foi maior — chegou a representar 17% — mas o comportamento pós-crise ampliou a participação do mercado interno, onde a empresa deu início a uma estratégia de vendas no varejo por meio de franquias. Até o fim do ano, deve somar mais 25 lojas às cinco abertas no ano passado. Chile e Peru também estão nos planos.

Solução da Sonda TI processa os trâmites relacionados a exportação, como câmbio e draw back

A catarinense Leistung do Brasil, fabricante de equipamentos para a área da saúde especializada em ventiladores pulmonares e respiradores mecânicos, a gaúcha QOD, produtora de cosméticos para os cabelos, e a amazônica Green Obsession, fornecedora de calçados e bolsas artesanais feitos com couro de peixe e fibras naturais, são outros exemplos de exportadoras de pequeno porte. Menos partidas que a CMR, nem por isso prescindem da tecnologia, utilizada principalmente como plataforma de exposição de seus produtos para atrair compradores.

Para o especialista Daniel Domenghetti, da E-Consulting, ter um produto mais ou menos exclusivo e desejável é o primeiro passo de uma pequena exportadora bem-sucedida. A casa arrumada é outro e isso inclui processos logísticos, fiscais, tributários, de marketing e comunicação.

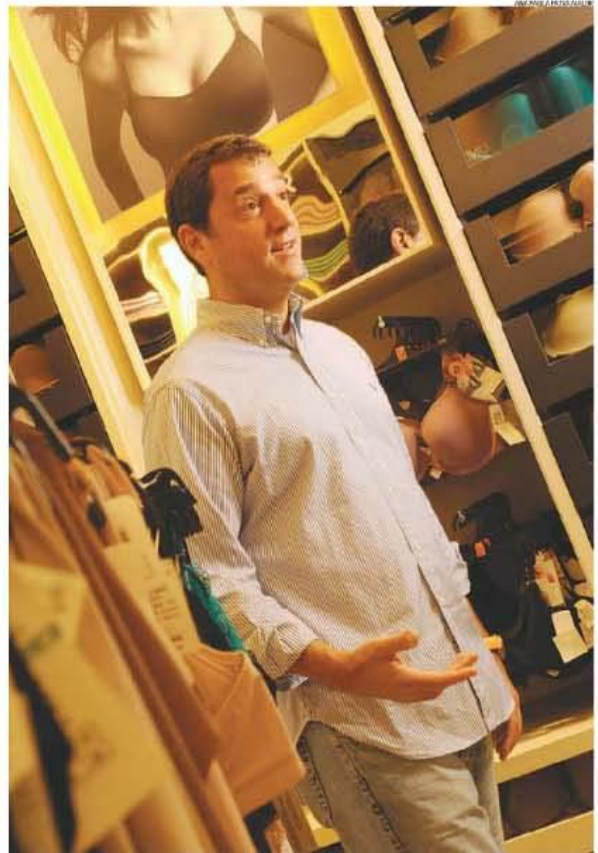
Com tudo isso, diz, a empresa está apta a exportar e pode lançar mão de tendências que facilitam o fluxo dos negócios, como computação em nuvem e IaaS (infraestrutura adquirida como serviço), que permitem ter o tipo de suporte tecnológico antes inacessível pelo custo.

Também pesa a favor das menores o barateamento das soluções de e-commerce, incluindo meios de pagamento e segurança, além da popularização dos mecanismos de comparação de preços e das redes sociais. "Essas combinações facilitam o processo de exportação", justifica.

A tecnologia da informação é um dos primeiros requisitos avaliados pelo Projeto Extensão Industrial Exportadora (PEIEX), da Apex-Brasil, agência brasileira de promoção de exportação e investimentos, cujo objetivo é estimular a competitividade e a cultura exportadora entre as empresas brasileiras. "TI é ferramenta básica de competitividade", diz o coordenador do PEIEX, Tiago Terra.

O projeto presta consultoria às empresas interessadas por meio de 32 núcleos distribuídos por 12 Estados e no Distrito Federal, sem custo para o empresário — no ano passado, foram atendidas 3 mil empresas, que receberam auxílio de aproximadamente 300 profissionais especializados nas áreas de administração estratégica, capital humano, finanças e custos, vendas e marketing, produto, manufatura e comércio exterior.

A consultoria identifica três níveis de empresas no que tange à TI. "Ter rede de internet é o mínimo dos mínimos", destaca Terra. No estágio inicial, depois de checar a situação da empresa, os técnicos consultores buscam implantar software de gestão, suficiente para controlar a área financeira, contabilidade, recursos humanos.



Carlos Rosset, da CMR: atualmente o mercado externo responde por 6% do faturamento anual da empresa

No segundo momento, é hora de implementar controles dos processos produtivos com uso de alguma ferramenta de business intelligence. Ao final, em etapa mais complexa, entram em cena ferramentas mais caras, que visam a estratégia da empresa como um todo e vão trabalhar com comunicação, vendas, relacionamento e posicionamento da marca. "Junto com elas, vale uma boa ferramenta de comércio exterior", sugere.

O PEIEX não é a única iniciativa do governo federal de apoio à adoção de tecnologia como estímulo à exportação. O Sistema Brasileiro de Tecnologia (Sibratec) aproxima comunidade científica e empresas. Um de seus

componentes são as redes estaduais de Extensão Tecnológica.

No Paraná, esse papel é cumprido pelo Instituto de Tecnologia do Paraná (Tecpar), vinculada à Secretaria Estadual da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. "Fornecemos apoio em tecnologia, inclusive de informação", define Rogério Moreira de Oliveira, gerente substituto do Centro de Informações e Estudos Estratégicos do Tecpar.

Isso inclui de sistemas de gestão até melhorias no processo fabril, passando pelo desenvolvimento ou adequação de produtos a normas estrangeiras. Micro e pequenas empresas têm atendimento subsidiado, com sua contrapartida financeira limita-

da a 18% do valor do projeto. Até agosto do ano passado, o Tecpar contabilizou 238 atendimentos.

Em São Paulo, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia proporciona por meio do Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT) atendimento às micro, pequenas e médias empresas com foco em melhorias tecnológicas.

O Progec é destinado àquelas interessadas em exportação e tem na TI um de seus destaques. "Normalmente elas estão buscando aperfeiçoamento, qualificação ou certificação", diz o assessor técnico Fernando Batolla Júnior. O custo para empresas é de 10% do valor do projeto, que chega a R\$ 30 mil no total.

Portal Valor Econômico

Data: 28/03/13

Assunto: Especial PME

Valor.com.br ValorInveste

Valor

ECONÔMICO

Home Brasil Política Finanças Empresas Agronegócios Internacional Opinião

Cias Abertas Indústria Infraestrutura Consumo Tecnologia Energia Mais setores

28/03/2013 às 00h00

Sistema de gestão ajuda a controlar negócio a distância

Por Martha Funke | Para o Valor, de São Paulo

Compartilhar:    

Meias-calças, ventiladores pulmonares, cosméticos para cabelos e sapatos feitos com couro de peixe. Os produtos são os mais variados, mas têm por trás empresas com algo em comum: são brasileiras e de pequeno porte, cujas marcas estão chegando a um número cada vez maior de países com apoio da tecnologia, que suporta quesitos essenciais para a prática do comércio exterior, desde uma gestão mais apurada até a divulgação das ofertas aos públicos-alvo.



Carlos Rosset, da CMR: atualmente o mercado externo responde por 6% do faturamento anual da empresa

A CMR é um dos exemplos. A empresa, sediada em Jundiaí (SP), começou a exportar em 2001, após testar a receptividade de seus produtos no mercado chileno. Hoje, sua marca de lingerie Liz está presente em cerca de 60 países, que são atendidos pelas unidades no Brasil, no México e no Chile.

Para fazer face a toda essa rede, a fabricante instalou o sistema de gestão (ERP) da SAP, que roda na matriz e permite o acompanhamento dos negócios a distância - a gerente de lá acessa o servidor aqui, onde o pedido é processado e a nota é devolvida para lá, tudo por VPN (virtual private network, ou rede privada virtual).

"A ferramenta possibilitou sair faturando no momento em que pousamos no México, em 2005", diz o empresário Carlos Rosset. No Chile, onde o escritório comercial havia sido aberto dois anos antes, uma linha de produção passou a funcionar em 2011, também sustentada pelo mesmo ERP. Para melhorar o fluxo de trabalho específico do comércio exterior, a CRM adotou ainda uma solução desenvolvida pela Sonda TI, parceira da SAP, que processa os trâmites relacionados à exportação, como câmbio e draw back. Além disso, um novo processo de etiquetagem permite impressão em quatro idiomas. "Qualquer peça do estoque está pronta para saída para qualquer país", descreve o empresário.

Atualmente, o mercado externo responde por cerca de 6% do faturamento anual da CMR, em torno de R\$ 90 milhões. Já foi maior - chegou a representar 17% - mas o comportamento pós-crise ampliou a participação do mercado interno, onde a empresa deu início a uma estratégia de vendas no varejo por meio de franquias. Até o fim do ano, deve somar mais 25 lojas às cinco abertas no ano passado. Chile e Peru também estão nos planos.

A catarinense Leistung do Brasil, fabricante de equipamentos para a área da saúde especializada em ventiladores pulmonares e respiradores mecânicos, a gaúcha QOD, produtora de cosméticos para os cabelos, e a amazonense Green Obsession, fornecedora de calçados e bolsas artesanais feitos com couro de peixe e fibras naturais, são outros exemplos de exportadoras de pequeno porte. Menos parrudas que a CMR, nem por isso prescindem da tecnologia, utilizada principalmente como plataforma de exposição de seus produtos para atrair compradores.

Solução da Sonda TI processa os trâmites relacionados a exportação, como câmbio e draw back

Para o especialista Daniel Domeneghetti, da E-Consulting, ter um produto mais ou menos exclusivo e desejável é o primeiro passo de uma pequena exportadora bem-sucedida. A casa arrumada é outro e isso inclui processos logísticos, fiscais, tributários, de marketing e comunicação. Com tudo isso, diz, a empresa está apta a exportar e pode lançar mão de tendências que facilitam o fluxo dos negócios, como computação em nuvem e IaaS (infraestrutura adquirida como serviço), que permitem ter o tipo de suporte tecnológico antes inacessível pelo custo.

Portal Valor Econômico

Data: 28/03/13

Assunto: Especial PME

Também pesa a favor das menores o barateamento das soluções de e-commerce, incluindo meios de pagamento e segurança, além da popularização dos mecanismos de comparação de preços e das redes sociais. "Essas combinações facilitam o processo de exportação", justifica.

A tecnologia da informação é um dos primeiros requisitos avaliados pelo Projeto Extensão Industrial Exportadora (PEIEX), da Apex-Brasil, agência brasileira de promoção de exportação e investimentos, cujo objetivo é estimular a competitividade e a cultura exportadora entre as empresas brasileiras. "TI é ferramenta básica de competitividade", diz o coordenador do PEIEX, Tiago Terra.

O projeto presta consultoria às empresas interessadas por meio de 32 núcleos distribuídos por 12 Estados e no Distrito Federal, sem custo para o empresário - no ano passado, foram atendidas 3 mil empresas, que receberam auxílio de aproximadamente 300 profissionais especializados nas áreas de administração estratégica, capital humano, finanças e custos, vendas e marketing, produto, manufatura e comércio exterior.

A consultoria identifica três níveis de empresas no que tange à TI. "Ter rede de internet é o mínimo dos mínimos", destaca Terra. No estágio inicial, depois de checar a situação da empresa, os técnicos consultores buscam implantar software de gestão, suficiente para controlar a área financeira, contabilidade, recursos humanos.

No segundo momento, é hora de implementar controles dos processos produtivos com uso de alguma ferramenta de business intelligence. Ao final, em etapa mais complexa, entram em cena ferramentas mais caras, que visam a estratégia da empresa como um todo e vão trabalhar com comunicação, vendas, relacionamento e posicionamento da marca. "Junto com elas, vale uma boa ferramenta de comércio exterior", sugere.

O PEIEX não é a única iniciativa do governo federal de apoio à adoção de tecnologia como estímulo à exportação. O Sistema Brasileiro de Tecnologia (Sibratec) aproxima comunidade científica e empresas. Um de seus componentes

O PEIEX não é a única iniciativa do governo federal de apoio à adoção de tecnologia como estímulo à exportação. O Sistema Brasileiro de Tecnologia (Sibratec) aproxima comunidade científica e empresas. Um de seus componentes são as redes estaduais de Extensão Tecnológica.

No Paraná, esse papel é cumprido pelo Instituto de Tecnologia do Paraná (Tecpar), vinculado à Secretaria Estadual da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. "Fornecemos apoio em tecnologia, inclusive de informação", define Rogério Moreira de Oliveira, gerente substituto do Centro de Informações e Estudos Estratégicos do Tecpar.

Isso inclui de sistemas de gestão até melhorias no processo fabril, passando pelo desenvolvimento ou adequação de produtos a normas estrangeiras. Micro e pequenas empresas têm atendimento subsidiado, com sua contrapartida financeira limitada a 18% do valor do projeto. Até agosto do ano passado, o Tecpar contabilizou 238 atendimentos.

Em São Paulo, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia proporciona por meio do Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT) atendimento às micro, pequenas e médias empresas com foco em melhorias tecnológicas.

O Progex é destinado àquelas interessadas em exportação e tem na TI um de seus destaques. "Normalmente elas estão buscando aperfeiçoamento, qualificação ou certificação", diz o assessor técnico Fernando Batolla Júnior. O custo para empresas é de 10% do valor do projeto, que chega a R\$ 30 mil no total.