



Rede CIN

Rede Brasileira de Centros
Internacionais de Negócios

International Business Centers Brazilian Network

ENCONTROS DE NEGÓCIOS



Abertura

Esta cartilha faz parte de um conjunto de materiais de apoio ao empreendedor brasileiro. Desenvolvida pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), traz orientações básicas e sugestões de ações para internacionalização. O objetivo desta cartilha, por parte da CNI, é poder contribuir com o empresário, não somente para expansão de seus negócios, mas também no desenvolvimento econômico e social do Brasil.

Cartilha B: Como participar de Encontros de Negócios Internacionais?

Ao decidir participar de um Encontro de Negócios Internacional, o empresário deve ter em mente que o encontro é uma forma pela qual as empresas compradoras estrangeiras/importadoras e empresas brasileiras/vendedoras estabelecem contatos visando à geração de negócios, em que as vendedoras apresentam seus produtos para suprir as demandas das compradoras.

Para ajudar nesta etapa a primeira sugestão desta cartilha é compreender que:

O encontro de negócios é um ambiente de contato direto para comprar e vender, em que se potencializa para o empresário a criação de novos negócios e a abertura de novos mercados, com baixos custos de participação.

O QUE É UM ENCONTRO DE NEGÓCIOS?

É um evento que reúne empresas compradoras estrangeiras, importadoras, e empresas brasileiras, exportadoras, de produtos e serviços de determinado setor industrial, com o objetivo de criar e desenvolver novos negócios e novos mercados. O encontro caracteriza-se por ter horários e agendas preestabelecidas, em que as reuniões entre as empresas com interesses convergentes duram, em média, 30 minutos. Ele pode ser realizado dentro da feira ou do evento específico.

QUAIS SÃO OS FORMATOS DE UM ENCONTRO?

Não existe um formato-padrão para um encontro de negócios internacionais. Em geral, são encontros previamente agendados entre as empresas, podendo ocorrer em eventos de networking, rodadas de negócios, feiras internacionais entre outros. Tais encontros são organizados por entidades de fomento ao comércio exterior, como os Centros Internacionais de Negócios da Rede CIN.

O QUE É SER COMPRADOR ESTRANGEIRO/IMPORTADOR?

É a empresa estrangeira de determinado setor que é convidada a participar do Encontro de Negócios e participar de reuniões com as empresas brasileiras com o objetivo de comprar/importar seus produtos/serviços.

Os encontros de negócios podem ser organizados com as diferentes dinâmicas:

- *Empresas estrangeiras como âncora:* os representantes das empresas estrangeiras, importadoras, permanecem em seus lugares (previamente definidos pelo organizador), aguardando a reunião com os representantes das empresas vendedoras que se deslocam até estes, conforme definido na agenda do encontro.
- *Empresas brasileiras como âncora:* os representantes das empresas brasileiras permanecem em seus lugares, enquanto os representantes das empresas vendedoras (nacionais e/ou internacionais) se deslocam até estes.
- *Sem lugar fixo:* todas as empresas trocam de lugares conforme a ordenação da agenda estabelecida pelo organizador.

Independentemente da organização adotada, o perfil das empresas participantes é mapeado anteriormente pelas ofertas e demandas apresentadas, para, então, serem agendadas as reuniões.

As reuniões podem ser agendadas pelos organizadores do encontro ou pelas próprias empresas participantes, se o organizador disponibilizar o acesso e a interação através de uma plataforma on-line, com dados e perfil de todas as empresas.



O QUE É SER VENDEDOR?

É a empresa brasileira com potencial de exportação que se inscreve no Encontro de Negócios com o objetivo de participar de reuniões de negócios com as empresas estrangeiras para oferecer seus produtos/serviços.



QUAL O MEU OBJETIVO?

A participação das empresas brasileiras nos Encontros de Negócios tem por objetivo a prospecção de novos clientes e a expansão de suas vendas para o exterior. Pode-se buscar, também, o desenvolvimento de parcerias para atuar conjuntamente em determinado mercado-alvo.

Ainda que não se fechem negócios com todos os importadores estrangeiros, aproveite a oportunidade para ter um feedback dos seus produtos ofertados e avalie o interesse de futuros negócios mediante adequações e recomendações apontadas.



DEVO PARTICIPAR DE UM ENCONTRO DE NEGÓCIOS?

O evento se destina às empresas com potencial de exportação, que tenham interesse em conhecer novos mercados e manter contato com compradores estrangeiros presentes no evento, que tenham capacidade produtiva para atender a novas demandas e que disponham de preço de exportação definido.

QUERO PARTICIPAR, COMO DEVO ME PREPARAR?

1 A primeira sugestão para tal é:

Antes de solicitar agendamento de reunião no encontro, analise o perfil da empresa demandante. Conhecimentos, como histórico da empresa, bens ou serviços fornecidos a clientes de reputação acreditada, contribuem para conhecer a cultura desse seu cliente-alvo.

2 A segunda sugestão e decorrente direta da primeira é:

Avalie com atenção as exigências para as necessidades informadas (atenção para volume e prazos de entrega) e, com o conhecimento adquirido, avalie quais outras poderão ser potenciais necessidades da empresa demandante.

A tomada de decisão de selecionar o agendamento de reunião no encontro é decorrente dos conhecimentos acima descritos com o potencial de alinhamento dos bens ou serviços produzidos por sua empresa (considerando, inclusive, a possibilidade de eventuais adequações) e dos seus limites para negociação (valor, volume e prazo de entrega).

Alguns cuidados a serem considerados com atenção na participação:

Pontualidade:

observar plenamente é regra da agenda e representa uma questão de respeito e seriedade profissional.

Postura:

ser cordial é indicativo de maturidade. Já extrapolar para intimidade é indicativo de imaturidade.

Aparelho celular:

desligado ou no modo silencioso durante a reunião é condição para evitar desatenção ou quebra de continuidade de potencial negociação.

Contato com representante estrangeiro:

como as regras de etiqueta variam um pouco de país para país (desde aperto de mãos, sinais de mãos e dedos, curvatura do corpo, beijos na face etc.), pesquise e prepare-se adequadamente sobre os hábitos culturais do país do representante.

Apresentação pessoal:

existe um padrão internacionalmente aceito para apresentação pessoal que se caracteriza pelo clássico e sóbrio.

Cartão de visitas:

existem algumas regras básicas internacionais que devem ser observadas e utilizadas. As consideradas de maior destaque são:

- **Gentileza e traquejo:** após apresentações iniciais, cabe ao executivo mais graduado oferecer o seu cartão e pedir o do outro.
- **Forma:** o cartão deve ser sempre entregue na mão da pessoa, com o nome posicionado de maneira que possibilite sua leitura imediata.
- **Importância:** ao receber um cartão, leia o que nele está escrito e se atenha ao nome da pessoa.
- **Erro grosseiro:** não há gafe maior do que receber um cartão, guardá-lo no bolso sem ler e depois perguntar o nome da pessoa.
- **Por último:** os cartões devem ser entregues antes das reuniões e devem ficar, sempre, à frente da pessoa para ajudar a lembrar os nomes e os níveis hierárquicos.

IMPORTANTE: não solicite reuniões que não tenham a ver com objetivos de sua empresa e com as de seu interlocutor. Evite frustrações, prejuízos de imagem e perda de tempo!

Os Centros Internacionais de Negócios dispõem de cursos voltados ao Comércio Internacional que podem auxiliar na preparação das empresas.

QUAIS MATERIAIS DEVO LEVAR?

Como o tempo para esses encontros é curto, em torno de 30 minutos, prepare-se para uma apresentação sucinta, mas que desperte o interesse do comprador.

É importante levar cartões de visita, catálogos, material promocional bilíngue e amostras considerando as seguintes possibilidades:

- Caso venha a optar por apresentação de amostra por folder (em língua inglesa, forma clássica, mas de baixo impacto visual), o grau de segurança de sua experiência e tecnologia, sempre, será questionável pelo representante da demandante.
- Caso venha a optar por apresentação de amostra em meio digital (evitando, assim, pedidos inadequados de fornecimento informal de amostra), confirme previamente com a organização as condições de segurança no fornecimento de energia e internet na mesa de reunião.
- Caso opte por apresentar amostra em meio físico, avalie o investimento de amostra em impressão 3D (moderno e de grau de visibilidade impactante) e leve apenas uma como demonstração incontestante de domínio tecnológico (também com o intuito de prevenção de pedidos inadequados de fornecimento informal).

OBSERVAÇÕES IMPORTANTES:

- Mesmo sendo o encontro um precursor de potenciais futuros contratos, é recomendável que você já tenha sob seu domínio uma boa

avaliação de suas condições de venda (preços possíveis de serem praticados, volumes firmes de fornecimento e prazos de entrega).

- Ter domínio de conversação em língua estrangeira (preferencialmente inglês) é importante. Em caso de não segurança, não tenha vergonha em solicitar um tradutor para a organização. Você está tratando de negócio!
- Ter conhecimento de Incoterms (International Commercial Terms, ou seja, Termos Internacionais de Comércio) é indispensável para que você possa conhecer e incluir todos os seus gastos nas transações em Comércio Exterior. Aqui, também, os Centros Internacionais de Negócios dispõem de conhecimentos que podem auxiliar muito nesta questão.

COMO MEDIR SE MEUS OBJETIVOS FORAM ATENDIDOS?

Se meu objetivo era apresentar meu produto e/ou serviço para novos mercados e conhecer as necessidades de adaptação do mesmo, o feedback, durante a reunião, atenderá minhas expectativas, será de extrema importância e irá fazer parte de meu planejamento de produção.

Caso não tenha fechado negócio, mas tenha aberto um canal, não devo deixar passar mais de 10 a 20 dias para retomar contato com este potencial cliente. Se, nesse momento posterior, eu não tenha conseguido fechar a primeira venda, devo trabalhar ainda mais para manter o relacionamento ativo e desenvolver novas estratégias para vender para este cliente, seja por sugestões ou melhorias dos produtos

que ele já conhece, seja por ofertar produtos complementares.

Caso eu tenha fechado negócios com a venda de produtos e/ou serviços, o objetivo principal do evento terá sido atingido. Manter contato para conferir o grau de satisfação, após a entrega, é de grande importância para estabelecer condições de cliente-fornecedor permanente, não só para a primeira venda, mas para um procedimento de internacionalização rotineiro.

SUGESTÕES PARA REFLEXÃO PÓS-ENCONTRO DE NEGÓCIOS

- Analise o saldo da negociação realizada no encontro, estabelecendo critérios e pontuações para pontos positivos e pontos negativos.
- Reflita sobre os pontos negativos para não cometer, futuramente, os mesmos erros.
- Reflita sobre os pontos positivos para aprimorar, pois sempre é possível ser ainda melhor.
- Faça um banco de dados de todos os encontros realizados e monte a própria rede de contatos empresarial.
- Envie e-mail para todos os contatos feitos durante o encontro (dentro e fora da reunião), coloque-se à disposição e manifeste seu interesse em fazer negócios, buscando informações de quais são as suas necessidades.

Para maiores informações, procure o CIN do seu Estado.



Rede CIN

Rede Brasileira de Centros
Internacionais de Negócios



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA