

## Indústria buscava orientação para entrada em mercado externo

### Consultoria para empresa não-exportadora

- Empresa de médio porte com faturamento na faixa de R\$ 50 a 70 milhões e 80 funcionários
- Objetivos do trabalho incluíam estudo de mercados potenciais, estruturação de processos de comércio exterior e definição de estratégia de comercialização
- Equipe LIDERA acompanhou empresa na Missão Empresarial Colômbia-Peru, evento em que a empresa fechou primeiro contrato internacional



### Especialistas elaboraram planejamento estratégico para internacionalização da HairCo

Passo-a-passo do trabalho realizado:

Definição de mercados-alvo

Análise de competitividade por mercado-alvo

Estratégia de entrada (canais)

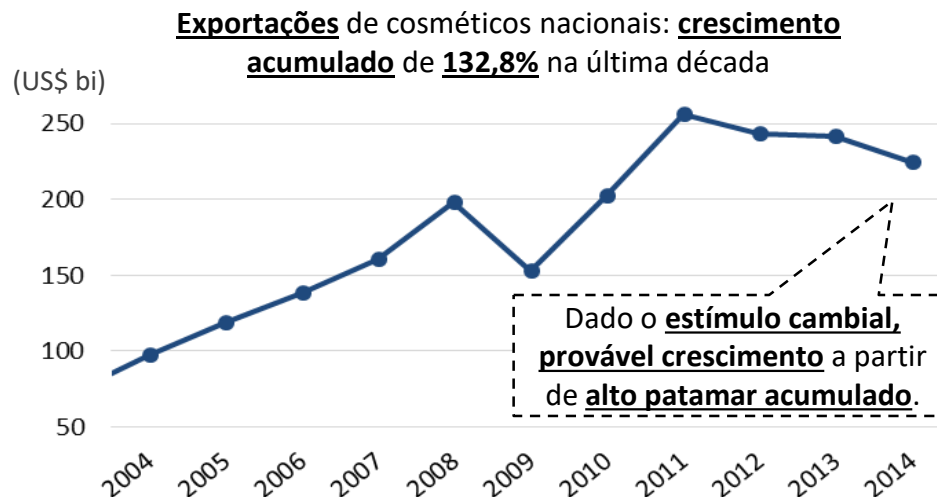
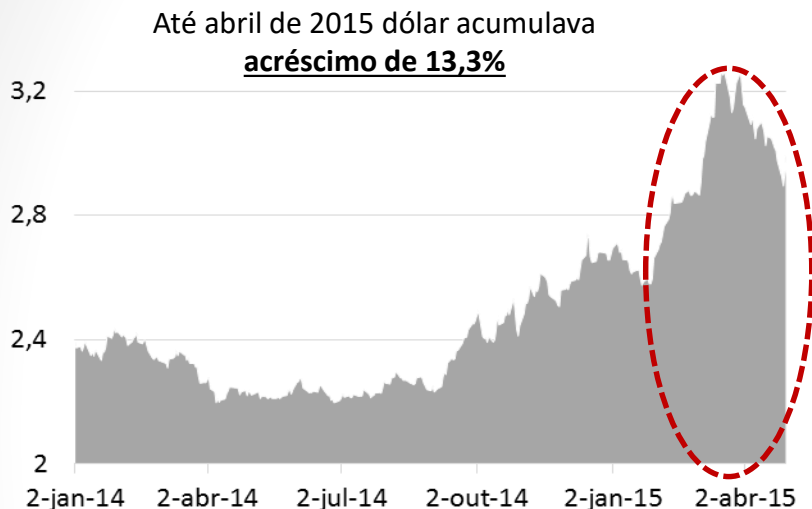
Estratégias de promoção comercial

Resultados internacionais esperados



## Momento atrativo ao planejamento estratégico para internacionalização

### Câmbio favorável e crescimento de consumo de cosméticos no mundo estimulam a internacionalização



### Definição dos mercados-alvo

- 1° Estados Unidos
- 2° Peru
- 3° Chile
- 4° Argentina
- E outros 7 países

Priorização foi resultado de pesquisas, visitas e participação em Rodadas de Negócios, Missões e Feiras Internacionais em 2014

**EUA:** 1° posição no comércio internacional e maior mercado consumidor de cosméticos

**Peru:** economia crescente com grandes oportunidades. Consumidor com novos hábitos de consumo e de compra

**Chile:** portos mais desenvolvidos da América do Sul, com economia aberta, estável e consumidores de elevado poder aquisitivo

**Argentina:** principal parceiro comercial brasileiro da América Latina. 4° lugar em consumo de cosméticos na América Latina

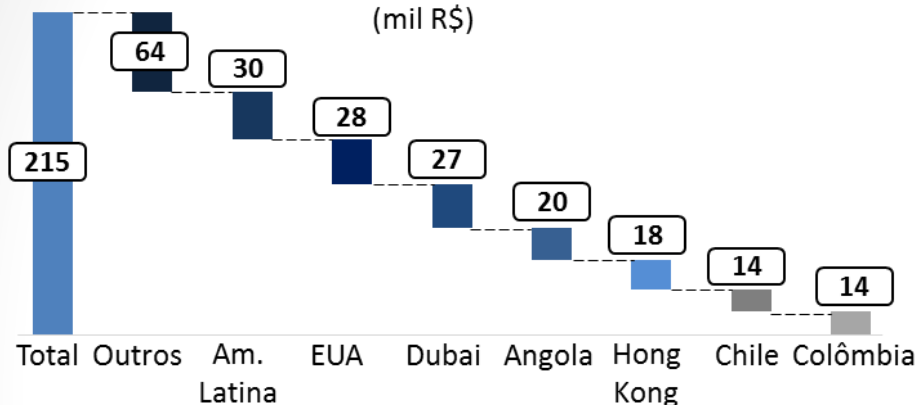
# Caso de Internacionalização de Empresa de Cosméticos (3/5)

## Projeções mostraram viabilidade para comércio exterior

### Plano de investimento internacional

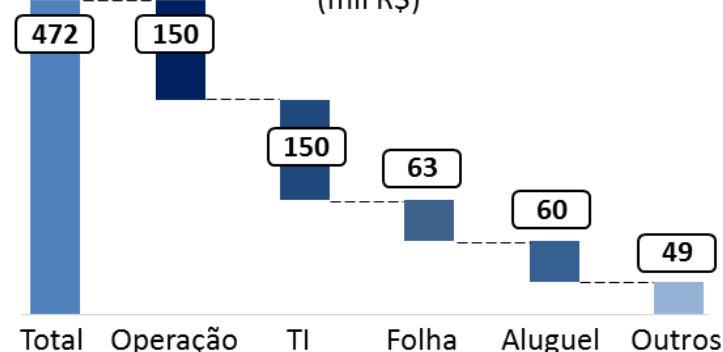
#### Investimentos em Promoção Comercial 2015

(mil R\$)



#### Custos Operacionais EUA 2015

(mil R\$)



### Resultados esperados com comércio exterior para a HairCo

#### Faturamento com Comércio Exterior (R\$ mil)

6.600

+ 1070%

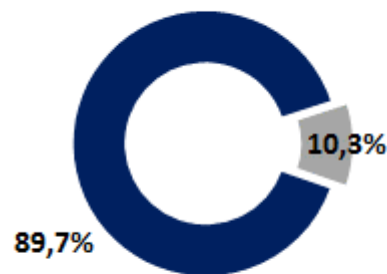
564

Realizado 2014

Projetado 2015

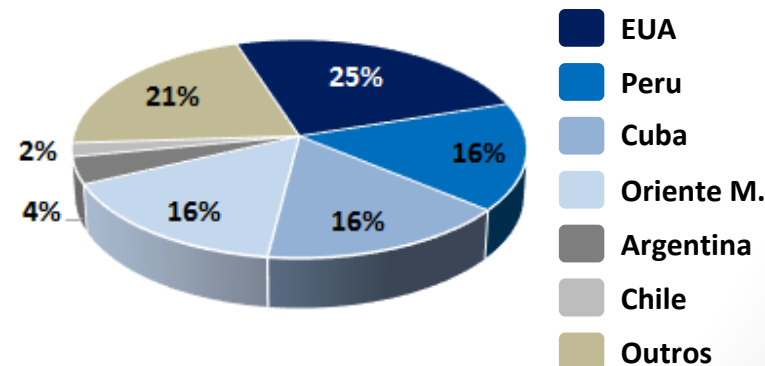
A cada R\$ 1,00 real gasto com comércio exterior há um retorno esperado de R\$ 11,00

#### Faturamento Previsto HairCo 2015



■ Nacional  
■ Comércio Exterior

#### Faturamento Previsto por país HairCo 2015



Faturamento total da HairCo em **2014: R\$60 milhões**. Expectativa para **2015: R\$64,2 milhões**

## Estratégias específicas foram traçadas para cada mercados latinos

Atuação na América Latina por meio de parceiros distribuidores especializados em salões de beleza

### Benchmarking concorrencial



Alternativas de **canais de venda: salões de beleza** transmitem **confiabilidade** de profissional recomendando o produto para o **novo mercado**

Nos mercados **peruano e uruguaio** firmou **parceria** com **distribuidores** locais e passa a exportar sistematicamente em 2015.



PERU



CHILE



ARGENTINA



Outros mercados latinos



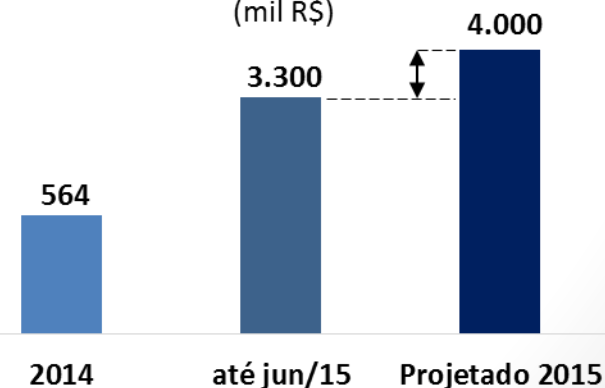
### Cadeia do Canal de Entrada



Em **2014**, a empresa realiza uma exportação pontual de **R\$ 564 mil** durante a Missão Colômbia-Peru.

No 1º semestre de **2015** fechou dois contratos no valor total de **R\$ 3,3 milhões**.

Vendas América Latina (mil R\$)



## Estratégias visam maior proximidade com o cliente norte-americano

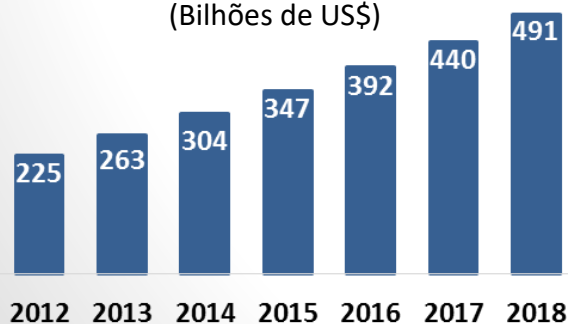
### Múltiplos canais de entrada no mercado dos EUA



Estratégia de vendas via **e-commerce** e **App** é apoiada pela **tendência** de consumo no **varejo americano**

Utilização de **consultores** de vendas permite **maior proximidade** com cliente-final

Projeção de Vendas e-commerce EUA (Bilhões de US\$)

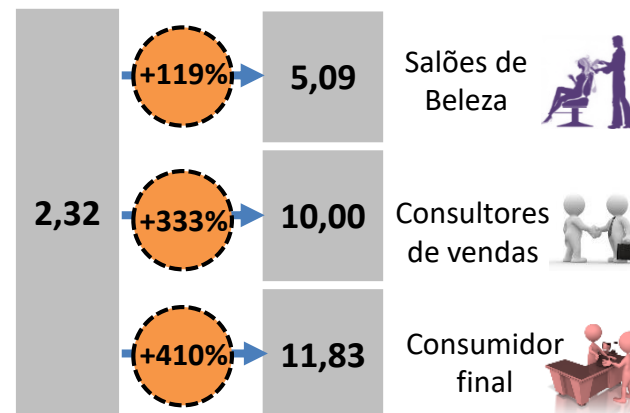


Distribuição via Florida



### Captura de maior valor agregado:

Ticket Médio por Canal de Venda\*



Vendas EUA 2015 (mil R\$)

