

# Ensaaios PEIEX 2022



PEIEX  
apexBrasil



# E-BOOK

# ENSAIOS PEIEX 2022

## FICHA TÉCNICA

**Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – ApexBrasil**

**Augusto Souto Pestana**  
Presidente

**Lucas Fiuza**  
Diretor de Negócios

**Roberto Escoto**  
Diretor de Gestão Corporativa

**Clarissa Alves Furtado**  
Gerente de Competitividade

**Rita de Cassia da Silva Pedroso de Albuquerque**  
Coordenadora de Qualificação

**Organização**  
Aline Oliveira Sampaio Cunha  
Maira Pinto Cauchioli Rodrigues  
Vera Lúcia Lopes Souza

**Revisão**  
Mauro Rocha

**Diagramação**  
Nathally Quaggio Simonetti

**Colaboração**  
Andre Augusto de Castro Ramos  
Paula Bettega Filizola Chaves

**ApexBrasil – Sede:**  
Setor de Autarquias Norte, Quadra 05, Lote C, Torre B,  
13º andar, Centro Empresarial CNC, Asa Norte. CEP  
70.040-250 - Brasília – DF  
Tel.: 55 (61) 2027-0202/Fax: 55 (61) 2027-0263  
[www.apexbrasil.com.br](http://www.apexbrasil.com.br)  
E-mail: [PEIEX@apexbrasil.com.br](mailto:PEIEX@apexbrasil.com.br)

## Ensaio PEIEX 2022/ApexBrasil

Brasília: ApexBrasil, 2022. ISBN nº 978-65-993404-2-0  
1. Comércio Exterior. 2. Negócios Internacionais.  
3. Qualificação empresarial.  
As publicações da ApexBrasil estão disponíveis para  
download gratuito nos formatos PDF. Acesse:  
<https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva  
e inteira responsabilidade dos autores, não  
expressando, necessariamente, o ponto de vista da  
ApexBrasil. É permitida a reprodução deste texto e dos  
dados nele contidos, desde que citada a fonte.  
Reproduções para fins comerciais são proibidas.

## Autores

Denise Justin Depizzol Andrade  
Francisco Falsetti Xavier  
Gabriela Daiana Christ  
Hemilly K. Oliveira  
João Batista Neroni Júnior  
João Florêncio da Costa Júnior  
Lilá Rayana Matias de Freitas  
Luciane Cleonice Durante  
Márcia Graciela da Silva Moraes  
Marconi Aurélio e Silva  
Maria da Piedade Araújo  
Mariana Corsino da Costa  
Micaely Dantas de Araújo  
Najla Maira Gomes de Souza  
Nanci Correa  
Olivan da Silva Rabelo  
Priscila Correa Franco Amaral  
Rafaela Luisa Bender  
Renato Neder

## Banca Avaliadora

Daniela Schettini  
Flávia Queiroz do Egypto  
Francisca Grostein  
Pedro Henrique Gandra Pia de Andrade  
Renan Lucas Ferraz  
Ricardo Alves de Souza  
Zilda Mendes

## SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO .....	5
EDITORIAL .....	6
BANCA AVALIADORA.....	8
ENSAIO 1 .....	11
<b>O PEIEX como alternativa para superação de barreiras à internacionalização de empresas de tecnologia .....</b>	<b>11</b>
<b>Núcleo PEIEX Natal – Rio Grande do Norte .....</b>	<b>11</b>
ENSAIO 2 .....	15
<b>Impactos da ApexBrasil e do programa PEIEX no desenvolvimento da cultura exportadora: uma análise sistemática da literatura .....</b>	<b>15</b>
<b>Núcleo PEIEX Natal – Rio Grande do Norte .....</b>	<b>15</b>
ENSAIO 3 .....	19
<b>Cooperação: se faz de CPF para CPF? .....</b>	<b>19</b>
<b>Núcleo PEIEX Cascavel – Paraná .....</b>	<b>19</b>
ENSAIO 4 .....	22
<b>Fortalecimento da cultura exportadora das MPES na região metropolitana do Vale do Paraíba – SP .....</b>	<b>22</b>
<b>Núcleo PEIEX São Paulo – Polo São Jose Dos Campos .....</b>	<b>22</b>
ENSAIO 5 .....	24
<b>A análise regional para definição de estratégias de prospecção de empresas no âmbito do PEIEX .....</b>	<b>24</b>
<b>Núcleo PEIEX Cascavel – Paraná .....</b>	<b>24</b>
ENSAIO 6 .....	28
<b>O papel do PEIEX como um consolidador do ecossistema exportador – uma análise dos encaminhamentos do núcleo PEIEX-RN .....</b>	<b>28</b>
<b>Núcleo PEIEX Natal – Rio Grande do Norte .....</b>	<b>28</b>
ENSAIO 7 .....	32
<b>Perfil exportador das empresas do PEIEX, no âmbito do estado de Mato Grosso .....</b>	<b>32</b>
<b>Núcleo PEIEX Cuiabá – Mato Grosso.....</b>	<b>32</b>
ENSAIO 8 .....	35
<b>Cooperativas indígenas e a castanha-do-brasil: uma abordagem sob a ótica do etnodesenvolvimento no PEIEX – MT.....</b>	<b>35</b>
<b>Núcleo PEIEX Cuiabá – Mato Grosso.....</b>	<b>35</b>

ENSAIO 9 .....	39
<b>O mercado de charcutaria artesanal no Brasil e as oportunidades no exterior: um chamado para pequenos produtores .....</b>	<b>39</b>
<b>Núcleo PEIEX Campinas – São Paulo .....</b>	<b>39</b>
ENSAIO 10 .....	43
<b>PEIEX e o impacto de suas ações para a exportação no estado do Rio Grande do Sul... ..</b>	<b>43</b>
<b>Núcleo PEIEX São Leopoldo – Rio Grande do Sul .....</b>	<b>43</b>
ENSAIO 11 .....	46
<b>Impactos do PEIEX no desenvolvimento da Região Seridó no Rio Grande do Norte .....</b>	<b>46</b>
<b>Núcleo PEIEX Natal – Rio Grande do Norte .....</b>	<b>46</b>
ENSAIO 12 .....	49
<b>Marketing digital como ferramenta para exportação .....</b>	<b>49</b>
<b>Núcleo PEIEX Sorocaba – São Paulo .....</b>	<b>49</b>
ENSAIO 13 .....	52
<b>A contribuição do PEIEX às políticas de desenvolvimento regional: o caso de Pernambuco.....</b>	<b>52</b>
<b>Núcleo PEIEX Caruaru – Pernambuco .....</b>	<b>52</b>

## ENSAIO 9

### O mercado de charcutaria artesanal no Brasil e as oportunidades no exterior: um chamado para pequenos produtores

Núcleo PEIEX Campinas – São Paulo

*Francisco Falsetti Xavier*

O crescimento de produtos e produtores artesanais dos mais diversos tipos é evidente para qualquer observador atento. Através de extensa revisão bibliográfica, Oliveira (2019) mostra que ao longo do tempo os consumidores têm apresentado mudanças de comportamento na sua relação com os alimentos, e o aumento pela busca por produtos artesanais nos últimos anos é resultado de uma dessas mudanças. O interesse por mercadorias *caseiras* virou uma tendência por diversos motivos que vão desde o anseio por produtos mais saudáveis até a atração por algo resgatado do passado; uma forma tradicional de produção.

A partir da experiência do atendimento PEIEX à Defumatta Charcutaria Artesanal, uma microempresa familiar sediada na cidade de Indaiatuba (SP), foi possível obter algumas informações de extrema relevância para os produtores do ramo que desejam se aventurar no mercado externo. Entretanto, o uso de produtos de charcutaria serve apenas como exemplo; o estudo visa em última instância incentivar produtores artesanais dos mais diversos ramos e mostrar-lhes como o mercado externo pode torná-los atores estratégicos para o fomento de suas respectivas regiões.

Um dos produtos analisados junto à empresa, e que será usado como referencial para este estudo, foi a *Coppa*: embutido de carne suína de origem italiana (*Capocollo*), que é comumente conhecido e consumido no Brasil e no mundo. O produto é representado pela NCM/SH 0210.19.00, a qual abrange carnes suínas curadas.

Com o intuito de entender o mercado já existente, foram levantados alguns dados quantitativos sobre as exportações brasileiras dessas mercadorias pela plataforma Comex Stat: até 2018 apenas os três Estados da macrorregião Sul do Brasil<sup>4</sup> se apresentavam como exportadores desse tipo de produto. O ano de 2018 marca um ponto de inflexão nesse mercado, uma vez que outros Estados do país também passam a exportar bens inseridos na classificação fiscal de 0210.19.00. Esse ano marca não apenas a diversificação da origem dos produtos como também do destino dessas exportações.

Atualmente, ao menos 18 Estados da federação exportam Carnes Suínas Curadas, tendo o Uruguai como maior receptor. Mesmo após a diversificação de mercados e produtores, o país continuou comprando em média 27% de toda a exportação brasileira dos bens desse setor. Como contraponto, vale comentar que, ao buscar apurar a participação dos Estados nas vendas de tais produtos ao exterior, foi encontrado que o Uruguai nunca se consolidou

---

<sup>4</sup> Santa Catarina, Paraná e Rio Grande do Sul; respectivamente por volume de exportações.

como um mercado para os charcuteiros paulistas. Nos últimos dez anos, praticamente o único Estado fornecedor de tais produtos ao país vizinho foi Santa Catarina — com exceção ao ano de 2013, que contabilizou também uma exportação do Paraná (COMEX STAT, 2022).

De todo modo, segundo todo o conjunto de dados analisados, faz sentido considerar o Uruguai como um potencial mercado para produtos de charcutaria artesanal do Brasil. A ferramenta Mapa de Oportunidades da ApexBrasil<sup>5</sup>(2019), que aponta potenciais mercados de exportação por produto, também destacou o Uruguai quando da busca de potenciais mercados de exportação de tais produtos de origem brasileira.

Tomando o país sul-americano como mercado de análise, o próximo passo foi entender a concorrência existente no mesmo: em números de 2020, as importações uruguaias dos produtos abarcados pela SH 021019<sup>6</sup> advieram de três países: Espanha (59%), Itália (29%) e Brasil (12%) (TRADE MAP, 2020). A origem da maioria dos produtos, juntamente com o alto preço médio dos mesmos<sup>7</sup>, indica que a classificação fiscal utilizada representa bem os produtos desejados para o estudo.

O fato de existir um mercado consumidor para esses produtos já abre uma possibilidade ao produtor brasileiro. Além do mais, existem outros quatro fatores que também geram vantagens para o lado da oferta. Primeiramente, o Acordo de Complementação Econômica 18 (ACE 18) do Mercosul dá a possibilidade para que o importador pague uma alíquota de 0% de imposto na importação. Deve-se ter em conta que, para todo produto que ou não tenha origem em nenhum dos quatro países do bloco ou não possua acordo com o Mercosul, esse imposto seria de uma alíquota *ad-valorem* de 10% (MERCOSUR, 2022). Nesse sentido, os importadores das mercadorias de origem europeia pagam a alíquota integral do imposto. Um segundo fator a ser considerado seria o custo logístico, que é reduzido devido à proximidade geográfica e a disponibilidade de serviços.

Em terceiro lugar, é uma realidade que o preço médio de um produto artesanal brasileiro será relativamente menor do que os seus congêneres europeus. Produtos de charcutaria artesanal de países como Espanha e Itália chegam a possuir um alto valor agregado não apenas pela qualidade, mas também por um aspecto psicológico que tem a ver com sua representação como um produto tradicional desses mercados. Produtores brasileiros podem fabricar bens artesanais alternativos de excelente qualidade e menor preço. É importante comentar que estes não necessariamente irão competir com os produtos europeus: eles podem atingir um segmento de mercado que também tem anseio pelo consumo de produtos artesanais, mas que não conseguem comprá-los de regiões tradicionais devido ao seu alto custo. Por fim, a similaridade cultural entre ambos os países pode ser um fator importante que facilita a negociação e inserção de pequenos produtores iniciantes no mercado externo.

---

<sup>5</sup> Mapa Estratégico de Mercados e Oportunidades Comerciais para Exportações Brasileiras. ApexBrasil.2019. Disponível em: <https://paineisdeinteligencia.apexbrasil.com.br/mapa-de-oportunidades.html>. Acesso em: 16 fev. 2022.

<sup>6</sup> Em plataformas internacionais é utilizado o *Sistema Harmonizado* de 6 dígitos (*SH6*), por ser a classificação básica e universal, que dá origem às demais classificações fiscais regionais e nacionais.

<sup>7</sup> Segundo informações do Trade Map (2022), o preço médio dos produtos de origem europeia é calculado por volta de US\$ 10,75/quilograma; ao passo que o preço médio mundial é US\$ 8,85, reduzido devido ao preço médio de US\$ 4,00 de produtos brasileiros.

Em conversa recente com a Defumatta sobre como a exportação se encaixa no seu planejamento estratégico após o PEIEX e qual o seu possível impacto para a região, os empresários comentaram que, em geral, os retornos são previstos através de diferentes formas: no curto prazo, a empresa contribuirá com uma maior geração de empregos devido à necessidade de aumento de produtividade; já no longo prazo, foi explicado que a constante busca por qualidade faz com que cada vez mais todos os elos da cadeia produtiva se adequem às rigorosas exigências desse mercado. Esse processo pode ser custoso em um primeiro momento, mas eventualmente faz com que a qualidade de toda a cadeia melhore.

Por fim, os ganhos intangíveis também movimentarão novas atividades: a credibilidade que a empresa ganhará com sua inserção no exterior refletirá numa maior atratividade de seus produtos e serviços — tal como seu projeto de escola de charcutaria, o qual demandará a formação de um corpo de apoio que poderá ser contratado localmente. Os ganhos de imagem e a visibilidade da empresa serão refletidos na cidade como um todo.

#### Referências:

COMEX STAT. **MDIC**. 2022. Disponível em: <<http://comexstat.mdic.gov.br/pt/home>>. Acesso em: 17 fev. 2022.

CONSUMIDOR QUER ALIMENTOS NATURAIS. **Charcutaria.org**. 2022. Disponível em: <<https://charcutaria.org/carnes/consumidor-quer-alimentos-mais-naturais/>>. Acesso em: 18 fev. 2022.

JACOBINA. R. Charcutaria artesanal está cada vez mais valorizada. *Jornal 24 horas*, Salvador, 08 nov. 2020. Disponível em: <<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/charcutariahttps://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/charcutaria-artesanal-esta-cada-vez-mais-valorizada/artesanal-esta-cada-vez-mais-valorizada/>>. Acesso em: 18 fev. 2022.

MAPA ESTRATÉGICO DE MERCADOS E OPORTUNIDADES COMERCIAIS PARA EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS. **ApexBrasil**. 2019. Disponível em: <https://paineisdeinteligencia.apexbrasil.com.br/mapa-de-oportunidades.html>. Acesso em: 16 fev. 2022.

MERCOSUL (ACE 18). **Siscomex**. 2022. Disponível em: <http://siscomex.gov.br/acordoshhttp://siscomex.gov.br/acordos-comerciais/mercosul/mercosul-ace-18/comerciais/mercosul/mercosul-ace-18/>. Acesso em: 17 fev. 2022.

NCM EM VIGOR. **Mercosur**. 2022. Disponível em: <https://www.mercosur.int/politicahttps://www.mercosur.int/politica-comercial/ncm/comercial/ncm/>. Acesso em: 17 fev. 2022.

OLIVEIRA, Janile Soares de. **O Mercado de Produtos Fermentados Artesanais: Estudo de Caso de uma Cervejaria e uma Charcutaria Pioneiras em Florianópolis**. 2019. Monografia –

Curso de Tecnologia em Gastronomia, Instituto Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

TRADE MAP. ITC. 2022. Disponível em: <<https://www.trademap.org/index.aspx>>. Acesso em: 17 fev. 2022.



## APEXBRASIL

A ApexBrasil possui a missão de promover as exportações, a internacionalização das empresas brasileiras e os investimentos estrangeiros diretos, em apoio às políticas e estratégias públicas nacionais, a fim de contribuir para o crescimento sustentável da economia brasileira. Conheça os serviços oferecidos pela Agência para ajudar a sua empresa a se inserir no mercado internacional:

**Inteligência de Mercado** - Estudos e análises de mercados que visam orientar as empresas e os parceiros em relação às melhores oportunidades para os seus negócios internacionais.

**Qualificação Empresarial** - Capacitação, consultoria e assessoria oferecidas com o objetivo de incrementar a competitividade e promover a cultura exportadora nas empresas, preparando-as para os desafios do mercado internacional.

**Estratégia para Internacionalização** - Conjunto de serviços que visa orientar empresas e parceiros na definição de estratégias para inserção e avanço no processo de internacionalização.

**Promoção de Negócios e Imagem** - Ações que têm como objetivo facilitar o acesso das empresas brasileiras aos mercados internacionais, diversificar os destinos das exportações brasileiras e melhorar a percepção internacional acerca das empresas, dos produtos e dos serviços brasileiros. Os serviços dessa categoria possibilitam aos empresários o contato direto com parceiros de negócios internacionais, que auxiliam na inserção ativa e competitiva das empresas nacionais nos mercados estrangeiros.

**Atração de Investimento** - Ações para promover e facilitar a atração de investimentos estrangeiros diretos (IED) com o objetivo de melhorar a imagem do Brasil como um mercado atrativo para aportes de capital estrangeiro, promovendo o desenvolvimento e a competitividade do país. Ademais, as ações de atração de investimentos visam induzir a transferência de tecnologias inovadoras para empresas brasileiras.

## GERÊNCIA DE COMPETITIVIDADE

Visa ampliar a competitividade das empresas brasileiras no mercado internacional, por meio de ações de qualificação para exportação e internacionalização, de acordo com o nível de maturidade exportadora, e, ainda, atuar como agente catalizador do conhecimento, promovendo estudos e pesquisas sobre promoção de exportações e internacionalização, garantindo a excelência do corpo técnico da Agência e a disseminação do conhecimento na formação de agentes de negócios internacionais.

## COORDENAÇÃO DE QUALIFICAÇÃO

Tem o objetivo de promover ações de qualificação para exportação e aumento da competitividade das empresas brasileiras, de acordo com o nível de maturidade exportadora, e ainda, incentivar ações de promoção comercial para as empresas atendidas pelos programas de qualificação, facilitando seu acesso ao mercado internacional.

SAIBA MAIS SOBRE O PEIEX: <https://portal.apexbrasil.com.br/qualifique-sua-empresa-PEIEX/>

SAIBA MAIS SOBRE A APEXBRASIL: <https://portal.apexbrasil.com.br/>

# apexBrasil

SAUN, Quadra 5, Lote C, Torre B, 12ª a 18ª andar, Centro Empresarial CNC  
Asa Norte, Brasília - DF, 70040-250  
+55 61 2027-0202

