ANAIS

PLANO DE NEGÓCIO – EXPORTAÇÃO DE GERGELIM MATO-GROSSENSE PARA MERCADOS INTERNACIONAIS

FRANKLIN WILLIAN VAZ DE OLIVEIRA
franklin_vaz@hotmail.com
PECEGE/ ESALQ - USP

GUSTAVO BARBIERI LIMA
barbieri.lima@yahoo.com.br
PECEGE/ ESALQ-USP

RESUMO: As exportações agrícolas incentivam melhorias na produção e adoção de tecnologias sustentáveis, assim como a internacionalização de empresas aumenta a competitividade e abre novas oportunidades. A crescente demanda global por alimentos saudáveis destaca países como China, Índia, Japão, Coréia do Sul e Estados Unidos como potenciais compradores do gergelim do Mato Grosso, sendo que a produção brasileira de gergelim tem crescimento exponencial, especialmente no centro-oeste. O objetivo geral da presente pesquisa é estruturar um plano de negócio focado na exportação de gergelim em sacas de 25 e 40 quilos do Mato Grosso para o exterior. Para tal, utilizou-se o modelo de plano de negócios de Dornelas (2016). O autor deste trabalho realizou uma imersão de 24 meses na Irlanda para estudar o mercado internacional e conduzir pesquisas de marketing, exportação e entender melhor a logística de produtos agrícolas. Os principais resultados indicaram que: (a) a viabilidade do uso de contêineres para exportação de gergelim se dá pelo retorno de contêineres vazios e limitações nos terminais de grãos, tornando essa opção logisticamente vantajosa; (b) o estudo explorou as barreiras ao comércio internacional de gergelim e as medidas para mitigá-las; (c) o mercado europeu tem alta demanda por gergelim brasileiro devido à crescente procura por produtos naturais e saudáveis; (d) os custos logísticos são competitivos com o uso de contêineres vazios que retornam ao país de origem, as barreiras técnicas e tarifárias podem ser superadas com certificações e parcerias estratégicas.

PALAVRAS CHAVE: comércio internacional; estratégias internacionais; planejamento.

ABSTRACT: Agricultural exports encourage improvements in production and the adoption of sustainable technologies, while the internationalization of companies increases competitiveness and opens up new opportunities. The growing global demand for healthy foods highlights countries such as China, India, Japan, South Korea and the United States as potential importers of sesame from Mato Grosso, and Brazilian sesame production has been growing exponentially, especially in the Midwest. This research aims at structuring a business plan focused on the export of sesame in 25 and 40-kilo bags from Mato Grosso to other countries. To this end, the business plan model by Dornelas (2016) was used. The author of this study spent 24 months immersed in Ireland to study the international market and conduct marketing and export research, as well as to better understand the logistics of agricultural products. The main results pointed out that: (a) the viability of using containers to export sesame is due to the return of empty containers and limitations at grain terminals, making this option logistically advantageous; (b) the study explored the barriers to international trade in sesame and measures to mitigate them; (c) the European market has a high demand for Brazilian sesame due to the growing demand for natural and healthy products; (d) logistics costs are competitive with the use of empty containers that return to the country of origin, technical and tariff barriers can be overcome with certifications and strategic partnerships.

KEY WORDS: international trade; international strategies; planning.

1. INTRODUÇÃO

As exportações agrícolas introduziram competição internacional no mercado brasileiro, incentivando nossos agricultores a elevarem os padrões de produção para atender as exigências do comércio exterior. Além de contribuir para o aumento da renda, as exportações desempenham um papel significativo na adoção e implementação de tecnologias essenciais para o avanço da agricultura sustentável.

No contexto empresarial, o avanço das transações comerciais em escala global tem revelado diversas oportunidades, incentivando as organizações a expandirem suas operações. Segundo Lopez e Gama (2010), a internacionalização é percebida como um elemento benéfico, impactando diretamente a posição no mercado doméstico e aumentando a competitividade.

Diante disso, empresas visionárias optam por internacionalizar suas atividades, no entanto, para garantir a eficácia desse processo e maximizar suas vantagens, é crucial que as organizações desenvolvam um planejamento estratégico. Conforme observado por Ludovico (2008), estratégias bem definidas contribuem significativamente para o desempenho no mercado-alvo, seja ele interno ou externo.

Com abertura de novos mercados e ganho de novas experiências, Lima e Carvalho (2010) retratam que as empresas tendem a tornarem-se menos inseguras e mais dispostas a investir em novas estratégias de atuação.A crescente demanda global por alimentos saudáveis e ingredientes naturais abre oportunidades promissoras para a expansão da produção e exportação de gergelim, dentre os potenciais compradores para o gergelim produzido em Mato Grosso, destacam-se países como China, Índia, Japão, Coreia do Sul e Estados Unidos.

O gergelim também conhecido como sésamo (Sesamumindicum L., família Pedaliaceae), é uma cultura de ciclo curto que pode ser cultivado ao longo de todo o ano, o cultivo é tradicional na Índia a muitos anos. As sementes de gergelim são pequenas e ovais, e ao longo dos séculos têm sido uma valiosa fonte de alimento e óleo, os teores de óleo podem variam de 40% a 50%. Uma característica interessante é a diversidade de cores das sementes, que podem ser encontradas em tonalidades como branco, marrom, preto, entre outras (Apex-Brasil, 2023).

O cultivo de gergelim no Brasil na safra 23\24 passou de 361 mil hectares, com produção de 174 mil toneladas, aumento significativo comparado com os últimos 10 anos, comum nos estados da região centro-oeste do País, sobretudo no estado do Mato Grosso a cultura do gergelim começa a ganhar força também nos estados do nordeste onde as condições pluviométricas favorecem a segunda safra (CONAB, 2024).

Em Mato Grosso, mais especificamente nos municípios de Canarana e Água Boadestaca-se como um dos principais produtores, o gergelim vem revolucionando o agronegócio brasileiro pela rusticidade, produtividade, baixo custo de produção e maior valor de mercado, importante salientar que, com abertura de novos oportunidades internacionais acarreta mais segurança para os produtores rurais travar os custos de produção.

Assim sendo, o presente plano de negócio consiste em buscar formas de comercializar gergelim em sacas de 25 e 40 quilos transportados para outros países em contêineres, as principais commodities agrícolas exportadas em contêineres incluem açúcar, café, soja e milho. Enquanto o açúcar e o café são normalmente embalados antes do embarque, a soja e o milho são transportados a granel dentro dos contêineres, que tradicionalmente esses grãos não eram enviados dessa maneira, devido ao baixo valor agregado que não justificava o uso de contêineres.

A viabilidade desses carregamentos está relacionada ao desequilíbrio entre a entrada e saída de produtos manufaturados do país, resultando em uma grande quantidade de

contêineres que retornam vazios aos seus locais de origem, segundo dados da Agência Nacional de Transportes Aquaviários (ANTAQ, 2023), de janeiro a dezembro de 2023 retornou vazio ao país de origem 520.526 contêineres.

Outro fator importante que contribui para a exportação de produtos agrícolas de baixo valor agregado via contêineres é a situação dos terminais de grãos, com a capacidade desses terminais no limite, há filas formadas durante os períodos de pico de safra, o que aumenta os custos logísticos e causa atrasos na entrega dos produtos. Diante desse cenário, os exportadores têm optado por utilizar contêineres devido aos preços mais competitivos e aos prazos de entrega mais flexíveis.

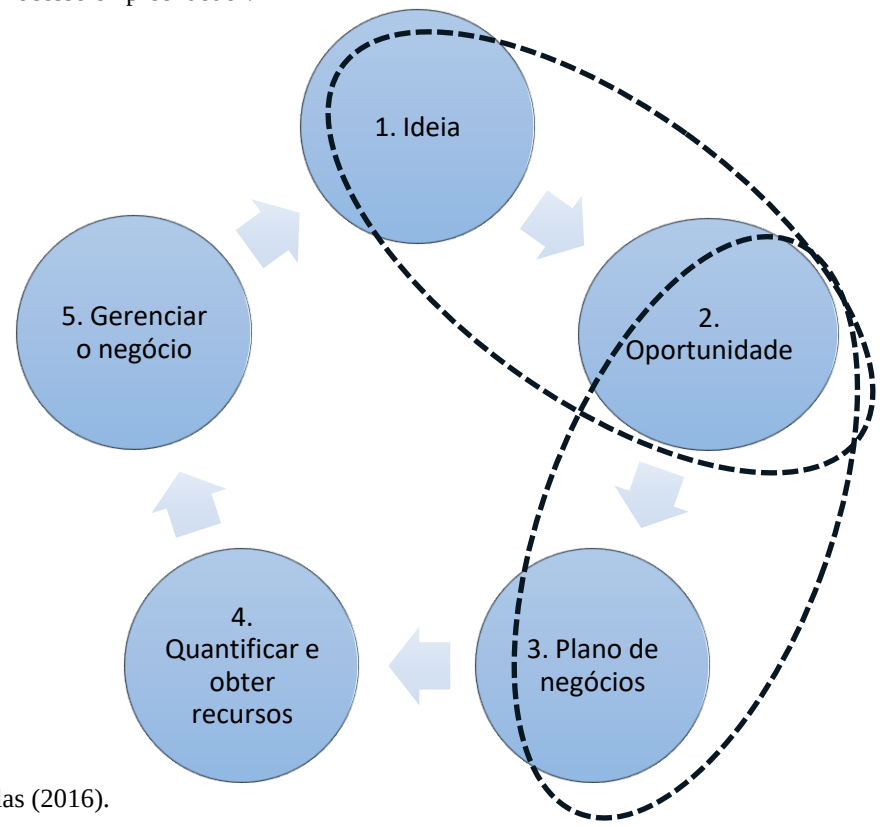
Serão exploradas as barreiras técnicas, tarifárias e fitossanitárias que podem afetar o comércio internacional de gergelim, bem como as medidas para mitigar tais obstáculos.

Assim sendo, o objetivo geral da presente pesquisa é estruturar um plano de negócio com foco no mercado internacional, visando o planejamento de exportação de gergelim em sacas de 25 e 40 quilos do Mato Grosso para o exterior.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A condução desta pesquisa teve como pilar principal a metodologia do livro "Plano de Negócios - O seu guia definitivo" escrito pelo Prof. Dr. José Dornelas (Dornelas, 2016), um renomado especialista brasileiro em empreendedorismo e plano de negócios. O desenvolvimento do trabalho teve como sustentação a consulta em livros, artigos científicos, relatórios relevantes sobre exportação, internacionalização de negócios e planejamento estratégico.

FIGURA 1. Processo empreendedor.



Fonte: Dornelas (2016).

Conforme a figura 1, o processo é cíclico. Várias ideias são analisadas pelo empreendedor antes de se definir quais levam a oportunidades com maior potencial de retorno econômico. Após a análise da oportunidade, pode-se rever o conceito ou a ideia inicial. Após selecionar uma oportunidade, o empreendedor inicia o desenvolvimento do plano de negócios. Durante o desenvolvimento do plano de negócios, o empreendedor pode sentir a necessidade de rever o conceito, a ideia, ou a oportunidade novamente.

Com o plano de negócios concluído, o empreendedor deverá saber com clareza quais os recursos (funcionários, dinheiro, infraestrutura...) precisará para implementar o negócio e onde poderá obtê-los. Com os recursos em mãos, parte-se para a gestão da empresa. Depois que o negócio entrar em operação, o empreendedor provavelmente terá novas ideias, identificará novas oportunidades e, assim, precisará desenvolver novos planos de negóciosou rever o plano de negócios atual para capitalizar sobre essas oportunidades (Dornelas, 2016).

QUADRO 1: Estrutura de plano de negócios sugerida por Dornelas (2016).

Estrutura	Descrição
1. Sumário Executivo	Resumo geral do plano de negócios da Vaz Export, incluindo a visão, missão, objetivos, produtos/serviços principais (exportação de gergelim), mercado-alvo e projeções financeiras. É o primeiro ponto de contato e deve capturar a atenção dos investidores.
2. Conceito de Negócio	Descrição detalhada, incluindo a ideia central, proposta de valor, diferenciais competitivos (qualidade do gergelim, eficiência logística) e o problema que o negócio resolve. Explica por que a empresa é viável e necessária.
3. Mercado e Competidores	Análise de mercado, abrangendo o tamanho do mercado de gergelim, segmentação, tendências, e análise detalhada dos concorrentes diretos (outros exportadores de gergelim) e indiretos (fornecedores de outras sementes oleaginosas como chia e linhaça). Inclui uma análise SWOT (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças).
4. Equipe de Gestão	Perfis dos fundadores e principais executivos da Vaz Export, destacando suas qualificações, experiências e funções dentro da empresa. Demonstra a capacidade da equipe para executar o plano de negócios.
5. Produtos e Serviços	Detalhamento dos produtos e serviços oferecidos pela Vaz Export, incluindo as sacas de gergelim de 25 e 40 kg, suas características, benefícios, ciclo de vida e estágio de desenvolvimento. Destaca o que torna os produtos/serviços únicos.

6. Estrutura e Operações	Descrição da estrutura organizacional da Vaz Export, incluindo o organograma, processos operacionais, localização, infraestrutura necessária e logística. Explica como a empresa funcionará no dia a dia.
7. Marketing e Vendas	Estratégias de marketing e vendas da empresa, incluindo posicionamento de mercado, mix de marketing (produto, preço, praça, promoção), canais de distribuição, e plano de lançamento de produtos.
8. Estratégia de Crescimento	Plano para crescimento futuro da Vaz Export, incluindo expansão de mercado, desenvolvimento de novos produtos, parcerias estratégicas e aquisições. Detalha as metas de crescimento e como serão alcançadas.
9. Finanças	Projeções financeiras detalhadas, incluindo demonstrações de resultados, fluxo de caixa, balanço patrimonial e análise de viabilidade. Inclui também os planos de financiamento e uso de recursos.
10. Anexos	Documentos adicionais que suportam o plano de negócios da Vaz Export, como currículos dos membros da equipe, cartas de intenção, contratos, estudos de mercado e outros dados relevantes.

Fonte: Autores, com base em Dornelas (2016).

Investigou-se também, no website do professor José Dornelas (www.josedornelas.com.br) com o intuito de obter exemplos de planos de negócios e informações a respeito da estrutura para elaboração domesmo, o site do professor Dornelas também oferece insights sobre como adaptar a estrutura do plano de negócios às necessidades específicas de diferentes tipos de empresas e mercados. As informações disponibilizadas são baseadas em pesquisas e na vasta experiência do professor Dornelas no campo do empreendedorismo e da gestão de negócios.

Em resumo, a investigação do website do professor José Dornelas revelou-se extremamente útil para obter exemplos práticos e orientações detalhadas sobre a elaboração de planos de negócios. As informações disponíveis no site complementam e expandem os conceitos apresentados em seus livros, oferecendo uma base sólida para empreendedores que buscam criar planos de negócios bem estruturados e eficazes.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na visão de Dornelas (2016), não há regra rígida ou metodologia única para se desenvolver um plano de negócios, mas um bom ponto de partida é planejar as atividades que deverão ser desenvolvidas, incluindo tarefas, responsáveis, prazos e resultados almejados.

Uma possível sequência para o desenvolvimento de um plano de negócios é iniciada pela análise da oportunidade (seguindo o processo empreendedor), e em seguida passa-se para uma rigorosa análise do mercado, do público-alvo e dos concorrentes.

Pontos a serem dedicados para execução de um plano de negócios:

a) Definir o modelo de negócio (o que vender, o que é o negócio, como vender, para quem, a que preço, o plano de marketing...) e projeções iniciais de receita;
b) Estabelecer os investimentos iniciais necessários;
c) Verificar a necessidade de recursos humanos;
d) Projetar custos, despesas e receitas ao longo do tempo;
e) Fechar o modelo de negócio cruzando necessidade e recursos com resultados;
f) Criar os demonstrativos financeiros;
g) Fazer análises de viabilidade através de índices de retorno sobre investimento, rentabilidade etc.;
h) Revisão completa de todos os passos;
i) Concluir a redação do plano de fechamento do modelo.

Sumário Executivo

Vaz Export Ltda. é uma empresa localizada em Água Boa, Mato Grosso, Brasil, dedicada à exportação de gergelim de alta qualidade. Com foco em mercados internacionais como Estados Unidos, Europa, Oriente Médio e Ásia, a empresa se diferencia pela utilização de contêineres para transporte eficiente e um forte compromisso com práticas agrícolas sustentáveis e parcerias com agricultores locais. O gergelim é comercializado em sacas de 25 e 40 kg, buscando atender as crescentes demandas globais por produtos naturais e orgânicos.

Missão: Fornecer gergelim de qualidade superior, promover práticas agrícolas sustentáveis e fortalecer parcerias com agricultores locais, garantindo um impacto positivo na comunidade.

Visão: A Vaz Export pretende alcançar 15% de participação no mercado global de gergelim nos próximos cinco anos, visando um crescimento anual de 20% nas receitas de exportação, impulsionado por inovação, eficiência operacional e penetração em novos mercados.

Valores: A empresa se orienta por confiança, qualidade e boas práticas comerciais. Ao adotar certificações internacionais de qualidade e rastreabilidade, a empresa reforça seu compromisso com sustentabilidade, transparência e produtos que atendem os padrões globais.

Mercado e Competidores: O mercado global de gergelim é competitivo e dinâmico, com empresas como Dipasa (México), Samruddhi Organic Farm (Índia) e Sesaco Corporation (EUA) sendo alguns dos principais concorrentes. A Vaz Export busca se destacar com um produto premium, rastreável e com certificações que garantem seu valor agregado nos mercados-alvo, que incluem indústrias de alimentos, cosméticos e óleo de gergelim. A empresa também planeja expandir sua atuação para novos nichos de mercado, como produtos derivados de gergelim.

Equipe de Gestão: A equipe de gestão é formada por profissionais experientes, incluindo o Diretor Executivo, que lidera a estratégia geral da empresa, o Gerente de Operações, que coordena o processo de produção e embalagem, o Gerente de Vendas e Marketing, responsável pela estratégia comercial, o Coordenador de Logística, que cuida do transporte e

exportação, e uma equipe de Controle de Qualidade, que assegura a conformidade dos produtos com padrões internacionais.

Investimentos e Projeções: A empresa estima um investimento inicial de R$ 330.000,00 para infraestrutura, aquisição de máquinas, certificações e marketing. A receita projetada no primeiro ano é de R$ 250.000,00, com a venda de 20.000 kg de gergelim a um preço de R$ 12,50 por kg. Além disso, a empresa planeja investir em pesquisa e desenvolvimento para explorar novos métodos de cultivo e produtos derivados de gergelim, com um orçamento de R$ 110.000,00 destinado a esses projetos.

Estratégia de Crescimento: Vaz Export pretende expandir sua presença global participando de feiras internacionais, como SIAL em Paris e Gulfood em Dubai, além de fortalecer sua marca por meio de um website institucional e uma presença ativa nas redes sociais. A empresa também busca estabelecer parcerias estratégicas com distribuidores internacionais e investir em tecnologia para melhorar seus processos de produção e controle de qualidade.

A estratégia da Vaz Export inclui inovação contínua em seus produtos, uma abordagem de marketing digital integrada e o fortalecimento das relações com fornecedores locais, garantindo a sustentabilidade e qualidade de seus produtos. Com foco em crescimento, a empresa está bem posicionada para atingir seus objetivos de longo prazo e expandir sua presença no mercado global de gergelim.

Esses valores fictícios detalham os custos de produção, embalagens, processamento, logística, controle de qualidade, e as receitas projetadas.

TABELA 1. Despesas projetadas Vaz Export.

Descrição	Valor (R$)
Infraestrutura de processamento	100.000,00
Armazenamento	30.000,00
Aquisição de máquinas de embalagem	100.000,00
Certificações e licenças	50.000,00
Marketing e publicidade inicial	50.000,00
Total	330.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

1. Conceito de Negócio

A "Vaz Export Ltda." se diferencia pela qualidade dos produtos e pelo compromisso com a sustentabilidade. O gergelim é cultivado por agricultores parceiros no Mato Grosso, garantindo um produto rastreável e de alta qualidade. Nossa proposta de valor inclui certificações internacionais e práticas agrícolas responsáveis, assegurando um produto que atende aos padrões globais de qualidade e sustentabilidade.

2. Mercado e Competidores

Mercado Alvo:

Geograficamente, nossos principais mercados-alvo são, Europa, Estados Unidos Oriente Médio e Ásia. O foco são empresas de alimentos, distribuidores de produtos naturais e orgânicos, fabricantes de óleo de gergelim e a indústria de cosméticos.

QUADRO 2: Análise da concorrência.

Nome da Empresa	Origem	Produto Principal	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Dipasa	México	Gergelim	Ampla rede de distribuição internacional, qualidade consistente, diversas certificações.	Custo relativamente alto, menor foco em personalização do produto.
Samruddhi Organic Farm	Índia	Gergelim	Certificação orgânica, forte presença no mercado asiático, foco em sustentabilidade.	Rede de distribuição limitada fora da Ásia, dependência de produção local.
ShreeSheelaInternational	Índia	Gergelim	Preços competitivos, grande volume de produção, boa rede de distribuição na Ásia e Oriente Médio.	Variedade limitada de produtos, menor foco em qualidade premium.
Sesaco Corporation	EUA	Gergelim	Forte presença no mercado norte-americano, tecnologia avançada de processamento, alta qualidade.	Preços elevados, menor foco em mercados fora da América do Norte.
Agroindustrias Amazónicas	Peru	Chia	Produção sustentável, forte presença no mercado orgânico, certificações de qualidade.	Rede de distribuição limitada, foco principal em chia, menos variedade de oleaginosas.
Benexia	Chile	Chia	Alta qualidade, forte presença no mercado europeu e norte-americano, diversas certificações.	Preços mais altos, menor diversificação de produtos além de chia.
Olive Nation	EUA	Linhaça	Forte presença no mercado online, alta qualidade, foco em produtos naturais e orgânicos.	Rede de distribuição limitada a certos mercados, menor foco em grandes volumes de exportação.
Spectrum Ingredients	EUA	Linhaça	Grande variedade de produtos orgânicos, forte rede de distribuição na América	Foco principal no mercado norte-americano, menor presença em outros

			do Norte.	continentes.
NowFoods	EUA	Linhaça	Marca bem estabelecida, alta qualidade, grande rede de distribuição e marketing robusto.	Custo mais elevado, foco principal no mercado de varejo e não em exportações em grande escala.

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Observações a serem consideradas sobre os potenciais concorrentes

Dipasa: Uma das maiores processadoras de gergelim, conhecida por sua qualidade e ampla rede de distribuição internacional, mas com custos relativamente altos.
Samruddhi Organic Farm: Forte no mercado asiático com produtos orgânicos, mas com rede de distribuição mais limitada fora da Ásia.
ShreeSheelaInternational: Competitiva em preço e volume de produção, mas com foco menor em produtos de qualidade premium.
Sesaco Corporation: Líder no mercado norte-americano, com tecnologia avançada e alta qualidade, porém com preços elevados e menor presença global.
Agroindustrias Amazónicas: Foco em produção sustentável de chia com forte presença no mercado orgânico, mas com rede de distribuição limitada.
Benexia: Alta qualidade de chia com presença robusta na Europa e América do Norte, mas com preços mais altos e menor diversificação de produtos.
Olive Nation: Conhecida por produtos naturais e orgânicos com forte presença online, mas com rede de distribuição mais limitada e menor foco em grandes volumes.
Spectrum Ingredients: Oferece uma grande variedade de produtos orgânicos com forte rede na América do Norte, mas com foco principal nesse mercado.
NowFoods: Uma marca bem estabelecida com uma rede de distribuição robusta e marketing eficaz, mas com custos elevados e foco no mercado de varejo.

3. Equipe de Gestão

Diretor Executivo: Responsável pela estratégia geral e decisões corporativas. Experiência em negócios internacionais e mercado agrícola.
Gerente de Operações: Coordena as operações diárias, incluindo cultivo, processamento e embalagem. Experiência em gestão agrícola e industrial.

Gerente de Vendas e Marketing: Desenvolve estratégias de mercado e promoções. Habilidade em marketing internacional e setor de alimentos.

Coordenador de Logística: Gerencia a cadeia de suprimentos e exportações. Experiência em logística internacional e gestão de containers.
Equipe de Controle de Qualidade: Garante conformidade com padrões de qualidade e certificações. Formação em controle de qualidade e experiência em produtos agrícolas.

Suporte Administrativo: Apoia todas as áreas com tarefas administrativas e financeiras. Habilidades organizacionais e conhecimento de finanças.

TABELA 2 - Salários anuais valores fictícios – Projeções.

Posição	Quantidade	Salário Anual por Cargo (R$)	Total (R$)
Diretor Executivo	1	100.000,00	100.000,00
Gerente de Operações	1	90.000,00	90.000,00
Gerente de Vendas e Marketing	1	80.000,00	80.000,00
Coordenador de Logística	1	70.000,00	70.000,00
Equipe de Controle de Qualidade	3	60.000,00	180.000,00
Suporte Administrativo	2	50.000,00	100.000,00
Total			620.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

4. Produtos e Serviços

Produto Principal: Gergelim in natura, torrado e processado.

Embalagem: Sementes comercializadas em sacas de 25 e 40 kg.

Certificações: Produtos com certificações orgânicas e de comércio justo.

Serviços: Consultoria e suporte técnico para agricultores parceiros, garantindo práticas agrícolas sustentáveis.

FIGURA1 - Modelo de embalagens para exportação de 25 e 40 kg.



Fonte: Elaborado pelos autores

TABELA 3 - Resumo dos Custos de Produção.

Descrição	Unidade	Quantidade	Valor Unitário (R$)	Valor Total (R$)
Matéria-prima (gergelim)	kg	20.000	5,00	100.000,00
Embalagens (sacos de 25 kg)	unidade	600	3,00	1.800,00
Embalagens (sacos de 40 kg)	unidade	300	4,50	1.350,00
Processamento e embalagem	kg	20.000	2,00	40.000,00
Transporte e logística	kg	20.000	3,50	70.000,00

Controle de qualidade	-	-	-	50.000,00
Total				263.150,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

5. Projeção de Receita:

Preço de Venda:
Preço de venda por kg de gergelim: R$ 12,50

Receita Estimada:
Quantidade vendida: 20.000 kg

Receita total projetada: R$ 250.000,00

6. Estrutura e Operações

Localização: Sede no Município de Água Boa, Mato Grosso, com planta de processamento próxima às áreas de cultivo.

Processos Operacionais:
Cultivo e colheita por agricultores parceiros.
Processamento e embalagem do gergelim em instalações próprias ou terceirizadas.
Controle de qualidade em todas as etapas da produção.

Tecnologia: Utilização de tecnologia avançada para processamento e embalagem, além de sistemas de rastreamento e gestão de qualidade.

Gestão de Fornecedores: Relacionamento próximo com agricultores, oferecendo suporte técnico e contratos de compra antecipada.

Processo de Exportação de gergelim

O processo de exportação de gergelim envolve uma série de passos essenciais que precisam ser seguidos com precisão para garantir o sucesso da operação internacional. Primeiramente, a empresa exportadora deve estar devidamente registrada no Sistema Integrado de Comércio Exterior (Siscomex) no Brasil. Em seguida, é crucial realizar uma pesquisa de mercado detalhada para entender a demanda, os preços e identificar potenciais clientes nos mercados de destino, como Alemanha, França e Reino Unido, onde há uma crescente procura por produtos orgânicos e naturais como o gergelim.

A preparação da mercadoria é um passo fundamental, incluindo a seleção cuidadosa, embalagem adequada em sacas de 25 e 40 quilos, etiquetagem precisa e certificação de qualidade conforme os padrões exigidos pelo país importador. Os documentos necessários para o processo incluem a fatura comercial, lista de embalagem, conhecimento de embarque (“Bill ofLading”), certificado de origem, certificado fitossanitário e outros certificados específicos dependendo das regulamentações do país importador.

Após a preparação da documentação, é realizado o despacho aduaneiro no Brasil, onde todos os documentos são submetidos às autoridades competentes para liberação da mercadoria. O transporte internacional ocorre em seguida, utilizando modais como transporte

terrestre, ferroviário, marítimo ou aéreo até o porto ou aeroporto de destino. No exterior, a documentação é apresentada às autoridades aduaneiras locais para liberação da carga.

Por fim, a mercadoria é entregue ao importador conforme acordado, completando o processo de exportação. É crucial manter uma gestão eficiente da cadeia logística e estar atualizado sobre as normas e regulamentações internacionais para garantir que todas as etapas sejam executadas sem contratempos, assegurando o sucesso da operação de exportação de gergelim da empresa.

TABELA 4 - Investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento:

Descrição	Valor (R$)
Pesquisa de novos métodos de cultivo	50.000,00
Desenvolvimento de novos produtos	40.000,00
Treinamento de agricultores	20.000,00
Total	110.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

7. Marketing e Vendas

Website Institucional

A Vaz Export terá um website institucional, este será um portal essencial para a empresa, onde potenciais clientes poderão conhecer mais sobre os produtos, ver informações detalhadas sobre o gergelim, aprender sobre o processo de exportação e importação, e entrar em contato com a equipe de técnicos. O site incluirá seções como "Sobre Nós", "Nossos Produtos", "Serviços de Exportação e Importação", “Origem do Gergelim”, "Blog" com artigos sobre o mercado de gergelim e dicas de negócios, e "Contato". O design será profissional e intuitivo, com versões em vários idiomas para atender clientes internacionais.

Redes Sociais

A Vaz Export estará presente nas principais redes sociais para alcançar um público global e manter um canal de comunicação direto com os clientes. As redes sociais escolhidas são:

- **LinkedIn**: Focado em negócios, ideal para networking e contato com outras empresas.
- **Instagram**: Para mostrar fotos e vídeos dos produtos, processos de produção e participação em feiras.
- **Facebook**: Para criar uma comunidade, compartilhar novidades e interagir com clientes.
- **Twitter**: Para atualizações rápidas, notícias do setor e engajamento em conversas relevantes.
- **YouTube**: Para vídeos institucionais, depoimentos de clientes, e demonstrações de produtos.

Além da presença digital e em feiras, a Vaz Export utilizará outras estratégias de publicidade e propaganda:

- **Marketing de Conteúdo**: Criação de artigos e e-books sobre o mercado de gergelim, benefícios do produto, e estudos de caso de sucesso.
- **E-mail Marketing**: Campanhas de e-mail para clientes e prospects com novidades, ofertas especiais, e newsletters.
- **Parcerias Estratégicas**: Colaborações com outras empresas e influencers do setor de alimentos para aumentar a visibilidade da marca.

- **Publicidade "Online"**: Anúncios pagos no Google e nas redes sociais para atingir públicos específicos.
- **Publicações em Revistas e Jornais do Setor**: Anúncios em publicações especializadas em alimentos e exportação para alcançar um público mais segmentado.

TABELA 5 - Investimentos em Marketing.

Descrição	Valor (R$)
Campanhas de marketing digital	10.000,00
Materiais de marketing (brochuras)	10.000,00
Presença em feiras internacionais	20.000,00
Total	40.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Participação em Feiras Internacionais

Participar de feiras internacionais é crucial para a Vaz Export se estabelecer no mercado global. Algumas feiras de alimentos importantes que a empresa deve considerar em participar para se manter atualizada e conectada com o mercado:

- **SIAL (Paris, França)**: Uma das maiores feiras de inovação em alimentos.
- **Anuga (Colônia, Alemanha)**: Grande evento para networking e apresentação de produtos.
- **Gulfood (Dubai, Emirados Árabes Unidos)**: Principal feira de alimentos e bebidas do Oriente Médio.
- **Foodex (Tóquio, Japão)**: Importante para o mercado asiático.
- **Fancy Food Show (Nova York, EUA)**: Excelente para entrar no mercado norte-americano.

TABELA 6– Feiras internacionais e despesas com participação.

Item	SIAL (Paris, França)	Anuga (Colônia, Alemanha)	Gulfood (Dubai, EAU)	Foodex (Tóquio, Japão)	Fancy Food Show (Nova York, EUA)
Transporte	$2,500	$2,200	$2,800	$3,000	$2,700
Hospedagem	$3,000 (10 noites)	$2,700 (9 noites)	$3,200 (10 noites)	$3,500 (10 noites)	$2,800 (7 noites)
Alimentação	$1,000 (10 dias)	$900 (9 dias)	$1,200 (10 dias)	$1,300 (10 dias)	$700 (7 dias)
Estandes	$12,000	$10,000	$14,000	$15,000	$11,000
Logística	$2,500	$2,200	$2,800	$3,000	$2,700
Total	**$21,000**	**$18,000**	**$24,000**	**$25,800**	**$19,900**

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

8. Estratégia de Crescimento

Expansão de Mercado: Entrar em novos mercados geográficos e desenvolver novos produtos derivados de gergelim.

Inovação e Desenvolvimento: Investimento em pesquisa e desenvolvimento de novos métodos de processamento e adoção de práticas agrícolas inovadoras.

Parcerias Estratégicas: Estabelecer alianças com distribuidores e fabricantes globais.

9. Finanças

Investimentos Iniciais: Infraestrutura de processamento e armazenamento, certificações e marketing.
Projeções Financeiras:
Receita esperada no primeiro ano, R$ 250.000,00**.**

Custos operacionais, incluindo matéria-prima, processamento, logística e marketing.
Análise de Viabilidade: Indicadores financeiros como ROI, VPL e TIR.

Resumo dos Custos Fixos e Variáveis:

TABELA 7 – Resumo dos custos fixos e variáveis primeiro ano – Valores fictícios, projeções.

Descrição	Valor (R$)
Custos Fixos	
Salários da equipe operacional	150.000,00
Manutenção de equipamentos	30.000,00
Custos de operação (energia, água)	20.000,00
Certificações e licenças	50.000,00
Total de custos fixos	250.000,00
Custos Variáveis	
Matéria-prima (gergelim)	100.000,00
Embalagens	3.150,00
Processamento e embalagem	40.000,00
Transporte e logística	70.000,00
Controle de qualidade	50.000,00
Total de custos variáveis	263.150,00
Total Geral de Custos	513.150,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Esses valores fictícios detalham os custos de produção, embalagens, processamento, logística, controle de qualidade, e as receitas projetadas para a "Vaz Export Ltda".

Projeções de Crescimento Anual (5 Anos):

TABELA 8 – Projeções de crescimento anual (5 anos) - Valores fictícios, projeções.

Ano	Receita (R$)	Custos Operacionais (R$)	Lucro Bruto (R$)	Despesas Administrativas (R$)	Investimentos (R$)	Lucro Líquido (R$)
1	250.000,00	200.000,00	50.000,00	100.000,00	300.000,00	-50.000,00
2	287.500,00	230.000,00	57.500,00	110.000,00	200.000,00	-32.500,00
3	330.625,00	265.000,00	65.625,00	120.000,00	150.000,00	25.625,00

4	380.218,75	305.000,00	75.218,75	130.000,00	100.000,00	45.218,75
5	437.251,56	350.000,00	87.251,56	140.000,00	75.000,00	122.251,56

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Análise SWOT e Fatores Críticos de Sucesso

QUADRO 3 – Análise SWOT e Fatores críticos de sucesso.

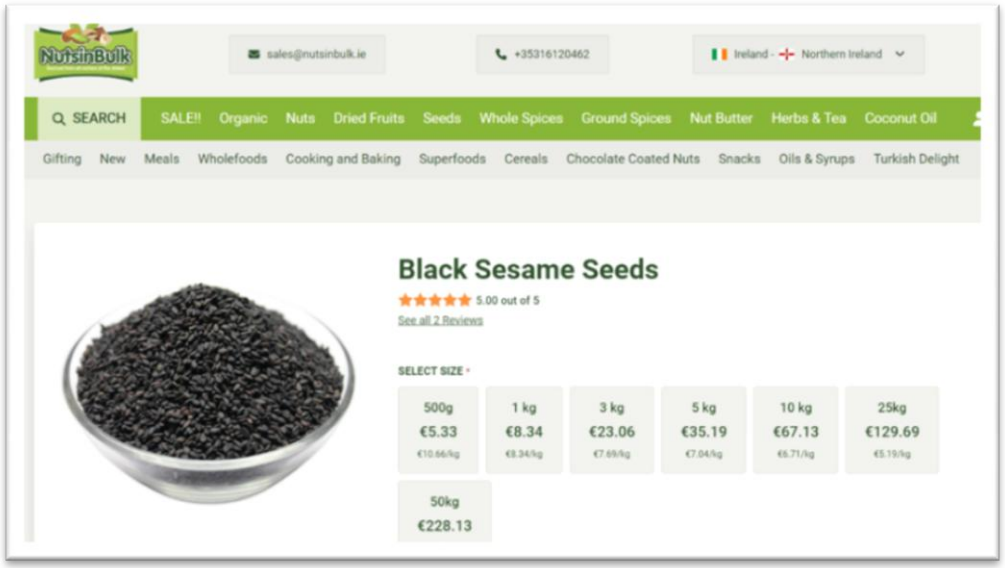
PONTOS FORTES	**PONTOS FRACOS**
Qualidade do Produto: O gergelim do Mato Grosso é de alta qualidade, atendendo às exigências do mercado internacional, especialmente na Europa e Ásia, onde há alta demanda por alimentos naturais e saudáveis. **Experiência e Pesquisa de Mercado:** O empresário realizou uma imersão de 24 meses na Irlanda, adquirindo conhecimento detalhado sobre o mercado internacional, logística e marketing, o que fortalece a estratégia de exportação. **Crescimento do Setor Agrícola:** O setor agrícola brasileiro, especialmente no Centro-Oeste, tem mostrado um crescimento exponencial, proporcionando um ambiente propício para a expansão da produção e exportação. **Vantagem Logística:** A utilização de contêineres vazios no retorno ao país de origem para exportar o gergelim reduz os custos logísticos, tornando a operação mais competitiva.	**Dependência de Investimentos Elevados:** O projeto requer investimentos significativos em infraestrutura e certificações, o que pode pressionar o fluxo de caixa e dificultar a recuperação do capital no curto prazo. **Custos Operacionais Altos:** Os custos operacionais são relativamente altos em relação à receita nos primeiros anos, o que pode impactar negativamente a lucratividade. **Incerteza nos Lucros Iniciais:** Os resultados financeiros indicam lucros baixos ou negativos nos primeiros anos, o que pode desanimar investidores e afetar a sustentabilidade do negócio a curto prazo. **Complexidade nas Certificações:** Superar as barreiras técnicas e tarifárias pode ser desafiador, exigindo tempo e recursos para garantir as certificações necessárias para exportação.
OPORTUNIDADES	**AMEAÇAS**
Crescimento da Demanda Global: A crescente demanda por alimentos saudáveis e naturais, especialmente em mercados como China, Índia, Japão, Coreia do Sul e Estados Unidos, abre vastas oportunidades para a exportação de gergelim. **Expansão em Novos Mercados:** A possibilidade de expansão para mercados emergentes, onde o consumo de gergelim está em ascensão, pode aumentar significativamente as vendas e a lucratividade. **Adoção de Tecnologias Sustentáveis:** A implementação de práticas agrícolas sustentáveis pode não apenas melhorar a eficiência da produção, mas também atrair mercados que valorizam produtos ecologicamente corretos. **Parcerias Estratégicas:** Formar parcerias com distribuidores internacionais e fornecedores locais pode reduzir os custos e facilitar o acesso a novos	**Flutuações no Mercado Internacional:** Variações nos preços internacionais do gergelim e oscilações na demanda global podem impactar negativamente a receita e a lucratividade do negócio. **Barreiras Comerciais e Tarifárias:** Barreiras técnicas, regulamentações rigorosas e tarifas de importação podem dificultar o acesso a alguns mercados e aumentar os custos de exportação. **Riscos Cambiais:** A volatilidade nas taxas de câmbio pode afetar a competitividade dos preços do gergelim brasileiro no mercado internacional, impactando diretamente a margem de lucro. **Concorrência Internacional:** A concorrência de outros países produtores de gergelim, como a Índia e a Etiópia, pode pressionar os preços e reduzir a participação de mercado do produto brasileiro.

mercados.	
FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO	
Qualidade e Certificação do Produto: Garantir que o gergelim exportado atenda aos padrões de qualidade e certificações exigidos pelos mercados-alvo é fundamental para ganhar a confiança dos clientes e penetrar em mercados competitivos. **Gestão Eficiente dos Custos:**Controlar os custos operacionais e administrativos para maximizar a margem de lucro, especialmente nos primeiros anos, é essencial para garantir a sustentabilidade do negócio. **Capacidade de Escala e Flexibilidade:**A capacidade de escalar a produção e se adaptar rapidamente às mudanças de demanda e condições de mercado ajudará a empresa a crescer e se manter competitiva. **Rede de Logística e Distribuição:**Estabelecer uma rede de logística eficiente que minimize os custos de transporte e garanta a entrega pontual do produto nos mercados internacionais é crucial para manter a competitividade. **Inovação e Sustentabilidade:**Implementar inovações tecnológicas e práticas agrícolas sustentáveis pode diferenciar o produto no mercado global, além de atender à crescente demanda por produtos ecológicos. **Parcerias Estratégicas:**Formar alianças estratégicas com distribuidores internacionais, fornecedores locais e parceiros logísticos será determinante para expandir o alcance do negócio e reduzir os custos de operação.	

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

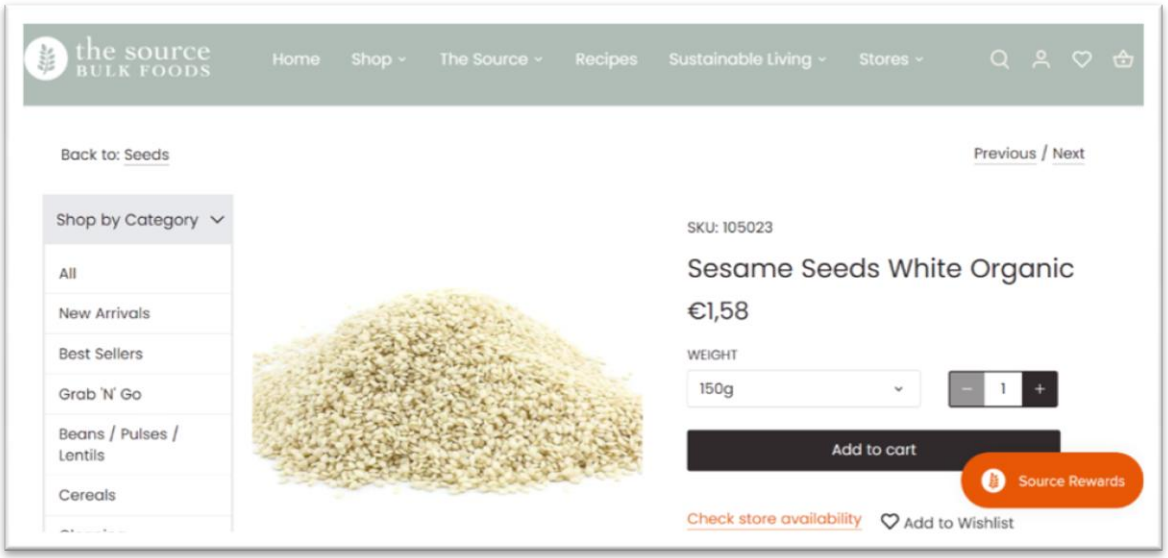
Produtos comercializados na Irlanda – Europa

FIGURA 2 – Vendas *online* de sementes de gergelim para consumo *in natura*.



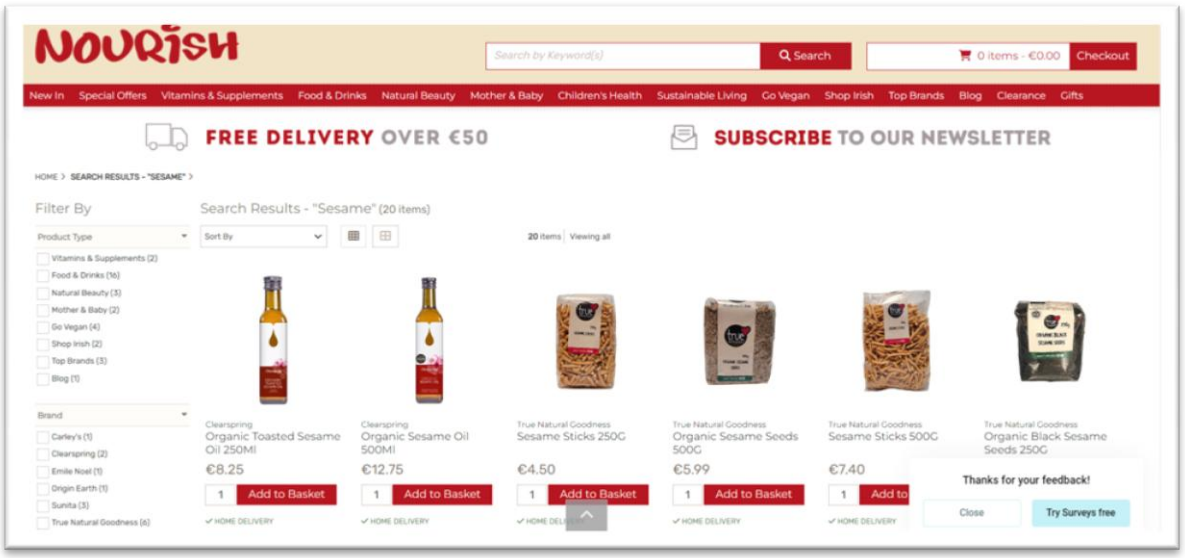
Fonte: Nutsinbulk - https://www.nutsinbulk.ie/category/sesame-seeds (2024).

FIGURA 3 – Vendas *online* de sementes de gergelim orgânico para consumo.



Fonte: The source bulk foods - https://thesourcebulkfoods.ie/collections/seeds/products/sesame-seeds-white-organic (2024)

FIGURA 4 – Vendas *online* de produtos a base de gergelim.



Fonte: https://www.nourish.ie/search/keywords/?keywords=Sesame (2024)

FIGURA 5 – Produtos à base de gergelim comercializada em redes de supermercados na Europa.



Fonte: Arquivo pessoal dos autores (2024).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Resgatando-se o objetivo geral da presente pesquisa, que consiste em estruturar um plano de negócio com foco no mercado internacional, visando o planejamento da exportação de gergelim em sacas de 25 e 40 quilos do Mato Grosso para o exterior, constatou-se que a proposta é não apenas viável, mas também promissora. A análise detalhada das oportunidades e desafios, juntamente com a aplicação do modelo de plano de negócios de Dornelas (2016), permitiu identificar os principais fatores que contribuem para o sucesso dessa iniciativa.Outro ponto relevante destacado pela pesquisa foi o potencial nutricional do gergelim, que amplia as oportunidades no mercado internacional.

As sementes de gergelim são ricas em nutrientes essenciais, como proteínas, fibras, cálcio, ferro, e antioxidantes, além de apresentarem altos teores de óleo que podem variar de 40% a 50%. Essa composição torna o gergelim um ingrediente valioso para a indústria alimentícia global, especialmente em um momento em que a demanda por produtos naturais, saudáveis e funcionais está em ascensão. O reconhecimento das propriedades nutricionais do gergelim pode abrir portas para novos nichos de mercado, como alimentos funcionais e produtos voltados para dietas específicas, o que pode ampliar ainda mais a atratividade do produto brasileiro no exterior.Adicionalmente, a utilização de contêineres para a exportação do gergelim mostrou-se uma alternativa logisticamente vantajosa.

O retorno de contêineres vazios ao Brasil, associado às limitações dos terminais de grãos, proporciona um custo logístico competitivo e prazos de entrega mais flexíveis. Esse fator é crucial para o sucesso da exportação, considerando os desafios técnicos, tarifários e fitossanitários que foram analisados e cujas barreiras podem ser mitigadas com certificações e parcerias estratégicas.Concluiu-se que, para garantir a eficácia do processo de internacionalização e maximizar suas vantagens, é essencial adotar estratégias bem definidas e enfoque na superação das barreiras comerciais.

A pesquisa revelou que a estruturação de um plano de negócios para a exportação de gergelim do Mato Grosso é não apenas uma oportunidade de crescimento econômico, mas também um passo importante para a inserção competitiva do Brasil no mercado global de produtos naturais e saudáveis.Dessa forma, este trabalho contribui com uma base sólida para futuros empreendedores e exportadores de gergelim, oferecendo um modelo estruturado e

fundamentado para a expansão de suas atividades no mercado internacional, garantindo sustentabilidade e sucesso a longo prazo.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS – BRASIL (**Apex-Brasil**); Gergelim Índia 2023. Disponível em: <https://apexbrasil.com.br/br/pt/conteudo/estudos/estudo-de-acesso-a-mercado---india---gergelim.html>. Acesso em: 25 de março 2024.

COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO (**Conab 2024**). Disponível em: <https://www.conab.gov.br/info-agro/safras/graos/boletim-da-safra-de-graos> Acesso em: 25 de março 2024.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo** – Plano de Negócios. Disponível em: <https://www.josedornelas.com.br/plano-de-negocios>Acesso em: 10 de março 2024.

_____. **Plano de Negócios, seu guia definitivo** – Passo a passo para você planejar e criar um negócio de sucesso/ José Dornelas. 2. ed. São Paulo: Empreende, 2016.

LIMA, G. B.; CARVALHO, D. T. de. **Globalização e internacionalização de empresas: a experiência do grupo ouro fino agronegócio**. In: XIII SEMEAD Seminários de Administração, São Paulo: SEMEAD, 2010.

LOPEZ, J. M. C.; GAMA, M. **Comércio exterior competitivo**. São Paulo: Aduaneiras, 2010.

LUDOVICO, N. **Exportação:** você está preparado? São Paulo: Editora STS, 2008.