

**Apresentação à AEP**  
**15 de Outubro de 2004**  
**Robin Godfrey**  
**Câmaras de Comércio Britânicas**

### **A Análise de Comunicações de Exportação funciona no Reino Unido**

As Análises de Comunicações de Exportação são realizadas no Reino Unido há quase 10 anos; recebemos recentemente o nosso 1000º pedido de análise.

Irei falar sobre:

- os Parceiros envolvidos;
- os objectivos do nosso plano;
- a rede de consultores;
- os custos de funcionamento;
- a forma como estamos a alcançar os objectivos;
- dois estudos-tipo.

Trabalhamos com as seguintes organizações parceiras:

- **Department of Trade and Industry (DTI) e the Foreign and Commonwealth Office (FCO)** que se associaram sob o nome de **UK Trade & Investment (UK T&I)**; estas organizações oferecem o financiamento para o plano e têm uma rede de assessores regionais de exportação que promovem o plano entre as suas empresas de contacto.
- **Department for Education and Skills (DfES – Departamento de Educação e Competências)**, que é gerido pelo **CILT - National Centre for Languages (Centro Nacional de Línguas)** e tem uma rede de Gestores das Redes Linguísticas Regionais que promovem as competências linguísticas nos seus eventos públicos; o CILT gere e mantém também uma base de dados de fornecedores profissionais com competências de comunicação internacional (tradutores, intérpretes, formadores linguísticos e especialistas em briefings culturais)
- **Regional Development Agencies (RDA – Agências de Desenvolvimento Regional)**, através da sua rede regional de Business Links, oferecem a infra-estrutura de suporte comercial que inclui a ACE (Análise de Comunicações de Exportação) como um dos seus serviços de apoio.
- **As Câmaras de Comércio Britânicas (BCC)**, que oferecem o serviço em nome da UK Trade & Investment
- **Leonardo da Vinci (UE)**, que proporciona financiamento adicional para projectos como este (Protocolo 2), através dos quais somos capazes de melhorar o profissionalismo da execução das análises em parceria com outros países europeus.

### **Os objectivos do plano são:**

- impedir as barreiras culturais e linguísticas que dificultem a obtenção de negócios no estrangeiro pelas empresas britânicas

- estimular as empresas britânicas a exportar mais eficazmente através do desenvolvimento de uma estratégia de comunicação apropriada
- aumentar os lucros

Em resumo, a intenção é ajudar as empresas a realizar negócios com sucesso em mercados estrangeiros sem ter necessariamente que aprender a língua.

A pesquisa indica consistentemente que, na Grã-Bretanha, um quinto dos exportadores admite que a língua constitui uma barreira para fazer negócio no estrangeiro. Um quarto diz que a cultura constitui uma barreira para fazer negócio no estrangeiro, contudo apenas um quinto admite que perdeu recentemente negócios em virtude de não conseguir resolver os problemas das barreiras linguísticas ou culturais.

A análise das comunicações de exportação tem em conta estas conclusões e fornece soluções para ultrapassar as barreiras já reconhecidas e ajuda as empresas a identificar outras que poderão estar a causar-lhes uma perda de negócios.

Concluimos que a análise pode ajudar as empresas

- quando estas estão a empreender uma nova iniciativa, por exemplo,
  - a exportar para mercados novos e desconhecidos,
  - a desenvolver um novo produto,
  - a implementar mudanças estruturais,
- a preparar-se para participar na sua primeira feira ou missão comercial
- a resolver os problemas identificados pela empresa num determinado mercado nas vertentes linguística ou cultural.

Na Grã-Bretanha, a análise das comunicações de exportação é uma ferramenta para ajudar as empresas a desenvolver uma estratégia de comunicações eficaz para apoiar as suas estratégias de exportação.

### **Rede nacional de consultores**

Ao longo dos últimos dez anos, as *BCC* formaram 50 consultores de comunicações de exportação, seleccionados e avaliados com base em critérios que já discutimos no âmbito do projecto Protocolo; 20 continuam em actividade por toda a Grã-Bretanha. Temos 14 consultores registados em actividade e mais 6 acreditados. Praticamente todas as regiões do Reino Unido têm agora acesso relativamente fácil a consultores de comunicações de exportação. Os consultores são independentes mas promovem voluntariamente a ACE na sua região pois recebem GBP 400 por cada análise que efectuam.

### **Modelo Comercial**

As Câmaras de Comércio Britânicas efectuaram em média 100 a 150 análises por ano; a nossa meta para 2005 é de 200 análises.

No total, os custos de execução do plano situam-se entre GBP 160 e 200 mil. Num ano de 135 análises, a UK Trade & Investment contribui com subsídios de GBP 47.000 para as análises. As Câmaras de Comércio Britânicas gastam GBP 82.000 por ano em custos de escritórios e salários para administrar o plano e nós gastamos GBP 35.000 por ano na sua promoção.

### **Avaliação das análises das comunicações de exportação**

Pouco antes de terem decorrido doze meses desde a realização de uma análise, escrevemos às empresas informando-as de que iremos telefonar para avaliar os desenvolvimentos. Durante esse telefonema, recordamos a empresa das recomendações específicas incluídas no respectivo relatório e perguntamos-lhe se implementou alguma ou algumas delas e, em caso negativo, a razão.

Os resultados destas análises de avaliação são particularmente prometedores; em 2002:

35% de todas as recomendações feitas foram implementadas;

81% das empresas implementaram pelo menos uma das recomendações que lhes foram propostas.

Em virtude da análise, 52% alteraram a sua abordagem de exportação (por exemplo, empregaram pessoal novo, desenvolveram actividades em novos países) e

26% beneficiaram de um aumento nos seus negócios desde a análise.

As empresas afirmam que a análise as ajudou das seguintes maneiras:

Algumas dizem que a análise alargou as suas perspectivas internacionais, abrindo as suas mentes e fazendo-as pensar. A análise oferece a estes exportadores a confiança de que necessitam para recorrerem eficazmente aos serviços linguísticos.

Outras afirmam que sentem agora a confiança para tentarem a entrada em mercados estrangeiros que antes consideravam demasiado difíceis. A análise melhorou o volume de negócios destas empresas, conquistando-lhes, por exemplo, um contrato no novo país.

Outras empresas dizem ainda que a análise lhes permitiu melhorar as relações existentes com os seus clientes e distribuidores e que estão a agora a cometer menos erros nas vertentes cultural e linguística.

**Em resumo,** o plano foi iniciado há 10 anos para ajudar as empresas a estabelecer uma estratégia de comunicações que lhes permita desenvolver actividades comerciais mais eficazes nos mercados estrangeiros. Mais de 20 consultores continuam em actividade, oferecendo análises a mais de 100 empresas anualmente, ao custo anual de GBP 160.00 para o governo. Graças a estas análises, a maioria destas empresas estão a implementar recomendações relevantes que alteram e melhoram a forma como estão a comunicar com o estrangeiro e mais de um quarto das empresas diz até ter aumentado as suas exportações.

## Estudos-Tipo

### A Viamed Aumenta as Vendas para Portugal em 81%

A Viamed é uma pequena empresa fabricante de produtos médicos e, perante a dura concorrência de grandes empresas, o desenvolvimento proactivo do mercado de exportação constitui uma prioridade.

A Viamed foi submetida a uma Análise das Comunicações de Exportação para avaliar a qualidade das suas comunicações com os clientes estrangeiros e para identificar métodos de melhoramento. A consultora, Mary Cousins, fez uma série de recomendações, desde o desenvolvimento de literatura e folhetos em línguas estrangeiras à introdução de formação localizada sobre os produtos para os distribuidores.

O Director Steve Nixon comenta: "A análise fez-nos compreender que devíamos concentrar-nos em desenvolver realmente bem um só mercado estrangeiro em vez de tentar fazê-lo com menos convicção em vários. A nossa prioridade é, inicialmente, Portugal." Entre outras iniciativas, criámos literatura e folhetos em português.

A Viamed aumentou desde então as vendas para Portugal em 81%. A empresa está agora a trabalhar com distribuidores existentes na Espanha e na Bélgica para criar laços mais estreitos e oferecer formação aprofundada.

### Bartec

Determinada a não permitir que a sua falta de conhecimento de línguas estrangeiras colocasse em risco um contrato potencialmente lucrativo com a Renault, a Bartec solicitou uma análise das comunicações de exportação para encontrar uma solução imediata para o problema e ainda aconselhamento estratégico a mais longo prazo sobre questões linguísticas e culturais.

A Bartec Auto ID tinha apenas alguns meses para conseguir vendas de exportação do seu inovador sistema de calibragem de pressão de pneus antes de os produtos da concorrência chegarem ao mercado.

O produto – que resultou da colaboração entre a Bartec, que é especializada em aplicações que utilizam a tecnologia de código de barras, e o fabricante de válvulas de pneus, Schrader Electronics – foi especificamente desenhado para a Renault. Contudo, a procura deste tipo de sistema de calibragem estendia-se a fabricantes de automóveis de todo o mundo. Tanto a Bartec como a Schrader reconheceram que as oportunidades de exportação eram enormes, mas igualmente gigantescos eram os potenciais problemas linguísticos.

A dificuldade mais imediata era a da comunicação eficaz com as pessoas da Renault. Inicialmente a Bartec recorreu a um engenheiro da produção que falava inglês. Contudo, à medida que as negociações progrediam, este estado de coisas tornou-se cada vez mais insatisfatório. A tradução da correspondência em francês era demasiado lenta e a Bartec necessitava

urgentemente de encontrar uma forma de melhorar a rapidez e a exactidão da comunicação do dia-a-dia.

Como consultora, Mary Cousins, explica, aprender a falar fluentemente o francês não era a solução neste caso:

"O contrato da Bartec com a Renault era na verdade esporádico, o que significava que não haveria grande necessidade de conhecimentos de francês a longo prazo. A solução era, portanto, empregar um estudante de francês em estágio ou oferecer a um recém-licenciado um contrato de curta duração. Recomendou-se ainda um treino intensivo em francês especializado para o pessoal da Bartec, a fim de aumentar a sua confiança ao lidar com consultas telefónicas."

O Director Geral da Bartec, Colin Webb, conclui:

"A análise das nossas necessidades pelas Câmaras de Comércio Britânicas foi ao mesmo tempo aprofundada e incisiva. Aceitámos quase de imediato a sugestão de Mary de empregar um estudante francês em estágio, o que aliviou o problema das comunicações do dia-a-dia na Renault e concluímos com sucesso a primeira fase do nosso contrato com a Renault.