I 5 PASSI per fare BUSINESS in BRASILE con SUCCESSO

KARINE DE SOUZA

STAI PENSANDO DI ESPANDERE IL TUO BUSINESS ALL'ESTERO E SEI ALLA RICERCA DI NUOVI ORIZZONTI?

Se sei un imprenditore, o hai una piccola azienda, e stai pensando di ampliare il tuo business e portare il tuo know how oltre confine, allora è probabile che tu abbia pensato spesso al Sud America e al Brasile in particolare. Forse però senti di non essere abbastanza informato per fare il primo passo, senti il bisogno, oltre che di dati concreti, di qualcuno che conosca bene il territorio brasiliano, che sappia analizzare le informazioni, interpretarle e rendersi subito operativo per realizzare il tuo progetto.

Se questo è ciò di cui hai bisogno, la risorsa che stai per leggere ti sarà preziosa perché ti aiuterà a capire:

- **perché il Brasile, numeri alla mano, è una grande opportunità per l'imprenditoria italiana**
- **perché e come la tua azienda può ottenere risultati significativi in Brasile anche se non è un'impresa facile**
- **perché è fondamentale affidarsi a un professionista per investire in Brasile**

Mi chiamo Karine De Souza e mi occupo di internazionalizzazione di aziende italiane in Brasile e viceversa. Grazie al mio lavoro ho una conoscenza approfondita dei due mondi e una rete di contatti in entrambi i paesi. Dirigo un team di professionisti in Brasile con cui affianchiamo aziende italiane e arabe che vogliono allargare il loro business.

Se sei un imprenditore o un libero professionista, la sfida che ti attende è quella di ripensare i tuoi modelli di business e comprendere che i nuovi mercati sono un'opportunità di crescita e il naturale contesto in cui trovare nuove strategie produttive e distributive, e opportunità di partnership. La sfida si fa ancora più difficile soprattutto negli scenari internazionali che hanno caratterizzato gli ultimi decenni, ma è una competizione che puoi vincere se hai a disposizione il giusto metodo.

Prima di spiegarti come investire in Brasile, è utile fare un breve quadro della situazione attuale.

INVESTI IN BRASILE E SFRUTTA LE OPPORTUNITÀ DEL PRIMO MERCATO SUDAMERICANO

Il Brasile è la sesta potenza economica mondiale, un Paese ricco di risorse la cui economia si fonda sulle "commodities" e sulle materie prime. Sono brasiliana e conosco a fondo la sua cultura e la sua società, un Paese come il Brasile è una terra ricca di opportunità che, se sfruttate a dovere, ti permetteranno di crescere e di arricchirti.

Ti sembra un'impresa impossibile?

Non è così, e posso dimostrartelo con dati, casistiche di aziende e testimonianze di chi prima di te si è affidato al mio team e al nostri servizi e ha deciso di scommettere sulla sua rinascita in terra sud americana.
Prima economia in termini di PIL a far parte dei BRICS, nonostante la crisi degli ultimi anni, il Brasile si dimostra tutt'ora una terra affidabile per investimenti. La sua capacità di attrazione degli investimenti esteri rimane la più elevata dell'area: nel 2011 è stato il Paese, al mondo, destinatario del maggior numero di investimenti diretti in entrata, +38%, contro l'incremento medio nell'intera area BRICS pari al +26% .

L'economia brasiliana infatti si basa su fondamenti solidi:

- tasso di inflazione: 2,71% (giugno 2017), 2,54% tasso accumulato in 12 mesi
- tasso di disoccupazione: 12,8% (agosto 2017)
- un rassicurante livello di riserve internazionali, pari a circa 365 miliardi USD
- previsione crescita PIL 2018 del 2,8%
- l'esistenza di una domanda interna in continua crescita
- una classe media con elevata propensione al consumo e concentrata negli agglomerati urbani, che attualmente conta oltre 100 milioni di abitanti
- membro di Mercosur (Mercato Comune dell'America meridionale): questo vuol dire che una volta in Brasile, hai commercialmente le porte aperte in Argentina, Paraguay, Uruguay, Venezuela, Bolivia e nei paesi associati Cile, Colombia, Ecuador, Guiana, Perù e Suriname. Tante aziende arrivano a produrre in Brasile già con l'obiettivo di esportare poi in tutto il Sudamerica.

Il Brasile è un Paese che continua a investire in servizi e infrastrutture, grazie anche alle manifestazioni sportive internazionali ospitate negli ultimi anni, la Coppa del Mondo di Calcio nel 2014 e le Olimpiadi del 2016.

INDICATORI MACROECONOMICI

	2010	2011	2012	2013
PIL Nominale (mln €)	1.610,5	1.776,98	1.748,9	1.688,6
Variazione del PIL reale (%)	7,5	2,7	1,03	2,49
Popolazione (mln)	190,8	197,4	199,2	201
PIL pro-capite a parita di potere d'acquisto ($)	11.466	11.666	11.875	12.340
Disoccupazione (%)	6,7	6	5,5	6
Debito pubblico (% PIL)	53,4	54,2	58,8	56,8
Inflazione (%)	5,9	6,5	5,8	5,9
Variazione del volume delle importazioni di beni e servizi (%)	38,2	8,9	-2,2	8,7
Fonte: Elaborazioni Ambasciata d'Italia su dati BCB (PIL, Debito Pubblico, Inflazione), su dati IMF (PIL pro capite, disoccupazione, importazioni),IBGE (Popolazione), EIU. - Ultimo aggiornamento: 02/09/2014				

(fonte Report Farnesina – info Mercati 2015 Brasile
http://www.infomercatiesteri.it/public/rapporti/r_38_brasile.pdf).

L'ITALIA IN BRASILE – ALTRI PRIMA DI TE

La presenza italiana in Brasile è oltremodo riconosciuta, la nostra comunità conta oltre 30 milioni di persone tra residenti e cittadini, fatto che dimostra i forti legami storici e culturali con la nazione carioca. Oltre alla popolazione italiana, la presenza del nostro Paese si riscontra in una cospicua rete di aziende, dalle grandi alle piccole e medie imprese.

Il Brasile è una meta interessante per diversi motivi descritti precedentemente. In particolare la peculiare economia italiana, caratterizzata da PMI ha trovato terreno fertile in America Latina, è stato difatti dimostrato che il nostro modello economico si adatta molto bene al tessuto economico e sociale brasiliano, in quanto lo stesso Brasile han una economia che si fonda su piccole imprese.

Diversi sono i fattori che possono rendere competitivo un prodotto nel mercato brasiliano:

- il Made in Italy
- il design
- l'assenza o un ristretto numero di prodotti comparabili per livello tecnico o qualitativo.

L'Italia da parte sua ha già un'importante fetta dell'export dedicata al Brasile, soprattutto nei prodotti ad alto contenuto tecnologico (automotive, macchinari e attrezzature, meccanica di trasmissione, apparecchiature per imballaggio, medicinali e cosmetici) , vaccini e prodotti terapeutici che compongono oltre il 50% dei prodotti esportati. Inoltre il Bel Paese è il 2° fornitore manifatturiero del Brasile in Europa, dopo la Germania, ed è all'8° posto nella classifica dei partner commerciali del Brasile, con un flusso commerciale tendenzialmente in crescita che, nel periodo 2009-2013, ha raggiunto gli 13.7 miliardi di USD di scambi (Cina, USA ed Argentina sono i primi 3 partner commerciali del Brasile).

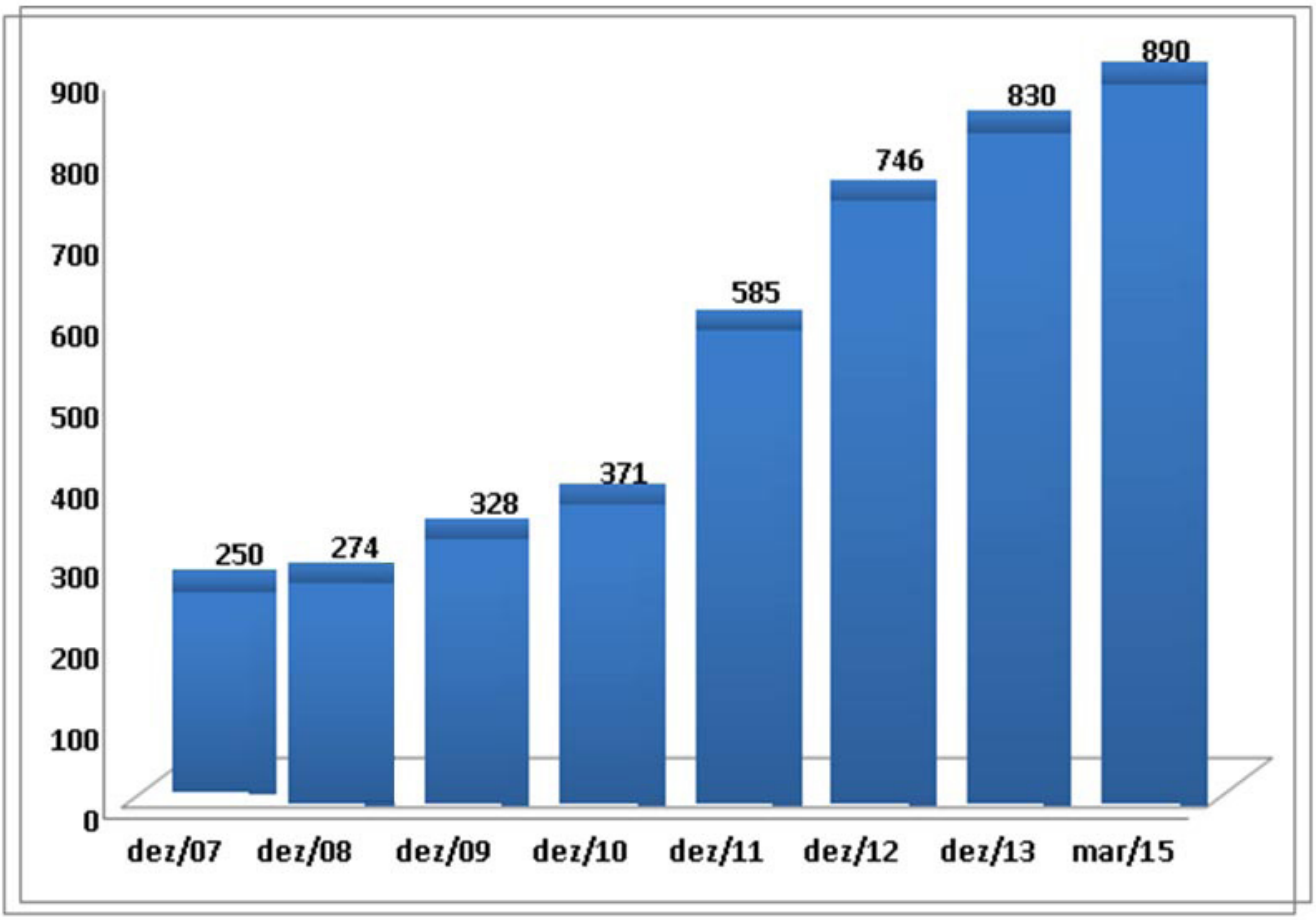
Sempre di interesse il settore delle infrastrutture ed il segmento moda e lusso in Brasile.

"Per quanto concerne gli investimenti diretti, le ultime statistiche disponibili, relative al 2013, attestano l'Italia alla nona posizione con oltre 18 miliardi di USD di stock, seguendo la Germania e precedendo Paesi quali il Portogallo e la Cina. Gli investimenti italiani si concentrano per oltre il 30 per cento nei servizi e nelle telecomunicazioni e per un altro 30 per cento circa nel settore automobilistico." (Fonte Ambasciata Italiana).

I settori tecnologico, energetico e delle infrastrutture si sono dimostrati oltremodo interessanti soprattutto negli ultimi anni. Il know how europeo, ed in particolare italiano, è di fatti molto richiesto, non stupisce quindi che alcune fra le maggiori realtà italiane, abbiano raggiunto posizioni rilevanti nell'economia brasiliana. Solo per fare alcuni esempi:

- Tim Brasil, controllata da Telecom Italia, che nel luglio 2011 ha raggiunto i 56,8 milioni di clienti conquistando così il secondo posto per quota di mercato attestandosi al 25,78%.
- Fiat, che ha consolidato il primo posto tra le marche automobilistiche nel consuntivo dei primi 8 mesi del 2011.
- Ferretti, yacht di lusso, le cui vendite in territorio brasiliano hanno raggiunto oltre 290 milioni di dollari nel 2011.

Oltre alle grandi aziende, la presenza imprenditoriale italiana conta circa 1.200 filiali alla fine del 2017 e stabilimenti di grandi e medio piccole dimensioni. L'indotto per la comunità brasiliana è molto forte, le imprese infatti contribuiscono alla creazione di posti di lavoro (con più di 200.000 dipendenti) e allo sviluppo del territorio, la presenza di PMI italiane si somma e si integra infatti alle PMI brasiliane (circa 6 milioni, soprattutto micro-imprese). Dagli ultimi rilevamenti dell'ambasciata italiana risalenti al 2013, gli investimenti italiani si geolocalizzano principalmente nello stato di San Paolo e in generale negli stati del sud, che sono quelli maggiormente sviluppati. Si è però rilevata una nuova tendenza: le aziende italiane stanno difatti affacciandosi a nord est, negli stati del Pernambuco, Maranhão, Bahia, e al centro Goiás, Mato Grosso do Sul, che, seppur meno sviluppati, presentano un tasso di crescita maggiore rispetto al sud, riservando quindi maggiori opportunità. Anche lo stato di Minas Gerais (alla fine del 2017 il secondo PIL del paese) negli ultimi anni con la sua politica di interessante di attrazione di investimenti sta portando verso di sé parecchie imprese italiane.



Crescita del numero delle imprese italiane in Brasile (fonte Ambasciata italiana)

I 5 PASSI STRATEGICI PER INVESTIRE IN BRASILE

I dati e le statistiche visti finora servono a dare un quadro complessivo del mercato brasiliano e dei trend in crescita negli ultimi anni.
Ma in sostanza il problema è ancora lì, ovvero: "Come faccio a portare la mia azienda in Brasile?"

Sì perché finora abbiamo messo in luce le opportunità che il territorio offre, i dati sono utili e rassicuranti, ma questo non deve essere tradotto con: "investire in Brasile è una passeggiata".

Tutt'altro.

Il Brasile presenta parimenti opportunità e rischi. E' un territorio vastissimo, ha problemi di tempi burocratici, di corruzione e di fruibilità dei dati, in quanto molti documenti in portoghese sono difficili da tradurre se non si conosce bene la lingua.

La conoscenza dei dati non può prescindere da una vera conoscenza del territorio, della cultura brasiliana, di usi e costumi sia nel mondo imprenditoriale che nel folklore.

Questo perché anche se tra Brasile e Italia abbiamo visto correre buon sangue, non vuol dire che allora necessariamente la tua attività avrà successo.
Un esempio?
Porti la tua azienda in Brasile senza un'analisi strategica di mercato e fattibilità svolta con un consulente professionista, o alla meno peggio svolta con un consulente che non ha esperienza in loco, e una volta là ti trovi a doverti contrastare con una concorrenza troppo solida.
Se tutto questo è vero, allora è evidente che hai bisogno prima di tutto di una strategia d'azione per investire in Brasile.
Senza contare che una errata localizzazione del business può costare tutto l'investimento e l'inevitabile ritorno a casa. Ogni stato ha le sue imposte locale e una analisi strategica fiscale e tributaria ad esempio è d'obbligo prima di qualsiasi decisione.
Grazie ai miei anni di esperienza come consulente di aziende italiane in Brasile posso esporti ora, in modo più chiaro e dettagliato possibile, il piano di azione base in 5 passi che qualsiasi azienda italiana che si espande in Brasile adotta indipendentemente dal mercato su cui presenzia.

1. Primo passo: **LAVORARE CON UN CONSULENTE PROFESSIONISTA**

Il primo passo è sempre quello fondamentale.

Quello che stai cercando ora è un professionista che abbia un'esperienza lavorativa in Brasile almeno decennale e un'ampia conoscenza di progetti similari a quelli che si vogliono intraprendere.

L'ideale è un professionista italiano che si serve di una rete di professionisti in loco con esperienza, affidabili e affermati.

A questo punto tutto sta nel definire un contratto di collaborazione chiaro per step e obiettivi.

Perché internazionalizzare con l'aiuto di uno esperto del mercato?

- *conoscenza culturale locale (comportamento);*
- *dove investire;*
- *legislazione / normative;*
- *lingua;*
- *negoziazione;*
- *come investire (analisi tributaria e fiscale / strategia);*
- *fiscalità / interpretazione fiscale;*
- *dazi / analisi doganali in fase preliminare e strategica;*
- *controlling e reporting (interpretazione e comunicazione con la casa madre);*
- *basso know-how specifico della impresa italiana, necessità di benchmarking;*
- *costo elevato per la formazione di una squadra interna dedicata.*

2. Secondo passo: **DEFINIRE GLI OBIETTIVI**

Con la consulenza e l'appoggio di un professionista qualificato dovrai portare alla luce il progetto al completo e tutti gli obiettivi che hai in mente per la definizione di una strategia vincente.

Per farlo non c'è modo migliore di un business plan comprensivo di budget e piano di investimenti, e in questa fase il consulente ti sarà di grande aiuto anche per analizzare i dettagli e le variabili del caso.

3. Terzo passo: **ANALISI DEL MERCATO**

Il mercato estero presenta, ovviamente, caratteristiche peculiari e diverse da quello italiano.
Quello brasiliano ad esempio è oscillante, ciclico e varia spesso.
Assieme al consulente dovrai capire la dimensione del tuo mercato e i potenziali clienti.
Come opera la concorrenza locale? Qual è il grado di qualità dei loro prodotti?
È più o meno evoluto tecnologicamente?
Oltre alla concorrenza locale poi c'è da tenere in conto quella estera non italiana.

L'analisi di mercato comprende anche l'analisi del prezzo della concorrenza, e in questa fase il consulente ti sarà utile per verificare ad esempio se il prezzo dei tuoi prodotti è concorrenziale rispetto a quelli già presenti sul territorio.

4. Quarto passo: **ANALISI DI ADATTABILITA'**

Questa è la fase che dovrai affrontare dall'inizio alla fine con il consulente, il momento in cui la sua esperienza e la sua conoscenza del territorio brasiliano fa davvero la differenza.

Qui il consulente dovrebbe metterti di fronte a tutte le variabili possibili e immaginabili a cui potresti andare incontro.

Queste variabili hanno a che fare con usi e costumi brasiliani, modi di pensare e di vedere i prodotti in Brasile, modi di dire per la comunicazione, tutto ciò che ad esempio in fase di marketing strategico potrebbe funzionare.

Come vedrebbero i brasiliani la presenza della tua attività sul loro territorio?

Come ne parlerebbero? Cosa ne penserebbero?

È per questo che il tuo consulente dovrà essere ben integrato nella quotidianità brasiliana e avere un'operatività di almeno 10 anni sul territorio.

5. Quinto passo: **VIAGGIO IN BRASILE**

Organizzare un bel viaggio di una/due settimane in Brasile ti servirà per farti un'idea del paese, delle persone e della cultura se non ci sei mai stato prima.

In realtà l'ideale sarebbe organizzare un viaggio in occasione di una fiera di settore per conoscere i prodotti richiesti, raccogliere contatti e scambiare informazioni e opinioni.

Dalla conoscenza del mercato capirai quante e quali sono le possibilità di competere sul mercato brasiliano e se varrà la pena investire energie e denaro in un progetto. Probabilmente ti accorgerai che le opportunità di successo sono direttamente proporzionali agli elementi di novità, al know-how, alla tecnologia e alla qualità dei prodotti che intendi esportare.

FARE IL PRIMO PASSO E' SEMPRE FONDAMENTALE!

Ora, leggendo questa strategia di **5 passi**
avrai capito che la sua caratteristica
è che i punti 2,3 e 4 non possono in nessun modo
essere affrontati *se manca il punto 1*.

Il primo consiglio che posso darti quindi
è una ricerca attenta e approfondita
per individuare il tuo referente locale.
Se cerchi una prima **consulenza**,
e desideri essere contattato da **Karine de Souza**,
scrivi una mail a:

info@karinedesouza.com

Sarai ricontattato da lei e dal suo team.