MISSÃO TÉCNICA INTERNACIONAL

Prêmio Melhor Feira do Empreendedor – Ciclo 2013

Las Vegas, nevada, Estados Unidos

14 a 23 de março de 2014

Caderno de Subsídios

ÍNDICE

Apresentação
Agenda
Contatos
- **Contatos – Delegação**
- **Contatos – Las Vegas**
- **Endereços e Telefones Úteis – Las Vegas**
- **Outros Endereços e Telefones Úteis – Estados Unidos e Brasil**

Outras Informações Úteis
- **Clima**
- **Conversão de moedas**
- **Fuso horário**
- **Horário comercial**
- **Vestimenta**

Sobre o Prêmio Melhor Feira do Empreendedor
Perfil das Vencedoras
Sobre a EXHIBITOR 2014
Perfil das instituições e projetos a serem visitados (na ordem em que as visitas serão realizadas)
Sobre Las Vegas
Sobre Nevada
Sobre os EUA
Sobre o Brasil
Sobre o Sebrae
Orientações para Viagens Internacionais

Anexo – Turismo

Anotações

// APRESENTAÇÃO

Olá, ganhadoras do Prêmio Melhor Feira do Empreendedor – Circuito 2013!

É com satisfação que apresentamos este caderno de subsídios para a missão à Las Vegas, nos Estados Unidos, a realizar-se no período de 14 a 23 de março de 2014, incluídos os deslocamentos, como reconhecimento do trabalho realizado por vocês para a realização de feiras interativas e inovadoras.

Nele podem ser encontrados dados sobre a delegação, a programação e questões logísticas, bem como informações úteis sobre Estados Unidos, Nevada e Las Vegas, entre outros.

A missão foi preparada levando-se em consideração os principais objetivos da missão, quais sejam:

- Ter acesso a tendências, conhecimentos e práticas em gestão de eventos;
- Levantar informações sobre o impacto da realização de eventos na geração de negócios;
- Conhecer o ambiente de apoio aos pequenos negócios nos Estados Unidos.

Para tanto, a agenda foi dividida em três principais etapas:

- Participação na EXHIBITOR 2014 – feira e capacitações.
- Visita técnica à instituição de promoção de Las Vegas como destino de eventos e negócios.
- Visita técnica a instituições de fomento ao empreendedorismo.

Lembre-se que a consolidação e disseminação dos conhecimentos adquiridos ao longo da missão são de fundamental importância para conclusão do processo de aprendizado. Por isso, não se esqueça de encaminhar o seu relatório de viagem para o e-mail internacional@sebrae.com.br. Suas informações serão consolidadas e disponibilizadas no Observatório Internacional do Sebrae – OIS (www.sebrae.com.br/ois).

Desejamos-lhes boa leitura e uma ótima viagem!

Equipe UAIN
Unidade de Assessoria Internacional
Sebrae Nacional
+55 61 3348-7104
internacional@sebrae.com.br

// AGENDA OFICIAL

Sexta-feira, 14 de março de 2014.

Horário	Atividade	Local
20h30	Encontro do Grupo em Brasília	Aeroporto Internacional de Brasília
22h56 ✈	Partida da delegação de Brasília	Aeroporto Internacional de Brasília

Sábado, 15 de março de 2014.

Horário	Atividade	Local
05h30 ✈	Chegada da delegação em Miami	Aeroporto Internacional de Miami
11h10 ✈	Partida da delegação de Miami	Aeroporto Internacional de Miami
13h40 ✈	Chegada da delegação em Las Vegas	Aeroporto Internacional de Las Vegas
16h00-17h00	Reunião com os organizadores do evento (registro e reconhecimento do local)	Mandalay Bay Convention Center
17h00-18h00	Reunião preparatória com a delegação (repasse de agenda, instruções gerais de logística, etc.)	Hotel

Domingo, 16 de março de 2014.

Horário	Atividade	Local
07h30-08h30	Retirada dos crachás	Mandalay Bay Convention Center
08h30-12h00	Workshop “Revelando o poder das Mídias Sociais" (S308)	Mandalay Bay Convention Center

Segunda-feira, 17 de março de 2014.

Horário	Atividade	Local
08h00-11h30	Workshop “A melhor coisa é estar lá – inspeção local” (M406)	Mandalay Bay Convention Center
11h30-15h30	Feira	Mandalay Bay Convention Center

Terça-feira, 18 de março de 2014.

Horário	Atividade	Local
10h00-11h30	Painel “Usando pesquisas para medir seu desempenho em feiras e eventos” (T10514)	Mandalay Bay Convention Center
11h30-15h30	Feira	Mandalay Bay Convention Center

// AGENDA OFICIAL (continuação)

Quarta-feira, 19 de março de 2014.

Horário	Atividade	Local
10h00-11h30	Visita Técnica LVCVA	Las Vegas Convention and Visitor Authority (LVCVA)
11h30-15h30	Exposição	Mandalay Bay Convention Center
15h45-17h15	Painel "Estratégias de Marketing de Negócios e Feiras" (W30814)	Mandalay Bay Convention Center
17h30-18h30	Apresentação da metodologia *Peer2Peer* (P2P)	Mandalay Bay Convention Center

Quinta-feira, 20 de março de 2014.

Horário	Atividade	Local
10h00-11h00	Visita Técnica GITLV	Girls in Tech Las Vegas (GITLV)
12h00-12h30	Visita Técnica *InNEVation Center*	InNEVation Center
15h00-16h30	Painel "Feiras Verdes" (R62414)	Mandalay Bay Convention Center

Sexta-feira, 21 de março de 2014.

Horário	Atividade	Local
09h00- 09h45	Visita Técnica UNCE	University of Nevada Cooperative Extension (UNCE)
10h00-10h45	Visita Técnica Business Startup Center	Business Startup Center
11h10-11h55	Visita Técnica Business Success Center	Business Success Center
12h15-13h00	Visita Técnica Projeto Downtown	Projeto Downtown
14h00-15h00	Reunião de encerramento / avaliação	Hotel

Sábado, 22 de março de 2014.

Horário	Atividade	Local
Conforme plano de voo individual. ✈	Partida dos Estados Unidos	Aeroporto Internacional de Las Vegas

Domingo, 23 de março de 2014.

Horário	Atividade	Local
Conforme plano de voo individual. ✈	Chegada ao Brasil	Conforme plano de voo individual.

// DELEGAÇÃO

Nome / Cargo	UF / Unidade
Ana Paula Flavio Almeida – Analista	Sebrae/BA, Atendimento Individual
Lucimar dos Santos – Gerente	Sebrae/DF, Atendimento Individual
Maria de Fátima dos Santos – Gerente	Sebrae/AL, Acesso a Mercados
Marina Veloso Rocha – Analista	Sebrae/NA, Assessoria Internacional
Mirella Marchito Condé – Coordenadora	Sebrae/RJ, ME e EPP
Romilda Torres – Analista	Sebrae/NA, Atendimento Individual

// CONTATOS – LAS VEGAS

Instituição	Nome / Cargo
EXHIBITOR Media Group	Sue Haasis, Coordenadora
	Peggy Hatfield, Assistente
Las Vegas Convention and Visitors Authority (LVCVA)	Rafael Villanueva | Diretor de Vendas Internacionais
	Miyuki Shinohara | Secretária
Girls in Tech Las Vegas (GITLV)	Christina Aldan, Codiretora
	Amber Bradley, Codiretora
	Heather Wilde, Girl in Tech
InNEVation Center	Adam Kramer, VP
Nevada Small Business Development Center (NSBDC)	Marcel Fernando Schaerer, Diretor de Operações (Região Sul)
	Kimberly Jones, Especialista em Clientes

// ENDEREÇOS E TELEFONES ÚTEIS – LAS VEGAS

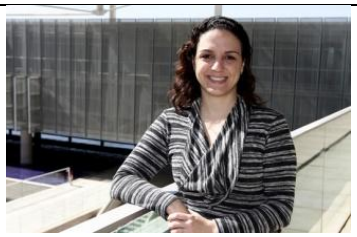
Instituição	Endereço	Website
Mandalay Bay Convention Center	3950 Las Vegas Blvd. South Las Vegas Nevada NV 89119	www.mandalaybay.com
Las Vegas Convention and Visitors Authority (LVCVA)	3150 Paradise Road Las Vegas Nevada NV 89109	www.lvcva.com
Girls in Tech Las Vegas (GITLV)	317 S 6th Street Las Vegas Nevada NV 89101	GirlsInTechLasVegas.org
InNEVation Center	6795 Edmond St. 3rd Floor Las Vegas, Nevada NV 89118	www.innevation.com
University of Nevada Cooperative Extension (UNCE)	8050 Paradise Road, Suite 100 Las Vegas Nevada NV 89123	www.unce.unr.edu/
UNLV Business Startup Center - University of Nevada, Las Vegas Student Union, First Floor, Suite 123	4505 S. Maryland Pkwy. Las Vegas Nevada NV 89154	http://unlvstartup.org/
Business Success Center – Urban Chamber Business Development Center	1951 Stella Lake St. Las Vegas Nevada NV 89106	www.businesssuccessnv.org
Downtown Project	707 Fremont Street Las Vegas Nevada NV 89101	http://downtowncontainerpark.com/

// OUTROS ENDEREÇOS E TELEFONES ÚTEIS – ESTADOS UNIDOS E BRASIL

Instituição	Endereço	Telefone
Embaixada Brasileira em Washington D.C.	3006 Massachusetts Ave NW, Washington, District of Columbia, DC 20008	1 (202) 238-2700 Plantão consular: 1 202 461-3000
Consulado Geral do Brasil em Los Angeles	8484 Wilshire Boulevard Suite 300 Beverly Hills, California, CA 90211-3235	1 (323) 651-2664 Plantão consular: 1 (213) 453-1084
Consulado Honorário do Brasil em Las Vegas	7205 Madonna Dr. Las Vegas, Nevada NV 89156	(702) 350-2999
Embaixada dos Estados Unidos em Brasília	SES - Av. das Nações, Quadra 801, Lote 03 70403-900 - Brasília, DF	(55-61) 3312-7000 De 8-17h http://brazil.usembassy.gov

Para casos de emergência, como ambulância, incêndio e polícia, é só discar os famosos três dígitos: 911

// ACOMPANHAMENTO TÉCNICO DA MISSÃO

	Romilda Torres de Sousa Sebrae Nacional (SEBRAE/NA) Pedagoga, Pós-Graduada em Educação a Distância. Atua no Sebrae Nacional desde 2001 com projetos voltados à educação e atendimento ao cliente. Trabalhou na implantação do Projeto EAD do Sebrae envolvendo várias mídias como internet, rádio, TV, material impresso e videoconferência. Implantou o 0800 institucional. Também atuou no Projeto Prêmio Sebrae Mulher de Negócios que identifica e reconhece casos de sucesso do empreendedorismo feminino. Há três anos, coordena nacionalmente o Projeto Circuito Feira do Empreendedor.
	**Marina Veloso Rocha** Sebrae Nacional (SEBRAE/NA) Analista da Unidade de Assessoria Internacional do Sebrae Nacional desde agosto de 2012. Formada em Relações Internacionais pela Universidade de Brasília (2001). Pós-graduada em Gestão de Projetos pela Fundação Getúlio Vargas (2003), Cooperação Internacional pela Universidade Complutense de Madri (2005) e em Ação Política, Fortalecimento Internacional e Participação Cidadã no Estado de Direito pela Universidade Francisco de Vitória em Madri (2007). Com experiência em planejamento estratégico, gestão de projetos e mídias sociais.

// OUTRAS INFORMAÇÕES ÚTEIS

CLIMA

Las Vegas situa-se no meio do deserto Mojave, o que explica a baixa humidade e a elevada temperatura no verão. No inverno faz frio, especialmente nos meses de janeiro e fevereiro. As chuvas são poucas e não-intensas, registrando baixas precipitações anuais. Por isso, recomenda-se beber muita água.

Em março, mês de transição entre o inverno e a primavera no hemisfério norte, a temperatura varia entre a mínima é de 9°C e a máxima de 22°C.

Previsão do tempo para os dias da missão em Las Vegas

Dia	Mínima	Máxima
Sábado, 15 de março	2°	13°
Domingo, 16 de março	2°	12°
Segunda, 17 de março	3°	16°
Terça, 18 de março	3°	17°
Quarta, 19 de março	-3°	11°
Quinta, 20 de março	4°	13°
Sexta, 21 de março	3°	14°
Sábado, 22 de março	-3°	9°

.

VESTIMENTA

- ✓ Recomenda-se o uso de roupa social em toda a agenda.
- ✓ Aconselha-se levar casaco para toda a programação.
- ✓ Sugere-se utilizar sapatos confortáveis.

FUSO HORÁRIO

De 9 de março a 2 de novembro de 2014, Las Vegas adota horário de verão, havendo por isso, uma diferença de 4 horas a menos em relação ao horário de Brasília.

TRANSPORTE PÚBLICO

Do aeroporto aos hotéis, há taxis, trens e ônibus.

- ***Taxis:*** custam a partir de $3.30 + $2.65 para cada milha.
- ***Shuttles:*** custam menos de $10 do Aeroporto até Strip/Downtown.
- ***Monorail:*** opera da Avenida Sahara Ave ao MGM Grand, parando no LVH, no Las Vegas Convention Center, no Harrah's/The Quad, no Flamingo/Caesars Palace e no Bally's/Paris Las Vegas, a cada 4-12min. O preço varia de $ 5 (Single Ride Ticket) a $56 (Unlimited Seven-Day Pass $56).

HORÁRIO COMERCIAL

Bancos: De segunda a sexta das 9 às 17h30, sendo que algumas agências também abrem aos sábados e domingos.

Comércio: Em Las Vegas, muitas farmácias e supermercados ficam abertos 24 horas. Já algumas lojas ficam abertas até a madrugada, porém normalmente o comércio funciona de 10 às 19h para lojas pequenas e 9 às 21h para lojas de departamento e shoppings.

CONVERSÃO DE MOEDAS

Taxa:

- 1 REAL BRASIL/BRL (790) = 0,4276794 DOLAR DOS EUA/USD
- 1 DOLAR DOS EUA/USD (220) = 2,3382001 REAL BRASIL/BRL

Data cotação utilizada: 07/03/2014
Fonte: Banco Central do Brasil
http://www4.bcb.gov.br/pec/conversao/conversao.asp

// SOBRE O CONCURSO “MELHOR FEIRA DO EMPREENDEDOR”

A parceria entre a FNQ e o SEBRAE no **Projeto de Desenvolvimento da Metodologia de Capacitação e Avaliação do Concurso Melhor Feira do Empreendedor** foi iniciada em 2009 visando customizar o Modelo de Excelência da Gestão® (MEG) com base nos requisitos e características da gestão de um evento, como a Feira do Empreendedor, capacitar gestores e preparar avaliadores para a identificação de pontos fortes e oportunidades de melhoria, bem como estruturar um processo de reconhecimento das melhores práticas de gestão das Feiras que ocorrem anualmente por todo o Brasil.

No âmbito desse projeto, realiza-se anualmene o **Concurso “Melhor Feira do Empreendedor”** que objetiva contribuir com a melhoria da efetividade e do desempenho das feiras promovidas pelo Sebrae, estimulando a equipe de colaboradores envolvidos no planejamento e operacionalização deste processo e norteando a gestão do evento com base em fundamentos de excelência, o que possibilita entregar uma Feira orientada para o cliente e com foco em resultados. Nesse concurso, são reconhecidas as Feiras com as melhores práticas de gestão do circuito que promovem o surgimento de novos negócios, além de estimular a cultura empreendedora. Em 2013, foram contempladas com o prêmio as gestoras das Feiras realizadas em Alagoas, Bahia, Distrito Federal e Rio de Janeiro.

O processo de avaliação do Circuito de Feiras do Empreendedor tem ampliado o conhecimento dos Gestores e Lideranças do Sebrae em ferramentas de gestão, além de promover o compartilhamento das melhores práticas de gestão, a cultura da inovação e o foco no cliente e no mercado.

Para obter informações sobre o Circuito da Feira do Empreendedor, acesse:
www.sebrae.com.br/customizado/feira-do-empreendedor/feira-do-empreendedor

// SOBRE AS GANHADORAS DO CONCURSO

	Ana Paula Flavio Almeida, Sebrae Bahia (SEBRAE/BA) Graduada em Relações Públicas e Pós-Graduada em Marketing. Com 19 anos de experiência em eventos, trabalha no Sistema Sebrae desde 2003, quando atuou no Estado de Minas Gerais (Sebrae/MG) na assessoria direta ao presidente do Conselho, com ações de relações públicas. Em janeiro de 2004, passou a trabalhar no setor de comunicação social, sendo responsável por todos os eventos, feiras, cerimonial e comunicação interna da instituição. Em 2007, passou a trabalhar no setor de mercado do Sebrae Bahia (Sebrae/BA), tendo como primeira atividade o apoio à coordenação da Feira do Empreendedor no estado.
	Lucimar dos Santos Sebrae Distrito Federal (SEBRAE/DF) Administradora de Empresa pela Universidade Católica de Brasília (UCB) e Pós-Graduada em Comércio Exterior pela União Educacional de Brasília (UNEB). Atua no Sebrae Distrito Federal (Sebrae/DF) desde 1991 tendo sido desde então estagiária da Biblioteca, gestora das Rodadas de Negócios e da Bolsa de Negócios, Gerente da Unidade de Acesso a Mercados e Gerente da Unidade de Atendimento Coletivo Indústria. Atualmente é Gerente da Unidade de Atendimento Individual. É gestora da Feira do Empreendedor no Distrito Federal desde 2003, exceto no ano de 2011.
	Maria de Fátima dos Santos Sebrae Alagoas (SEBRAE/AL) Psicóloga, Mestre em Gestão de Empresas pela Universidade de Évora – Portugal. Especialista em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), dentre outros cursos de extensão. Atuou como professora universitária do curso de Marketing e Vendas durante sete anos na Faculdade Alagoana de Tecnologia (FAT). Atualmente, gerencia a Unidade de Acesso a Mercados no Sebrae Alagoas (Sebrae/AL), que tem como missão fortalecer e desenvolver as estratégias de marketing e comercialização da MPE, desenvolvendo técnicas e metodologias, buscando oportunidades de negócios e ampliação de mercado.
	Mirella Marchito Condé Sebrae Rio de Janeiro (SEBRAE/RJ) Mestranda em Sistemas de Gestão na Universidade Federal Fluminense (UFF), especialista em Gestão Empresarial pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e Administradora pela Universidade Estácio de Sá. Com experiência em planejamento estratégico e desenvolvimento territorial, coordena a Unidade de Microempresa (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) no Sebrae Rio de Janeiro (Sebrae/RJ), onde detém três prêmios “Top Gestor” de excelência em gerenciamento de projetos. Palestrante, tutora e professora nas temáticas do Empreendedorismo, Estratégias Empresariais, Marketing e Turismo.

// A CONFERÊNCIA:

EXHIBITOR 2014 – MELHORES PRÁTICAS EM FEIRAS E EVENTOS

www.exhibitor2014.com

De 16 a 20 de março de 2014

Las Vegas, Nevada, EUA

A EXHIBITOR é considerada uma das maiores conferências e exposições mundiais voltadas para organizadores de feiras e eventos corporativos.

Em sua 26ª edição, serão 160 sessões e workshops, além da exposição de produtos e serviços por cerca de 300 expositores que apontam as tendências para a realização de feiras e eventos com qualidade, inovação e criatividade.

O evento, que ocorrerá em Las Vegas, no estado de Nevada, nos Estados Unidos da América, entre os dias 16 e 20 de março de 2014, reunirá 6000 pessoas entre organizadores de feiras e eventos corporativos, expositores e especialistas em marketing e comunicação.

A conferência é organizada pela EXHIBITOR MEDIA GROUP, empresa dedicada à organização de eventos e soluções educacionais, presenciais e à distância, para expositores e conferencistas. O Grupo também é responsável pela publicação da revista EXHIBITOR, sobre melhores práticas em marketing para feiras, exposições, conferências e eventos corporativos. Igualmente patrocina o CTSM, único programa de certificação profissional para expositores com equivalência universitária pela Universidade do Norte de Illinois.

Considerando os objetivos de aprendizagem da missão, foram selecionados dois workshops e três sessões entre as soluções educacionais oferecidas em 2014. Também teremos oportunidade de conhecer a metodologia P2P (peer-to-peer), uma espécie de mesa redonda-rodada de negócios. Igualmente foram organizadas visitas técnicas a instituições reconhecidas pela sua excelência na organização de eventos, bem como pelas suas ações de apoio a empreendedores e empresários de pequeno porte. Além disso, foram previstos três momentos de visitação à exposição de produtos e serviços para feiras e eventos corporativos.

Veja, a seguir, informações sobre as soluções educacionais e as visitas técnicas selecionadas.

Em seguida, são disponibilizadas informações úteis sobre Las Vegas e seus arredores, o contexto político, econômico e social dos Estados Unidos, a economia e os pequenos negócios nos Estados Unidos e no Brasil, bem como dados sobre o Sebrae, além de dicas úteis para o viajante ao exterior.

Workshop "Desencadeando o poder da mídia social"

Trilha de Aprendizagem: Marketing e Comunicação

Domingo: 08h30-12h00.

Referência: *S308 – Unleashing the Power of Social Media*

Esse workshop versará sobre o poder ulterior das mídias sociais. Na ocasião, os participantes terão a oportunidade de criar um plano de marketing de mídia social que poderá ser aplicado posteriormente. Durante o workshop, serão examinados os seguintes pontos:

- Como escolher quais plataformas usar
- Ferramentas para melhorar o desempenho
- Maneiras para automatizar o processo
- Como medir o ROI (retorno sobre investimento)
- Dicas para lidar com situações de emergência

Palestrante:

Emma Dahl
Coordenadora de Marketing e Comunicação da PeopleNet em Minnetonka, Minnessotta, MN, Estados Unidos, responsável pelo primeiro plano de marketing de mídia social implementado na empresa. Também monitora todas as mídias sociais da PeopleNet. É igualmente responsável pela coordenação, planejamento e execução de todas as feiras, conferências e eventos que a PeopleNet participa, inclusive uma conferência virtual como mais de 800 participantes.

Workshop "A melhor coisa é estar lá – Oficina de Inspeção Local"

Trilha de Aprendizagem: Eventos Corporativos

Segunda: 08h00-11h30

Referência: *M406 – The Best Thing is Being There*

Na hora de selecionar o local de um evento, uma inspeção local focada torna-se indispensável. Esse workshop tem início em sala de aula para alinhamentos antes de dar início à realização da inspeção local em áreas de acesso restrito do Mandalay Bay, com o intuito de responder a questões e criar uma lista mestra de verificação para inspeções locais posteriores, em qualquer lugar, a qualquer momento. Durante o workshop, os participantes terão acesso a salas de reuniões, salas de sono, comida e bebida, e aprender mais sobre:

- Como se preparar para uma inspeção local
- Que perguntas fazer na hora da inspeção
- O que procurar durante a inspeção
- Como criar uma lista de verificação customizada

Palestrante:

Janet Good

Executiva de Contas da MC² por 20 anos, igualmente disfruta de todos os aspectos do processo de marketing "cara-a-cara": concepção, construção, gestão de projeto... em última análise, fornecendo estratégias integradas de marketing de marcas, trabalhando em equipe para que tudo aconteça. Pós-graduada pela Universidade de Drexel, onde estudou Marketing de Negócios e Comércio e Engenharia. Antes de entrar para o mercado de feiras, shows e congressos, trabalhou com propaganda, publicidade e pontos de venda industriais.

Sessão "Usando pesquisas para medir o seu desempenho em Feiras e Eventos"

Trilha de Aprendizagem: Métricas e Resultados

Terça: 10h00-11h30

Referência: *T10514 Using Surveys to Measure Your Performance in Trade Shows and Events*

Se a gerência executiva está exigindo mais do que informações concretas sobre o sucesso do seu evento, a apresentação de métricas que podem ser comparadas com os objetivos previamente definidos torna-se imperativa para o sucesso a longo prazo do seu programa voltado para a organização de eventos corporativos. Esta sessão centra-se na pesquisa pós-evento para a obtenção dos dados necessários, incluindo:

- Os benefícios das métricas
- Processos de planejamento de métricas típicas
- Técnicas de pesquisa
- Pesquisas com participantes e levantamentos pós-evento
- Entendendo as métricas de desempenho do evento
- Estudos de caso
- Outros aspectos da pesquisa de avaliação *a posteriori*

Palestrante:

Ian Sequeira

Vice-Presidente Executivo da Exhibit Surveys Inc., tem sido fundamental para o trabalho internacional da ESI, desenhando e gerenciado projetos de pesquisa em nível mundial. Membro ativo da Associação Internacional de Exposições e Eventos (IAEE), entre outras associações. Também contribui para o artigo anual da Revista EXHIBITOR sobre as tendências das feiras. Formado em Economia pela Allegheny College, Meadville, PA, e pós-graduado pela Universidade Americana, em Washington D.C.

Sessão "Estratégias de Marketing de Negócios e Feiras"

Trilha de Aprendizagem: Marketing e Comunicação

Quarta: 15h45-17h15

Referência: *W30814 Business Marketing Strategies and Trade Shows*

Estratégias são a parte mais vulnerável de seu plano de marketing para exposições, Porque a maioria das pessoas realmente não Sabem o que são ou o que fazer com eles. Essa sessão se propõe a ensinar:

- O que as estratégias realmente são
- A diferença entre estratégias e táticas
- Como estratégias cabem no plano global de marketing de uma feira
- Como usar o pensamento estratégico para melhorar o planejamento e execução de feiras e eventos
- Como olhar para exemplos da vida real e ver como aplicar as boas ideias estrategicamente

Palestrante:

Bob Milam

Bob é especialista em feiras, capaz de impulsionar os organizadores de um evento quando eles precisam. Já ganhou o Prêmio All-Star da Revista EXHIBITOR, é referência sobre desempenho em feiras e eventos corporativos. Tem produzido campanhas vencedoras para ingredientes alimentares, super-computação, fundos sem fins lucrativos e industrias de computação gráfica. Atualmente é colunista da Revista Exhibition e apoia programas de exposição de empresas que florescem sob a liderança de gestores competentes e confiantes formados pela EXHIBITOR.

Sessão "Feiras Verdes"

Trilha de Aprendizagem: Feiras e Experiências

Quinta: 15h00-16h30

Referência: *R62414 CTSM Green Trade Shows*

Todo mundo está falando sobre ecologia, mas o que isso realmente significa? Políticas corporativas de sustentabilidade vão além das paredes dos escritórios e alcançam vendedores e parceiros. Isso significa que chegou a hora de todo mundo ser sustentável – inclusive organizadores de feiras e expositores. Nessa sessão os participantes aprenderão:

- Como uma das maiores marcas de tecnologia do mundo está tornando seus produtos sustentáveis.
- Sobre o processo de planejamento: quanto tempo tudo isso levou armadilhas e desafios enfrentados.
- O que a HP fez e continua fazendo para tornar seu portfolio sustentável.
- O que exposições verdes realmente são, o que elas custam e por que eles valem a pena.

Palestrante:

Glenda Brungardt

Glenda faz parte da equipe responsável pelos shows e eventos do Segmento de Consumo de Marketing da HP América (*HP America's Consumer Segment Marketing*). Ajudou a criar e a implementar o Programa de Medição de Desempenho Global da HP. Participa de feiras e eventos há 16 anos. É membro do Conselho Consultivo da EXHIBITOR.

Mesas Redondas P2P *(Peer2Peer Roundtable)*

O objetivo dessa atividade é apresentar ao grupo modelo de fórum voltado para a discussão de boas práticas e problemas comuns na organização de eventos.

A atividade consistirá na apresentação inicial sobre a natureza das chamadas P2P. Essas mesas redondas são encontros com foco na disseminação de aprendizagem por intermédio de discussões sobre estratégias, boas práticas e problemas comuns enfrentados por organizadores de eventos. Em seguida, o grupo terá a oportunidade de observar como acontecem as P2P em visita acompanhada por representante do evento.

BEST PRACTICES IN TRADE SHOWS AND EVENTS

EXHIBITOR

// AS VISITAS TÉCNICAS

A fim de aproveitar a oportunidade de visitar *in loco* algumas instituições de referências em gestão de eventos e apoio a pequenos negócios, foram incluídas nos intervalos da EXHIBITOR 2014 visitas técnicas às seguintes instituições com sede em Las Vegas, a saber:

1. Las Vegas Convention and Visitor Authority
2. Girls in Tech – Las Vegas
3. InNEVation Center
4. University of Nevada Cooperative Extension
5. Business Startup Center
6. Business Success Center
7. Downtown Project

Las Vegas Convention and Visitor Authority (LVCVA)
www.lvcva.com

A Autoridade de Convenção e Visitantes de Las Vegas (LVCVA) é uma instituição pública que foi criada para promover a cidade Las Vegas como destino mundial de turismo e negócios.

Para tanto, a LVCVA realiza diversas ações de propaganda e marketing em todo o mundo, organiza eventos, realiza pesquisas, bem como oferece ferramentas e serviços para que agentes de turismo possam otimizar sua capacidade de promover a região.

A LVCVA também opera o Centro de Convenções de Las Vegas, o Centro de Cashman e cinco Centros de Boas-Vindas e Informações ao Visitante.

O fato da cidade de Las Vegas possuir mais de 150 mil quartos de hotéis e quase 3 milhões de metros quadrados em espaços para reuniões de negócios e exposições enaltece a importância da LVCVA em sua missão.

A LVCVA é mantida por meio de um imposto cobrado a todos os hotéis do condado de Clark, do qual Las Vegas faz parte, e por intermédio das receitas provenientes do Centro de Convenções de Las Vegas e do Centro de Cashman.

OBJETIVOS DA REUNIÃO NA LVCVA
- Conhecer as estratégias que a instituição adota para promover a cidade de Las Vegas como destino turístico e de negócios e assim impulsionar a economia na região.
- Obter informações relacionadas ao impacto dos eventos realizados em Las Vegas na geração de negócios na região.

Girls in Tech – Las Vegas (GIVLV)
GirlsInTechLasVegas.org

Girls in Tech (GIT) é uma organização global focada no compromisso, na educação e no empoderamento de mulheres influentes em tecnologia, que visa a promoção, o crescimento e o sucesso de mulheres empreendedoras e inovadoras no mercado da tecnologia.

Criada em 2007, a GIT nasceu da necessidade de providenciar um lugar para que mulheres cultivassem ideias em torno de suas carreiras e conceitos de negócios envolvendo tecnologia e empreendedorismo.

A GIT está sediada em Denver, Colorado e tem vários escritórios nos Estados Unidos e também ao redor do mundo, inclusive no Brasil.

A GIT oferece uma variedade de recursos e ferramentas para as mulheres complementarem e aprofundarem as suas aspirações profissionais.

OBJETIVOS DA REUNIÃO NA GITLV
- Conhecer as ações desenvolvidas pela organização com vistas a fomentar o empreendedorismo e a inovação entre mulheres no mercado da tecnologia, tais como os seguintes programas: GIT University (GIT U); GIT360 Labs; X-Change; Catalyst Conference; AMPLIFY Business Pitch Competition; GIT Programa de Mentoria (GIT M); D + D Day.

Modelo SBA/SBDC de apoio a pequenos negócios nos Estados Unidos
www.sba.gov

Antes de apresentar o resumo técnico das demais instituições a serem visitada durante a missão, faz-se necessário entender o *sistema de apoio aos pequenos negócios nos Estados Unidos*.

O modelo norte-americano de atendimento a pequenos negócios de maior destaque é o oferecido pela ***Agência Norte-Americana para Pequenos Negócios*** (SBA – *Small Business Administration*), por meio da sua rede de escritórios regionais distribuídos por todo o país.

Os ***Centros de Desenvolvimento de Pequenos Negócios*** (SBDC – *Small Business Development Centers*) são entidades privadas, em sua maioria vinculadas a universidades, que compõem uma rede de escritórios afiliados à ***Associação de Centros de Desenvolvimento de Pequenas Empresas*** (ASBDC – *Association of Small Business Development Centers*).

Os SBDC contam com recursos do governo federal americano, através do SBA, compondo 50% de seu orçamento, sendo o restante captado por meio de parcerias locais, com os governos estaduais, municipais, universidades e outros atores públicos e privados.

Os SBDC constituem-se, assim, pela natureza de seu financiamento, parte do modelo público de atendimento empresarial nos Estados Unidos.

O modelo SBA/SBDC possui as seguintes linhas de atuação:

- Acesso a financiamento oferecido pelo SBA.
- Programa de desenvolvimento empreendedor por meio da rede de SBDC que oferece consultoria e capacitação empresarial aos pequenos negócios.
- Programa de compras públicas assegurada pela legislação norte-americana que determina que 23% das compras governamentais sejam feitas de pequenas empresas.
    - O SBA, por meio do SBDC, auxilia os pequenos negócios a participarem como fornecedores subcontratados de aquisições de bens e serviços pelo governo americano.
- Representação dos pequenos negócios no Congresso norte-americano.

Nevada Small Business Development Center (NSBDC)
http://nsbdc.org/

O ***Centro de Desenvolvimento de Pequenos Negócios de Nevada*** (NSBDC – *Nevada Small Business Development Center*) faz parte da rede dos 900 SBDC existentes nos Estados Unidos. Assim, segue o modelo de funcionamento dos SBDC apoiados pelo SBA e promove consultorias, assistência e informações para pequenos negócios por meio de treinamentos, palestras, cursos, pesquisas e publicações.

O NSBDC é um programa de extensão da Escola de Negócios da Universidade de Nevada (Reno) de assistência a pequenos negócios em todo o estado. Seu objetivo é orientar e ajudar empresários iniciantes ou em crescimento a se sustentarem no atual mercado competitivo e dinâmico.

Possui 15 escritórios distribuídos em 10 cidades do estado de Nevada: Carson City, Elko, Ely, Fallon, Hawthorne, Las Vegas, Laughlin, Pahrump, Reno e Winnemucca.

Em Las Vegas, encontram-se seis desses escritórios:

- InNEVation Center
- University of Nevada Cooperative Extension (UNCE)
- UNLV Business Startup Center
- Business Success Center - Urban Chamber Business Development Center
- Historic Fifth Street School
- City of Henderson Economic Development Office

InNEVation Center
www.innevation.com

O InNEVation é um empreendimento público-privado de diversificação econômica que reúne empresários, líderes, mentores, investidores, educadores e agências governamentais, isto é, todas as partes necessárias à construção de uma economia grande e diversificada.

O Centro foi fundado por Robb Roy, o empresário da área de tecnologia de maior sucesso na história do estado de Nevada, com o objetivo de ajudar a capacitar a próxima geração de líderes econômicos da região.

Isso acontece por meio de redes colaborativas. O Centro abriga eventos propiciando um ambiente adequado para *networking*. Também dispões de acesso rápido, seguro e a baixo custo à Internet. Ainda mantém parceria com diversos órgãos governamentais.

OBJETIVOS DA REUNIÃO NO CENTRO
- Entender a dinâmica da parceria público-privada estabelecida para a criação e manutenção do centro.
- Conhecer os programas de capacitação para fomentar novos empreendedores

University of Nevada Cooperative Extension (UNCE)
www.unce.unr.edu/

Fundada em 1914, a UNCE tem como missão "descobrir, desenvolver, divulgar, preservar e usar o conhecimento para fortalecer o bem-estar social, econômico e ambiental das pessoas". Para tanto, aproxima a pesquisa universitária da realidade, e a coloca para funcionar em função da rotina nas casas, locais de trabalho ou comunidade.

Para ajudar a população rural e urbana a prosperar, a UNCE possui 18 escritórios no estado de Nevada e conta com mais de 200 pessoas, entre funcionários e voluntários, para oferecer cursos em diversas áreas tais como: agricultura; crianças, jovens e famílias; desenvolvimento comunitário; saúde e nutrição; horticultura; e recursos naturais.

OBJETIVOS DA REUNIÃO NA UNCE
- Conhecer o funcionamento da instituição e suas peculiaridades principalmente junto às comunidades mais distantes.
- Conhecer os principais cursos oferecidos pela instituição.

UNLV Business Startup Center
http://unlvstartup.org/

O Centro de Startup da Universidade de Nevada em Las Vegas (UNLVSTARTUP) atua em parceria com o Ceetro de Empreendedorismo da UNLV e outros programas para reunir conhecimento acadêmico e aplicado e experiências que contribuirão para a criação de startups.

O Centro visa atender às necessidades empresariais da comunidade de Las Vegas e região. Com sede no campus principal da UNLV e escritórios localizados ao redor da cidade, é facilmente acessado por empreendedores e presta assistência gratuita.

OBJETIVOS DA REUNIÃO NA UNLVSTARTUP
- Conhecer a instituição, seus principais programas e mecanismos de funcionamento, principalmente no que diz respeito às parcerias.

Business Success Center - Urban Chamber Business Development Center
www.businesssuccessnv.org

O ***Business Success Center*** foi criado por pessoas que queriam aprender como iniciar o expandir um negócio.

O Centro oferece aconselhamento gratuito para apoiar empreendedores e o desenvolvimento econômico no sul do estado de Nevada nos Estados Unidos, coordenado por meio da incubadora de negócios da cidade de Las Vegas, gerenciado pela Câmara Urbana de Comércio.

A parceria reúne uma grande variedade de programas de negócios e parceiros locais, estaduais e nacionais para prestar serviços por meio do NSBDC.

OBJETIVOS DA REUNIÃO NO BUSINESS SUCCESS CENTER
- Conhecer o funcionamento da principal instituição responsável pelos pequenos negócios nos EUA e os principais projetos desenvolvidos pela instituição no estado de Nevada.

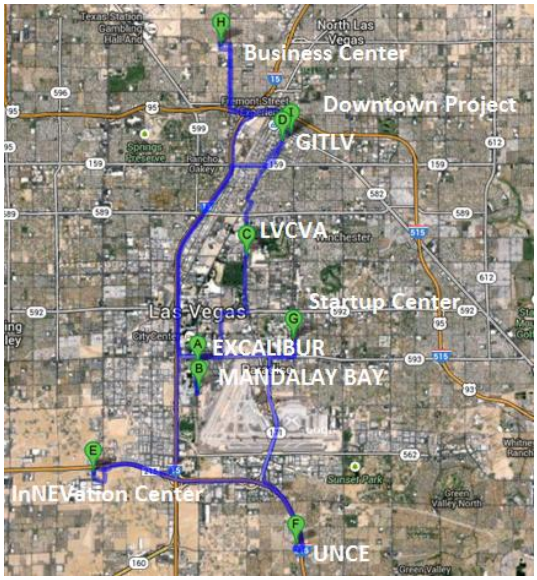
Downtown Project
www.downtownproject.com

O Downtown Project é um projeto de revitalização urbana criado pelo CEO da empresa de calçados Zappos, Tony Hsieh. Teve início em 2012 e consiste em realocar a sede da Zappos da cidade de Henderson para o centro de Las Vegas e, ao mesmo tempo, atrair outras empresas que queiram se estabelecer na região.

O centro de Las Vegas é uma região menos atrativa para o turismo em Las Vegas, diferentemente do trecho da Strip, onde estão localizados os cassinos e resorts da cidade. A ideia é desenvolver o bairro não apenas economicamente, mas também fomentando a cultura e o desenvolvimento de ideias criativas e artísticas. Nesse sentido, o projeto visa revitalizar o centro de Las Vegas e movimentar a economia e a cultura local, criando empregos para residentes locais e vantagens para *startups* que queiram se estabelecer por lá.

O projeto está avaliado em 350 milhões de dólares, sendo que 50 milhões serão investidos em educação, 50 milhões em *startups* em fase inicial (por intermédio do projeto VegasTechFund), 50 milhões em pequenas empresas e 200 milhões no setor imobiliário. Ademais, o projeto espera atrair, nos próximos cinco anos, 10 mil pessoas dispostas a trabalhar e morar no centro de Las Vegas.

OBJETIVOS DA REUNIÃO NO DOWNTOWN PROJECTO
- Verificar como o centro da cidade de Las Vegas foi recentemente transformado para abrigar empresas de pequeno porte com vistas a dinamizar a região com a geração de novos postos de trabalho, emprego e renda.
- Verificar as estratégias adotadas para o fomento do empreendedorismo na região.



// SOBRE LAS VEGAS

Las Vegas localiza-se ao sul do estado norte-americano de Nevada, no Condado de Clark, do qual a cidade é sede. É uma cidade plana, rodeada por montanhas secas.

Possui um clima semiárido, com verões quentes e invernos com baixas temperaturas principalmente à noite e a flora é dominada por vegetações rasteiras.

Inicialmente, a região de Las Vegas foi ocupada por povos nômades que deixaram registradas pinturas rupestres datadas de 10 mil anos.

Milhares de anos depois, índios viveram ao longo dos rios Muddy e Virgin.

Em 1829, um jovem olheiro chamado Rafael Rivera foi a primeira pessoa de ascendência europeia a descobrir o vale, que possuía abundância de gramíneas silvestres e água. O vale foi chamado de Las Vegas, espanhol para “Os Prados”.

Em 1855, Las Vegas foi escolhida por membros da igreja Mórmon como o local para se construir um forte a meio caminho entre Salt Lake City e Los Angeles.

Anos mais tarde, Nevada foi anexada aos Estados Unidos como o 36º estado norte-americano.

A indústria de minérios começou no final do século XIX após a descoberta de metais preciosos.

A cidade de Las Vegas foi fundada em 1905, como uma vila ferroviária, mas somente em 1911 tornou-se oficialmente uma cidade.

Em 1935, com a construção da represa Hoover, a cidade recebeu um influxo de trabalhadores da construção civil, o que incentivou o crescimento da população e da economia do vale.

O jogo foi legalizado na cidade em 1931, mas somente em 1946, foi inaugurado o Flamingo Hotel, em Paradise, sobre o que viria a se tornar a Las Vegas Boulevard, mais conhecida como *Strip*. A Era dos mega resorts e cassinos no Condado de Clark teve início em 1989 com a abertura do Mirage. Atualmente, a cidade congrega diversos resorts de cassinos e hotéis que alimentam a indústria do turismo na cidade e atrai cerca de 30 milhões de turistas anualmente.

A cidade também é sede de conferências, feiras, eventos e convenções de porte internacional, que fazem de Las Vegas referência mundial na organização de eventos e pólo econômico nesse setor.

A demanda de empregos no ramo hoteleiro e de entretenimento impulsionam o crescimento da população e, consequentemente, da cidade.

Por diversas razões, a região de Las Vegas tem tido uma elevada concentração de empresas tecnológicas em jogos eletrônicos e indústrias de telecomunicações.

Segundo o censo nacional de 2010, a cidade de Las Vegas propriamente dita possui 583.756 habitantes e sua região metropolitana possui cerca de 1,9 milhão de habitantes. É a cidade mais populosa e densamente povoada do estado norte-americano de Nevada, sendo a 30ª cidade mais populosa dos Estados Unidos e considerada a cidade com maior taxa de crescimento em toda a América do Norte.

O constante crescimento da população também significa que a indústria da construção da habitação é extremamente importante.

https://www.lasvegasnevada.gov/Visitor/default.htm
www.lasvegas.com
www.vegas.com

// SOBRE NEVADA

Localização nos EUA

Represa Hoover

Vale do Fogo

Nevada é um dos 50 estados norte-americanos, localizado na região das Montanhas Rochosas.

É o sétimo maior estado em área dos Estados Unidos, mas a maior parte de suas regiões é desértica.

Nevada possui as maiores taxas de crescimento populacional de todo os Estados Unidos, mas a população do estado concentra-se basicamente em Las Vegas e Carson City-Reno.

Os primeiros europeus a explorarem Nevada foram os espanhóis, tendo a região sido colônia espanhola até 1821 quando México tornou-se independente e a incorporou.

Em 1848, Nevada voltou a fazer parte dos Estados Unidos, tendo sido elevado à categoria de estado em 1864.

Em 1870 foram encontradas grandes reservas de prata em Nevada e ainda hoje a economia do estado possui a mineração como uma fonte de renda primária, sendo a região grande produtor de prata, ouro, petróleo e areia.

Porém, atualmente, a maior fonte de renda do estado é o turismo, sendo Nevada famosa pelos seus cassinos, que estão principalmente concentrados nas cidade de Las Vegas e Reno.

// SOBRE OS ESTADOS UNIDOS

Dados Políticos	
Capital	Washington D.C
Data Nacional	04 de julho
Governo	República Presidencialista (constitucional e federativa)
Chefe de estado/governo	Presidente Barack Hussein Obama
Dados Sociais	
População total:	313.847.465 (2012)
Expectativa de vida (anos):	78,49 (2012)
Índice GINI:	0,45 (2007)
Índice de Desenvolvimento Humano – IDH:	0,937 (2012)
Índice de Adultos Alfabetizados (% de pessoas com 15 anos ou mais):	99 (2003)
Escolaridade Média (nº de anos esperados, incluindo educação terciária):	16 (2008)
Dados Econômicos	
PIB – preços correntes (em US$):	15,68 trilhões (MDIC, 2013)
PIB – crescimento anual (%):	2,2 (MDIC, 2013)
PIB – per capita (preços correntes em US$):	49.922 (MDIC, 2013)
Inflação, preço ao consumidor (% anual):	1,85 (MDIC, 2013)
Contexto dos Pequenos Negócios no País - Ambiente de Negócios	
Posição no ranking da pesquisa "*Doing Business*" – Banco Mundial (2014):	4ª
Posição no ranking do Índice de Competitividade – Fórum Econômico Mundial (2013-14):	5ª
Posição no ranking do Índice de Competitividade de Turismo – Fórum Econômico Mundial (2013):	6ª
Outras Informações Úteis	
Código Telefônico:	+ 1
Idioma Oficial:	Inglês é o idioma mais falando, mas não há uma língua oficial em nível federal estabelecida constitucionalmente.
Moeda (nome, símbolo, código ISO):	Dólar Americano, $, USD
Clima:	Temperado continental (leste), subtropical (sudeste), de montanha (centro e Montanhas Rochosas), árido tropical (sudoeste), mediterrâneo (costa oeste) e árido frio (norte)
Fuso Horário (GMT):	Pacífico -8 / Leste -5
Fuso Horário (em relação à Brasília):	Entre -5 e -2
Eletricidade – Voltagem:	110-120 V
Eletricidade – Tipo de tomada:	A
Vacinas:	Não exige qualquer vacina para brasileiros.
Regime de visto:	Exige visto para brasileiros. https://brazil.usvisa-info.com/
Regime de passaporte:	Passaporte válido por pelo menos 06 meses da data de retorno.

Fonte: Observatório Internacional Sebrae www.sebrae.com.br/ois

Mais sobre Política

O país é uma república presidencialista e uma democracia representativa, "em que a regra da maioria é temperada por direitos das minoria protegidas por lei".

O governo é regulado por um sistema de freios e contrapesos definido pela Constituição, que serve como documento legal supremo do país.

No sistema federalista norte-americano, os cidadãos são geralmente sujeitos a três níveis de governo, federal, estadual e local.

O governo federal é composto de três ramos:

- Legislativo: Congresso bicameral, composto pelo Senado e pela Câmara dos Representantes, faz a lei federal, declara guerras, aprova tratados, tem o poder da bolsa e tem o poder de impeachment, pelo qual pode remover membros efetivos do governo.
- Executivo: o Presidente é o comandante-em-chefe das forças armadas, pode vetar projetos de lei antes de se tornar lei e nomeia os membros do Conselho de Ministros (sujeito à aprovação do Senado) e outros poderes, que administram e fazem cumprir as leis federais e políticas.

Judiciário: A Suprema Corte e tribunais inferiores, cujos juízes são nomeados pelo presidente com aprovação do Senado, interpretam as leis e derrubam aquelas que são inconstitucionais

As funções dos governos locais geralmente são divididas entre o condado e os governos municipais.

Em quase todos os casos, funcionários do executivo e do legislativo são eleitos pelo voto da maioria dos cidadãos por distrito.

Não há representação proporcional no nível federal e isso é muito raro em níveis inferiores.

Mais sobre Sociedade

Os Estados Unidos são o terceiro maior país em população, atrás apenas da China e da Índia, sendo uma das nações mais multiculturais e etnicamente diversas do mundo – resultado da imigração proveniente de diversos países em todos os continentes desde sua colonização (europeus, africanos, asiáticos, hispânicos e latino-americanos) e também dos indígenas nativos que ainda habitam o território norte-americano.

Mais de 80% da população norte-americana vive em áreas urbanas, sendo Nova Iorque (mais de 8 milhões de habitantes), Los Angeles (mais de 3 milhões), Chicago e Houston (mais de 2 milhões) as maiores cidades do país, seguidas de Filadélfia, Phoenix, San Antonio, San Diego e Dallas (todas com mais de 1 milhão de habitantes). Las Vegas é a 30ª cidade mais populosa e a com maior taxa de crescimento dos Estados Unidos.

Mais sobre Economia

Os Estados Unidos têm a maior economia do mundo e tecnologicamente mais poderosa, com um PIB per capita de aproximadamente 49.000 dólares.

Apesar de sua força, a economia norte-americana começou a desacelerar em 2009 com o aprofundamento da recessão global. Neste momento, os preços do petróleo caíram 40% e o déficit comercial dos EUA diminuiu, voltando a crescer novamente em 2011. A crise econômica global, a crise imobiliária, a falência de bancos de investimento, a queda dos preços dos imóveis e a diminuição de crédito levou os Estados Unidos a uma recessão em meados de 2008. Com o PIB contraído até o terceiro trimestre de 2009, esta foi a maior e mais longa recessão desde a Grande Depressão.

Para ajudar a estabilizar o mercado financeiro foram criados programas de resgate do governo federal a fim de reanimar a economia norte-americana. Em 2010 e 2011, o déficit do orçamento federal chegou a quase 9% do PIB, as receitas totais do governo advindas de impostos e de outras fontes foram mais baixas, como uma percentagem do PIB, do que a maioria dos outros países desenvolvidos.

Pauta Comercial

Principais produtos agrícolas: trigo, milho e outros grãos, frutas, legumes, algodão, carne bovina e de porco, aves, laticínios, peixes, produtos derivados de florestas. (CIA, 2013)

Principais indústrias: petróleo, siderurgia, veículos automotores, aeroespacial, telecomunicações, produtos químicos, eletrônica, processamento de alimentos, bens de consumo, madeira, mineração. (CIA, 2013)

Principais produtos da pauta global de exportações: produtos agrícolas (soja, milho, frutas), fornecimentos industriais (produtos químicos orgânicos), bens de capital (transistores, aeronaves, peças de automóveis, computadores, equipamentos de telecomunicações), bens de consumo (automóveis e medicamentos). (MDIC, 2013)

Principais parceiros econômicos – exportações: Canadá (18,9%); México (14%); China (7,2%); Japão (4,5%); Reino Unido (3,5%); Alemanha (3,1%); Brasil (2,83%); Coreia do Sul (2,7%); Países Baixos (2,6%); Hong Kong (2,4%) (2012). (MDIC, 2013)

Principais produtos da pauta global de importações: produtos agrícolas, fornecimentos industriais, bens de capital (computadores, equipamentos de telecomunicações, peças de automóveis, máquinas para escritório, máquinas de energia elétrica), bens de consumo (automóveis, roupas, medicamentos, móveis, brinquedos) (MDIC, 2013)

Principais parceiros econômicos – importações: China (19%); Canadá (14%); México (12%); Japão (6,4%); Alemanha (4,7%); Coreia do Sul (2,6%); Arábia Saudita (2,5%); Reino Unido (2,4%); França (1,8%), Índia (1,8); Brasil (1,42%). (MDIC, 2013)

Intercâmbio Comercial Brasil – Estados Unidos

Os Estados Unidos foram o 2º principal parceiro comercial brasileiro em 2011 atrás apenas da China. Em contrapartida, o Brasil foi o 9º principal parceiro dos Estados Unidos em 2011. As exportações brasileiras para os Estados Unidos são compostas em sua maior parte por bens manufaturados (45,3%). Em seguida estão os produtos básicos (33,8%) e semimanufaturados (20,4%). Entre as importações provenientes dos Estados Unidos, predominaram os manufaturados.

Principais produtos da pauta de exportações brasileiras para o país: óleos brutos de petróleo, produtos semimanufaturados de ferro e aço, álcool etílico, café não torrado em grão, ferro fundido bruto não ligado, bebidas, aviões, químicos orgânicos, maquinas elétricas e obras de pedra e cimento entre outros. (MDIC, 2013)

Principais produtos da pauta de importações brasileiras do país: óleo diesel, hulha betuminosa, componentes de turbo reatores de empuxo, álcool etílico, partes para aviões ou helicópteros, aviões, automóveis, hidróxido de sódio em solução aquosa, gasolina, óleos lubrificantes, químicos orgânicos, plásticos, farmacêuticos, máquinas elétricas e mecânicas entre outros. (MDIC, 2013)

Investimentos Diretos – Participação no Capital (BACEN,2012)

Investimento brasileiro no país (US$ milhões):

2007	2008	2009	2010	2011	2012
7 800	9 167	9 943	13 184	10 291	18 401

Investimento estrangeiro (país do investidor imediato) no Brasil – estoque em 2011 (US$ milhões): 103,223

Mais sobre Pequenos Negócios

Marco Regulatório

Critérios para definição dos pequenos negócios no país: número de empregados e receita anual média (Agência Norte-Americana para os Pequenos Negócios – SBA)

- Para a maioria das empresas manufatureiras e das indústrias de mineração, são consideradas pequenas empresas aquelas que tenham até 500 empregados.

- Para as empresas não manufatureiras, pequenas empresas são aquelas que tenham receita anual média de até US$ 6 milhões. A receita anual média é medida com base nos três últimos anos fiscais completos da empresa.

Instituições de apoio a pequenos negócios:

- Agência para os Pequenos Negócios (SBA – *Small Business Administration*);
- Associação dos Centros de Desenvolvimento de Pequenos Negócios (ASBDC – *Association of Small Business Development Centers*);
- Associação Norte-Americana para Pequenos Negócios e Empreendedorismo (USASBE – *United States Association for Small Business and Entrepreneurship*);
- Federação Nacional de Negócios Independentes (NFIB – *National Federation of Independent Business*).

Atividade empreendedora no país em 2012

Percentual da população adulta (18-64 anos) do país envolvida em atividades empreendedoras, por estágio do empreendimento.

Empreendedores nascentes (até 3 meses de operação): 9%

Empreendedores novos (com menos de 3,5 anos de operação): 4%

Empreendedores em operação há mais de 3,5 anos: 9%

A cada 2,81 empreendedores por oportunidade, 1 por necessidade.

Mais Informações Úteis - curiosidades

Situada na América do Norte, os Estados Unidos são uma república federal formada por 50 estados agrupados, exceto o arquipélago do Havaí e o Alaska, situado a noroeste do Canadá.

Ademais, os Estados Unidos administram os seguintes territórios: Porto Rico, Ilhas Marianas do Norte, Atol Johnston, Guam, Ilhas Wake, Ilhas Midway, Ilhas Virgens Americanas, Samoa Americana.

Com 9.371.219 Km^2, é o quarto maior país em dimensões territoriais contínuas, fazendo fronteira com o Canadá ao norte, com o Oceano Atlântico a leste, a sudeste com o golfo do México e o Oceano Pacífico a oeste.

A costa leste é mais populosa e industrializada, enquanto na planície central está a maior área agrícola.

// SOBRE O BRASIL

Dados Políticos	
Capital	Brasília
Data Nacional	7 de setembro
Governo	República Presidencialista
Chefe de estado/governo	Presidenta Dilma Vana Rousseff
Dados Sociais	
População total:	201.009.622 habitantes (2013)
Expectativa de vida (anos):	73,8 (2012)
Índice GINI:	0,52 (2012)
Índice de Desenvolvimento Humano – IDH:	0,730 (2012)
Índice de Adultos Alfabetizados (% de pessoas com 15 anos ou mais):	90% (2010)
Escolaridade Média (nº de anos esperados, incluindo educação terciária):	14 (2008)
Dados Econômicos	
PIB – preços correntes (em US$):	2,394 trilhões (2012 est.)
PIB – crescimento anual (%):	0,9% (2012 est.)
PIB – per capita (preços correntes em US$):	$12.000 (2012)
Inflação, preço ao consumidor (% anual):	6,2 (2012)
Contexto dos Pequenos Negócios no País - Ambiente de Negócios	
Posição no ranking da pesquisa "*Doing Business*" – Banco Mundial (2014):	130ª
Posição no ranking do Índice de Competitividade – Fórum Econômico Mundial (2013-14):	56ª
Posição no ranking do Índice de Competitividade de Turismo – Fórum Econômico Mundial (2013):	51ª
Outras Informações Úteis	
Código Telefônico:	+ 55
Idioma Oficial:	Português
Moeda (nome, símbolo, código ISO):	Real, R$, BRL
Clima:	Equatorial, tropical, tropical de altitude, tropical atlântico, subtropical e semiárido.
Fuso Horário (GMT):	-3
Eletricidade – Voltagem:	110/220 V
Eletricidade – Tipo de tomada:	A, B e C

Fonte: Observatório Internacional Sebrae www.sebrae.com.br/ois

Mais sobre Economia

Caracterizado por setores econômicos bem desenvolvidos, o Brasil supera, em valor, todas as demais economias da América do Sul somadas e tem expandido sua presença no cenário mundial nos últimos anos, embora ainda se apresente como o 22º maior exportador e 21º maior importador do mundo. Entre os seus principais parceiros econômicos figuram a União Europeia, China, Estados Unidos e Argentina responsáveis respectivamente por 20,7%, 17,3%, 10,1% e 8,9% das exportações brasileiras. Os principais destinos das exportações brasileiras de manufaturados são União Europeia (19,6%), Argentina (18,3%), Estados Unidos (14,8%) e China (2,7%).

No Brasil, o setor agropecuário corresponde a aproximadamente 5,5% do PIB, 34% das exportações totais e mais de 17 milhões de empregos. O país é o principal fornecedor de 25% do mercado mundial de alimentos. Líder no *ranking* de produção e exportação de café, açúcar, álcool a partir da cana-de-açúcar e suco de laranja, o Brasil também é o principal exportador mundial de produtos do complexo de soja (farelo, óleo e grão), de carne bovina e de frango, destacando-se ainda na produção de milho, arroz, suínos e pescados.

O setor industrial brasileiro ocupa fatia de aproximadamente 27,5% do PIB nacional. A grande diversidade de seu parque industrial é característica notável, com destaque à produção desde aço e petroquímicos até computadores, automóveis, aeronaves e bens de consumo duráveis.

Entre os principais propulsores do desenvolvimento econômico brasileiro nos últimos anos, o setor de comércio e serviços responde por mais da metade do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, aproximadamente 67%. Por essa razão, é ainda o setor que mais gera postos de trabalho, com quase 66% dos empregos do país.

Em relação à produção energética, o Brasil, 11º maior produtor mundial, caracteriza-se por apresentar matriz energética relativamente limpa, com 75% de sua energia elétrica proveniente de usinas hidroelétricas. Embora recentes descobertas de novas reservas de petróleo potencialmente condicionem a estratégia de desenvolvimento nacional, a liderança brasileira em pesquisa e produção de bicombustíveis aponta para cenário de vigência de matriz energética ainda mais renovável.

Desde princípios da década de 2000, o Brasil, atualmente a 6ª maior economia mundial, tem melhorado sua estabilidade macroeconômica, acumulando reservas internacionais e reduzindo sua dívida pública; ultimamente, caracteriza-se como destino atraente para investidores estrangeiros, em função de seu forte crescimento e suas altas taxas de juros. Apesar dos notáveis avanços econômicos, a desigualdade social ainda é marcante, constituindo-se como um dos principais desafios a serem enfrentados pelo país nos próximos anos.

Pauta Comercial	**Principais produtos agrícolas:** café, soja, trigo, arroz, milho, cana-de-açúcar, coco, carne. **Principais indústrias:** têxteis, sapatos, produtos químicos, cimento, madeira, minério de ferro, estanho, aço, aviões, veículos automóveis e partes, máquinas e equipamentos. **Principais produtos da pauta global de exportações:** soja e derivados, minérios, material de transporte, petróleo e combustíveis, carnes, químicos, produtos metalúrgicos, açúcar e etanol, máquinas e equipamentos, papel e celulose, café, equipamentos elétricos, calçados e couro, metais e pedras preciosas, fumo. (2013) **Principais parceiros econômicos – exportações:** China (20,1%); Estados Unidos (10,1%); Argentina (8,1%); Países Baixos (6,2%); Japão (3,3%); Alemanha (2,6%), Coreia do Sul (2,1%), Itália (1,9%), Chile (1,8%); Reino Unido (1,7%). (2013) **Principais produtos da pauta global de importações:** combustíveis e lubrificantes, equipamentos mecânicos, equipamentos elétricos e eletrônicos, automóveis e partes, químicos orgânicos e inorgânicos, plásticos e obras, fertilizantes, farmacêuticos, ferro, aço e obras, instrumentos de ótica e precisão, borracha e obra, cereais e produtos de moagem, aeronave e peças, filamentos e fibras e cobre e suas obras. (2013) **Principais parceiros econômicos – importações:** Estados Unidos (15%); China (15%); Argentina (7,5%); Alemanha (6,3%); Coréia do Sul (4,2%); Nigéria (3,4%); Índia (3,1%); Japão (2,9%); Itália (2,8%), França (2,8%). (2013)

A Lei Geral da Micro e Pequena Empresa

A Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006 regularizou e ampliou as vantagens para as micro e pequenas empresas (MPE), consolidando uma série de conquistas.

Critérios para a classificação dos Pequenos Negócios:

- Microempresa: faturamento de até R$ 360 mil/ano
- Empresa de Pequeno Porte: faturamento entre R$ 360 mil e R$ 3,6 milhões/ano

Microempreendedor Individual (MEI)

Também conhecido como Empreendedor Individual, o MEI é um trabalhador autônomo com renda bruta de até R$60 mil/ano, com direito a até um empregado. O MEI não pode possuir mais de uma empresa nem participar como parceiro ou administrador de outra. Além do benefício da formalização, o MEI tem tratamento tributário diferenciado e direito a aposentadoria, auxílio doença, licença maternidade, acesso ao crédito e preferência em compras governamentais, entre outros benefícios.

Simples Nacional

Novo regime tributário, também conhecido como "Super Simples", que centralizou na União o papel de arrecadação, anteriormente desempenhado individualmente pelos estados. Uma série de impostos é recolhida através de um único formulário, reduzindo a carga burocrática para os empreendimentos de pequeno porte.

Pequenos Negócios em Números

Marco Regulatório

Critério para definição dos pequenos negócios no país: faturamento bruto (Lei Complementar 123/06 e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae)

- **Microempreendedor Individual (MEI)** – empresário individual com faturamento bruto de até R$ 60 mil/ano e que possui até um empregado.
- **Microempresa (ME)** – empresa com faturamento bruto de até R$ 360 mil/ano, excluindo-se os MEI.
- **Empresa de Pequeno Porte (EPP)** – empresa com faturamento bruto anual entre R$ 360 mil e R$ 3,6 milhões.
- **Produtor Rural** – pessoa física que explora atividades agrícolas, aquícolas e/ou pecuárias sem alterar as características do produto *in natura;* com faturamento de até R$ 3,6 milhões/ano; e que possui CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), DAP (Declaração de Aptidão ao PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar), inscrição estadual do produtor ou Registro Geral da Pesca (RGP).

Empreendedorismo no Brasil – Pesquisa GEM 2013

A pesquisa "Empreendedorismo no Brasil", realizada em 2013 pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), em parceria com o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBPQ) e o Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas (FGV), com o apoio do Sebrae, revela que praticamente 40 milhões de brasileiros estão empreendendo, demonstrando a importância econômica e social do tema e a necessidade de ações governamentais ou não governamentais para sua consolidação. O Brasil ocupa a quarta posição no ranking em número absoluto de empreendedores, atrás da China, Índia e Nigéria.

A amostra traz 68 países pesquisados, com cobertura de 75% da população e 89% do PIB global. O Brasil é considerado pela pesquisa um país em transição entre um modelo orientado da eficiência para a inovação. Em relação às nove condições chaves para empreender, o Brasil apresenta um quadro acima da média da América Latina e Caribe em todos os itens, à exceção dos impostos/regulamentação e infraestrutura física, itens também verificados como hiato em relação à média total dos países pesquisados.

A população economicamente ativa (TEA) no Brasil é estimada em 123 milhões de indivíduos correspondendo às idades de 18 a 64 anos. Temos que 21 milhões (17,1%) são iniciais (17ª posição no ranking GEM) e 19 milhões (15,5%) estabelecidos (8ª posição - GEM). Tais percentuais são superiores à média mundial de 7,9% e 6,7%, respectivamente.

A faixa etária com a maior taxa de empreendedores (TEA) é a de 25 a 34 anos (21,9%), seguida pela faixa etária de 35 a 44 anos (19,9%). No grupo empreendedores iniciais, essas faixas etárias representam percentual de 33,1% e 25,8% do universo, respectivamente. Essas taxas são diferentes no caso do empreendedorismo estabelecido. No Brasil, a maior incidência de empreendedores estabelecidos ocorre na faixa entre 45 a 54 anos (24,3%) seguida das faixas de 35-44 anos e 55-64 anos ambas acima de 18,5%.

Em 2013, mais de 80% dos entrevistados no Brasil consideraram que abrir um negócio é uma opção desejável de carreira. Tal constatação coloca o Brasil na sexta posição no ranking global da pesquisa neste quesito.

Se elencarmos os principais sonhos dos brasileiros, a prioridade emerge com a aquisição da casa própria com 45,2%, viajar pelo Brasil com 42,5% e logo após, ter seu próprio negócio com 34,6% das opiniões. Nota-se que a atividade empreendedora como carreira é fundamental para o desenvolvimento do empreendedorismo, mas também é importante que essa opção esteja relacionada ao empreendedorismo por oportunidade e não por necessidade, já constatado por dados da pesquisa, com elevação da razão oportunidade/necessidade de 2,3 (2012) para 2,5 (2013).

Outro dado da pesquisa que merece destaque refere-se à participação feminina nos empreendimentos iniciais no Brasil (participação de 52,2%). Comparativamente aos outros países, o Brasil situa-se em 12º lugar junto com países como Colômbia, Panamá e Tailândia. O empreendedorismo vem sendo uma opção de carreira e renda para as mulheres brasileiras.

Com relação à taxa de empreendedores masculinos e femininos iniciais por necessidade, o Brasil apresenta em 2013 média superior à regional e global e muito próximas às regionais para oportunidades. Noruega é o destaque para empreendedorismo masculino para oportunidade e Líbia, Singapura e Suíça para o feminino neste quesito.
Fonte: GEM 2013

// O SISTEMA SEBRAE

MISSÃO

"Promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios e fomentar o empreendedorismo para fortalecer a economia nacional."

VISÃO

"Ter excelência no desenvolvimento dos pequenos negócios, contribuindo para a construção de um Brasil mais justo, competitivo e sustentável".

HISTÓRIA

Criado em 1972 por iniciativa do então Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE, atual BNDES) e do Ministério do Planejamento, o Sebrae chamava-se Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena Empresa (Cebrae). Em 1990, pelo decreto nº 99.570, desvinculou-se da administração pública e transformou-se em um serviço social autônomo, uma instituição privada, sem fins lucrativos e de utilidade pública: o atual Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae.

ESTRUTURA

O Sistema Sebrae conta com uma Sede Nacional e 27 Unidades Regionais, além de uma rede de aproximadamente 800 pontos de atendimento presencial em todo o Brasil, totalizando cerca de 6 mil colaboradores e 8 mil credenciados.

RECURSOS FINANCEIROS

A Receita de Contribuição Social do Sistema Sebrae tem origem na contribuição de 0,3% da folha de pagamento das empresas brasileiras, das quais estão excluídas as micro e pequenas empresas optantes pelo Simples Nacional (Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte). Tais contribuições são recolhidas pelo INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) e repassadas ao Sistema Sebrae e representam cerca de 80% dos recursos financeiros da instituição.

PRIORIDADES NACIONAIS

- Contribuir para a formalização de empreendedores, por meio da disponibilização de mecanismos de apoio ao seu desenvolvimento, promovendo a inclusão produtiva.
- Aumentar a competitividade e a sustentabilidade dos negócios dos nossos clientes, por meio do desenvolvimento e aplicação de produtos, serviços e canais de atendimento adequados a cada segmento, com ênfase em gestão e inovação.
- Promover o acesso dos clientes do Sistema Sebrae às oportunidades de negócios geradas por grandes eventos e investimentos.
- Consolidar as melhorias no ambiente legal em favor dos nossos clientes, com ênfase na implementação efetiva da Lei Geral nos municípios.
- Tornar o Sistema Sebrae uma referência no país em qualidade na gestão de recursos públicos.

PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

- Cursos e seminários (presenciais ou à distância)
- Informação e consultoria (orientação individualizada)
- Publicações (livros, manuais, CDs, guias)
- Promoção de eventos (feiras, missões, exposições, rodadas de negócios)
- Premiações (Jovem Empreendedor, Mulher SEBRAE de Negócios, Desafio SEBRAE, entre outros)

SEGMENTAÇÃO DE CLIENTES

- Empresas
- Microempresas
- Pequenas Empresas
- Empreendedores Individuais
- Pessoas físicas, com ou sem atividade econômica (negócio próprio)
- Produtores Rurais (com registro próprio nos órgãos reguladores estaduais e/ou municipais)
- Potenciais Empresários
- Potenciais Empreendedores

PROGRAMAS NACIONAIS

Negócio a Negócio

O projeto funciona com uma atuação ativa de consultores do Sistema SEBRAE que visitam as empresas, fazem um levantamento geral, apresentam um diagnóstico do negócio e traçam um plano de ação. A partir daí, os consultores encaminham o empresário à consultoria ou capacitação necessária para melhorar seu negócio. O projeto é focado em empreendedores informais que queiram optar pelo Simples Nacional, EI e empresas de economia popular com até quatro funcionários.

SebraeTec

É um produto criado para facilitar o acesso das micro e pequenas empresas a soluções de inovação e tecnologia, viabilizando e apoiando financeiramente a realização de consultorias nas empresas que se enquadram no programa, visando aumentar a competitividade e agregar valor aos seus produtos e serviços.

ALI (Agente Local de Inovação)

Trata-se de iniciativa do Sistema SEBRAE com a parceria do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) para a promoção da inovação nas pequenas empresas. Sua metodologia baseia-se no modelo indiano de home care. Com a orientação de profissionais especializados, os agentes avaliam o grau de inovação nas empresas atendidas. Cada agente busca e oferece soluções de acordo com as necessidades de cada empreendimento.

SEBRAE Mais

O programa é voltado para empresas em estágio mais avançado, com no mínimo dois anos de funcionamento e nove funcionários, além de uma estrutura operacional estabelecida. Por meio do programa são oferecidos diversos serviços, como consultoria individualizada por empresa, workshops, capacitações, palestras e encontros direcionados para empresários que buscam práticas avançadas de gestão.

SEBRAE 2014

Os investimentos programados para a organização e realização da Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil, bem como o maior volume de movimentação econômica durante e após o evento, representam uma oportunidade para as MPE brasileiras situadas nos estados onde ocorrerão os jogos. Nesse contexto o Sistema SEBRAE, em parceria com a FGV (Fundação Getúlio Vargas), realizou um estudo de mapeamento de oportunidades para as MPE, de forma a guiar a elaboração de planos de ação do SEBRAE Nacional e de suas unidades estaduais.

SEBRAE nos Territórios da Cidadania

O Programa Territórios da Cidadania, desenvolvido pelo governo federal, atua em 120 territórios de todo o Brasil promovendo o desenvolvimento regional e a garantia de direitos sociais para as regiões mais carentes do Brasil. O Sistema SEBRAE entende que sua missão institucional apresenta interface direta e clara com o programa. A estratégia de apoio ao desenvolvimento territorial permite uma atuação em três dimensões: atendimento individual, atendimento coletivo setorial e construção de um ambiente mais favorável aos pequenos negócios.

Encadeamento Produtivo

Esse Programa busca o incremento da competitividade pela sua inserção nas cadeias de valor de grandes e médias corporações. Está voltado para micro e pequenas empresas da indústria, comércio, serviços e agronegócios.

Educação Empreendedora

Esse Programa objetiva ampliar, promover e disseminar a educação empreendedora com vistas à consolidação da cultura empreendedora. Está voltado para instituições de ensino.

METAS MOBILIZADORAS

Meta Mobilizadora	Indicador	Metas alcançadas	Objetivo Estratégico Vinculado
Meta 1 Ampliar o número de empresas atendidas	Número de empresas atendidas	1.974.849	P4 – Orientar e capacitar em gestão, tecnologia e processos
Meta 2 Ampliar o número de empresas atendidas com soluções específicas de inovação	Número de empresas atendidas com soluções específicas de inovação	157.864	P1 – Promover a inovação nas MPE
Meta 3 Ampliar o número de Microempreendedores Individuais atendidos	Número de microempreendedores individuais atendidos	940.982	P4 – Orientar e capacitar em gestão, tecnologia e processos
Meta 4 Ampliar o número de microempresas atendidas	Número de microempresas atendidas	876.582	P4 – Orientar e capacitar em gestão, tecnologia e processos
Meta 5 Ampliar o número de empresas de pequeno porte atendidas	Número de empresas de pequeno porte atendidas	162.223	P4 – Orientar e capacitar em gestão, tecnologia e processos
Meta 6 Ampliar o número de municípios com a Lei Geral implementada	Número de municípios com a Lei Geral implementada	1.634	P11 – Articular, propor e apoiar a implementação de políticas públicas

// ORIENTAÇÕES PARA VIAGENS INTERNACIONAIS

ANTES DA MISSÃO

Dicas Gerais:

- ✓ Verifique o prazo de validade do passaporte e dos vistos. Se for o caso, providencie ambos com pelo menos um mês de antecedência.
- ✓ Providencie um seguro saúde internacional, sua garantia em casos de emergência. Além de ser uma segurança para você, alguns países exigem o documento.
- ✓ Alguns países exigem vacina contra febre amarela. Verifique essa e outras possíveis exigências junto à representação no Brasil do país estrangeiro que você irá visitar. Se for o caso, providencie a(s) vacina(s) e leve o(s) comprovante(s) de vacinação (certificação).
- ✓ Ao receber passagens, confira os dados e serviços solicitados.
- ✓ Confirme voos de ida ou volta pelo menos 24 horas antes.
- ✓ Confirme o período de sua reserva no hotel, horário de *check-in* e *check-out* e endereço do hotel onde estará hospedado (não apenas o nome, pois muitas vezes uma rede de hotelaria possui mais de um estabelecimento na mesma cidade).
- ✓ Verifique o fuso horário de seu país de destino, prevenindo-se de confusões com horário de voos e de agenda.
- ✓ Confira a voltagem do país e leve adaptadores para os aparelhos elétricos, bem como adaptadores de tomadas. Você pode consultar informações como voltagem, frequência e tipo de tomada do país destino de sua missão internacional.
- ✓ Uma alternativa que facilita a comunicação no exterior é habilitar o celular para uso internacional, mas usar apenas para enviar ou receber SMS. Consulte sua operadora sobre o valor, normalmente os custos não são elevados.
- ✓ Avalie os recursos que pretende utilizar durante as atividades previstas da missão e a disponibilidade em termos de infraestrutura dos locais que irá visitar (como acesso à internet, impressora, projetores, etc.).

IMPORTANTE: Guarde os comprovantes de embarque e comprovantes de utilização de recursos destinados a custear despesas de representação, quando houver. Os documentos deverão ser entregues à Unidade de Administração e Finanças (UAF) das respectivas unidades nacional e estaduais, quando do retorno do colaborador ao Brasil.

Tenha à mão:

- ✓ Sempre leve uma cópia de seu passaporte.
- ✓ Também recomenda-se levar carteira de motorista internacional: mesmo que não pretenda alugar carro, você pode precisar dela. Para emiti-la, procure o Departamento Estadual de Trânsito (DETRAN) de seu estado e verifique os endereços dos escritórios autorizados a fazer a emissão. Você terá de preencher um formulário e pagar uma taxa que varia de acordo com cada escritório. Os documentos necessários são duas fotos 3×4 iguais e recentes, cópias autenticadas do RG e da CNH e comprovante de residência.
- ✓ Igualmente leve consigo os endereços e telefones das Embaixadas e Consulados brasileiros no seu país de destino. Em caso de emergência, você tem o direito de pedir para telefonar para sua Embaixada ou Consulado.
- ✓ Se possível, adquira um guia de viagem do(s) país(es) a ser(em) visitado(s), pois esses livros contemplam informações atualizadas e úteis. Eles custam entre R$30,00 e R$60,00 e são um bom investimento.
- ✓ Também é uma boa opção adquirir um guia de conversação local, mesmo para as missões que contem com um tradutor, pois eles facilitam interlocuções curtas e frequentes em aeroportos, imigração, alfândega, estações, bancos, hotéis, restaurantes, etc. Eles custam entre R$ 20,00 e R$ 30,00.

Dinheiro:

- ✓ Evite carregar notas de valores altos.
- ✓ Nunca transporte todo o dinheiro num só lugar.
- ✓ Troque pequenas quantias para despesas de táxi, gorjetas, etc.
- ✓ Leve um ou mais cartões de crédito internacionais.
- ✓ *Traveller's checks* são seguros e bem aceitos, mas para trocar é necessária a apresentação do passaporte ou cópia. Uma alternativa prática é a aquisição de cartões pré-carregados com a moeda local (VTM), para saques em caixas eletrônicos.

Lembre-se: Todo viajante que entrar no país ou dele sair portando dinheiro em espécie, cheques ou cheques de viagem, que, em seu total, ultrapasse valor limite de R$ 10.000,00 (dez mil reais) ou o equivalente em moeda estrangeira, deverá preencher a Declaração de Porte de Valores (DPV), disponível no site www.receita.fazenda.gov.br/dpv.

Bagagem:

- ✓ Identifique sua mala (nome, endereço, telefone, contato no Brasil e outras informações úteis).
- ✓ Leve apenas o essencial. Na mala de mão, leve sempre uma muda de roupa e um casaco.
- ✓ É proibido levar objetos cortantes ou perfurantes em voos internacionais.
- ✓ Lembre-se de que, na maior parte dos aeroportos, há restrições a líquido, gel e aerossol na bagagem de mão. A regra geral é que todos os produtos dessa natureza sejam armazenados em recipientes com capacidade máxima de 100ml (3,4 oz.) e embalados em uma bolsa plástica transparente, com fecho hermético superior, que não exceda 20cm x 20cm ou o equivalente à capacidade de 1 litro. Na dúvida, despache-os. As sacolas plásticas coloridas ou opacas e as garrafas ou os contêineres de líquidos ou de géis que ultrapassarem os limites acima descritos serão barrados e deverão ser abandonados durante a inspeção de segurança.
- ✓ Não leve nada de muito valor dentro da sua mala, pois ela pode ser extraviada.
- ✓ Também evite despachar aparelhos eletrônicos como notebooks, celulares ou aparelhos frágeis, pois eles podem se danificar com o peso das malas e a falta de cuidado da companhia aérea.

Medicamentos:

- ✓ Medicamentos podem ser transportados com prescrição médica - pode ser preciso apresentar a receita na inspeção do raio-X.
- ✓ Leve os próprios medicamentos, já que é difícil comprar remédios sem receita médica no exterior.
- ✓ Se usar remédios de tarja preta, solicite tradução juramentada da receita médica para maior tranquilidade em relação à possibilidade de apreensão dos medicamentos.

Aeroporto:

- ✓ Chegue ao aeroporto no mínimo 2 horas antes do embarque. Para os voos internacionais com destino aos Estados Unidos recomenda-se chegar ao aeroporto com 3 horas de antecedência, devido a mudanças em sua política de segurança.
- ✓ Nunca deixe sua bagagem desacompanhada nem aceite cuidar de bagagens ou quaisquer pacotes alheios, mesmo de crianças.
- ✓ Responda com seriedade às perguntas da Polícia Federal e da Imigração.

Avião:

- ✓ Use roupas e calçados confortáveis e apropriados para apresentação na imigração, logo após o desembarque. Considere a temperatura média ambiente de 20 graus.
- ✓ Evite excesso de bebidas alcoólicas (lembre-se de que o efeito do álcool no organismo é mais acentuado em grandes altitudes) e movimente-se o quanto possível durante o voo, para evitar inchaços.

Questões culturais:

- ✓ Conheça noções gerais sobre protocolos e regras de etiqueta do país de destino de sua missão, tais como linguagem corporal, símbolos tradicionais, costumes religiosos e feriados locais.
- ✓ Recomenda-se, adicionalmente, a consulta a materiais de apoio presentes em diversas seções do portal OIS, tais como: países, missões, publicações e práticas.

Passaporte:

Para obtenção do passaporte comum, conforme orientações da Polícia Federal é necessário:

1.1) Solicitar a emissão do passaporte por meio do endereço:
www.dpf.gov.br/servicos/passaporte/requerer-passaporte

1.2) Reunir a documentação necessária:
- Documento de identidade;
- Título de eleitor e declaração de quitação com as obrigações eleitorais;
- Documento de quitação de serviço militar obrigatório para os requerentes do sexo masculino a partir de 01 de janeiro do ano em que completam 19 anos até 31 de dezembro do ano em que completam 45 anos;
- Certificado de naturalização, para os naturalizados;
- Comprovante bancário de pagamento da guia de recolhimento da união (GRU);
- Passaporte anterior, quando houver (válido ou não);
- CPF.

1.3) Preencher o Protocolo de envio de formulário, que pode ser acessado e preenchido online clicando-se no link "emissão do passaporte". Após a inclusão de seus dados será emitida a guia de recolhimento da união (GRU).

1.4) Pagar a GRU, respeitando sua data de vencimento.

1.5) Comparecer ao posto do Departamento da Polícia Federal (DPF) munido da documentação original exigida, GRU paga e protocolo da solicitação, lembrando que a fotografia para o passaporte será tirada no local. Em algumas unidades do DPF é necessário o agendamento prévio.

1.6) A entrega do passaporte será feita pessoalmente a seu titular, mediante apresentação de documento de identidade e assinatura de recibo. O requerente deve buscar seu passaporte no horário e local indicados.

Além disso, é importante observar que não há renovação nem prorrogação de passaporte. Caso o passaporte esteja com prazo de validade expirado ou prestes a expirar, será necessária a aquisição de um novo documento de viagem.

Vistos:

A tabela seguinte serve como orientação geral para os principais destinos das missões internacionais do SEBRAE, contudo deve-se ressaltar que cada país utiliza diferentes critérios e exigências para a entrada e permanência de estrangeiros. Consulte a Embaixada ou Serviço Consular do país estrangeiro de destino para informações sobre o regime de visto e os requisitos necessários para obtê-lo.

Alguns países não exigem visto para turistas brasileiros. Essa dispensa geralmente não se aplica para quem for estudar ou trabalhar. Estar de posse de visto de entrada ou estar dispensado do visto não dá direito à entrada automática naquele país. Cabe a autoridade de imigração local a decisão final sobre sua entrada. Da mesma forma, as Embaixadas e Consulados estrangeiros no Brasil não são obrigados a conceder os vistos solicitados. Consulte a tabela a seguir para orientação sobre documentos necessários e vistos por país/região:

	Documento Requerido	**Necessidade de visto**
Países do MERCOSUL	Passaporte válido (mínimo de 6 meses) ou Carteira de Identidade Civil (RG) em bom estado de conservação e com menos de 10 anos de emissão	Não
Estados Unidos (1)	Passaporte válido (mínimo de seis meses)	Visto B1(Visitante a Negócios)
Europa (países do Tratado de Schengen) (2)	Passaporte válido (mínimo de seis meses)	Para viagens com duração inferior a três meses não há necessidade de visto, porém é obrigatório possuir seguro-saúde com valor de cobertura mínima de 30.000 euros
Reino Unido (3)	Passaporte válido (mínimo de seis meses)	O visto de entrada como turista e estudante visitante (até seis meses) é obtido ao desembarcar no aeroporto do Reino Unido por meio de uma entrevista feita pela imigração. As informações exigidas geralmente se referem ao destino, motivo, hospedagem, passagem de volta e comprovante de subsistência no país.
Demais países	Entrar em contato com Embaixadas ou Consulados dos países a serem visitados.	

Data de atualização: Janeiro de 2014.

(1) Destaca-se que desde 2013 a Administração de Segurança do Transporte dos Estados Unidos (TSA) aumentou as medidas de segurança para todos os voos com destino aos Estados Unidos cuja origem tenha sido fora do território do país. Assim, nos aeroportos de origem, os passageiros terão que passar por processos adicionais de segurança nos pontos de controle existentes. Adicionalmente, durante os voos, será solicitado aos passageiros que sigam as instruções de segurança da tripulação do voo. Em vista do aumentos das medidas de segurança, e para poder cumprir com os processos de registro, embarque e segurança, os passageiros com destinos aos Estados Unidos deverão apresentar-se em seu aeroporto de saída com no mínimo três (3) horas de antecedência a saída de seus voos. Para maiores informações visite o site do TSA (http://www.tsa.gov/), em inglês.

(2) Alemanha, Áustria, Bélgica, Bulgária, Chipre, Dinamarca, Eslováquia, Eslovênia, Espanha, Estônia, Finlândia, França, Grécia, Holanda, Hungria, Itália, Letônia, Lituânia Holanda, Luxemburgo, Malta, Noruega, Polônia, Portugal, República Tcheca, Romênia e Suécia. A Irlanda aceita planos de seguro viagem com cobertura menor do que 30 mil euros.

(3) O Reino Unido não exige, porém aconselha o seguro viagem Europa.

Vacinas:

Os viajantes devem prestar atenção às vacinas indicadas e as exigidas em viagens internacionais. Cada país possui uma política diferente em relação ao tema e, por isso, é extremamente aconselhável procurar a Embaixada ou Consulado do país a ser visitado para obter maiores informações.

Como regra geral, a vacinação só é reconhecida internacionalmente se estiver registrada no Certificado Internacional de Vacinação e Profilaxia (CIVP), que é emitido em qualquer um dos postos da ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) em portos, aeroportos e fronteiras. Caso tenha algum problema de saúde que contraindique a vacinação, consulte seu médico e solicite um atestado e apresente em um dos postos para emissão do Certificado Internacional de Isenção de Vacinação.

Para que a ANVISA emita o CIVP são necessários:
- Documento oficial de identificação com foto ou certidão de nascimento para menores de idade.
- Cartão de vacina com nome, fabricante e lote completo da vacina, data da vacinação, assinatura e nome do vacinador e identificação da unidade de vacinação.
- Presença do interessado para assinatura do CIVP no local.

É importante que o calendário de vacinação do participante esteja em dia. Atualmente, a única vacina que é exigida para viagens internacionais é a vacina contra a febre amarela.
Para isso, é necessário que o viajante vacine-se dez dias antes da data da viagem e observe se o seu cartão de vacina está completamente preenchido e sem rasuras.

Além das vacinas, o viajante deve estar atento para a exigência de seguro-saúde para ingressar em determinados países. Apesar da maioria dos países não possuir essa exigência, é recomendável que o viajante saia do Brasil com um seguro-saúde contratado, evitando assim possíveis complicações durante uma emergência no exterior.

DURANTE A MISSÃO

Postura Institucional:

A exposição a diferenças culturais, a padrões diversos de organização social e a condições possivelmente assimétricas de desenvolvimento é inerente à realização de ações internacionais. O contato com múltiplos cenários enseja a apresentação de postura específica por parte de colaboradores do Sistema SEBRAE. Sensibilidade frente à diversidade e ao multiculturalismo, capacidade de diálogo, expressão de ideias clara e objetivamente e habilidade de relacionar-se com diferentes grupos e adaptar-se a distintos contextos caracterizam-se como competências essenciais a representantes da instituição em contato com delegações estrangeiras. O comprometimento com a consecução dos objetivos da missão internacional vigente, o preparo técnico adequado e o alinhamento às diretrizes emanadas pela instituição para atuação internacional complementam quadro a ser observado por colaboradores do Sistema Sebrae em ações internacionais.

Registros e Compartilhamentos:

Recomenda-se o acesso e interação no perfil da missão disponível no Observatório Internacional Sebrae (OIS). O perfil contemplará, durante todo seu período de organização, realização e disseminação, informações sobre os países e cidades a serem visitados, a programação a ser cumprida, entidades a serem contatadas, entre outros dados relevantes. Destaca-se que esta seção é um espaço restrito aos funcionários e dirigentes do Sistema Sebrae. Durante a etapa de realização da missão, os participantes poderão registrar e compartilhar, em tempo real, informações, notícias, vídeos, fotografias e demais formas de comunicação por meio da utilização do **Diário de Bordo**. Orienta-se utilizar a ferramenta online diariamente, durante todo período de agenda da missão internacional, inserindo pontos de destaque das atividades e outras informações relevantes. Tal conteúdo facilitará o resgate dos conhecimentos adquiridos pela ação internacional e auxiliará na elaboração do relatório de missão, que, posteriormente ao envio de versão consolidada para a UAIN do Sebrae Nacional, será publicado e servirá de apoio para futuras ações internacionais.

Emergências Consulares: Todo brasileiro, desde o momento de sua entrada em um país estrangeiro, tem o direito de contatar a Embaixada ou o Consulado do Brasil em qualquer circunstância ou momento. Lembre-se que essas repartições dispõem de plantão consular 24 horas. A falta de documentos ou a eventual situação migratória irregular não impede que o brasileiro seja atendido pela Embaixada ou Consulado. A função da autoridade consular é proteger o cidadão brasileiro. Em nenhuma hipótese a situação migratória irregular será denunciada às autoridades locais. O quadro abaixo indica o que a autoridade consular pode e não pode fazer em cada situação:

Situação Específica	O Consulado pode:	O Consulado não pode:
Apoio jurídico e problemas policiais	- Informar sobre a existência de serviços locais de assistência jurídica gratuita. - Sugerir advogados locais que possam orientar sobre serviços jurídicos. - Acompanhar, quando solicitado, o desenrolar das investigações e apuração do crime, inclusive junto à justiça local.	- Representar o cidadão brasileiro em juízo ou responsabilizar-se por despesas com advogados e custos judiciais.
Catástrofes naturais, atentados e conflitos armados	- Informar como proceder nestas circunstâncias. Atenção: É de grande importância que você entre em contato o mais cedo possível com autoridades consulares brasileiras a fim de solicitar orientação a respeito.	- Oferecer abrigo em suas dependências.
Extravio de documentos	- Emitir 2ª via do passaporte mediante apresentação de Boletim de Ocorrência emitido pela autoridade local. A expedição de novo passaporte, por lei, não é gratuita.	- Emitir outros documentos brasileiros, tais como identidade, CPF, carteira de motorista, carteira de trabalho, etc.
Falecimento no exterior	- Orientar em caso de sepultamento ou cremação no exterior ou de traslado de restos mortais para o Brasil. O Consulado deverá ser informado imediatamente, a fim de que seja lavrado o óbito e emitido o atestado.	- Pagar despesas de traslado de corpo ou restos mortais para o Brasil.- Pagar despesas de sepultamento ou cremação no exterior.
Prisão Atenção: neste caso, solicite às autoridades locais meios para entrar em contato com a Embaixada ou Consulado brasileiro.	- Informar, desde que autorizado pelo brasileiro preso, o fato a seus familiares no Brasil.- Visitar o brasileiro preso e verificar sua situação pessoal e jurídica.	- Contratar advogados para a assistência jurídica do preso.
Problemas de saúde	- Indicar médicos, clínicas ou hospitais na região.	- Pagar consultas, remédios, internação hospitalar ou tratamento médico de brasileiros no exterior.
Repatriação (custeio do retorno ao Brasil em caso de desvalimento)	- Repatriar cidadãos brasileiros que se encontrem no exterior, comprovada a extrema necessidade (desvalimento), mediante autorização do Ministério das Relações Exteriores em Brasília e obedecidos os critérios estabelecidos pelo regulamento consular. ATENÇÃO: a repatriação é feita até o primeiro ponto de entrada no Brasil.	- Repatriar em casos que não se enquadrem nos critérios estabelecidos pelo regulamento consular - Repatriar mais de uma vez o mesmo cidadão brasileiro.

Sites úteis:

- **Representações do Brasil no Exterior**: http://www.itamaraty.gov.br/o-ministerio/o-brasil-no-exterior
- **Embaixadas Estrangeiras no Brasil**: http://www.itamaraty.gov.br/cerimonial/corpo-diplomatico/

RETORNANDO AO BRASIL

Isenção de impostos e limites para importação: Todo o viajante tem uma cota limite de gastos para não precisar pagar impostos, equivalente a US$ 500 (por via aérea) ou US$ 300 (por via terrestre, marítima ou fluvial). Veja a lista dos produtos isentos de impostos na chegada ao brasil e os novos limites de quantidades de produtos importados no site de Receita Federal do Brasil.

Roupas e cosméticos: Além dos eletrônicos de uso pessoal, também não serão taxados roupas e acessórios, produtos de higiene e de limpeza, livros, revista e jornais, apesar de não ter sido determinada quantidade máxima.

Quantidades limitadas: Nas novas regras, o Fisco também colocou um limite de quantidade de produtos, que antes ficava a critério do fiscal da alfândega. Alguns itens têm limite próprio: 12 litros de bebidas alcoólicas, 10 maços de cigarros, 25 charutos ou cigarrilhas e 250 gramas de fumo. Para os demais objetos, a regra é 20 unidades de produtos novos com valor unitário acima de US$ 10, desde que não haja mais de três idênticos. Por exemplo, se tiverem quatro aparelhos novos de MP3, um deles será retido. Já para lembrancinhas e suvenires, pode-se trazer também 20 unidades de produto, sendo no máximo 10 iguais.

P*rodutos eletrônicos:* O turista que comprar no exterior produtos eletrônicos, como máquina fotográfica, telefone celular ou MP3, não precisará mais declará-los à Receita Federal ao retornar ao País. Esses itens passam a ser considerados bens de uso pessoal e não entram na cota limite de US$ 500 livres de impostos. O benefício vale apenas para uma unidade de cada produto, que deve ser usado durante a viagem e deve estar fora da embalagem original. A medida, no entanto, não contempla filmadoras, notebooks e vídeo games, que entram na cota de importação.

Fim da Declaração de Saída Temporária de Bens: As novas regras de importação acabaram com a declaração de saída temporária de bens. Com isso, para levar produtos importados, como notebooks e filmadoras, para fora do país, é preciso carregar a nota fiscal em mãos. Se você não tiver nenhum comprovante de compra, o melhor é deixar o aparelho em casa, para não correr o risco de ser taxado.

Declaração de Bagagem Acompanhada: Ao chegar ao Brasil, ainda a bordo, o visitante deve preencher uma Declaração de Bagagem Acompanhada (DBA). Se o visitante tiver adquirido produtos no exterior (não isentos de impostos) cujo valor total exceda a cota limite de US$ 500, ele é obrigado a marcar que possui bens sujeitos à tributação. No aeroporto, deverá pagar a taxa de importação de 50% sobre o excedente da cota. Se acontecer de o viajante ter a mala fiscalizada por um agente da Receita Federal e sua DBA for falsa ou inexata, a multa prevista é de 50% sobre o valor do que foi comprado e, em alguns casos, o produto poderá ser retido. No caso de o turista trazer na bagagem produtos de origem animal ou vegetal, que não são permitidos no Brasil, o produto é retido, sem aplicação de multa.

***Compras em Loja Franca* (*Duty Free Shop*):** O viajante pode adquirir, com isenção de tributos, nas lojas francas (*duty free shops*) dos portos e aeroportos, após o desembarque no Brasil e antes de sua apresentação à fiscalização aduaneira, mercadorias até o valor total de U$ 500,00. Esse valor não é debitado da cota de isenção de bagagem a que o viajante tem direito. Bens adquiridos nas lojas francas do Brasil, no momento da partida do viajante para o exterior, nas lojas *duty free* no exterior e os adquiridos em lojas, catálogos e exposições *duty free* dentro de ônibus, aeronaves ou embarcações de viagem têm o mesmo tratamento de outros bens adquiridos no exterior, passando a integrar a bagagem do viajante. Em resumo, essas mercadorias não aproveitam do benefício da isenção concedido às compras nas lojas francas do Brasil, efetuadas no momento da chegada do viajante.

Sites úteis:

- **Saindo do Brasil:** http://www.receita.fazenda.gov.br/aduana/viajantes/ViajanteSaindoBrasilSaber.htm
- **Chegando ao Brasil:** http://www.receita.fazenda.gov.br/aduana/viajantes/ViajanteChegBrasilSaber.htm

Relatório Final da Missão: Relatórios de missão consistem em documentos de registro das atividades desenvolvidas, dos desdobramentos a serem auferidos e da avaliação quanto à consecução dos objetivos da missão internacional realizada. Ao prover, entre outras considerações, informações sobre conhecimentos captados e possibilidades de aperfeiçoamento organizacional, os relatórios servem como insumo para a implementação de ações de fortalecimento institucional, desenvolvimento de soluções e cooperação internacional, atestando a utilidade das atividades executadas.

Ao considerarmos a exposição por parte dos distintos participantes de missões internacionais à grande quantidade de informações, sugere-se a realização de reuniões diárias entre os membros da delegação, após a execução das atividades previstas. Entende-se que o debate constante de ideias e percepções relativas a diferentes aspectos inerentes a missões internacionais facilitará a construção do relatório de missão, provendo informações mais fidedignas, completas e relevantes à instituição.

Além de fornecer informações básicas acerca da missão (participantes, destino, objetivo, entre outras considerações), o relatório deverá conter dados sobre as atividades realizadas, percepções sobre os temas discutidos, os conhecimentos relevantes observados e as lições aprendidas, possíveis desdobramentos a serem auferidos e resultados alcançados. Mais informações sobre estrutura e conteúdo para construção de seu relatório de missão, consulte o documento *Modelo de Relatório de Missão*, disponível no perfil das missões postadas no portal Observatório Internacional Sebrae (http://ois.sebrae.com.br/missoes/).

Críticas, sugestões e comentários acerca da organização, estrutura e realização da missão internacional, dos parceiros institucionais visitados e do apoio prestado pelas diferentes unidades envolvidas na realização da viagem também são incentivados. Ao término do relatório de missão, envie o documento à UAIN do Sebrae Nacional através do e-mail internacional@sebrae.com.br. A UAIN irá consolidar o relatório em conjunto com os autores e disponibilizá-lo no portal do OIS, a fim de disseminar os conhecimentos adquiridos para todos os usuários do Sistema Sebrae.

Prestação de Contas: Quando do retorno ao Brasil, faz-se necessária a entrega de relatório de missão e de comprovantes de embarque e, quando houver, de utilização de recursos destinados a custear despesas de representação, inerentes à finalidade institucional da missão internacional, à área responsável – Unidade de Administração e Finanças (UAF) das respectivas unidades nacional e estaduais.

Cópia do referido relatório de missão deverá ser encaminhada, adicionalmente, à UAIN do SEBRAE Nacional para fins de gestão e disseminação dos conhecimentos captados, conforme previsto pela Instrução Normativa IN46/01.

Em caso de viagens internacionais custeadas por recursos de outras instituições, embora as obrigações previamente descritas permaneçam válidas, recomenda-se verificar os devidos procedimentos requeridos antes de realizá-las.