

**Agentes de Mercado**  
**REDE NACIONAL COMÉRCIO BRASIL**



### Sumário

1.....	VISÃO GERAL	5
2.....	OBJETIVOS	5
3.....	PÚBLICO-ALVO	5
4.....	RESULTADO	6
5.....	ATORES ENVOLVIDOS	6
6.....	PERFIL E ATIVIDADES	6
6.1.....	Fornecedor	6
6.1.1.....	Requisitos para participar como fornecedor	6
6.1.2.....	Responsabilidades do fornecedor	7
6.1.3.....	Benefícios para o fornecedor	7
6.2.....	Comprador	8
6.3.....	Tipos de compradores	8
6.3.1.1.....	Canal de Comercialização	8
6.3.2.....	Requisitos para participar como comprador	9
6.3.3.....	Benefícios para os compradores	9
6.4.....	Agentes de mercado	10
6.4.1.....	Requisitos para participar como agente de mercado	10

# Comércio Brasil

## Metodologia para compradores organizacionais e canais de comercialização

SEBRAE

---

6.4.2.....	Responsabilidades do agente de mercado	10
6.4.3.....	Benefícios para o agente de mercado	11
7.....	OPERAÇÃO	12
7.1.....	Informações gerais	12
7.2.....	Regras para uso de recurso	12
7.2.1.....	CSN	13
7.3.....	Fluxo	13
8.....	FERRAMENTAS	16
8.1.....	Sistema Comércio Brasil	16
8.1.1.....	Uso completo da metodologia	16
8.1.2.....	Uso como cadastro de fornecedor	17

### APRESENTAÇÃO

O **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae** tem como missão “Promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios e estimular o empreendedorismo”. Para cumprir essa missão, utiliza várias estratégias, entre elas, a consultoria empresarial.

Os **Referenciais de Consultoria do Sebrae** adotam o conceito de que consultoria é um processo de interação iniciado a partir da solicitação do cliente para realizar a mudança, fundamentado no diagnóstico, nos resultados esperados e em um relacionamento de corresponsabilidade, visando um desenvolvimento sustentável e a melhoria da sua competitividade.

Para as consultorias com os pequenos negócios, é necessário reconhecer como aspecto prioritário o atual cenário econômico, que exige dos empresários, novas estratégias como diferencial competitivo, proporcionando a eles um processo de preparação, divulgação e comercialização visando alavancagem de seus negócios.

É preciso, então, discernir o ambiente em que a empresa está inserida, seu mercado-alvo e o que é valor para seu cliente. Mais do que aproximar a empresa do mercado comprador, é preciso que ela esteja preparada para atender às expectativas desses demandantes. Entender requisitos, identificar *gaps*, apoiar melhoria, buscar mercado e monitorar resultados são parte de um processo que resulta em voos mais altos às empresas atendidas pelo Sistema Sebrae.

Sendo assim, este documento tem por objetivo apoiar a implantação da Rede Nacional Comércio Brasil, assim como definir sua operacionalização para garantir atuação nacional coordenada e integrada.

Você encontrará informações sobre cada etapa, que envolvem definição de mercado-alvo, atuação do agente de mercado, sensibilização de fornecedores e compradores, cadastramento e especificação de ofertas e demandas, aproximação comercial e responsabilidades das partes envolvidas.

Comércio Brasil é uma Rede e, assim sendo, estamos conectados para garantir o sucesso desta nossa jornada.

### 1. VISÃO GERAL

A Rede Nacional Comércio Brasil, criada em 2005 pelo Sebrae, aproxima empresas de micro e pequeno porte de compradores, promovendo o acesso a mercados de forma sustentável, por meio de um grupo interestadual de consultores, chamados de Agentes de Mercado, que viabilizam oportunidades de negócio.

O Sebrae identifica empresas com maturidade para fazerem parte do Comércio Brasil e que, após diagnóstico, passam a contar com auxílio da Rede Nacional Comércio Brasil na busca por compradores dentro e/ou fora do estado.

O Comércio Brasil é dirigido às micro e pequenas empresas formais, dos diversos setores e segmentos econômicos. São mais de 4,8 mil fornecedores atendidos, com resultados em vendas acima dos R\$ 200 milhões.

Os segmentos atendidos no Comércio Brasil são de livre escolha de cada Sebrae estadual. Contudo é importante a observância da capacidade de atendimento das equipes no que tange às necessidades de preparação das empresas em requisitos de gestão, mercado, produção e tecnologia.

### 2. OBJETIVOS

Identificar novas oportunidades de mercado, disponibilizando mecanismos de expansão comercial para as micro e pequenas empresas atendidas pelo Sebrae.

Ser uma base de fornecedores nacionais, qualificada e relevante para compradores atendidos pelo Sebrae ou não.

### 3. PÚBLICO-ALVO

- Microempresas, Empresas de Pequeno Porte, Artesãos e Produtores Rurais;
- Compradores de todos os portes e setores

### 4. RESULTADO

- Aumento do faturamento das empresas atendidas

### 5. ATORES ENVOLVIDOS

- Fornecedor
- Comprador
- Agentes de mercado
- Coordenador nacional
- Gestor estadual
- Empresários

### 6. PERFIL E ATIVIDADES

#### 6.1.Fornecedor

Trata-se de empresa atendida pelo Sebrae e que tem necessidade e interesse em ofertar seus produtos no mercado. São micro e pequenas empresas formalizadas e que tenham produtos ou serviços adequados para serem comercializados no mercado onde estão inseridas, assim como nos mercados dos estados onde a Rede Nacional Comércio Brasil tem alcance.

##### 6.1.1. Requisitos para participar como fornecedor

Devem ser empresas atendidas pelo Sebrae e passar por um processo de avaliação, através de um diagnóstico com foco em mercado, a fim de identificar a maturidade comercial e gargalos para que estejam aptas a comercializarem seus produtos e/ou serviços de maneira mais efetiva, utilizando a Rede Nacional Comércio Brasil.

Desse modo, para participar da Rede Nacional Comércio Brasil como empresa fornecedora é necessário que a empresa atenda aos seguintes requisitos:

- Ser uma empresa atendida pelo Sebrae.
- Ser a empresa constituída e formalizada (conforme modelo de atendimento Sebrae).

- Estar apta dentro dos critérios de pontuação estabelecidos na avaliação/diagnóstico mercadológico.
- Possuir produto ou serviço adequado ao mercado.
- Ter capacidade de produção para atender a novas demandas.
- Assinar o termo de adesão - empresa fornecedora, aceitando as regras de operacionalização e funcionamento da Rede Nacional Comércio Brasil.

### 6.1.2. Responsabilidades do fornecedor

Para poder participar da Rede Nacional Comércio Brasil o fornecedor deverá assumir responsabilidades, que listamos a seguir:

- Fornecer informações corretas sobre a empresa ao agente de mercado na realização do diagnóstico.
- Fornecer ao gestor estadual do Sebrae e/ou ao agente de mercado informações sobre as vendas realizadas quando essas ocorrerem através da Rede Nacional Comércio Brasil.
- Permitir o acesso a demais informações quando solicitadas pelo gestor estadual do Sebrae e/ou ao agente de mercado.
- Permitir a divulgação dos dados da empresa para os compradores cadastrados junto ao Sebrae.
- Participar de programas e projetos que se correlacionam com o da Rede Nacional Comércio Brasil.
- Buscar a melhoria nos processos administrativos da empresa, com vista ao atendimento às exigências da Rede Nacional Comércio Brasil.

### NOTA

A empresa fornecedora participará da Rede Nacional Comércio Brasil por um período de 6 meses ou um ano, podendo renovar, caso haja interesse na continuidade do atendimento. Caso não haja renovação, ainda sim poderá constar na base Sebrae de empresas fornecedoras.

Será reavaliada a cada três meses e poderá deixar de ser atendida pela consultoria por deixar de ser classificada como micro ou pequena empresa, por deixar de fornecer informações quando solicitadas ou por não demonstrar-se atuante.

### 6.1.3. Benefícios para o fornecedor

Ao participarem da Rede Nacional Comércio Brasil, empresas fornecedoras poderão obter os seguintes benefícios:

## Comércio Brasil

Metodologia para compradores organizacionais e canais de comercialização

SEBRAE

---

- Acesso a informações do mercado local e de outros mercados.
- Maior visibilidade de seus produtos no mercado.
- Capacitação e consultorias, dependendo da necessidade da empresa.
- Apoio no processo de comercialização.
- Divulgação dos dados técnicos e informações da empresa através da Rede Nacional Comércio Brasil.
- Orientação para participar de outras ferramentas de aproximação comercial entre empresas, do Sistema Sebrae e de parceiros.

### NOTA

É importante deixar claro à empresa fornecedora que o "risco do negócio" pertence a ela, de modo que o Sebrae se exime de quaisquer responsabilidades sobre a contratação e a relação com quaisquer comprador ou representante comercial, conforme termo de compromisso de empresas fornecedora assinado.

## 6.2.Comprador

O Comércio Brasil é um produto que tem como objetivo promover aproximação comercial entre fornecedores atendidos pelo Sebrae e compradores dos mais diversos portes e características. Sendo assim, uma atividade fundamental é a prospecção e manutenção de empresas que possuam demandas alinhadas com os produtos e serviços ofertados pelos fornecedores cadastrados.

## 6.3.Tipos de compradores

A metodologia, após revisão, passa a contemplar três perfis de comprador: canal de comercialização, âncora e satélite.

### 6.3.1.1. Canal de Comercialização

Entende-se como canais de comercialização o grupo das empresas de representação comercial, preferencialmente formalizadas e que tenham experiência na área, os distribuidores, atacadistas, varejistas e outros canais organizacionais, de acordo com a necessidade e interesse de cada setor/segmento e de cada empresa fornecedora.



### 6.3.2. Requisitos para participar como comprador

Para uma empresa compradora de produtos e serviços participar da Rede Nacional Comércio Brasil será preciso seguir as seguintes orientações:

- Ser empresa constituída e formalizada.
- Possuir experiência na atividade de comercialização de produtos e serviços
- Ter interesse em formar parceria comercial com pequenos negócios.
- Estar apto dentro dos critérios avaliados pelo Comércio Brasil.
- Assinar o termo de adesão - empresa fornecedora, aceitando as regras de operacionalização e funcionamento da Rede Nacional Comércio Brasil

#### Responsabilidades dos compradores

- Fornecer informações adequadas sobre a empresa ao Sebrae, por meio do gestor estadual, regional ou agente de mercado na realização do cadastro e preenchimento do formulário de especificação da demanda.
- Permitir o monitoramento das compras realizadas junto às empresas fornecedoras quando essas ocorrerem por meio do Comércio Brasil.
- Permitir o acesso a demais informações quando solicitado pelo Sebrae, por meio do gestor estadual ou do agente de mercado.

#### NOTA

O comprador deve ser constantemente contatado para revalidar os produtos/ serviços de interesse.

### 6.3.3. Benefícios para os compradores

Dentre os benefícios, podemos destacar:

- Obtenção de informações da oferta no mercado local e em outros mercados.
- Apoio ao processo de negociação das empresas fornecedoras quando necessário.
- Apoio ao processo de preparação da empresa fornecedora para atendimento as demandas do comprador.
- Comercialização dos produtos provenientes de empresas fornecedoras de outros estados ou na sua área de atuação.
- Inexigência de investimento financeiro por parte do comprador para participar da Rede Nacional Comercio Brasil.
- Ampliação do cadastro de fornecedores de produtos e serviços.

- Conhecer produtos diferenciados e inovadores de micro e pequenas empresas.

### 6.4. Agentes de mercado

O agente de mercado é um profissional contratado pelo Sebrae para diagnosticar as empresas fornecedoras, prospectar, selecionar e avaliar compradoras, além de identificar as ofertas e demandas dos produtos oferecidos pelas empresas participantes, a fim de que essas comercializem seus produtos de maneira mais efetiva, utilizando a Rede Nacional Comércio Brasil.

#### 6.4.1. Requisitos para participar como agente de mercado

A responsabilidade pela contratação do agente de mercado é do SEBRAE/UF. Para isso é preciso observar os seguintes aspectos na identificação e seleção do agente de mercado:

- Submeter-se a um processo de seleção do Sebrae.
- Estar cadastrado no sistema de gestão de credenciados habilitados para atuação no Comércio Brasil e, dentro do perfil exigido para a função, ou sistema correspondente no estado de operação.
- Participar de reunião para apresentação e da metodologia do Comércio Brasil.
- Ter disponibilidade de horas para executar as atividades exigidas.
- Ter conhecimento da área de mercado e vendas.
- Ter pró-atividade e possuir dinamismo.
- Cumprir os padrões de operacionalização constantes na metodologia do Comércio Brasil.

#### 6.4.2. Responsabilidades do agente de mercado

O agente de mercado é peça-chave para o sucesso da metodologia e precisa entender as responsabilidades inerentes ao desenvolvimento do trabalho:

- Diagnosticar as empresas fornecedoras de produtos e/ou serviços.
- Elaborar planos de desenvolvimento empresarial, com recomendações para melhorias às empresas atendidas;
- Apoiar elaboração de plano tático de vendas, com definição de mercados, indicadores e metas de comercialização das empresas atendidas;

## Comércio Brasil

### Metodologia para compradores organizacionais e canais de comercialização

#### SEBRAE

---

- Prospectar compradores no estado para atendimento à demanda local ou interestadual.
- Avaliar, acompanhar e monitorar as empresas fornecedoras e os canais de comercialização prospectados e alocados no processo.
- Identificar e disseminar oportunidades de negócios para empresas fornecedoras e compradoras, no mercado local e em outros mercados.
- Acompanhar e apurar mensalmente os resultados de vendas das empresas fornecedoras e compradoras.
- Obter informações de mercado que possam beneficiar os segmentos e as empresas fornecedoras na tomada de decisões para a obtenção de melhores resultados nas vendas.
- Participar de feiras, exposições, rodadas de negócios e showrooms, com foco na prospecção de compradores e outras oportunidades de negócios.
- Preencher os relatórios do Comércio Brasil de acordo com sua periodicidade e entregá-los ao Gestor Estadual.
- Cadastrar empresas fornecedoras no sistema de inteligência em negócios Comércio Brasil ([www.comerciobrasil.sebrae.com.br](http://www.comerciobrasil.sebrae.com.br)) ou qualquer outro ambiente definido pelo Sebrae, com informações pertinentes e úteis para a maior agilidade na realização de negócios e na obtenção de resultados.

#### 6.4.3. Benefícios para o agente de mercado

- Obter informações da oferta no mercado local e em outros mercados através da Rede Nacional Comércio Brasil.
- Participar de feiras, exposições, rodadas de negócios e showrooms.
- Ampliar a rede de contatos por meio da parceria entre os agentes de mercado e gestores de outros estados.
- Conhecer novas oportunidades de acesso a mercados e manter contatos com empresas fornecedoras de outros estados.
- Conhecer novas oportunidades e manter contatos com os compradores do seu estado e de outros da Rede Nacional Comércio Brasil.

#### NOTA

Os agentes de mercado serão avaliados periodicamente pelo gestor diretamente ligado à contratação dos mesmos, de acordo com os critérios estabelecidos pela metodologia. Pode ser associada outra avaliação, caso definido no modelo utilizado para contratação dos agentes.

## 7. OPERAÇÃO

Atuação da Rede Nacional Comércio Brasil deve respeitar uma série de regras já definidas, bem como necessita de atenção quanto aos processos e modelos de forma a garantir uma identidade ao produto e possibilitar atuação em rede. Contudo, há possibilidade de flexibilização de algumas rotinas de forma a permitir que estados consigam operar respeitando diferenças locais.

### 7.1. Informações gerais

- Período: Semestral, anual ou customizado de acordo com a necessidade do público-alvo, desde que não comprometa qualidade da atuação.
- Horas de atendimento
  - A - Prospecção de cliente
    - Mín. 2h - Cadastro e diagnóstico de fornecedor
    - Mín. 4h – Elaboração de plano de desenvolvimento empresarial e devolutiva ao cliente
  - B – Plano Tático de Vendas
    - Mín. 2h - Elaboração de Plano Tático de Vendas
  - C - Aproximação comercial e Monitoramento
    - Mín. 3h – Prospecção de compradores (3h por empresa/ 6h por mês)
- Financiamento
  - Sebrae NA - 100%
- Entregas por empresa
  - Empresa cadastrada na Base de Fornecedores da Rede Nacional Comércio Brasil
  - Plano de Desenvolvimento Empresarial
  - Plano Tático de Vendas
  - Informações sobre compradores prospectados
  - Relatórios de monitoramento

### 7.2. Regras para uso de recurso

### 7.2.1. CSN

- Consultoria
- Deslocamento do consultor
- Aplicação do diagnóstico do Comércio Brasil
- Elaboração do plano de desenvolvimento empresarial
- Elaboração do plano tático de vendas
- Prospecção e abertura de canais de comercialização
- Criação e impressão de catálogos físicos de produtos/ fornecedores/ compradores

### 7.3. Fluxo

- a. O trabalho do Sebrae para atuação com a Rede Nacional Comércio Brasil inicia pela definição dos segmentos prioritários. Essa etapa deve ser realizada pelo gestor estadual do Comércio Brasil, em conjunto com gestor regional, caso haja, preferencialmente, com apoio dos gestores de atendimento (individual e coletivo) e de agentes de mercado.
- b. É importante observar que quanto mais bem preparadas estiverem as empresas escolhidas, maior a probabilidade de sucesso no cumprimento dos objetivos do Comércio Brasil.
- c. Em seguida o agente de mercado deverá preparar-se para realizar a palestra de sensibilização de empresas fornecedoras, para informar/sensibilizar as empresas fornecedoras, de cada segmento escolhido, sobre a Rede Nacional Comércio Brasil. A Palestra de Sensibilização é parte integrante desta metodologia e poderá ser ou não utilizada para abordagem junto aos clientes.
- d. Após definição das empresas a serem visitadas, o gestor estadual ou gestor regional deve acessar o sistema do Comércio Brasil e fazer o pré-cadastro das mesmas e indicar agentes para prestar atendimento. Gestor ou agente podem realizar diretamente o cadastro sem a necessidade do pré-cadastro.
- e. O agente de mercado envia e-mail, confirmando agenda com potencial cliente para o produto Comércio Brasil.

- f. Após o cadastro, que pode ser realizado sem a presença do cliente e fora da empresa do mesmo, é o momento de especificar o produto/serviço a ser comercializado e os clientes já atendidos pelo fornecedor.
- g. Em seguida inicia-se aplicação do diagnóstico que emitirá pontuação obtida pela empresa para que possa ser classificada em apta ou não apta a participar do Comércio Brasil.
- h. Agente de mercado busca apoio de gestor estadual do Comércio Brasil e gestor de atendimento para construção conjunta do Plano de Desenvolvimento Empresarial.
- i. Gestor de mercado, gestor de atendimento e agente de mercado apresentam devolutiva ao cliente Sebrae. A empresa pode estar classificada como apta ou não apta, contudo, em ambos os casos, contará com a consultoria Sebrae sobre aspectos que requerem melhoria.
- j. Caso a empresa não esteja apta, poderá ser atendida pelo Sebrae e, após ganhar os requisitos que faltam para que possa fazer parte da Rede, poderá ser novamente avaliada. Se o resultado for pela aptidão, a empresa deverá efetuar o pagamento do valor definido pelo estado.
- k. É possível que seja necessário atendimento à empresa para realização de melhorias em pontos identificados no diagnóstico. Esse atendimento deve ser realizado pelo Sebrae e/ou parceiros.
- l. Após a etapa da devolutiva inicia-se a construção do Plano Tático de Vendas, para o qual o Sebrae prestará consultoria no sentido de orientar o empresário na estruturação das praças a serem prospectadas, objetivos e metas a serem perseguidos e, também, dos indicadores a serem monitorados.
- m. Após cumprimento do passo anterior, o empresário deve avaliar interesse em prospectar representantes comerciais para atuação nas praças definidas.
- n. Agente de mercado inicia prospecção de compradores, de acordo com Plano Tático de Vendas, que serão aproximados do fornecedor.
- o. Cada contato deve ser informado via preenchimento dos campos de monitoramento no sistema.
- p. Agente de mercado emite relatório que deve ser validado pelo gestor estadual e entregue ao cliente mensalmente.

- q. Gestor Sebrae envia pesquisa, a empresa fornecedora, compradora, agente e representante a cada 2 meses.

Quando as aproximações comerciais entre fornecedores e compradores forem de responsabilidade do agente de mercado, é importante que ele tenha consciência que:

- Pode ser realizado encontro/reunião entre as duas partes, empresa fornecedora e compradora para apresentação e negociação dos produtos/serviços.
- Os custos de viagem, hospedagem e outros que poderão ser originados nesse processo são de responsabilidade das empresas fornecedoras ou a critério do Sebrae local.
- O Sebrae não cobre custos caso a empresa fornecedora resolva manter contato pessoal in loco fora de seu estado.
- Poderá ser realizado encontro/reunião individual de cada empresa fornecedora com o(s) comprador(es) de interesse. Esses poderão ocorrer com a presença ou não do agente de mercado do Sebrae do estado de localização do comprador ou, até mesmo, com o apoio do agente de mercado do Sebrae do estado de origem da empresa ofertante, desde que discutidos custos, possibilidades e responsabilidades da cada parte envolvida. Ainda assim, será necessário consentimento dos gestores estaduais do Comércio Brasil nos estados envolvidos.
- Pode-se utilizar ferramentas como eventos de negócios e participação em feiras para as empresas fornecedoras, dentro e fora do estado de origem da empresa. Os convites deverão ser realizados pelo Sebrae responsável pela promoção do evento.
- O estado promotor deverá prospectar potenciais compradores para o evento (realizar visitas, especificar a demanda e fazer avaliação dos compradores. Caso o agente de mercado do estado da empresa ofertante queira acompanhar esta ação, fica de livre escolha das partes em questão).
- Após a aproximação comercial, o agente de mercado deverá informar que a comercialização será de exclusiva competência da empresa fornecedora e da compradora.

### NOTA

O Sebrae não interfere, não dita regras e nem se responsabiliza por acordos e contratos realizados entre micro e pequenas empresas e compradores ou representantes, assim como não responde por danos ou prejuízos ocasionados no processo de negociação e comercialização.

## 8. FERRAMENTAS

### 8.1.Sistema Comércio Brasil

O sistema do Comércio Brasil é composto por ambientes complementares, cuja utilização deve ser avaliada pelo gestor estadual ou regional.

#### 8.1.1. Uso completo da metodologia

Uma empresa atendida pela metodologia do Comércio Brasil visando ampliação de mercado, passará pelas etapas de:

- a. Cadastro no ambiente digital, cujas informações são relacionadas ao sistema de atendimento Sebrae, acrescidas de outros campos importantes para aproveitamento de oportunidades de negócio;
- b. Cadastro dos clientes principais atendidos pela empresa, utilizados para referenciar o fornecedor em processos de prospecção de mercados;
- c. Cadastro dos produtos a serem ofertados ao mercado, com informações úteis ao processo de prospecção;
- d. Diagnóstico mercadológico, cujas respostas servem de base para nota da empresa e construção do plano de desenvolvimento empresarial (PDE);
- e. Plano de desenvolvimento empresarial, que contempla análise dos pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades relacionadas ao negócio do cliente. Também há campos para sugestão de melhorias nos quesitos de: produto, praça, preço, promoção, clientes, concorrentes, fornecedores e equipe. Para



compor esse PDE, deve-se inserir os produtos Sebrae ou de parceiros recomendados ao cliente;

- f. Plano tático de vendas (PTV) que deve ser construído pelo empresário, com apoio do agente de mercado, visando registrar quais produtos serão ofertados e para quais mercados-alvo. Também podem ser inseridas metas para alguns indicadores pré-definidos de forma a possibilitar melhor gestão dos resultados;
- g. Monitoramento: tela que concentra campos de informação sobre prospecção, vendas e resultados alcançados pela atuação do Comércio Brasil.

### **8.1.2. Uso como cadastro de fornecedor**

Para o caso do uso como base de fornecedores, o preenchimento é simplificado, deixando apenas como obrigatórias as informações listadas abaixo:

- a. Cadastro no ambiente digital, cujas informações são relacionadas ao sistema de atendimento Sebrae, acrescidas de outros campos importantes para aproveitamento de oportunidades de negócio;
- b. Cadastro dos clientes principais atendidos pela empresa, utilizados para referenciar o fornecedor em processos de prospecção de mercados;
- c. Cadastro dos produtos a serem ofertados ao mercado, com informações úteis ao processo de prospecção;
- d. Diagnóstico mercadológico, cujas respostas servem de base para nota da empresa e construção do plano de desenvolvimento empresarial (PDE).