

EMPREENDEDORISMO NA IMPORTAÇÃO DE PRODUTOS CRIATIVOS: ESTUDO DE CASO NA EMPRESA “TRAZ PRA CÁ”

Fabio Volpi Abdelnur Camargo
fabio.camargo2@fatecitapetininga.edu.br
Prof. Me. Silvio Soares da Rosa
silvio@fatecitapetininga.edu.br
Fatec Itapetininga – SP

RESUMO: O empreendedorismo e o comércio exterior são fundamentais no desenvolvimento das economias dos países. Por este aspecto neste artigo buscou-se demonstrar o que é empreendedorismo, compreendendo que abrir uma empresa no Brasil exige que o empreendedor esteja preparado, que conheça os processos, as questões que envolvem a atividade da empresa. Quanto ao comércio exterior foram abordadas as possibilidades para empreender, mas o foco foi na importação de produtos criativos, com o objetivo de entender a ideia de empreender neste tipo de produto. Como referência, neste sentido, utilizou-se a empresa Traz pra Cá como um modelo de negócio que deu certo neste ramo. A metodologia utilizada foi a revisão bibliográfica, com desenvolvimento de um estudo de caso, realizado por meio de um roteiro para obtenção das informações sobre a empresa, disponíveis no site e redes sociais oficiais da mesma, onde se mostra o sentido da ideia do negócio da Traz Pra Cá e o foco em entregar algo diferente e com valor para os clientes. Empreender na importação de produtos criativos é uma ideia boa e uma oportunidade para os empreendedores que se atentarem a esta possibilidade, tendo que o importante é focar no valor a ser entregue ao cliente.

Palavras-chave: Comércio Exterior. Economia. Oportunidade de Negócios.

ENTREPRENEURSHIP IN THE IMPORTATION OF CREATIVE PRODUCTS: CASE STUDY IN THE COMPANY “BRINGS PRA CÁ”

ABSTRACT: Entrepreneurship and foreign trade are key to the development of countries' economies. For this aspect in this article we sought to demonstrate what entrepreneurship

is, understanding that opening a company in Brazil requires that the entrepreneur be prepared, that knows the processes, the issues that involve the company's activity. Regarding foreign trade, the possibilities to undertake were discussed, but the focus was on importing creative products, with the aim of understanding the idea of undertaking this type of product. As a reference, in this sense, Traz Pra Cá was used as a business model that worked well in this field. The methodology used was the literature review, with the development of a case study, performed through a script to obtain information about the company, available on the company's official website and social networks, which show the meaning of the company's business idea of Traz Pra Cá and focus on delivering something different and valuable to customers. To undertake the importation of creative products is a good idea and an opportunity for the entrepreneurs to take care of this possibility, having the important thing is to focus on the value to be delivered to the client.

Keywords: Foreign trade. Economy. Business opportunity.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos três anos e meio, no Brasil, 11,1 milhões de empresas foram iniciadas. O que demonstra que a atividade empreendedora vem aumentando no país. E a importação, pode ser um caminho muito relevante dentro de alguns segmentos de mercado, claramente

que com o devido planejamento (VENUS CARGO, 2018).

Mesmo que a importação ainda seja um desafio para o importador brasileiro, esta operação possui um papel fundamental na diversificação e crescimento dos mais diversos setores da economia. Por isso é necessário que o empreendedor busque entender como funcionam as operações e identificar formas vantajosas para conduzir o negócio, pois a importação é um caminho que permite consideravelmente que a empresa se torne mais competitiva, mesmo com as taxas incidentes na importação. (ENDEAVOR BRASIL, 2017).

Este artigo tem por objetivo estudar o empreendedorismo na importação de produtos criativos que é um setor bastante inovador na busca de satisfazer a necessidade de clientes que querem algo característico e útil para si ou, para presentear alguém.

2 METODOLOGIA

A metodologia utilizada é a revisão bibliográfica. De acordo com este método, o estudo se desenvolve com base nos materiais já existentes sobre o tema, e utilizou-se como fonte para busca de informações: livros, jornais, publicações e sites oficiais que abordam os assuntos estudados.

Neste sentido, para completar o estudo e demonstrar um exemplo desse processo de empreendedorismo, foi realizado um estudo de caso na empresa Traz Pra Cá, usando-se um roteiro em que foram obtidas as informações sobre a empresa, diretamente no site e redes

sociais, focando no sentido de como surgiu a ideia e a escolha do tipo de produto.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 EMPREENDEDORISMO

Segundo Dornelas (2008), empreendedorismo é fazer algo novo, é a busca por tornar diferente uma situação atual, visa encontrar novas oportunidades, tendo como objetivo principal a criação de valor e inovação. Ainda segundo o autor, existem muitas definições para o empreendedorismo, porém todas se resumem basicamente em fazer algo diferente, utilizar recursos de forma criativa, identificar oportunidades e inovação.

Segundo Brito, Pereira e Linard (2013), a criação do termo empreendedorismo foi atribuída ao escritor economista Richard Cantillon no século XVII. Este foi um dos únicos autores a distinguir o empreendedor do capitalista. O termo empreendedor significa começar algo novo, assumir riscos e é de origem francesa. Ainda segundo os autores, a pessoa empreendedora tem a capacidade de criar algo já existente, porém com nova funcionalidade, sempre está empenhada em identificar oportunidades para inovar, independente dos riscos.

Segundo Chiavenato (2007) a compreensão sobre o empreendedorismo também ocorre por contribuição das ciências sociais como a antropologia, psicologia, sociologia e a história econômica. Segundo o autor, a origem do pensamento sobre o empreendedorismo, possui três pontos de

vista: a escola dos economistas, a dos comportamentalistas (behavioristas) e a dos pioneiros da teoria dos traços de personalidade.

3.1.1 Empreendedorismo no Brasil

Segundo Dornelas (2005) o empreendedorismo no Brasil se potencializou com a criação de entidades como a Sociedade Brasileira para exportação de Software (Softex) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Os ambientes econômicos e políticos do país não eram facilitadores ao empreendedor, quase não se encontravam informações que auxiliassem o processo empreendedor e por isto praticamente não se tratava de questões como a criação de pequenas empresas e empreendedorismo.

Ainda de acordo com o autor, a entidade Softex foi criada em 1996 com o objetivo de levar empresas de softwares nacionais ao exterior, por meio de ações que possibilitassem a capacitação em gestão e tecnologia do empresário de informática. Seu histórico em muito pode ser confundido com o histórico do empreendedorismo, pois foi com os projetos desenvolvidos no campo da entidade em parceria com as incubadoras de empresas e as universidades e aos cursos de ciências da computação e informática que o empreendedorismo surgiu na sociedade brasileira. O Sebrae também, é uma importante e essencial instituição, muito conhecida pelo pequeno empresário, que busca suporte para iniciar e desempenhar

suas atividades no ramo do empreendedorismo, tanto quanto aos que buscam orientações para a resolução de problemas pontuais nos negócios.

O empreendedorismo nos últimos tempos vem sendo estimulado no Brasil devido à crise financeira. Com a falta de renda, as pessoas buscam criar suas próprias oportunidades e não mais esperar, e por isto iniciam seus próprios e novos negócios. Ainda outro fator que se deve o crescimento do empreendedorismo no país, são informações referentes aos principais sonhos dos brasileiros, que de acordo com a pesquisa são: (EGESTOR, 2016).

Figura 1 - Principais sonhos dos brasileiros

49%	Viajar pelo próprio país
47%	Comprar a casa própria
38%	Comprar um carro
34%	Ser um empreendedor
31%	Possuir um plano de saúde
29%	Concluir o ensino superior
29%	Viajar para fora do país
23%	Fazer carreira dentro de uma empresa
15%	Se casar ou formar uma família

Fonte: Elaborado pelo autor com base no artigo EGESTOR, 2016.

De acordo com a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) disponível em relatório do Sebrae, o Brasil nos últimos anos tem estado entre os países mais empreendedores do mundo, se encontra a frente de países como México, Argentina e dos países que compõem os BRICS. No ano de 2016, ainda de acordo com o relatório GEM na escala de desenvolvimento, em que os negócios nos países são estimulados pela efetividade e competência, em que os avanços se destacam pelo ganho de escala em

negócios e em industrialização, o Brasil se posicionou com destaque na categoria intermediária. (SEBRAE, 2017).

Ainda, quanto ao perfil do empreendedorismo no Brasil passou a existir algumas mudanças que se manifestam pela contribuição das Startups. (TERRA, 2017).

De acordo com o site Startups Ranking (2019), especializado na classificação e listagem de Startups, atualmente o Brasil tem quase 900 startups e se posiciona como 8º colocado em números de empresas.

A associação Brasileira de Startups (Absartups, 2019) mostra que este número, porém, é bem maior, segundo seus dados são 12.075 startups associadas. A cidade e o estado de São Paulo são os que mais concentram startups, tem o primeiro lugar do ranking, no ranking dos estados, São Paulo tem 3.675 startups e no ranking das cidades do Brasil a cidade paulista tem 2.585 do número de startups.

3.2 EMPREENDEDORISMO NO COMÉRCIO EXTERIOR

Para empreender no comércio exterior é necessário primeiramente que o Profissional esteja pronto e muito informado a respeito dos vários aspectos, a empresa também precisa estar devidamente preparada para a expansão de suas operações. É fundamental que o empreendedor esteja atento e conheça o mercado externo, suas especificidades, padrões, e seus diversos aspectos, como: legislação, tributos, idiomas, cultura, entre outros fatores, que podem determinar o

sucesso e levar aos objetivos do negócio. Empreender no comércio exterior é um desafio bem grande para o empreendedor, pois exigem do mesmo, muita dedicação, entendimento e domínio dos diversos aspectos que envolvem o processo. (ENDEAVOR BRASIL, 2017).

De acordo com diretor do Departamento de Relações Internacionais e Comércio (Derex) o comércio exterior é uma das apostas, por meio ao qual o Brasil pode alcançar a sua recuperação econômica, e essa é uma grande oportunidade para os pequenos empreendedores. Logicamente que os empreendedores precisam de um plano estratégico e que contemple o processo de internacionalização, muitas etapas antecedem o processo de fato, existe muita pesquisa e estudo, inicialmente, para identificar a viabilidade e os diversos componentes que abrangem cada atividade de internacionalização, seja por meio da importação ou da exportação, assim como a atuação da empresas fora do país, precisa de um plano de negócios. (MONACO, T.; 2016).

Segundo Diez (2016) no Brasil, não é fácil ser empresário, pois existem muitos fatores que dificultam o processo, assim como, no comércio exterior, em que também, existem grandes dificultadores, como a alta burocracia, os impostos, entre outros fatores, porém mesmo diante estes pontos não favoráveis e complexos, a mente empreendedora está sempre alinhada a busca pelo sucesso, mesmo em tempos de dificuldades ou de crise, o empreendedor sabe passar por estas situações e sempre continua avançando e

buscando resultados de acordo com as oportunidades que cria e obtendo resultados em grande parte positivos.

As possibilidades e opções de negócios com atuação dentro do comércio exterior são (SANTADER, 2017):

Exportação: A exportação constitui-se na venda de produtos nacionais para o mercado externo. Pode consistir em uma exportação direta e indireta. A exportação direta trata-se de produto exportado faturado pelo próprio produtor ao consumidor final, no caso o importador. A exportação indireta é a que ocorre por meio de intermediários que adquirem os produtos de empresas nacionais para então, exportá-los.

Importação: A importação ocorre por meio de empresas nacionais que recorrem aos fornecedores estabelecidos no exterior. Muitas vezes tratam-se de compras para manter a competitividade da empresa no mercado interno e envolve a compra de equipamentos, insumos, máquinas e matérias-primas. A importação também pode ser direta ou indireta. Na importação direta ocorre que os bens são obtidos sem intermediários, a própria empresa é o responsável pelo trâmite do processo de importação. A importação indireta é justamente o oposto, ocorre no caso em que os bens são obtidos do exterior para comercialização no mercado interno através de intermediários, ou seja, por meio de atacadistas, distribuidores, desse modo, não se envolve no processo de importação.

Licenciamento: A atuação por meio de licenciamento ocorre por cessão de direitos de uso, para que a empresa no determinado país

possa usufruir de patentes, marca da empresa nacional ou por meio de pagamento de royalties.

Contrato de produção: Trata-se de determinada empresa contratando outra empresa no exterior para a fabricação de seu produto, sob condições determinadas para as vendas, pois o produto pode ser vendido no país da empresa contratante bem como no país da contratada e ainda em outros locais que a empresa contratante possua atividades.

Franquia: Ocorre quando determinada empresa oferece a um investidor no exterior, no caso um franqueado, a possibilidade de adquirir o direito de abrir o negócio em seu país, claramente que de acordo com as características da empresa franqueada, seguindo muitas vezes especificações da mesma mas, claramente, com as adequações de mercado.

Contrato de gestão: Ocorre com a cessão de direitos para que determinada empresa estrangeira possa operar determinada empresa no mercado interno.

Subsidiárias de propriedade integral: Trata-se de abertura de filiais de propriedade integral em mercados no exterior.

As formas de atuação devem ser decididas pelo empreendedor de acordo com o modelo de negócio da empresa (SANTANDER, 2017).

3.3 ATUANDO NA IMPORTAÇÃO

Iniciar um negócio na importação é algo complexo, mas que está ao alcance de qualquer pessoa, requer apenas que se tenha dedicação e devido conhecimento dos trâmites

que envolvem o processo, ou seja, conhecimento na área, também é importante ter um bom planejamento. Existem algumas dificuldades que envolvem o processo, principalmente no momento inicial do negócio, porém mesmo com estas, o número de negócios que atuam na importação para revenda no mercado interno vem crescendo de forma significativa. (BONFIM, 2017).

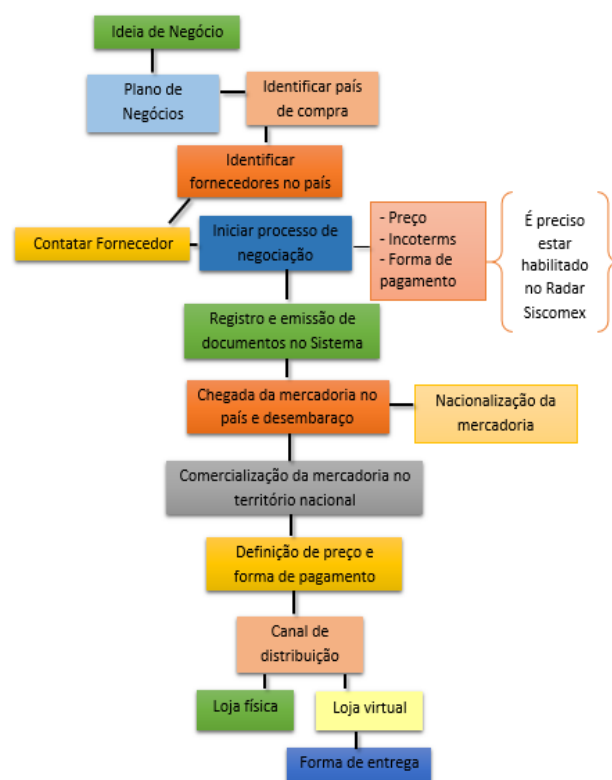
No ano de 2017, existiam cerca de 30 mil empresas atuando no mercado, e o número de importadoras ao longo do ano aumentou, este aumento ocorreu devido à valorização do real. Qualquer negócio é promissor desde que se tenha um bom planejamento e que todas as questões importantes tenham sido ponderadas, é preciso conhecer todos os tramites que envolvem os processos, legislação vigente, custos, prazos, isto para identificar se a operação se justifica, se é realmente viável. (EGESTOR, 2017).

O empreendedor quando busca atuar no mercado externo, pode se encontrar em dúvida, exportar ou importar, isto muitas vezes é acarretado pela falta de conhecimento sobre a questão. O fato é que ambos, a importação e as exportações possuem suas vantagens e suas desvantagens. A importação muitas vezes proporciona maior economia e um produto com tecnologia de ponta e exclusividade, porém possui alta carga tributária e o tempo de transporte. Já na exportação exige muito apoio do governo, conta com benefícios fiscais, desenvolvimento e inovação, maior competitividade no mercado interno, porém suas desvantagens são a competitividade no mercado externo, a

necessidade de alta produtividade, e as grandes exigência e requisitos que se precisa atender para atuar no mercado externo. Diante destes pontos, observa-se que não é apenas a exportação que mostra vantajosa, existe sim apoio do governo e benefícios, mas a importação em muitos casos se torna mais vantajosa. As duas opções são consideráveis, e o fato que se deve levar em consideração são os objetivos da empresa em atuar no mercado externo e sua capacidade de investimento, exige-se uma análise detalhada do modelo de negócios. (KOHLENER, C. R., 2017)

3.4 ETAPAS QUE ENVOLVEM EMPREENDER NA IMPORTAÇÃO

Figura 2 - Fluxograma das etapas para iniciar um negócio na importação



Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme a figura 2, o primeiro passo de todo o processo, é buscar uma ideia de negócio, sobre, quais produtos ou serviços serão fornecidos, que necessidade se está buscando atender, ou seja, uma prévia do negócio, para em seguida montar o plano de negócio, que deve conter uma análise minuciosa do empreendimento, abrangendo todos os aspectos para abertura da empresa e identificando a viabilidade da mesma. (SEBRAE, 2016).

No plano de negócio, já deve constar informações sobre os países fornecedores do produto e após o estudo se escolhe qual será o mercado em que serão adquiridos os produtos, uma vez escolhido, identifica-se os fornecedores do produto no país de origem. Após contatar os fornecedores e uma vez definido, realiza-se o contato com o mesmo e inicia-se o processo de negociação, que define o preço unitário, quantidade, o incoterm e a forma de pagamento. Após concretização da negociação, inicia-se a emissão de documentos por parte do exportador e os registros no sistema, sendo que é preciso estar habilitado no Radar Siscomex para realizar a importação. (EGESTOR, 2017).

Com a chegada do produto no país, ocorrerá o seu desembaraço, e uma vez liberado, ocorrerá a nacionalização da mercadoria, que estará pronta para comercialização. Na comercialização do produto é preciso definição do preço, forma de pagamento, canal de distribuição, se será loja física ou loja virtual. Numa loja virtual, é preciso determinar quais as formas de entrega, se trabalhará com correio ou transportadoras

parceiras. Todo o processo deve se basear no planejamento inicial, de acordo com a viabilidade identificada no plano de negócios. (EGESTOR, 2017).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Figura 3 – Roteiro Empregado para obtenção das informações

Nº	Questão
1	Como surgiu a ideia do negócio?
2	Houve inovação na escolha do negócio? Quais?
3	O que buscam entregar ao consumidor?
4	Por que, a escolha desses tipos de produtos?
5	Como é a relação com os clientes e a comercialização?

INFORMAÇÕES OBTIDAS A PARTIR DO ROTEIRO:

1 Surgiu através do sonho de dois amigos, que assim como, muitos jovens queriam abrir o próprio negócio. Tinham o sonho de começar numa garagem e ir pro mundo, algo que ainda está em construção.

2 Sim, porque buscaram fornecer produtos criativos e inovadores que estão disponíveis no mercado externo para atender aos seus clientes em diversas situações, tendo bastante foco em presentear alguém com algo significativo para a pessoa.

3 Acima de tudo, a satisfação do cliente com entrega de um produto criativo e de qualidade.

4 Porque identificaram que as pessoas queriam algo criativo para presentear alguém, seja um amigo, parente, namorado(a) ou a si mesmo, as pessoas valorizam a criatividade, pois não é qualquer presente que uma pessoa recebe, que a faz se sentir amada. Por isto, buscaram entregar ao seus clientes a chance de ver nos olhos da pessoa presenteada aquela sensação gostosa e aquele sentimento em quem presenteou de: Acertei!

6 A comercialização ocorre por meio de loja Virtual, através do site da empresa. Possuem um canal muito aberto com cliente, aceitando sugestões, críticas e elogios por meio do site e redes sociais. Fazem vídeos de demonstração de todos os produtos. A Venda ocorre exclusivamente ao consumidor final e apenas na loja online. A entrega é feita por correio e também através de transportadora parceira e atende todo o Brasil.

4.1 HISTÓRICO DA EMPRESA

A Traz pra cá é uma empresa que realiza a importação de produtos para revenda no mercado interno, através de sua loja virtual, especializada em presentes criativos. Vem revolucionando a web pelo que entrega aos seus clientes através de seus produtos (ESTADÃO, 2017).

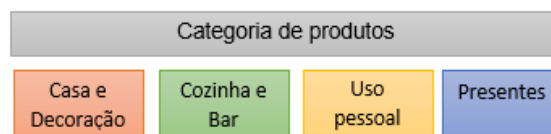
É uma empresa gaúcha criada em 2010, por dois jovens que desejavam abrir o próprio negócio, com foco em algo criativo e diferente. A missão da empresa é oferecer aos clientes tudo que se procura em um só lugar e o objetivo é atender o consumidor do século XXI, oferecendo-lhe uma gama diversificada de produtos diferenciados, prestando um bom atendimento. O público alvo são pessoas que estão ligadas no novo e vivem em um mundo conectado. (TRAZ PRA CÁ, 2019).

4.1.1 Tipos de produtos

A figura 4 demonstra a divisão por categoria dos produtos que a empresa fornece. Todas as categorias possuem produtos criativos e se referem a itens inovadores, muitas vezes pela utilidade e facilitação de alguma atividade, quanto por uma questão de personalidade,

aparência e diferenciação, não são produtos convencionais.

Figura 4 - Categoria de produtos



Fonte: Elaborado pelo autor com base no ambiente virtual de comercialização da empresa Traz pra cá.

Em alguns casos pode existir um fator que coloque determinado produto numa posição de normalidade, porém existe uma característica que o sobrepõe a outros produtos da mesma categoria, esta característica muitas vezes, nem sempre é algo plenamente exclusivo ou muito inovador, mas pode ter um apelo diferente para determinadas pessoas, o que viabiliza a comercialização. (TRAZ PRA CÁ, 2019).

Muitos desses produtos não estão disponíveis no Brasil, por isto a necessidade de importação. Em sequência alguns exemplos de produtos:

Figura 5 - Luminária lua cheia



Fonte: Traz pra cá

Luminária réplica da lua cheia, possui três opções de iluminação branco quente, branco frio e amarelo e para alterar, basta bater de leve com a palma da mão na superfície da luminária.

Figura 6 - Mosquiteiro para portas- *Magic mesh*



Fonte: traz pra cá

Produto conta com 18 imãs localizados estrategicamente, para quando alguém passar a rede se fechar sozinha.

Figura 7 - Soprador manual de churrasqueira e lareira



Fonte: Traz pra cá

Para ascender o carvão em poucos minutos, funciona através de manivela.

Na categoria cozinha e bar, alguns exemplos de produtos são:

Figura 8 - Debulhador de milho



Fonte: Traz pra cá

Remove o milho facilmente de forma rápida e segura. É preciso colocar o cortador na extremidade do sabugo e pressionar para baixo.

Figura 9 - Desodorizador de geladeira



Fonte: Traz pra cá

Livra a geladeira de maus odores, funciona por 3 meses.

Figura 10 - Copo de caveira



Fonte: Traz pra cá

Copo inspirado em uma lenda maia, possui um formato de crânio na parte interior do copo.

Figura 11 - Caneca de vidro duplo com formato de coração



Fonte: Traz pra cá

Possui formato de coração e parede de vidro dupla que mantém por mais tempo a temperatura.

Figura 12 - Óculos preguiçoso para leitura



Fonte: Traz pra cá

Óculos para leitura relaxada, sem precisar ficar com a cabeça inclinada, pois possui lente que direciona a visão para baixo em 90°.

Figura 13 - Umidificador de ar torre



Fonte: Traz pra cá

Deixa a umidade do ar na medida e agradável, possuindo um belo design. Funciona com cabo USB.

Figura 14 - Mochila antifurto com USB



Fonte: Traz pra cá

Os zíperes da mochila ficam em locais escondidos, possui bolsos e abas externas protetores para dificultar o ato de pessoas mal intencionadas. Também é impermeável e possui o embute USB para conectar o carregador portátil que fica por dentro da mochila, enquanto a pessoa pode carregar e continuar utilizando o Smartphone.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo em geral é o que induz a evolução de muitas ideias no mundo, pois são os empreendedores que surgem com negócios e ideias criativas, as vezes únicas e sempre autênticas, que atendem uma ou mais necessidades, e vontades do consumidor. O empreendedorismo ocorre de diversas formas e nos diversos ramos, e na importação, poder ser um caminho bastante viável, pois é importante para economia dos países, traz produtos com tecnologia e diferenciais que muitas vezes ainda não são encontrados no mercado interno. Empreender na importação de produtos criativos para revenda no mercado interno é um setor com bastante campo de oportunidade, tem uma proposta diferenciada e bem conectada com o que acontece atualmente com o consumidor, que realmente busca algo mais característico e diferenciado, que trazem melhoria nas atividades desempenhadas, algo útil e inovador.

Sobre a empresa Traz Pra Cá, é possível observar que a ideia surgiu pelo espírito empreendedor, pela vontade dos dois jovens em ter o próprio negócio, mas que foi além

pois, não se focou em ideias básicas já existentes, buscou se algo novo, os dois conseguiram identificar a necessidade de determinados grupos de clientes, uma necessidade que não era muito explorada, por isto, o foco da ideia foi entregar algo que os consumidores precisavam, algo que queriam. Dessa forma, os dois amigos conseguiram investir em diferencial e inovação, com a abertura da loja virtual levam produtos criativos e diferenciados, com a comodidade de entrega, prezando pela qualidade do produto que importam e que fornecem para seus clientes no mercado interno. O sucesso da empresa ainda se demonstra pelo fato de ter tido uma estratégia de entregar valor ao cliente, um valor sentimental que não tem preço, e quanto a ideia por ter buscado atender uma necessidade de consumo dos clientes com foco na qualidade e criatividade dos produtos, que nos muitos casos atende ou vai além do que a pessoa busca.

Ou seja, para empreender na importação é preciso identificar oportunidades, é preciso estar atento, estudar quais são os produtos ou serviços com demanda, como foi o caso da empresa Traz pra cá. Existe bastante campo para expansão na importação de produtos criativos, ainda não existem muitas lojas virtuais ou até lojas físicas com foco nestes tipos de produtos, e este é um fator que os empreendedores devem aproveitar. Foi possível ver que ideia do negócio da empresa, desde o começo foi focada em algo novo, diferente e autêntico, com a finalidade de entregar valor ao cliente e não somente preço, tendo a intenção de entregar algo que excede

as expectativas do cliente, que vai além do produto, com a intenção de despertar um sentimento em quem vai receber o produto. E é isto que move um verdadeiro empreendedor, ele pensa além e por isto consegue se inserir no mercado e permanecer em atividade sendo referência, como é o caso da empresa traz pra cá.

REFERÊNCIAS

ABSTARTUPS. **Startup base**. 2019. Disponível em:<<https://startupbase.abstartups.com.br/sta-ts>>. Acesso em 29 mar. 2019.

BONFIM, L. **Como trabalhar com importação**. 2017. Disponível em:<<http://www.administradores.com.br/artigos/empreendedorismo/como-trabalhar-com-importacao/107113/>>. Acesso em 28 ago. 2018.

BRITO, A. M.; PEREIRA, P. S.; LINARD, A. P.; **Empreendedorismo**. 2013. Disponível em:<http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos/ifce/tecnico_edificacoes/empreendedorismo.pdf>. Acesso em 20 jul. 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. PDF. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. 2007. Disponível em:<<https://goo.gl/Gt1yTL>>. Acesso em 25 jul. 2018.

DIEZ, R. R.; **Carta aos empresários que atuam no comércio exterior brasileiro**. 2016. Disponível em:<<https://www.ibe.edu.br/carta-aos-empresarios-que-atuam-no-comercio-externo-brasileiro/>>. Acesso em 28 ago. 2018

DORNELAS, J.C.A.; **Empreendedorismo Corporativo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, J.C.A.; **Empreendedorismo:** Transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

EGESTOR. **Como abrir uma empresa de importação e exportação.** 2017. Disponível em: <<https://blog.egestor.com.br/como-abrir-uma-empresa-de-importacao-e-exportacao/>>. Acesso em 28 ago. 2018.

EGESTOR. **Empreendedorismo no Brasil:** Uma análise detalhada. 2016. Disponível em: <<https://blog.egestor.com.br/empreendedorismo-no-brasil/>>. Acesso em 25 ago. 2018.

ENDEAVOR BRASIL. **Comércio Exterior:** Como expandir fronteiras. 2017. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/estrategia-egestao/comercio-exterior/>>. Acesso em 29 ago. 2018

ENDEAVOR BRASIL. **Importação vantagem ou desvantagem?** 2017. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/operacoes/importacao/>>. Acesso em 28 ago. 2018.

ESTADÃO. **Conheça o TrazpraCa.com a loja virtual especializada na venda de presentes criativos.** 2017. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/relases-ae,conheca-o-trazpracacom-a-loja-virtual-especializada-na-venda-de-presentes-criativos,70001697449>>. Acesso em 25 abr. 2019.

KOHLER, C. R.; **Importar ou exportar?** Qual a melhor saída para o empreendedor brasileiro. 2017. Disponível em: <<http://acaojr.com.br/importar-ou-exportar-qual-melhor-saida-para-o-empreendedor-brasileiro/>>. Acesso em 28 ago. 2018.

MONACO, T.; **4 Dicas para sua empresa começar a exportar.** 2016. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2016/05/4-dicas-para-sua-empresa-comecar-exportar.html>>. Acesso em 26 ago. 2018.

SANTANDER. **Formas de estabelecer o comércio exterior em um negócio.** 2017. Disponível em: <<https://santandernegocioseempresas.com.br/detalhe-noticia/formas-de-estabelecer-o-comercio-exterior-em-um-negocio.html>>. Acesso em 28 ago. 2018.

SEBRAE. **Relatório: Empreendedorismo e o mercado de trabalho.** 2017. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/70d1237672d36de1ba87890e4cb251cc/\\$File/7737.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/70d1237672d36de1ba87890e4cb251cc/$File/7737.pdf)>. Acesso em 28 ago. 2018.

STARTUP RANKING. **Startups per country.** 2019. Disponível em: <<https://www.startupranking.com/countries>>. Acesso em 29 mar. 2019.

TERRA. **Empreendedorismo no Brasil: avanços e dificuldades fazem o brasileiro empreender.** 2017. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/dino/empreendedorismo-no-brasil-avancos-e-dificuldades-fazem-o-brasileiro-empreender_ab3e144371ff58a1a1edcfd0920265d0ficzob73.html>. Acesso em 29 ago. 2018.

TRAZ PRA CÁ. **Pagina Facebook.** 2019. Disponível em: <https://www.facebook.com/pg/TrazpraCa/about/?ref=page_internal>. Acesso em 22 abr. 2019.

TRAZ PRA CÁ. **Presentes criativos.** 2019. Disponível em: <<https://www.trazpraca.com/>>. Acesso em 24 abr. 2019.

VENUS CARGO. **Importação de produtos. Como a importação pode ser o caminho para o empreendedorismo.** 2018. Disponível em: <<http://blog.venuscargo.com.br/importacao-de-produtos-como-a-importacao-pode-ser-o-seu-caminho-para-o-empreendedorismo/>>. Acesso em 26 mar. 2019.