

MOVE+
SEBRAE

ESTE MANUAL É PARTE INTEGRANTE DO PROGRAMA
SEBRAE DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS
Junho, 2025

**MANUAL DE
BOAS PRÁTICAS PARA
MISSÕES
EMPRESARIAIS
INTERNACIONAIS**

+ PARCERIA + ORIENTAÇÃO + VENDAS



Por que um manual de boas práticas?

As missões internacionais do Sebrae atendem públicos diversos – MPEs e Startups, de diferentes setores e regiões do Brasil – com objetivos variados em suas jornadas de internacionalização. Para garantir que todas essas ações sejam conduzidas com qualidade, consistência e foco em resultados, este manual propõe diretrizes comuns para a preparação e execução das Missões Internacionais. A proposta é alinhar metodologias e fortalecer a atuação em rede, preservando a autonomia das UFs e, ao mesmo tempo, potencializando os resultados em nível nacional, com mais impacto, aproveitamento estratégico e reconhecimento institucional.

Sumário

- Apresentação **4**
1. O Programa de Internacionalização de Pequenos Negócios **5**
 2. Objetivos das Missões Internacionais Empresariais **7**
 3. Tipologia de Missões **9**
 4. Preparação e Apoio ao Empresário **13**
 5. Métricas e Monitoramento de Resultados **26**
 6. Colaboração entre UFs **30**
 7. Coordenação Estratégica e Integração Nacional **34**
 8. Comunicação e Disseminação de Resultados **37**
 9. Inteligência de mercado **40**
 10. Recomendações Finais **43**



Apresentação

Este manual foi elaborado com o propósito de orientar, padronizar e qualificar a realização de Missões Internacionais promovidas pelo Sebrae no âmbito do Programa de Internacionalização de Pequenos Negócios.

Além de orientar a prática, o documento também busca fomentar a integração entre as unidades do Sebrae, promovendo o compartilhamento de experiências e a construção de um portfólio nacional coeso e qualificado de missões internacionais.

Sua elaboração teve como base três pilares principais:

1. Os ricos debates ocorridos durante workshops de cocriação que reuniram representantes do Sebrae de diversas unidades, tais como Unidade de Acesso a Mercados, Inovação, Relacionamento com Cliente, Educação Empreendedora, Assessoria Internacional e da ApexBrasil.
2. O conjunto de insights e descobertas, somados ao conhecimento gerado nas etapas de pesquisa e desenvolvimento do Programa de Internacionalização de Pequenos Negócios Sebrae;
3. Uma profunda análise de tendências e demandas do mercado internacional para pequenos negócios

O manual é resultado direto da escuta ativa e do compromisso coletivo em fortalecer a atuação nacional do Sebrae na internacionalização.

Ele propõe diretrizes comuns, respeitando as especificidades regionais, e visa apoiar a execução de missões mais estratégicas, eficazes e com maior impacto para os pequenos negócios brasileiros.

1

O Programa Sebrae de Internacionalização de Pequenos Negócios

O Programa Sebrae de Internacionalização de Pequenos Negócios tem como propósito apoiar micro e pequenas empresas, além de startups brasileiras, na sua inserção estratégica e sustentável nos mercados internacionais.

A partir de uma abordagem orientada por fases, o Programa oferece soluções integradas de capacitação, qualificação e apoio contínuo ao longo de toda jornada de internacionalização, atendendo às demandas específicas e às oportunidades de cada segmento.

Nesse contexto, as Missões Internacionais se consolidam como uma das principais portas de entrada dos clientes na jornada de internacionalização. Seja por meio de experiências de imersão, visitas técnicas, participação em feiras, rodadas de negócios ou agendas institucionais, as missões permitem o primeiro contato direto com o ambiente internacional, despertam o interesse dos empresários e posicionam o tema da internacionalização como uma oportunidade real e acessível.



O papel das missões internacionais na Internacionalização das MPEs

Além de seu papel estratégico direto na jornada dos pequenos negócios, as Missões Internacionais assumem também uma função relevante como instrumento de pesquisa de mercado, prospecção de negócios e identificação de inovações aplicáveis.

Ao permitir o contato direto dos empreendedores com ecossistemas internacionais, tendências setoriais, práticas empresariais consolidadas e oportunidades comerciais, essas experiências aceleram o aprendizado, ampliam a visão estratégica e favorecem a adoção de melhorias nos modelos de negócio.

Por seu potencial de impacto – tanto para os pequenos negócios quanto para a qualificação do próprio Sebrae – as missões merecem ser tratadas com projeção, planejamento e consistência.

Este manual de boas práticas nasce com esse propósito: orientar, qualificar e valorizar as missões internacionais como uma política institucional relevante, que contribui diretamente para ampliar a competitividade e a presença internacional dos pequenos negócios brasileiros.



É fundamental que as Missões Internacionais sejam reconhecidas não apenas como uma ação pontual, mas como um serviço estratégico e estruturado oferecido pelo Sebrae ao mercado. Sua capacidade de mobilizar empresários, estimular novos aprendizados, gerar conexões internacionais e fomentar a inovação institucional as posiciona como um dos pilares mais dinâmicos do Programa de Internacionalização.

2

Objetivos das Missões Internacionais Empresariais

As missões internacionais representam um dos instrumentos mais eficazes para promover a inserção competitiva de MPEs e Startups no mercado global.

Ao serem bem estruturadas, as missões funcionam como um catalisador:

- **Aproximam empresários de tendências, oportunidades e parceiros internacionais;**
- **Ampliam sua visão de mundo;**
- **Aceleram o processo de tomada de decisão sobre internacionalização.**

Ter **clareza sobre os objetivos estratégicos das missões é essencial** para garantir que elas cumpram seu papel dentro da jornada de internacionalização promovida pelo Sebrae.

Além disso, os objetivos das missões orientam todas as etapas do processo: seleção de participantes, curadoria de atividades, definição de indicadores e avaliação de resultados. A ausência de objetivos claros pode comprometer o engajamento, a efetividade e o aproveitamento da experiência por parte dos empresários.



As missões empresariais devem estar sempre conectadas à lógica da Jornada de Internacionalização do cliente e a objetivos estratégicos bem definidos.

> Objetivos das Missões Internacionais <



1. Promover a geração de negócios internacionais, seja via exportação, importação ou parcerias estratégicas.



2. Ampliar a competitividade das MPEs e startups brasileiras por meio da exposição a novas tecnologias, mercados e práticas de gestão, acelerando o aprendizado empresarial por meio de benchmarking, observação de tendências e visitas técnicas a referências globais.



3. Facilitar a inserção em redes internacionais de inovação, especialmente no caso de startups e negócios tecnológicos.



4. Apoiar a construção de relações institucionais com organismos internacionais e parceiros estratégicos para os estados e Sebrae Nacional.

3

Tipologias de Missões

A definição de tipologias para as missões internacionais é fundamental para garantir o alinhamento entre os objetivos estratégicos do Sebrae, o perfil das empresas participantes e os resultados esperados.

Cada tipo de missão possui uma natureza específica e, portanto, exige uma preparação distinta, instrumentos de avaliação adequados e indicadores próprios.

As Missões Empresariais se organizam em duas tipologias: **Missões de Negócios e Imersões Empresarial.**

CATEGORIA	TIPOLOGIA	OBJETIVOS	RESULTADOS ESPERADOS
MISSÕES EMPRESARIAIS 	de Negócios	<ul style="list-style-type: none"> > Conhecer o mercado > Gerar negócios 	<ul style="list-style-type: none"> > Exportar > Importar > Captar investimentos > Firmar parcerias > Abrir operação em outros países
	Imersão Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> > Networking > Benchmarking > Buscar por inovações e boas práticas 	<ul style="list-style-type: none"> > Aumentar a competitividade > Inovar nos processos e produtos

Missões Empresariais



As missões empresariais são aquelas que envolvem diretamente MPEs e Startups atendidas pelo Sebrae. Elas têm como foco principal o desenvolvimento dos negócios participantes, promovendo sua inserção no mercado internacional por meio da aproximação comercial, do acesso a inovações e da geração de oportunidades concretas.

SUBTIPOS:

- **Missão de Negócios:** voltada à exportação, importação, parcerias e geração direta de negócios. Também pode ser referida como ‘Missão Comercial’.
- **Missão de Imersão Empresarial:** permite o contato com tendências, boas práticas e benchmarks internacionais, contribuindo para a inovação e aumento da competitividade. Também pode ser referida como ‘Missão de benchmarking’ ou ‘Missão prospectiva’.

CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS:

- Participação direta de empresas
- Preparação específica (comercial, estratégica, cultural)
- Indicadores voltados a resultados empresariais: negócios gerados, planos implementados, inovações

Tipologias de Missões Empresariais



	MISSÃO DE NEGÓCIOS	IMERSÃO EMPRESARIAL
Participantes	Empresas e Startups clientes do Sebrae	Empresas e Startups clientes do Sebrae
Resultados esperados	Exportações, Importações, Parcerias	Aumentar a competitividade, Inovar nos processos e produtos
Indicadores	Nº de negócios, contatos gerados, valor de negócios gerados	Planos de inovação, melhorias implementadas
Impacto para o pequeno negócio	Direto para o aumento do volume de vendas	Direto para a implementação de inovações



Por que a definição de tipologias é importante?

A categorização das missões internacionais é fundamental para garantir que cada ação seja planejada com intencionalidade, foco estratégico e critérios de avaliação compatíveis com sua natureza.

- ❑ Essa estrutura permite alinhar os objetivos específicos de cada missão ao perfil dos participantes e às demandas do mercado-alvo, assegurando **maior efetividade na preparação, execução e acompanhamento;**
- ❑ Possibilita a preparação prévia e direcionada dos empresários, de acordo com o tipo de missão – etapa considerada decisiva para a efetividade das ações e para a **conversão da experiência internacional em resultados práticos para os negócios;**
- ❑ A adoção de uma tipologia comum entre as Unidades da Federação viabiliza a **consolidação de resultados em nível nacional;**
- ❑ Os dados coletados em cada estado podem ser somados de maneira estruturada, **gerando indicadores estratégicos que demonstram de forma robusta o impacto das ações do Sebrae** no processo de internacionalização dos pequenos negócios brasileiros;
- ❑ Essa abordagem **fortalece a capacidade institucional de comunicar resultados**, orientar investimentos e ampliar o reconhecimento do programa junto a parceiros e à sociedade.

4

Preparação e Apoio ao Empresário

A efetividade de uma missão internacional está diretamente ligada à qualidade da preparação e do suporte oferecido aos empresários **Antes, Durante e Após** a experiência.

Missões sem acompanhamento estruturado correm o risco de se tornarem ações pontuais e com baixo retorno. Por outro lado, quando há alinhamento prévio de expectativas, curadoria de conteúdo, orientação estratégica e acompanhamento posterior, as chances de geração de resultados concretos – como negócios, parcerias e inovações aplicadas – aumentam significativamente.

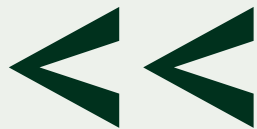
AÇÕES RECOMENDADAS:

- << **ANTES_ Planejamento da missão e capacitação dos empresários para que estejam preparados técnica e estrategicamente.**
- > **DURANTE_ Acompanhamento das atividades, orientação aos participantes.**
- >> **DEPOIS_ Apoios para transformar a experiência em resultados concretos.**



Uma preparação bem conduzida contribui para o engajamento dos participantes, fortalece a imagem institucional do Sebrae e otimiza o investimento público realizado.

Antes da Missão



A fase de preparação antes da missão é essencial para **alinhar expectativas, planejar estrategicamente e garantir que tanto a missão quanto os empresários estejam prontos para aproveitar as oportunidades internacionais.**

Nessa etapa, a equipe técnica do Sebrae é responsável por estruturar o escopo da missão com base em inteligência de mercado, selecionar os destinos, definir os critérios de participação e organizar toda a logística e curadoria das atividades.

Paralelamente, os empresários selecionados passam por um processo de qualificação técnica e estratégica, que inclui cursos, mentorias e planejamento individual. A combinação entre um bom desenho institucional e uma preparação sólida dos participantes é o que assegura maior efetividade, engajamento e geração de resultados concretos ao longo da missão.

Nesta fase são recomendadas ações de preparação em duas frentes:

FRENTE DE AÇÃO	AÇÃO RECOMENDADA
PREPARAÇÃO DA MISSÃO	<ul style="list-style-type: none"> ● Estruturação da missão com base em inteligência de mercado ● Estabelecimento de parcerias nacionais e internacionais ● Curadoria de eventos e visitas técnicas ● Planejamento logístico e operacional ● Elaboração de editais com critérios técnicos claros ● Divulgação da missão no calendário nacional de eventos ● Seleção de empresas com potencial estratégico
PREPARAÇÃO DO EMPRESÁRIO	<ul style="list-style-type: none"> ● Cursos online e quizzes ● Preparação em Formação de preços para exportação ● Preparação de Proposta comercial estruturada (Pitch de vendas) ● Adequação de produtos ● Estratégia de negociação internacional ● Inteligência de mercado ● Imersão cultural ● Plano de aproveitamento da missão ● Canvas de Internacionalização ● Caderno prospectivo ● Webinars e mentorias com especialistas do país de destino

Antes da Missão



Ações de preparação da missão



<< Estruturação da missão com base em inteligência de mercado

A escolha do país, do evento e das agendas de visita deve ser guiada por dados consistentes de mercado, comércio exterior, tendências setoriais e demandas empresariais regionais. Isso garante que a missão tenha foco estratégico e potencial de gerar oportunidades reais para os participantes.



<< Curadoria de eventos e visitas técnicas

A programação deve incluir visitas técnicas dirigidas, reuniões exclusivas, experiências imersivas e espaços de networking. As atividades devem ser planejadas com objetivos claros e especificação dos resultados esperados. A curadoria bem-feita qualifica a missão e maximiza o aproveitamento dos empresários.



<< Planejamento logístico e operacional

A fase de planejamento da missão deve considerar aspectos como transporte, hospedagem, alimentação, tradutores/intérpretes, deslocamentos internos, seguros e infraestrutura de apoio no país de destino. Mesmo em caso de não serem subsidiados pela organização do evento, é importante garantir que a logística é viável e segura aos participantes. Esse planejamento é essencial para garantir a fluidez da experiência e o bem-estar dos participantes.



<< Seleção de empresas com potencial estratégico

A seleção deve considerar o alinhamento entre o perfil da empresa e os objetivos da missão. Empresas com produtos adequados ao mercado-alvo, capacidade produtiva e interesse genuíno na internacionalização tendem a obter melhores resultados.

Antes da Missão



Ações de preparação da missão



<< **Elaboração de editais com critérios técnicos claros**

Editais transparentes, com critérios de seleção baseados em plano de negócio, maturidade da empresa, aderência ao mercado-alvo e compromisso com o pós-missão, aumentam a qualidade do grupo e o engajamento dos selecionados.



<< **Estabelecimento de parcerias nacionais e internacionais**

A articulação com entidades como ApexBrasil, Embaixadas, Câmaras de Comércio, Governos locais, Hubs de inovação e Operadores internacionais contribui para ampliar o alcance e a qualidade da missão, além de agregar credibilidade e abrir portas para novos canais comerciais ou institucionais.



<< **Divulgação da missão no calendário nacional de eventos**

Todas as missões devem ser comunicadas por meio de um calendário nacional integrado, garantindo visibilidade entre as UFs, incentivando a troca de experiências, o aproveitamento de sinergias regionais e a possibilidade de organização de ações conjuntas. Essa prática também contribui para evitar sobreposições e otimizar recursos institucionais.

Antes da Missão



Ações de preparação do empresário



<< Cursos online e quizzes

Disponibilizar trilhas introdutórias sobre comércio exterior, cultura de negócios global, propriedade intelectual, entre outros, com avaliação interativa. Garante nivelamento mínimo entre os participantes e otimiza o tempo presencial da missão.

Formatos possíveis: Cursos Online

Para quem: empresários que participam de missões com objetivo de fechamento de negócios.

Tipologia de Missão: Missões empresariais de negócios



<< Preparação em Formação de preços para exportação

Apoio em precificação internacional, incluindo composição de custos, margens, tributos e condições comerciais. Evita propostas inadequadas e garante maior competitividade frente aos padrões internacionais.

Formatos possíveis: Oficinas práticas, Webinars ou serviços de consultoria e apoio técnico especializado.

Para quem: empresários que participam de missões com objetivo de fechamento de negócios.

Tipologia de Missão: Missões empresariais de negócios



<< Preparação de Proposta comercial estruturada (Pitch de vendas)

Auxiliar o empresário na formatação de propostas comerciais com dados claros sobre produto, logística, prazos e formas de pagamento. Pode aumentar a chance de conversão em rodadas de negócio.

Formatos possíveis: Oficinas práticas, Webinars ou serviços de consultoria e apoio técnico especializado.

Para quem: empresários que participam de missões com objetivo de fechamento de negócios.

Tipologia de Missão: Missões empresariais de negócios

Antes da Missão



Ações de preparação do empresário



<< Adequação de produtos

Orientar quanto a exigências técnicas, adaptação de embalagens, rótulos multilíngues e certificações exigidas. Evita barreiras comerciais e melhora a receptividade do produto no mercado internacional.

Formatos possíveis: Oficinas práticas, Webinars ou serviços de consultoria e apoio técnico especializado.

Para quem: empresários que participam de missões com objetivo de fechamento de negócios.

Tipologia de Missão: Missões empresariais de negócios



<< Estratégia de negociação internacional

Conhecimento sobre tipos de contrato, negociação intercultural e gestão de follow-ups. Capacita o empresário a atuar com mais segurança e autonomia em encontros com compradores estrangeiros.

Formatos possíveis: Oficinas práticas com dinâmicas de simulação de negociação, Webinars ou serviços de consultoria e apoio técnico especializado.

Para quem: empresários que participam de missões com objetivo de fechamento de negócios.

Tipologia de Missão: Missões empresariais de negócios



<< Inteligência de mercado

Disponibilizar materiais de inteligência de mercado com foco no país de destino, contemplando dados econômicos, tendências de consumo, cadeias produtivas e potenciais concorrentes. Permite que o empresário conheça o contexto em que atuam seus pares internacionais e reflita sobre como preparar sua viagem.

Formatos possíveis: Relatórios, materiais didáticos, Webinars, Oficinas de preparação.

Para quem: empresários que participam de missões com objetivo de fechamento de negócios ou de benchmarking.

Tipologia de Missão: Missões empresariais de negócios, Imersão empresarial

Antes da Missão



Ações de preparação do empresário



<< Imersão cultural

Conhecimento sobre etiqueta de negócios, códigos culturais, costumes de consumo e diferenças na forma de negociação. Evita ruídos de comunicação, amplia a empatia e aumenta a capacidade de estabelecer relações comerciais produtivas.

Formatos possíveis: Materiais didáticos, Webinars, oficinas presenciais de preparação.

Para quem: empresários que participam de missões com objetivo de fechamento de negócios ou de benchmarking.

Tipologia de Missão: Missões empresariais de negócios, Imersão empresarial



<< Plano de aproveitamento da missão

Elaboração de um plano com objetivos específicos para a participação na missão, metas e estratégias de aplicação dos aprendizados, validado por um orientador técnico do Sebrae. Direciona a participação, evita dispersão e cria um compromisso com a posterior implementação de melhorias.

Formatos possíveis: Plano de ação.

Para quem: empresários que participam de missões com objetivo de fechamento de negócios ou de benchmarking.

Tipologia de Missão: Imersão empresarial, Missões empresariais de negócios



<< Canvas de Internacionalização

Mapear elementos-chave como segmento-alvo, proposta de valor internacional, canais, adaptação de produto, recursos-chave, entre outros. Ajuda a estruturar o pensamento estratégico sobre a inserção da Startup em outros mercados.

Formatos possíveis: Canva.

Para quem: Startups.

Tipologia de Missão: Imersão empresarial, Missões empresariais de negócios

Antes da Missão



Ações de preparação do empresário



<< Caderno prospectivo

Documento com dados de mercado, players relevantes, termos técnicos do segmento e pré-agenda de atividades. Dá suporte prático e contextualizado ao empresário, favorecendo a autonomia e o foco durante a missão.

Formatos possíveis: Caderno.

Para quem: empresários que participam de missões com objetivo de fechamento de negócios ou de benchmarking.

Tipologia de Missão: Missões empresariais de negócios, Imersão empresarial



<< Webinars e mentorias com especialistas no país de destino

Encontros online com convidados do ecossistema internacional, em temas como acesso a capital, entrada em novos mercados, validação de produto e expansão. Conecta previamente os empresários com realidades globais e abre espaço para orientação prática antes do embarque.

Formatos possíveis: Webinars e mentorias.

Para quem: empresários que participam de missões com objetivo de fechamento de negócios ou de benchmarking.

Tipologia de Missão: Missões empresariais de negócios, Imersão empresarial

Durante a Missão




Acompanhamento das atividades, apoio aos participantes

Durante a realização da missão, o **Sebrae atua como facilitador e articulador**, garantindo que os empresários tenham acesso pleno às experiências, conexões e agendas previamente planejadas.

A atuação ativa da equipe técnica pode incluir acompanhamento individualizado, orientação em tempo real, estímulo à interação entre os participantes e apoio logístico no território de destino.

Além disso, estratégias como roteiros personalizados, grupos de comunicação instantânea e subgrupos temáticos por perfil de maturidade contribuem para potencializar o aproveitamento da missão.

Essa presença estruturada do Sebrae no campo permite agilidade nas decisões, fortalecimento das conexões e melhor aproveitamento das oportunidades comerciais e institucionais.

FRENTE DE AÇÃO	AÇÃO RECOMENDADA
APOIO AO EMPRESÁRIO 	<ul style="list-style-type: none"> ● Distribuição de guias personalizados e roteiros por empresa ● Criação de grupos de comunicação em tempo real ● Em caso de grandes grupos, formação de subgrupos por maturidade ou setor ● Realização de visitas técnicas e participação em eventos estratégicos ● Atuação ativa da equipe Sebrae com apoio in loco

Durante a Missão



Ações de apoio *in loco* ao empresário



> Distribuição de guias personalizados e roteiros por empresa

Cada empresário deve receber um roteiro individual com foco nos seus objetivos, incluindo sugestões de contatos, eventos e visitas técnicas alinhadas ao seu plano de ação.



> Criação de grupos de comunicação em tempo real

Utilização de ferramentas como WhatsApp ou Telegram para alinhamento logístico, envio de alertas e compartilhamento de aprendizados entre os participantes, fortalecendo a coesão do grupo.



> Em caso de grandes grupos, formação de subgrupos por maturidade ou setor

Divisão dos participantes em grupos menores com interesses ou perfis similares para promover sinergias, trocas mais qualificadas e atuação conjunta em determinados momentos da agenda.



> Realização de visitas técnicas e participação em eventos estratégicos

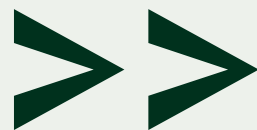
Presença em feiras, exposições, rodadas de negócio, além de visitas a empresas, centros de inovação e instituições locais. A missão deve ser imersiva e conectada ao ecossistema local.



> Atuação ativa da equipe Sebrae com apoio in loco

A equipe Sebrae deve estar presente para acompanhar os empresários, realizar articulações de última hora, registrar informações e promover conexões (matchmaking) com players locais.

Após a Missão




Transformar a experiência em resultados concretos

O pós-missão é o momento de consolidar os aprendizados e transformar a experiência internacional em ação estratégica. O **Sebrae deve assumir um papel ativo na escuta e análise dos resultados**, promovendo atividades como eventos de retorno, consultorias personalizadas e apoio técnico para fechamento de negócios e novas oportunidades.

Também é essencial manter o **acompanhamento estruturado dos impactos ao longo do tempo** – em ciclos

de 3, 6 e 12 meses – para mensurar resultados reais como exportações realizadas, parcerias firmadas e inovações aplicadas. Uma abordagem cuidadosa no pós-missão é o que garante continuidade, aprendizado institucional e sustentabilidade dos esforços de internacionalização.

FRENTE DE AÇÃO	AÇÃO RECOMENDADA
<p>ACOMPANHAMENTO E POTENCIALIZAÇÃO DE RESULTADOS</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aplicação de pesquisas de avaliação e coleta de feedbacks ● Realização de eventos de apresentação de resultados ● Oferta de consultorias personalizadas ● Apoio no fechamento de negócios e novas oportunidades ● Produção de materiais orientativos ● Acompanhamento contínuo dos impactos (3, 6 e 12 meses)

Após da Missão



Ações de acompanhamento dos resultados



>> Aplicação de pesquisas de avaliação e coleta de feedbacks

Levantamento estruturado da experiência e dos resultados percebidos pelos empresários, incluindo resultados de negócios e sugestões de melhoria.



>> Realização de eventos de apresentação de resultados

Sessões públicas ou internas para compartilhamento de aprendizados, cases e reflexões, promovendo inspiração e transparência.



>> Oferta de consultorias personalizadas

Apoio às empresas para implementarem ações práticas em suas empresas a partir dos conhecimentos adquiridos e ideias geradas na missão.



>> Apoio no fechamento de negócios e novas oportunidades

Intermediação ou facilitação de contatos pós-missão, apoio no envio de propostas, contratos e trâmites comerciais.



>> Produção de materiais orientativos

Disseminação do conteúdo produzido em formato diversos, como palestras, material no portal Sebrae, podcasts entre outros, que possam apoiar outras empresas ou futuras missões.



>> Acompanhamento contínuo dos impactos (3, 6 e 12 meses)

Monitoramento dos resultados gerados em médio prazo: exportações, parcerias, inovações implantadas, novos mercados acessados.



Por que o apoio às empresas Antes, Durante e Depois da participação nas missões é importante?

Quando essas três etapas são conduzidas de forma integrada, o Sebrae potencializa os resultados, fortalece a competitividade das Micro e Pequenas Empresas e consolida sua atuação como agente estratégico da internacionalização dos pequenos negócios brasileiros.

- ❑ A preparação prévia **qualifica os participantes, alinha expectativas e garante que cada empresa esteja estrategicamente posicionada** para aproveitar as oportunidades da missão;
- ❑ O suporte durante a missão **assegura a fluidez das atividades, maximiza o aproveitamento das agendas e promove conexões relevantes** com o mercado-alvo;
- ❑ Já o acompanhamento pós-missão é o que **consolida os aprendizados, impulsiona a geração de negócios e sustenta o impacto** ao longo do tempo.

5

Comunicação e Disseminação de Resultados

A comunicação dos resultados das missões internacionais é um **fator decisivo para ampliar o alcance, a legitimidade e o impacto** institucional do Programa de Internacionalização do Sebrae.

Quando bem planejada, a disseminação de resultados fortalece a percepção de valor das ações junto aos empresários, aos parceiros estratégicos, à imprensa e à sociedade em geral. Além disso, contribui para a

mobilização de novos públicos, a inspiração de outras empresas e a valorização do conhecimento gerado ao longo das experiências internacionais.

Tornar os resultados visíveis – de forma clara, atrativa e acessível – é também uma forma de prestar contas à sociedade e de fortalecer o posicionamento do Sebrae como acelerador da competitividade internacional das MPEs e Startups brasileiras.



A comunicação deve ir além de registros pontuais ou institucionais, estruturando-se como uma estratégia integrada e contínua de valorização da experiência, capaz de traduzir os aprendizados, impactos e oportunidades geradas pelas missões em narrativas acessíveis, inspiradoras e alinhadas ao posicionamento do Sebrae.

Comunicação e disseminação de resultados



>> **Elaboração de relatórios executivos e visuais**, com indicadores consolidados, depoimentos de empresários, dados de impacto e exemplos de boas práticas. Esses documentos devem ter versões voltadas tanto para o público interno (gestores e técnicos) quanto externo (parceiros e imprensa).

>> **Criação de campanhas de divulgação nas redes sociais e nos canais do Sebrae**, com destaque para histórias de sucesso, indicadores-chave e bastidores das missões. A comunicação humanizada é essencial para conectar a experiência internacional à realidade dos pequenos negócios.

>> **Produção de conteúdos digitais e interativos**, como vídeos curtos, podcasts, infográficos e e-books que apresentem os principais aprendizados e resultados das missões, de forma atrativa e acessível, especialmente para públicos empreendedores.

>> **Integração da comunicação ao planejamento da missão**, com presença de profissionais da área ou técnicos capacitados para registrar, documentar e transformar a experiência em conteúdos reutilizáveis e de impacto institucional.

>> **Realização de eventos de compartilhamento de resultados**, como webinários, encontros pós-missão, rodas de conversa ou fóruns locais, nos quais os participantes possam apresentar seus aprendizados, gerar conexões e inspirar outros empresários.

>> **Compartilhamento interno estruturado**, com a criação de uma base de conteúdos acessíveis às UFs, permitindo que outras unidades aprendam com as missões realizadas, repliquem práticas bem-sucedidas e ampliem sua capacidade de atuação.



Por que a comunicação e a disseminação dos resultados são importantes?

Ao adotar uma estratégia de comunicação estruturada, o Sebrae amplia a visibilidade dos impactos das missões internacionais junto a empresários, parceiros, formadores de opinião e à sociedade. Essa visibilidade estimula o engajamento de novos empreendedores e consolida a imagem do Sebrae como referência nacional no apoio à inserção internacional das MPEs e reforça sua atuação estratégica.

- Aumenta a visibilidade institucional**, valorizando as ações realizadas e ampliando o reconhecimento público sobre os impactos das missões;
- Engaja novos empreendedores** através das histórias de sucesso e resultados concretos que inspiram outras MPEs a se interessarem pela internacionalização;
- Apoia a articulação com parceiros estratégicos**, facilitando a aproximação com entidades nacionais e internacionais;
- Fortalece o trabalho em rede entre UFs** permitindo a troca de aprendizados e a replicação de boas práticas;
- Amplia o impacto e a utilidade institucional das missões**, podendo gerar materiais estratégicos, reutilizáveis e com maior alcance.

6

Métricas e Monitoramento de Resultados

A mensuração de resultados é uma etapa essencial **para avaliar a efetividade das missões internacionais**, justificar o investimento institucional e orientar melhorias contínuas no planejamento e execução das ações.

Medir o impacto das missões permite ao Sebrae compreender os benefícios gerados para os participantes, ajustar estratégias, comunicar resultados com clareza e fortalecer sua posição como referência nacional no apoio à internacionalização de pequenos negócios.



O monitoramento deve ser estruturado conforme a tipologia da missão, respeitando os objetivos específicos de cada formato e considerando três momentos principais de coleta de dados: antes, durante e depois da missão.

Coleta de dados

A definição clara dos momentos e métodos de coleta de dados **é fundamental para garantir que os resultados das missões internacionais sejam acompanhados de forma estruturada**, comparável e útil para a gestão estratégica do programa. A coleta em diferentes etapas – antes, durante e depois da missão – permite não apenas avaliar o desempenho pontual da ação, mas compreender sua evolução ao longo do tempo e seus impactos reais sobre os negócios participantes.


MOMENTOS DE COLETA DE DADOS		
<<	>	>>
ANTES DA MISSÃO foco em diagnóstico e cadastro inicial das empresas	DURANTE A MISSÃO registro das atividades e percepções em tempo real	DEPOIS DA MISSÃO avaliações quantitativas e qualitativas e monitoramento de resultados
<ul style="list-style-type: none"> > Diagnóstico de maturidade e objetivos individuais das empresas. > Cadastro dos participantes e coleta de informações base para comparações futuras. 	<ul style="list-style-type: none"> > Relato de atividades realizadas, contatos estabelecidos e impressões preliminares dos empresários. > Aplicação de ferramentas digitais (ex: questionários rápidos via celular). 	<ul style="list-style-type: none"> > Aplicação de pesquisas de avaliação qualitativa (satisfação, NPS, percepção de valor). > Monitoramento de resultados concretos em múltiplos prazos (curto, médio e longo prazo): 3, 6 e 12 meses.

Indicadores por tipo de Missão

A adoção de indicadores específicos para cada tipo de missão **é essencial para garantir que os resultados sejam avaliados de forma coerente** com os objetivos da ação, permitindo uma leitura precisa do seu impacto real.

A padronização desses indicadores em nível nacional é fundamental para construir uma inteligência única e integrada do Sebrae, que permita comparar resultados entre estados, identificar padrões de sucesso, otimizar recursos e qualificar continuamente as estratégias do programa.

Essa abordagem fortalece a governança da internacionalização e **potencializa os impactos das ações em escala nacional.**

CATEGORIA	TIPO DE MISSÃO	INDICADORES RECOMENDADOS
MISSÃO EMPRESARIAL 	de Negócios	<ul style="list-style-type: none"> - Volume de negócios gerados (em US\$ fob) - Expectativa de negócios para o próximo período - N° de contatos comerciais realizados - N° de contratos firmados - N° de parcerias firmadas (Startups) - Captação de investimentos (Startups) - N° de acordos de licenciamento (Startups)
	Imersão empresarial	<ul style="list-style-type: none"> - N° de planos de desenvolvimento e inovação elaborados - N° de melhorias implementadas - Evidências de mudanças estratégicas



Por que as métricas e indicadores são importantes?

O monitoramento de resultados é essencial para garantir a consistência, a comparabilidade e a transparência dos resultados gerados em todo o território brasileiro. Ao trabalhar com indicadores comuns entre as UFs, o Sebrae fortalece sua capacidade de mensurar o impacto coletivo das ações, somando os esforços regionais em uma visão estratégica integrada.

- ❑ A adoção de indicadores comuns **facilita a comunicação institucional, permite a tomada de decisões baseada em evidências e reforça a credibilidade do programa** perante parceiros, financiadores e sociedade.
- ❑ Métricas nacionais possibilitam **avaliar o real avanço da internacionalização dos pequenos negócios brasileiros sob a liderança do Sebrae.**
- ❑ Apurar métricas de forma sistemática e qualificada é o que **permite transformar experiências isoladas em aprendizado institucional e em melhoria contínua** das políticas de apoio à internacionalização.
- ❑ **DADOS** tratados e interpretados de maneira padronizada, geram informações comparáveis. Essas **INFORMAÇÕES**, por sua vez, alimentam análises estruturadas que geram **CONHECIMENTO**. O conhecimento gerado impulsiona **AÇÕES** práticas mais objetivas e fundamentadas.

7

Colaboração entre UFs

A colaboração entre os Sebrae/UFs é **um dos pilares para o fortalecimento institucional do Sebrae** e para a ampliação do impacto das missões internacionais em escala nacional.

Em um contexto de ações cada vez mais complexas e exigentes, o trabalho articulado entre diferentes estados permite a otimização de recursos, o compartilhamento de conhecimento especializado e a criação de experiências mais

completas para os empresários participantes.

Além disso, uma **atuação integrada fortalece a imagem do Sistema Sebrae** como uma rede coordenada, capaz de oferecer soluções consistentes em todo o território nacional. Promover sinergia entre Sebrae/UFs é, portanto, uma estratégia institucional inteligente, com reflexos diretos na qualidade das entregas, na eficiência operacional e na capacidade de gerar resultados concretos para as micro e pequenas empresas brasileiras.

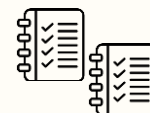
FORMAS DE COLABORAÇÃO RECOMENDADAS



Centralização estratégica do calendário de eventos;



Compartilhamento estruturado de expertises regionais;



Integração das agendas durante os eventos internacionais;



Cooperação operacional e apoio mútuo durante a execução das atividades.

Colaboração entre UFs



>> **Centralização estratégica do calendário de eventos**

Criar e manter um **calendário nacional unificado de missões internacionais**, coordenado pelo Sebrae Nacional e amplamente divulgado entre as UFs.

Essa centralização deve atuar como um mecanismo de articulação – **sem comprometer a autonomia das unidades estaduais** – facilitando a coordenação de agendas, evitando sobreposições e promovendo o aproveitamento de sinergias setoriais e geográficas.

Para garantir alinhamento contínuo, recomenda-se também a realização de **fóruns regulares entre as equipes técnicas de todo o país**, especialmente nos períodos de planejamento anual.



>> **Compartilhamento estruturado de expertises regionais**

Promover o **mapeamento das especializações desenvolvidas pelas UFs** em determinados mercados, por exemplo, a atuação do Sebrae RJ no setor de Moda, do Sebrae MT nas relações com a China, ou do Sebrae RR em mercados fronteiriços.

A disponibilização dessas expertises para outros Sebrae/UFs amplia o acesso ao conhecimento já consolidado e permite que estados com menos experiência naquele destino ou setor possam estruturar missões com maior segurança e qualidade.

Esse processo pode ser facilitado pela **criação de grupos de trabalho temáticos ou setoriais**, reunindo UFs com interesses convergentes para o desenvolvimento de ações conjuntas.

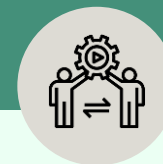
Colaboração entre UFs



>> Integração das agendas durante os eventos internacionais

Sempre que possível, é recomendável que as missões internacionais reservem um momento específico da programação para encontros **presenciais entre as delegações do Sebrae e os empresários participantes**, fomentando o networking, a troca de experiências e o desenvolvimento de parcerias interregionais.

Também se sugere a **organização de eventos conjuntos** ao longo da missão – como painéis, visitas técnicas, palestras ou rodadas de negócios integradas – que possibilitem maior articulação entre os grupos e promovam uma vivência compartilhada da missão.



>> Cooperação operacional e apoio mútuo durante a execução

Estabelecer **agendas colaborativas entre os técnicos das UFs participantes**, definindo previamente funções, horários e responsabilidades por estado, otimizando o uso dos recursos humanos e promovendo fluidez nas atividades.

Para garantir consistência na preparação, recomenda-se implementar **capacitações prévias unificadas**, com conteúdos padronizados para as empresas, promovendo o alinhamento de expectativas e metodologias entre as delegações.

Como base, pode-se criar e manter um **repositório nacional de boas práticas**, com modelos de editais, roteiros, conteúdos e indicadores – acessível a todos do Sistema Sebrae por meio de plataforma compartilhada.



Por que a colaboração entre UFs é importante?

A colaboração entre UFs é uma oportunidade estratégica para qualificar a entrega ao cliente final, otimizar recursos, compartilhar aprendizados e fortalece a capacidade do Sistema Sebrae de oferecer soluções eficazes e sustentáveis para os desafios da internacionalização dos pequenos negócios brasileiros.

- ❑ Permite a **redução de esforços duplicados e melhor aproveitamento de recursos** públicos e institucionais;
- ❑ Pode **ampliar a qualidade e o alcance das missões**, com experiências mais robustas e ricas para os participantes;
- ❑ Funciona como **estímulo à inovação** a partir da troca de experiências e da circulação de boas práticas entre as equipes técnicas;
- ❑ **Aumenta a capacidade de mobilização coletiva do Sistema Sebrae** em agendas internacionais estratégicas;
- ❑ **Promove o fortalecimento da coesão institucional e da imagem do Sebrae** como uma rede nacional integrada e cooperativa.

8

Coordenação Estratégica e Integração Nacional

As missões internacionais são parte integrante e estratégica do Programa de Internacionalização do Sebrae, atuando como um dos instrumentos práticos de conexão entre os pequenos negócios brasileiros e o mercado global.

Elas funcionam como experiências transformadoras dentro da jornada de internacionalização, permitindo que empresários acessem novos mercados, conheçam

tendências, desenvolvam parcerias e ampliem sua visão de futuro.

Nesse contexto, a coordenação estratégica dessas ações no âmbito nacional é fundamental para garantir coerência institucional, alinhamento de diretrizes e aproveitamento inteligente dos recursos disponíveis.



Em um ambiente em que cada Sebrae/UF possui autonomia para desenvolver suas ações, torna-se indispensável um eixo de articulação nacional que promova sinergia, evite duplicidade de esforços e potencialize os impactos gerados.

Coordenação Estratégica e Integração Nacional

>> Atuação do Sebrae Nacional como ponto focal das missões internacionais.

Organização e divulgação de um calendário nacional integrado, definição de diretrizes para a organização de missões e fomento à articulação entre as UFs em torno de mercados, setores e temas prioritários.

>> Criação de um ambiente digital unificado

para compartilhamento de informações, roteiros, modelos de documentos, indicadores, metodologias e resultados das missões, garantindo transparência, acesso e continuidade entre diferentes equipes técnicas.

>> Promoção de fóruns periódicos de alinhamento estratégico

, como encontros técnicos, seminários e reuniões temáticas que permitam o compartilhamento de boas práticas e a construção conjunta de soluções, respeitando as particularidades regionais.

>> Estabelecimento de critérios comuns para planejamento, execução e avaliação das missões,

permitindo a comparação de resultados, a geração de inteligência coletiva e a consolidação de indicadores nacionais.

>> Integração da centralização com outras frentes estratégicas do Sebrae Nacional,

como ações com a ApexBrasil, MRE, MCTI, Câmaras de Comércio e organismos multilaterais, fortalecendo o posicionamento institucional do Sebrae como principal agente da internacionalização das MPEs brasileiras.



Por que a Coordenação estratégica e a Integração Nacional são importantes?

A criação de um eixo de articulação nacional pode promover sinergia, evitar duplicidade de esforços e potencializar a diversidade e autonomia das UFs ao oferecer estrutura, visibilidade e inteligência compartilhada. Com um modelo mais integrado, o Sebrae poderá transformar as missões internacionais em uma frente de atuação institucional cada vez mais estratégica, eficaz e reconhecida nacional e globalmente.

- ❑ Consolida uma presença internacional robusta e **fortalece o papel do Sebrae como indutor da competitividade dos pequenos negócios;**
- ❑ Possibilita maior **racionalização do uso dos recursos financeiros e humanos** aplicados às missões internacionais;
- ❑ Favorece o **alinhamento estratégico** entre os diferentes níveis de atuação do Sebrae (nacional e estadual);
- ❑ **Amplia a escala e o alcance das ações**, com possibilidade de envolver mais UFs em mercados estratégicos;
- ❑ Permite a **criação de uma base de dados institucional consolidada**, com inteligência analítica para apoio à tomada de decisão;
- ❑ **Fortalece a presença institucional do Sebrae no cenário internacional**, com ações mais coordenadas e visíveis.

9

Inteligência de mercado

As missões internacionais promovidas pelo Sebrae são mais do que eventos pontuais de aproximação comercial: elas são, também, oportunidades valiosas de geração de inteligência de mercado. Ao proporcionar o contato direto com novos ambientes econômicos, tendências setoriais, práticas de gestão e ecossistemas de inovação, as missões – especialmente as de benchmarking e prospecção – geram insumos estratégicos que podem subsidiar futuras decisões empresariais e orientar políticas públicas de apoio à internacionalização.

A sistematização das informações obtidas durante visitas técnicas, rodadas de negócios, encontros institucionais e experiências imersivas transforma as missões em fontes relevantes de dados e conhecimento aplicável. Essas informações, quando devidamente organizadas e disseminadas, permitem que não apenas os empresários participantes, mas também outros empreendedores e equipes técnicas do Sebrae, acessem insights estratégicos que orientam desde a adaptação de produtos até a identificação de mercados prioritários.

A atuação do Sebrae como indutor desse processo exige o fortalecimento das capacidades de coleta, análise e disseminação da inteligência gerada em campo. Assim, recomenda-se que cada missão seja estruturada não apenas com foco em seus objetivos comerciais imediatos, mas também como um exercício deliberado de captação de informações que alimentem diagnósticos de mercado, relatórios setoriais e painéis de tendências acessíveis ao Sistema Sebrae e ao público empresarial.



Ao posicionar a inteligência de mercado como um produto das missões internacionais, o Sebrae amplia a efetividade e a sustentabilidade dessas ações, transformando experiências pontuais em ativos institucionais e estratégicos de longo prazo para o fortalecimento da internacionalização dos pequenos negócios brasileiros.

Ações recomendadas para potencializar a geração de inteligência

>> **Planejamento prévio com foco na captação de dados:** definir previamente quais informações estratégicas devem ser observadas e registradas, alinhando expectativas entre as equipes técnicas e os empresários participantes.

>> **Registro sistemático durante a missão:** criar mecanismos para coleta estruturada de dados – relatórios de visitas, registros fotográficos, entrevistas com stakeholders locais – garantindo a qualidade e a utilidade das informações.

>> **Síntese pós-missão:** elaborar relatórios analíticos, infográficos ou dashboards que traduzam os principais achados, tendências observadas e recomendações para outras empresas e equipes do Sebrae.

>> **Compartilhamento em rede:** disponibilizar as informações geradas por meio de plataformas institucionais, boletins setoriais ou eventos de disseminação, promovendo o acesso amplo aos conhecimentos adquiridos.

>> **Integração à inteligência nacional do Sebrae:** consolidar os aprendizados como parte das bases de dados que orientam a atuação nacional do Sistema, contribuindo para decisões mais estratégicas e alinhadas às dinâmicas globais.



Por que integrar a inteligência de mercado às missões?

A atuação do Sebrae como indutor desse processo exige o fortalecimento das capacidades de coleta, análise e disseminação da inteligência gerada em campo. Assim, recomenda-se que cada missão seja estruturada não apenas com foco em seus objetivos comerciais imediatos, mas também como um exercício de captação de informações que alimentem diagnósticos de mercado, relatórios setoriais e painéis de tendências acessíveis ao Sistema Sebrae e ao público empresarial.

- ❑ Fortalece a função das missões como **instrumentos de prospecção e benchmarking**, ampliando seus benefícios para além dos participantes diretos;
- ❑ Proporciona **conteúdo analítico e estratégico** que pode ser utilizado na qualificação de outras empresas e na orientação de futuras ações de internacionalização;
- ❑ **Alimenta bases de dados institucionais** com informações sobre tendências globais, novos players, comportamentos de consumo e ambientes regulatórios;
- ❑ Melhora a **capacidade de aconselhamento técnico** do Sebrae às MPEs, com recomendações fundamentadas em observações e experiências reais;
- ❑ Gera valor institucional e posiciona o Sebrae como referência na **produção e disseminação de inteligência aplicada à internacionalização**.

10

Recomendações finais

As missões internacionais são um dos instrumentos mais concretos e eficazes de aproximação das micro e pequenas empresas com o mercado global. No entanto, seu sucesso depende diretamente da intencionalidade com que são planejadas, da coerência metodológica com que são conduzidas e da continuidade dos apoios oferecidos ao longo da jornada dos empresários.

Este manual tem como objetivo **apoiar as equipes do Sebrae em todo o Brasil** na qualificação dessas ações, promovendo um alinhamento mínimo nacional, ao mesmo tempo em que valoriza as **singularidades e competências desenvolvidas em cada território**.

Com base nas boas práticas compartilhadas pelas UFs e pela equipe Sebrae participantes na construção colaborativa deste material, foi possível sintetizar uma **coleção de recomendações estratégicas que contribuem para qualificar a preparação e a execução das missões internacionais**, alinhar metodologias entre as unidades, ampliar o impacto das ações e fortalecer a atuação em rede do Sistema Sebrae no apoio à internacionalização dos pequenos negócios brasileiros.





Recomendações finais

- ❑ **Tratar as missões internacionais como parte integrada de uma jornada de internacionalização do cliente Sebrae**, e não como ações pontuais. Elas devem estar conectadas a diagnósticos prévios, capacitações, assessorias e ações de acompanhamento.
- ❑ **Assegurar a intencionalidade e a clareza de objetivos em cada missão**, com definição antecipada dos resultados esperados, públicos-alvo, indicadores e critérios de seleção alinhados à estratégia nacional.
- ❑ **Padronizar metodologias mínimas em nível nacional, sem engessar a atuação dos Sebrae/UFs**, mas garantindo que exista consistência nas tipologias, nos critérios de avaliação e nos modelos de apoio aos empresários.
- ❑ **Fortalecer o trabalho em rede**, entre os Sebrae/UFs promovendo integração de agendas, cooperação operacional, troca de expertise e apoio mútuo nas etapas de planejamento, execução e pós-missão.
- ❑ **Investir na comunicação e disseminação das atividades realizadas**, promovendo maior visibilidade institucional, valorização dos resultados e inspiração para novos públicos.
- ❑ **Investir em uma centralização estratégica de informações**, por meio de uma base digital compartilhada entre as UFs com roteiros, indicadores, modelos de editais e boas práticas.
- ❑ **Produzir e disseminar material de inteligência de mercado a partir do que foi visto nas missões**, com foco na geração de inteligência institucional e na ampliação da visibilidade das ações, tanto para o público interno quanto para a sociedade.

O que este manual pretende?

Este manual não pretende esgotar o tema, mas sim servir como uma referência viva e dinâmica, a ser constantemente aprimorada com base nas experiências dos Sebrae/UFs, nos aprendizados das equipes e nos resultados gerados junto aos pequenos negócios. A consolidação de um portfólio de missões internacionais qualificado, estratégico e colaborativo depende do engajamento de todos os envolvidos no ecossistema Sebrae. Ao adotar as boas práticas aqui reunidas, o Sistema avança na construção de uma atuação mais integrada, eficaz e transformadora, conectando os pequenos negócios brasileiros às oportunidades globais.

2025 © Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei no 9.610)

Informações e contatos

Serviços Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae

SGAS 605 - Conj. A - Asa Sul - CEP 70.200-645 - Brasília/DF

Sebrae Nacional

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

José Zeferino Pedrozo

Diretor-Presidente do Sebrae

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick Lourenço de Lima

Diretora de Administração e Finanças

Margarete de Castro Coelho

Equipe Responsável Sebrae Nacional

Carlos Eduardo Santiago

Ivan Lemos Tonet

Roberta Aviz de Brito Fernandes

Gustavo Reis Melo

Cristina Mieko Costa Bando

Equipe Responsável CR+IED

(Centro de Inovação e Design do IED - Istituto Europeo di Design)

Fabiano Virginio Pereira

Silmara Faria Rodrigues Alves

Adriana Patricia Fernandes

Silvana Scheffel Gomes

Márcio Fábio Oliveira Leite

Rafael de Paula

Marcelo Falco de Deus

Isabela Rodrigues Tsurusawa

Colaboradores deste Manual (participantes dos workshops)

Bruno Ferreira de Melo - Sebrae Nacional
Luciana Brasil Marques - Sebrae Nacional
Victor Rafael Pereira Melo - Sebrae Nacional
Paulo Puppim Zandonadi - Sebrae Nacional
Fernanda Pereira Cavalcante - Sebrae Nacional
Kamila Merle - Sebrae Nacional
Mayra Viana - Sebrae Nacional
Polyana de Oliveira Costa - Sebrae Nacional
Raissa Alessandra Rossiter - Sebrae Nacional
Vicente Scalia Neto - Sebrae Nacional
Moniza Carla Muniz - Sebrae BA
Lucas Barbosa Moreira - Sebrae MT
Mirael França Praeiro - Sebrae MT
Maurício Chacur - Sebrae RJ
Míriam Guimarães Ferraz - Sebrae RJ
Lucas Wolkartte Costa - Sebrae RR
Ana Paula Veloso Viana - Sebrae RR
Fabiano Bassani Zortea - Sebrae RS
Leonardo Rodrigues - ApexBrasil

Instituições (participantes de entrevistas)

CNA - Rodrigo Alex Goessel da Matta
CNI - Fernanda Maciel, Sara Saldanha
MDIC/SECEX/PUCOMEX - Tiago Barbosa
APEX Brasil - Juarez Leal, Igor Celeste, Rita Albuquerque, Clarissa Alves Furtado
MEMP - Pedro Rincón
Ultramares Brasil - Mauricio Miguel Manfré
CACB - Carlos Rezende
Lisandro Vieira - Lisandro Vieira
ABIT - Liliam Kadissi
MRE / SECTEC - Rafael Leal
Banco do Brasil - Rodrigo Vollet, Marcelo Gomes
MCTI - Carlos Alberto Matos
Correios - Fernanda Artemin, Mariana Ferrari De Souza
INPI - Vinicius Bogéa Câmara
MDIC / SECEX / SUREG - Patricia Favaretto
ASSINTECAL - Silvana Dilly
ABIMAPI - Rodrigo Iglesias
Sebrae MG - Jefferson Dias Santos
Sebrae Nacional - Germana Barros Magalhães
OCB - Jéssica Dias

MOVE+
SEBRAE