

# COMÉRCIO INTERNACIONAL

---

## Componente Administrativa

**Formador: Eduardo Marcos**



# Mercados Alvo: Perfil do País

- Realização de análise de perfil do país, geral e detalhado sobre o nosso sector:
  - ✓ Ideia do PIB, População e rendimento per capita;
  - ✓ No relatório do país incluir informação sobre o risco político, índice de corrupção, segurança económica e comportamento de pagamentos;
  - ✓ Restrições de Banco Central;
  - ✓ Sobre o sector identificar o perfil de consumo dos habitantes:
    - ✓ Vinhos de alta gama?
    - ✓ Orientado para o preço?
    - ✓ Brancos, Rosé, Tintos
    - ✓ Marcas mais consumidas
    - ✓ Estratégia de Marketing das marcas mais consumidas
  - ✓ Canal de distribuição utilizado no mercado alvo;
    - ✓ Grande distribuição;
    - ✓ Supermercados
    - ✓ Licor Shop
    - ✓ Online
  - ✓ A Europa é suficientemente grande

# Mercados Alvo: Preços e Margens

- Realização de análise detalhada de preços e margem:
  - ✓ Após a identificação dos mercados alvos a informação deverá ser tratada e estruturada.
  - ✓ Na análise deverá ser incluído um estudo sobre o portfolio de produtos e respectivos preços.
  - ✓ Tamanho de mercado
  - ✓ Fluxo de importação e exportação
  - ✓ Com a informação sobre os custos de entrega, impostos etc teremos uma ideia aproximada de quanto vale o mercado de destino.
  - ✓ A construção do Trade Board em Excel é uma boa técnica;
  - ✓ Realizar a análise comparativa do “nosso preço” com os produtos concorrentes;
  - ✓ Repetir o exercício para todos mercados alvo;
  - ✓ Construção de tabelas comparativas de forma a identificar os que representam uma melhor margem para a Global Wines:

Deverá ser elaborado um relatório com as respectivas conclusões;

# Mercados Alvo: Etiquetagem

- Rotulagem ou etiquetagem;
  - ✓ Obrigações legais do país de destino;
  - ✓ Marketing;
  - ✓ Rotulo atrai a aquisição;
  - ✓ Verbas de marketing podem ser utilizada na criação de rótulos específicos para os produtos de forma a estarem adaptados para o mercado local.
  - ✓ A etiquetagem bem realizada oferece igualmente confiança
  - ✓ Cuidado com as traduções do Google, deverá ser utilizado um tradutor especialisata no sector.
  - ✓ Fotografo profissional

# *Mercados Alvo: Portfolio de Clientes*

- Clientes alvo;
- ✓ Identificação de todos os clientes alvo do mercado de destino;
- ✓ Utilizar critérios para a realização de um short list
- ✓ Na short list incluir a informação detalhada
  - ✓ Contactos
  - ✓ Localização
  - ✓ Volume de negócios
  - ✓ Lucros declarados
  - ✓ Comportamento de pagamento e prazo
  - ✓ Principais fornecedores
  - ✓ Principais clientes
- ✓ Aguardar notas de encomenda em vez de concentrar os esforços nos mercados alvo;

# Mercados Alvo: Compliance

- Não realizar o processo de *compliance*
- ✓ O processo de due diligence deverá ser aplicado a todos:
  - ✓ Os clientes;
  - ✓ Fornecedores;
  - ✓ Parceiros;
- ✓ Definição dos critérios adaptados ao mercado;
- ✓ Situações típicas:
  - ✓ Compra utilizando o NIF de outros;
  - ✓ Compra da companhia por terceiros: os portais de prestação da informação normalmente têm as empresas em vigilância: alteração de corpos sociais;

# *Mercados Alvo: Seguros*

- Realização de seguros
  - Seguro adequado para as características do mercado;
  - Não realização de seguro (percurso curto, exemplo UK-FRANÇA);
  - Falha na verificação de seguros nas entidades envolvidas;
  - A verdade é que os transitários e os transportadores são limitados na sua responsabilidade;
  - Procedimento deverá incluir uma análise das condições de seguro;

# Mercados Alvo: Parceiros

- Escolha adequada do parceiro
- ✓ Principalmente ao que respeita na escolha de:
  - Despachante
  - Transitário
- ✓ Experiência comprovada
- ✓ Historial de relação entre o prestador de serviço e cliente;
- ✓ Preços mas baixos? Porquê?



# Mercados Alvo: Faturação

- É comum o cliente solicitar que os produtos sejam facturados a um preço inferior ao acordado e realizar o restante do “pagamento por fora”!
- ✓ O valor do seguro é mais baixo
- ✓ Os impostos no destino serão mais baixos
- ✓ Implicações:
  - ✓ O que acontece caso haja um sinistro;
  - ✓ Alfândegas, com base no NC sabem o preço médio dos produtos
  - ✓ Retenção da mercadoria ou apreensão
  - ✓ Finanças: vigilância apertada devido a eventuais fugas ao fisco

# Mercados Alvo: Cobertura Cambial

- Não realizar as cobertura cambial

Existe um número significativo, em Portugal, que realiza importações e/ou exportações em moeda estrangeira sem a realização de coberturas de risco;

Se vende em moeda estrangeira pode-se;

- Ajustar o preço se existe uma determinada variação do cambio;
- Cobrir com seguro cambial
- Realizar a cobertura mediante um Forward

# Mercados Alvo: Pagamentos

- Não acordar claramente a forma de pagamento
- ✓ Existem uma espécie de tabu sobre a discussão deste tema entre o cliente e fornecedor;
- ✓ O cliente quer pagar o mais tarde possível;
- ✓ O fornecedor quer cobrar o mais rápido possível
  - ✓ É este que tem a última palavra;
- ✓ Pré-Pagamento;
- ✓ Contra Documentos
- ✓ LC
- ✓ Seguro de crédito
- ✓ Exemplo de mercadoria em Guiné Conacri

# Mercados Alvo: Incoterm

- Desconhecimento do Incoterm
  - ✓ Muitos agentes económicos desconhece o termo Incoterm
  - ✓ As siglas são “Chinês”
  - ✓ Definição do ponto de entrega;
  - ✓ Onde termina a responsabilidade do vendedor;
  - ✓ Onde começa a do comprador;

# *Mercados Alvo: Regulamentação País*

- Desconhecimento da regulamentação e procedimentos do país
  - ✓ Saber quais as características no referente à Etiquetagem
  - ✓ Saber os requerimentos legais sobre a embalagem;
    - ✓ Exemplo de sacas de 20kg vs sacas de 50kg
  - ✓ Saber a Documentação necessária;
  - ✓ Saber os procedimentos do país
- ✓ Exemplo de Importação do Mali via Mauritânia
- ✓ Exemplo de Importação Guiné Bissau via Senegal (evitar a Gâmbia)

# Mercados Alvo: Arquivos

O processo de exportação não termina quando se entrega a mercadoria e o pagamento é recebido.

Por vezes existem sinistros e/ou inspecções.

Deverão ser arquivados todos os documentos de forma estruturada e deverão ser mantidos durante um determinado tempo.

Arquivo mal efectuado ou inexistente

As entidades que eventualmente necessitam acesso posterior são:

- Seguros
- Alfândegas
- Finanças
- Clientes

# *Mercados Alvo: Corrupção*

Na análise do perfil do país deverá ser colocado no relatório o índice de corrupção.

A corrupção normalmente ocorre a dois níveis;

- ✓ A nível comercial (comprador/vendedor)
- ✓ Alfândega, pode ser uma pratica localizada ou geral;
- ✓ Por vezes são conduzidos testes ou experimentações, como por exemplo o cliente mistério, no sentido de saber se a empresa está aberta a esta pratica,

# *Mercados Alvo: Representantes*

A distância do mercado alvo é muitas vezes uma barreira ao desenvolvimento do mercado alvo.

Os representantes são por vezes os nossos olhos e ouvidos.

Tipo de representantes:

- ✓ Representantes de vendas
- ✓ Especialista em comércio externo
- ✓ Distribuidor
- ✓ Clientes



# Mercados Alvo: Clientes

- Tratamento diferenciado entre o cliente externo e o doméstico
- Acompanhamento do cliente
  - ✓ Departamento comercial doméstico
  - ✓ Departamento comercial internacional
    - ✓ Geográfico ou conjunto de países
  - ✓ Falta de visitas periódicas ao cliente/fornecedor

# *Mercados Alvo: Estrutura*

## Estrutura inadequada para o mercado de exportação

- ✓ Muitas empresas encontra-se no mercado internacional quase por obrigação ou porque têm um produto bem sucedido;
- ✓ Porém encontra-se mal preparadas para o comércio internacional;
  - ✓ Falta de conhecimento
  - ✓ Falta de pessoal adequado
- ✓ Leva a incumprimento dos prazos no envio de documentação e mercadoria;

# *Mercados Alvo: Produtos*

- Envio de produtos com características diferentes
  - Ao acordado
  - Às amostras
  - Rejeição da mercadoria

# *Mercados Alvo: Contractos*

- Os contractos visam proteger as partes numa eventual disputa pois os termos devem ser definidos claramente.
- Os contactos mais complexos são os de distribuição e vendas a parzo
  - Os contractos de distribuição devem conter objectivos para o cliente e obrigações pelo lado do vendedor
  - Visam também evitar copias e/ou contrafacção por parte dos clientes;

# ObRigada!

