

# **CAPÍTULO 5**

## **GESTÃO DA EXPORTAÇÃO**

## **5.1 PORQUÊ EXPORTAR?**

**EXPORTAÇÃO:  
A FORMA MAIS COMUM DE  
INTERNACIONALIZAÇÃO**

**PORQUÊ?**

# FACTORES CONDUCENTES À EXPORTAÇÃO

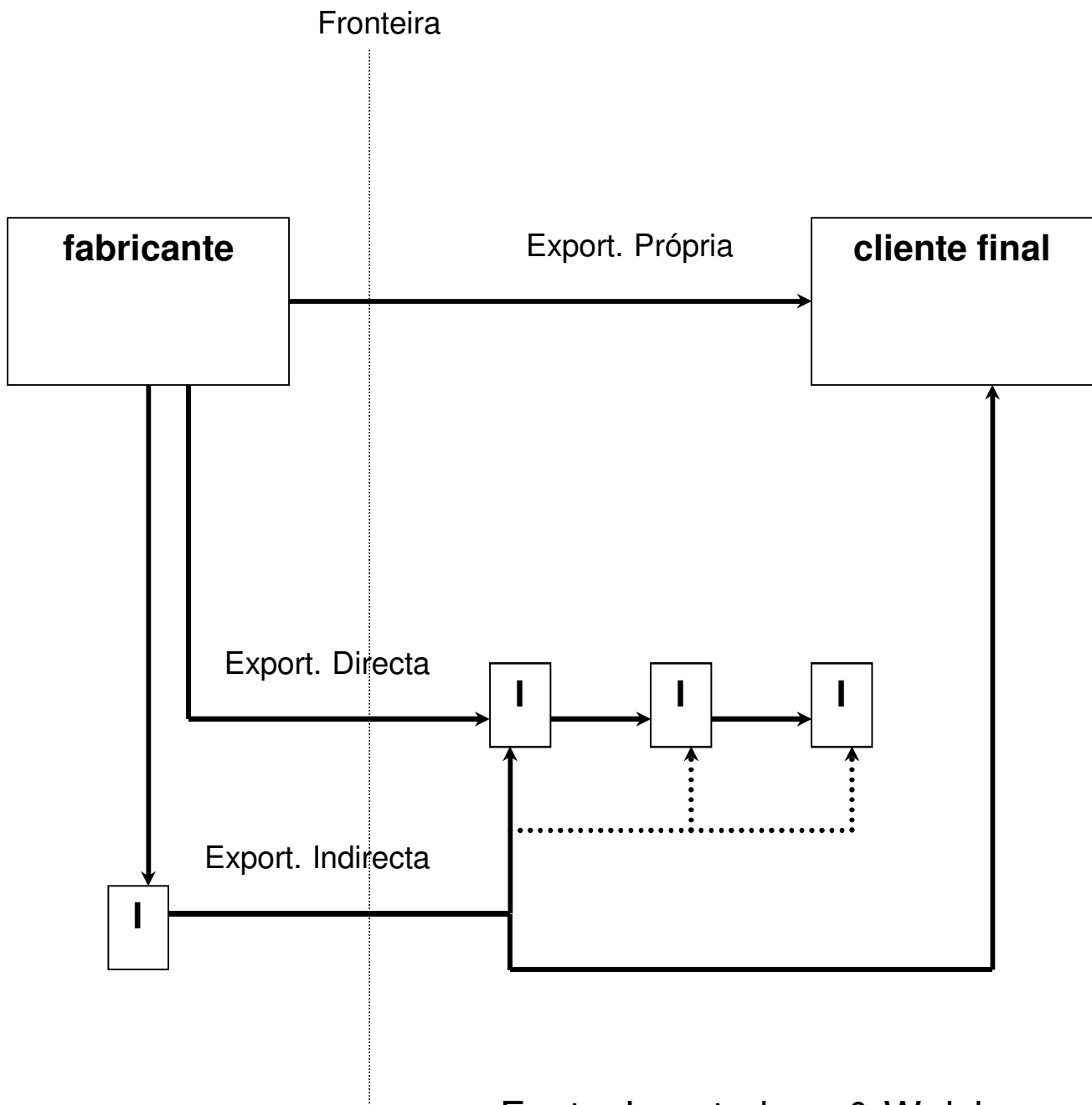
## (A) ASPECTOS INTERNOS

- **Características do Produto/Serviço**
- **Características da Gestão**
  - Atitudes Face à Inovação
  - Orientação Internacional
  - Experiência Internacional
  - Domínio de Línguas Estrangeiras
  - Rede de Contactos
- **Características da Empresa**
  - Âmbito Nacional
  - Capacidade de Adaptação dos Produtos
  - Experiência Comercial

## (B) ASPECTOS EXTERNOS

- Abordagem Externa
- Condições do Mercado Interno
- Percepção de Oportunidades Externas
- Sugestões de Organismos Públicos ou Associativos

# TIPOLOGIAS DAS FORMAS



Fonte: Luostarinen & Welch  
(Adaptado)

## **5.2 FORMAS DE EXPORTAÇÃO**

# EXPORTAÇÃO INDIRECTA

## Formas

- Agências de import-export
- Empresas de trading
- Agrupamentos de empresas
- Intermediários de importação/subcontratantes
- Piggybacking

# EXPORTAÇÃO INDIRECTA

## Vantagens

- Baixo risco
- Simplicidade
- Alargamento das possibilidades coliçãoa produtos
- Aproveitamento de conhecimento intermediário
- Acesso a rede distribuição de outra emresa (piggybacking)
- Complementaridade oferta
- Economias de escala, poder de mercado, fixação dos preços, repatrição ecomendas (em produtos estandardizados)

## Desvantagens

- redução/compreensão da margem de lucro
- “corte” no fluxo de informação
- Desconhecimento do mercado “real”
- Dependência face aos intermediários
- Dificuldade de diferenciação dos produtos
- Condicionamento do crescimento



# EXPORTAÇÃO DIRECTA

- Importadores { exclusivos / não exclusivos
- Agentes
- Distribuidores
- Sub-contratantes
- Cadeias de compras

# EXPORTAÇÃO DIRECTA

## Pré-condições

- Conhecimento dos processos de exportação
- Conhecimento/contactos nos países-alvo
- empenhamento na exportação
- Actividades permanente e não esporádica
- Recursos humanos
- Estrutura organizacional

## Vantagens

- Redução da cadeia de distribuição
- Contacto mais directo com os mercados-alvo
- Maior margem para
  - adaptação produtos
  - lançamento comapanhas promocionais
  - reacção movimentos concorrentes
- Possibilidade de diferenciação e uso imagem marca  
(condicionando no caso de sub-contrat. e cadeias compras)

## Desvantagens

- Maior risco que exportação indirecta
- Mais recursos
- Necessidade de maior conhecimento do mercado
- Existência de “filtros” na relação com o parceiro
- Empenhamento dos agentes/sistribuidores não assegurado
- Custo de transição para outras formas de abastecimento

# EXPORTAÇÃO PRÓPRIA

## Características Básicas →

- Contacto directo com clientes
- Ausência de intermediários

## Pré-Condições →

- As da exportação directa
- +
- Capacidade de estabelecer relações directas com os clientes finais
- Conhecimento do mercado, para ser competitivo face à concorrência

# EXPORTAÇÃO PRÓPRIA

## Vantagens

- Contacto com o cliente
- Maior facilidades de relações duradouras com os clientes
- Maior contacto sobre o desenvolvimento do negócio

## Desvantagens

- A presença no mercado não é permanente
- Dificuldades de resposta a acréscimos inesperados da procura (ausência de stocks de reserva)
- Dificuldades de resposta è medida que os mercados crescem

# BARREIRAS À EXPORTAÇÃO

- **Dimensão/Massa Crítica**
- **Distância (Psíquica e Física)**
- **Financiamento**
  - Flutuação cambiais
  - Risco de crédito
- **Informação sobre os mercados**
- **Identificação de parceiros adequados**
- **Falta de pessoal qualificado**
- **Problemas do enquadramento**
  - Proteccionismo
  - Dumping
  - Procedimentos administrativos

## **5.3 EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS E EXPORTAÇÃO DE SERVIÇOS**

# **CONDICIONALISMOS DA EXPORTAÇÃO DE SERVIÇOS**

- **SERÁ POSSÍVEL EXPORTAR UMA DORMIDA DE HOTEL?**
- **AS EXIGÊNCIAS DE CO-LOCALIZAÇÃO DE PRESTADOR E UTILIZADOR DO SERVIÇO**

## **5.4 GESTÃO DO PROCESSO DE EXPORTAÇÃO**



# **GESTÃO DO PROCESSO DE EXPORTAÇÃO**

## **(I)**

### **1. Avaliação da própria empresa**

- Queremos , estamos preparados para exportar?
- Benefícios esperados

### **2. Recorrer aos apoios disponíveis**

- ICEO, COSEC, Camâras de Comércio
- Embaixadas, Bancos
- Outras empresas

### **3. Selecção dos mercados e decisões de concentração /dispersão**

### **4. Estratégia de entrada no mercado**

- Opções de entrada
- Análise país-a-país
- Perspectiva temporal

# **GESTÃO DO PROCESSO DE EXPORTAÇÃO**

## **(II)**

### **5. Formulação da estratégia de exportação**

- Objectivos
- Modos de exportação
- Identificação contactos sociais

### **6. Operações de Exportação**

- Preços e condições de pagamento
- Moeda a usar
- Transporte

### **7. Avaliação e controlo**