



**Internacionalização, Transporte Marítimo e Sistema Logístico –
o caso da empresa Iberglory, NVOCC, Consolidadores de
Carga, Lda**

Cláudia Rita da Silva Ramos

Relatório de Estágio

Mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização

Porto – 2014

**INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO
INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO**



**Internacionalização, Transporte Marítimo e Sistema Logístico –
o caso da empresa Iberglory, NVOCC, Consolidadores de
Carga, Lda**

Cláudia Rita da Silva Ramos

**Relatório de Estágio
apresentado ao Instituto de Contabilidade e Administração do Porto para
a obtenção do grau de Mestre em Empreendedorismo e
Internacionalização, sob orientação de Doutora Maria Clara Ribeiro**

Porto – 2014

**INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO
INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO**

Resumo:

O presente trabalho tem como objectivo principal descrever e refletir sobre os quatro meses, cerca de 840 horas, de estágio curricular na Iberglory, NVOCC – Consolidadores de Carga,Lda.

Este estágio serviu, principalmente, como uma experiência na compreensão do funcionamento de uma empresa, bem como a uma primeira abordagem ao mundo da logística,mais especificamente , no que diz respeito ao transporte internacional.

No primeiro capítulo é feito o enquadramento teórico dos temas de internacionalização, de transporte marítimo e de sistema logístico, onde se pode ter a percepção como os temas se relacionam e são importantes entre si.

No segundo capítulo apresenta-se a empresa, desde a sua história aos actuais trabalhadores do escritório do Porto, bem como a descrição dos serviços oferecidos pela mesma, desde serviços de importação via Roterdão e via Barcelona até aos diferentes serviços de exportação (EUA, Singapura e via Barcelona).

No terceiro capítulo descreve-se o estágio e actividades realizadas e para finalizar no quarto capítulo extraem-se conclusões de todo o trabalho.

Por fim, realça-se que este estágio superou largamente as expectativas, pois permitiu uma aplicação directa e eficaz dos conhecimentos adquiridos ao longo desta fase do percurso académico à realidade da empresa em estudo.

Palavras chave: Internacionalização, Transporte Marítimo, Sistema Logístico, Exportação, Importação

Abstract:

The main purpose of this study is to illustrate and reflect over the four months, about 840 hours, of internship developed at Iberglory, NVOCC, Consolidadores de Carga, Lda. This study was elaborated and inserted within the masters' degree in Entrepreneurship and Internationalisation with the intention to obtain a masters' degree.

This internship mainly served as an experience in the understanding and functioning of a company as well as a first step into the world of logistics, namely in the field of International freight transportation.

In the first chapter will start by making the theoretical framework for internationalization issues, Maritime Transport and Logistics System, where we can understand the relation between the themes and how important they are.

In the second chapter we have the company presentation, since her history and the actual employees of Porto office, as well as a description of the services offered by it, import via Rotterdam or via Barcelona and the different export services (EUA, Singapore and via Barcelona)

In the third chapter is describe the internship and this activities and to finish in the fourth chapter we have the conclusion.

In conclusion, this internship exceeded by far the expectations since it allowed a direct and effective application of the knowledge acquired during this phase of academic journey.

Key words: Internationalization, Maritime Transport, Logistics System, Export and Import.

Agradecimentos

Em primeiro lugar quero agradecer aos meus pais , por todo o apoio que sempre me prestaram. Reiterando que sem a sua força, esforço e confiança nunca teria alcançado tudo a que me propus.

Aos meus irmãos e namorado gostaria de agradecer por todo o apoio e motivação, que me ajudaram e incentivaram para a realização do estágio.

Quero também deixar uma palavra de agradecimento à minha orientadora de estágio na Iberglory,a Sra.Conceição Ferreira , que me concedeu esta magnifica oportunidade, pela sua disponibilidade demonstrada e por todo o apoio por ela prestado durante a minha estadia na empresa.

Gostava também de agradecer aos restantes colegas de trabalho, Sr.António Moura, Gustavo Magalhães e José Almeida por todo o apoio e amizade e auxilio na integração da empresa.

À professora Doutora Maria Clara Ribeiro, orientadora, pelo inalterável apoio e incentivo na realização do relatório de estágio e pela partilha de conhecimentos e valiosas contribuições para a realização deste trabalho.

Índice

Introdução.....	1
Capítulo I – Enquadramento Teórico	2
I.1.Internacionalização	2
I.1.1Teorias de Internacionalização	3
1.2 O Comércio Externo Português.....	16
I.1.3 O Investimento Directo Estrangeiro (IDE)	19
I.1.4 Países de destino da Internacionalização.....	23
I.1.5 O Caso Português	24
I.2.Sistema Logístico	25
I.2.1 Introdução à Logística	25
I.2.2. Infra-estruturas indispensáveis à prática logística	26
I.2.3. Transitários.....	29
I.2.4. Logística em Portugal	32
I.3.Transporte Marítimo.....	33
Capítulo II – Apresentação da Empresa	35
II.1 Apresentação da Empresa.....	35
II.2 Actividades desenvolvidas pela Empresa.....	38
Capítulo III – Parte Prática – Estágio no departamento Importação/Exportação Marítima.....	40
Capítulo IV – Conclusão.....	42
Referências Bibliográficas	43
Anexos.....	1
Anexo 1 -Contrato de Estágio.....	1
Anexo 2-Avaliação do Estágio por parte da Empresa	7

Índices de figuras e Quadros

Índice de Figuras	Págs.
Figura 1 – Modos de Entrada.....	8
Figura 2 – Procedimentos Franchising.....	13
Figuras 3 e 4 – Distribuição Geográfica das Exportações/Importações de Bens	17
Figuras 5 e 6 – 10 Principais Países nas Exportações/Importações de Bens.....	18
Figuras 7 e 8 – Principais grupos de Produtos Exportados/Importados.....	19
Figura 9 – Evolução do Investimento Directo Estrangeiro em Portugal.....	20
Figuras 10 e 11 – Investimento Directo Estrangeiro em Portugal por Sectores / Países de Origem.....	21
Figura 12 – Evolução do Investimento Directo de Portugal no Estrangeiro.....	22
Figuras 13 e 14 – Investimento Directo de Portugal no Estrangeiro por Sectores/ por Países de Destino.....	22
Figura 15 – Trinómio da Logística	25
Figuras 16 e 17 – Transporte Aéreo (DHL e Fedex).....	28
Figura 18 – Transporte Rodoviário (Schenker).....	28
Figuras 19,20 e 21 – Logotipos Grupo Romeu/Transglory/Iberglory.....	35
Figura 22 – Transglory.....	35
Figura 23 – Organigrama Iberglory Porto.....	36
Figura 24 - Escritórios no Mediterrâneo Ocidental.....	36
Figura 25 – Rede de Agentes WWA.....	37
Figura 26 – Exportação EUA.....	38
Índice de Quadros	
Quadro 1 – Comércio Internacional Português.....	17
Quadro 2 – Tabela de Incoterms.....	31
Quadro 3 – Escritórios da Transglory.....	36
Quadro 4 – Armazéns da Transglory.....	37

Introdução

O presente trabalho insere-se no âmbito do Mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização, ministrado pelo Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto e tem como objectivo descrever e reflectir sobre as actividades desenvolvidas no estágio curricular.

O estágio foi realizado na empresa Iberglory, NVOCC Consolidadores de Carga e teve a duração de quatro meses (840 horas) sob a co-orientação da “Branch Manager” da empresa, Sra. Conceição Ferreira, a qual foi responsável pela coordenação das actividades diárias no decorrer do mesmo.

A Professora Doutora Maria Clara Ribeiro foi a responsável pela supervisão académica.

Em relação aos objectivos do estágio, passaram muito por desenvolver as competências adquiridas no âmbito académico, mas também por uma introdução ao mundo da logística e à exposição a um ambiente de trabalho a nível empresarial.

A escolha da temática prende-se com o interesse na área e aprofundamento de conhecimentos adquiridos durante o mestrado e licenciatura.

Com a abertura e alargamento dos mercados, o aumento da concorrência e do ritmo de inovação, as empresas não se podem limitar a “estar” no mercado. Cada vez mais as empresas têm de estar aptas a reagir aos desafios que se lhes colocam e lhes ameaçam a sobrevivência pelo que as estratégias de internacionalização têm ganho destaque em contexto empresarial.

O presente trabalho é constituído por três capítulos, o primeiro com o Enquadramento Teórico engloba três subcapítulos onde são expostos temas como: a Internacionalização, o Sistema Logístico e o Transporte Marítimo. Este primeiro capítulo serve de base para a percepção de todo o relatório de estágio.

No segundo capítulo temos a apresentação da empresa, onde é explicado como surgiu a empresa Iberglory dentro do Grupo Romeu, onde estão sediados os escritórios e armazéns do grupo e quais os serviços prestados.

Por fim no capítulo três expõe-se a parte prática do estágio, descrevendo as actividades desenvolvidas através de uma cronologia mensal, e também a relação entre o enquadramento teórico e a parte empírica .

Capítulo I – Enquadramento Teórico

I.1. Internacionalização

A internacionalização é um processo que consome recursos financeiros e humanos escassos e não deve ser empreendida como resposta a um eventual insucesso no mercado doméstico, ou porque a empresa dispõe de recursos financeiros temporariamente abundantes, mas servir de projecção a vantagens exploradas no mercado doméstico ou noutros mercados pela via da exportação.

Os casos de internacionalização permitem identificar fontes de vantagens competitivas e, na generalidade dos casos, posições duradouras de relevo no mercado nacional.

Em sectores como a distribuição, a indústria cimenteira, a hotelaria, os moldes, as embalagens, a cortiça, entre outros, é bem visível a existência de ambiente competitivo e a acumulação de experiência e know-how que podem vir a ser eficientemente exploradas noutros mercados.

Num número significativo de casos, as empresas possuem já uma experiência de parceria e cooperação internacional, quer com empresas multinacionais estabelecidas em Portugal - Colep e Jerónimo Martins, quer através de alianças estratégicas - Sonae, BCP, etc.

No entanto, uma outra modificação está a verificar-se na economia portuguesa - a inovação começa a estar presente apesar do fraco nível de I&D que sempre caracterizou as nossas empresas.

Em sectores como as tecnologias de informação e de telecomunicações, a banca, o farmacêutico, etc., são já visíveis elementos de inovação e existe mesmo um conjunto de produtos como a Via Verde, o Mimo ou o Porta-moedas electrónico que estão a ser introduzidos noutros mercados.

A inovação com sucesso corresponde a uma identificação, nem sempre fácil, entre os objectivos da empresa e as aspirações dos consumidores. No entanto, constitui a base mais sólida para a entrada em novos mercados, na fase inicial com características semelhantes ao do país onde a inovação foi desencadeada e testada.

Portugal já tem a sua quota de insucessos no processo de internacionalização, nomeadamente nos sectores cerâmico e das confecções. Por vezes é o sucesso excessivo a ditar o fracasso, por falta de capacidade de resposta. Outras vezes é o espírito individualista que leva alguns investidores a suportar sozinhos custos que poderiam ser partilhados. No entanto, e embora a experiência seja recente, já foi possível demonstrar que é possível descobrir novos caminhos e trilhá-los com cada vez maior segurança.

I.1.1 Teorias de Internacionalização

I.1.1.1 Modelos e Teorias de Internacionalização

Existem vários modelos que explicam a Internacionalização das empresas. Relativamente a esses modelos não existe um consenso sobre qual é o mais certo e qual se adapta melhor à realidade actual. Para expor os mesmos foi utilizada a contribuição de Dias (2007) bem como a opinião de outros autores.

Procurou-se também incluir uma contribuição própria sobre alguns tópicos aqui discutidos.

É importante referir que não existe uma única teoria que possa explicar a internacionalização das empresas. Há diversos trabalhos nesta área, contudo a todos eles são apontadas limitações pois é necessário ter em conta, por um lado, as alterações na realidade económica, as recentes crises económicas, as mudanças trazidas pela globalização e por outro lado a liberalização do comércio internacional vieram alterar algumas premissas e alguns modelos e teorias sobre a Internacionalização, Dias (2007).

Para especificar os principais modelos actuais de Internacionalização de empresas, é necessário perceber e analisar as Teorias clássicas de Comércio Internacional de Adam Smith e David Ricardo.

Já no século XIX, David Ricardo explicava a existência do comércio internacional pelas diferenças de preços relativos dos bens dos diversos países. Estas teorias têm por base a análise da especialização internacional de cada país em função dos seus recursos (naturais ou tecnológicos), devendo cada país se especializar no bem pelo qual possui relativamente maior vantagem absoluta. A sua principal limitação prende-se com o facto de a unidade de análise ser o país e não tanto a empresa.

No entanto Michael Porter teve por base essas teorias clássicas para produzir a sua Teoria da Vantagem Competitiva em 1985, desta vez adaptada às empresas. Porter analisa a competitividade de um país analisando quatro factores: factores de produção como os recursos humanos, infra-estruturas técnicas; factores de procura como as necessidades dos consumidores; factores de suporte como a existência de fornecedores, cadeias de distribuição e negócios; e factores de concorrência elevada e rivalidade empresarial. Esses quatro factores formam o chamado “Diamante de Vantagem Competitiva Nacional”, através do qual Porter preconiza que nenhuma nação é competitiva em todos os sectores e, como as economias de cada país são muito especializadas, o sucesso de cada país depende da forma como as empresas de sectores inter-relacionados se organizam e competem a nível global. Ou seja cada país se deve especializar nos clusters/sectores nos quais é mais competitivo. Ele alarga assim o conceito das vantagens comparativas ao incluir não só os factores de produção mas as diferenças tecnológicas, factores de qualidade e os modelos de concorrência. Porter apresenta um conceito de competitividade das nações, menos focado no preço, e que tem como unidade de análise não o produto mas sim a indústria. Assim para Porter, as nações que

funcionem como bases favoráveis ao desenvolvimento das referidas vantagens competitivas são alvo de processos de internacionalização. No entanto esta teoria é ainda muito centrada na competitividade das nações, Dias (2007).

As abordagens mais clássicas assentam essencialmente em tentativas de compreensão do aparecimento das empresas multinacionais Além destas duas teorias ligadas ao conceito de competitividade e especialização internacional, existem outras teorias clássicas importantes de Internacionalização.

A **Teoria do Ciclo de Vida do Produto** (Vernon 1966) é uma delas. Esta teoria explica a Internacionalização de empresas servindo-se do conceito de ciclo de vida para explicar porque é que algumas empresas se tendem a tornar multinacionais num determinado estágio do seu desenvolvimento, Lorga (2002).

Existem vários estágios no ciclo de vida de um produto. A localização da produção depende do estágio em que se encontra. As mudanças tecnológicas levam a que as vantagens comparativas dos países vão mudando ao longo do tempo. Inicialmente, os produtos são produzidos em países de elevado rendimento e consumo, que posteriormente os exportam para outros mercados, veja o primeiro PC da IBM produzido no Estados Unidos e rapidamente exportado para outros países com rendimentos e padrões de consumo semelhantes. Numa fase dá-se o efeito de imitação pelos outros países ricos que, inicialmente importadores do produto, passam igualmente a exportá-lo. Num estágio posterior, entram também na corrida os países menos desenvolvidos, que utilizam vantagens em termos de custos. No estágio de maturidade dos produtos, a concorrência é intensa e os países mais desenvolvidos são agora importadores do produto, lançando-se outra vez em novos produtos, pelo que o modelo se repete. Retomando o exemplo do PC da IBM, hoje em dia a maioria é produzida na China e restantes países do Sudoeste Asiático e consumidos pelos maioritariamente em Países desenvolvidos.

Além desta existe também a **Teoria das Imperfeições de Mercado** que relaciona a existência de imperfeições do mercado como tentativa de compreensão do aparecimento das multinacionais. De acordo com Hymer (1976), as imperfeições de mercado são estruturais, decorrentes de desvios estruturais em mercados de concorrência perfeita devido ao controle exclusivo e permanente da tecnologia, acessos privilegiados a factores produtivos, economias de escala, controlo de sistemas de distribuição e diferenciação de produtos Dias (2007). Procura compreender como uma empresa estrangeira, com conhecimento limitado das condições locais, pode competir com sucesso no mercado local, Dias (2007). A empresa deve possuir vantagens de propriedade face a sua principal concorrência, optando pelo investimento directo pois ao entrar num mercado desconhecido tem uma desvantagem ao lidar com um novo enquadramento, que se pode traduzir por maiores custos, Dias (2007). Esta teoria defende que a motivação para as empresas se tornarem multinacionais resulta de deterem vantagens no seu mercado que visam explorar noutros mercados. As vantagens comparativas

que a empresa possui juntamente com as imperfeições do mercado para onde se quer internacionalizar são os factores explicativos do investimento directo no estrangeiro, Dias (2007). São consideradas como imperfeições no mercado:

- Imperfeições nos mercados de bens e factores de produção (marcas, diferenciação do produto, o acesso a recursos);
- Imperfeições na concorrência dadas as economias de escala;
- Imperfeições na concorrência causada por políticas governamentais

Além destas teorias clássicas, existem também teorias relacionadas com o Investimento Directo, Dias (2007) como é o caso da Teoria Eclética ou Paradigma OLI.

A Teoria eclética ou paradigma OLI de Dunning (1995, 1998) é directamente relacionada com o Investimento. Usando a abordagem de António Abrantes (1999) que considera que esta tem também por objectivo principal explicar o investimento estrangeiro, considera-se que um investimento de sucesso se deve basear nas três vantagens da multinacionalização que são, Abrantes (1999):

- 1) A vantagem específica da empresa (O de Ownership Advantage), e que deriva da empresa possuir vantagens específicas face à concorrência que são geralmente activos intangíveis como tecnologia, economias de escala, diferenciação, recursos humanos, etc. e que não estão disponíveis, pelo menos durante algum tempo, aos seus concorrentes;
- 2) A vantagem em deslocalizar (L de Location Advantages) alguma parte da sua actividade produtiva para o exterior por encontrar aí vantagens superiores às encontradas no seu próprio país, mão-de-obra mais barata, acesso a infra-estruturas ou recurso etc.
- 3) Uma vantagem de internalização (I de Internalization advantages), que se traduz na capacidade da empresa em rentabilizar as vantagens específicas que possui em vez de as ceder a outras empresas através de contrato ou licença.

Esta teoria assenta no facto de que toda a modalidade de internacionalização passar pela existência de uma vantagem específica significativa, Abrantes (1999). Com base na identificação das vantagens em termos de internacionalização da empresa para uma determinada zona, é possível determinar o modo de penetração mais adequado, Dias (2007). Por exemplo se uma empresa dispõe somente de uma vantagem específica (O) e não as duas restantes, o mais provável é que não invista directamente mas sim que ceda essa vantagem específica, através de licenciamento, a outra empresa, Abrantes (1999). Outro exemplo, seria quando o de uma empresa possuir uma vantagem de Internalização (I) mas ter vantagem em deslocalizar a produção (L), daí que o mais certo seria optar pelo exportação ou de um distribuidor no país de destino.

No entanto existem limitações na sua utilização. A primeira limitação deve ser ao facto servir para explicar o Investimento Directo mas de não dar atenção a outras formas de internacionalização. Além disso serve também para explicar o processo de internacionalização de grandes empresas que normalmente têm processos de integração vertical nos mercados internacionais, mas não é muito útil para explicar outras formas de cooperação empresarial a que recorrem habitualmente as empresas de pequena e média dimensão, Abrantes (1999).

Revistas algumas teorias que explicam o Comércio Internacional e as principais teorias que explicam o fenómeno da Internacionalização é importante explicar as principais formas de Internacionalização.

1.1.1.2 Formas de Internacionalização

Factores de Decisão

Utilizando uma classificação generalizada entre vários autores, e seguindo Manuela Dias (2007) por considerar a sua contribuição mais objectiva e sintética na análise do tema dos factores de decisão, irei desenvolver os principais factores que condicionam a decisão da empresa na altura de internacionalizar. Os factores de decisão de um modo de entrada no mercado externo podem ser definidos de forma sintética, segundo três ópticas diferentes, Dias (2007).

- **Óptica económica** – tem como o objectivo principal escolher a forma que maximiza o lucro a longo prazo ponderando os custos e benefícios de cada forma de entrada. O objectivo aqui é sempre um equilíbrio entre o grau de controlo, o grau de investimento de recursos, a rentabilidade e o risco assumido pela empresa. Os principais modelos desenvolvidos nesta óptica, relacionam maioritariamente o ROI (Return on Investment) com o Risco assumido pela empresa que se internacionaliza.

- **Óptica dos estádios de desenvolvimento** – esta óptica diz-nos que a empresa deve identificar as suas opções à medida que avança nos estádios da sua expansão internacional. Ou seja, um dado modo escolhido pode tornar-se inadequado, exigindo a passagem para o modo seguinte. Por exemplo o crescimento tão grande das exportações de uma empresa pode ser um sinal que aponta para uma evolução para investimento directo. Ou seja, relaciona-se a decisão relativa ao modo de entrada escolhido pela empresa com a evolução do processo de internacionalização. Assim, quanto mais aprofundado for o processo de internacionalização, maior deve ser o compromisso dos recursos da empresa nesse processo.

- **Óptica da estratégia de negócio** – Segundo esta perspectiva, as empresas optam muitas vezes por processos de decisão satisfatórios mas que não maximizam o lucro do empresário a longo prazo, dada a grande diversidade de factores que afectam as suas decisões. Esta óptica resulta da incerteza e da necessidade de consensos na tomada de decisão empresarial.

Existem um conjunto de factores internos e externos à empresa que afectam o modo de entrada escolhido.

Numa primeira fase da tomada de decisão sobre os modos de entrada são os factores internos e externos que permitem identificar os vários modos possíveis. Além disso e dependendo do estágio do processo de internacionalização da empresa, as empresas são influenciadas por agentes e factores internos e externos, Cardoso (2010). Esses factores são normalmente estes, Dias (2007):

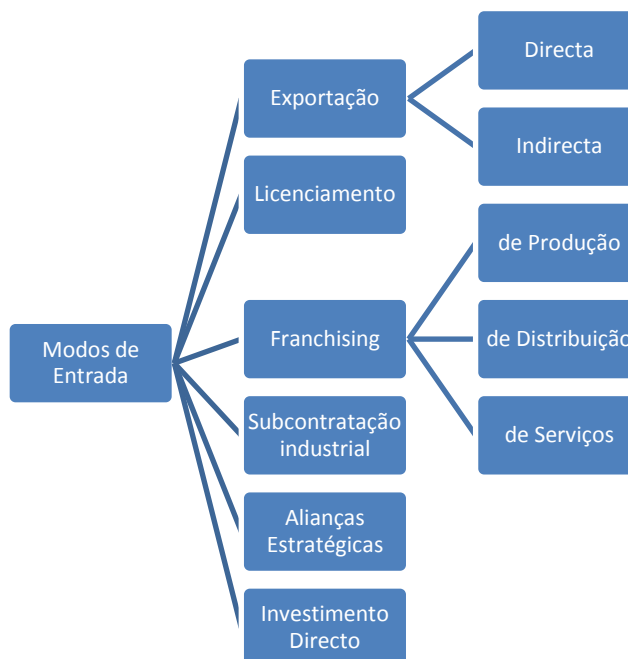
- Factores internos à empresa: o tipo de produtos ou actividade desenvolvida, timing, a intensidade tecnológica da empresa, os recursos e a capacidade de comprometer os recursos da empresa, os objectivos de gestão e a estratégia de selecção de mercados adoptados pela empresa, a possibilidade da obtenção de economias de escala, os próprios gestores e responsáveis determinam o grau de envolvimento das actividades da empresa nos processos de Internacionalização, Cardoso (2010).

- Factores externos: as barreiras ao comércio e regulamentações governamentais, os custos de produção, o tipo de consumidores e a mão-de-obra, a estrutura económica do país, as políticas públicas de ajuda às empresas nacionais, a distância geográfica, a dimensão dos mercados, o nível de competitividade e a performance do país e os diversos factores socioculturais que podem influenciar a actuação da nova empresa nesse mercado. Também os incentivos sobretudo e subsídios governamentais podem levar uma empresa a investir nesse país ou no caso dos subsídios à exportação aumentar o valor de exportações, Cardoso (2010).

A partir daí recorre-se a variáveis económicas para seleccionar o modo mais adequado. Isto é, remete a decisão de entrada do ponto de vista das condições e necessidades internas da empresa, e somente numa segunda fase numa óptica económica de maximização da rentabilidade.

Análise de Modos de Entrada

Figura 1 – Modos de Entrada



Fonte: Elaboração Própria

Neste ponto serão analisadas as formas de entrada consideradas mais típicas em termos de internacionalização.

a) Exportação

A exportação é a fórmula mais utilizada pelas empresas nos seus processos de expansão internacional (Salomon e Shaver, 2005). Simões (1997) define a exportação como sendo um modo de operação em que os produtos são vendidos num país diferente daquele onde são fabricados.

Apresenta como vantagens um reduzido envolvimento financeiro, um risco diminuto (face a outras estratégias) e a facilidade (relativa, também) de procedimentos operacionais. Possibilita a obtenção de economias de escala quando as actividades de produção estão concentradas, no limite, num só local. Obviamente que estas economias de escala fazem com que a empresa seja confrontada com a questão das especificidades dos mercados-alvo. Um dos problemas levantados por este modo de entrada é a falta de controlo, na maior parte das situações, pela empresa exportadora da política de marketing (preço, comunicação, distribuição). Viana e Hortinha (2005) chamam a atenção para o facto de haver sectores de actividade em que a exportação é a única forma de internacionalização (por exemplo, água, vinho, minerais).

Brito e Lorga (1999) referem duas formas de exportação, a indirecta, em que a empresa não desenvolve esforços particulares em termos de marketing internacional, estando dependente de terceiros para vender nos mercados-alvo, e a exportação directa, na qual a empresa não

delega em terceiros as operações de marketing internacional. Segundo estes autores, é normal estas duas formas de exportação conviverem, consoante os mercados-alvo. Já Simões (1997) realça existirem três modalidades de exportação, a indirecta (em que quem fabrica recorre a um intermediário no país de origem que é responsável pela exportação do produto), a directa (quando o fabricante exporta para intermediários domiciliados no país de destino, que depois distribuem o produto) e a própria (em que não existem intermediários entre o fabricante e o cliente final, sendo o fabricante responsável pela distribuição do produto no país de destino). Utilizando a classificação proposta por Viana e Hortinha (2005), vai-se apresentar uma classificação dos tipos de exportação mais “fina”, com exemplos do tipo de estruturas envolvidas:

a1) Exportação Indirecta

No que se refere à exportação indirecta, esta pode ser ocasional (não é planeada, é reactiva) ou activa (a empresa pretende internacionalizar-se para determinado(s) mercado(s)). Este modo de exportação exige menor envolvimento de recursos (logo implica menores riscos) bem como é mais adequado a empresas que não possuem experiência de internacionalização nem grandes conhecimentos acerca dos mercados-alvo.

Claro que existe o reverso da medalha, em que o controlo do processo pertence ao “efectivo exportador”, a empresa produtora tem ganhos essencialmente em termos financeiros, não criando valor acrescentado nem ganhando notoriedade internacional ou experiência internacional.

Quanto aos intermediários envolvidos, destacam-se:

1. Organizações de venda localizadas no mercado doméstico – São organizações grossistas domésticas dedicadas ao comércio internacional ou retalhistas com escritórios de compra no país doméstico da empresa. Incluem as tradings, que oferecem como vantagens o acesso a mercados difíceis, apoio em termos pesquisa de mercados, crédito, design de novos produtos e armazenamento.

Estas entidades não são especialistas no produto dada a abrangência habitual da sua oferta. Há a incapacidade da empresa exercer qualquer poder sobre este intermediário. As tradings também podem ser utilizadas em processos de exportação directa.

2. ACE – Agrupamentos Complementares de Empresa – São formas de cooperação com vantagens inerentes ao controlo e reunião de diferentes skills/conhecimentos, possibilitando um maior conhecimento dos mercados, melhores condições no transporte e no crédito e maior visibilidade da oferta das empresas. Apresentam como inconvenientes não possibilitar à empresa knowhow na internacionalização e, quando aumentam as vendas, ser mais vantajoso para a empresa ter um departamento de exportação próprio.

3. Organizações Cooperativas – Promovem exportações em benefício das empresas associadas, pelas quais são administradas. Há três formas neste tipo de organizações que se distinguem: as associações webb-pomerene (incluem as associações de produtores e distribuidores e os cartéis de exportações), as export trading companies (envolvem maiores recursos que as anteriores mas permitem maior conhecimento à empresa do mercado-alvo) e o piggy-back export (possibilita à empresa a utilização da rede internacional de distribuição de outro fabricante, com vantagens para ambas as partes. A desvantagem é a duração do acordo, geralmente curta).

a2) A Exportação Directa

Esta modalidade de exportação exige um maior envolvimento da empresa, quer a nível de recolha de informação dos mercados quer de estabelecimento da política de distribuição, comunicação e preços. Se por um lado lhe dá maior controlo e maior experiência internacional, por outro, fá-la incorrer em custos mais elevados.

Viana e Hortinha (2005) destacam entre as modalidades mais habituais de exportação directa:

1. Departamento baseado no país de origem – este departamento pode ser de três tipos: ou um departamento dentro da empresa, com um responsável de vendas externos que conta a colaboração dos outros departamentos, ou um departamento de exportação autónomo, ou uma filial de exportação (versão com maior autonomia que a anterior).
2. Vendedor residente ou não residente (reside no mercado-alvo) – esta modalidade possibilita um melhor conhecimento do mercado e uma maior proximidade do cliente.
3. Distribuidores e agentes no exterior - esta modalidade tem por base acordos com duração, formas de remuneração, zonas de actuação perfeitamente delimitadas, sendo que no caso da distribuição existe um contacto do distribuidor com o produto, que chama a si o risco de crédito e a sua colocação no cliente; no caso do agente, este apenas tem contacto com as amostras do produto e material promocional. Distinguem-se as seguintes formas de exportação via agente/distribuidor: agentes no exterior (localizado no mercado-alvo, remunerado com comissão, pode distribuir os produtos da empresa, não assumindo qualquer responsabilidade quando não toma posse destes); retalhista no estrangeiro (a empresa vende directamente a uma rede de retalho, que, com vendedor, munido de material promocional e/ou amostras, se desloca aos clientes); concessionário (actua em nome próprio, de forma independente, com os direitos exclusivos de venda dos produtos da empresa em determinada área geográfica, geralmente não comercializando produtos concorrentes e prestando assistência técnica ao cliente); trading (armazena, transporta, financia, segura, trabalhando com várias marcas e produtos).
4. Sucursal – estrutura física da empresa no mercado, sem autonomia jurídica, e consequentemente muito dependente da sede. É uma estrutura muito similar à da distribuição, distinguindo-se desta pelo facto do responsável ser funcionário da empresa).
5. Capacidade de armazenamento – estrutura que permite melhor resposta à procura.

6. Filial comercial – distingue-se da sucursal pela personalidade jurídica própria. O recurso habitual a pessoal local, confere-lhe uma forte vantagem comercial. A nível de outras vantagens, salientam-se a proximidade do mercado, as valias fiscais e a sua estabilidade dada a independência face a terceiros.

7. Franchising de distribuição – é uma hipótese muito usada quando há dificuldades de acesso a canais de distribuição tradicionais, estrangimentos financeiros e vontade de promover uma marca.

b) Licenciamento

Simões (1997) define o contrato de licenciamento como um acordo pelo qual uma empresa cede a outra o direito de utilizar determinados conhecimentos (know-how) e/ou de explorar direitos de propriedade industrial (marcas, patentes, modelos ou desenhos) contra um pagamento, expresso normalmente através de royalties. Cateora e Graham (1996), consideram que este acordo é de risco reduzido, propondo uma definição mais sintética: contrato de cedência de direitos e métodos de produção a uma empresa de um terceiro país em troca de royalties. Simões (1997) refere que este contrato pode incluir assistência técnica, serviços de engenharia ou formação de pessoal. Por estas razões, é normal que recorram a este tipo de contrato empresas com marcas fortes ou com elevado know-how tecnológico mas que carecem de recursos necessários à internacionalização (por exemplo, os financeiros e os humanos). Igualmente salienta que este tipo de contrato pode incluir cláusulas condicionadoras do comportamento do licenciado, como restrições à exportação e limitações ao fabrico de produtos concorrentes.

Segundo diversos autores, a duração deste contrato é geralmente longa, estando dependente de factores como a evolução tecnológica e das expectativas de evolução do mercado, e a licença é conferida para determinada área, em exclusivo ou não. Viana e Hortinha (2005) alertam que esta forma de investimento envolve um risco forte associado à possibilidade do licenciado adquirir autonomia tecnológica e passar a concorrer com o licenciador. Contudo, não há que esquecer que o licenciamento é uma forma privilegiada de aceder a mercados com fortes barreiras à entrada, transferindo o risco operacional para a empresa licenciada (Simões, 1997).

Lorga (2003) realça que este contrato não exige investimento, é uma forma rápida para explorar pequenos mercados e possibilita uma entrada rápida, com risco mínimo. No reverso da medalha, salienta os retornos limitados. Brito e Lorga (1999) diferenciam o licenciamento da figura de transferência de tecnologia, referindo que o licenciamento envolve a cedência de direitos patenteados enquanto a transferência incide sobre conhecimento tecnológicos não patenteados.

c) Franchising

Para Cateora e Graham (1996) e Viana e Hortinha (2005), o franchising é uma forma específica de licenciamento em que o franchisador licencia franquistas para comercializarem ou produzirem um produto/serviço em determinado território, segundo o modelo de negócio criado pelo franchisador. Já Simões (1997) é de opinião contrária, salientando que apesar das semelhanças destes tipos de contratos, o franchising detém uma componente comercial mais forte e um conceito de negócio mais bem definido.

Neste acordo, o francheado tem o direito de utilizar o nome, marca registada, knowhow e serviços (inclui formação, publicidade, apoio na gestão, estudos de mercado, concepção do espaço) do franchisador. Em contrapartida tem de pagar ao franchisador um direito de entrada e royalties (habitualmente são comissões sobre as vendas).

Simões (1997) considera existirem quatro elementos característicos neste tipo de acordo: a imagem de marca, o conceito de negócio, o território definido e a relação continuada (que pressupõe apoio técnico, logístico e promocional do franchisador).

Podem elencar-se três grandes tipos de franchising (Viana e Hortinha, 2005):

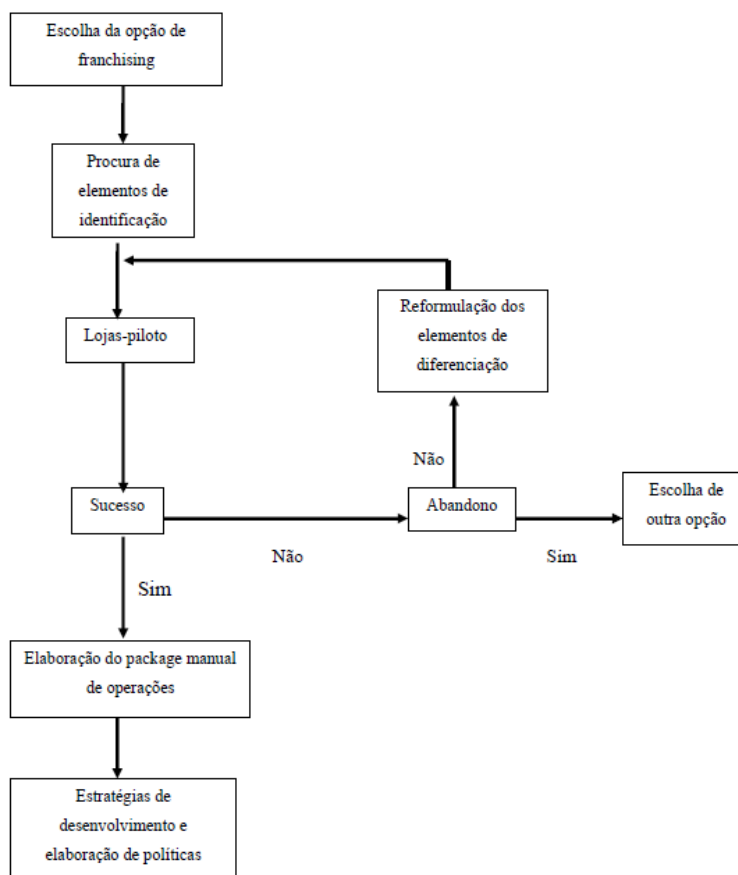
i. **Franchising de produção** – está em questão a cessão de know-how, licença de produção e direitos de comercialização de produto ou tecnologia;

ii. **Franchising de distribuição** – trata-se da comercialização de produtos sob a marca do franchisador;

iii. **Franchising de serviços** – refere-se à exploração de uma insígnia, havendo transferência de know-how e métodos de gestão, podendo estar associado o fornecimento de produtos. É um conceito muito utilizado em hotelaria.

Simões (1997) considera que o franchising é um modo de internacionalização privilegiado, que com custos reduzidos possibilita rápida expansão internacional, sendo um sistema que auto-alimenta o próprio processo de crescimento. Para optar por um sistema de franchising, a empresa deve levar a cabo um conjunto de procedimentos prévios, que estão sintetizados na figura seguinte.

Figura 2 – Procedimentos Franchising



Fonte: Hortinha e Viana (2005)

d) Subcontratação industrial

Teixeira e Diz (2005) definem esta forma de internacionalização como um acordo entre uma empresa internacional (ou que visa internacionalizar-se), a contratante, e uma empresa do país de destino, a subcontratada, sendo que esta última fabrica os produtos ou componentes destes e a primeira leva a cabo a sua comercialização (pode incluir integração e montagem, no caso de componentes). Simões (1997) refere que a contratante tem sob a sua alçada a responsabilidade económica final, isto é, a comercialização. Luostarinen e Welch (1990) fazem a distinção entre subcontração de produtos (“fabricação sob controlo” ou “fabricação sob contrato”) e a subcontratação propriamente dita (produção apenas de componentes). Segundo Simões (1997) esta distinção não é efectuada na linguagem da gestão corrente em Portugal.

e) Alianças Estratégicas

Lorga (2003) sistematiza as alianças estratégicas como incluindo diversas situações de relações comerciais entre empresas de uma Economia (geralmente concorrentes) e empresas de países diferentes, sempre que este relacionamento não se encontra coberto pelas figuras

de licenciamento ou joint-venture. Teixeira e Diz (2005) complementam esta definição, referindo que estes acordos se caracterizam pela reciprocidade ou pela conjugação de esforços e competências entre as empresas.

Simões (1997) realça a grande diversidade de interpretações do conceito de aliança, que incluem relações contratuais, como o licenciamento e outras formas que pressupõem participações de capital, como as joint-ventures, sugerindo a adopção de uma noção de alianças que se cinja às situações de cooperação inter-empresas que envolvam participações no capital e se caracterizem pela reciprocidade e/ou actuação conjunta.

São exemplos deste tipo de alianças os acordos de especialização da produção (em que as empresas repartem a produção, explorando as vantagens da sua complementaridade e especialização), de distribuição recíproca (cada empresa aliada comercializa os produtos da outra empresa aliada, utilizando a sua rede de distribuição), de estabelecimento de redes de distribuição ou de serviços pós-venda em conjunto (as aliadas partilham os custos da implantação das redes de distribuição ou serviços pós-venda) e os contratos de licença cruzada (são uma forma de acesso a conhecimentos tecnológicos do parceiro).

Simões (1997) refere como desvantagens deste tipo de contrato os problemas de coordenação e os comportamentos oportunistas.

Cateora e Graham (1996) e Teixeira e Diz (2005) consideram que os consórcios são uma das modalidades de alianças. O consórcio consiste num acordo entre empresas concorrentes ou complementares, de duração temporal reduzida, com um objectivo definido, em que as partes mantêm a sua autonomia jurídica e estratégica.

Normalmente, é constituído para dar resposta a projectos de grande dimensão, sendo que agrega um grupo de empresas para usufruir de vantagens comparativas a nível de localização ou tecnologias. Dadas as imposições legais, são muitas vezes a única forma de acesso a um mercado. Este contrato implica um diminuto risco individual dada a partilha de recursos. Contudo, é frágil, sendo habitual a “fricção” entre parceiros, por questões culturais.

f) Investimentos Directos

Conciliando algumas das propostas de classificação dos modos de entrada referidos atrás, Simões (1997) propõe a análise dos investimentos directos a três níveis:

1º nível: Modo de concretização dos investimentos - investimentos de raiz versus aquisição;

2º nível: Tipo de propriedade - joint-venture versus sole-venture;

3º nível: Actividades desenvolvidas - filial de captação de conhecimentos versus filial comercial versus filial produtiva.

Assim, e tendo em atenção o primeiro nível proposto, o investidor pode efectuar um investimento de raiz, em que dispense todos os esforços necessários a implantar uma nova empresa, como por exemplo a construção de unidade fabril, o recrutamento de pessoal e os contactos institucionais, entre outros. Pode, em alternativa, optar por tomar parte ou o todo do capital de uma empresa já existente. As aquisições, apesar de possibilitarem uma entrada mais

rápida no mercado, aproveitando competências já desenvolvidas, podem ter como desvantagens a má selecção da empresa-alvo, a dificuldade de conjugar as culturas empresariais bem como a reacção adversa da empresa adquirida (Simões, 1997).

Quanto ao tipo de propriedade, as joint-ventures são definidas por Simões (1997) como empresas cujo capital é repartido entre duas ou mais empresas autónomas, enquanto que as sole-ventures são empresas detidas na totalidade por uma única entidade (uma empresa ou grupo de empresas).

Teixeira e Diz (2005) apresentam uma definição mais alargada das joint ventures, considerando-as como sendo acordos entre empresas (as mais comuns verificam-se entre duas empresas) de dois países diferentes com a finalidade de levar a cabo, num desses países, um negócio – geralmente constituindo uma entidade empresarial distinta – com benefícios esperados para ambas as partes, que partilham também os riscos.

Lorga (2003) e Cateora e Granham (1996) consideram que este contrato implica sempre a criação de uma entidade nova e juridicamente distinta das outras. Lorga (2003) acrescenta ainda que este contrato pode ter como alvo actividades comerciais ou produtivas. Para Viana e Hortinha (2005) as joint-ventures podem resultar da uma aquisição parcial de uma sociedade existente no estrangeiro; da criação de uma nova empresa em associação com um parceiro local (habitual em países em desenvolvimento); da constituição de uma sociedade conjunta num país terceiro; da criação de sociedades mistas, com um parceiro local, sendo este o Estado ou de alguma ligado a ele (ocorrem geralmente em sectores estratégicos da Economia do país).

Relativamente às vantagens das joint-ventures, destacam-se o facto de serem estratégias de risco baixo, muito utilizadas dado possibilitar a entrada em mercados de difícil acesso (com barreiras), combinando o conhecimento da empresa local com o capital e tecnologia da empresa entrante (Cateora e Graham, 1996). Lorga (2003) destaca os principais problemas desta forma de entrada, que têm a ver com o relacionamento entre parceiros (resultado de conflitos e falta de comunicação entre parceiros, com culturas empresariais diferentes, da luta pelo controlo).

Cateora e Graham (1996) consideram que a sole-venture (ou propriedade total) exige a criação ou a aquisição de uma filial no estrangeiro detida a 100% pela empresa. Face a todas as outras figuras, a sole venture possibilita um controlo total mas exige maior investimento (Lorga, 2003). Cateora e Graham (1996) realçam as suas vantagens a nível de custo dos recursos humanos, facilidade de acesso a matérias-primas e de não pagamento de direitos à importação, contrapondo, contudo, com o facto da empresa ficar mais vulnerável à instabilidade política e económica do país.

Por último, quanto às actividades desenvolvidas no exterior, Simões (1997) salienta três tipos: filiais de captação de conhecimentos, cujo principal objectivo é acompanhar e assimilar os desenvolvimentos tecnológicos ou comerciais do país destino; filiais comerciais, que visam promover e comercializar os produtos da empresa no país-alvo

(incluem serviços pós-venda); filiais produtivas, que realizam actividades produtivas muito além do acondicionamento e embalagem do produto final, sendo que estas actividades são definidas em função do sector da empresa e das condições do mercado-alvo.

O investimento directo detém uma importância fulcral nos processos de internacionalização, cabendo agora aqui efectuar uma pequena síntese dos seus benefícios e desvantagens, com base em diversos autores. Assim, o investimento directo reduz os riscos de transacção (Hennart, 1982), permite à empresa vantagens da localização no mercado-alvo decorrentes dos custos laborais competitivos e do acesso a recursos críticos (Deeds e Hill, 1998), possibilita o desenvolvimento de novos conhecimentos e capacidades que fortalecem a sua competitividade internacional (Shan e Song, 1977) bem como o reforço do conhecimento/aprendizagem da organização em diversos mercados (Porter, 1990 e Zahra et al., 2000).

Exige, obviamente, maior empenhamento da organização, é um processo menos flexível (nomeadamente em termos de inversão), mais sujeito à instabilidade económica e política. Este tipo de investimento, nas suas primeiras fases, tem desvantagens associadas à sua origem externa, sendo que o investidor tem mais custos comparativamente a um investidor local; em fases mais avançadas, em que o número de subsidiárias aumenta, a experiência internacional é reforçada. Contudo, Hitt et al.(1997) chamam a atenção para que em fases avançadas, por contrapartida, os custos de transacção e coordenação da organização aumentam, reduzindo os lucros. A mesma lógica é aplicável se a internacionalização for em mercados muito diferentes, dados os custos de gestão de diversas unidades em localizações diferentes e de gestão das diferenças políticas e culturais (Ramaswamy, 1992).

1.2 O Comércio Externo Português

A economia portuguesa é uma das mais abertas da ue, tendo vindo a registar sobretudo ao longo das duas últimas décadas, sucessivos défices da balança de bens e serviços. Neste período de acentuado incremento do comércio internacional e estabelecimento generalizado de uma concorrência global, a balança de bens e serviços manteve défices muito elevados. No entanto a manutenção de défices elevados resulta não apenas da falta de competitividade do sector transaccionável, traduzido por uma fraca taxa de cobertura das importações pelas exportações , mas também pelo aumento, entre 2002 e 2008, do défice da balança energética. (Leite, 2010)

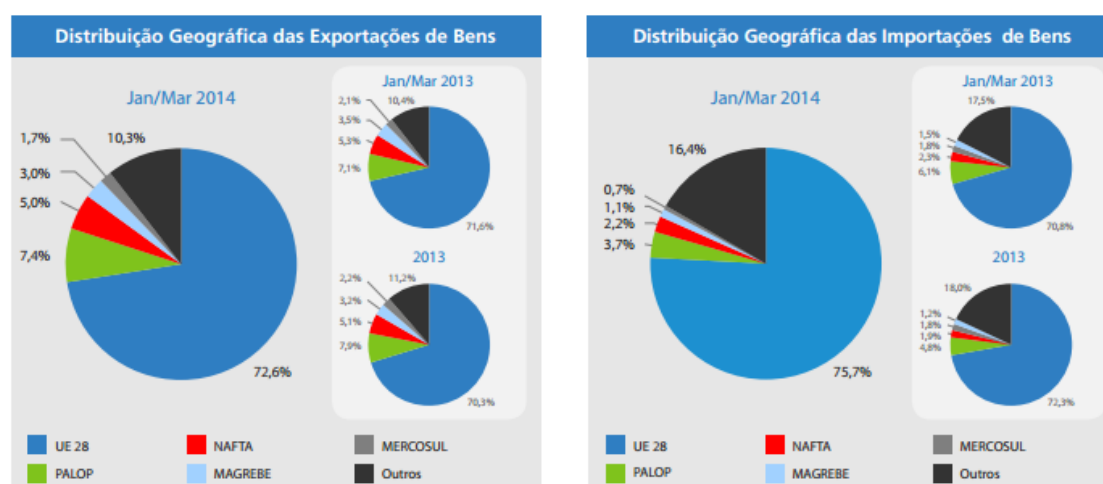
Quadro 1 – Comércio Internacional Português

Comércio Internacional Português		2009	2010	2011	2012	2013	Jan/Mar 2013	Jan/Mar 2014
Comércio de bens e serviços (a)								
Exportações (fob)	Milhões EUR	48.339	54.981	62.233	64.535	68.218	15.650	16.137
Importações (fob)	Milhões EUR	60.148	67.498	68.741	64.683	65.373	15.510	16.443
Saldo (fob)	Milhões EUR	-11.809	-12.517	-6.508	-148	2.845	140	-306,6
	% do PIB	-7,0	-7,2	-3,8	-0,1	1,7		
Comércio de bens (b)								
Exportações (fob)	Milhões EUR	31.697	37.268	42.828	45.259	47.379	11.542	11.734
Importações (cif)	Milhões EUR	51.379	58.647	59.229	56.166	56.745	13.520	14.334
Saldo (fob-cif)	Milhões EUR	-19.682	-21.379	-16.401	-10.906	-9.367	-1.978	-2.600
	% do PIB	-11,7	-12,4	-9,6	-6,6	-5,7		

Fonte: AICEP – Portugal, ficha país 2014

De acordo com os dados preliminares divulgados pelo Banco de Portugal, em 2013, as exportações de bens e serviços registaram um crescimento de 5,7%, face ao ano anterior, e as importações assinalaram um ligeiro aumento (+1,1%). O saldo da balança comercial de bens e serviços foi positivo em 2013, invertendo a tendência negativa registada na última década. No 1º trimestre de 2014, face ao período homólogo, o crescimento das exportações de bens e serviços foi de 3,1%, enquanto o das importações foi mais significativo, 6,0%, tendo a taxa de cobertura situado em 98%. No que respeita às exportações apenas de bens, aumentaram em 2013 em termos homólogos 4,7%, de acordo com os dados do INE, enquanto que as importações cresceram apenas 1,0%. O saldo da balança comercial de mercadorias continuou a apresentar um défice em 2013, embora se tenha verificado novamente um decréscimo pelo terceiro ano consecutivo (-14,1%, face a 2012 e -52,4% entre 2009 e 2013).

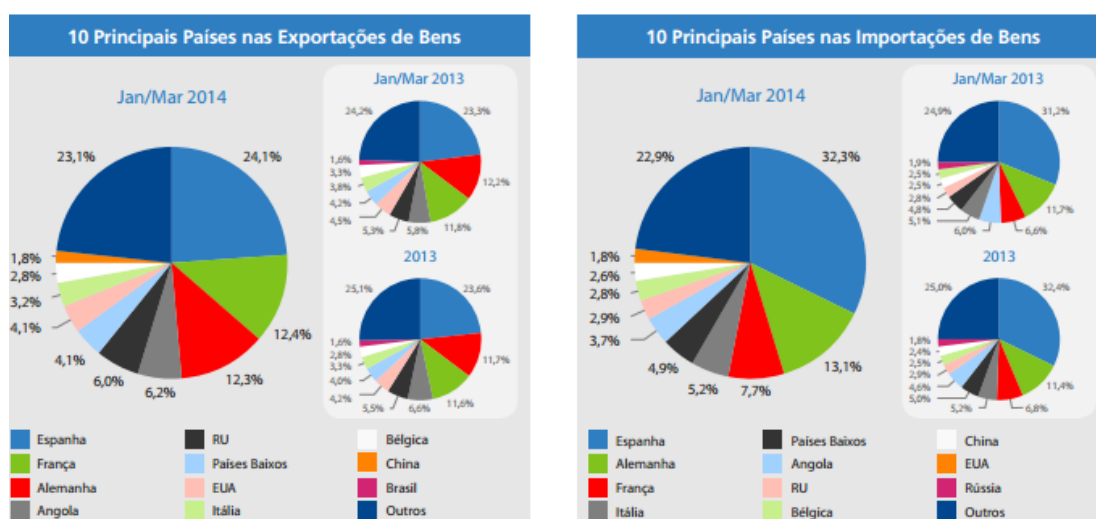
Figuras 3 e 4 – Distribuição Geográfica das Exportações/Importações de Bens



Fonte: AICEP – Portugal, ficha país 2014

O principal destino das exportações de bens foi a UE28 (72,6% do total) e os PALOP (7,4%), que aumentaram as respetivas quotas no período.

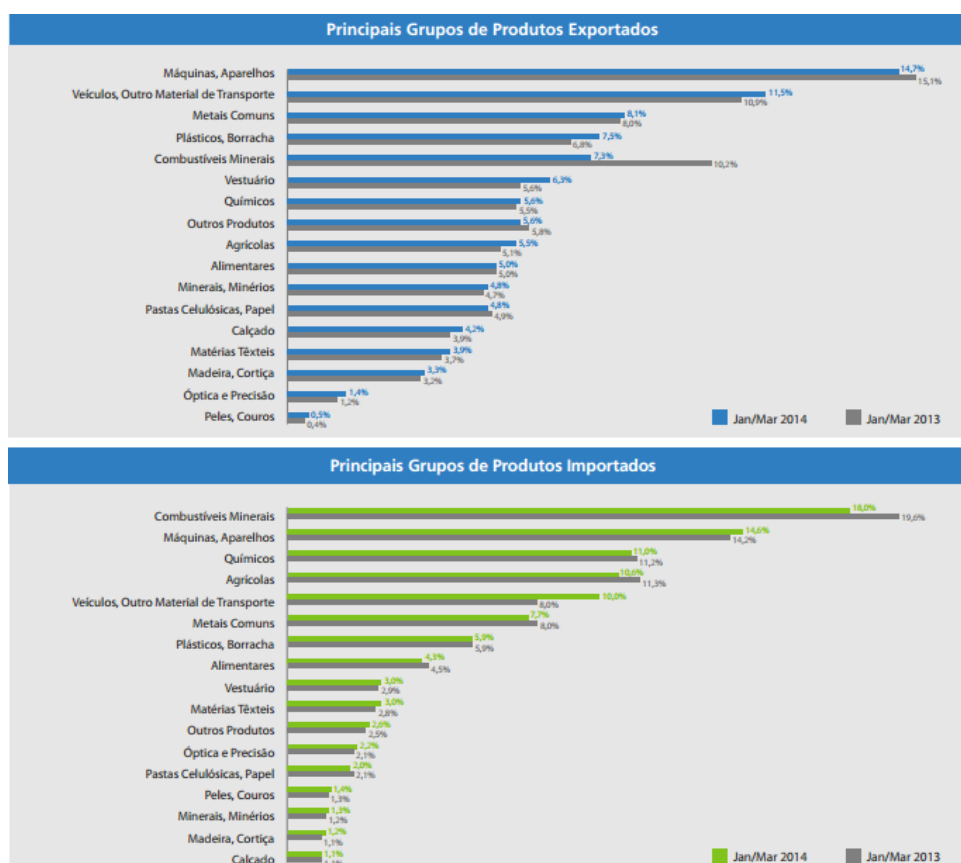
Figuras 5 e 6 – 10 Principais Países nas Exportações/Importações de Bens



Fonte: AICEP – Portugal, ficha país 2014

Os maiores clientes de Portugal - Espanha, França, Alemanha, Angola e Reino Unido - concentraram juntos cerca de 61% do total exportado nesse período. A estrutura dos principais clientes permaneceu quase idêntica, em relação ao período homólogo de 2013, à exceção da França e dos Países Baixos que subiram posições, da Alemanha e dos EUA que perderam, bem como da China que volta a ganhar importância relativamente ao Brasil, que saiu dos TOP 10 clientes de Portugal. Os combustíveis minerais, as máquinas e aparelhos, os produtos químicos, agrícolas e os veículos e outro material de transporte lideram o ranking das compras ao exterior, representando, em conjunto, 64,2% do total. A UE28 foi a origem da maioria dos produtos importados no período com 75,7% do total (contra 70,8% no 1º trimestre de 2013), sendo a Espanha, a Alemanha, a França, a Itália e os Países Baixos os principais fornecedores, que representaram juntos 63,2% das importações, destacando-se a entrada dos EUA no TOP 10 em detrimento da Rússia e a descida de posição da China a favor da Bélgica.

Figuras 7 e 8 – Principais grupos de Produtos Exportados/Importados



Fonte: AICEP – Portugal, ficha país 2014

As exportações e importações de bens registaram um aumento de 1,7% e de 6,0%, respetivamente. As vendas para os mercados intra-UE aumentaram 3% e para os mercados extra-UE contraíram 1,7% face ao período homólogo. As máquinas e aparelhos continuam a ser o grupo de produtos mais exportado (14,7% do total), seguido pelos veículos e outro material de transporte (11,5%), dos metais comuns (8,1%), dos plásticos e borracha (7,5%) e dos combustíveis minerais (7,3%). Estes cinco principais grupos de produtos representaram cerca de 49,1% do total exportado por Portugal (contra 51% no período homólogo).

1.1.3 O Investimento Directo Estrangeiro (IDE)

O crescimento em importância do IDE, nomeadamente entre países desenvolvidos, é consequência directa do processo de globalização e integração das economias. Hoje em dia, todos os países concorrem pela atracção de IDE, resultando frequentemente num tratamento preferencial concedido à instalação de empresas multinacionais e na erradicação das barreiras tradicionais à instalação de empresas estrangeiras ou de projectos por elas patrocinados. Essa concorrência global pela atracção de IDE resulta da noção que os efeitos do IDE sobre as economias receptoras são globalmente muito positivos. Na verdade, aos efeitos directos, relativos à formação de capital, à criação de emprego, ou mesmo à melhoria da estrutura produtiva e exportadora dos países beneficiários do IDE, há que juntar receptores. Porém, a principal razão pela qual as diferentes economias tentam captar IDE reside na expectativa de

accederem a tecnologia de produção, de marketing ou mesmo de canais de distribuição, com efeitos positivos sobre a produtividade global. Por outro lado, as empresas multinacionais geram ainda outro tipo de externalidades positivas sobre as economias receptoras do investimento estrangeiro: aumentam o grau de exigência sobre a administração pública, trazem boas práticas às economias onde se instalam e permitem a introdução de novas e mais eficazes técnicas de gestão.

A continuação do esforço de atracção de IDE é absolutamente essencial pelos seus efeitos directos e indirectos. É claro que a situação conjuntural vivida no final de 2010 não ajuda à obtenção de resultados significativos no curto prazo, mas exige-se que não se abandone o esforço dos últimos anos, uma vez que, para além dos efeitos clássicos atrás referidos, a entrada de ide permite também superar os condicionamentos impostos pela crónica escassez de capital nacional.

Portugal insere-se numa região que globalmente perdeu importância e que também sentiu alguns constrangimentos específicos em função das suas características próprias e da sua particular vulnerabilidade à alteração de preços relativos resultantes das pressões que o aumento de procura de matérias-primas e combustíveis inevitavelmente produziu.(Leite,2010).

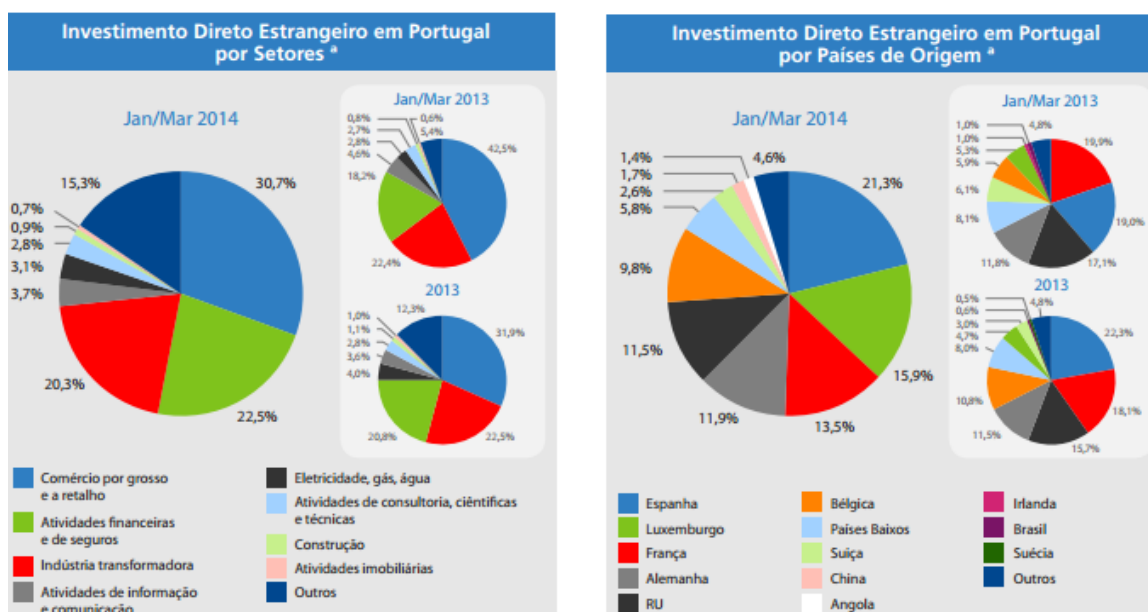
Figura 9 – Evolução do Investimento Directo Estrangeiro em Portugal



Fonte: AICEP – Portugal, ficha país 2014

Em 2013, o investimento direto estrangeiro em Portugal (IDE), em termos brutos, atingiu um montante total de 30,1 mil milhões de euros (-36,8% face a 2012), enquanto que o stock de IDE registado até ao final do ano fora de 93,2 mil milhões de euros (+2,6% face a 2012). Em termos líquidos, o IDE totalizou 2,3 mil milhões de euros (-66,5% face a 2012). No 1º trimestre de 2014 o IDE bruto ascendeu a 6,3 mil milhões de euros (-9,5% face ao período homólogo de 2013), enquanto em termos líquidos atingiu 770 milhões de euros, o que significou um aumento de 47,9% face ao período homólogo.

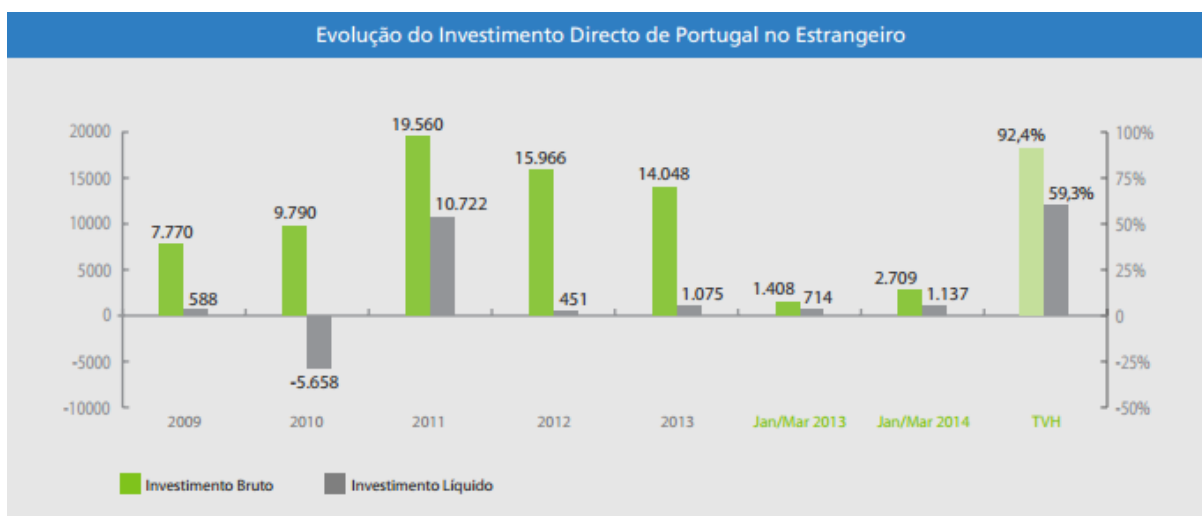
Figuras 10 e 11 – Investimento Directo Estrangeiro em Portugal por Sectores / Países de Origem



Fonte: AICEP – Portugal, ficha país 2014

O comércio por grosso e a retalho foi o setor que mais beneficiou com a entrada de capitais estrangeiros no 1º trimestre de 2014 (30,7% do total contra 42,5% no trimestre homólogo de 2013), seguido pelas atividades financeiras e de seguros (22,5% contra 18,2%), e as indústrias transformadoras (20,3% contra 22,4%), representando, em conjunto, 73,5% do total de IDE bruto nesse período (face a cerca de 83% do total do IDE bruto no período homólogo de 2013). A UE mantém-se como a principal origem do IDE em Portugal com 92% do total no 1º trimestre de 2014. A Espanha, o Luxemburgo, a França, a Alemanha, o Reino Unido, a Bélgica e os Países Baixos lideram o ranking (89,7% do total, comparando com 87,1% no período homólogo de 2013). Fora do espaço da UE, apenas a Suíça (8º maior investidor), a China (9º) e Angola (10º), surgem na lista dos 10 maiores investidores estrangeiros em Portugal no período Janeiro-Março de 2014.

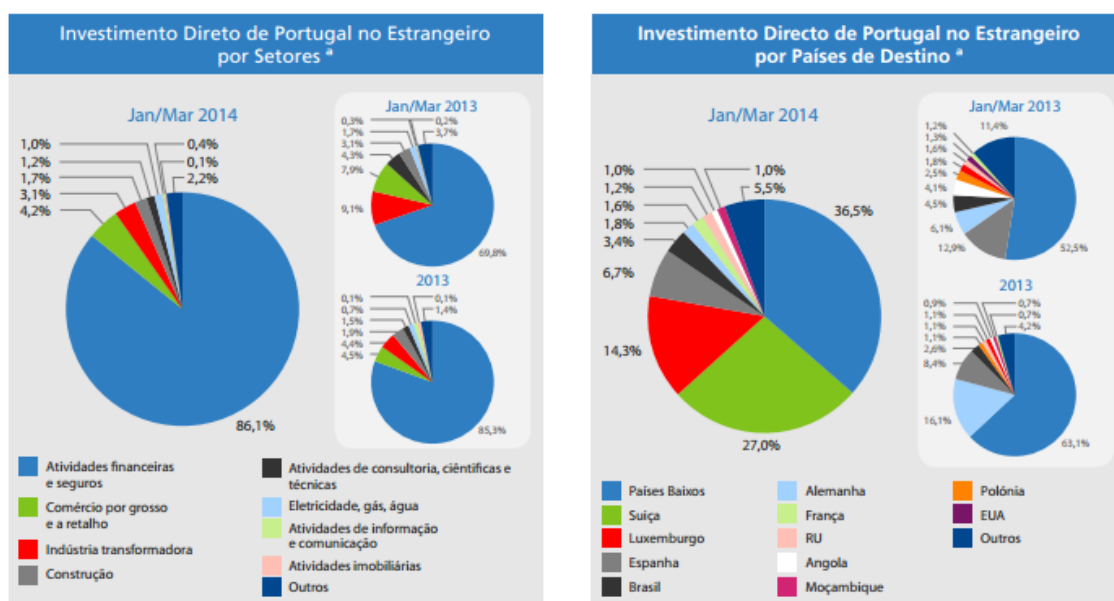
Figura 12 – Evolução do Investimento Directo de Portugal no Estrangeiro



Fonte: AICEP – Portugal, ficha país 2014

Em 2013, o investimento direto bruto português no estrangeiro (IDPE) totalizou cerca de 14,0 mil milhões de euros, o que significou um decréscimo face a 2012 (-12,0%), sendo que o desinvestimento registado também foi muito elevado. Em termos líquidos atingiu-se o montante de 1,1 mil milhões de euros, assinalando um crescimento face ao ano anterior, mas um valor inferior ao registado em 2011. O Stock de IDPE acumulado até ao final de 2013 foi de 59,4 mil milhões de euros (+3,0% face a 2012). No 1º trimestre de 2014, face ao período homólogo, o IDPE bruto registou um aumento significativo de 92,4%, situando-se nos 2,7 mil milhões de euros. Em termos líquidos o valor registado foi de 1,1 mil milhões de euros (+59,3% face ao período homólogo).

Figuras 13 e 14 – Investimento Directo de Portugal no Estrangeiro por Sectores/ por Países de Destino



Fonte: AICEP – Portugal, ficha país 2014

As atividades Financeiras e de Seguros foram aquelas em que as empresas portuguesas mais investiram no exterior (86,1% do total no 1º trimestre de 2014, contra 69,8% no período homólogo de 2013), seguindo-se o comércio por grosso e a retalho (4,2%) e as indústrias transformadoras (3,1% do total, quando no 1º trimestre de 2013 o peso foi de 9,1%). A UE permaneceu o destino principal do IDPE no 1º trimestre de 2014 (com 64,8% do total). Os três principais destinos do IDPE nesse período concentraram 77,8% do total: os Países Baixos lideram, com larga margem o ranking dos mercados de destino do IDPE (36,5% contra 52,5% no período homólogo de 2013), seguindo-se a Suíça (27,0%, que no ano anterior não constava no Top 10 dos destinos de IDPE) e o Luxemburgo (ganhou quota para 14,3%, comparando com apenas 1,8% no período homólogo de 2013).

I.1.4 Países de destino da Internacionalização

No início, verificou-se um claro predomínio da Espanha como país de destino. A proximidade geográfica, cultural e económica tornou a Espanha local de destino de cerca de 50% do IDPE, quota muito superior à que ocupava como parceiro comercial. Ao nível das exportações, a Espanha é mesmo superada pela Alemanha, onde o IDPE é irrisório.

Empresas como a Petrogal, o Pão de Açúcar, a Cimpor, a Sonae, a Colep, os principais bancos, com destaque para a Caixa Geral de Depósitos, activa na banca de retalho, fazem parte das mais de 100 empresas já activamente instaladas no país vizinho.

No entanto, à medida que a experiência das empresas, individual ou colectiva, vai aumentando, os empresários vão-se aventurando em novos mercados. Países como o Brasil, Moçambique e até Marrocos estão agora na lista dos países com elevado potencial de atracção. Nalguns casos as empresas começaram por se estabelecer em Espanha para depois avançar para novos mercados como foi o caso da Cimpor e da Petrogal. Noutros começaram directamente por pontos muito mais distantes como a Polónia (Jerónimo Martins), Marrocos (Valouro) ou Macau e China (Efacec).

O peso inicial da Espanha, seguido de um progressivo avanço para mercados mais distantes não surpreende à luz da teoria da internacionalização. Já a escassa presença junto dos nossos principais parceiros comerciais e locais de destino de emigrantes, em favor de mercados mais distantes e com menos peso nas relações comerciais - Brasil e Moçambique - é uma relativa surpresa, apesar dos laços culturais e linguísticos. A Colep e a Maconde em Espanha, a Cordoaria Oliveira e Sá na Holanda, a Autosil em França, com aquisição da STECO, ou a Sonae no Brasil são apenas alguns exemplos.

Nalguns casos encontram-se situações de parceria com entidades locais, como foi o caso da Jerónimo Martins na Polónia, mas as relações contratuais incluindo acordos de licenciamento ou franchising são ainda relativamente raras, com algumas excepções no sector dos moldes. É ao nível dos contratos de gestão, típicos do sector da hotelaria, que encontramos os exemplos da ESTA e da OTI Hotéis, presentes nos países africanos de expressão portuguesa.

I.1.5 O Caso Português

A aventura da internacionalização é um facto recente. Portugal tem poucas empresas e marcas universalmente conhecidas. Falta-nos a LEGO dinamarquesa, a NOKIA finlandesa, a MACRO belga ou a NESTLÉ suíça para só citar empresas oriundas de pequenos países. Todas estas empresas estão presentes nos principais mercados mundiais e estabelecidas há dezenas de anos, sendo amplamente respeitadas, mesmo ao nível do consumidor final. Não encontramos situações semelhantes à escala portuguesa.

Se tentarmos identificar a primeira empresa multinacional com sede em Portugal, com base em número de filiais, quota de mercado mundial e volume de negócios, o nome que provavelmente ocorre é o da Corticeira Amorim. No entanto, e apesar de contar com um vasto leque de consumidores, aliás distinto, que inclui quase todos os apreciadores de vinhos de qualidade, à escala planetária, poucos serão capazes de citar a marca da rolha que ajudou a assegurar a qualidade do néctar consumido.

O produto de renome verdadeiramente universal é o do Mateus Rosé, mas trata-se de simples operação de exportação, sem efectivo domínio dos mercados como se vem confirmando pelo recuo da presença da marca, nomeadamente no imenso mercado constituído pelos EUA.

No entanto, uma transformação profunda está a acontecer à economia portuguesa. A nossa integração económica com o resto do mundo, embora crescente no período posterior a 1974, restringia-se ao comércio externo e o grau de abertura sempre foi muito inferior ao de outras pequenas economias como a belga.

Quanto à capacidade de atracção de investimento directo estrangeiro (IDE), houve algum progresso após a adesão à União Europeia, sobretudo no início da década de 90, mas coincidindo com uma expansão generalizada do IDE que cresceu sempre a taxas muito superiores às do PIB e mesmo do comércio externo. No entanto, é o IDE com origem em Portugal (investimento directo português no estrangeiro - IDPE) que cresce a ritmo vertiginoso. Entre 1990 e 1995, o ID PE acumulado (stock) passa de 517 para 2.834 milhões de dólares, o que corresponde a uma expansão de 548% contra 134% para o IDE à entrada e 162% para o IDE mundial.

A expansão das empresas portuguesas nos mercados externos abarca um vasto conjunto de sectores e não se limita aos maiores grupos económicos. Apesar da grande diversidade dos casos de internacionalização, os elementos estatísticos disponíveis e a análise de algumas das experiências já verificadas permitem contribuir para a identificação de alguns dos padrões mais marcantes da internacionalização das empresas portuguesas.

I.2.Sistema Logístico

I.2.1 Introdução à Logística

A logística uma das primeiras considerações a ter em conta por uma empresa quando a empresa aporta na sua expansão seja ela doméstica ou internacional.

O termo logística deriva da palavra grega "logistiki" que significa contabilidade e organização financeira. Inicialmente usada para descrever a ciência do movimento, abastecimento e manutenção dos exércitos, tinha como função abastecer os soldados com armas, munições e alimentos à medida que eles iam avançando no terreno.

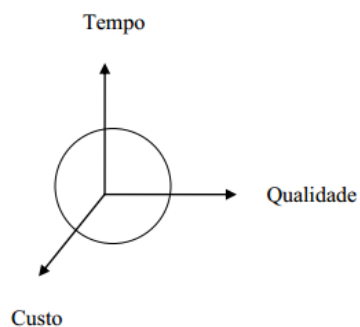
Hoje em dia o Council of Supply Chain Management Professionals (Conselho dos profissionais de gestão de cadeias de abastecimento) descreve-a da seguinte maneira

"Logística é a parte da gestão da cadeia de abastecimento que planeia, implementa e controla o fluxo e armazenamento eficiente e económico de matérias-primas, materiais semi-acabados e produtos acabados, bem como as informações a eles relativas, desde o ponto de origem até ao ponto de consumo, com o propósito de atender às exigências dos clientes"(Carvalho, J.C,2002)

Seguindo a citação acima apresentada, logística pode definir-se como uma área dentro de uma organização que engloba: transporte e abastecimento de matérias-primas indispensáveis para a produção industrial; armazenamento correcto e ordenado tanto dos produtos acabados, como dos semi-acabados; transporte de respectivos produtos para o respectivo consignatário. Estas fases tornam-se indispensáveis umas às outras e para que tudo funcione correctamente têm de existir uma sincronia entre elas por forma a nunca faltar nenhum material para a execução da fase seguinte.

Para além do tempo, a actividade logística tem de ter também em conta o custo das operações e a qualidade de entrega, factores estes que influem de uma maneira fundamental nas soluções que podem vir a ser tomadas formando então um trinómio hoje fundamental, quando se pensa em logística.

Figura 15 – Trinómio da Logística



Fonte: Reproduzido de Carvalho,2004.

Considerando ainda a figura acima representada e considerando que “A finalidade central de qualquer sistema logístico é a satisfação dos clientes/consumidores” (Carvalho, 2004.)

podemos então concluir que o objectivo final do sistema logístico é prestar o melhor serviço possível ao cliente, principalmente através da qualidade de entrega e do tempo dispendido, mas também do serviço e da atenção prestada por toda a organização ao cliente, tendo contudo sempre em conta o serviço a baixo custo, numa tentativa de maximizar os ganhos por operação.

I.2.2. Infra-estruturas indispensáveis à prática logística

Todo o sistema logístico envolve o transporte de carga de um local para o outro, para que tal aconteça, temos sempre de realçar a importância das infra-estruturas e veículos que fazem parte deste mesmo transporte

Vou passar a descrever sucintamente cada um deles, desde os portos aos caminhos-de-ferro, falando ainda dos cargueiros, aviões e camiões:

Alfândega

Em Portugal a Direcção-Geral das Alfândegas e dos Impostos Especiais sobre o Consumo “tem por missão exercer o controlo da fronteira externa comunitária e do território aduaneiro nacional, para fins fiscais, económicos e de protecção da sociedade, designadamente no âmbito da cultura e da segurança e da saúde públicas, bem como administrar os impostos especiais sobre o consumo e os demais impostos indirectos que lhe estão cometidos, de acordo com as políticas definidas pelo Governo e nos termos do disposto na legislação comunitária.”

(Direcção-Geral das Alfândegas e dos Impostos Especiais sobre o Consumo).

Em termos gerais podemos definir alfândega como uma instituição governamental responsável pelo controlo de entradas e saídas de mercadorias, bem como pela sua respectiva tributação. Os controlos alfandegários estão omnipresentes no mundo logístico já que lidam com eles cada vez que realizam uma operação comercial, sendo portanto do seu interesse que quando isso aconteça ter toda a documentação preparada para que não sejam aplicadas multas, nem que haja atrasos significativos na entrega da carga. Pode-se também incumbir esta função aos agentes aduaneiros, empresas especializadas em lidar com este tipo de procedimentos e burocracias, que actuam em nome do exportador ou importador em todos os assuntos relacionados com a instituição responsável pelos controlos alfandegários.

A alfândega ou controlo aduaneiro está presente em todos os portos e aeroportos, bem como nas zonas fronteiriças dos países.

Portos

Os portos desempenham um papel muito importante no sistema logístico, pois é por via marítima que é movimentada a maior quantidade de carga a nível mundial. Entendemos por porto um local na costa ou margem onde os barcos atracam para transferir pessoas e mercadorias.

Actualmente a maior parte da carga transportada por estes navios vem em contentores, que estão preparados para transportar quase tudo, como comida, brinquedos, peças industriais, entre outras, mas os portos estão também preparados para receber e armazenar outro tipos de produtos, sejam eles automóveis, líquidos, petróleo, químicos, possuindo para tal instalações como armazéns especializados, ou ligações a caminhos-de-ferro e estradas.

Um dos portos mais importantes do mundo encontra-se em Singapura, e em 2009 por lá passaram 472,300 mil toneladas de mercadoria. (AAPA (2010), World Port Rankings 2009) sendo também este porto responsável pelo transbordo anual de um quinto de todos os contentores usados no mundo, fazendo dele o porto com a maior taxa de ocupação do mundo. É através de cargueiros que se processa o transporte da maior parte da mercadoria a nível intercontinental, mas convém referir que é o modo de transporte mais lento dos disponíveis actualmente, um barco demora em média cerca de três semanas e meia a percorrer a distância entre China e Portugal. Existem também barcos especializados no transporte de certos tipos de carga, tais como plataformas petrolíferas ou outras embarcações de grande porte.

A maior transportadora marítima é a dinamarquesa Maersk, que conta na sua frota com mais de quinhentas embarcações, tem vinte e cinco mil trabalhadores e está presente em mais de 125 países. (MAERSK Line, Fatos Interessantes)

Aeroportos

O transporte de carga por via aérea, devido a ser o mais caro em comparação com todos os demais utilizados, efectua-se na maioria dos casos quando o cliente necessita do produto o mais rapidamente possível ou quando o peso deste é muito reduzido.

Apesar dos aeroportos aparentarem ser uma infra-estrutura maioritariamente de serviço a pessoas em trânsito, a verdade é que existem hangares, armazéns, agentes aduaneiros, isto é, todo um aparato logístico necessário que faz, também, deste local um grande terminal de carga. Este terminal de carga é também responsável pelo controle de toda a mercadoria que chega ou parte do aeroporto, encontrando-se também no local representações alfandegárias com esta missão.

Existem algumas companhias aéreas destinadas apenas a transporte de carga, com aviões especialmente desenhados e preparados para estas funções, mas os aviões comerciais são igualmente utilizados em grande medida como um modo de transporte de carga.

As maiores companhias aéreas de carga são a, alemã, DHL, que está presente em 220 países e conta com mais de 315 mil trabalhadores (DHL - Retrato da empresa), e a, norte-americana, FedEx, que tem nas suas fileiras aproximadamente também 300 mil pessoas (FEDEX – 40th Anniversary).

Figuras 16 e 17 – Transporte Aéreo (DHL e Fedex)



Fontes: www.dhl.com / www.fedex.com/pt/

Estas duas companhias transportam anualmente milhares de milhões de quilogramas de mercadoria por via aérea. A portuguesa TAP é uma das muitas companhias aéreas comerciais que também oferece serviço de carga nos seus voos regulares.

Rede rodoviária

O transporte rodoviário (camiões/carrinhas) tem também muita importância no sistema logístico, pois na maior parte das vezes serve de elo de ligação entre porto, aeroporto e empresa/loja onde a mercadoria foi produzida ou está a ser aguardada. São no entanto usados apenas em transportes de curta/média distância.

As empresas de transporte rodoviário oferecem serviços de entrega rápidos, muitas vezes inclusive no mesmo dia, e transportam quase tudo, desde cartas a contentores, mas uma das suas tarefas mais importantes é o abastecimento dos supermercados, já que estes o exigem quase diariamente.

Existem muitas empresas dedicadas ao transporte rodoviário, tanto a nível local, como a nível nacional ou continental, mas uma das mais importantes a nível europeu, é a DB Schenker, que está presente em 720 locais em trinta e seis países (SCHENKER – Transporte Terrestre).

Figura 18 – Transporte Rodoviário (Schenker)



Fonte: www.dbschenker.pt

Rede ferroviária

A rede ferroviária é provavelmente o modo de transporte menos utilizado, pois oferece pouca flexibilidade, estando a ser gradualmente deixado de parte das soluções logísticas a ser consideradas. Contudo é um meio de transporte capaz de transportar uma maior quantidade de

carga e que quando usado para longas distâncias torna-se mais económico que o transporte rodoviário.

Visto que muitos portos estão ligados à rede ferroviária, os comboios são usados muitas vezes para transportar de forma directa contentores ou mercadoria a granel como: madeira, carvão e metais como o alumínio, ferro ou aço.

I.2.3. Transitários

“Outro aspecto a considerar diz respeito à concentração das empresas no core business, pelo que muitas actividades tenderão a ser externalizadas, proporcionando o crescimento continuado dos operadores logísticos. Repare-se, por exemplo, que é hoje apontado ao mercado logístico profissional um dos maiores potenciais de mercado, para além das taxas de crescimento que, na última década, têm sido, em média, na ordem dos dois dígitos ” (Carvalho , 2004)

Podemos deduzir da primeira parte da citação acima apresentada, os transitários – que se incluem na designação de operadores logísticos – são empresas que se especializaram numa fase da cadeia logística, mais especificamente no transporte internacional de mercadorias, libertando assim espaço para as empresas se focalizarem nas suas actividades nucleares. Outros operadores logísticos concentram-se noutras fases da cadeia logística, como por exemplo, armazenamento e distribuição.

Por outras palavras, transitários são pessoas ou empresas que organizam expedições de carga para pessoas ou companhias, podendo por vezes funcionar também como transportadores. Segundo a FIATA (Federação Internacional das Associações de Transitários), os transitários são considerados os “Arquitectos do Transporte” pois são eles que para além de organizarem e reservarem espaço numa transportadora para a carga ser enviada, devem possuir ainda capacidades para preparar e processar toda a documentação, devem também possuir o conhecimento para saber, de acordo com os bens enviados, quais os documentos específicos necessários para cada país. Para além disto também faz parte do dia-a-dia de um profissional desta área manter informados tanto os clientes como os agentes responsáveis por cada envio. Já o departamento comercial está incumbido de angariar novos clientes para a empresa e manter os existentes, através de visitas comerciais e presenças em feiras do nicho pretendido.

Possuir a documentação indicada reveste-se então, de extrema importância para que a mercadoria não fique detida em nenhum controlo aduaneiro, sob pena de perder o transporte em que supostamente deveria embarcar e falhar as datas de chegada pré-estabelecidas, para além do pagamento de taxas de armazenamento. Pode consultar no capítulo seguinte a documentação indispensável à prática logística em Espanha.

Tomando agora em atenção a segunda parte da citação inicial, que refere as empresas do ramo logístico como tendo um grande potencial de crescimento, isto é fácil de entender já que

o comércio a nível global tem vindo a aumentar, impulsionado principalmente pelas novas potências mundiais, tal como a China, Brasil ou Índia que estão cada vez mais activas e participativas neste intercâmbio de mercadorias, o que obrigou a uma reestruturação e a uma rápida adaptação dos operadores logísticos a estas novas realidades, surgindo portanto oportunidades de negócio e conseqüente crescimento. Contudo a crise económica mundial de 2008 trouxe um ano particularmente difícil, também, para os operadores logísticos.

As maiores empresas de logística a nível mundial, são neste momento reconhecidas por uma grande parte da população, a DHL, que começou por ser apenas os serviços postais alemães e a multi-milionária norte-americana UPS, fundada em 1907 inicialmente como empresa de mensageiros e que hoje em dia para além de ser a líder mundial em entrega de encomendas, também oferece serviços logísticos em mais de duzentos países. (UPS- História da Companhia)

1.2.3.1. Documentação indispensável ao serviço logístico em Espanha¹

Considerando a empresa em que realizei o estágio, ter também instalações em Espanha, podemos considerar os documentos indispensáveis para cada operação logística, quer seja uma importação ou exportação como sendo os seguintes:

1. Factura comercial a emitir pelo exportador discriminando a mercadoria, designação comercial dos artigos, peso, quantidades, valor e códigos de cada artigo. A factura e o packing list da mercadoria são necessários pois contêm informação relevante para o armazém emitir a DME (Declaração de Mercadorias à Exportação), documento utilizado para a emissão do despacho aduaneiro (DUA);

2. DUA (documento único aduaneiro/despacho) impresso de carácter tributário obrigatório para intercâmbios de mercadorias, onde é indicado no número de volumes, peso, código pautal da mercadoria, importador, exportador, país de origem e país de destino;

3. Master Bill of Lading, para envios marítimos, ou Master Airway Bill, para envios aéreos, é um documento que expressa o contrato de transporte internacional realizado entre o transitário ou agente de carga e a companhia transportadora, em que figura como remetente o transitário responsável pelo envio da carga e como consignatário o agente desconsolidador da carga no destino. Este documento nunca deve chegar às mãos dos importadores ou exportadores. Se por acaso um transitário tiver bens de diferentes exportadores que tenham como destino o mesmo local, é prática comum, estes transitários consolidarem carga, isto é, fazer apenas um Master para todas as mercadorias.

Isto acontece frequentemente para que os transitários possam poupar dinheiro em cada envio.

4. House Bill of Lading, para envios marítimos, ou House Airway Bill, para envios aéreos, é um documento de transporte emitido pelo transitário, separadamente para cada carga que conste como consolidada, onde figura como remetente o fabricante ou exportador e como consignatário o importador.

Algumas das informações contidas tanto no Master como no House relativas ao envio são as seguintes: local de partida e local de chegada, data de partida, número do voo ou do barco,

¹ Neste ponto seguiu-se de perto Riberio, 2011

nome da companhia transportadora, número do contracto, peso, tipo de mercadoria e o respectivo Incoterm.

International Commercial Terms (Termos do comércio internacional), ou Inconterms - são termos utilizados mundialmente nas vendas internacionais, e são bastante importantes no mundo logístico, pois eles determinam a distribuição de custos, responsabilidade dos direitos aduaneiros, local de entrega da mercadoria e o seguro do transporte entre o comprador e o vendedor. Em 2010, os Incoterms sofreram uma pequena reestruturação para se ajustarem melhor ao comércio internacional actual, passando agora a ser onze. O Incoterm ExW (Ex Works) é aquele que menos responsabilidade traz ao exportador já que este só tem de fazer com que a mercadoria esteja disponível para recolha numa data pré-estabelecida, enquanto que o Incoterm DDP (Delivery duty paid) faz com que o exportador suporte todos os riscos e custos de transporte, tais como impostos alfandegários.

Quadro 2 – Tabela de Incoterms

TABELA DO CUSTO / RISCO DE ACORDO COM O "INCOTERM" ACORDADO		EMBALAGEM E VERIFICAÇÃO (grupação, conteúdo, qualidade, medidas, pesos, etc)	CARGA (no armazém do vendedor)	TRANSPORTE INTERNO (da fábrica até ao porto, aeroporto, terminal TIR)	FORMALIDADES ADUANEIRAS EXPORTAÇÃO	DESPESAS LOCAIS - ORIGEM (armazenamento no porto, aeroporto, terminal TIR)	TRANSPORTE PRINCIPAL	SEGURO	DESPESAS LOCAIS - DESTINO (armazenamento no porto, aeroporto, terminal TIR)	FORMALIDADES ADUANEIRAS IMPORTAÇÃO	TRANSPORTE INTERNO (do porto, aeroporto ou terminal TIR até às instalações do destinatário)	RECEÇÃO E DESCARGA (nas instalações do destinatário)
INCOTERMS 2010												
PARA QUALQUER MODALIDADE DE TRANSPORTE (INCLUSIVE MULTIMODAL)												
EXW	Ex Works Na origem, local designado											
FCA	Free Carrier Livre no transportador, local designado											
CPT	Carrier Paid To Transporte pago até, local de destino designado											
CIP	Carriage and Insurance Paid Transporte e seguro pago até, local de destino designado											
DAP	Delivered at Place Entrega no local de destino designado											
DAT	Delivered at Terminal Entrega no terminal designado											
DDP	Delivered Duty Paid Entrega no destino designado, com direitos pagos											
PARA TRANSPORTE MARÍTIMO												
FAS	Free Alongside Ship Livre no costado do navio, porto de embarque designado											
FOB	Free On Board Livre a bordo, porto de embarque designado											
CFR	Cost and Freight Custo e frete, porto de destino designado											
CIF	Cost, Insurance and Freight Custo, seguro e frete, porto de destino designado											

Legenda:
 Custo / Risco do vendedor
 Custo / Risco do comprador

Importante: esta representação gráfica não substitui ou dispensa a consulta do texto oficial dos "Incoterms 2010"

Fonte:Alpi Portugal – Tabela Incoterms

I.2.4. Logística em Portugal

Segundo um relatório sobre a rede nacional de plataformas logísticas, elaborado pelo gabinete da secretária de estados dos transportes “A situação de infraestruturização logística em Portugal é deficitária, tendo em consideração as actuais exigências neste sector e quando comparada com os nossos principais parceiros comunitários, quer seja em termos qualitativos quer quantitativos, a que se deve juntar um forte desequilíbrio modal e territorial que penaliza o nosso sistema empresarial face aos seus mais directos concorrentes europeus.”(Ministério das Obras Públicas, Transportes e Comunicações, Gabinete da Secretária do estado e dos Transportes)

Actualmente Portugal continental em termos de infra-estruturas logísticas, de maior importância, conta com os aeroportos de Lisboa e Francisco Sá Carneiro (Maia); portos de Sines, Lisboa, Aveiro e Leixões; uma rede ferroviária desactualizada, ao contrário de uma rede rodoviária que está bastante desenvolvida.

O maior problema que afecta o sector logístico segundo o estudo é a ausência em Portugal de uma rede nacional de plataformas logísticas que seja abrangente, que conte com boas ligações intermodais, isto é, que esteja localizado onde facilite a transferência de carga de um tipo de transporte para o outro. Hoje em dia devido á inexistência de uma segunda linha eficaz de apoio ao sistema logístico, como por exemplo armazéns, são usados baldios logísticos que estão espalhados pelo território, muitas vezes em locais de difíceis acessos aos eixos de comunicação principais.

Outro dos problemas que afectam o sistema logístico português é a desactualização das infra-estruturas de apoio logístico tais como a rede ferroviária, que devido a anos de desinvestimento, é agora de modo geral bastante inoperativa e desadequada; os aeroportos não estão equipados com espaços de armazenamento de carga adequados à sua solicitação; os portos não aproveitam da melhor maneira a sua localização privilegiada, porta para o continente europeu, fraco aproveitamento da intermodalidade com o sistema ferroviário e uma desordenação das actividades logísticas ao redor dos portos.

Todos estes problemas até agora apresentados fazem com que as exportações portuguesas não sejam tão competitivas como poderiam ser, que os operadores logísticos nacionais tenham dificuldade em afirmar-se e por conseguinte criam um impedimento à entrada de novos investimentos no país.

Para combater estes problemas o governo apresentou um conjunto de medidas de apoio ao investimento no sector logístico e que passa muito pela criação de espaços de concentração de actividades logísticas, nomeadamente em locais perto dos portos, aeroportos e zonas transfronteiriças, mas também na actualização das infra-estruturas do sistema logístico. Para além da implementação destas medidas, o governo quer também melhorar as acessibilidades existentes, dando primazia ao uso do transporte ferroviário, como instrumento de transporte a ser cada vez mais usado no futuro.

O governo acredita que com estas plataformas modernas e acessibilidades renovadas, Portugal pode de uma maneira mais eficaz, entre muitas outras coisas, transformar o seu privilegiado posicionamento geo-estratégico em factor de competitividade; reduzir os custos e tempo dos transportes de mercadoria dando assim uma maior competitividade tanto aos nossos operadores logísticos, como às nossas empresas; captar novos investimentos industriais; e aumentar o volume de carga movimentada nos nossos portos e aeroportos, criando assim mais postos de trabalho.

I.3. Transporte Marítimo

A necessidade de transporte mundial, nomeadamente o realizado via marítima, é uma procura de serviços, derivada do desenvolvimento da economia global.

Tradicionalmente o transporte marítimo é a actividade que se encarrega de movimentar por mar as mais variadas cargas entre os diferentes portos de todo o mundo, utilizando navios dos mais diferentes tipos e dimensões.

É uma forma especializada de negócio, tendo todo o planeta como esfera de influência e os sete mares como palco de atuação.

Hoje em dia, o transporte marítimo é apenas um elo, embora um dos mais importantes, das cadeias multimodais, o que integrado com outros modos de transporte permite otimizar o transporte global, da origem ao seu destino final.

O grau de necessidade de utilização dos transportes marítimos é resultante do estado da economia mundial, i.e. da intensidade do comércio de mercadorias entre os diferentes países, e diferentes continentes.

De todos os meios de transporte, o mais antigo é o transporte marítimo, pois é utilizado desde a antiguidade. Após uma evolução do transporte marítimo pode-se destacar a melhoria em relação à capacidade de carga a ser transportada nos navios, além da criação de embarcações específicas, especializadas no transporte de um determinado tipo de carga. (Cerqueira, Wagner e Francisco)

O oceano é indubitavelmente o mais importante recurso natural de Portugal.

É por ele, através das infra-estruturas portuárias (infra-estruturas destinadas a manusear todo o tipo de mercadorias e a ser um elo de ligação entre o espaço marítimo e o terrestre, com um horário de funcionamento de 24 horas por dia, todos os dias do ano e dispõem de equipamento e pessoal especializado) , que nos chega a grande maioria da energia que importamos e consumimos, e que nos chegam importantes mercadorias.

O acesso rápido a essas infra-estruturas portuárias tem-se revelado factor essencial na atracção de investimento externo e de novas indústrias. A proximidade do mar é o factor determinante da indústria turística nacional, a qual gera só por si PIB, e dele vive ainda hoje uma das maiores comunidades de pescadores de toda a Europa. (Cunha, Tiago de Pitta, 2004 – págs. 44- 45)

Grande parte dos agentes económicos do sector tem vindo a alertar para o facto de Portugal, nos últimos 30 anos, não ter olhado para o Mar como um recurso importante da sua economia. Em relação ao sector marítimo-portuário, este representa um papel extremamente importante, não só na chamada “economia do mar” como também na economia nacional. Grande parte das mercadorias chega por via marítima e, ao nível das exportações, também a quota de mercado do transporte marítimo tem vindo a aumentar, principalmente no que se refere aos mercados do Brasil e dos PALOP.

As direcções portuárias dos três principais portos nacionais (Sines, Leixões e Lisboa) concordam que é necessário ter capacidade para manter e atrair novos mercados, especialmente aqueles que registem taxas de crescimento mais elevadas, e aumentar o seu hinterland – área geográfica servida pelo porto -, potenciando assim o seu contributo para a cadeia de transporte onde está inserido. Mas para que tal aconteça, é obrigatório criar valor acrescentado, tal como refere a APL, “um porto, como qualquer organização, só tem razão de existir enquanto gerador de valor para os stakeholders. E para que tal suceda importa apostar nas suas vantagens competitivas sustentáveis, na inovação, numa boa gestão de processos, numa cultura mais empresarial menos avessa ao risco e mais centrada nos fatores chave para essa criação de valor”.

Uma das medidas assumidas pelos três portos nacionais e que, nos últimos anos tem vindo a dar excelentes resultados, é a promoção das respetivas infraestruturas portuárias em feiras internacionais e visitas de trabalho, como forma de angariar novos clientes e mercados.

Capitulo II – Apresentação da Empresa

II.1 Apresentação da Empresa:

A Iberglory faz parte da Transglory Romeu que pertence ao Grupo Romeu - um Grupo de logística espanhol com 150 anos de história e mais de 30 empresas envolvidas em diversas áreas de logística e transporte internacional.

A Transglory foi constituída em 1996 dentro do Grupo Romeu, e desde então, tem desenvolvido um intenso trabalho como neutral consolidador NVOCC até se converter numa das empresas lider do sector no mercado Espanhol.

A Iberglory surge em 2005, abrindo escritórios no Porto e em Lisboa, sendo a sua principal actividade o transporte marítimo de grupagens (LCL), tanto a nível da importação como da exportação.

Figuras 19, 20 e 21 – Logotipos Grupo Romeu/Transglory/Iberglory



Fonte: www.Transglory.com

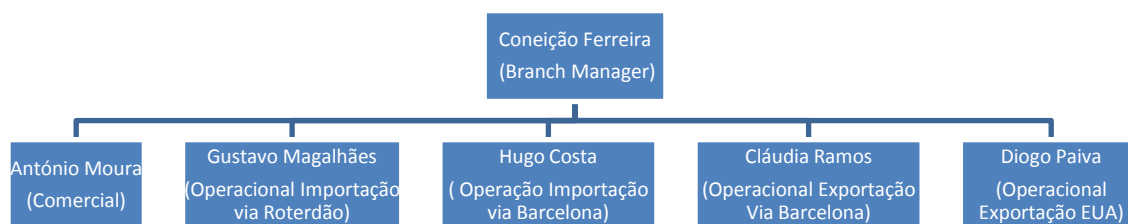
Figura 22 – Transglory



Fonte: www.Transglory.com

Neste momento a Iberglory Porto é composta por 6 pessoas:

Figura 23 – Organigrama Iberglory Porto



Fonte: Elaboração Própria

Ao longo destes anos, a Transglory estabeleceu-se como uma empresa de referência no sector, não só localmente, mas globalmente. Actualmente tem uma rede de escritórios em Espanha, Portugal, Marrocos, Argélia, França e Tunísia.

Figura 24 - Escritórios no Mediterrâneo Ocidental



Fonte: www.Transglory.com

Escritórios da Transglory

Quadro 3 – Escritórios da Transglory

Espanha	Portugal	Sul de França	Marrocos	Tunísia	Argélia
<ul style="list-style-type: none"> •Barcelona •Zaragoça •Valencia •Alicante •Sevilha •Madrid •Bilbao •Vigo 	<ul style="list-style-type: none"> •Lisboa •Porto 	<ul style="list-style-type: none"> •Toulouse 	<ul style="list-style-type: none"> •Casablanca •Tanger 	<ul style="list-style-type: none"> •Rades •Sousse •Sfax 	<ul style="list-style-type: none"> •Alger •Oran

Fonte: Elaboração Própria

Armazéns da Transglory

Quadro 4 – Armazéns da Transglory

Espanha	Portugal	Marrocos	Tunísia	Argelia
<ul style="list-style-type: none">• Barcelona• Valencia• Madrid• Bilbao	<ul style="list-style-type: none">• Lisboa• Leixoes	<ul style="list-style-type: none">• Casablanca	<ul style="list-style-type: none">• Rades• Sousse• Sfax	<ul style="list-style-type: none">• Rouiba

Fonte: Elaboração Própria

Têm também uma forte rede de agentes, sendo membros da WWA –(fundada em 2007, WWA é uma rede mundial de líderes do NVOCC, todos reunidos com o mesmo objectivo, oferecendo um posicionamento estratégico com a rede mundial de agentes exclusivos que possui, com uma total vertente neutral, neutralidade essa que apenas permite trabalhar com empresas do mesmo ramo).

Figura 25 – Rede de Agentes WWA



The WWA World

A nossa rede de agentes WWA-World Wide Alliance é formada por 24 membros, presentes em 62 países, com um total de 123 escritórios, mais de 3.400 empregados e oferecendo mais de 1.800 serviços directos de consolidado.

Fonte: www.Transglory.com

II.2 Actividades desenvolvidas pela Empresa

Exportação EUA

Figura 26 – Exportação EUA



Fonte: www.Transglory.com

Consolidação de camiões no Porto, para enviar para Lisboa, onde são consolidados os contentores, á posteriori os contentores são entregues em Bobadela e vão de caminho de ferro até Sines, que será o porto de saída da carga para os EUA

Exportação via Barcelona

Consolidações das cargas em camiões, que serão transportadas até Barcelona, estas cargas já saem despachadas de Portugal.

Barcelona será o porto de saída das cargas em navio para todo o mundo.

Exportação Consolidado Directo Singapura

Neste serviço temos também a consolidação no Porto em camiões e posterior envio para Lisboa onde será consolidado o contentor. Este serviço engloba vários destinos (Singapura e todos os que tenham como routing Singapura), sendo que o primeiro porto de paragem é Singapura, o facto de ser directo, torna o serviço mais aliciente aos clientes pois o preço também o é.

Importação via Barcelona

Este serviço engloba mercadoria oriunda de todo o mundo que vem de navio até Barcelona.

Em Barcelona, os clientes têm como opção desalfandegar as mercadorias neste porto ou apenas no destino final (Lisboa / Porto). As mercadorias de Barcelona Portugal (Lisboa/Porto) o transporte é efectuado de camiões, este serviço é o oposto da Exportação via Barcelona.

Importação via Roterdão

Neste serviço as mercadorias provenientes de todo o mundo têm como porto de transbordo Roterdão, onde o contentor é desconsolidado e as mercadorias são organizadas por destino, novamente contentorizadas e embarcadas num navio que poderá ter como destino final Leixões ou Lisboa.

Importação directa de Shanghai / EUA

Este serviço engloba cargas provenientes dos EUA ou de Shanghai, na origem é consolidado um ou mais contentores completos com carga para a Iberglory Porto/Lisboa, o contentor é carregado em navio onde vem até ao porto de transbordo, neste caso o contentor não é desconsolidado no porto de transbordo mas apenas no destino final – Portugal – existe também a possibilidade de o despacho da mercadoria ser elaborado no porto de transbordo ou á chegada ao destino.

Capítulo III – Parte Prática – Estágio no departamento Importação/Exportação Marítima

O estágio realizado teve início a 11 de Setembro de 2013, com conclusão a 11 de Janeiro de 2014 na empresa Iberglory, NVOCC Consolidadores de Carga,Lda no Porto, no departamento de Importação/Exportação Marítima com orientadora de estágio a Sra.Maria da Conceição Cordeiro Ferreira.

Cronologia das Actividades:

No primeiro mês, Setembro 2013, teve-se a apresentação do software de trabalho (Wintrans – software interno da empresa, utilizado transversalmente entre Portugal e Espanha, onde são criados os processos, desde a fase inicial – booking, até à fase final elaboração de Bill of lading), bem como um primeiro contacto com documentos (recibos de entrada em armazém, DME- declaração de mercadorias á exportação, despachos, bill of lading) e processos a realizar relativos à importação/exportação.

Relativamente ao segundo mês, Outubro 2013, ocorreu o primeiro contacto com clientes por email (clientes transitários / agentes no destino), pois a Iberglory como empresa apenas trabalha com transitários, não podendo trabalhar com clientes directos. A nível prático aprendeu-se como iniciar um processo de exportação via Barcelona e também todo o processo de exportação para os Estados Unidos.

Na terceira fase do estágio, Novembro 2013, desenvolveu-se a capacidade de realizar todo um processo de embarque, desde o momento da recepção do mail com a reserva de um embarque, bem como elaboração da documentação necessária, até ao fornecimento de dados ao cliente após embarque no navio, com o número de contentor e selo, e também informações relativas a chegadas ao porto de transbordo ou destino final.

Aprendizagem a nível da facturação (Exportação/Importação), criação de clientes/fornecedores.

Na fase final do estágio, Dezembro 2013, a estagiária já conseguia autonomamente proceder à elaboração de todo o processo de reserva de um embarque, com todos os trâmites envolventes – exportação via Barcelona/Estados Unidos; também, com supervisão, procedeu-se à facturação e ao arquivo dos processos.

Com este estágio conseguiu-se perceber melhor o sistema logístico na prática bem como a importância da internacionalização para uma empresa e também a importância do transporte marítimo a nível mundial.

No caso da Iberglory, como anteriormente se referiu, a empresa faz parte do Grupo Romeu, constituído inicialmente em Espanha e que, à posteriori, se verificou como uma boa

oportunidade de negócio apostar no mercado português, com a colocação de duas sedes em Portugal (Porto e Lisboa).

A Iberglory é uma empresa focada no transporte de grupagem e mercadorias por via marítima. Este tipo de transporte é fundamental para as exportações das empresas pois é através deste transporte que são enviadas as amostras para os clientes analisarem e, posteriormente, escolherem que produtos querem.

Capítulo IV – Conclusão

A realização deste estágio curricular foi uma oportunidade de aprendizagem e consolidação dos conhecimentos adquiridos durante o percurso académico. A integração no contexto real de trabalho possibilitou um contacto real com alguns conteúdos abordados durante a frequência das aulas do Mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização. Para além disso, todas as actividades desenvolvidas permitiram adquirir experiência profissional, nomeadamente sobre as temáticas abordadas.

Em relação ao relatório propriamente dito constituiu-se como uma forma de desenvolver os conhecimentos teóricos e a sua aplicação no que se refere ao sistema logístico e à sua importância na economia mundial.

O transporte internacional de mercadorias é, na verdade, bastante complexo. Por isso existem profissionais especializados que podem, de facto, ajudar as empresas nesta sua vertente comercial.

Ao longo do desenvolvimento deste trabalho houve um acompanhamento directo das actividades desenvolvidas por parte dos departamentos de Importação e Exportação. Esta proximidade permitiu que houvesse um nível elevado de autonomia na realização das tarefas, o que contribuiu para a consecução de novos conhecimentos e desenvolvimento de competências.

Este estágio serviu, ainda, como suporte para ingressar num estágio profissional de um ano, tendo início logo após término do estágio curricular, a convite da empresa.

A Iberglory conta neste momento com seis profissionais, sendo que no início do estágio curricular eram apenas quatro. A aposta em contratar mais colaboradores tem permitido melhorar os serviços prestados pela empresa, potenciando a sua implementação acrescida em território nacional e as suas actividades internacionais.

Referências Bibliográficas

- ABRANTES, A. (1999). A Internacionalização empresarial numa economia mundializada. Millenium, 15
- Brito, C. e Lorga, S. (1999), Marketing Internacional, Sociedade Portuguesa de Inovação, Porto
- Carvalho, J.C. (2004), A lógica da logística, Lisboa: Edições Sílabo
- Carvalho, J.C. (2002), Logística, Lisboa: Edições Sílabo
- Cateora, P.R. and Graham, J.L. (1996), International Marketing, McGraw–Hill, New York
- Deeds, D. L. and Hill, C. W. L. (1998), “An Examination of Opportunistic Action Within Research Alliances: Evidence from the Biotechnology Firms”, Journal of Business Venturing, 11 (1), pp. 41-56
- Dias, Manuela (2007), “A Internacionalização e os Factores de Competitividade: o caso ADIRA”, Faculdade Economia, Universidade do Porto
- Dunning, J. H. (1988), “The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions”, Journal of International Business Studies, Vol. 19, 1, Spring, pp.1-31
- Dunning, J. H. (1995), “Reappraising the Eclectic Paradigm in an Age of Alliance Capitalism”, Journal of International Business Studies, Vol. 26
- Dunning, J. H. (1998), “Location and the Multinational Enterprise: A Neglected Factor?”, Journal of International Business Studies, Vol. 29
- Hennart, J.-F. (1982), A Theory of Multinational Enterprise, University of Michigan Press, Ann Arbor
- Hitt, M. A., Hoskisson, R. E. & Kim H. (1997), “International Diversification: Effects on Innovation and Firm Performance in Product-Diversified Firms, Academy of Management Journal, 40 (4), pp. 767-798
- HYMER, S. H. (1976), The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment, MIT press, Cambridge.
- LORGA, S. (2002), A Internacionalização e os Mecanismos de Cooperação, Working Paper, Universidade Católica, Porto
- Lorga, S. (2003), Internacionalização e Redes de Empresas: Conceitos e Teorias, Editorial Verbo, Lisboa
- Luostarinen, R. and Welch, L. (1990), International Business Operations, Helsinki School of Economics, Helsinki

Porter, M. E. (1985), *Competitive Advantage*, Free Press, New York, pp. 124-127

Porter, M. E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations and Firms*, Free Press, New York

Ribeiro, João (2011), *A importância do Sistema Logístico no Comércio Internacional*. Universidade do Minho

Salomon, R. and Shaver, J. M. (2005), "Export and Domestic Sales: Their Interrelationship and Determinants", *Strategic Management Journal*, 26, pp. 855–871

Shan, W. and Song, J. (1997), "Foreign Direct Investment and the Sourcing of Technological Advantage: Evidence from the Biotechnology Industry", *Journal of International Business Studies*, 28(2), pp. 267–284

Simões, V. C. (1997), *Estratégias de Internacionalização das Empresas Portuguesas*, in ICEP – Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal (ed.), *Comércio e Investimento Internacional*, ICEP, Lisboa.

Teixeira, S. e Diz, H. (2005), *Estratégias de Internacionalização*, Publisher Team, Lisboa

Vernon, R. (1966), "International Investment and International Trade in The Product Cycle", *Quarterly Journal of Economics*, 80 (2), pp. 190-207

Viana, C. e Hortinha, J. (2005), *Marketing Internacional*, 2ª Edição, Edições Sílabo, Lisboa

Web links:

<https://eg.sib.uc.pt/bitstream/10316/16214/1/RE%20Nelson%20Neves.pdf> – “A Internacionalização e Comércio Internacional numa empresa Global” - Nelson Francisco Rebelo Neves - Estágio realizado na Direção Comercial da Sport Zone - Agosto 2011 – Faculdade de Economia – Universidade de Coimbra
Consultado a 10-12-2013

<http://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/Paraonde/Conhecimento/Documents/DOCs2014/HorizontalInternacionalizarGuiaparaPME.pdf> - “Horizonte Internacionalizar: Guia para PME” - Cristina Simões | José Paulo Esperança | Vítor Corado Simões – AICEP Portugal Global - 3 de julho de 2013
Consultado a 10-12-2013

<https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/2930/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20MEE%20-%20Carina%20Costa%20Sim%C3%B5es.pdf> – “Internacionalização das Empresas Portuguesas: Processos e destinos” – Ana Carina Costa Simões – Mestrado em Economia Internacional e Estudos Europeus – Novembro de 2010 – Universidade Técnica de Lisboa – Instituto Superior de Economia e Gestão

Consultado a 10-12-2013

<http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/59416/1/000129038.pdf> - “ o Transporte Marítimo de Mercadorias “ – Ana Fonseca - Relatório de Projecto do grau de Mestre em Engenharia Civil – Fevereiro de 2008

Consultado a 10-11-2013

http://www.cienciaviva.pt/img/upload/NeD108_TiagoPittaeCunha.pdf - “A importância estratégica de Portugal para o Mar” – Tiago Pitta e Cunha, Coordenador da Comissão estratégica dos oceanos – Nação Defesa – Versão 2004

Consultado a 10-11-2013

<http://www.transportesemrevista.com/Default.aspx?id=2624&language=pt-PT&tabid=210> – “Qual o papel do sector marítimo portuário?” – Pedro Costa Pereira – Transportes em Revista – 12 de Dezembro de 2011

Consultado a 10-11-2013

<http://www.transportesemrevista.com/Default.aspx?tabid=210&language=pt-PT&id=17873> – “Porto de Leixões cresceu 5,3% em Setembro “ – Pedro Pereira – Transportes em Revista – 22 de Outubro de 2013

Consultado a 10-11-2013

http://www.transportesemrevista.com/print_noticia.aspx?id=6703 – “Maiores índices de crescimento - Porto de Leixões entre os 25 maiores portos europeus” – Laura Melgão – Transportes em Revista – 27 de Agosto de 2013

Consultado a 10-11-2013

<http://www.transportesemrevista.com/Default.aspx?tabid=210&language=pt-PT&id=9826> – “Em agosto - Porto de Lisboa cresce 11,5% na carga” – Andreia Amaral – Transportes em Revista – 01 de Outubro de 2013

Consultado a 10-11-2013

http://janusonline.pt/dossiers/dossiers_1998_6_6_a.html - “O Mar e os Transportes Marítimos” - Manuel Farto e Eduardo Martins – Janus 1998

Consultado A 10-11-2013

<http://www.transportesemrevista.com/Default.aspx?tabid=210&language=pt-PT&id=4116> – “O transporte marítimo e a internacionalização da economia portuguesa “ - João Fermisson – 10 de Abril de 2012

Consultado a 10-11-2013

http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-91992010000400009 – “A internacionalização da Economia Portuguesa” – António Nogueira Leite – 2010

Consultado a 26-12-2013

http://www.dhl.pt/pt/sobre_a_dhl/retrato_da_empresa.html - “ DHL - Retrato da Empresa “ –

Consultado a 28-09-2014

http://www.fedex.com/pt_english/about/company-info/40th-anniversary.html - “ Fedex 40th Aniversary”

Consultado a 28-09-2014

http://www.logistics.dbschenker.pt/log-pt-pt/products_services/land_transport/ - “Transporte Terrestre “

Consultado a 28-09-2014

http://www.portaldocidadao.pt/PORTAL/entidades/MF/DGAIEC/pt/ORG_direccao-geral+das+alfandegas+e+dos+impostos+especiais+sobre+o+consumo.htm

(Direcção-Geral das Alfândegas e dos Impostos Especiais sobre o Consumo, Descrição quem somos.)

Consultado a 29-09-2014

<http://www.maerskline.com/pt-pt/about/facts-figures>

Maersk Line –Fatos Interessantes

Consultado a 29-09-2014

<http://aapa.files.cms-plus.com/PDFs/WORLD%20PORT%20RANKINGS%202009.pdf>

AAPA (2010),World Port Rankings,2009

Consultado a 30-09-2014

http://en.wikipedia.org/wiki/Freight_forwarder

(Federação Internacional de Associações de Transitários - Freight forwarder)

Consultado a 30-09-2014

<http://www.ups.com/content/pt/pt/about/index.html?WT.svl=Footer>

Acerca da UPS - História da Companhia

Consultado a 30-09-2014

<http://www.imtt.pt/sites/IMTT/Portugues/PlataformasLogisticas/Documents/Rede%20Plataformas%20logisticas.pdf> - Ministério das Obras Públicas, Transportes e Comunicações, Gabinete da Secretária do estado e dos Transportes, Portugal Logístico – Rede Nacional de Plataformas Logísticas, p.5

Consultado a 30-09-2014

<http://www.transglory.com/> - Empresa / Escritórios / Armazéns

Consultado a 30-08-2014

<http://www.mundoeducacao.com/geografia/transporte-maritimo.htm> - “Wagner de Cerqueira e Francisco – Meios de Transporte “

Consultado a 29-08-2014

<http://www.portugalglobal.pt/pt/biblioteca/livrariadigital/portugalfichapais.pdf> - AICEP, Portugal Global – ficha de país Portugal

Consultado a 19-10-2014

Anexos

Anexo 1 -Contrato de Estágio

uy
gr

**PROTOCOLO DE PROJETO/ESTÁGIO
MESTRADO**

Entre o Instituto Politécnico do Porto, através do seu Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, a seguir designado por ISCAP, sito na Rua Dr. Jaime Lopes Amorim, S/N, 4465-004 S. Mamede de Infesta, como primeiro outorgante, representado pelo Exmo. Sr. Presidente, Professor Olímpio Castilho e a empresa Isa Glory N.V.Occ. Consolidadora de Carga Lda, representada pelo(a) Exmo. Senhor (a) Senhor Qualdino Viegas Louro adiante designada como Entidade de Acolhimento, como segundo outorgante, e o mestrando Claudia Rita da Silva Ramos, portador de BI/Cartão de Cidadão n.º 13787705 como terceiro outorgante, celebra-se o presente protocolo, referente ao Projeto/Estágio do Mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização concedido pelo segundo outorgante, durante o período compreendido entre 11/09/2013 e 11/01/2014, a realizar nas suas instalações sitas na Rua Av.º Dr. Antunes Guimarães n.º 509-4º, que obedecerá às seguintes cláusulas, de acordo com o Art.º14.º e seguintes, do Regulamento Geral dos Mestrados do ISCAP/IPP.

Cláusula Primeira
Âmbito


1) O presente protocolo define, nos termos do Regulamento Geral de Mestrados do ISCAP, as condições para a realização de um Trabalho de Projeto/Estágio enquadrado no plano curricular do Mestrado.

2) Do Projeto/Estágio não resulta qualquer vínculo laboral entre o mestrando e o segundo outorgante.

Cláusula Segunda
Objetivos

De acordo com Art.º15º do Regulamento Geral dos Mestrados, o Trabalho de Projeto ou Estágio dos Cursos de Mestrado do ISCAP tem como objetivo, através do contato com os contextos de exercício da profissão, proporcionar a aplicação dos conhecimentos e o desenvolvimento das competências adquiridas nas unidades curriculares lecionadas ao longo do Curso.

Cláusula Terceira
Deveres do Mestrando


INSTITUTO
POLITÉCNICO DO PORTO

Página 1 de 6

uy gr

São deveres do mestrando durante o seu período de Projeto/Estágio, de acordo com o Art.º21.º do Regulamento Geral de Mestrados:

- a) Cumprir o plano de trabalho na íntegra;
- b) Ser assíduo e pontual no cumprimento do horário de trabalho acordado;
- c) Justificar todas as faltas por escrito à Entidade de Acolhimento com conhecimento ao Tutor e ao responsável pela unidade curricular;
- d) Ter um comportamento correto e cordial, respeitando os seus superiores hierárquicos e os seus colegas de trabalho, bem como os utentes da segunda outorgante;
- e) Cumprir diligentemente as tarefas que lhe forem confiadas pelo Tutor, pela Entidade de Acolhimento e pelo(s) responsável(eis) da unidade curricular, no cumprimento do plano de trabalho do Projeto/Estágio;
- f) Respeitar as regras internas de funcionamento da Entidade de Acolhimento;
- g) Dispensar o maior cuidado aos bens materiais que lhe forem confiados para o exercício da sua atividade;
- h) Não fazer uso externo das informações, contatos, relações, trabalhos e estudos realizados no âmbito do Projeto/Estágio, salvo se devidamente autorizado por escrito;
- i) Cumprir todas as demais obrigações decorrentes do Regulamento Geral dos Mestrados.

Cláusula Quarta
Direitos do Mestrando

São direitos do mestrando, de acordo com o Art.º22.º do Regulamento Geral dos Mestrados:

- a) Aceder atempadamente às informações relativas ao Projeto/Estágio;
- b) Encetar contatos que possam originar posteriores Protocolos de Projeto/Estágio, desenvolvendo, a vários níveis, a capacidade de iniciativa e autonomia;
- c) Receber acompanhamento e orientação efetiva por parte do Tutor e do(s) responsável(eis) da unidade curricular designados pelo Diretor do Curso de Mestrado;
- d) Não executar, regularmente, tarefas que não constem do plano de trabalho ou que não sejam adequadas à respetiva formação;
- e) Ser-lhe atribuído um posto de trabalho no local de Projeto/Estágio e um horário que lhe permita assistir às atividades letivas a decorrer no ISCAP;



INSTITUTO
POLITÉCNICO DE PORTO

WJ
GR

- f) Dispor das condições necessárias na Entidade de Acolhimento para o desenvolvimento integral do plano de trabalho acordado;
- g) Ter um contato regular com o(s) responsável(eis) do Projeto/Estágio e com o Tutor.

Cláusula Quinta
Responsabilidades do ISCAP

De acordo com o Art.º 23.º do Regulamento Geral dos Mestrados, o ISCAP tem o dever de:

- a) Delinear com a Entidade de Acolhimento, com o Tutor, com o(s) responsável(eis) da unidade curricular e com o Orientador, o plano de trabalho e a calendarização do Projeto/Estágio;
- b) Nomear um orientador de Projeto/Estágio;
- c) Tomar todas as providências para que o mestrando seja acompanhado de forma regular na Entidade de Acolhimento pelo Tutor designado;
- d) Dar todo o apoio necessário ao mestrando de forma a proporcionar o cumprimento dos objetivos estabelecidos;
- e) Resolver eventuais conflitos e quaisquer problemas que surjam no decorrer do Projeto/Estágio.

Cláusula Sexta
Seguro escolar

De acordo com o Art.º 24.º do Regulamento Geral dos Mestrados, o seguro escolar a que o mestrando tem direito, abrangerá o período de Projeto/Estágio, ficando, por isso, o segundo outorgante isento da responsabilidade em caso de qualquer acidente que ocorra com aquele durante o referido período.

Cláusula Sétima
Competências e Responsabilidades da Entidade de Acolhimento

De acordo com o Art.º 25.º do Regulamento Geral dos Mestrados, a Entidade de Acolhimento:

- 1) Fica isenta de atribuir ao mestrando qualquer remuneração, embora seja livre de o fazer;
- 2) Fica obrigada a atribuir apenas as tarefas que se enquadrem no plano de trabalhos do Projeto/Estágio estabelecido;
- 3) Deve igualmente:
 - a) Nomear o Tutor responsável pelo acompanhamento do mestrando ao longo do Projeto/Estágio;



INSTITUTO
POLITÉCNICO DO PORTO

uy
R

- b) Definir, com o mestrando e com o orientador do Projeto/Estágio, o plano de trabalho a desenvolver, proporcionando as condições necessárias para a sua execução.

Cláusula Oitava

Competências e Responsabilidades do Tutor da Entidade de Acolhimento

De acordo com o Art.º26º do Regulamento Geral dos Mestrados, compete ao Tutor do Trabalho de Projeto/Estágio:

- a) Dar apoio ao mestrando durante o período do Projeto/Estágio, ao nível da programação e observação das atividades a desenvolver pelo mesmo;
- b) Assegurar a integração do mestrando na Entidade de Acolhimento;
- c) Registrar a assiduidade do mestrando e disponibilizar o registo da mesma, sempre que solicitado pelo seu(s) Orientador(es);
- d) Manter o(s) Orientador(es) informado(s) de eventuais problemas que surjam ao longo do período de Projeto/Estágio;
- e) Garantir que o plano de trabalho seja cumprido e executado nas condições previstas;
- f) Emitir um parecer qualitativo sobre o desempenho do mestrando.

Cláusula Nona

Competências e Responsabilidades do Orientador do Projeto/Estágio

De acordo com o Art.º27º do Regulamento Geral dos Mestrados, compete ao(s) Orientador(es) do ISCAP:

- a) Acompanhar o processo e as relações entre o ISCAP e a Entidade de Acolhimento;
- b) Apoiar o mestrando na execução do plano de trabalho definido;
- c) Colaborar com o Tutor nos assuntos relacionados com o mestrando;
- d) Orientar o mestrando na elaboração do Trabalho de Projeto ou do Relatório de Estágio;
- e) Integrar o júri de avaliação do Trabalho de Projeto ou do Relatório de Estágio.

Cláusula Décima

Sigilo

Os estudantes e docentes do ISCAP, bem como os orientadores de estágio, que, no âmbito das atividades de estágio, tomem conhecimento de informações de natureza confidencial ou reservada,



ficarão obrigados à conservação do sigilo das mesmas, de acordo com o Art.º28.º do Regulamento Geral dos Mestrados.

**Cláusula Décima Primeira
Relatório e Avaliação**

- De acordo com o Art.º20º do Regulamento Geral dos Mestrados:
- 1.0 mestrando deverá elaborar um Relatório do Trabalho de Projeto/Relatório de Estágio e este deve ser submetido à consideração do Tutor de Projeto/Estágio.
 - 2.0 Tutor emitirá um parecer qualitativo sobre a forma como decorreu Trabalho de Projeto ou Estágio e esse parecer deve ser entregue com o Relatório do Trabalho de Projeto/Relatório de Estágio.
 - 3.0 A avaliação do Trabalho de Projeto ou Estágio é realizada mediante a apreciação e discussão do Relatório do Trabalho de Projeto/Relatório de Estágio, por um júri nomeado para o efeito.

**Cláusula Décima Segunda
Cessação**

A cessação do Protocolo entre o ISCAP e a Entidade de Acolhimento pode acontecer por iniciativa de qualquer uma das partes envolvidas ou por simples caducidade, de acordo com o Art.º29º do Regulamento Geral dos Mestrados.

**Cláusula Décima Terceira
Revogação do Protocolo**

- De acordo com o Art.º30º do Regulamento Geral dos Mestrados:
1. A revogação do Protocolo verifica-se quando:
 - a) o mestrando desista do Projeto/Estágio;
 - b) o mestrando anule a matrícula.

**Cláusula Décima Quarta
Rescisão do Protocolo**

O ISCAP pode rescindir de imediato o Protocolo no caso de não ser possível reunir as condições necessárias à integral satisfação da Cláusula Quarta ou de incumprimento das Cláusulas Sétima e Oitava do presente Protocolo.

**Cláusula Décima Quinta
Disposições Finais**

- 1) Este Protocolo tem quatro vias assinadas/rubricadas pelo primeiro outorgante, segundo outorgante, mestrando e



responsável pela unidade curricular, ficando o original, na posse do primeiro outorgante, o duplicado na posse do segundo outorgante, o triplicado na posse do mestrando e o quadruplicado na posse do orientador.

2) Os casos omissos do presente Protocolo serão decididos de acordo com a legislação em vigor, referente a esta matéria.

S. Mamede de Infesta, 11 de Setembro de 2013

Primeiro Outorgante
Outorgante



Terceiro Outorgante
Unidade Curricular

Claudia Pamas
[Signature]

Segundo



Responsável pela

Anexo 2-Avaliação do Estágio por parte da Empresa



RELATÓRIO DE ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO DO ESTAGIÁRIO

A preencher pelo Orientador de Estágio

RELATÓRIO TRIMESTRAL

RELATÓRIO FINAL

O Relatório refere-se ao período de : 11 de Setembro 2013 a 11 de Janeiro de 2014

Designação da Entidade Empregadora: Ibergory NVOCC – Consolidadores de Carga, Lda

Nome do Orientador: Maria da Conceição Cordeiro Ferreira

Nome do Estagiário: Cláudia Rita da Silva Ramos

Área Profissional: Área Operacional de Exportação / Importação

Habilitações Académicas e Profissionais: Mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização

Data de início do Estágio: 11 - 09 – 2013

Data de fim do Estágio: 11 -01 -2014

1. AVALIAÇÃO DO ESTÁGIO

Factores	Avaliação			
	1	2	3	4
Assiduidade				X
Pontualidade				X
Interesse				X
Progressão da Aprendizagem				X
Conhecimento da Profissão			X	
Relacionamento				X

1 Insuficiente 2 Suficiente 3 Bom 4 Muito Bom



2. ACTIVIDADES DESENVOLVIDAS PELO ESTAGIÁRIO

Faço a avaliação efectuada no ponto anterior, considera que as actividades desenvolvidas pelo estagiário no período em referência, corresponderam aos objectivos estabelecidos no plano individual de estágio, para esse mesmo período?

Sim

Não

3. SUGESTÕES

(No caso de ter respondido negativamente, quero sugerir, caso considere necessário, alterações ou melhorias a introduzir no processo, assinalando com uma cruz na respectiva quadrícula)

- Reajustamento do Plano Individual de Estágio
- Reforço do Acompanhamento do Estagiário
- Outras

Se assinalou Outras, refira quais? _____

4. Descrição das Actividades Desenvolvidas pelo Orientador

(Descreva as actividades desenvolvidas junto do estagiário, bem como o número de horas gastas com o mesmo, ao longo dos meses de cada Trimestre a que se reporta este relatório)

RELATÓRIO FINAL

- Nº de Horas de Orientação _____
- Mês _____
- Mês _____
- Mês _____

• Descrição das Actividades Desenvolvidas

- Explicação generalizada da actividade da empresa, bem como o seu funcionamento.
- Principal aprendizagem no sector de exportação, incluindo todo o processo e seguimento das mercadorias desde a origem até destino final, passando pelo contacto com o exportador, booking da mercadoria, emissão de documentos referentes ao transporte e respectiva factura ao cliente.
- Apoio à importação na abertura de processos e atendimento telefónico.

• Nº de Horas de Orientação

• Mês _____

• Mês _____

• Mês _____

• Descrição das Atividades Desenvolvidas

2011-10-22

O Orientador

