

ESTUDO DE VIABILIDADE DE INTRODUÇÃO DA MACADÂMIA EM PORTUGAL

PELUSO, Eduardo Gonçalves;
THOMAZ, Felipe Augusto Leme;
BELLOPEDO, Juliana Consoli;
DA SILVA, Matheus Moreira;
MOZER; André Emílio

Universidade São Francisco
matheus.mmssilva@gmail.com

RESUMO. O presente projeto teve por objetivo analisar a viabilidade da exportação dos produtos beneficiados pela empresa Casa da Macadâmia para o mercado português. Através dos resultados obtidos pela tese anterior “a inserção da empresa Casa da Macadâmia no comércio internacional”, foi dado continuidade ao estudo com a utilização também de metodologias documental e de campo, devido à natureza prática e regulamentada do processo de exportação. Foi utilizado de ferramentas de análise de cenário como SWOT e 5 forças de Porter, com objetivo de avaliar a viabilidade do comércio internacional do referido produto. Também foram analisadas informações diversas sobre o atual mercado de exportação para Portugal, através da realização de benchmark. O estudo visa verificar as necessidades específicas para a elaboração da entrada do produto no mercado alvo e se esta tem seu custo viável.

Palavras-chave: Macadâmia, exportação, viabilidade, mercado português.

INTRODUÇÃO

Segundo o blog ESAG JR, o estudo de viabilidade é a análise que tenta prever o eventual êxito ou fracasso de um projeto. É uma ferramenta de planejamento que define se o projeto ou empresa é capaz de gerar resultados positivos, ou não. Ou seja,

o estudo de viabilidade se torna crucial em diversos negócios empresariais, dando assim uma segurança aos sócios sobre suas tomadas de decisões, tornando-as mais assertivas.

Para este estudo, serão abordados dados de exportações brasileiras para Portugal, um país com aproximadamente 10,28 milhões de habitantes em 2019, segundo uma publicação feita no site da União Europeia. O país que está localizado na segunda maior Península da Europa, a Península Ibérica; tem registrado grandes volumes de importação de produtos brasileiros. O aumento do PIB (Produto Interno Bruto) em 2,5% no terceiro trimestre de 2020, traz otimismo e expectativas que podem resultar no aumento pela demanda de consumo dos produtos exportados pelo Brasil. Além disso, a escolha deste mercado foi devido a Portugal ser um país menor, apresentando assim um menor risco para a empresa em seu primeiro negócio de exportação com o produto já processado.

Segundo Kotler (1999, p.271), numa visão de Marketing, afirma que “canais de distribuição, são complexos sistemas comportamentais nos quais pessoas e empresas interagem para atingirem objetivos individuais, empresariais, ou de próprio canal”. Certamente, os canais de distribuição são ferramentas que permitem facilitar a colocação de seus produtos nos mercados, de forma rápida, prática e segura atuando como ponte entre empresas e consumidores

Nesta perspectiva, o objetivo do artigo é desenvolver um estudo de viabilidade avaliando a introdução da Macadâmia no mercado português. Tudo isso analisando, a aceitação do produto no mercado, os canais de distribuição, preços de venda - despesas operacionais, e claro, levando em conta as exigências do governo português em relação a questão de embalagens e exigências fitossanitárias.

CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A empresa Casa da Macadâmia Industria e Comércio LTDA ME teve início de suas atividades de beneficiamento em 24 de outubro 2015, com o objetivo de proporcionar um estilo de vida mais saudável e prazerosa, fornecendo as Macadâmias

de mais alta qualidade. Porém, a implantação do pomar começou há mais de 15 anos, quando a proprietária Maria Angela, médica cardiologista, seu filho Francisco Kencis, e seu marido, Rossildo Faria, empresário, decidiram cultivar um produto que proporcionasse bem-estar e qualidade de vida aos seus consumidores.

A localização do pomar e da empresa não foi por acaso, os sócios escolheram a cidade de Piracaia - SP, por ela estar, segundo a Unesco na região do 2º clima mais confortável do mundo. O pomar e o processamento, encontram-se na Rodovia Padre Aldo Bollini, KM 78 – Bairro Dos Cubas. Além disso, a empresa conta com 4 colaboradores e tem como principais clientes, grandes empórios de São Paulo, lojas nos mais sofisticados Shoppings da capital e de outros estados.

O produto ofertado é Macadâmia, uma noz nativa da Austrália, que se caracteriza por árvores que podem alcançar cerca de 15 a 20 metros de altura. Considerada a rainha das nozes pelos grandes benefícios que ela proporciona ao seu consumidor, como: ajuda no emagrecimento, prevenção ao câncer, colabora com o sistema nervoso e, também, fortalece pele e ossos. A noz, não está presente somente na indústria alimentícia, mas também na indústria cosmética, para a utilização de cremes de beleza.

Além de todos os benefícios oferecidos pela Macadâmia, a empresa possui também, uma grande preocupação com o meio ambiente, por isso, há uma utilização da casca e do carpelo como fonte renovável. O primeiro, é utilizado na queima para a geração de calor, aplicada em uma das etapas do processo de beneficiamento, reduzindo a umidade dela, e o outro, é utilizado como adubo para outras árvores e flores, respectivamente. Ademais, a organização ainda possui cerca de 20 hectares que são de preservação ambiental o que atesta a preocupação dos sócios com a sustentabilidade.

A empresa possui 4 colaboradores, conforme demonstrado no organograma na figura 1, a seguir.

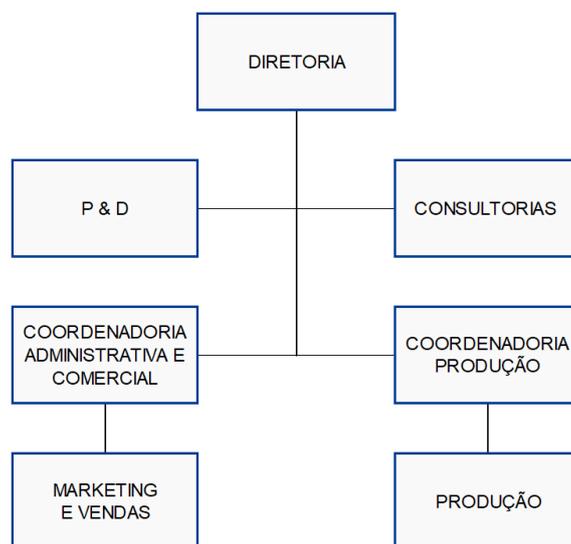


Figura 01: Organograma da Casa da Macadâmia

Fonte: Empresa Casa da Macadâmia, 2021

A empresa Casa da Macadâmia conta com 4 colaboradores em seu total, que auxiliam na parte administrativa/comercial e na coordenação de produção. Um dos sócios contribuem na parte administrativa, o segundo na parte de consultorias e o terceiro no desenvolvimento de produtos, proporcionando aos seus clientes além da qualidade, segurança em todo o processo de produção e entrega do produto.

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento desta pesquisa, foram utilizadas, quanto ao fim, as metodologias descritiva e exploratória, quanto aos meios, a pesquisa bibliográfica, documental e de campo, tendo uma abordagem qualitativa.

Segundo Almeida (2014, p.26), a pesquisa exploratória trata da pesquisa desenvolvida em área onde existe pouco conhecimento estruturado, em busca do maior conhecimento, a fim de que posteriormente seja feita pesquisa descritiva que, por sua vez, tem a finalidade de descrever o objeto de estudo, as suas características e problemas relacionados. Portanto, para melhor interpretação e levantamento de dados

a pesquisa exploratória e descritiva irá auxiliar, na identificação do cenário atual, na construção de uma solução cabível para o tema abordado.

Já a pesquisa bibliográfica, de acordo com Almeida (2014, p.28), "toma como objeto livros e artigos científicos, tendo normalmente a finalidade de buscar relações entre conceitos, características e ideias". Certamente, a pesquisa bibliográfica, auxiliará, nas definições dos conceitos abordados para melhor entendimento do tema.

A pesquisa documental, segundo Almeida (2014, p.28), "...faz-se análise de documentos organizacionais, governamentais ou mesmo de um indivíduo que ainda não tenham sido trabalhados nesse sentido." Pareado com a implementação do estudo de campo, o qual Almeida (2014, p.29), define por: "O que se busca é observar os fatos como eles ocorrem no ambiente natural, sem que se possam isolar e controlar variáveis. Apesar disso, permite inferências sobre as relações de causa e efeito nos eventos observados". Tal combinação permitirá a análise da viabilidade através de dados baseados em normas e valores utilizados na prática de mercado.

Além disso, segundo Silva & Menezes (2005, p.21): "A pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de levantamento".

Sendo empregada nesse artigo, a análise ou matriz SWOT (FOFA quando traduzido para o português) criada na década de 1960 por Albert Humphrey, ferramenta muito popular por ser de fácil inserção, utilizada no planejamento estratégico onde engloba a análise de cenários para tomada de decisão, sendo útil para a empresa entender o ambiente em que está inserida e criar uma base de informações que são necessárias para planejar seu futuro. A expressão SWOT é uma sigla para "strengths, weaknesses, opportunities and threats" que traduzidas respectivamente significam forças, oportunidades, fraquezas e ameaças (FOFA).

E por fim, a utilização da ferramenta 5 forças de Porter que é uma ferramenta utilizada para ameaça de produtos substitutos; ameaça de entrada de novos

concorrentes; poder de negociação dos clientes; poder de negociação dos fornecedores e rivalidade entre os concorrentes.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Conforme o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC, “exportação é basicamente a saída da mercadoria do território aduaneiro, decorrente de um contrato de compra e venda internacional, que pode ou não resultar na entrada de divisas”. Já a Receita Federal e o Ministério da Economia posicionam a sua definição de exportação “a exportação compreende a saída temporária ou definitiva em território nacional de bens ou serviços originários ou procedentes do país, a título oneroso ou gratuito”.

Através das definições citadas, afirma-se que exportação se refere a venda, envio, doação de produtos ou bens ou serviços de um país para outro. Diversas organizações decidem exportar com o intuito de crescer economicamente ampliando seus negócios por meio do comércio exterior. Indo além do comércio nacional, atendendo um novo mercado que contém potencial astronômico.

Portugal tem uma população de aproximadamente 10.276.617 habitantes, o que implica numa densidade demográfica de 125 hab./km², muito maior do que o restante da península ibérica, na qual o país está localizado. Além disso, o país possui uma renda PIB Per Capta registrada de 22.406 USD no ano 2020. O português é o idioma falado pela imensa maioria da população, mas também o Mirandês.

As relações comerciais entre Brasil e Portugal já duram mais de quatro séculos e são intrinsecamente ligadas devido ao Império Português. As relações efetivamente começaram com a Independência do Brasil em 1822, quando o país passou a ser uma nação independente. Abaixo a tabela mostra um ranking dos produtos mais importados por Portugal.

	Principais produtos importados por Portugal em 2019	Valor FOB US\$
1º	Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos, crus	911 milhões
2º	Soja	147 milhões
3º	Milho não moído	124 milhões

4º	Produtos laminados planos de ferro ou aço não ligado	94,8 milhões
5º	Óleos combustíveis de petróleo	67,6 milhões
6º	Frutas e nozes não oleaginosas, frescas ou secas	22,4 milhões
7º	Madeira em bruto	19,5 milhões
8º	Demais produtos – Indústria de Transformação	18,3 milhões
9º	Outros produtos diversos das indústrias químicas	14,1 milhões
10º	Matérias vegetais em bruto	14,0 milhões

Figura 02: Principais produtos importados por Portugal

Fonte: Adaptada, site FAZCOMEX.

De acordo com a tabela publicada pelo site FAZCOMEX (Tecnologia em Comércio Exterior), a importação de nozes e frutas secas se encontram em 6º lugar. Os produtos mais importados pelo país ainda são liderados pelo petróleo, soja e milho não moído, alcançando a margem de três dígitos em milhões de dólares.

O governo de Portugal adere às normas sanitárias da “The United Nations Economic Commission for Europe” (UNECE), ou Comissão Econômica Europeia das Nações Unidas em tradução livre. A UNECE (2011) dita, que para a exportação das nozes da Macadâmia são necessários: Nível de humidade não excedendo 2%, nozes livres de ranços, cheiros anormais, bem formadas, aparência intacta, limpa (não contendo matéria estranha visível), livre de pestes e as nozes devem estar desenvolvidas, não contendo manchas/descoloração que supere 25% da noz.

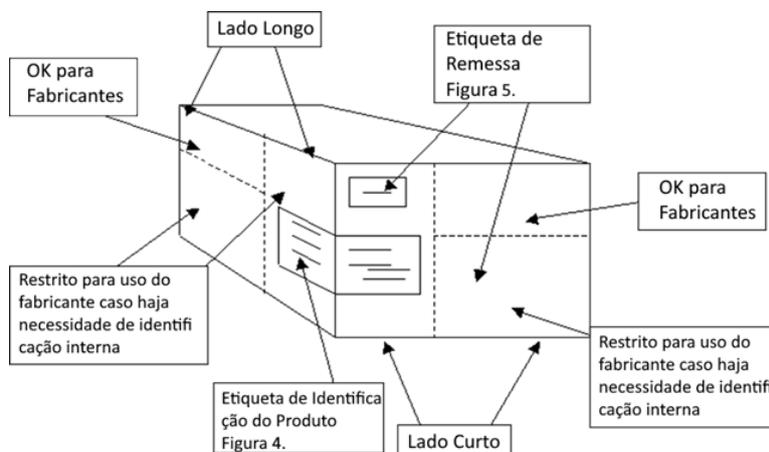


Figura 03: Especificação de Caixote e etiquetagem própria para exportação (adaptado)

Fonte: Normas do IBCA para identificação de Produto, Etiquetas e Remessas (2013)

Além das exigências de qualidade, também se mostra necessária a uniformidade e qualidade dos pacotes a serem enviados. Necessitando uma embalagem de alta qualidade, que suporte a viagem e proteja as nozes de maneira própria. Conforme a “Integrated Business Communications Alliance” (IBCA), ou Aliança de Comunicações de Negócios Integrados em tradução livre, o caixote deve aguentar pelo menos 80Kg de carga, estar devidamente amortecido internamente, seguro com fita adesiva de polipropileno, etiquetas devem conter o endereço de retorno completo e propriamente fixadas nos locais corretos conforme a figura seguinte:

Sendo requerido a etiqueta dentro dos padrões conforme mostra a figura abaixo:



Figura 04: Especificação Etiqueta com código de barras para exportação (adaptado)

Fonte: Normas do IBCA para identificação de Produto, Etiquetas e Remessas (2013)

O código de barras deve estar no formato GTIN-14, utilizando a simbologia GS1-128. Um outro rótulo necessário na embalagem tem de estar de acordo com a seguinte imagem:

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II

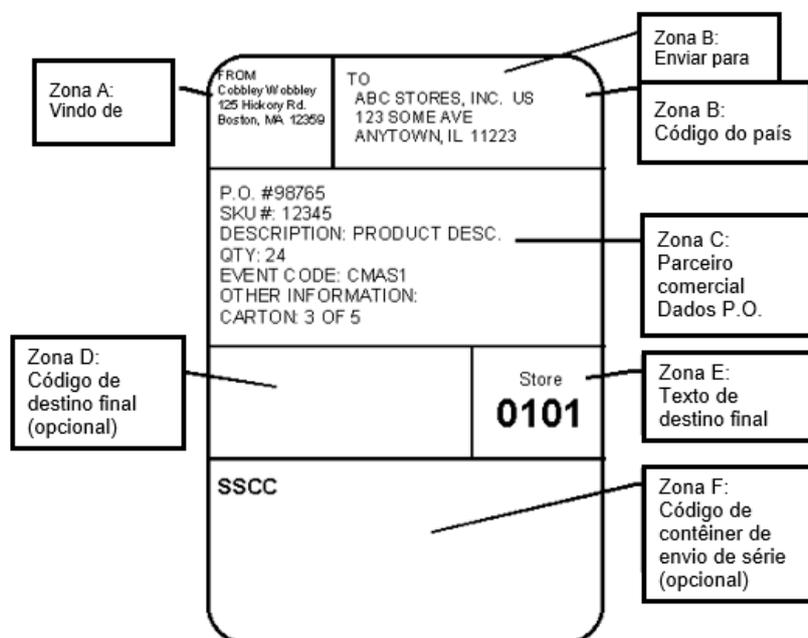


Figura 05: Especificação Etiqueta de remessa para exportação (adaptado)

Fonte: Normas do IBCA para identificação de Produto, Etiquetas e Remessas (2013)

Contendo todas as informações necessárias conforme mostra a tabela inserida logo abaixo:

Bloco	Nome do bloco	Requerimento	Conteúdo	Altura	Largura	Ponto do texto
A	Vindo de	Obrigatório	Nome e endereço completo do vendedor	1"	1.25"	8 a 10
B	Enviar para	Obrigatório	Nome e endereço completo do DC	1"	2.75"	12 a 14
C	Dados do parceiro comercial	Obrigatório	Código do evento P.O, SKU, descrição, pacote interno quantidade, quantidade da embalagem da caixa, contagem de embalagens para o P.O#, numeração sequencial de caixas exigida apenas para remessas de pacotes	2"	4"	8 a 12
D	Código de destino final	Opcional	Código de barras para DC#	1"	1.5"	n/a

E	Texto de destino final	Obrigatório	DC#	1"	1.5"	36 a 72
F	Código de contêiner de envio de série	Opcional	Código de contêiner de envio de série	2"	4"	n/a
Características gerais do rótulo						
Dimensões recomendadas				4" x 6"		

Tabela 06: Especificação Etiqueta com código de barras para exportação (adaptado)

Fonte: Normas do IBCA para identificação de Produto, Etiquetas e Remessas (2013)

Após todas as normas de empacotamento e rotulagem estar dentro das exigências, as nozes podem começar a ser enviadas à destinos dentro da União Europeia, sendo o exportador responsável pela escolha dos canais de distribuição utilizados.

Segundo Las Casas (2021 p.532) “um canal de distribuição é o conjunto de empresas e indivíduos que quando interligados garantem que uma mercadoria chegará ao consumidor final”, em outras palavras o canal é responsável por fazer a ponte entre as empresas e consumidores. Para a empresa que exporta, ter um bom canal de distribuição é essencial, pois além de disponibilizar os produtos conforme a demanda, elas tendem a chegar de forma mais rápida, segura e em menor tempo ao consumidor final.

De acordo com Churchil e Peter (2000) “os canais podem assumir uma classificação com canais diretos, os quais não utilizam intermediários ou canais indiretos, que utilizam um ou mais intermediários para o processo de distribuição”. Para determinar um canal de distribuição que melhor o atenda, a organização precisa levar em consideração fatores como Investimento logístico, capacitação de atendimento ao cliente e o relacionamento com lojistas.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para medir as forças, fraquezas, ameaças e as oportunidades da inserção no mercado internacional, a tabela abaixo exhibe a ferramenta de análise SWOT apresentando questões para o estudo da viabilidade de exportação.

ANÁLISE SWOT		
AMBIENTE INTERNO	FORÇAS Produto com qualidade compatível com o mercado internacional	OPORTUNIDADES Entrada do Market Share internacional
	FRAQUEZAS Desconhecimento da marca no mercado internacional.	AMEAÇAS Instabilidade cambial e elevação nos custos no transporte marítimo.
		AMBIENTE EXTERNO

Tabela 07: Análise SWOT

Fonte: Autoria própria

Na análise pode-se observar que a exportação expõe um grande benefício que é a entrada no Market Share internacional, trazendo mais credibilidade e retornando uma maior rentabilidade financeira para empresa. Como todas as coisas tem seu lado negativo, nota-se que para exportar a empresa pode ter dificuldades como o transporte e a quantidade de produto exigida pelo mercado.

Além dos dados acima, temos de considerar o quanto é possível ser exportado, para tanto seria necessário o aluguel de um container próprio para uma viagem intercontinental. Segundo o FAZCOMEX, o container próprio para tal serviço seria “Graneleiro Dry”, disponível somente o tamanho 20 PÉS, com suas medidas internas sendo 5.838m C x 2.366m L x 2.374m A, com isso temos a capacidade cúbica 37.5m e capacidade máxima de 30.480kg.

Já a maior caixa disponível pela empresa tem as dimensões 0.143m C x 0.366m L x 0.174m A e comportam 4 pacotes de 2,5Kg cada, sendo a capacidade total 10Kg.

Realizando um rápido cálculo de volume, temos que é possível enviar no máximo 9.350Kg por Container.

Analisando os custos operacionais e verificando os preços praticados no mercado português, nota-se que para exportar a empresa irá arcar com os seguintes custos, como demonstra a tabela a seguir.

O custo de comissão mais produto Ex fábrica é aproximadamente EUR 129.343,00. Os valores apresentados estão aproximados para efeito de cálculo. Margem de aproximação de até 5%.

VALOR DO EURO PARA EFEITO DO CÁLCULO	R\$ 6,39
QUANTIDADE EXPORTADA EM KGS	10.000
PRODUTO + COMISSÃO (EX FÁBRICA)	€ 129.343,00
FRETE DO LOCAL DE PROCESSAMENTO PARA SANTOS	€ 547,00
CONTAINER	€ 6.635,00
A.V + ISS (de acordo c/ produto)	€ 1.565,00
PORTO	€ 782,00
DEMURRAGE	€ 800,00
VALOR (FOB)	€ 140.000,00
VALOR DO KG EM EURO	€ 14,00
VALOR DE 0,125 KG EM EURO	€ 1,75

Tabela 08: Custos de Exportação

Fonte: Autoria própria 13/10/2021

Já para o importador, há custos extras que incidem antes do custo final da mercadoria. Pois não há somente o valor da compra, mas também, os encargos aduaneiros como apresentados na tabela abaixo.

FRETE MARÍTIMO	€ 1.659,00
SEGURO	€ 3.059,00
DESPESAS PORTUÁRIAS	€ 6.500,00*
FRETE INTERNO	€ 547,00

IMPOSTO DE IMPORTAÇÃO	€ 17.000,00
DESPESAS COMERCIAIS	€ 84.382,00
CUSTO TOTAL	€ 253.147,00
CUSTO DO KG	€ 25,32
CUSTO DE 0,125 KG	€ 3,16

Tabela 08: Despesas e preço final do Distribuidor

Fonte: Autoria própria 04/11/2021

Com estes dados é possível notar que para exportar o produto do Brasil para Portugal a empresa Casa da Macadâmia irá possuir altos custos. de Real para Euro, valores obtidos na data de 13/10/2021, se faz possível a identificação do custo mínimo de venda, sendo assim, temos que a prática de comercialização de 10.000Kg de Macadâmias se dá por, no mínimo, \$EUR 140.000,00. Porém, conforme a Figura 3 que será mostrada ao decorrer do trabalho, nota-se que no mercado a comercialização das macadâmias são em pacotes de 125g, com isso em um quilo do produto temos 8 embalagens, portanto:

$$10.000 * 8 \cong 80.000 \text{ pacotes}$$

Ao dividir o preço total dos 10.000Kg em 80.000 pacotes, temos:

$$\frac{€ 253.147,00}{80000} \cong 3,1643 \text{ Euros/Pacote}$$

Com isso, pode-se dizer que a empresa terá um custo de aproximadamente € 3,16 euros a cada 125g.

Com estes dados em mãos se torna possível comparar o preço de venda encontrado e o preço de venda já ofertado no comércio português. De acordo com uma pesquisa realizada em Portugal os preços de uma porção de 125gr de macadâmia podem chegar até \$EUR 4,00, em um dos comércios locais da cidade de Ericeira, a embalagem está sendo comercializada por \$EUR 3,49, já no site da rede de

supermercados Continente, uma das maiores do País, o pacote de macadâmia está a um preço de \$EUR 3,99, conforme mostra as imagens abaixo:



Macadâmia ao Natural

Continente

emb. 125gr

€3,99/un

€31,92/kg

Figura 09: Preço da Macadâmia comercializada em Portugal

Fonte: Roberta Pêgas.

Figura 10: Preço da Macadâmia comercializada em Portugal

Fonte: Rede de Supermercados Continente

Tendo o preço do produto em mente e o cálculo do pacote exportado pela empresa, podemos então realizar uma análise mais direta de mercado utilizando as 5 Forças de Porter. Tal análise será feita de maneira não convencional, pois esta é feita normalmente por aqueles que já estão inseridos no mercado. Como a proposta de exportação do produto processado está sendo cogitada pela primeira vez na empresa, não se sabe ao certo como o produto irá se comportar no mercado português. A figura 10 apresenta as cinco forças de Porter e mais abaixo segue a análise obtida por meio desta ferramenta.

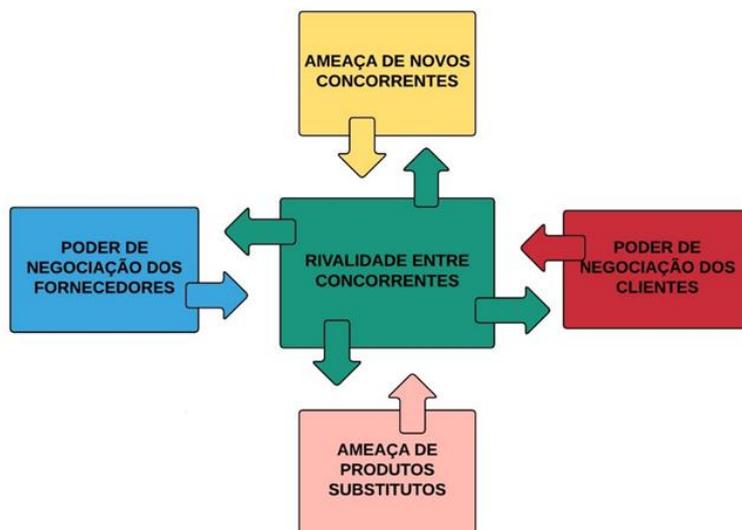


Figura 11: As 5 Forças de Porter

Fonte: <https://monreloempreendedorismo.com/5-forcas-de-porter/>

- Ameaças de novos concorrentes - A empresa exportadora é o novo entrante na concorrência do mercado português. O custo encontrado no cálculo acima evidencia potencial ameaça, por conta do baixo valor encontrado. Sendo o posteriormente necessário que o distribuidor final considere os próprios custos de embalagem e distribuição local.
- Poder de negociação dos clientes - Devido à natureza do volume e padronização necessária dos produtos exportados pela empresa, o poder de compra dos clientes se torna elevado, pois num primeiro momento a marca não é reconhecida no mercado internacional, ou seja, é uma nova entrante. Além disso a qualidade do produto é padronizada por regulamentação, portanto o que era força no mercado interno não é relevante no poder de negociação no exterior.
- Rivalidade entre os concorrentes – A indústria alimentícia é altamente estável e, por conta das normas de padronização, torna-se difícil se diferenciar dos

concorrentes já estabelecidos. Além disso, o produto é vulnerável a alíquotas impostas pelo governo alvo. Sendo assim, quaisquer concorrentes que apresentam maior facilidade de acesso ao cliente possuem vantagem perante a empresa exportadora.

- Poder de negociação dos fornecedores – A regulamentação e alto controle de qualidade para a exportação, o fornecimento das embalagens se torna necessário para que a Macadâmia tenha sucesso a alcançar seu destino. Sendo este aspecto de extrema importância pois, não tendo embalagens de qualidade necessária, a venda e o transporte não podem ser concluídos.
- Ameaça de produtos substitutos - O produto fornecido pela empresa irá entrar como substituto de outras oleaginosas, como nozes, e leguminosas, como amendoim já estabelecidas no mercado português e também atuará como substituto de chips e snacks em geral.

E por fim, como previamente mencionado, esta inserção exige também um preparo necessário da empresa para se adaptar nas exigências do mercado. Algumas dessas adequações seriam, segundo Ruiz (2006), necessidade de atualização tecnológica, adequação a normas e certificações, embalagem e transporte, burocracia e legislação e nível de entendimento do mercado externo, necessários colocar em prática.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através dos dados apresentados neste trabalho, pode-se destacar que a empresa Casa da Macadâmia possui uma grande oportunidade de aumentar o seu Market Share internacional exportando para Portugal. Mas, primeiramente, é claro, a empresa teria que se enquadrar as normas e as exigências do mercado português, como: rótulos, etiquetas, embalagens, certificações, entre outras imposições. Após isso,

é necessário identificar qual seria a melhor forma de exportar, optando por ser direta ou indireta.

No entanto, a mesma pode contar com uma fraqueza inicial pelo desconhecimento da marca no mercado e também pelo enfrentamento da crise portuária em todo o mundo. Segundo o levantamento de custos, a exportação para o mercado português no momento se torna viável, pois o preço final do produto se tornará inferior em comparação com os preços praticados nos mercados de Portugal.

Porém, apesar do custo ser vantajoso quando contrastado ao praticado no país alvo, a crise portuária presente nos portos brasileiros é um ponto extremamente negativo por conta do adicional de custo através da contínua incidência do demurrage. Também há o presente cenário político, este apresenta grande instabilidade e, considerando que o governo Chinês, um dos maiores parceiros econômicos brasileiros, vetou temporariamente a importação de carnes por diversos motivos, não é possível prever quais outros países tomariam medidas similares.

Tal barramento têm peso quando a discussão é exportação. Um barramento unilateral de tamanha escala gera grande engarrafamento portuário, devido ao excesso de navios cargueiros que passaram a não ter uma rota ativa. Isso ocasiona, no fim, a aplicação de um maior demurrage, aluguel de container, despesas portuárias, seguro e outros possíveis encargos devido à estadia mais duradoura no porto.

Certamente, a empresa teria que aguardar a crise portuária em todo o mundo acabar, para que os preços dos fretes, containers e até mesmo os transportes terrestre reduzam consideravelmente, viabilizando assim o processo de exportação para o mercado português. No quesito containers, também poderiam tentar mudar o design das caixas e embalagens internas destinadas à exportação, pois há sobra de espaço interno dos containers. Isso permitiria diluir o efeito dos custos fixos no custo final, aumentando somente o Ex Fábrica, seguro, imposto de importação e as despesas do distribuidor, estes sendo diretamente relacionados à quantidade exportada.

Além disso, para obter certa segurança em relação a este tipo de comercialização e, para um estudo mais profundo, a empresa poderia contar também com os serviços de uma empresa como Atlantic Hub, uma empresa global com sede

em Lisboa. A Atlantic Hub, com a tradição e conhecimento agregado ao longo dos últimos anos levando empresas para Portugal, passa a oferecer às empresas e aos exportadores brasileiros o Atlantic MarketFit Export, serviço de consultoria para análise do mercado português com vista na exportação de produtos e serviços brasileiros. Desta forma, a empresa teria a confirmação final para exportar ou não o seu produto.

REFERÊNCIAS

Luzzi, LCA **Administração de Marketing, 2ª edição**. São Paulo: Grupo GEN, 2019. 9788597020151. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597020151/>. Acesso em: 11 de agosto de 2021 às 11:04

RODRIGUES, A.F. Como elaborar referência bibliográfica. 7. ed. São Paulo: Humanitas, 2008. 99 p.

SILVA, E. L., MENEZES, E. M. (2000) Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000, 21p.

Souza, A.M. D. ELABORAÇÃO DE PROJETO, TCC, DISSERTAÇÃO E TESE: Uma Abordagem Simples, Prática e Objetiva. São Paulo: Grupo GEN, 2014. 9788597025927. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597025927/>. Acesso em: 10 de setembro de 2021

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. 16.ed. São Paulo: Atlas, 2016

WERNECK, Paulo; Comércio Exterior & Despacho Aduaneiro. 5ª Edição. Pg 22; 2011.

<https://www.atlantichub.com/quem-somos/> Acesso em: 11 de setembro de 2021 às 13:34

<https://www.ceicdata.com/pt/indicador/portugal/gdp-per-capita#:~:text=Os%20dados%20de%20Pib%20Per,em%2022%2C406.250%20USD%20em%202020>. Acesso em: 11 de setembro de 2021 às 10:47

<https://clubedotrade.com.br/blog/canais-de-distribuicao/amp/>. Acesso em: 11 de agosto de 2021 às 10:47

<https://documentos.luz.vc/wp-content/uploads/edd/2018/09/matriz-analisa-porter.png>
Acesso em: 10 de outubro de 2021 às 20:22

<https://esagjr.com.br/blog/estudo-de-viabilidade-qual-sua-importancia/> Acesso em: 31 de agosto de 2021 às 16:40

<https://www.fazcomex.com.br/blog/conheca-os-tipos-de-container/> Acesso em: 11 de outubro de 2021 às 17:20

<https://www.fazcomex.com.br/blog/exportacoes-para-portugal/> Acesso em: 30 de agosto de 2021 às 15:36

<https://www.ibcaweb.org/guidelines/pils.htm> Acesso em: 15 de setembro de 2021 às 23:32

<https://www.infoescola.com/demografia/populacao-de-portugal/> Acesso em: 01 de setembro 2021 às 15:05.

<https://www.logisticadescomplicada.com/a-distribuicao-como-diferencial-do-operador-logistico/> (Segundo Kotler (1999, p. 271) Acesso em: 30 de agosto de 2021 às 14:25

<https://monreloempreendedorismo.com/5-forcas-de-porter/> Acesso em 14 de outubro de 2021 às 17:00

<https://receita.economia.gov.br/orientacao/aduaneira/importacao-e-exportacao/despacho-aduaneiro-de-exportacao> Acesso em: 30 de agosto de 2021 às 13:55

<https://rockcontent.com/br/blog/canais-de-distribuicao/>. Acesso em: 11 de agosto de 2021 às 10:47

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

TRABALHO DE CONCLUSÃO
DE CURSO II

<https://rockcontent.com/br/blog/5-forcas-de-porter/>. Acesso em 14 de outubro de 2021
às 17:19

https://unece.org/fileadmin/DAM/trade/agr/standard/dry/dry_e/DDP23_MacadamiaKernels_2011_e.pdf Acesso em: 15 de setembro 2021 às 23:03