

**EMPRESAS****FlyKube já levou a viajar mais de 2000 portugueses**

Quase um ano depois de ter aterrado em Portugal, em março de 2019, a FlyKube, agência de viagens surpresa, já levou mais de 2000 portugueses a aventurarem-se numa viagem cujo destino é uma incógnita. Seja a partir de Lisboa, Porto ou Faro, os viajantes partiram para destinos como Milão, Marselha, Berlim ou Budapeste.

**Lisbon Coffee Fest regressa ao LX Factory**

Nos dias 20, 21 e 22 de março de 2020, a 2ª Edição do Lisbon Coffee Fest – evento que celebra o amor dos portugueses pelo café – regressa ao LX Factory. O Lisbon Coffee Fest surgiu com a ideia de promover a cultura do café e de reunir tanto os que gostam e trabalham com café como também todos aqueles que querem aprender mais sobre este tema.

**ESTUDO SAP AVALIA SETOR DO RETALHO****Apoio ao cliente de excelência é o desafio das empresas**

“Os retalhistas devem perceber a necessidade de oferecer experiências personalizadas ao momento, que atendam às expectativas criadas”, afirma Lori Mitchell-Keller, co-presidente da SAP Industries.

Com os olhos postos nas ofertas e nas promoções, a larga maioria dos consumidores (85%) considera o apoio ao cliente de excelência como o aspeto mais importante no processo de compra. Esta é a conclusão do “SAP Fashion Index”, elaborado com base numa pesquisa desenvolvida pela Qualtrics, pioneira mundial no software de Gestão da Experiência (XM – Experience Management), adquirida no ano passado pela SAP SE (NYSE: SAP).

O “SAP Fashion Index” questionou cinco mil consumidores relativamente às suas perceções

marcas não conseguem ser consistentes a esse nível e tal evidencia-se nas significativas lacunas entre aquilo que são as expectativas dos consumidores e o que são efetivamente as suas experiências.

**Clientes esperam ser surpreendidos pelas marcas**

Por exemplo, 75% dos consumidores têm grandes expectativas em relação às experiências que decorrem das suas compras digitais, porém, só 63% creem que as marcas têm um desempenho dentro dos parâmetros exigidos; 73% dos consumidores esperam que as marcas excedam as expectativas no ato da entrega e do “pick-up”, no entanto, somente 59% consideram que as marcas cumprem o efetivamente esperado; 57% dos consumidores aguardam a oferta de programas de recompensa e fidelização como parte da experiência global, mas apenas 47% das marcas vão ao encontro dessas expectativas.

“Compreender qual a experiência ideal de compra do consumidor individual oferece às marcas uma vantagem naquele que é o cenário atual do setor do retalho”, explica Lori Mitchell-Keller, co-presidente da SAP Industries. “Como referido pelos entrevistados, um apoio ao cliente de excelência é a sua grande exigência. Os retalhistas devem perceber essa necessidade e, com isso, oferecer experiências personalizadas ao momento, que atendam às expectativas criadas”.

Os resultados desta pesquisa foram apresentados na NRF 2020: Retail’s Big Show, realizado em Nova Iorque, entre 12 e 14 de janeiro.

**Agir em momentos críticos pode ser a chave para fidelizar uma base de clientes**

sobre marcas de moda, bem como sobre o seu comportamento ao longo da experiência de compra.

Outra conclusão relevante desta pesquisa aponta que 81% dos consumidores consultados esperam que as marcas superem as expectativas no que concerne a ofertas e promoções. Assim, e para atenderem a estas exigências, é fundamental que as marcas analisem os dados dos clientes e, como consequência, criem uma estratégia equilibrada para experiências de conteúdo personalizado e que deve ser orientada pelos canais com maior impacto junto de cada consumidor.

Agir em momentos críticos pode ser a chave para fidelizar uma base de clientes. Muitas



**JOSÉ ROMA DE ANDRADE**  
Despachante Oficial/  
Representante Aduaneiro

**O valor do Despachante Oficial/ Representante Aduaneiro no seu negócio**

**A**pós a adesão de Portugal ao Mercado Comum que hoje constitui a União Europeia dos 28 e que a partir de fevereiro p.f. passam a 27 com a saída do Reino Unido, deixou de ser necessária a intervenção do Despachante Oficial para executar os procedimentos alfandegários, uma vez que deixou de haver fronteira no espaço europeu. Esta situação conduziu um pouco ao esquecimento da importância da função do Despachante Oficial em virtude da maior parte do comércio internacional de Portugal ser com os países europeus. Assim, antes de 1993, quando se queria importar e exportar, por exemplo para a Alemanha ou Espanha, tinha que se recorrer a um Despachante Oficial porque havia fronteiras. A partir dessa data, as mercadorias dentro da União Europeia, passaram a circular livremente e a ser expedidas sem a intervenção da figura do despachante oficial nessa transação. Por outro lado, temos vindo a assistir a um crescimento do mercado mundial que se iniciou nos então chamados países emergentes, como a China e Índia, entre outros, transformando-se rápida e progressivamente num mercado designado como global, após as alterações resultantes da criação da Organização Mundial do Comércio (OMC) com o objetivo de supervisionar e liberalizar o comércio internacional, em substituição GATT – Acordo Geral de Tarifas e Comércio. Está assim criado o cenário para que o Despachante Oficial exerça a sua função para o desalfandegamento de mercadorias de países terceiros, extracomunitários, vendo sua função novamente valorizada, pois, com base neste crescimento mundial e na necessidade de Portugal alargar os seus horizontes comerciais, ambas as situações conduziram a um aumento das transações internacionais em termos de exportações e importações.

Neste enquadramento, sempre que existem fronteiras, tem que haver um Despachante Oficial/ Representante Aduaneiro. A designação Representante Aduaneiro surge ao abrigo do CAU – Código Aduaneiro da União, pelo que em toda a Europa o “tradicional” Despachante Oficial tem agora a designação de Representante Aduaneiro. Assim, todas as mercadorias importadas estão sujeitas a despacho alfandegário e o seu desalfandegamento requer um Despachante Oficial e Representante Aduaneiro, bem como todas as mercadorias de venda que vão para fora de Portugal são sujeitas a despacho de exportação na Alfândega para que se faça a prova da sua exportação e consequentemente a isenção do IVA.

O Despachante Oficial / Representante Aduaneiro é o representante do dono da mercadoria perante a Alfândega. A primeira pessoa que pode despachar na Alfândega é sempre o dono da mercadoria, que poderá recorrer aos serviços do Despachante Oficial/ Representante Aduaneiro ou porque não tem tempo para tratar dos trâmites alfandegários ou porque não tem o conhecimento nem as competências técnicas necessárias e suficientes para o fazer. Assim, surge a segunda pessoa perante a Alfândega: o Representante Aduaneiro é a entidade que pode representar o operador económico na Alfândega.

A maioria das pessoas não sabe o que é um despachante oficial. Muitas dessas pessoas, particulares ou responsáveis de pequenas empresas, fazem compras online, por vezes pensando que estão a fazer compras dentro do espaço

europeu, quando muitas vezes vêm de um país fora do espaço europeu. A partir daí, podem ter a “sorte” de a mercadoria não ter qualquer problema e ser de fácil desalfandegamento ou situações em que as mercadorias obrigam a ter documentação especial para o desalfandegamento e se o comprador não tiver essa documentação a mercadoria é devolvida ou destruída. Casos há ainda em que o comprador fica à espera do envio dessa documentação e está a pagar a armazenagem.

Outras situações são as mercadorias que vêm de terceiros países, em que os importadores são empresas e não contactam um Despachante Oficial/ Representante Aduaneiro para saber quais são as taxas a pagar na alfândega, a documentação necessária, etc., e quando as mercadorias chegam aqui ficam muito surpresos porque julgavam já ter pago todas as despesas com a aquisição da mercadoria. Há pessoas que compram determinada mercadoria na China e transportam até à fábrica em Portugal, ignorando que essa mercadoria, quando chega à fronteira, tem uma série de procedimentos até chegar ao local do destino, neste caso a fábrica. As empresas que começam agora a fazer importação ainda cometem estes erros, pelo que aconselhamos sempre o contacto prévio com um despachante antes de importarem a mercadoria. Neste contexto, deixamos igualmente o alerta a todos os particulares que recorrem às compras online face ao enorme desenvolvimento do E-commerce a nível global. A este tema regressaremos oportunamente.

