**Inquérito sobre a situação do mercado e os volumes EMS em** **2020**

Queira preencher o questionário e devolvê-lo à Secretaria Internacional da UPU o mais rapidamente possível, **mas o mais tardar** **até 31 de março de 2021,** pelo correio, por fax ou por correio eletrônico para o seguinte endereço:

Unité EMS

Bureau international de l’UPU

Weltpoststrasse 4

3015 BERNE

SUISSE

Fax: (+41 31) 351 52 00

Endereço eletrônico: ems.unit@upu.int

Resposta do operador designado de

**I. Dados da pessoa a contatar**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nome completo | | Sra.  Sr. |
| Função/título | | |
| País | | |
| Telefone | Fax | |
| Endereço eletrônico | Data | |

Uma análise da situação é um exame da situação atual de suas atividades. As respostas devem ser claras e realistas a respeito do produto e do mercado EMS, bem como das oportunidades e dos obstáculos conhecidos, para que possamos traçar uma via clara a seguir para passar da situação atual à situação procurada. Para desenhar um quadro da situação, é necessário reunir informações sobre seu produto e o mercado onde o comercializa, incluindo seu tamanho, a concorrência e os clientes.

**II. Produto EMS internacional**

1. Quantos objetos EMS internacionais foram:

– Expedidos por sua organização em 2020? objetos

– Recebidos por sua organização em 2020? objetos

2. A porcentagem de objetos EMS expedidos por sua organização está repartida da seguinte forma:

– Documentos: %

– Mercadorias: %

**Total 100%**

2.1 A porcentagem de mercadorias EMS expedidas por sua organização está repartida da seguinte forma:

– 0 a 3 quilogramas: %

– 4 a 10 quilogramas: %

– Mais de 10 quilogramas: %

**Total: 100%**

2.2 Que porcentagem das suas mercadorias expedidas por EMS está sujeita a uma estimativa dos direitos e taxas para ser desalfandegada no seu destino?

%

3. Qual fatia de seu mercado representa atualmente o produto EMS internacional?

0–5%

5–10%

10–20%

20–30%

30–40%

40–50%

50–60%

60–70%

70–80%

80–90%

90–100%

4. Divida 100 pontos entre as características a seguir para indicar o nível de importância dado à sua proposta de valor para o produto EMS internacional em seu mercado (a soma dos pontos indicados na coluna pontos deve representar 100).

*Por exemplo: zero ponto se a característica não se aplica ou não é importante para sua proposta de valor para o produto EMS internacional; 100 pontos se uma única característica se aplica; 10 pontos por característica se elas têm a mesma importância, 50/30/20 pontos, etc.*

|  |  |
| --- | --- |
| *Característica* | *Pontos* |
| Velocidade |  |
| Serviço de distribuição ao domicílio |  |
| Acessibilidade financeira |  |
| Fiabilidade/rapidez |  |
| Entrega garantida |  |
| Segurança/proteção/seguro |  |
| Rastreamento/prova de entrega |  |
| Cobertura geográfica |  |
| Comodidade |  |
| Serviço de coleta |  |
| Serviço de devolução |  |
| **Total** | **100** |

5. Qual é o desempenho do produto EMS internacional em relação aos outros produtos internacionais disponíveis em seu mercado para as seguintes características?

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *Não aplicável* | *Bem pior do que os outros* | *Pior do que os outros* | *Como os outros* | *Melhor do que os outros* | *Bem melhordo que outros* |
| Rapidez |  |  |  |  |  |  |
| Serviço de distribuição ao domicílio |  |  |  |  |  |  |
| Acessibilidade financeira |  |  |  |  |  |  |
| Fiabilidade/rapidez |  |  |  |  |  |  |
| Entrega garantida |  |  |  |  |  |  |
| Segurança/proteção/seguro |  |  |  |  |  |  |
| Rastreamento/prova de entrega |  |  |  |  |  |  |
| Cobertura geográfica |  |  |  |  |  |  |
| Comodidade |  |  |  |  |  |  |
| Serviço de coleta |  |  |  |  |  |  |
| Serviço de devolução |  |  |  |  |  |  |

6. Se houvessem melhorias às características abaixo para o produto EMS inter­nacional de sua organização, a que ponto contribuiriam para desenvolver sua capacidade de vender este produto?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *Nada* | *Muito pouco* | *Em certa medida* | *Muito provavelmente* |
| Rastreamento/prova de entrega |  |  |  |  |
| Possibilidade de pagar antecipadamente os direitos de alfândega |  |  |  |  |
| Processo de liberação/documentação |  |  |  |  |
| Distribuição mais rápida |  |  |  |  |
| Perdas/danos/seguro |  |  |  |  |
| Métodos de pagamento do remetente/do destinatário para o produto EMS |  |  |  |  |
| Capacidade de escolher as opções de distribuição |  |  |  |  |
| Ferramenta de gestão da distribuição dos pacotes |  |  |  |  |
| Opções do serviço de coleta |  |  |  |  |
| Descontos sobre os preços dos produtos/as despesas de transporte |  |  |  |  |
| Cobertura geográfica |  |  |  |  |
| Entrega garantida |  |  |  |  |
| Serviço de devolução |  |  |  |  |
| Notificação de entrega automatizada para o remetente/o destinatário | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Calculador de prazo de trânsito (distribuição num dia específico) | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Dispositivo de cálculo do custo do produto integralmente desembarcado | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Outros (queira especificar):

|  |
| --- |
|  |

**III. Tarifação**

7. Qual é o preço de venda, em sua moeda local, de seu produto EMS internacional, para os destinos a seguir e o peso indicado?

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *País* | *2 kg* | *5 kg* | *30 kg*  *(ou máximo se <30 kg)* |
| América (Estados Unidos) |  |  |  |
| Arábia Saudita |  |  |  |
| Austrália |  |  |  |
| Brasil |  |  |  |
| China (Rep. Pop.) |  |  |  |
| Jamaica |  |  |  |
| Nigéria |  |  |  |
| Reino Unido |  |  |  |
| Rússia (Federação da) |  |  |  |

7.1 Queira indicar sua moeda local:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

8 Aplica tarifas diferentes para o produto EMS internacional em função do tipo de cliente (empresas, particulares, correio em quantidade)?

❑ Sim ❑ Não

(Caso tenha respondido «sim», responda às perguntas 8.1 a 8.3 abaixo.)

8.1 Indique o tipo de produtos utilizados para determinar os descontos concedidos aos clientes para as exportações EMS:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ❑ | Apenas o produto EMS internacional | ❑ | Todos os produtos internacionais agrupados | ❑ | Os produtos nacionais  e internacionais agrupados |

8.2 Indique a base utilizada para determinar os descontos concedidos aos clientes para as exportações EMS:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ❑ | Volume | ❑ | Peso | ❑ | Receita |

(Se a base for a receita, indique o mínimo exigido para a pergunta 8.3 na sua **moeda local**.)

8.3 Indique o **montante mínimo** e o **prazo** utilizados para determinar os descontos concedidos aos clientes para as exportações EMS:

| *Montante mínimo* | *Anual* | *Mensal* | *Semanal* | *Por expedição* |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

9 Queira indicar a porcentagem de clientes que compram o produto EMS internacional:

Clientes privados: %

Clientes sob contrato: %

**Total: 100%**

**IV. Trocas regionais**

10. Qual porcentagem de seus objetos EMS internacionais de saída e de chegada é expedida para/desde as regiões abaixo?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Região* | *Objetos EMS de saída* | *Objetos EMS de chegada* |
| África | % | % |
| Países árabes | % | % |
| Ásia/Pacífico | % | % |
| Caribe | % | % |
| Europa | % | % |
| América Latina | % | % |
| América do Norte | % | % |
| **Total** | **100%** | **100%** |

11. Quais são os dois destinos principais do seu volume de exportações EMS **na sua região**?

Primeiro destino principal: % do volume de exportações EMS

Segundo destino principal: % do volume de exportações EMS

11.1 Quais são os dois destinos principais do seu volume de exportações EMS **fora da sua região**?

Primeiro destino principal: % do volume de exportações EMS

Segundo destino principal: % do volume de exportações EMS

12. Relativamente ao volume de exportações EMS com destino às regiões abaixo, como avaliaria o nível de cooperação com os Correios de destino na maioria dos países (por ex. prontos a ajudar a resolver um problema, proativos, responsáveis, etc.)?

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *Não aplicável* | *Péssimo* | *Ruim* | *Neutro* | *Bom* | *Muito bom* |
| África |  |  |  |  |  |  |
| Países árabes |  |  |  |  |  |  |
| Ásia/Pacífico |  |  |  |  |  |  |
| Caribe |  |  |  |  |  |  |
| Europa |  |  |  |  |  |  |
| América Latina |  |  |  |  |  |  |
| América do Norte |  |  |  |  |  |  |

13. Relativamente ao volume de exportações EMS com destino às regiões abaixo, como avaliaria o desempenho geral dos Correios de destino na maioria dos países (por ex. fiabilidade, distribuição, reembolso na recepção do objeto, opções de entrega, etc.)?

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *Não aplicável* | *Péssimo* | *Ruim* | *Neutro* | *Bom* | *Muito bom* |
| África |  |  |  |  |  |  |
| Países árabes |  |  |  |  |  |  |
| Ásia/Pacífico |  |  |  |  |  |  |
| Caribe |  |  |  |  |  |  |
| Europa |  |  |  |  |  |  |
| América Latina |  |  |  |  |  |  |
| América do Norte |  |  |  |  |  |  |

**V. Clientes**

14. Qual porcentagem de seu volume de exportações EMS é expedida pelos seguintes grupos de clientes?

B2B[[1]](#footnote-2) %

B2C %

C2B %

C2C %

**Total 100%**

**VI. Parcerias**

15. Sua organização estabeleceu uma parceria com uma empresa de entregas rápidas comerciais para os serviços internacionais?

Sim

Não

(Se respondeu afirmativamente, queira responder à pergunta 19.)

16. Esta parceria implica um ou vários dos serviços a seguir?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | *Sim* | *Não* |
| Serviços dos pacotes |  |  |
| Frete |  |  |
| Liberação alfandegária |  |  |
| Responsabilidade ampliada |  |  |
| Transporte |  |  |
| Distribuição no último quilômetro |  |  |
| Entrega garantida |  |  |

Outros (queira especificar):

|  |
| --- |
|  |

**VII. Comércio eletrónico**

17. Indique se um dos mercados *online* abaixo vende produtos do seu país **e** se os envia a clientes internacionais:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ❑ | Alibaba Group | ❑ | Crazydeals | ❑ | Jumia | ❑ | Noon | ❑ | Tatacliq |
| ❑ | Amazon | ❑ | daylily | ❑ | Kaymu | ❑ | Okazii | ❑ | trademe |
| ❑ | Americanas | ❑ | eBay | ❑ | Konga | ❑ | Otto | ❑ | Walmart |
| ❑ | Allegro | ❑ | Fyndiq | ❑ | Lazada | ❑ | Rakutan | ❑ | Zalando |
| ❑ | bidorbuy | ❑ | Gmarket | ❑ | Linio | ❑ | snapdeal | ❑ | Zozotown |
| ❑ | CaribShopper | ❑ | JadoPado | ❑ | Mercado Livre | ❑ | Sopee |  |  |
| ❑ | Cdiscount | ❑ | JD.com | ❑ | Mydeal | ❑ | Takealot |  |  |

Enumere todos os outros mercados *online* que enviam produtos para o estrangeiro a partir do seu mercado:

|  |
| --- |
|  |

18. Indique se os seus Correios mantêm uma relação comercial com um dos mercados *online* abaixo para utilizar o EMS internacional:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ❑ | Alibaba Group | ❑ | Crazydeals | ❑ | Jumia | ❑ | Noon | ❑ | Tatacliq |
| ❑ | Amazon | ❑ | daylily | ❑ | Kaymu | ❑ | Okazii | ❑ | trademe |
| ❑ | Americanas | ❑ | eBay | ❑ | Konga | ❑ | Otto | ❑ | Walmart |
| ❑ | Allegro | ❑ | Fyndiq | ❑ | Lazada | ❑ | Rakutan | ❑ | Zalando |
| ❑ | bidorbuy | ❑ | Gmarket | ❑ | Linio | ❑ | snapdeal | ❑ | Zozotown |
| ❑ | CaribShopper | ❑ | JadoPado | ❑ | Mercado Livre | ❑ | Sopee |  |  |
| ❑ | Cdiscount | ❑ | JD.com | ❑ | Mydeal | ❑ | Takealot |  |  |

Enumere todos os outros mercados *online* que utilizam o EMS internacional:

|  |
| --- |
|  |

19. Indique que tipos de transportadoras são as **principais** concorrentes no seu mercado EMS internacional:

❑ Transportadoras integradas diretas (p. ex. Blue Dart, DHL, DPD, FedEx, SF Express, Toll, UPS, etc.)

❑ Intermediários postais/fornecedores de consolidação (*Consignment*) (p. ex. 4PX, Asendia, Geopost, GPS, IMEX, Landmark Global, etc.)

❑ Transitários (p. ex. Apex, DB Schenker, FNS, Kuehne+Nagel, Nippon, Panalpina, Sinotrans, etc.)

❑ Estações de permuta extraterritoriais (isto é, operações postais internacionais no seu mercado)

❑ Outros (especifique):

|  |
| --- |
|  |

20. Indique se uma das **transportadoras específicas** abaixo é a principal concorrente do produto EMS internacional no seu mercado:

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ | DHL |
| ❑ | FedEx |
| ❑ | GLS |
| ❑ | UPS |

❑ Outras (especifique):

|  |
| --- |
|  |

21. Indique o tipo de métodos de venda utilizados para promover os produtos EMS junto dos vendedores *online*:

❑ Pessoal de vendas diretas (p. ex. gestão de contas específicas, etc.)

❑ Pessoal de vendas internas (p. ex. vendas gerais através de um centro de atendimento telefónico, etc.)

❑ Redes sociais (p. ex. Facebook, YouTube, etc.)

❑ *Site* postal

❑ *Direct Mail*, correio eletrónico ou qualquer outro material de marketing específico

❑ Media como a imprensa escrita, a televisão ou a rádio

❑ Nada

❑ Outros (especifique):

|  |
| --- |
|  |

22. Indique se os seus Correios desenvolveram uma das soluções tecnológicas logísticas abaixo para o produto EMS internacional ou se pretendem desenvolver uma destas soluções:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *Já possui* | *Em  desenvolvimento* | *Gostaria de propor mas não tem capacidade* | *Não está planeado/ previsto* |
| Dispositivo de cálculo do custo do produto integralmente desembarcado | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Documentos aduaneiros automatizados/ dados prévios/artigos proibidos | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Ligação de dados remetente-alfândega-destinatário | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Ferramenta de cálculo dos prazos de trânsito | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Ferramentas de integração do *Site* | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Verificação do endereço de destino | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Opções para o local de entrega | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Soluções móveis | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Rastreamento melhorado/visibilidade melhorada | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Gestão da distribuição | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Analítica dos dados | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| Solução de devolução de mercadorias | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

Agradecemos-lhe por ter respondido a este questionário.

1. B2B: empresa a empresa (inclusive governo e B2B2C); B2C: empresa a particular; C2B: particular a empresa; C2C particular a particular. [↑](#footnote-ref-2)