

FREZITE Group

**CAMINHOS DO EXPORTADOR
POR
ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO**

O Grupo Frezite integra um conjunto de empresas de Engenharia Industrial que actuam nas áreas de tecnologia de corte de materiais, energia e ambiente.

A empresa mãe, FREZITE - Ferramentas de Corte, SA, iniciou actividade em 1978, com o objectivo de produzir e comercializar ferramentas de alta tecnologia e precisão, com aplicação na transformação de madeiras, plásticos, materiais derivados e metais.

O grupo é gerido pela *holding* **FREZIGEST SGPS, SA.**



Apresentação

Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio

Presença
Internacional

Distinções

Promessa

Inovação

1978
◆
2015

Qualidade

Internacionalização

Apresentação

Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio

Presença
Internacional

Distinções

Promessa

1978
Criação da FREZITE
– Ferramentas
para Madeira, Lda

1995
Inauguração Novas
Instalações da Frezite

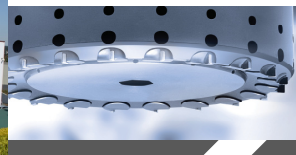


1996
Criação FREZITE
Brasil com sede
em S. Paulo

1997
Aquisição da empresa Vicente
Descalzo
(atual FREZITE Espanha)

1998
Aquisição empresa J. PRAT

2000
Transferência da Frezite Brasil
de S. Paulo para Santa
Catarina.



2005
Autonomização da divisão metal e criação da
marca FMT

2006
Aquisição da maioria do capital da
empresa MF Metal
Aquisição de parte do capital
da empresa Eurogrind - UK



2007
Criação da Frezite Metal Tooling,
SL - Espanha
Criação Frezite sro – República
Checa
Criação FMT GmbH - Alemanha
Aquisição empresa Sorby - UK

2008
Entrada no capital da
empresa Teratoimitus
- Finlândia

2009
Criação da FREZITE –
Equipamentos Energéticos
& Ambiente, Lda –
Portugal



2011
Criação da FMT Roménia

2012
Criação FMT Tooling Systems SP. Z o.o
– Polónia
Ampliação das instalações da divisão
Metal



2013
Criação da FMT México

2014
Criação da
FREZITE Polska sp.z o.o.

Aquisição da GOLD
Alemanha

CERTIFICAÇÃO

✓ Certificação da Qualidade: ISO 9001 (1993)

Padrões elevados de qualidade e confiança nos seus produtos.

✓ Certificação do Ambiente: ISO 14001 (1998)

A FREZITE orgulha-se de ser a primeira empresa do sector metalomecânico a obter esta certificação.

✓ Certificação da Inovação: NP4457 (2007)





Missão

“Ser uma organização reconhecida pela sua eficiência na criação e manutenção de valor.”

Visão

“Desenvolvimento tecnológico sustentável para melhoria da qualidade de vida das pessoas.”

Valores

“Integridade, Trabalho de Equipa e Inovação”.

Apresentação

Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio

Presença
Internacional

Distinções

Promessa

GRUPO FREZITE

**FERRAMENTAS
MADEIRA**

**FERRAMENTAS
METAL**

**SOLUÇÕES
PARA A
CONSTRUÇÃO**

**ENERGIA E
AMBIENTE**

**FORNECIMENTOS
INDUSTRIAIS**

**SISTEMAS DE
MEDIÇÃO**

FREZITE 

FMT
Tooling Systems

FREZITE 
SOLUÇÕES PARA A CONSTRUÇÃO

FREZITE 
ENERGIA E AMBIENTE

MFMETAL
net

ipm
Measuring Systems

Apresentação

Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio
*Ferramentas
Madeira*

Presença
Internacional

Distinções

Promessa

FREZITE 

Sectores / Mercados

- ✓ Serração
- ✓ Indústria do Painel
- ✓ Construção
- ✓ Mobiliário
- ✓ Materiais Compósitos



Apresentação

Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio
*Ferramentas
Madeira*

Presença
Internacional

Distinções

Promessa

FREZITE 

FAMILIA DE PRODUTOS MADEIRA

- ✓ Fresas porta-lâminas
- ✓ Brocas
- ✓ Ferramentas em diamante policristalino
- ✓ Serras circulares
- ✓ Sistemas de aperto
- ✓ Lâminas



Apresentação

Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio
*Ferramentas
Madeira*

Presença
Internacional

Distinções

Promessa

REFERÊNCIAS DO MERCADO



Apresentação

Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio
*Soluções para a
Construção*

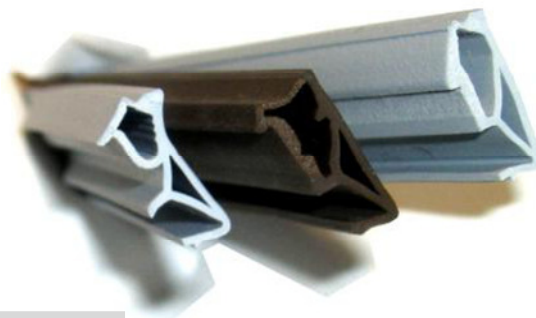
Presença
Internacional

Distinções

Promessa

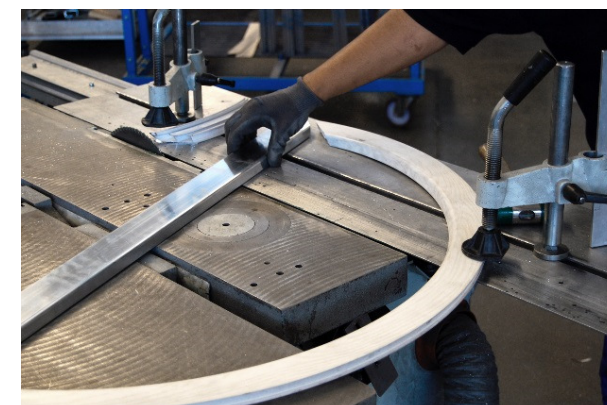
FREZITE 

SOLUÇÕES PARA A CONSTRUÇÃO



Sectores / Mercados

- ✓ Soluções para Janelas e Portas
- ✓ Sistema de Ferragem
- ✓ Sistema de Caixilharia



Apresentação

Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio
*Soluções para a
Construção*

Presença
Internacional

Distinções

Promessa

REFERÊNCIAS DO MERCADO

carpintaria
IRMÃOS ALVES

TUDENMAD
MADEIRA E DERIVADOS


GERCIMA
Janelas em Madeira

DAIREPVC
PORTAS / JANELAS

Cidade PVC
CENTRO NACIONAL DE FABRICAÇÃO DE CAIXILHARIA EM PVC

 **MCMURTA**
CARPINTARIAS

D&L
DAMÁSIO & LEAL, Lda
CARPINTARIA

CARPIMIRA LDA
Indústria de Carpintarias

MACIÇA[®]
INDÚSTRIA DE JANELAS E PORTAS DE MADEIRA, LDA.

 **maf**[®]
Abel dos Santos Fernandes S.A.

 **Woodform**
INTERNATIONAL

Apresentação

Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio
*Ferramentas
Metal*

Presença
Internacional

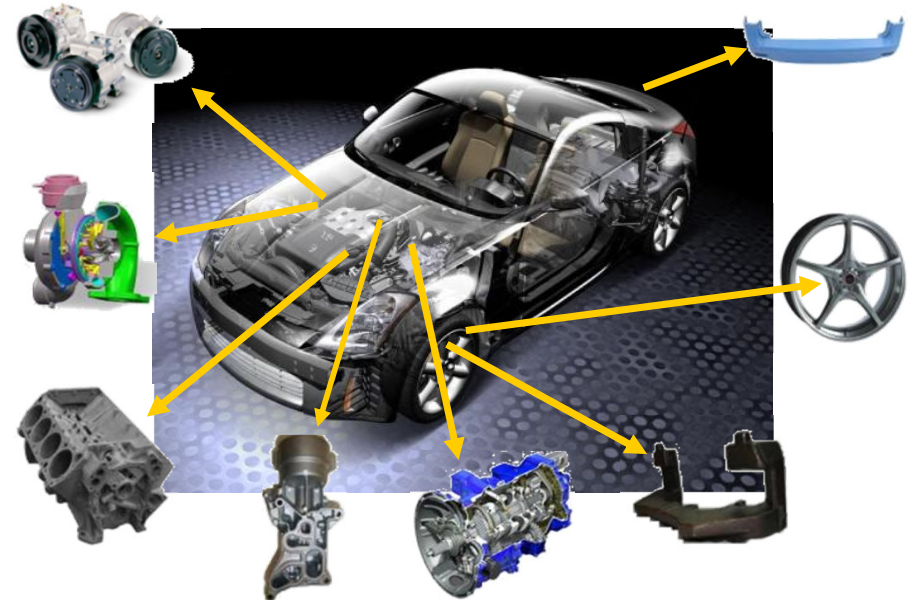
Distinções

Promessa



Sectores / Mercados

- ✓ Indústria Automóvel
- ✓ Indústria Aeronáutica
- ✓ Indústria de Moldes



Apresentação

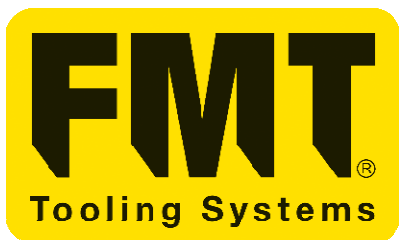
Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio
*Ferramentas
Metal*

Presença
Internacional

Distinções

Promessa



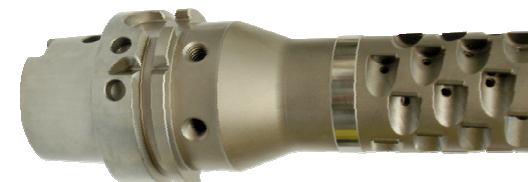
FAMÍLIA DE PRODUTOS METAL

Brocas
Fresas
Mandris

PCD

PCBN

HMW



Apresentação

Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio
*Ferramentas
Metal*

Presença
Internacional

Distinções

Promessa

REFERÊNCIAS DO MERCADO

LOCKHEED MARTIN 

 **BOEING**[®]




AIRBUS




HONDA



Continental[®]
TEVES



 **BOSCH**

 **KNORR-BREMSE**

Apresentação

Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio
*Fornecimentos
Industriais*

Presença
Internacional

Distinções

Promessa

MFMETAL[®]
.net

Sectores / Mercados

- ✓ Indústria Automóvel
- ✓ Indústria de Moldes
- ✓ Serviços de Manutenção
- ✓ Mecânica Geral
- ✓ Construção, etc.



Apresentação

Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio

*Equipamentos
Energéticos &
Ambiente*

Presença
Internacional

Distinções

Promessa

FREZITE 

ENERGIA E AMBIENTE

Sectores / Mercados

- ✓ Agricultura
- ✓ Agropecuária
- ✓ Complexos Habitacionais
- ✓ Parques Públicos e Reservas Ecológicas
- ✓ Propriedades Isoladas

Soluções Autónomas de Energia:

- ✓ Iluminação Solar
- ✓ Bombagem de Água
- ✓ Geração de Energia
- ✓ Cercas / Cancelas



Apresentação

Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio
*Sistemas de
Medição*

Presença
Internacional

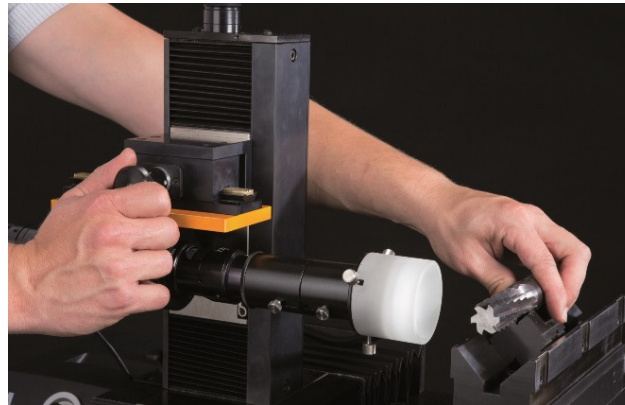
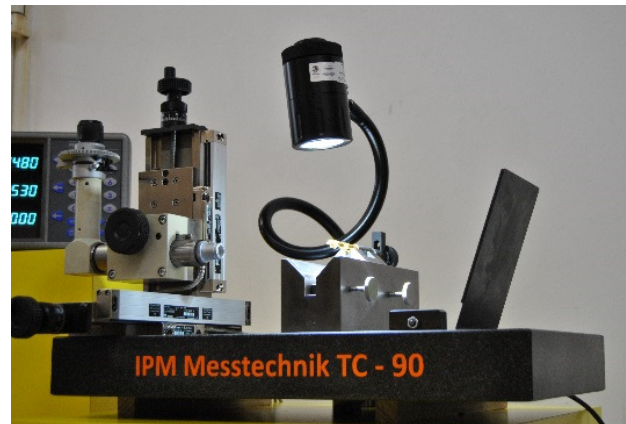
Distinções

Promessa



Sectores / Mercados

- ✓ Indústria de Ferramentas
- ✓ Indústria de Equipamentos
- ✓ Indústria de Moldes
- ✓ Indústria Automóvel



Apresentação

Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio

Presença
Internacional

Distinções

Promessa

MÉXICO



REINO UNIDO



FINLÂNDIA

REPÚBLICA CHECA



BRASIL



ALEMANHA



POLÓNIA



ROMÉNIA

PORTUGAL



ESPAÑA



Apresentação

Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio

Presença
Internacional

Distinções

Promessa

- ✓ Prémio EY International Entrepreneur Of the Year - 2014
- ✓ Prémio Melhor Internacionalização na categoria PME - 2011
- ✓ PME Líder - 2010 a 2012
- ✓ PME Excelência - 2010 e 2012
- ✓ FREZITE, a segunda marca mais reconhecida no Brasil no segmento Ferramentas de Corte – 2010 a 2012
- ✓ Prémio Investidor no Reino Unido - 2010
- ✓ Prémio MOBIS - 2007 e 2010



Apresentação

Missão,
Visão,
Valores

Áreas de Negócio

Presença
Internacional

Distinções

Promessa

O Grupo Frezite representa:

- ✓ Mais de 36 anos de **experiência** na concepção, desenvolvimento e produção de ferramentas de corte e outras tecnologias industriais;
- ✓ Garantia de um **grupo sólido**, com um desenvolvimento contínuo e sustentado;
- ✓ **Elevada Qualidade** nos produtos e serviços em mais de 50 países;
- ✓ 350 colaboradores tecnicamente **especializados e qualificados**;
- ✓ **Expansão internacional** com sucursais e produção própria para melhor apoio aos mercados;
- ✓ **Criação de valor** para os seus clientes através da inovação e tecnologia dos seus produtos e serviços;
- ✓ Integridade com **Responsabilidade Social e Sustentabilidade Ambiental**

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

O PORQUÊ DO LIVRO

CAMINHOS DO EXPORTADOR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

- Portugal tem de se afirmar no mundo por referencias competitivas diferenciadoras e que espelhem um exclusivo Portugal.
- 41% Exp. no PIB – Portugal tem de se mobilizar para atingir 65% do PIB pelas exportações.
- Crise 2008-2011 – Troika – Programa de ajustamento que gerou mais do que nunca necessidade de procura de novos mercados – mercados externos, mobilização das empresas, economias mistas, engenheiros, empresários e jovens empreendedores.
- Experiencia do autor a trabalhar há mais de 54 anos em bens transacionáveis e para mercados internacionais.



CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

O MUNDO MUDOU PORQUE A ECONOMIA MUDOU E
OS CONSUMIDORES MUDARAM AS SUAS OPÇÕES DEVIDO A
MAIS CULTURA, MAIS CONHECIMENTO, INTERNET
**DIFERENTES FORMAS DE CRIAR VALOR E DIFERENTES FORMAS DA
DEFINIÇÃO DE VALOR.**



CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

SE NO INÍCIO DO SÉCULO PASSADO TÍNHAMOS
UMA FORÇA PUJANTE EM INDÚSTRIAS POUCO CRIATIVAS E MUITO
COPISTAS ALTAMENTE MANUFATUREIRAS E MUITAS SEM VISÃO DE
FUTURO, HOJE EM ESPAÇO E TEMPO SOB UMA PROCURA SUPERIOR À
OFERTA O GRANDE DESAFIO Á À ADAPTABILIDADE
ÀS
DIFERENTES FORMAS DE CRIAR VALOR

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

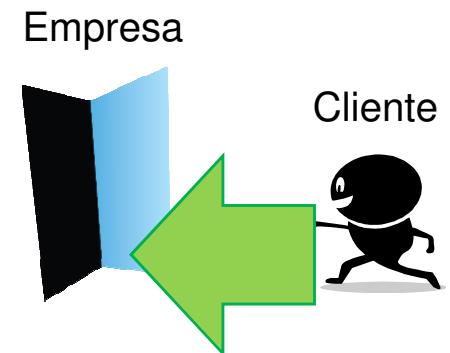
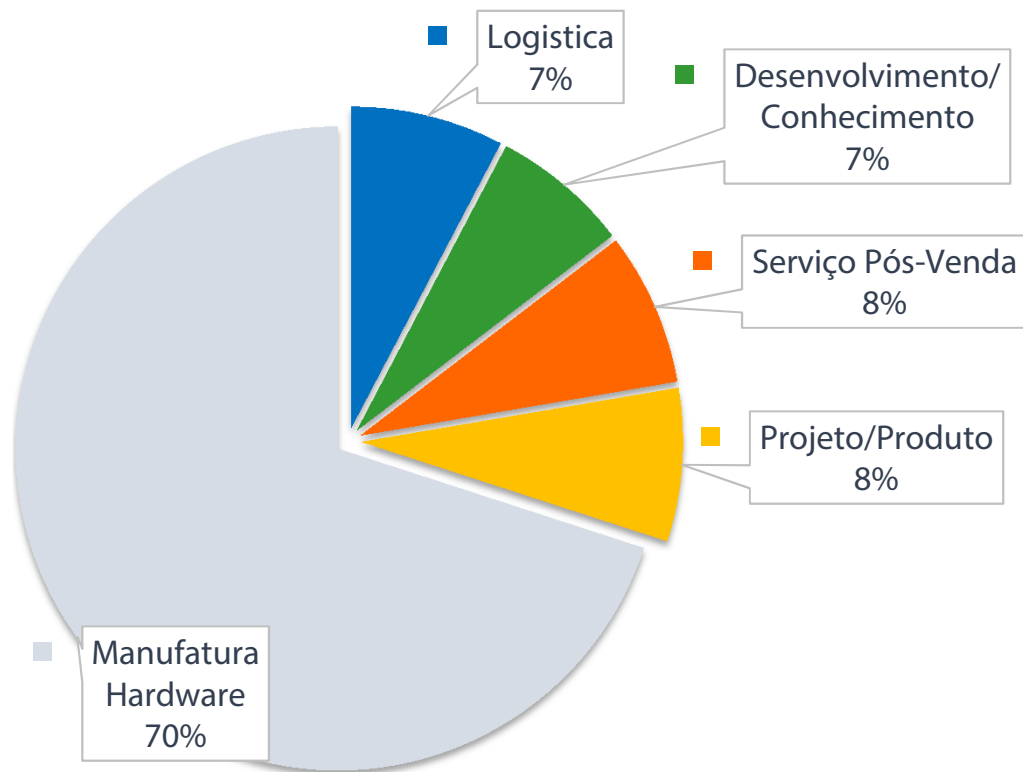
PRODUTOS & SERVIÇOS

- **Conhecimento – IN – OUT**
- **Criatividade**
- **Industrial**
- **Comercial**
- **Serviços**



CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

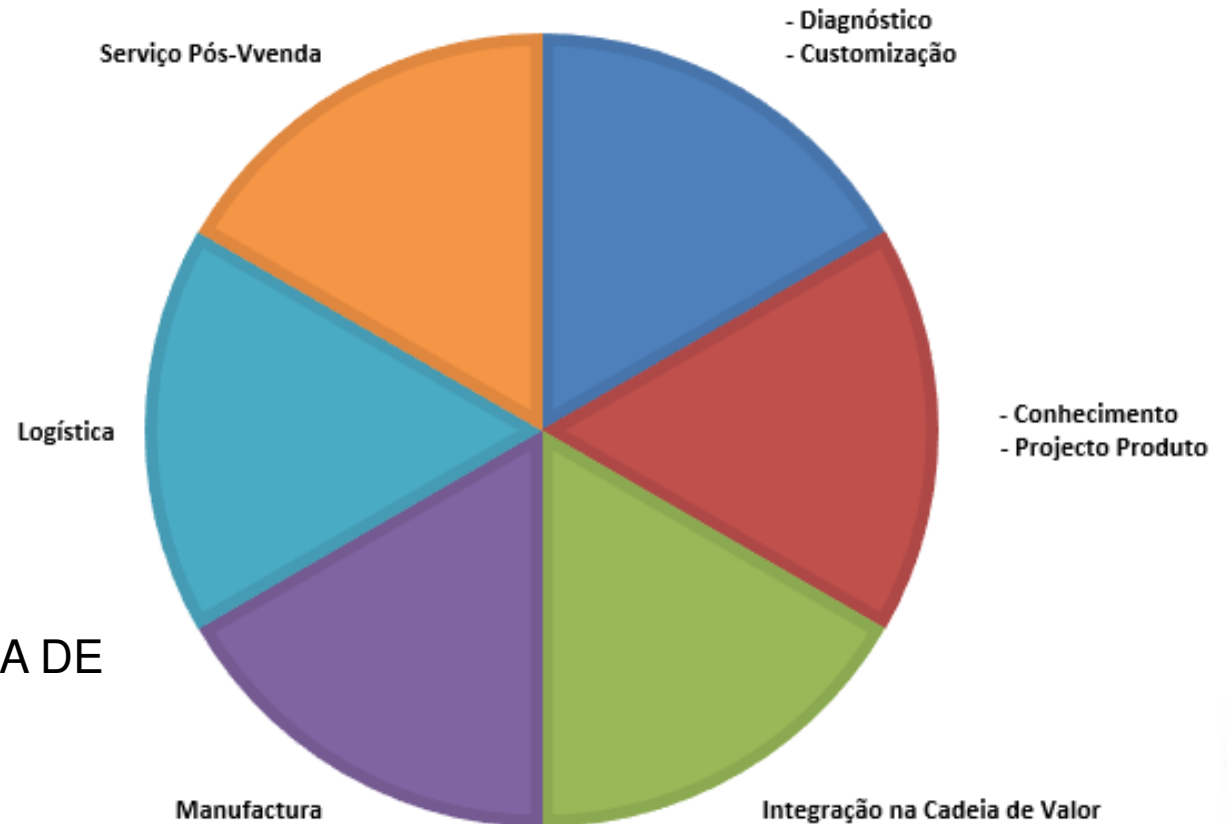
PASSADO RECENTE



CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

EMPRESA GLOBAL É:

- EMPRESA DE INFORMAÇÃO
 - COMUNICAÇÃO
 - IMAGEM
- EMPRESA DE CONHECIMENTO
 - IN-OUT
 - CUSTOMIZAÇÃO
- EMPRESA INDUSTRIAL
 - TRANSFORMADORA
 - AGREGADORA – PELA CADEIA DE VALOR
- EMPRESA SERVIÇOS
 - ASSISTÊNCIA
 - TECNOLOGIA – UPGRAD
 - MANUTENÇÃO



CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

EXPORTAR

As empresas devem avançar para os mercados externos com uma visão bem nítida e com uma **estratégia Calculada**. Muitas vezes, iniciamos processos de exportação para determinado país ou região de vários países, pelo isolado **impulso pela oportunidade, sem uma estratégia previamente calculada pelo estudo e planeamento**, em que dispensamos uma matriz de risco sobre a estratégia da dimensão no projeto exportador.

Exportar para muitas empresas é uma simples operação de trade. Quando assim é, não estamos a maximizar os resultados perante novas oportunidades, que normalmente aparecem.

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

EXPORTAR

- Vivemos num mundo de cooperação. Quem vive de forma isolada, acrescenta pouco valor em face ao potencial existente pela porta da cooperação..
- Estamos cada vez mais na chamada **coopetição**, em que umas vezes se **coopera**, outras se **compete**.
- Vivemos tempos em que os **nossos concorrentes podem ser simultaneamente nossos fornecedores na nossa cadeira de valor**, quer no conhecimento, indústria, serviços ou distribuição.
- O tempo da guerra fria nos negócios também já acabou.

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

COMPETIR NOS MERCADOS

POR INTERPRETAR A PRIORIZAÇÃO

- Qualidade Diferencial
- Preço
- Prazo Resposta
- CRIVAC, Criação de Valor Cliente



QUAL O MAIS IMPORTANTE?

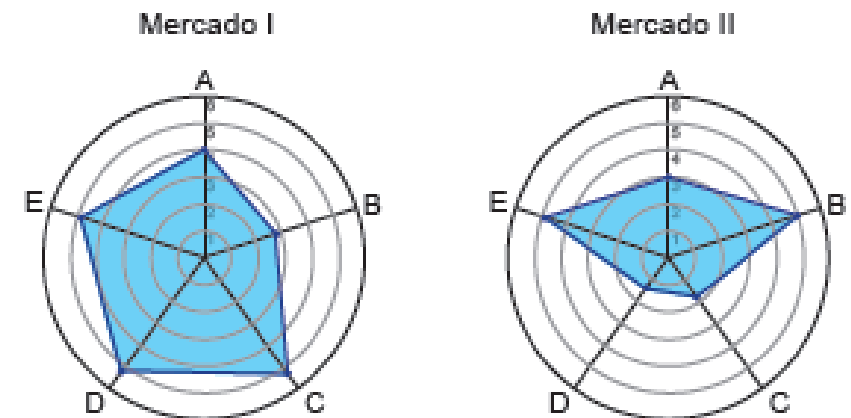
CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

A MESMA EMPRESA EXPORTADORA TRABALHA PARA DOIS MERCADOS EXTERNOS DIFERENTES

"A TERRA ONDE FORES TER, FAZ O QUE VIRES FAZER"

- A. Qualidade/Diferenciação
- B. Preço
- C. Prazo/Resposta
- D. CRIVAC – Criação de Valor ao Cliente
- E. Nível Organizacional da Distribuição

Empresa exportadora



O prazo/resposta é a variável mais apreciada e o preço a mais inconsequente.

O preço é a variável mais apreciada e o CRIVAC é a mais inconsequente.

COMPETIR PELO “EMAC”

- **Early Management of Customers Concerns**
- **Gestão Antecipada das Preocupações do Cliente**

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

COMPETIR POR:

- **Dimensão**
- **Poder Diferenciador**
- **Escala**
- **Goodwill**
- **Internacionalização**



CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

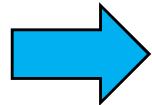
COMPETIR PELO PODER DIFERENCIADOR



CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

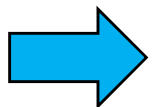
COMPETIR POR:

INVESTIGAÇÃO



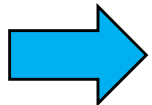
Investe-se recursos para criar conhecimento.

INOVAÇÃO



Utiliza-se conhecimento para criar valor com impacto económico, social, cultural para os utilizadores.

**GESTÃO DO
CONHECIMENTO**



Processo pelo qual o conhecimento é criado, adquirido, partilhado e gerido na organização da empresa ou organismo.

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

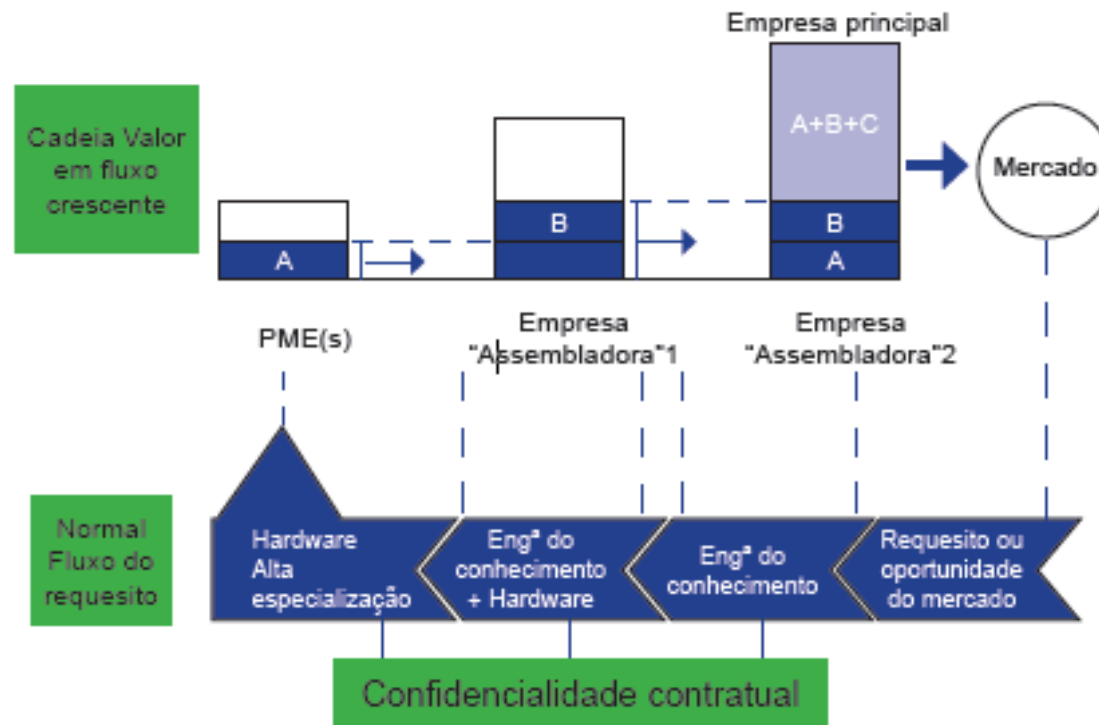
INOVAÇÃO NÃO TEM LIMITES



CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

NOVAS OPORTUNIDADES DE NOVAS EMPRESAS NOS NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

Integração nas cadeias de valor nas grandes empresas e multinacionais



- Inovação Dinâmica
- Inovação Segmentada
- Inovação Especializada
- Inovação Majorada de valor

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

CRIAÇÃO DE VALOR →

Acresce hoje particular importância em layouts de Multinacionais ou empresas com produtos/serviços com alto valor acrescentado pela integração do conhecimento ou conhecimento mais hardware de outras empresas em se melhorar a produtividade pela redução do custo final e sobretudo pela prazo de resposta aos mercados.

CRIVAC →

É a criação de valor no cliente que gera automaticamente a nossa criação de valor.

EMACC →

Early management of customers concerns.
Gestão antecipada das preocupações do cliente.

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

VENDER PARA LÁ Estrutura necessária para exportar

Representação / Mercados

Tendência da atividade económica	Ambiente de crescimento	Ambiente de recessão	Probabilidade Defesa, Interesses
Representante independente			0,35
Representante bandeira (Dependente)			0,75
Agente			0,20
Revendedor			0,50
Distribuidor			0,40
Sucursal (Cap.minoritário)			0,80
Sucursal (Cap.maioritário)			0,95
Cliente direto			1,00

Fig.9
Pg.151

As motivações para a internacionalização

Motivações
Pro-activas

Motivações
Reativas

INTERNACIONALIZAÇÃO

Uma fatalidade ou um desafio para as empresas



CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

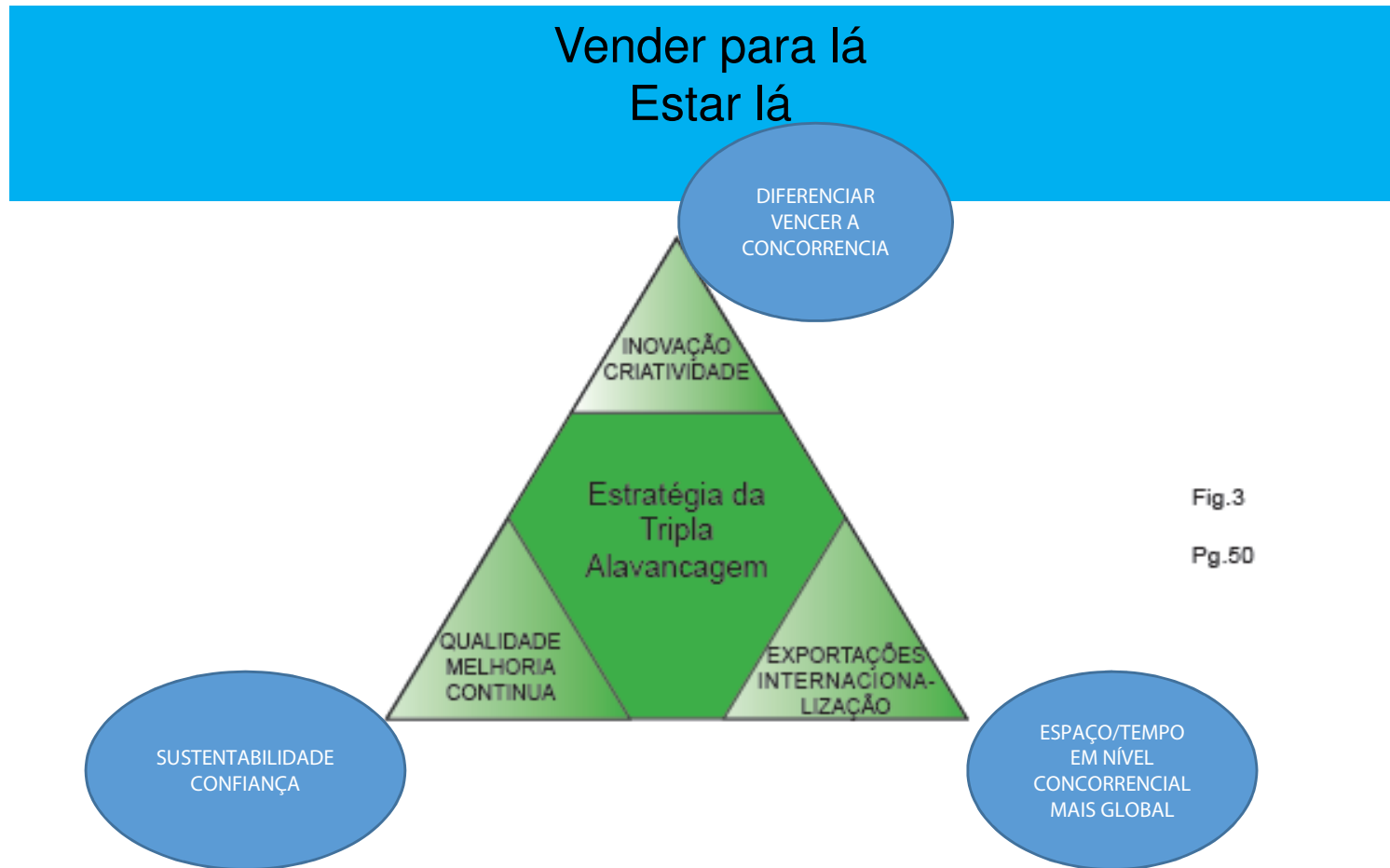


Fig.3

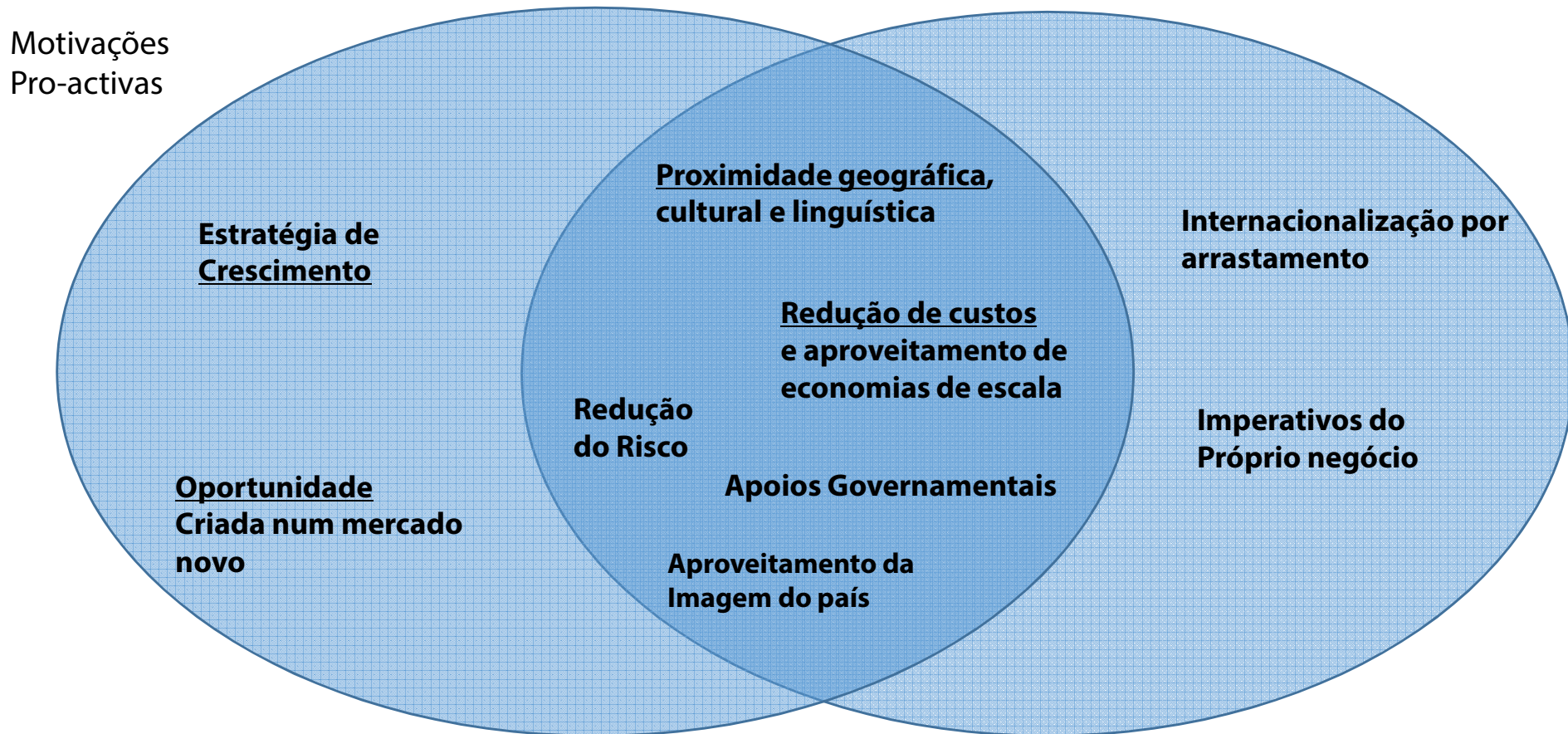
Pg.50

Novembro 2014 - CAMINHOS DO EXPORTADOR

José Manuel Fernandes

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

AS MOTIVAÇÕES PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO



Adapt. Lorga, S. (2000), "O Marketing Internacional", in Os Horizontes do Marketing, Brito e Lencastre (coord.) Verbo, Lisboa.

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

ESTRATÉGIA DE VENDER PARA LÁ ... PARA ESTAR LÁ (INTERNACIONALIZAÇÃO)

- **MAIOR SUSTENTAÇÃO DO PROJECTO EMPRESARIAL**
- **PLATAFORMA PARA TER MAIS ESCALA**
- **PLATAFORMA PARA O CONHECIMENTO**
- **PLATAFORMA PARA NOVOS MERCADOS**



CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

PLATAFORMA PARA O CONHECIMENTO

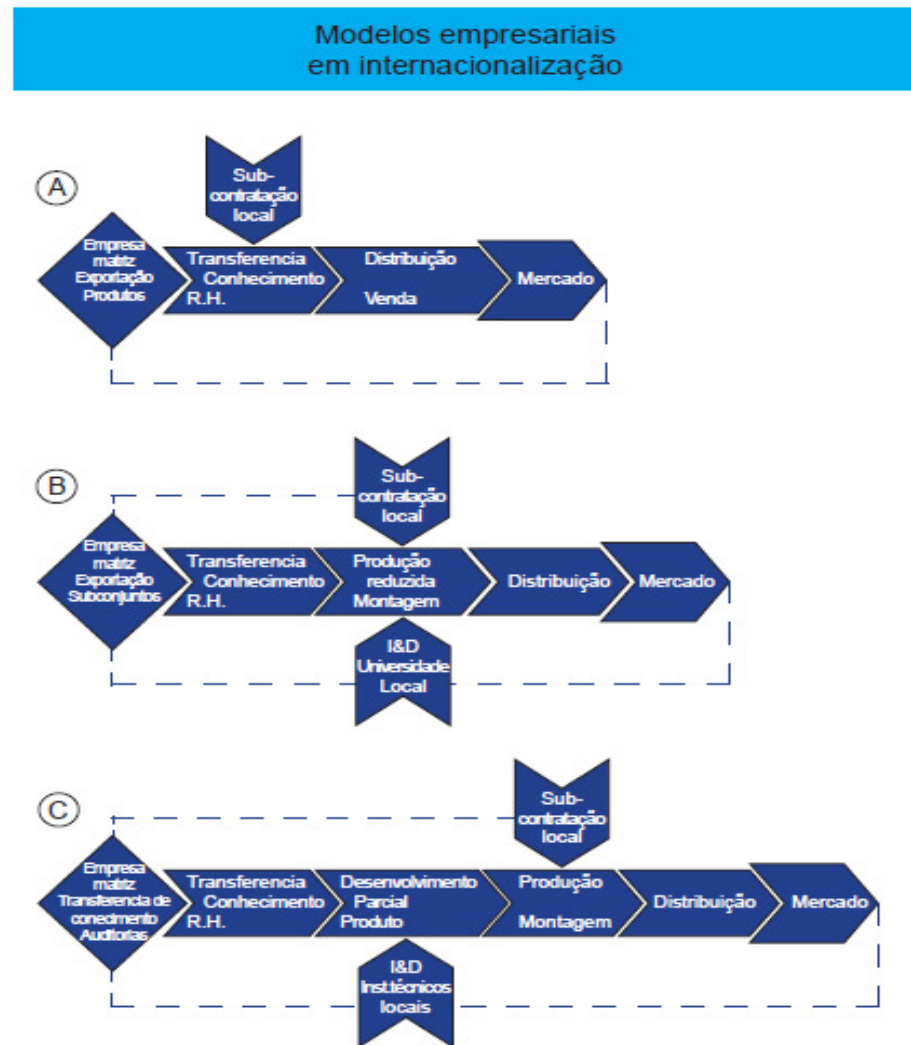


Fig. 12
Pg. 198

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

PLATAFORMA PARA NOVOS MERCADOS

Inovação - Exportação - Internacionalização

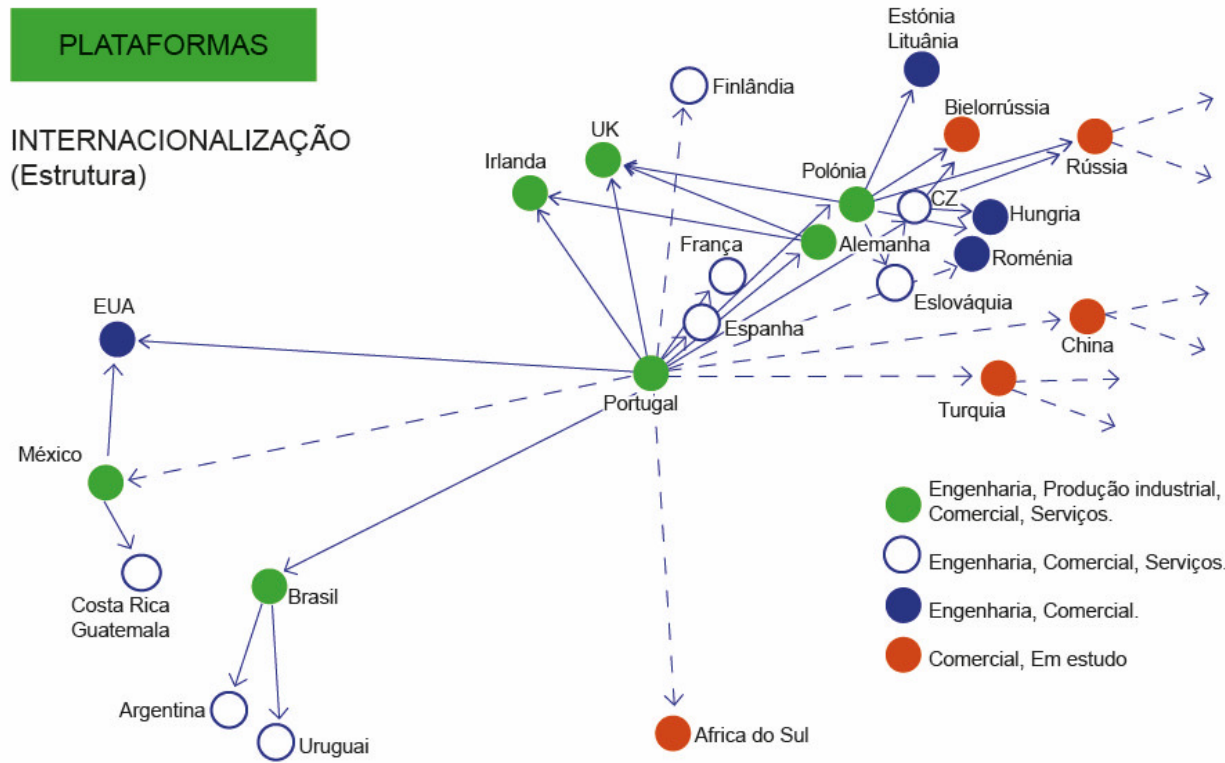


Fig. 11
Pg. 189

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

PRINCIPAIS FATORES QUE MONITORIZAM A GLOBALIZAÇÃO:

1. As tecnologias de informação
2. O movimento e deslocação das pessoas
3. O efeito radiante das grandes empresas e multinacionais
4. Comércio Internacional
5. IDE – Investimento direto estrangeiro
6. Queda de barreiras políticas económicas
 - i) Livre circulação do fator capital
 - ii) Livre movimentação do fator trabalho

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

EFEITOS DIRETOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

Tendências	Implicações
Crescimento rápido – Fonte de criação de riqueza	Desafios decisórios para empresas competitivas
Rápido crescimento dos emergentes	Investir em estar lá Rápido crescimento
Regionalização do comércio	Várias presenças em cada bloco ou região, pela oportunidade
Economias de escala, majoradas nas origens	Partilha estratégica da cadeia de valor, por vários países
Geração de grandes oportunidades pelo comércio dos bens/serviços transacionáveis	Desafios sustentáveis em mercado e criação de valor.








CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

FACTORES DE SUCESSO NA INTERNACIONALIZAÇÃO

- Criação de uma cultura de homogeneidade e Informação entre as empresas do grupo.
- Capacidade de gerar factores diferenciadores na actividade económica, produtos e serviços.
- Empreendedorismo ajustado aos ganhos de competência.
- Cultura de criação de valor para o cliente e para nós próprios, com objectivos bem identificados e exequíveis.
- Cultura da criação da promoção interna dos Recursos Humanos para Novos Desafios e evolução natural das empresas.

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

FACTORES DE PERTURBAÇÃO E RISCO NA INTERNACIONALIZAÇÃO

- Pessoas com perfil inadequado e incapazes de liderar projetos 
 - Diferenças culturais 
 - Quando Internacionalização por via de uma aquisição – nunca a nossa expectativa coincide com a dos residentes 
 - Risco de instabilidade por inadaptação à mobilidade 
 - Fugas de know-how – Gestão da Informação 
 - Surpresas na Gestão por comportamentos e decisões baseados no desconhecimento de hábitos e culturas locais 
 - Risco na escolha dos consultores. 
 - Não confiar, antes controlar.
- Cuidado com o recrutamento dos RH
 - Cuidado com as igualdades
 - Cuidado com reações insuspeitas
 - Definição muito clara do que queremos e se possível colocado em contrato, ou em projeto
 - Todo o cuidado é pouco. Não confiar, antes controlar
 - Cuidado com a necessidade de só querermos ter boas notícias e “fechamos” os ouvidos às más notícias
 - Pedir informação em diferentes origens. Muitos problemas tem origem nos consultores que trabalham mais a defender os seus interesses do que os do cliente

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

INTERNACIONALIZAR COM SUPORTE EM: COMPETITIVIDADE DOS CUSTOS

Investidores nos mercados externos pela internacionalização devem ter muito em conta o valor dos custos operacionais mais significativos nas suas atividades

- **Salários**
 - Tem de ser avaliados pelos seus patamares dentro da empresa, quer por incrementos obrigatórios indexados a referenciais negociados com sindicatos, quer por outros fatores que determinam erosão constante e intempestiva.

- **Produtividade no Trabalho**
 - A produtividade do trabalho por funcionário, varia muito de País para País, assim como dentro do mesmo País de sector para sector. Há efeitos ganhadores quando a formação e qualificação profissional existe e quando há uma política de ajustamento salarial, associada a aumento de produtividade

- **Taxas de Câmbio**
 - A instabilidade do valor das moedas, influencia as importações e exportações e põe em causa os projetos.

- **Energia**
 - O custo da energia, elétrica, gaz e outros tem um peso determinante na estrutura de custos dos fabricos locais.
 - A influencia será determinante em produtos em que o peso do custo da energia tem uma componente superior a 20% no custo final

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

DESAFIOS PELA INTERNACIONALIZAÇÃO

- A Economia deve capacitar-se para alimentar o ciclo presente do controle do déficit e da redução da dívida soberana. Qual o perfil da sustentabilidade.
- Exportações e Internacionalização são o permanente desafio pelo crescimento económico para as empresas que já exportam e que têm elevado potencial, quer através do seu próprio crescimento, quer através de uma estratégia de avançarem para os mercados externos.
- Os bens e serviços transacionáveis estão no grupo das exportações com maior sustentabilidade para a nossa economia.
- Temos de fazer aumentar urgentemente as nossas exportações acima de 60% do PIB em ambiente estratégico para uma economia assente maioritariamente em bens e serviços de elevada complexidade, associados a alto valor acrescentado.

Há três tipos de empresas (e pessoas)

- As que fazem as coisas acontecer
- As que ficam a ver as coisas acontecer
- As que perguntam o que aconteceu

..... onde me situo???

PHILIP KOTLER

CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

Obrigado!

