

**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

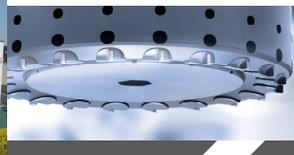


**1996**  
Criação FREZITE  
Brasil com sede  
em S. Paulo

**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

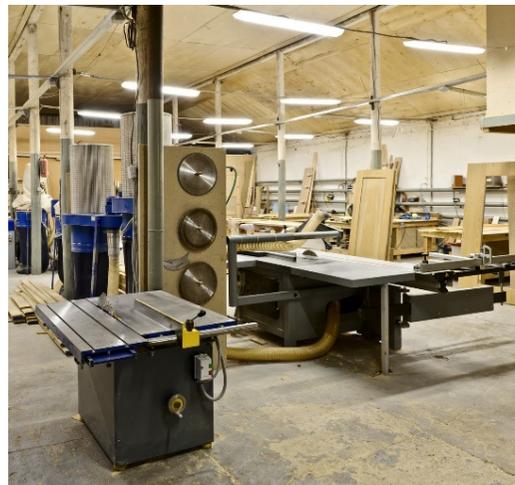
Distinções

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*

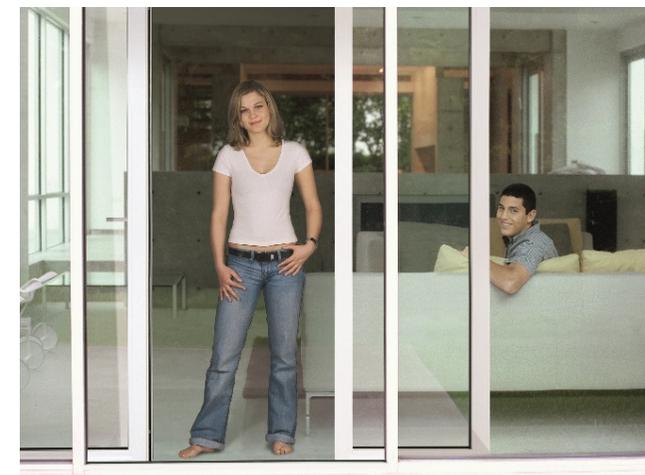
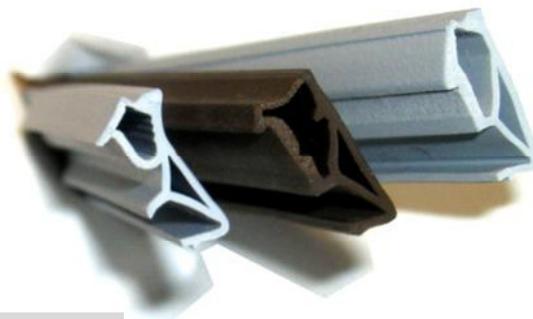
Presença  
Internacional

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**<sup>®</sup>  
INDÚSTRIA DE JANELAS E PORTAS DE MADEIRA, LDA.

 **maf**<sup>®</sup>  
Abel dos Santos Fernandes S.A.

 **Woodform**  
INTERNATIONAL

Apresentação

Missão,  
Visão,  
Valores

Áreas de Negócio  
*Ferramentas  
Metal*

Presença  
Internacional

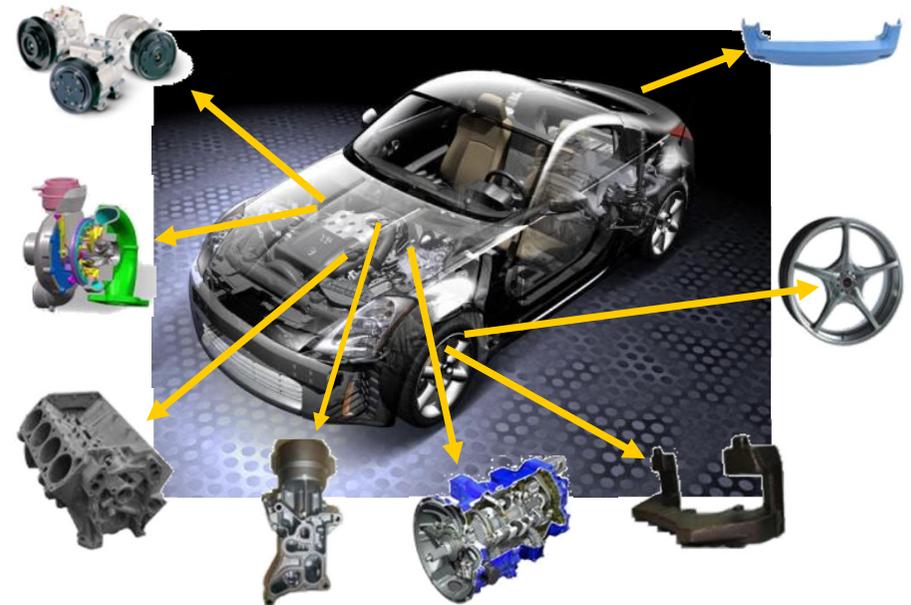
Distinções

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**<sup>®</sup>



  
**AIRBUS**



  
**HONDA**



Continental<sup>®</sup>  
**TEVES**



 **BOSCH**

 **KNORR-BREMSE**

Apresentação

Missão,  
Visão,  
Valores

**Áreas de Negócio**  
*Fornecimentos  
Industriais*

Presença  
Internacional

Distinções

Promessa

**MFMETAL**<sup>®</sup>  
*.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

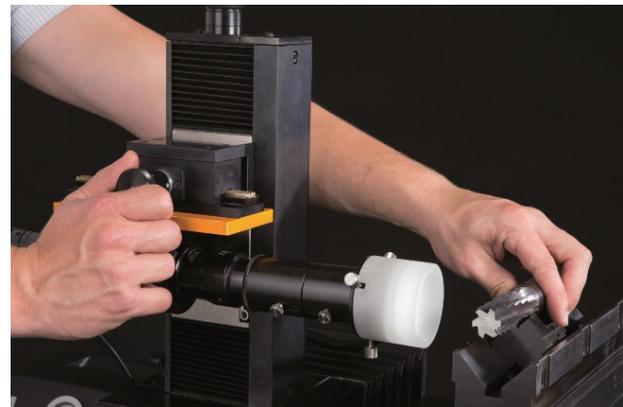
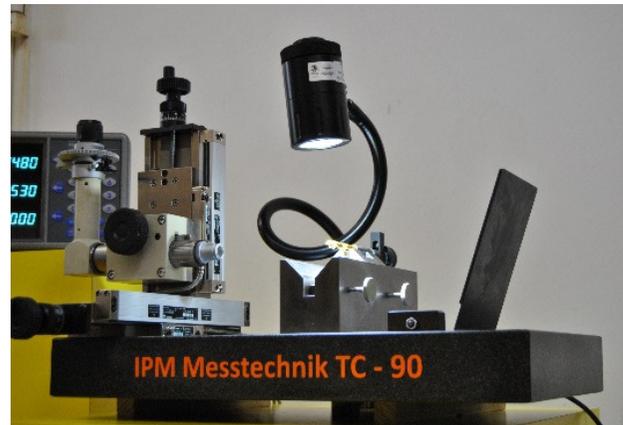
Distinções

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

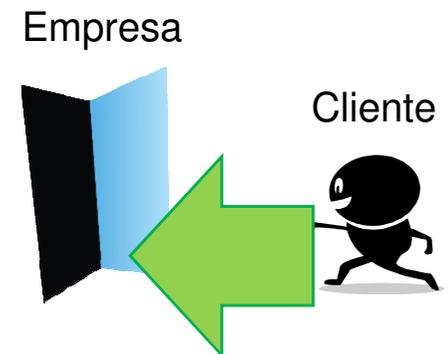
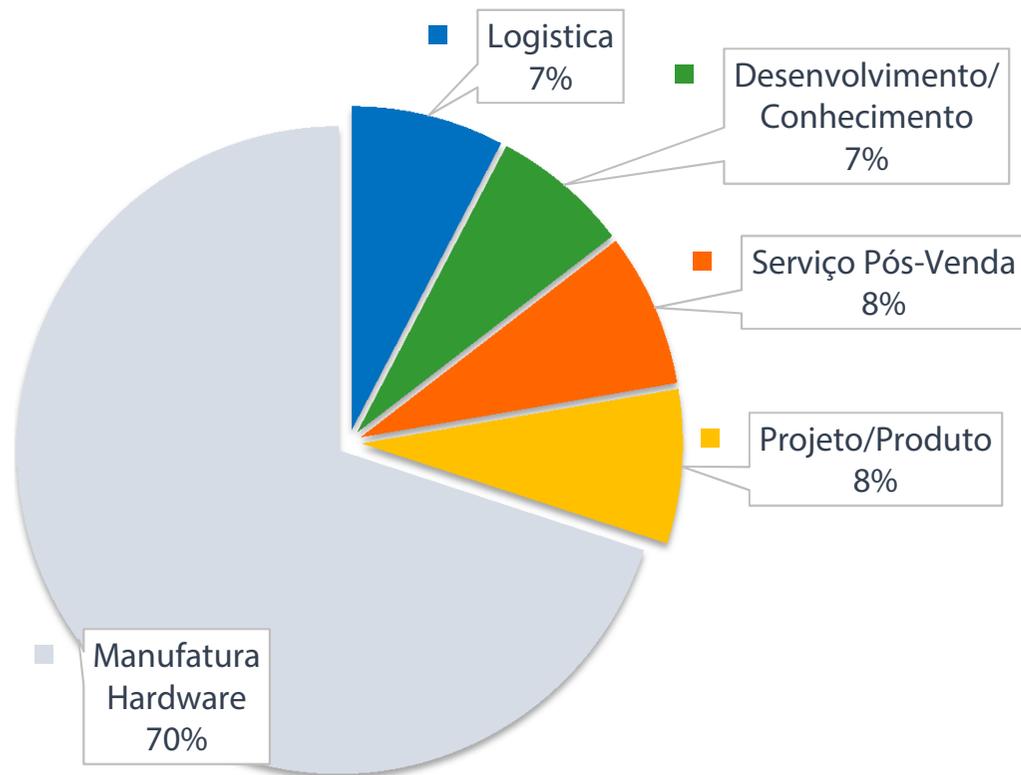
## PRODUTOS & SERVIÇOS

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



# CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

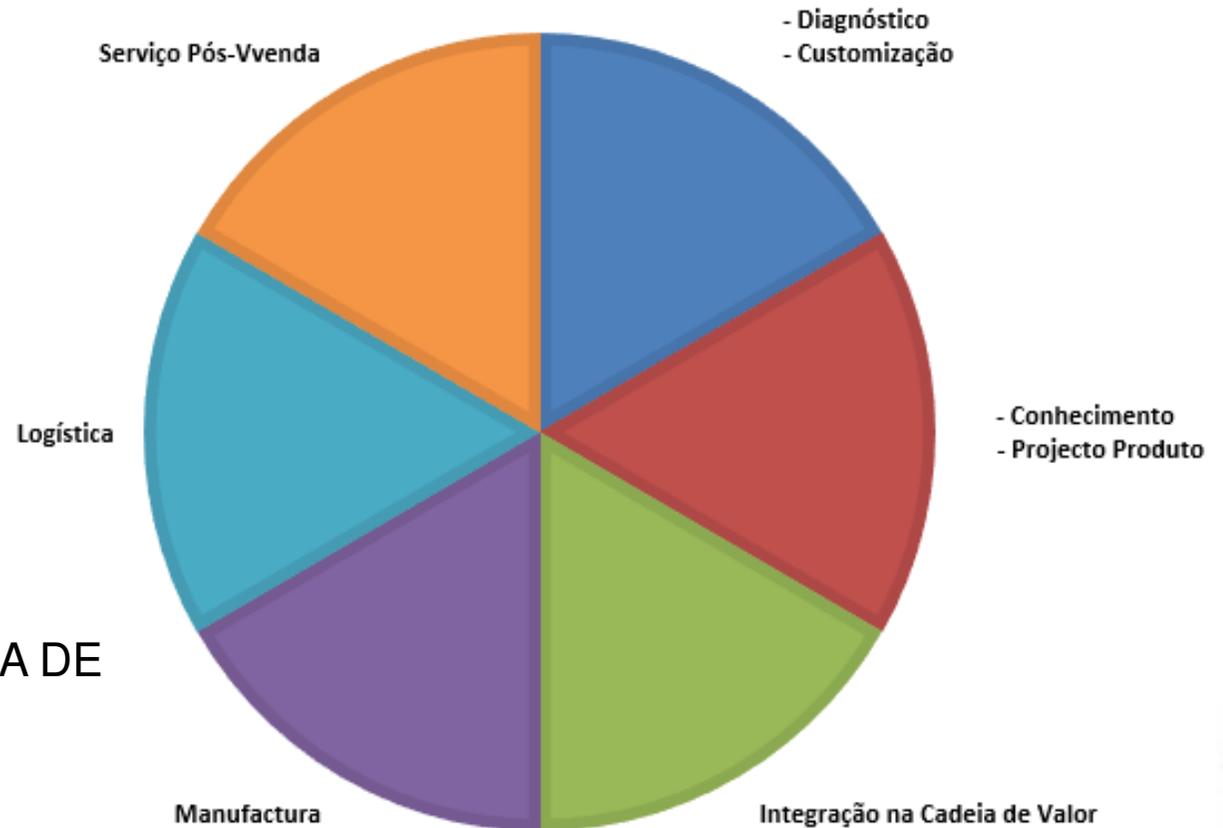
## PASSADO RECENTE



# 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?

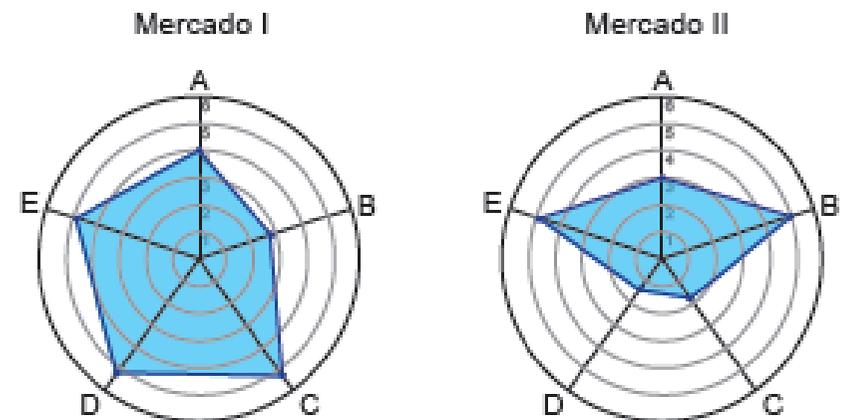
# CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

## 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

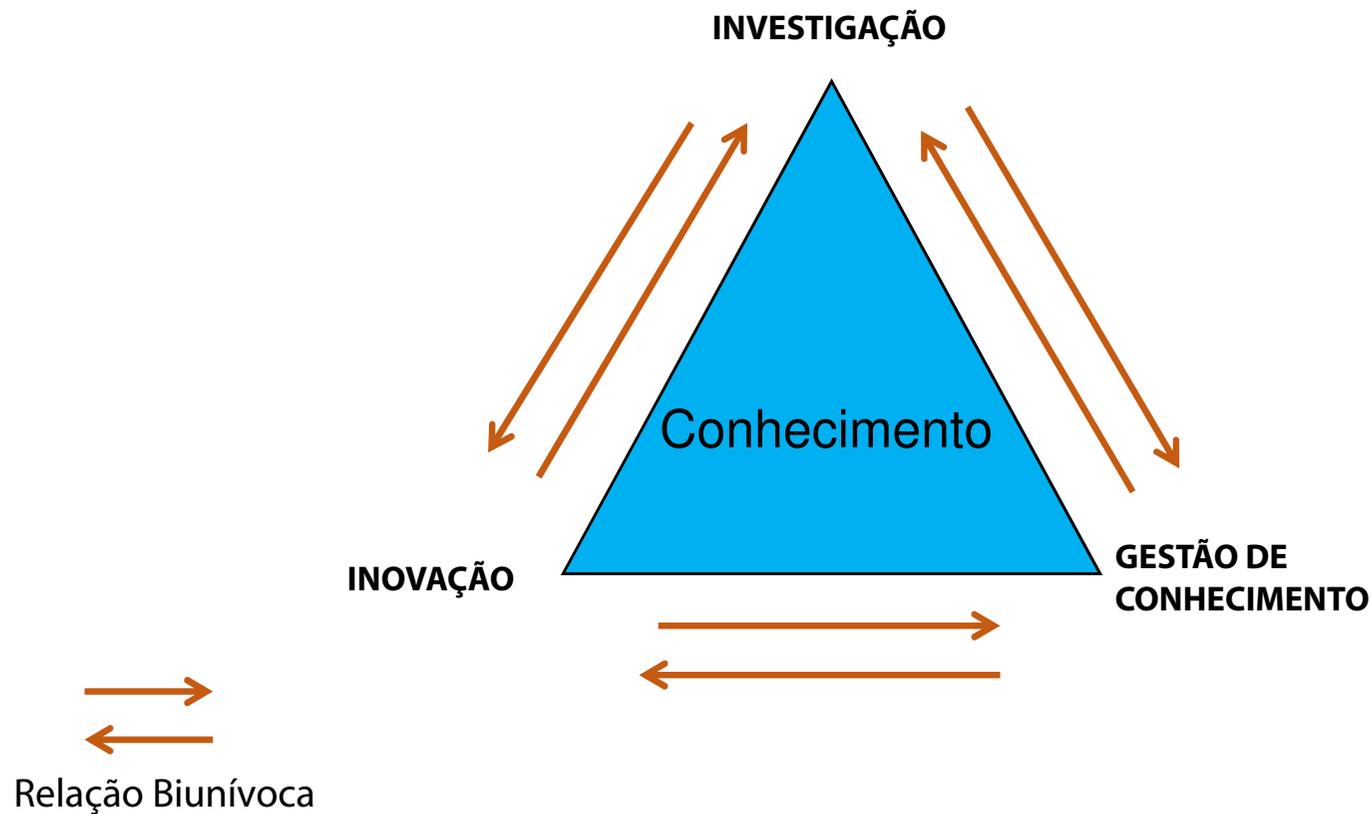
## COMPETIR POR:

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



# CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

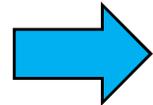
## COMPETIR PELO PODER DIFERENCIADOR



# CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

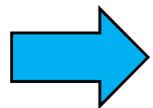
## COMPETIR POR:

**INVESTIGAÇÃO**



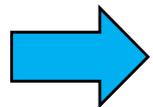
Investe-se recursos para criar conhecimento.

**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

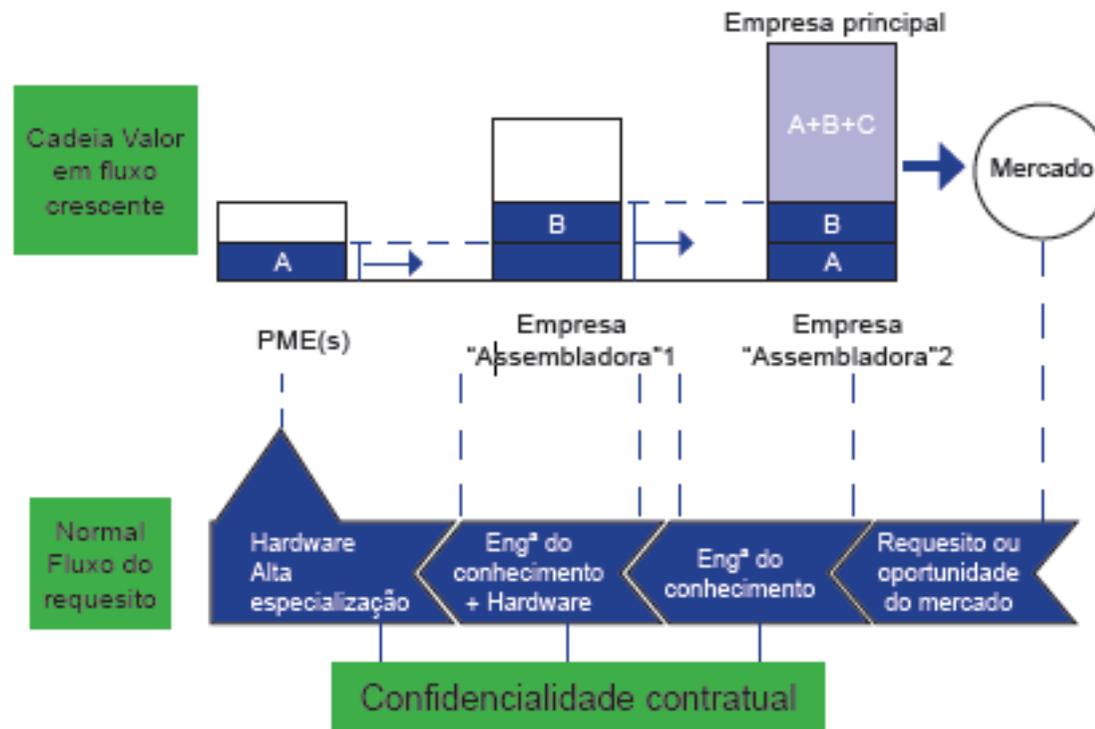
## INOVAÇÃO NÃO TEM LIMITES



# 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

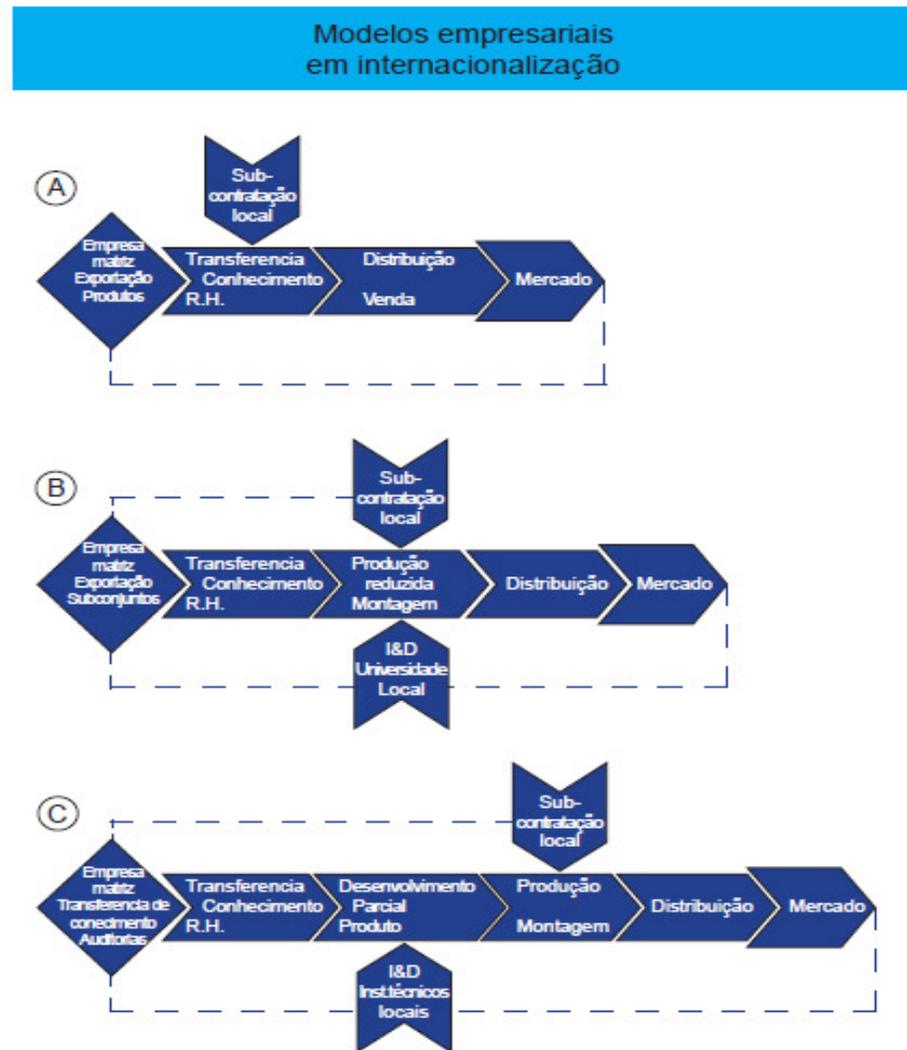


Fig. 12  
Pg. 198

# CAMINHOS DO EXPORTADOR POR ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

## PLATAFORMA PARA NOVOS MERCADOS

Inovação - Exportação - Internacionalização

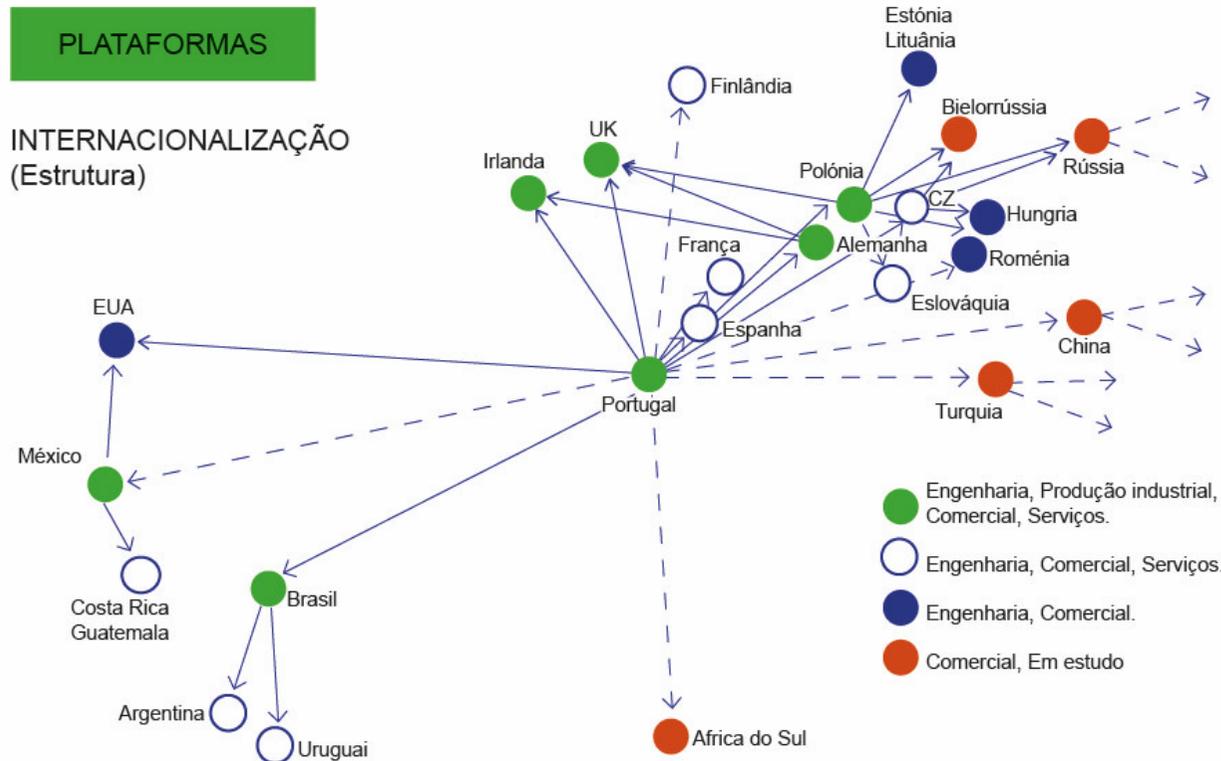


Fig. 11  
Pg. 189

# 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

<b>Tendências</b>	<b>Implicações</b>
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!

