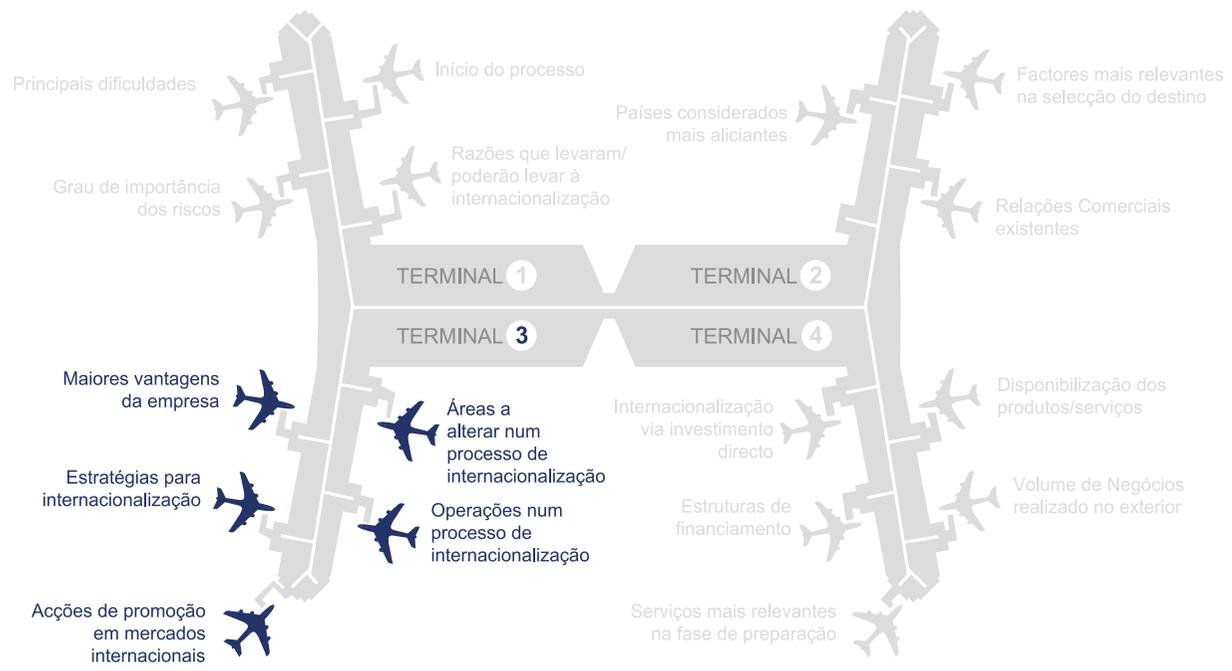


Estudo sem fronteiras

PMEs levantam voo



Terminal 3



Maiores vantagens da empresa

Maiores vantagens



Sector de Actividade

	Agroalimentar	Indústria transformadora	Construção e imobiliário	Comércio por grosso ou a retalho	Tecnologia, media e telecom.	Prestação de serviços
Qualidade, formação e flexibilidade dos recursos humanos	58%	75%	82%	72%	86%	88%
Proposta de preço competitivo	71%	77%	74%	76%	84%	68%
Inovação/ Sofisticação tecnológica dos produtos/ processos	63%	69%	56%	42%	90%	80%
Acesso ao mercado europeu	31%	33%	32%	38%	12%	19%
Eficiência logística	27%	24%	26%	38%	10%	25%
Capacidade financeira	19%	13%	24%	20%	12%	8%
Incentivos financeiros e fiscais	13%	3%	3%	9%	2%	4%
Qualidade do produto	13%	1%	0%	2%	2%	2%
Know-how	2%	3%	0%	2%	2%	3%
	(48)	(188)	(34)	(110)	(51)	(102)

Maiores vantagens da empresa

Quase todas as empresas que responderam ao inquérito consideram que a qualidade, a formação e a flexibilidade dos recursos humanos, a competitividade dos preços, a inovação e sofisticação dos produtos ou processos são as maiores vantagens competitivas para as empresas portuguesas.

A inovação e sofisticação dos produtos ou processos e os preços altamente competitivos são apontados no estudo realizado como factores-chave para o sector de tecnologia, *media* e telecomunicações.

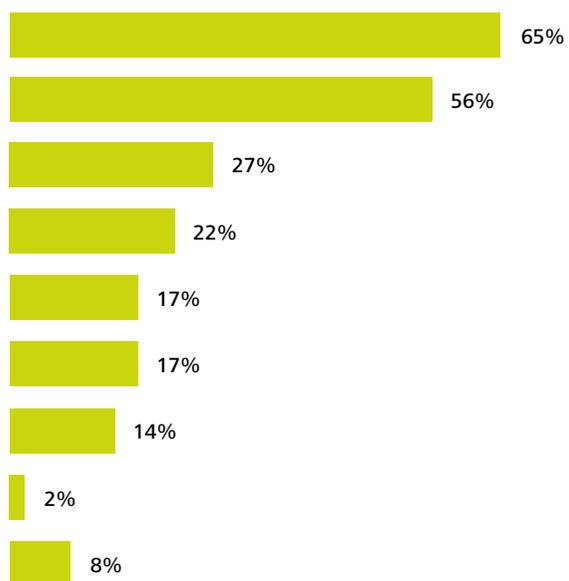
A qualidade, a formação e a flexibilidade dos recursos humanos, a competitividade dos preços, a inovação e sofisticação dos produtos ou processos são as maiores vantagens competitivas para as empresas portuguesas

A importância da qualificação dos recursos humanos é obviamente mais importante em sectores de actividade que necessitam de maior trabalho especializado, nomeadamente nos sectores de construção e imobiliário, tecnologia, *media* e telecomunicações e, principalmente, no sector de prestação de serviços.

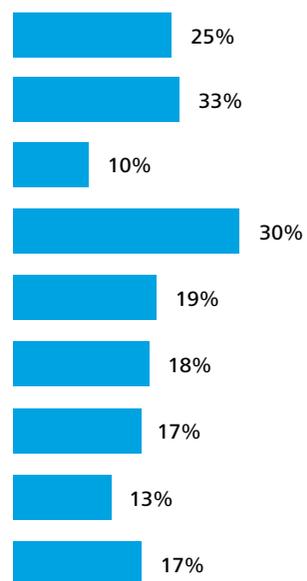


Estratégias para internacionalização

Estratégias pelas quais já optaram...



Estratégias pelas quais pensam vir a optar...



- Exportação para o cliente final
- Exportação via agentes ou distribuidores
- Importação
- Investimento directo – actividade comercial
- Licenciamento de tecnologia ou marca
- Projecto chave na mão
- Investimento directo – actividade produtiva
- Franchising*
- Nenhuma destas

Estratégias pelas quais já optaram...

Sector de Actividade

	Total	Agroalimentar	Indústria transformadora	Construção e imobiliário	Comércio por grosso ou a retalho	Tecnologia, media e telecom.	Prestação de serviços
Exportação para o cliente final	65%	50%	72%	59%	66%	71%	58%
Exportação via agentes ou distribuidores	56%	81%	70%	35%	62%	41%	29%
Importação	27%	17%	36%	12%	45%	14%	11%
Investimento directo – actividade comercial	22%	15%	24%	21%	21%	25%	23%
Licenciamento de tecnologia ou marca	17%	17%	21%	6%	22%	20%	14%
Projecto chave na mão	17%	0%	10%	32%	5%	39%	32%
Investimento directo – actividade produtiva	14%	2%	20%	41%	4%	12%	12%
<i>Franchising</i>	2%	0%	1%	0%	4%	2%	5%
Nenhuma destas	8%	8%	2%	6%	3%	10%	21%
Base: Já iniciaram o processo de internacionalização	(581)	(48)	(188)	(34)	(110)	(51)	(102)

Estratégias para internacionalização

Historicamente, mais de metade das empresas objecto do presente estudo optou por estratégias que continuam a concentrar as suas operações em território nacional, privilegiando a exportação directa para o cliente final (essa conclusão verifica-se nos sectores da indústria transformadora, comércio por grosso ou a retalho e tecnologia, media e telecomunicação) ou utilizando uma força de vendas externa assente em parcerias com distribuidores locais, principalmente nos sectores agro-alimentar e na indústria transformadora.

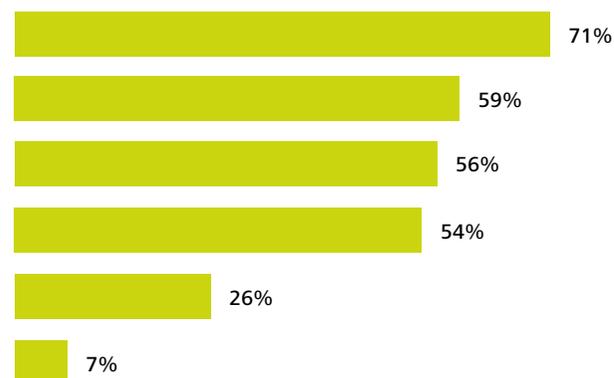
Privilegia-se a exportação directa para o cliente final ou utilizando uma força de vendas externa assente em parcerias com distribuidores locais

Esta tipologia estratégica está a alterar-se, havendo uma tendência das empresas em participar mais directamente na actividade comercial em cada país de destino através de investimento directo local. A opção por parcerias locais continuará a ter um peso significativo, mas as restantes estratégias passarão a ter um peso muito equilibrado, eventualmente pela especificidade de cada organização e/ou do sector de actividade em que operam.

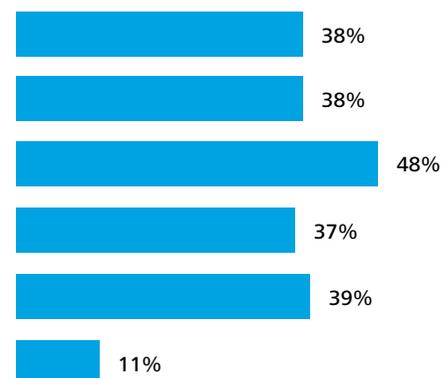


Acções de promoção em mercados internacionais

Acções de promoção já efectuadas...



Acções de promoção que considera efectuar no curto prazo...



Acções de contacto directo com a procura internacional

Utilização de redes sociais ou internet

Participação em feiras e certames internacionais

Concepção e elaboração de material promocional e informativo

Participação em concursos internacionais

Nenhuma destas

Já efectuadas

- Participação em feiras e certames internacionais: sobretudo sector Agro-alimentar (69%) e Indústria transformadora (64%)
- Participação em concursos internacionais: sobretudo sector de Prestação de serviços (44%)
- Concepção e elaboração de material promocional e informativo: sobretudo sector de Prestação de serviços (64%)

Acções de promoção em mercados internacionais

Apesar da relativa homogeneidade entre os meios utilizados para a promoção das empresas portuguesas nos mercados internacionais, 71% das empresas que responderam ao presente inquérito e que já iniciaram a sua internacionalização privilegiam o contacto directo com o cliente internacional.

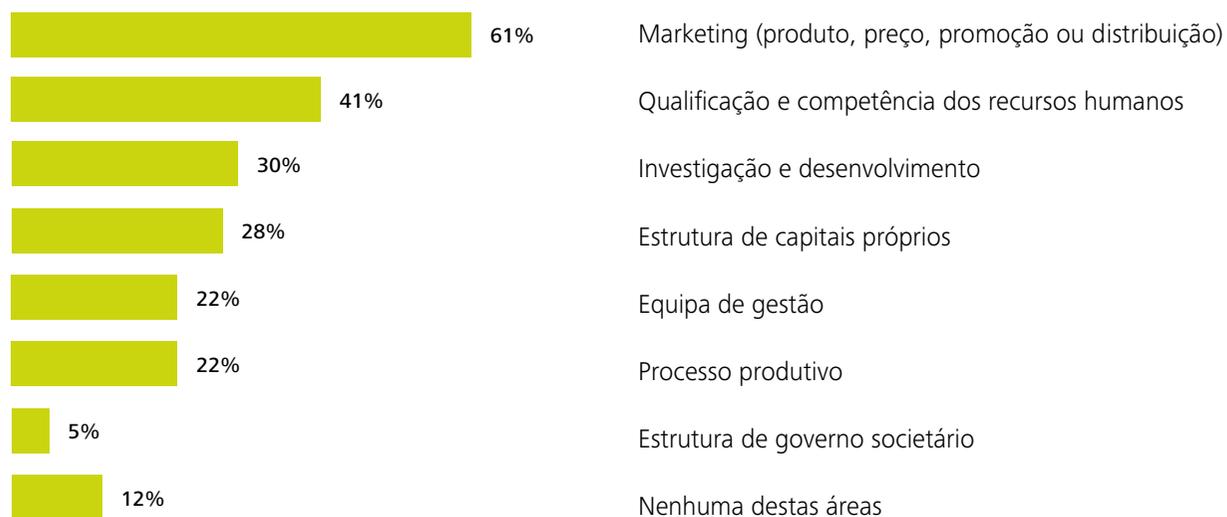
71% das empresas privilegiam o contacto directo com o cliente internacional

Quanto a futuras acções a efectuar pelas empresas que aceitaram responder ao estudo em apreço, o destaque vai para a participação em feiras e certames internacionais.



Áreas a alterar num processo de internacionalização

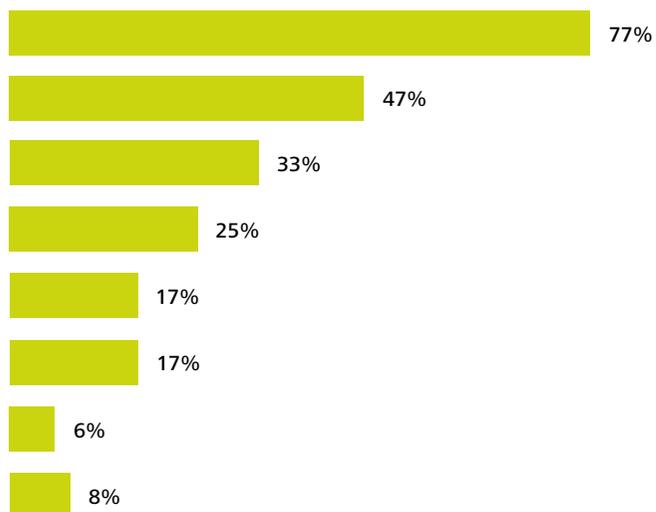
Áreas a alterar



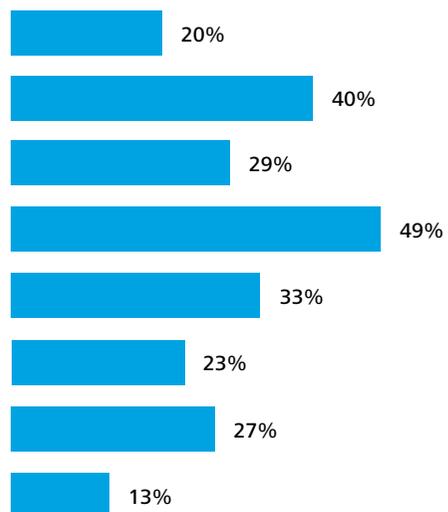
As empresas que participaram neste inquérito manifestaram a sua intenção de se adaptar, num contexto de internacionalização, a novas abordagens ao mercado, particularmente no que se refere ao marketing e à qualificação e competência dos seus recursos humanos.

Operações num processo de internacionalização

Operações já utilizadas...



Operações que esperam vir a utilizar...



Operação conduzida...

- ... individualmente
- ... em parceria com uma(s) empresa(s) local(ais)
- ... em parceria apenas com uma empresa portuguesa
- ... com o apoio de um delegado local da AICEP
- ... em parceria com mais do que uma empresa portuguesa
- ... com o apoio de um consultor
- ... com o apoio de um banco
- Nenhuma destas

Operações num processo de internacionalização

O estudo revelou ainda que 77% das empresas que responderam ao inquérito efectuado procuraram conduzir o processo de internacionalização individualmente, ainda que 47% das mesmas tenham estabelecido parcerias com entidades locais.

Contudo, face à actual conjuntura macroeconómica, existe a expectativa de, no futuro, as empresas em causa procurarem o apoio da AICEP e estabelecerem parcerias, tanto locais, como com outras empresas nacionais, no seu processo de internacionalização.

77% das empresas procuraram conduzir o processo de internacionalização individualmente, ainda que 47% das mesmas tenham estabelecido parcerias com entidades locais



Saiba mais em www.estudosemfronteiras.com

Contactos

Deloitte

Lisboa

Ed. Atrium Saldanha
Praça Duque de Saldanha, 1 - 6º
1050-094 Lisboa
Portugal
Tel. +(351) 210 427 500
Fax. +(351) 210 427 500

Porto

Bom Sucesso Trade Center
Praça do Bom Sucesso, 61 - 13º
4150-146 Porto
Portugal
Tel. +(351) 210 439 200
Fax. +(351) 225 439 650

Luanda

Edifício KN10
Rua Kwamme Nkrumah, 10 - 2º
Luanda
Angola
Tel. +(244) 222 679 600
Fax. +(244) 222 679 690

www.deloitte.pt

Para mais informações contacte ptdynamiccompanies@deloitte.pt

AICEP

Lisboa

Av. 5 de Outubro, 101
1050-051 Lisboa
Portugal
Tel. +(351) 217 909 500

Porto

Rua Júlio Dinis, 748 - 9º Dto
4050-012 Porto
Portugal
Tel. +(351) 226 055 300

www.portugalglobal.pt

Tel. 808 214 214

aicep@portugalglobal.pt

“Deloitte” refere-se à Deloitte Touche Tohmatsu Limited, uma sociedade privada de responsabilidade limitada do Reino Unido, ou a uma ou mais entidades da sua rede de firmas membro, sendo cada uma delas uma entidade legal separada e independente. Para aceder à descrição detalhada da estrutura legal da Deloitte Touche Tohmatsu Limited e suas firmas membro consulte www.deloitte.com/pt/about.