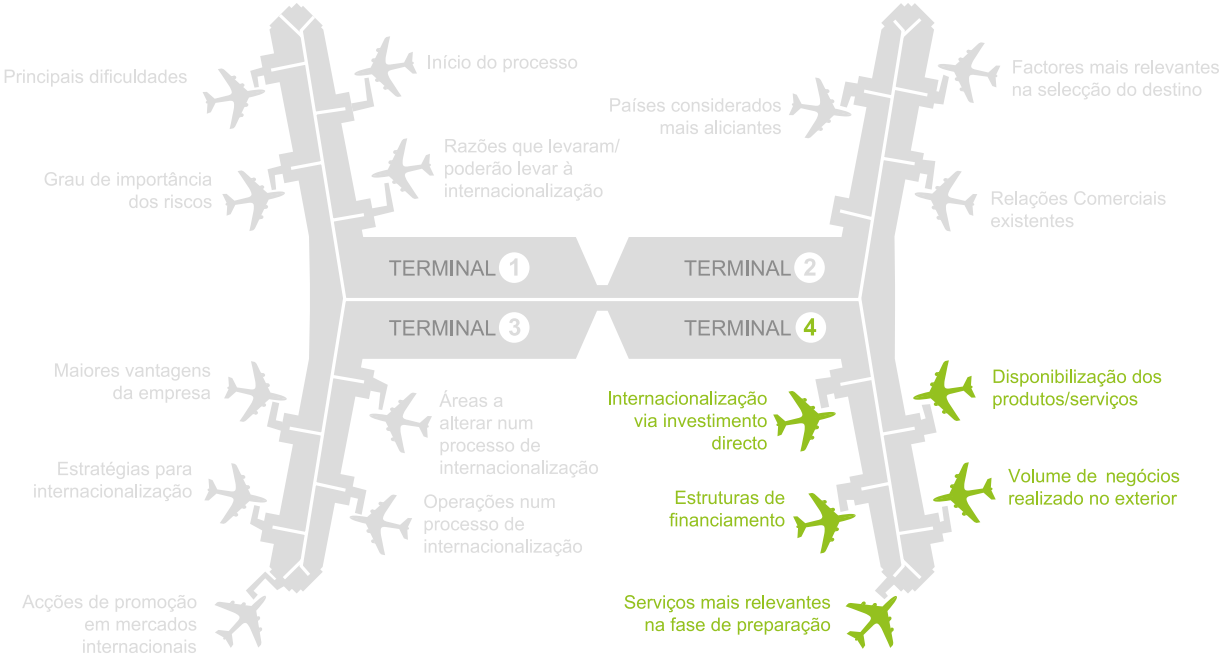


Estudo sem fronteiras PMEs levantam voo



Terminal 4



Internacionalização via investimento directo

Alternativas que ponderam com maior probabilidade, em termos...

De detenção do capital

66%

Detenção do capital da entidade externa em conjunto com um parceiro local

32%

Detenção de 100% no capital da entidade externa

30%

Detenção do capital da entidade externa em conjunto com um parceiro português

2%

Sem detenção no capital da entidade externa

1%

Nenhuma

Operacionais

75%

Empresa actuando numa das fases da cadeia de valor (produção, distribuição, comercialização)

33%

Empresa integrando a totalidade da cadeia de valor

1%

Nenhuma

Internacionalização via investimento directo

69% das empresas que responderam ao inquérito consideram que o processo de internacionalização se deverá efectuar via investimento directo, isto é, através da constituição de veículos societários locais ou da aquisição de partes de capital de sociedades já presentes no país de destino.

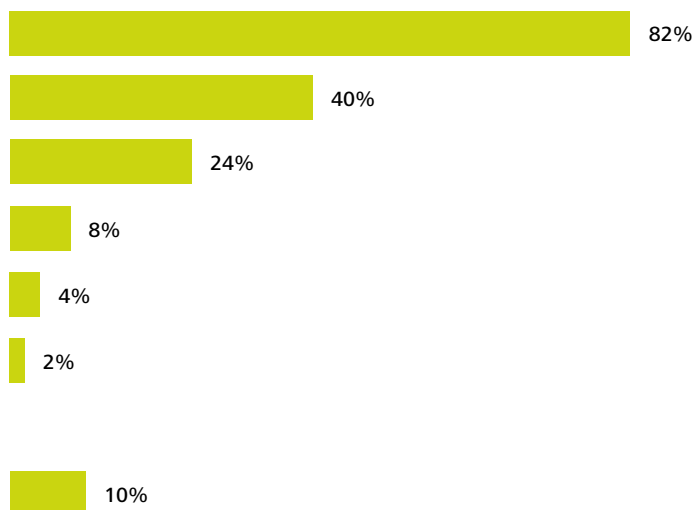
69% Consideram a internacionalização via investimento directo

Realce para a intenção de serem estabelecidas parcerias com entidades locais e para a preferência pela actuação em apenas uma das fases da cadeia de valor do produto.

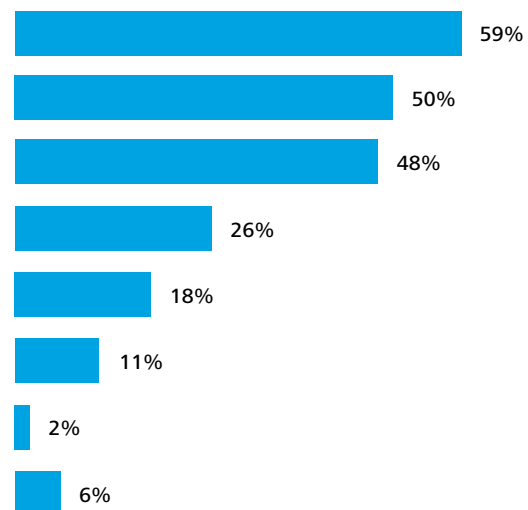


Estruturas de financiamento

Estruturas de financiamento já utilizadas...



Estruturas de financiamento que consideram utilizar...



Auto financiamento

Financiamento bancário

Incentivos públicos de natureza financeira ou fiscal

Investidores privados

Empresas de capital de risco

Project Finance

Colocação do capital em bolsa

Nenhuma

Estruturas de financiamento

No processo de internacionalização das empresas que aceitaram participar no presente estudo, o autofinanciamento assume uma relevância preponderante no conjunto das fontes de financiamento disponíveis.

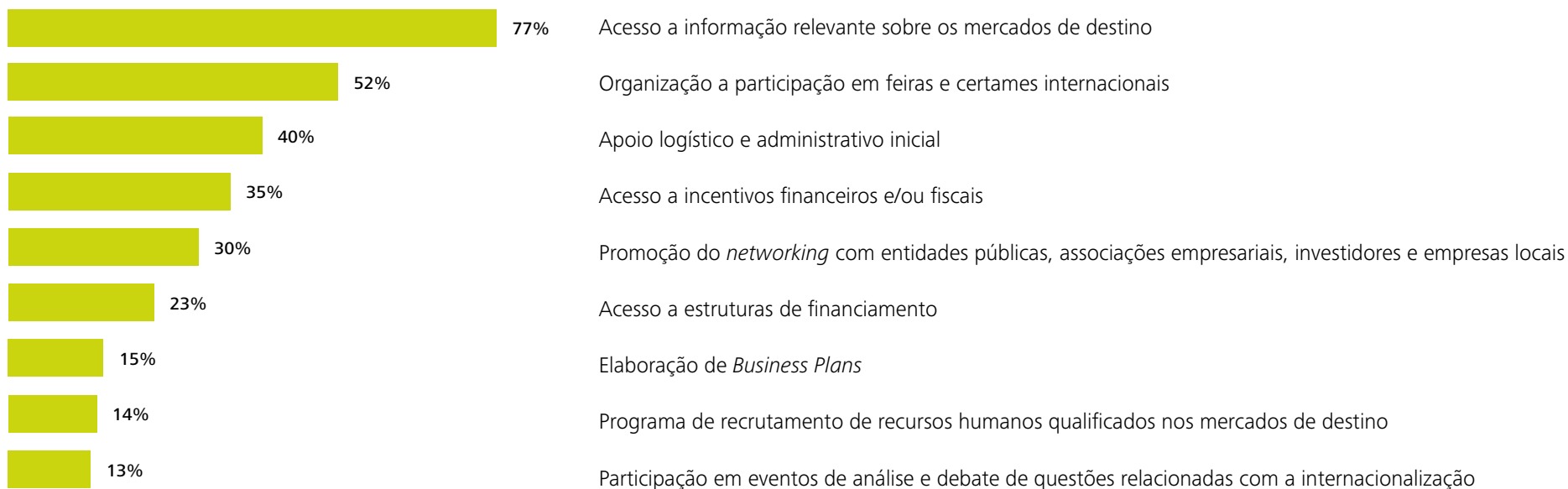
O autofinanciamento assume uma relevância preponderante no conjunto das fontes de financiamento disponíveis

Contudo, o financiamento bancário e os incentivos públicos de natureza financeira ou fiscal deverão, no futuro, assumir uma importância crescente.



Serviços mais relevantes na fase de preparação

Serviços mais relevantes



Para os sectores Agro-Alimentar e Indústria Transformadora a “Organização e participação em feiras e certames internacionais” é o serviço mais relevante na fase de preparação, assim como, a “Promoção do *networking* com entidades públicas, associações empresariais, investidores e empresas locais” é o serviço mais relevante para os sectores de Tecnologia, Media e Telecomunicações e Prestação de serviços.

Serviços mais relevantes na fase de preparação

No momento da definição dos contornos do projecto de internacionalização, as empresas participantes no inquérito atribuem importância ao acesso a informação relevante sobre os mercados de destino.

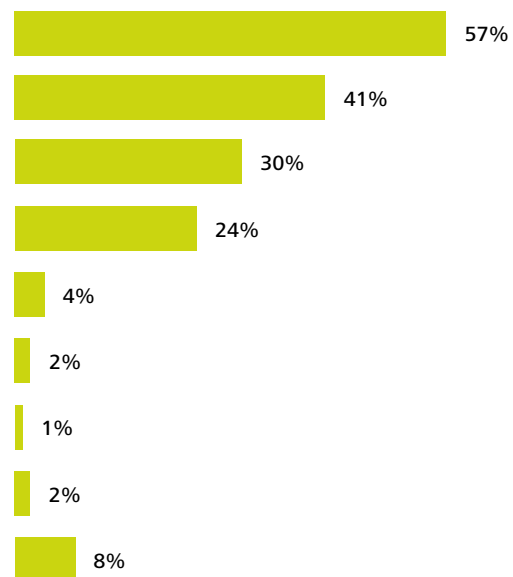
Para as empresas dos sectores agroalimentar e da indústria transformadora, o serviço mais relevante prende-se com a presença em feiras e certames internacionais

Ainda assim, para as empresas dos sectores agroalimentar e da indústria transformadora, o serviço mais relevante prende-se com a presença em feiras e certames internacionais, enquanto que as empresas de tecnologia, media e telecomunicações e, bem como, as prestadoras de serviços atribuem maior valor ao *networking* com entidades públicas, associações empresariais, investidores e com empresas locais.

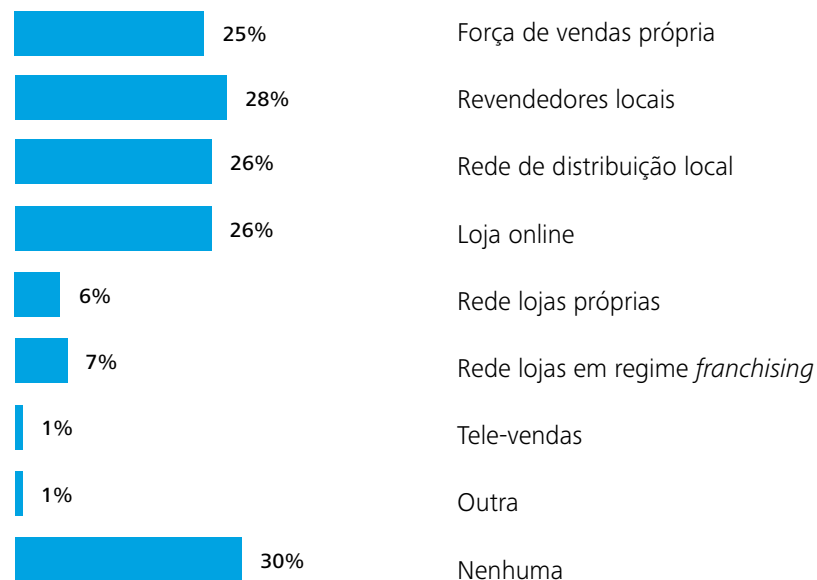


Disponibilização dos produtos/serviços

Como disponibilizam os produtos



Como pensam vir a disponibilizar



Disponibilizam através de

- **Revendedores locais:** Agro-alimentar - 71%; Indústria transformadora - 48%
- **Rede de distribuição local:** Agro-alimentar - 58%

Disponibilização dos produtos/serviços

No processo de internacionalização, as empresas que aceitaram participar no presente estudo ainda privilegiam o envolvimento de recursos humanos na disponibilização dos produtos ou serviços, nomeadamente através de força de vendas própria (57%), revendedores locais (41%) ou rede de distribuição local (30%). Neste contexto, refira-se que apenas 24% das empresas que participam na análise efectuada utiliza a loja *online* como plataforma de disponibilização dos seus produtos/serviços.

24% das empresas utiliza a loja *online* como plataforma de disponibilização dos seus produtos/serviços



Volume de negócios realizado no exterior

Volume de negócios em 2011

| | Total | Menos de 1.000.000€ | Entre 1.000.000€ e 5.000.000€ | Entre 5.000.000€ e 10.000.000€ | Entre 10.000.000€ e 25.000.000€ | Acima de 25.000.000€ |
|-----------------|-------|---------------------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|----------------------|
| 0% | 5% | 7% | 4% | 0% | 9% | 0% |
| Entre 1% e 15% | 33% | 36% | 33% | 28% | 38% | 12% |
| Entre 15% e 50% | 26% | 25% | 28% | 30% | 18% | 28% |
| Mais de 50% | 35% | 32% | 35% | 43% | 35% | 60% |

Uma percentagem significativa das empresas que responderam ao presente inquérito (35%) realiza mais de 50% do seu volume de negócios no exterior, sendo que se verifica uma correlação positiva entre o volume de negócios das empresas em questão e a sua exposição aos mercados internacionais.

Sector de Actividade

| | Total | Agro-alimentar | Indústria transformadora | Construção e imobiliário | Comércio por grosso ou a retalho | Tecnologia, media e telecom. | Prestação de serviços |
|-----------------|-------|----------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------------|------------------------------|-----------------------|
| 0% | 5% | 4% | 1% | 3% | 4% | 4% | 13% |
| Entre 1% e 15% | 33% | 31% | 26% | 50% | 38% | 48% | 35% |
| Entre 15% e 50% | 26% | 29% | 26% | 33% | 23% | 22% | 27% |
| Mais de 50% | 35% | 36% | 47% | 13% | 34% | 26% | 25% |

Na perspectiva de segmentação por sector de actividade das empresas que responderam ao presente inquérito, verifica-se que a indústria transformadora é a que está mais exposta aos mercados internacionais, por oposição às empresas do segmento de construção e imobiliário.



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.