



CADERNO TEMÁTICO

Sensibilização das

PME's

Internacionalização

PROJETO COFINANCIADO POR



UNião Europeia
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

ÍNDICE

OBJETIVOS DO PROJETO INTERNACIONALIZAR + ALGARVE.....	3
PROMOTORES DO PROJETO	4
PARCEIROS NO PROJETO.....	5
TERRITÓRIO	6
SECTORES ECONÓMICOS ALVO	7
INTRODUÇÃO	8
CARACTERIZAÇÃO DA ECONOMIA DO TERRITÓRIO	10
SÍNTESE ESTATÍSTICA	18
INTERNACIONALIZAR – UM IMPERATIVO ESTRATÉGICO.....	21
INFORMAÇÃO E APOIO À CONSTRUÇÃO DE UM PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO.....	28

OBJETIVOS DO PROJETO INTERNACIONALIZAR + ALGARVE

- Estratégico

Potenciar o sucesso da internacionalização das PME's localizadas nos territórios de baixa densidade do Algarve, especialmente nos setores do Turismo e Lazer, Mar e Agro-Alimentar, através de um melhor conhecimento sobre os mercados e do estímulo a iniciativas coletivas de cooperação interempresarial, para a internacionalização dos bens e serviços produzidos na região, assente na Estratégia Regional de Especialização Inteligente (EREI Algarve)

- Operacionais

O projeto INTERNACIONALIZAR+ ALGARVE tem sete objetivos operacionais, diretamente indexados às principais atividades, e bem assim à contribuição para ultrapassar as falhas de mercado identificadas:

- Apresentar o projeto às empresas da Região através de uma operação descentralizada pelos municípios, sensibilizar as empresas para a Internacionalização e identificar empresas com potencial de internacionalização;
- Avaliar o potencial de internacionalização da Região nos setores do Turismo e Lazer, Mar e Agro-Alimentar (*smart specialisation*) e identificação dos mercados internacionais não tradicionais com potencial de penetração;
- Criar e animar grupos de colaboração setoriais para a internacionalização;
- Caracterizar os novos mercados-alvo | Avaliar do Grau de Penetração nesses mercados dos setores / fileiras identificados;
- Realizar ações exploratórias nos mercados-alvo internacionais;
- Elaborar Guias de Ação para a Internacionalização dos setores económicos/fileiras;
- Divulgar os objetivos, atividades, resultados e produtos do projeto.

PROMOTORES DO PROJETO

São Promotores do Projeto INTERNACIONALIZAR + ALGARVE:

- NERA – Associação Empresarial da Região do Algarve
- UAIG – Universidade do Algarve

Os copromotores decidiram aliar-se por entenderem que as respetivas áreas de competência e experiência no desenvolvimento de projetos traria valor para os beneficiários do projeto - as empresas dos setores Turismo e Lazer, Mar e Agroalimentar e Floresta dos territórios de baixa densidade do Algarve, e as empresas do setor do Turismo e Lazer. Em traços gerais, o NERA, contribui para o sucesso do projeto através do seu conhecimento, ligação e proximidade com o tecido empresarial da região, permitindo aproximar as atividades do projeto às necessidades das empresas. Por seu turno, a Universidade do Algarve, irá contribuir com o conhecimento acumulado sobre a região, e ainda para a introdução de fatores de inovação na capacitação das empresas participantes.

Para além do seu contributo individual, os copromotores beneficiam ainda da experiência em colaborações em projetos anteriores, nomeadamente o projeto Algarve 2015 e o projeto Intersector, no âmbito do PO Algarve 21, onde as abordagens colaborativas propostas foram utilizadas com sucesso em prol do desenvolvimento das empresas. Como tal, antevê-se uma boa articulação e desenvolvimento das atividades previstas entre os copromotores, e uma adequação das metodologias propostas aos objetivos visados.



VALORIZAÇÃO DOS
RECURSOS DA REGIÃO
DO ALGARVE

PARCEIROS NO PROJETO

São Parceiros do Projeto INTERNACIONALIZAR + ALGARVE:

- AMAL – Associação de Municípios do Algarve
- Municípios:
 - Alcoutim
 - Aljezur
 - Castro Marim
 - Loulé
 - Monchique
 - Silves
 - Tavira
 - Vila do Bispo
- Associações de Desenvolvimento Local:
 - In Loco
 - Terras do Baixo Guadiana
 - Odiana
 - Vicentina



TERRITÓRIO

Territórios de Baixa Densidade do Algarve:

- Municípios:
 - Alcoutim
 - Aljezur
 - Castro Marim
 - Loulé, apenas as Freguesias:
 - Alte
 - Ameixial
 - Querença/Tôr/Benafim
 - Salir
 - Monchique
 - Silves, apenas a Freguesia:
 - São Marcos da Serra
 - Tavira, apenas as Freguesias:
 - Cachopo
 - Santa Catarina da Fonte do Bispo

PROJETO COFINANCIADO POR



SECTORES ECONÓMICOS ALVO

- Turismo e Lazer
 - Atividades de alojamento
 - Atividades do património imobiliário
 - Atividades culturais e de animação
 - Atividades dos produtos locais
 - Atividades da alimentação
 - Atividades da saúde e bem-estar
- Agro-Alimentar
 - Produção agro-alimentar e florestal
 - Transformação dos produtos agro-alimentares e floresta
 - Investigação para valorização da cadeia agro-alimentar e florestal
 - Desenvolvimento de novos produtos e equipamentos de apoio
 - Serviços e produtos complementares à cadeia de valor
 - Valorização do mercado turístico de proximidade
- Mar
 - Transformação dos produtos do mar
 - Pescas e aquacultura
 - Turismo náutico
 - Outras atividades de animação
 - Investigação e exploração de outros recursos marinhos
 - Outras atividades de investigação e valorização do mar

INTRODUÇÃO

O Projeto INTERNACIONALIZAR + ALGARVE, assenta e está alinhado com as principais opções estratégicas para a região, desenhadas no âmbito da Estratégia Regional de Investigação e Inovação para a Especialização Inteligente do Algarve (RIS3 Algarve) do CRESC ALGARVE 2020 e cujo objetivo central, tal como anteriormente referido, é o de potenciar o sucesso da internacionalização das PME's localizadas nos territórios de baixa densidade do Algarve, especialmente nos sectores do Turismo e Lazer, Mar e Agro-Alimentar, através de um melhor conhecimento sobre os mercados e do estímulo a iniciativas coletivas de cooperação interempresarial, para a internacionalização dos bens e serviços produzidos na região pretendendo-se, assim, reforçar a notoriedade internacional da marca Algarve e, no âmbito do sector do turismo, reforçar a criação de massa crítica para uma promoção conjunta de produtos complementares ou em desenvolvimento que permitam atenuar a sazonalidade.

Para as PME's, prosseguir o caminho da globalização, internacionalizando as suas atividades, mais do que um desígnio, é uma necessidade. Neste contexto, a criação de capacidades de gestão e de uma intervenção comercial progressiva em mercados externos, associada à criação de condições base para um desenvolvimento harmonioso das suas vantagens competitivas é são condições essenciais para o sucesso do seu crescimento e da sua competitividade sustentada.

Para muitas micro e pequenas empresas da região, à semelhança do que ocorre um pouco por todo o país, as fronteiras nacionais ainda representam uma barreira significativa à expansão das suas atividades e ainda dependem, em grande parte ou exclusivamente, do que vendem no mercado nacional e, apesar das vantagens, "ir para o estrangeiro" constitui ainda um passo difícil para a maior parte delas, se bem que, aceitem que existe uma relação direta entre a internacionalização e o aumento da sua rentabilidade e que uma internacionalização proactiva reforça o seu crescimento, aumenta a sua competitividade e apoia a sua viabilidade no médio e longo prazo.

Porque vivendo num mundo globalizado, muitas vezes incerto e imprevisível, cada vez mais, estas empresas devem ter uma atitude aberta e inovadora, flexível mas decidida que lhes permita fazer frente aos desafios dum mercado global, cada vez mais competitivo.

No seu horizonte estratégico as empresas participantes devem ponderar, simultaneamente, as oportunidades e as ameaças, não só as de ordem nacional, mas também as de natureza internacional. Não devem, por isso, limitar as suas possibilidades de negócio às suas condições atuais

procurando, ao invés, identificar áreas de procura onde o seu desempenho, comparativamente com o dos seus concorrentes, possa ser maior, ainda que para isso tenham de proceder a adaptações nos seus produtos/serviços, face às necessidades dos novos clientes.

Por isso e para isso, na implementação do projeto serão tidos em conta o conjunto das oportunidades e das ameaças que a envolvente proporciona, assim como, os pontos fortes e fracos quer da envolvente quer do tecido empresarial que marca presença ajudando-o a aprender a capitalizar nos pontos fortes e a minimizar seletivamente os pontos fracos.

Por outro lado o tecido empresarial da região, particularmente ao nível das Microempresas e das Pequenas Empresas, apresenta uma incapacidade crónica para a montagem e para o desenvolvimento de estratégias de associação entre elas, tendo como objetivo principal a resposta a solicitações que constituem oportunidades de negócio, sem que, de forma isolada, tenham dimensão, recursos, sejam técnicos, engenharias do produto, do processo de fabrico e da qualidade, humanos ou financeiros e massa crítica para se poderem posicionar como potenciais vencedoras, constatando-se, assim, o eventual desperdício de fatores de competitividade que importa combater e minimizar, o que o Projeto INTERNACIONALIZAR + ALGARVE também se propõe executar.

NOTA: RIS3 disponível em http://poalgarve21.ccdr-alg.pt/site/sites/poalgarve21.ccdr-alg.pt/files/2014-2020/ris3_algarve_2014-2020_pt_v10.5_8_2_2015_verfinal.pdf

CARACTERIZAÇÃO DA ECONOMIA DO TERRITÓRIO

Algarve, Território e População; Ano 2014

	ÁREA	POPULAÇÃO RESIDENTE	DENSIDADE POPULACIONAL
	Km ²	Número	Hab/Km ²
Alcoutim	575	2.544	4,4
Aljezur	324	5.629	17,4
Castro Marim	301	6.493	21,6
Monchique	395	5.552	14,1
Vila do Bispo	179	5.202	29,1
<i>Loulé</i>	<i>764</i>	<i>69.230</i>	<i>90,6</i>
<i>Silves</i>	<i>680</i>	<i>36.562</i>	<i>53,8</i>
<i>Tavira</i>	<i>607</i>	<i>25.511</i>	<i>42,0</i>
Total Algarve	4.997	441.468	88,3
Portugal	92.225	10.383.494	112,5

Algarve, Empresas segundo o escalão de pessoal ao serviço; Ano 2013

	Micro	Pequenas	Médias	Grandes	Total
	Número				
Alcoutim	285	3	0	0	288
Aljezur	735	9	0	0	744
Castro Marim	613	13	1	0	627
Monchique	703	11	1	0	715
Vila do Bispo	731	17	3	0	751
<i>Loulé</i>	<i>9.218</i>	<i>312</i>	<i>32</i>	<i>7</i>	<i>9.569</i>
<i>Silves</i>	<i>3.849</i>	<i>91</i>	<i>3</i>	<i>0</i>	<i>3.943</i>
<i>Tavira</i>	<i>2.839</i>	<i>52</i>	<i>5</i>	<i>0</i>	<i>2.896</i>
Total Algarve	52.972	1.494	145	14	54.625
Portugal	1.057.453	34.140	5.125	774	1.097.492

PROJETO COFINANCIADO POR

Algarve, Sociedades e Sociedades das Indústrias Transformadoras por Município da Sede; Ano 2013

	Sociedades	Soc. Ind. Transf.
	Número	
Alcoutim	91	9
Aljezur	205	13
Castro Marim	186	9
Monchique	149	10
Vila do Bispo	220	7
<i>Loulé</i>	<i>3.394</i>	<i>121</i>
<i>Silves</i>	<i>987</i>	<i>66</i>
<i>Tavira</i>	<i>800</i>	<i>25</i>
Total Algarve	17.007	707
Portugal	355.660	37.583

Algarve, Pessoal ao serviço das Empresas por Município da Sede; Ano 2013

	Pessoal
	Número
Alcoutim	449
Aljezur	1.230
Castro Marim	1.202
Monchique	1.242
Vila do Bispo	1.926
<i>Loulé</i>	<i>26.535</i>
<i>Silves</i>	<i>7.548</i>
<i>Tavira</i>	<i>5.701</i>
Total Algarve	127.591
Portugal	3.373.518

Algarve, Volume de Negócios das Empresas por Município da Sede; Ano 2013

	Vol. Negócios
	Milhares €
Alcoutim	12.467
Aljezur	51.199
Castro Marim	39.886
Monchique	46.772
Vila do Bispo	85.848
<i>Loulé</i>	<i>1.360.633</i>
<i>Silves</i>	<i>358.849</i>
<i>Tavira</i>	<i>202.548</i>
Total Algarve	6.106.188
Portugal	317.333.214

Algarve, Comércio Internacional Declarado de Mercadorias de Operadores com Sede na Região, por Classificação por Grandes Categorias Económicas; Ano 2014

	Total Algarve	
	Exportações	Importações
	Milhares €	
Produtos alimentares e bebidas	77.728	99.494
Fornecimentos industriais não especificados noutras categorias	26.917	54.724
Combustíveis e lubrificantes	59	1.128
Máquinas, outros bens de capital (exceto material de transporte) e seus acessórios	12.502	21.178
Material de transporte e acessórios	4.976	13.243
Bens de consumo não especificados noutras categorias	20.967	27.988
Bens não especificados noutras categorias	2	119
Total	143.153	217.873

PROJETO COFINANCIADO POR

Algarve, Comércio Internacional Declarado de Mercadorias de Operadores com Sede na Região por País de Destino (Principais Destinos); Ano 2014

	Exportações Algarve
	Milhares €
Espanha	58.485
Angola	14.080
Holanda	10.167
Itália	9.861
França	9.393
Reino Unido	6.091
Alemanha	4.770
Bélgica	3.848
Japão	2.696
Moçambique	2.260

Algarve, Comércio Internacional Declarado de Mercadorias por Município da Sede, Exportações e Importações; Ano 2014

	EXPORTAÇÕES		
	INTRA-UE	EXTRA-UE	TOTAL
	Milhares de €		
Alcoutim	0	9	9
Aljezur	5.134	130	5.264
Castro Marim	91	94	185
Monchique	184	726	910
Vila do Bispo	0	3	3
<i>Loulé</i>	<i>12.791</i>	<i>5.429</i>	<i>18.219</i>
<i>Silves</i>	<i>9.499</i>	<i>1.333</i>	<i>10.832</i>

<i>Tavira</i>	3.729	310	4.039
Total Algarve	108.368	34.785	143.153
Portugal	34.098.625	14.006.008	48.104.633

IMPORTAÇÕES			
	INTRA-UE	EXTRA-UE	TOTAL
Milhares de €			
Alcoutim	2.415	350	2.764
Aljezur	1.115	76	1.192
Castro Marim	1.094	43	1.137
Monchique	0	98	98
Vila do Bispo	686	37	723
<i>Loulé</i>	<i>55.694</i>	<i>6.974</i>	<i>62.668</i>
<i>Silves</i>	<i>9.672</i>	<i>171</i>	<i>9.844</i>
<i>Tavira</i>	<i>5.372</i>	<i>242</i>	<i>5.614</i>
Total Algarve	198.997	18.876	217.873
Portugal	44.102.227	14.874.182	58.976.409

Algarve, Agricultura e Floresta; Ano 2014

	Produção Vinícola Declarada Expressa em Mosto	Árvores de Fruto e Oliveiras Vendidas
	Hectolitros	Número de Pés
Alcoutim	0	290
Aljezur	0	445
Castro Marim	0	12.607
Monchique	0	9.685
Vila do Bispo	50	0
<i>Loulé</i>	<i>577</i>	<i>7.295</i>
<i>Silves</i>	<i>3.156</i>	<i>44.188</i>
<i>Tavira</i>	<i>170</i>	<i>27.683</i>
Total Algarve	10.679	182.138
Portugal	6.033.268	2.812.333

Algarve, Pesca; Ano 2014

	Capturas Nominais de Pescado	Pescadores(as) matriculados(as) em 31.12	Embarcações com e sem motor	Valor médio do total da pesca descarregada	Produção na Aquacultura	
	Tonelada	Número	Número	€/kg	Tonelada	Milhares €
Total Algarve	22.260	2.923	1.793	2,47	4.413	27.279
Portugal	119.890	16.779	8.177	2,02	9.955	53.796

Algarve, Energia; Ano 2014

	Produção Bruta Total de Eletricidade
	kwh
Total Algarve	602.369.942
Portugal	51.470.191.649

Algarve, Turismo, Estabelecimentos, Capacidade de Alojamento, Hóspedes, Dormidas e Proveitos de Aposento por Município; Ano 2014

	Estabeleciment. Total	Capacidade Alojamento	Hóspedes	Dormidas	Proveitos de Aposento
	Número				Milhares €
Alcoutim	0	0	n/d	n/d	n/d
Aljezur	17	474	12.483	32.977	1.591
Castro Marim	7	1.022	n/d	n/d	n/d
Monchique	9	231	8.759	20.379	699
Vila do Bispo	21	2.157	85.753	280.359	15.952
<i>Loulé</i>	<i>84</i>	<i>15.665</i>	<i>575.645</i>	<i>2.271.927</i>	<i>93.591</i>
<i>Silves</i>	<i>13</i>	<i>2.794</i>	<i>50.098</i>	<i>281.819</i>	<i>7.774</i>
<i>Tavira</i>	<i>20</i>	<i>4.680</i>	<i>170.539</i>	<i>697.992</i>	<i>13.945</i>
Total Algarve	560	117.629	3.669.497	16.591.548	504.150
Portugal	3.578	342.497	17.301.622	48.711.366	1.627.176

Algarve, Turismo no Espaço Rural; Ano 2014

	Total Estabelecimen.	Quartos	Capacidade Alojamento	Hóspedes	Dormidas
	Número			Milhares	
Total Algarve	40	354	772	23	74
Portugal	883	6.511	13.733	372	856

Algarve, Ciência e Tecnologia; Ano 2013

	Despesa em I&D no PIB	Despesa Total em I&D	Unidades de Investigação
	% (Valor Preliminar)	Milhares €	Número
Total Algarve	0,37	26.418	75
Portugal	1,33	2.258.471	3.549

Fonte: INE; Anuário Estatístico da Região Algarve;

https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=224764905&PUBLICACOESmodo=2

PROJETO COFINANCIADO POR

SÍNTESE ESTATÍSTICA

A relevância das Pequenas e Médias Empresas (PME) enquanto base de sustentação da dinâmica das economias europeias em geral, e da Região do Algarve em particular, reflete-se na sua contribuição para a criação de emprego e riqueza. Em Portugal as PME são responsáveis por 79% do emprego criado por conta de outrem, e 60% do volume de negócios – nos territórios de baixa densidade do Algarve estas percentagens atingem os 90% e 75%, respetivamente. Deste modo, o sucesso daquelas regiões está diretamente relacionado com a forma como se promove, estimula e apoia o desenvolvimento do tecido empresarial local.

Tendo em conta a pequena dimensão das empresas, importa pois apoiar o reforço das suas capacidades para que possam ser mais competitivas nos mercados externos. Dada a reduzida dimensão média das empresas, o Projeto INTERNACIONALIZAR+ ALGARVE promoverá a cooperação interempresas, potenciando ganhos de dimensão que permitam uma abordagem consequente a mercados internacionais não convencionais.

As 54.625 empresas sediadas na Região do Algarve representam cerca de 5% do tecido empresarial do país. A decomposição do tecido empresarial na Região do Algarve é semelhante à nacional, revelando uma base produtiva constituída essencialmente por PME, que representam 99,97% do tecido empresarial, sendo a quase totalidade destas micro empresas. 35,40% das empresas da Região do Algarve situam-se nos territórios de baixa densidade, incluindo os municípios que são apenas parcialmente abrangidos por aquele estatuto. Estes fatores justificam a particular atenção dada às PME no âmbito do projeto INTERNACIONALIZAR+ ALGARVE.

Um outro dado importante e que justifica o modelo de comunicação descentralizada, através dos municípios e freguesias, de aproximação às empresas proposto no Projeto INTERNACIONALIZAR+ ALGARVE prende-se com a elevada dispersão territorial das empresas dos territórios de baixa densidade da Região do Algarve, sendo uma das áreas do país com menor densidade territorial de empresas – apenas cinco empresas por Km², comparando com uma média nacional de doze.

A região do Algarve tem registado um saldo negativo da balança comercial nos últimos anos, apesar da contração das importações registada nos anos mais recentes em virtude da crise económica que Portugal atravessou. Importa no quadro do projeto INTERNACIONALIZAR+ ALGARVE promover e consolidar atividades e tarefas que contribuam para ampliar a base produtiva da região, com a integração de novas empresas nos processos exportadores, e além disso encontrar mercados não

convencionais para diversificar o portefólio de países destinatários, e assim contribuir para alcançar um saldo positivo.

Não obstante, o ainda incipiente crescimento da atividade económica no mercado interno tem causado dificuldades, e nesse sentido, o projeto INTERNACIONALIZAR+ ALGARVE procura posicionar-se como um canal para desenvolver e aprofundar as oportunidades de internacionalização das empresas dos territórios de baixa densidade do Algarve, e assim promovê-la no quadro global da contribuição para o desempenho externo da economia portuguesa.

O Algarve tem tido desde 2012 um comportamento instável, mas globalmente convergente com a tendência global da economia portuguesa em matéria de exportações, fruto de um crescimento sensível, em termos nominais em 2014. Os territórios de baixa densidade registaram um abrandamento na ordem dos 2,87% face a 2013, e o seu peso relativo nas exportações da Região do Algarve ficou-se pelos 27,57%, justificando as intervenções agora propostas.

Os principais mercados de destino das exportações das empresas sedeadas no Algarve são Espanha (39,58%), Angola (9,69%), Países Baixos (7,23%), Itália (6,84%) e França (6,69%). Os produtos agrícolas constituem a principal categoria de produtos exportados pela região do Algarve, com 55,72% do total do valor transacionado para o exterior. As máquinas e aparelhos registaram nos últimos três anos um forte crescimento no volume transacionado para o exterior representando já a segunda rúbrica com 9,50% do total. Os químicos representam 8,24% e os produtos alimentares 6,01%, constituindo algumas das principais categorias de produtos exportados pela região do Algarve.

O Algarve conta-se entre as regiões menos importadoras do Continente, com cerca de 0,37% do total das importações nacionais. Em contraciclo com a economia nacional o Algarve, e em particular os territórios da baixa densidade registaram um abrandamento das importações, na ordem de 1,30% e 6,42%, respetivamente.

A taxa de cobertura das importações pelas exportações da Região do Algarve é negativa – a percentagem de compras de bens e serviços ao resto do mundo fica aquém da venda de bens e serviços ao resto do mundo. As ações previstas no projeto INTERNACIONALIZAR+ ALGARVE visam inverter esta tendência através da valorização e promoção dos produtos dos territórios algarvios de baixa densidade junto de mercados emergentes e com forte potencial de crescimento.



VALORIZAÇÃO DOS
RECURSOS DA REGIÃO
DO ALGARVE

Os territórios de baixa densidade registaram um abrandamento nas importações na ordem dos 6,42% face a 2013 – mais pronunciado do que o registado na Região do Algarve globalmente considerada – e o seu peso relativo nas exportações da Região do Algarve foi de 38,57%. Deste ponto de vista, a realidade do comércio externo dos territórios de baixa densidade justifica a importância no projeto INTERNACIONALIZAR+ ALGARVE.

PROJETO COFINANCIADO POR



INTERNACIONALIZAR – UM IMPERATIVO ESTRATÉGICO

Algumas notas de apoio inicial e a ter em conta no desenvolvimento de um processo de internacionalização.

Para as PME (que constituem a base do tecido empresarial português), prosseguir o caminho da globalização, internacionalizando as suas atividades, mais do que um designio, é uma necessidade. Neste contexto, a criação de capacidades de gestão e de uma intervenção comercial progressiva em mercados externos, associada à criação de condições base para um desenvolvimento harmonioso das vantagens competitivas das empresas, é uma condição essencial para o sucesso do crescimento e da competitividade sustentada das empresas.

Assim, sendo certo que a internacionalização das empresas as ajuda a criar valor, desde logo, torna-se necessário responder às seguintes perguntas:

- Posso internacionalizar a minha empresa? Seja, tenho produto/serviço? Tenho tempo para me dedicar ao processo de internacionalização? Tenho meios financeiros disponíveis?
- Para onde?
- Como internacionalizar? Cujas resposta é: tudo preparando, antes do “tiro de partida”

Condições prévias:

- Assumir o compromisso de o fazer, isto é, enfrentar a concorrência internacional nos seus próprios mercados.
- Ao assumir o compromisso de exportar, o empresário exprime a sua vontade de expandir a atividade da sua empresa, aceitando riscos razoáveis como contrapartida da expectativa de um aumento de faturação e de uma maior rentabilidade.
- Este tipo de atitude é muito importante, mesmo que a empresa ainda não esteja em condições de exportar, na medida em que, revela a determinação de proceder aos necessários ajustamentos para o vir a fazer, no futuro.

Notas:

1 - Todas as atividades empresariais exigem um compromisso inicial. De cada vez que uma empresa coloca um novo produto no mercado, abre novas instalações ou lança uma nova campanha de promoção, assume um novo compromisso. Sendo a vocação exportadora transversal na economia portuguesa e admitindo que as questões técnicas nas vendas internacionais são bastante diferentes das utilizadas nas vendas no mercado interno, a verdade é que estas matérias se encontram razoavelmente normalizadas e disponíveis.

2 - Uma vez adquiridos os conhecimentos indispensáveis e dominada a linguagem do comércio internacional, exportar não apresenta maior complexidade do que vender para o mercado interno.

Definir um Plano Estratégico Internacional, no qual:

- Se consubstancie o desenvolvimento e o aperfeiçoamento do compromisso de se internacionalizar.
- Devem ser tidos em conta a análise prévia dos recursos e do potencial exportador, em paralelo com os estudos/pesquisa e seleção de mercados alvo, conciliando estes com a ponderação dos custos/forma de entrada nos mercados.

Identificar os fatores críticos de sucesso dos negócios (as áreas onde convém ter excelência, pois correspondem às características do produto ou serviço que são mais valorizadas na decisão de compra).

Deter vantagens competitivas (pontos fortes) face à concorrência, nomeadamente em áreas especializadas ou a servir nichos/segmentos de mercado previamente identificados.

Desenvolver capacidades de fazer/produzir diferentes, transmitindo valor acrescentado ao cliente e afirmando uma imagem corporativa de excelência.

Potenciar ao máximo a informação estratégica relevante disponível e fidedigna que permita o conhecimento dos mercados e das oportunidades de negócio neles geradas.

Poder recrutar recursos humanos (quadros superiores e intermédios especializados, motivados e com formação em internacionalização), técnicos (sistemas de informação adequados) e financeiros (estrutura de capitais equilibrada) que permitam controlar e sustentar todo este processo.

Deter capacidades de gestão interativa e de organização mínimas mas adequadas à maior complexidade dos processos de exportação.

Criar uma estrutura mínima para as suas atividades de marketing.

Ter uma atuação prudente, responsável e gradual, com aderência à realidade da empresa.

Encarar o processo de internacionalização como um processo de aprendizagem contínuo ao longo do qual a empresa vai retirando lições que lhe irão ser valiosas no futuro à medida que aprofunda a sua experiência internacional.

O processo de internacionalização de uma empresa envolve duas decisões críticas:

- Para onde internacionalizar?
- Como internacionalizar?

Estratégia de internacionalização

Não existe uma estratégia única que possa ser adotada por toda e qualquer empresa e que seja garantia de sucesso.

Acredita-se que as estratégias construídas numa lógica de consistência interna, baseada no conhecimento dos recursos e das oportunidades, acabam por se enquadrar num padrão de atuação dentro da diversidade das hipóteses de uma estratégia de sucesso.

As vantagens competitivas de uma empresa resultam da sua capacidade para desempenhar as atividades necessárias a um custo total inferior ao dos seus concorrentes, ou exercer certas atividades de uma forma exclusiva de tal modo que, gere valor para o cliente, justificando o adicional de preço.

Qualquer processo de internacionalização, seja qual for a estratégia adotada, implica:

- Benefícios
- Vantagens
- Custos
- Riscos

Autodiagnóstico

A empresa tem ou não tem capacidade para exportar?

- Capacidade financeira - Aumentam as necessidades de financiamento, dos custos de marketing, das deslocações, da prospeção de mercados e, eventualmente, investimentos no aumento de produção

- Recursos Humanos, número, formação e disponibilidade
- Produtos/Serviços, são exportáveis, são competitivos, têm qualidade
- Rede de contactos
- Parceiros internacionais, adequados aos objetivos de internacionalização
- Que impacto terá a concretização da internacionalização nas normais actividades da empresa

Prospecção de mercado – como é que a empresa se dará a conhecer? Como é que vai encontrar clientes?

- Exploração de mercados
- Em que feiras participar
- Em que missões empresariais participar
- Bases de dados
- Estudos de mercado

Que produtos/serviços podem ser exportados? Que adaptações são necessárias?

Especial atenção deverá ser dada a:

- Especificações técnicas, *design*, embalagem, qualidade, características funcionais, adaptação a necessidades específica dos mercados, preços
- Novos desenvolvimentos
- Concorrência
- Tendências do mercado
- Hábitos de consumo dos mercados
- Perceção do mercado
- Como diferenciar os produtos/serviços
- Canais de distribuição a utilizar
- Restrições legais e especificações técnicas exigidas
- Certificações exigidas

Preços – qual o preço adequado para os produtos/serviços a exportar?

- O preço é um fator fundamental na venda, sendo o seu cálculo um elemento crítico quando se vende no mercado internacional
- Objetivos gerais da empresa, em função dos critérios e contingências particulares dos mercados de exportação e não necessariamente partindo do preço no mercado nacional

- Custos com eventuais adaptações aos mercados de exportação
- Marketing local
- Transporte
- Seguros
- Formas de pagamento
- Eventuais taxas de câmbio

Formalidades – que documentos são necessários para exportar?

- O conhecimento prévio das formalidades a cumprir é vital para o sucesso do processo de exportação
- Documentos oficiais e certificados
- Documentos de transporte
- Documentos Aduaneiros, INTRASTAT, Documento Administrativo Único

Superar barreiras – que entraves podem ser colocados à empresa no seu processo de exportação?

São várias e de diferente natureza:

- Formais:
 - Existência de legislação que não favorece as importações de produtos e serviços, através da aplicação de taxas alfandegárias especificadas nas pautas aduaneiras em vigor
 - Contingentação
 - Licenças, inspeções, medidas sanitárias
 - Regulamentação técnica e Normas Industriais
- Informais:
 - Condições de transporte e de armazenagem e custos respetivos
 - Concorrência e preços baixos
 - Canais de distribuição
 - Divergências nos hábitos de consumo, culturais, de interpretação de mensagens, imagens e símbolos, linguísticas, rotulagem, e outros
 - Excesso de burocracia e lentidão de processos

Transporte e logística – qual o melhor meio de transporte e que INCOTERMS?

- Rodoviário, ferroviário, marítimo, aéreo

- Meios de transporte após desalfandegamento
- Custos de transporte e de armazenagem
- Inspeções na origem e no destino

INCOTERMS 2010

- Disponível em: <http://www.iccwbo.org/>
- Publicados pela Câmara de Comércio Internacional
- Direito privado (necessária a menção no contrato)
- Não se aplica ao contrato de transporte nem ao seguro
- Determinam:
 - Distribuição de custos entre vendedor e comprador
 - Local de entrega da mercadoria
 - Quem suporta o risco do transporte
 - Quem assume a responsabilidade pelo pagamento dos direitos aduaneiros

Pagamentos – que meios de pagamento utilizar na exportação e que proteção para riscos cambiais?

- Meios de pagamento não documentários:
 - Cheque bancário internacional, transferência bancária, aceite bancário
- Meios de pagamento documentários:
 - Crédito documentário
- Contratos *Forward*
- Seguros de crédito

Plano de internacionalização

Desenhar e construir um plano de internacionalização que aborde, entre outros, as seguintes questões e temas:

- Desenvolvimento internacional
- Alavancas de suporte à estratégia de internacionalização
- Objetivos da internacionalização
- Mercado(s)-Alvo
- Enquadramento jurídico e fiscal do(s) mercado(s)

- Caracterização do(s) mercado(s)
- Opções de marketing para a internacionalização
- Regras sobre preços e outras condições
- Diagnóstico
- Questões prévias a considerar
- Abordagem ao mercado e estratégia de entrada no mercado
- Faseamento e estrutura das fases
- Atividades a desenvolver
- Cronograma
- Mapa de Custos Previsional
- Contactos e relações públicas

INFORMAÇÃO E APOIO À CONSTRUÇÃO DE UM PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

- Gabinetes de Apoio à Internacionalização
 - NERA
 - Loteamento Industrial de Loulé
 - T: 289 415 151
 - E: nera@nera.pt
 - W: www.nera.pt
 - UAlg
 - CRIA - Divisão de Empreendedorismo e Transferência de Tecnologia
Universidade do Algarve, Campus de Gambelas,
Pavilhão B1, 8005-139 Faro
 - T: 289 800 097
 - E: hfbarros@ualg.pt
 - W: www.cria.pt
- AICEP Portugal Global, E.P.E., Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal
 - Avenida 5 de Outubro, 101; 1050-051 Lisboa
 - T: 217 909 500
 - E: aicep@portugalglobal.pt

W: <http://www.portugalglobal.pt>