



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## A AIDA e o Apoio à Internacionalização



# A AIDA - HISTÓRIA



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

A AIDA foi constituída a **17 de Janeiro de 1986**.

Tem como **Missão** representar, defender, promover, identificar e satisfazer as necessidades de representação pró-activa, de informação, de apoio e acompanhamento técnico das Empresas Industriais do Distrito de Aveiro, tornando as PME mais competitivas.

# A AIDA - ESTRATÉGIA



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

**Adaptar os serviços às reais necessidades das empresas e mercados em que operam, numa óptica de melhoria contínua.**

**Integrar projectos, associações e ou entidades que visem a defesa dos interesses dos empresários associados.**

**Dinamizar o tecido empresarial de forma a promover a capacidade de Inovação e Empreendedorismo.**

**Apoiar as empresas na elaboração de projectos que promovam o aumento da sua competitividades e o seu crescimento sustentado.**

# A AIDA - ESTRATÉGIA



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

**Apostar** na qualificação de recursos humanos, através da realização de cursos de educação para Jovens e Adultos, formação inter e intra-empresa, bem como, formação interna

**Informar** e prestar esclarecimentos sobre Projectos e Sistemas de Incentivo

**Divulgar** informações e iniciativas que sejam do interesse dos associados

**Aumentar** a sua representatividade

# A AIDA - SERVIÇOS



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

- Apoio à Internacionalização
- Informação e apoio jurídico
- Formação Profissional
- Consultoria e serviços técnicos
- Informações e Apoio a Sistemas de Incentivo
- Organização de eventos
- EEN – Enterprise Europe Network
- Locação de salas e apoio logístico na organização de eventos

# A REGIÃO DE AVEIRO - INDICADORES ECONÓMICOS



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

- Tecido empresarial, diversificado, constituído maioritariamente por micro, pequenas e médias empresas;
- Indústria Transformadora, sector vital no desenvolvimento da Região e do País;
- Distrito fortemente vocacionado para o Comércio Internacional;
- Aposta na Investigação & Desenvolvimento.

	PORTUGAL		AVEIRO	
<b>Micro empresas</b>	1.046.592	<b>95,5%</b>	71.187	<b>94,9%</b>
<b>Pequenas empresas</b>	42.629	<b>3,9%</b>	3.262	<b>4,3%</b>
<b>Médias empresas</b>	6.113	<b>0,56%</b>	508	<b>0,68%</b>
<b>Grandes empresas</b>	921	<b>0,084%</b>	64	<b>0,085%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.096.255</b>		<b>75.021</b>	

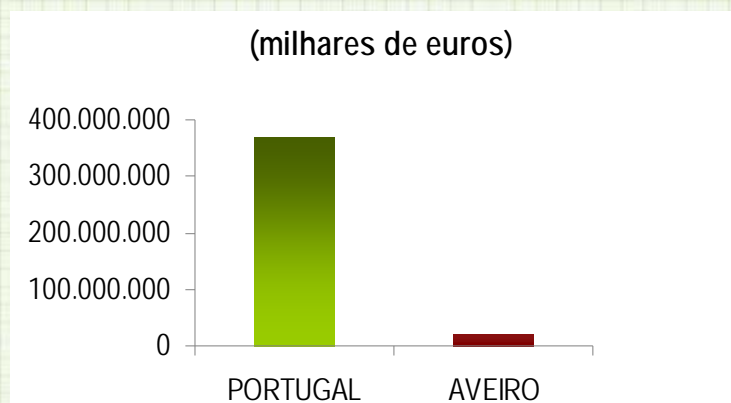
# A REGIÃO DE AVEIRO - INDICADORES ECONÓMICOS



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

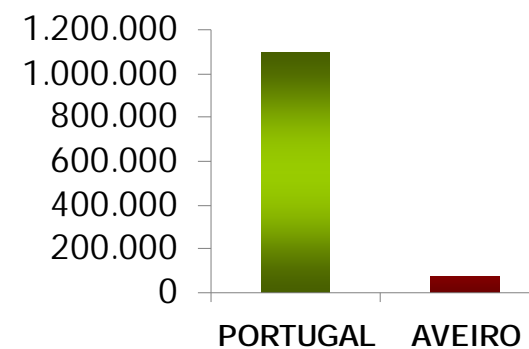
## Vol. Negócios:

O Distrito de Aveiro representa **5,7 %** do volume nacional.



## Nº Empresas:

O Distrito de Aveiro representa **6,8%** a nível nacional.



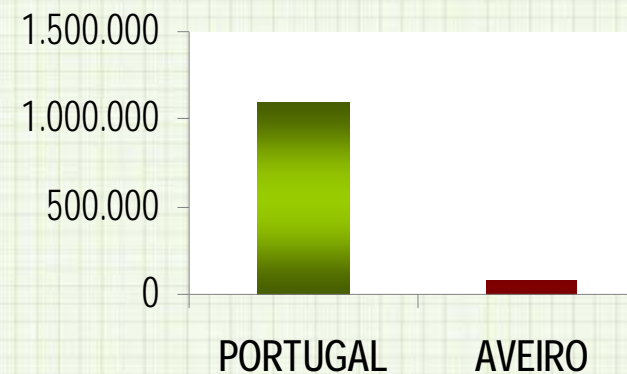
# A REGIÃO DE AVEIRO - INDICADORES ECONÓMICOS



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## Nº Trabalhadores

O Distrito de Aveiro representa **6,8%** a nível nacional.



## Sectores de Actividade com maior representatividade

Nº Empresas / Sector	PORTUGAL	AVEIRO	
<b>Ind. do Couro</b>	3.047	1.254	<b>41,20%</b>
<b>Ind. Madeira e da Cortiça</b>	6.858	1.556	<b>22,70%</b>
<b>Fab. Produtos Metálicos</b>	14.192	2.184	<b>15,40%</b>
<b>Ind. Alimentar</b>	9.408	942	<b>10%</b>
<b>Fab. Mobiliário e Colchões</b>	6.293	442	<b>7,20%</b>



# A AIDA E A INTERNACIONALIZAÇÃO



20 ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS



## INTERNACIONALIZAÇÃO



# A AIDA - INTERNACIONALIZAÇÃO



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## Acções direccionadas para as PME:

- Prospecção de mercados emergentes;
- Organização de missões empresariais;
- Apoio na implementação de empresas nos novos mercados;
- Montra de Produtos on-line;
- Plataforma Portugal Best Brands para divulgação das marcas nacionais no estrangeiro;
- Elaboração de estudos de mercado.



# A AIDA - INTERNACIONALIZAÇÃO



20 ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## Internacionalizar, para quê?

# A AIDA - INTERNACIONALIZAÇÃO



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

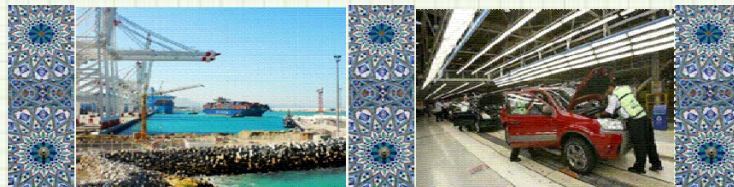
- Alternativa à redução da quota do mercado doméstico;
- Diversificação de mercados;
- Diversificação de riscos;
- Aproveitamento de oportunidades;
- Aprendizagem organizacional;
- Aquisição de novas tecnologias que proporcionam uma redução de custos;
- Reforço da qualidade e/ou aumento da capacidade de resposta;
- Produção e comercialização de novos produtos;
- Reforço dos meios financeiros, humanos, técnicos e tecnológicos.



20 ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS



# MISSÕES EMPRESARIAIS



# A AIDA – MISSÕES EMPRESARIAIS



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## VANTAGENS:

- Acções colectivas de abordagem aos mercados;
- Constitui para as PME, um elemento facilitador e criador de mais valias na prospecção e acesso aos mercados;
- Promove a diversificação e o acesso a mercados internacionais;
- Promove o aumento das exportações, de forma sustentada, para diversos mercados;
- Aumenta o processo de internacionalização e promove um melhor conhecimento dos mercados internacionais;
- Promove e induz ao aumento de competências internacionais;
- Promove a adopção de estratégias de internacionalização, sustentadas em factores competitivos e de valor acrescentado.

# A AIDA – MISSÕES EMPRESARIAIS



20 ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

- 1ª missão Empresarial em 1991 (Angola)
- Durante os últimos 21 anos foram preparadas e organizadas 47 Missões Empresariais;
- Participaram mais de 610 empresas;
- Mais de 70% aumentaram as exportações para os mercados visitados;
- 45% investiram directamente numa unidade industrial/comercial;
- 2% consideraram que o mercado ainda não tinha maturidade para os produtos que vendem



# A AIDA – MISSÕES EMPRESARIAIS

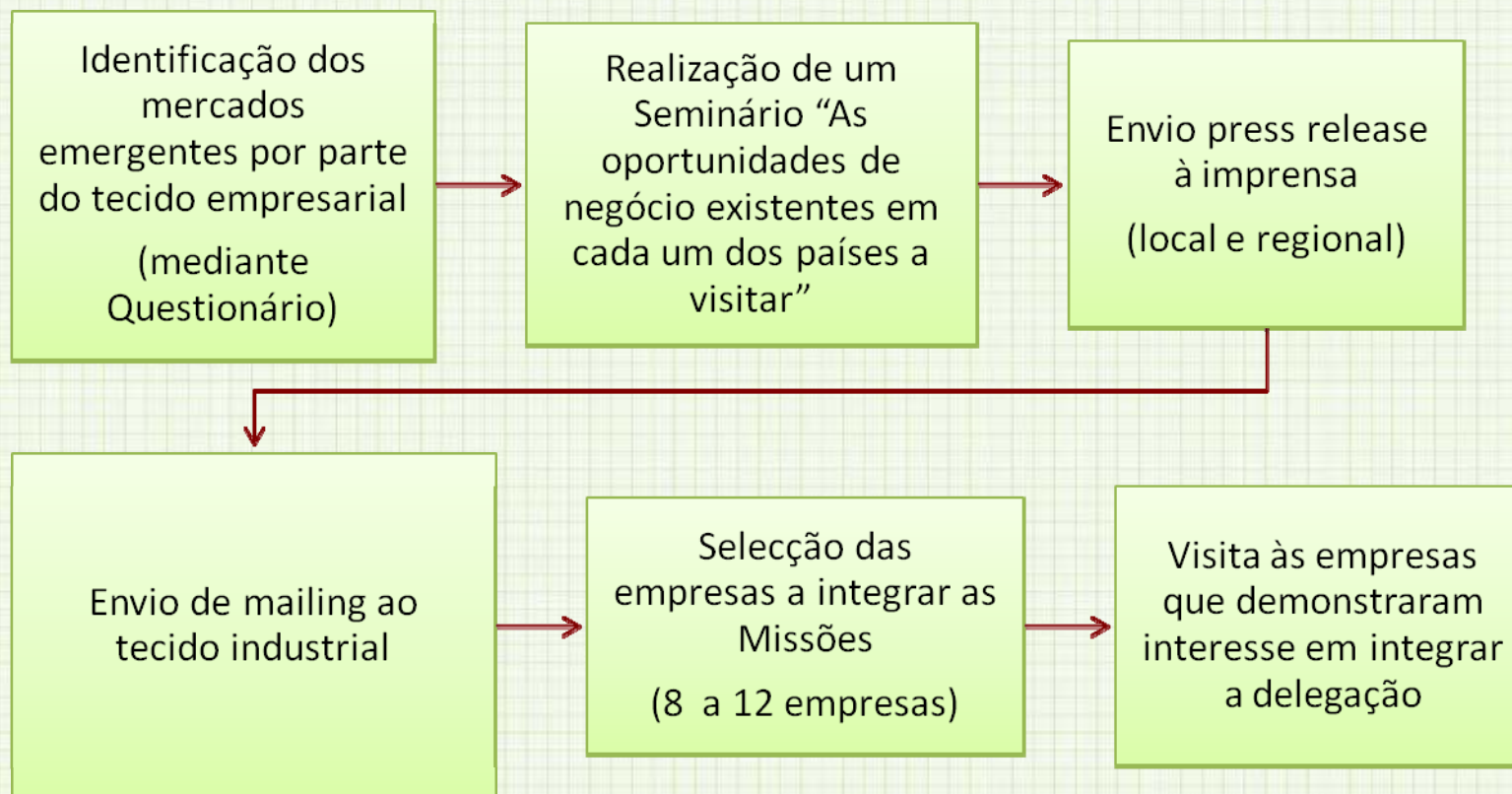


ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

PAÍS	CIDADE	Nº Deslocações/ Nº Participantes	
Angola	Províncias de Luanda, Benguela/Lobito, Huambo, Lubango e Namibe	11	195
Argentina e Uruguai	Buenos Aires e Montevideu	1	11
Brasil	Stª. Catarina e Rio Grande do Sul, Salvador da Baía, Recife, Estado do Ceará, Estado do Sergipe	5	57
África do Sul	Joanesburgo	1	10
Bulgária	Sofia	1	28
Cabo Verde	Praia (ilha do Sal), S. Vicente (Ilha Santiago)	4	54
Costa Marfim	Abidjan	1	11
Espanha	Toledo, Barcelona, Valência, Madrid	4	30
E.U.A.	Newark, Silicon Valley/ S. Francisco	2	19
Hungria	Budapeste	1	15
Moçambique	Maputo e Beira	10	127
Marrocos	Tânger e Casablanca	3	27
Rep.Checa	Praga	1	16
Rússia	Moscovo	1	17
Zimbabwe	Harare	1	10



## Como Preparar uma Missão Empresarial:



# A AIDA – MISSÕES EMPRESARIAIS



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## Como Preparar uma Missão Empresarial:

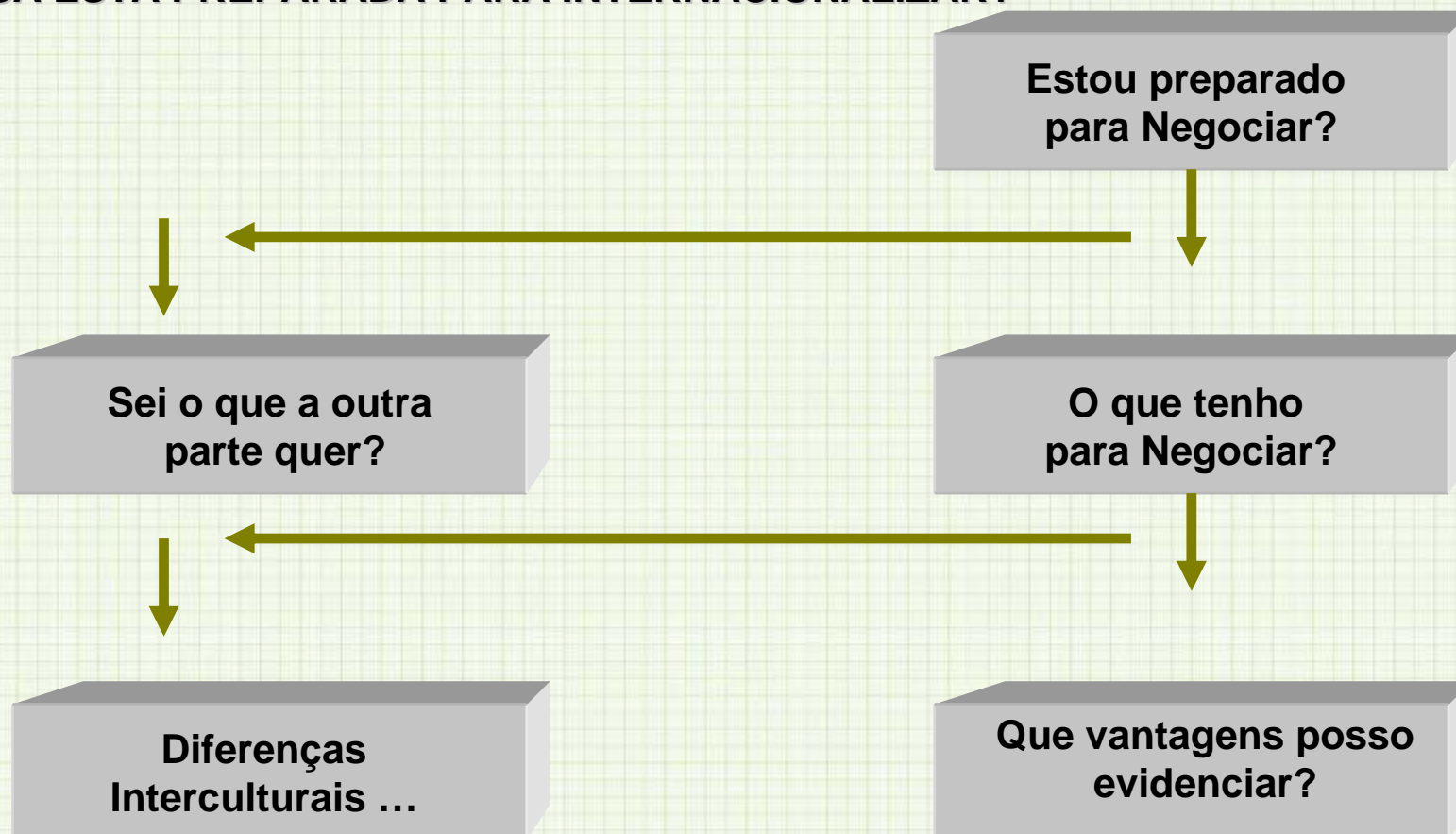


# A EMPRESA E A INTERNACIONALIZAÇÃO



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## A EMPRESA ESTÁ PREPARADA PARA INTERNACIONALIZAR?



# A EMPRESA E A INTERNACIONALIZAÇÃO



20 ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## ALGUMAS RECOMENDAÇÕES:

- Realizar uma análise prévia do mercado, visitas de prospecção, selecção de clientes / parceiros de negócio.
- Conhecer os hábitos, a cultura, a religião, a história, a língua do país em questão
- Obter informação de natureza protocolar sobre o país
- Recolher o máximo de informação sobre clientes/parceiros
- A importância da comunicação para evitar más interpretações
- Dominar perfeitamente o assunto da negociação em questão
- O relacionamento pessoal: saber “escutar” o interlocutor
- Persistência e paciência

# A EMPRESA E A INTERNACIONALIZAÇÃO



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## FACTORES QUE AFECTAM A NEGOCIAÇÃO:

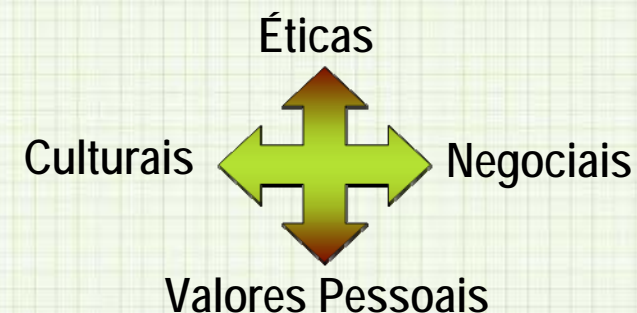


# A EMPRESA E A INTERNACIONALIZAÇÃO



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## QUALIDADES PARA SE SER UM EMPRESÁRIO DE SUCESSO:



- Cosmopolita (considerar a sua cultura e os seus valores pessoais e conhecer e respeitar a cultura e os valores pessoais da outra parte)
- Sensibilidade e competência multicultural
- Conhecimento dos diferentes estilos de negociação
- Conhecimento dos aspectos culturais (ex. crenças, valores, atitudes)
- Competências de gestão e liderança
- Empatia
- Capacidade de resolução de problemas
- Conseguir gerir as emoções e a comunicação

# A EMPRESA E A INTERNACIONALIZAÇÃO



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## COMO PLANEAR:

O planeamento de entrada num mercado deverá ser efectuado a 3 níveis:

- **ESTRATÉGIA** - Objectivos a longo prazo
- **ADMINISTRATIVA** - Recursos Humanos e Informações
- **TÁCTICA** – Alcançar o melhor resultado no processo de influência

# A EMPRESA E A INTERNACIONALIZAÇÃO



20 ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## PRINCIPIOS GERAIS PARA UMA BOA NEGOCIAÇÃO:

- Informar-se sobre os usos e costumes dos seus interlocutores.
- Informação é poder!
- Não esquecer que as primeiras impressões são as que prevalecem.
- Eliminar as interferências na comunicação.
- Se não domina a língua, faça-se acompanhar de um intérprete.
- Saber de antemão o estatuto da pessoa com quem vai lidar.
- Dominar as técnicas de negociação.
- Persuadir sem impor.
- Saber receber e ser recebido.



# A EMPRESA E A INTERNACIONALIZAÇÃO



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## ASPECTOS A VALORIZAR NUMA NEGOCIAÇÃO - Exemplos:

- **Norte-americano** Tempo; Franqueza; Ética.
- **Sul-americano** Tempo; Conhecimento; Competitividade
- **Europeu (Norte)** Técnica; Qualidade; Pontualidade.
- **Europeu (Sul)** Conhecimento pessoal; Confiança; Palavra
- **Africano** Continuidade; Tradição; Cooperação; Confiança.

# A EMPRESA E A INTERNACIONALIZAÇÃO



20 ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS



A característica da negociação, varia de país para país e influencia o tipo de comportamento que o empresário deverá adoptar durante a negociação.



Alguns componentes do comportamento são, por exemplo, o vestuário, o penteado, a aparência, a postura, os gestos, as expressões faciais, a voz e a expressão verbal.

# A EMPRESA E A INTERNACIONALIZAÇÃO



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## ALGUNS EXEMPLOS:

### ▪ Angola

A chave do sucesso para se atingir o objectivo é a persistência e paciência ;

Consideração e total respeito estão acima de tudo o resto;

Negoceie tendo presente os conceitos de igualdade e não intimide ou seja arrogante;

Respeitar as tradições nunca fazendo comentários menos positivos que possam ofender o parceiro africano;

Pontualidade: a maior parte dos encontros não começa a horas. Existem alguns factores, como o da imprevisibilidade do tráfego, etc. que originam atrasos consideráveis. No entanto, é essencial que sempre que esteja eminente um atraso, informe a outra parte da hora

Horários: os dias começam e acabam mais cedo do que em Portugal. Quem pretende contactos e reuniões com entidades públicas a melhor solução é optar pela parte da manhã. Os almoços e jantares são muito utilizados como reuniões de trabalho.

# A EMPRESA E A INTERNACIONALIZAÇÃO



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## ▪ Marrocos

Trocam prendas nas reuniões preliminares;

Desfrutam da negociação discutindo e argumentando com intensidade;

São corteses e educados com o seu oponente;

Divertem-se a negociar;

Gostam de ser convidados a visitar os seus potenciais parceiros de negócio;

Procuram servir bem os seus convidados, chás, bebidas, doces.

Não há pressa para negociar, são normais as interrupções durante as reuniões

Ganhar a confiança pessoal do interlocutor é condição *sine qua non* para um posicionamento comercial rentável, seguro e duradouro.

Aproveitar a oportunidade de visita ao país através da participação em comitivas oficiais já que isso é muito bem visto pelo mercado.

Ter em atenção que os agentes marroquinos frequentam assiduamente as feiras internacionais, sobretudo as principais feiras europeias.

# A EMPRESA E A INTERNACIONALIZAÇÃO



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## ▪ Brasil

Faça acordos por escrito;

Estabeleça uma relação pessoal;

Converse sobre assuntos gerais antes de entrar no tema;

É fundamental obter ajuda de um brasileiro que conheça muito bem os meandros da burocracia governamental;

Registrar a marca. Os registos de marcas ou empresas estrangeiras feitos no exterior não são reconhecidos pela Lei brasileira;

Ter em conta que o mercado brasileiro é muito sofisticado e exigente, superando, por vezes, as mais fortes economias do mundo;

Ter presente que apesar da proximidade cultural e da língua, o mundo dos negócios é diferente do de Portugal;

Relação comercial muito dura, exigente e profissional. Negociadores muito rápidos a decidir e muito proteccionistas dos seus interesses;

Registrar o investimento estrangeiro no Banco Central do Brasil para legalizar a entrada de dinheiro, a remessa de lucros e o repatriamento de capitais.

# A EMPRESA E A INTERNACIONALIZAÇÃO



20 ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## ■ Moçambique

Seguir as regras locais;

Conquistar a confiança pessoal dos agentes locais;

Estar prevenido de que apesar do mesmo idioma, por vezes a linguagem diverge;

Saber que os moçambicanos nunca dizem “NÃO”;

Recorrer, sempre que possível, a materiais moçambicanos numa perspectiva de posição competitiva das empresas;

Estar ciente de que é difícil exportar de Moçambique;

Aprender a lidar com a informalidade do mercado;

Valorizar os projectos que incluam a formação de mão-de-obra local;

Criar um conjunto de apoios e incentivos para os trabalhadores locais;

Contar com o apoio da banca de capitais portuguesas nas questões de remessas e créditos documentários.

# A EMPRESA E A INTERNACIONALIZAÇÃO



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## ▪ Rússia

Não se intimidam em testar os seus oponentes repetindo os seus argumentos várias vezes;

Sabem dizer “não” , o que muitas vezes pode significar um sim ou talvez;

Estar disponível para convidar os importadores/clientes russos a visitar a produção portuguesa.

Estar disponível para deslocações ao mercado sempre que necessário.

Privilegiar os contactos pessoais, tanto em Portugal como na Rússia.

Certificar e registar junto da Alfândega todos os produtos alimentares destinados a amostragem em feiras no mercado.

Apresentar os produtos ao consumidor russo de forma cuidada e profissional.

Saber que o consumidor final dá muita atenção à apresentação do produto.

Analisar e definir o melhor modelo de contratação dos produtos junto dos importadores. A exclusividade deve assentar em objectivos de venda e resultados alcançados.

# A EMPRESA E A INTERNACIONALIZAÇÃO



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## Cabo Verde

Deslocar-se ao mercado tantas vezes quanto necessário.

Ter em atenção que Cabo Verde se considera um mercado europeu.

Respeitar a exigência de contratação de seguro de acidentes de trabalho em qualquer obra.

Estar ciente de que a mão-de-obra não qualificada não é maioritariamente cabo-verdiana

Saber que deve inscrever-se na Ordem dos Arquitectos de Cabo Verde.



# A EMPRESA E A INTERNACIONALIZAÇÃO



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

## ■ América do Norte

Falar e escrever bem inglês.

Familiarizar-se com a linguagem falada e escrita própria dos negócios

Ser flexível na negociação.

Conhecer o sentido de humor americano e a informalidade nos contactos pessoais.

Ser pontual, directo, frontal e incisivo na proposta de negócio, na apresentação do produto e na rapidez de resposta.

Responder cabalmente a qualquer pergunta. Respostas insuficientes ou imprecisas dificultam o negócio.

Intransigência para com qualquer incumprimento do acordado.



ANOS A PROMOVER OS INTERESSES DOS EMPRESÁRIOS

OBRIGADA