

AIMMAP

Colégio Internato dos Carvalhos de visita a AIMMAP e ao setor metalúrgico e metalomecânico



AIMMAP teve o enorme gosto de receber um conjunto de alunos do 12º ano do Colégio Internato dos Carvalhos.

Acompanhados pelos Professores Maria José Vidal e Rui Lima, os cerca de 60 alunos presentes puderam tomar contacto com a realidade do setor industrial mais exportador do país, através de uma brilhante apresentação por parte da aluna, colega e estagiária da AIMMAP, Catarina Machado Azevedo.

Esta oportunidade de interagir com os estudantes do Colégio dos Carvalhos é também uma consequência do estágio elaborado pela aluna e insere-se numa política de promoção do setor que a AIMMAP tem vindo a desenvolver.

Os estudantes presentes, oriundos das áreas de Contabilidade e Administração tiveram um dia bastante preenchido com uma visita da parte da manhã à empresa associada da AIMMAP, MECÂNICA EXACTA, e ainda puderam visitar e perceber o funcionamento do CATIM, o Centro de Apoio Tecnológico à Indústria Metalomecânica.

Por parte da Associação, o assessor da Direção Gonçalo Lobo Xavier referiu que há sempre um enorme interesse em receber estudantes do ensino secundário e do Colégio dos Carvalhos em particular pois é necessário difundir neste público as valências e capacidades de um setor que se

Estas iniciativas vão continuar pelo ano de 2017, tendo mesmo a AIMMAP previsto um conjunto de ações de divulgação do setor junto das escolas da região, iniciativa que irá desenvolver em parceria com o CATIM no âmbito de um projeto submetido ao ONNorte

quer internacional e cada vez mais moderno.

Estas iniciativas vão continuar pelo ano de 2017, tendo mesmo a AIMMAP previsto um conjunto de ações de divulgação do setor junto das escolas da região, iniciativa que irá desenvolver em parceria com o CATIM no âmbito de um projeto submetido ao ONNORTE.

A AIMMAP não esquece que os futuros recursos humanos para o setor estão neste momento a formar-se e, numa altura em que as competências necessárias são tão diversas e exigentes, é fundamental ter este tipo de iniciativas para alargar o horizonte e as perspetivas dos estudantes.

AO ENCONTRO DO ENORME POTENCIAL DO MERCADO NORTE-AMERICANO

AIMMAP irá organizar missão empresarial aos Estados Unidos da América

Apesar dos desafios que se avizinham ao nível doméstico e das rápidas transformações que daí se esperam à escala global, os EUA são e continuarão a ser a maior e a mais importante economia do mundo. O crescimento verificado nas exportações portuguesas para os EUA nos últimos 5 anos, tornaram-no no principal destino fora da União Europeia, com um valor superior a 2500 milhões de euros.

Impulsionada pelo consumo, a economia dos EUA representa hoje mais de uma quinta parte do PIB mundial, pese embora os seus 319 milhões de habitantes representem somente 4,5% do total da população mundial. A capacidade consumista norte-americana é de tal ordem que, se o resto da população mundial consumisse à escala americana, seriam necessários 4 planetas Terra só para alimentar tal voracidade.

Os EUA possuem 9 das 10 marcas mais valiosas do mundo:

- 1 – Apple
- 2 – Google
- 3 – Microsoft
- 4 – Coca-Cola
- 5 – Facebook
- 6 – Toyota
- 7 – IBM
- 8 – Disney
- 9 – McDonald’s
- 10 – GE

Sendo uma federação com 50 estados, cerca de um terço de toda a riqueza produzida encontra-se concentrada nos estados da Califórnia, Texas e Nova Iorque (ver mapa).

Dada a dimensão continental deste mercado, é aconselhável fazer uma aproximação gradual Estado a Estado, porque, para além da distância física entre estados, existem também 6 fusos horários e grandes diferenças culturais entre as diversas regiões.



É impressionante verificar-se que só as importações de máquinas, equipamentos e reatores dos E.U.A. representam um valor superior ao PIB português

A complexidade dos EUA teve como consequência que globalmente as empresas portuguesas ainda não tenham aproveitado todo o potencial que este mercado apresenta. Porém, fazer negócios com os Estados Unidos é mais fácil do que na generalidade dos outros países, sendo, aliás, certo que uma área de negócio de nicho inimaginável em Portugal é todavia um segmento de mercado nos EUA, sendo muito fácil para as empresas especializadas e focadas

num segmento alavancarem as suas vendas muito rapidamente.

Os serviços representam cerca de 80% da economia, a indústria 19% e a agricultura cerca de 1%. Os principais destinos das exportações e importações americanas são o Canadá, a China, o México, o Japão e a Alemanha. Os EUA são o segundo maior exportador mundial e o maior importador global de bens e serviços, sendo por isso um mercado bastante exigente

e concorrencial. Sendo um mercado bastante avançado e com uma oferta diversa, o nível de exigência esperado é muito alto, os tempos de resposta são just-in-time, sendo este precisamente o fator de diferenciação de muitas empresas americanas de referência. Qualquer abordagem a este mercado deverá ter em linha de conta este fator e garantir um nível de resposta igual ou superior à concorrência local. As empresas têm de entregar o que foi acordado, sendo que uma falha no prazo ou na qualidade tem normalmente como consequência a perda definitiva do cliente.

Devido à saturação da oferta nos EUA, o mercado procura principalmente produtos novos, diferentes e inovadores, com um alto grau de diferenciação e valor acrescentado, ou pelo melhor preço.

Relativamente ao setor metalúrgico e metalomecânico (SMM), de forma a avaliar o potencial específico das importações do setor e utilizando como amostras os subsectores das máquinas/equipamentos/reatores, das construções metálicas, da louça metálica/cutelarias e dos moldes – usando as importações alemãs e espanholas como um indicador de benchmarking –, pode observar-se os valores constantes no quadro 1.

É impressionante verificar-se que só as importações de máquinas, equipamentos e reatores dos E.U.A. representam um valor superior ao PIB português. Relativamente às 4 áreas de atividade do SMM representadas nestas tabelas, as importações chinesas representam cerca de uma terça parte do total e as mexicanas uma quinta parte do total. Pelo que poderá afirmar-se com alguma segurança que sobra quota de mercado para produtos com maior valor acrescentado, onde as exportações portuguesas poderão ter um enquadramento no mercado na ordem dos milhares de milhões de USD, em valores de importação.

Analisando estas quatro tradicionais áreas de negócio do SMM, pode concluir-se que os moldes são a atividade com maior quota de mercado, apesar de representarem somente 0,82% das importações norte americanas. Depois, por ordem decrescente, surgem a louça metálica e cutelarias, com 0,13%, as construções metálicas, com 0,1%, e, finalmente, as máquinas, equipamentos e reatores, com 0,049%.

Um esforço de Portugal para aumentar a sua quota de mercado do SMM nas importações americanas, para além de obviamente aumentar as exportações portuguesas com alto valor acrescentado, poderá igualmente potenciar o acesso direto à cadeia de abastecimento global, levando a uma diversificação das exportações para outras latitudes, para além desta região.

Ciente desta realidade e de forma a exponenciar todo este potencial subaproveitado pelas empresas nacionais, a AIMMAP encontra-se a preparar uma missão aos EUA em junho deste ano. Será contratada uma empresa de consultadoria que, para além de fazer o matchmaking entre as empresas portuguesas e os potenciais clientes norte-americanos, poderá aconselhar quais os melhores estados de entrada no mercado, em função dos produtos que as empresas pretendam comercializar e o potencial apresentado pelas diversas regiões. Caso deseje receber mais informações sobre esta iniciativa, deverá contactar Pedro Carvalho através do email pedro@aimmap.pt

Plano de internacionalização da AIMMAP para 2017 e 2018

A definição da política de internacionalização preconizada pela AIMMAP para o setor tem uma componente institucional que define os vetores considerados estratégicos para promover uma efetiva e competitiva abordagem aos mercados internacionais, mas tem sempre igualmente em linha de conta as solicitações concretas das empresas.

Neste contexto, no âmbito do Portugal 2020, a AIMMAP submeteu um projeto conjunto de internacionalização que se espera que seja aprovado a breve trecho, tendo em conta a sua qualidade e o histórico da AIMMAP nesta matéria.

Este projeto, destinado ao setor industrial mais exportador do país e com maior potencial de crescimento sustentado, visa desenvolver ações de internacionalização através da presença consistente em feiras de referência, com uma forte aposta no marketing digital e ainda a realização de missões a mercados de elevado potencial.

Neste contexto estratégico e com vocação global, o projeto integra ações na Europa, no Médio Oriente, na América do Norte e na América do Sul e tem presentes dois objetivos essenciais.

Em primeiro lugar, pretende-se diversificar os mercados de destino das exportações das empresas do setor em países com potencial identificado e que importa explorar, realizando-se missões nos EUA, Canadá, México, Colômbia, Chile e Irão.

Por outro lado, visa-se potenciar a consolidação e o aumento das exportações de produtos e serviços de alto valor acrescentado para mercados tradicionais, através da presença coletiva nos certames mais importantes da Europa nesse segmento industrial (ESEF, HANNOVER MESSE, SUBCON, ELMIA SUBCONTRACTOR e MIDEST).

Missões:

Estados Unidos da América (junho de 2017) – Esta missão tem como objetivo a penetração dos produtos industriais portugueses no maior mercado do mundo.

Colômbia (outubro de 2017) – Com esta missão é pretendido efetuar uma nova aborda-

gem a um mercado de grande potencial e que faz parte do grupo dos CIVETS, grupo de países promissores devido ao grau de desenvolvimento do seu sistema financeiro, à inflação controlada e à alta taxa de natalidade.

Chile (outubro de 2017) – Com esta iniciativa pretende-se incrementar a entrada dos produtos industriais do setor numa das economias mais abertas do mundo.

México (março de 2018) - Esta missão visa permitir a entrada das empresas portuguesas num mercado de mais de 120 milhões de consumidores, que tem tido uma taxa de crescimento de 4% nos últimos 5 anos.

Estados Unidos da América e Canadá (junho de 2018) - Esta missão terá como objetivo



identificar e permitir o acesso por parte das empresas portuguesas a quadros portugueses em lugares de topo em empresas americanas e canadenses.

Irão (outubro de 2018) – Esta ação pretende contribuir para a penetração dos produtos industriais portugueses num mercado de 79 milhões de habitantes, numa economia que nos últimos anos tem tido taxas de crescimento interessantes, na ordem dos 4%.

Stands coletivos:

HANNOVER MESSE, em Hannover, Alemanha (abril de 2017 e 2018) - Participação numa feira que tem cerca de 5000 expositores de 60 países que recebem nos 4 dias em que decorre o certame, mais de 300.000 visitantes.

SUBCON, em Birmingham, Reino Unido (junho de 2017 e 2018) – Esta iniciativa tem como objetivos a consolidação das exportações nacionais para

o mercado do Reino Unido e o aumento do volume de subcontratação por parte dos mais importantes players de tal mercado de peças técnicas fabricadas em Portugal

MIDEST, em Paris, França (outubro de 2017 e 2018) – Este evento é o mais importante salão profissional do mundo exclusivamente dedicado à subcontratação industrial e, como tal, o que mais visitantes profissionais atrai e aquele que pode proporcionar às empresas que trabalham nesse segmento mais oportunidades de negócios.

ELMIA SUBCONTRACTOR, em Jonkoping, Suécia (novembro de 2017 e 2018) - A participação no mais importante certame de subcontratação da região nórdica irá permitir às empresas nacionais a obtenção de novos contactos, exponenciando as possibilidades de novos negócios e, paralelamente, receber a visita de agentes e clientes fomentando a consolidação das exportações para esses mercados.

ESEF, em Utrecht, Holanda (março de 2018) - A presença neste certame permitirá às empresas participantes apresentarem os seus produtos/serviços e as suas inovações não só no competitivo mercado holandês como também a potenciais clientes do mercado belga, dinamarquês e norte alemão.

Outras ações:

É importante igualmente re-ferir toda a interligação que vai existir entre este novo projeto e o projeto da AIMMAP no âmbito do SAAC, Portugal 2020, já aprovado e a decorrer para a promoção internacional do setor através da marca Metal Portugal, onde existe toda uma lógica de complementaridade entre projetos, quer ao nível do marketing digital, quer ao nível dos mercados abordados.

Para além destas iniciativas que se espera sejam apoiadas com fundos europeus, a AIMMAP irá ainda realizar, sem qualquer tipo de apoio, um stand coletivo na INDUSTRIE, em Lyon, França, no mês de abril de 2017, e ainda uma visita de verificação tecnológica em setembro à EMO, em Hannover, Alemanha, aquela que é a maior feira mundial de máquinas-ferramenta.

INTERNACIONAL