

Caminhos do Exportador é um livro único. Em primeiro lugar, porque é escrito por quem tem trilhado os muitos e diversos caminhos da exportação e não por um teórico. Em segundo, porque aborda o tema na perspectiva das PME, que são as que mais necessitam deste tipo de orientação para cumprir em razoável segurança o caminho das pedras. Em terceiro, porque exemplifica as inúmeras situações que podem ocorrer quando se vai para outros mercados. E em quarto, porque é bem humorado – algumas das histórias vividas pelo Autor são verdadeiramente deliciosas. Para qualquer PME exportadora, *Caminhos do Exportador* é um livro obrigatório, porque lhe fará poupar muito tempo e dinheiro, além de evitar muitos erros.

NICOLAU SANTOS

Em *Caminhos do Exportador*, José Manuel Fernandes, um dos verdadeiros capitães da indústria portuguesa, fala-nos da sua experiência ao leme do Grupo Frezite – multinacional de origem portuguesa que lidera há décadas. Nesta obra, o autor junta a prática à teoria, a sensatez ao registo técnico, e deixa ao leitor a sabedoria própria e o *savoir faire* de quem já percorreu o ABC d'O Exportador. Esta obra é um testemunho na primeira pessoa das exigências, das peripécias, e das recompensas vividas no contexto da internacionalização. Que a experiência vivida por José Manuel Fernandes nos sirva de encorajamento.

RICARDO ARROJA

CAMINHOS DO EXPORTADOR

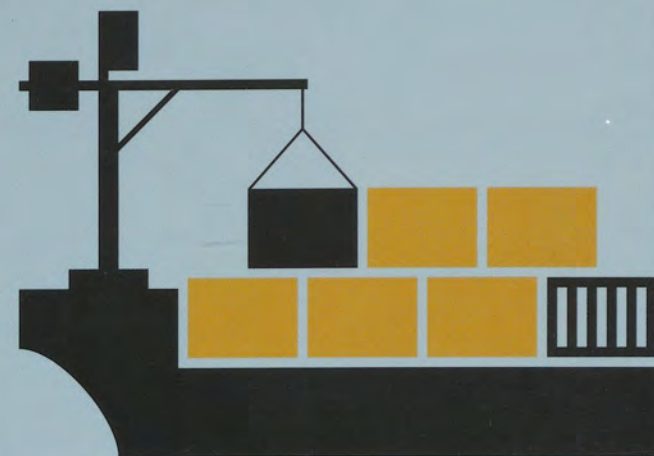
JOSÉ MANUEL FERNANDES

Prefácio de
Mira Amaral

CAMINHOS DO EXPORTADOR

Estratégias de Internacionalização

JOSÉ MANUEL FERNANDES



ISBN 978-989-694-100-0



9 789896 941000

GRUPOALMEDINA



ACTUAL

TÍTULO ORIGINAL

Caminhos do Exportador. Estratégias de Internacionalização

© José Manuel Fernandes e Conjuntura Actual Editora, 2014

Todos os direitos reservados.

AUTOR

José Manuel Fernandes

CONJUNTURA ACTUAL EDITORA

Sede: Rua Fernandes Tomás, 76-80, 3000-167 Coimbra

Delegação: Avenida Fontes Pereira de Melo, 31 – 3º C - 1050-117 Lisboa - Portugal

www.actualeditora.pt

REVISÃO

Marcelino Amaral

DESIGN DE CAPA

FBA

PAGINAÇÃO

Rosa Baptista

IMPRESSÃO E ACABAMENTO:

PENTAEDRO

Janeiro, 2015

DEPÓSITO LEGAL

378531/14

Toda a reprodução desta obra, por fotocópia ou qualquer outro processo, sem prévia autorização escrita do Editor, é ilícita e passível de procedimento judicial contra o infrator.


ACTUAL

GRUPOALMEDINA

BIBLIOTECA NACIONAL DE PORTUGAL – CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO

FERNANDES, José Manuel, 1967-

Caminhos do Exportador : Estratégias de
Internacionalização. – (Fora de colecção)

ISBN 978-989-694-100-0

CDU 658

Índice

Prefácio	11
Introdução	13
I. O empresário	19
II. A empresa	23
III. A empresa familiar	27
IV. Criação de empresas	31
V. Criação de valor	35
Criação de valor pela actividade	35
Criação de valor pela liderança	38
Criação de valor pela negociação	39
Criação de valor partilhado	40
VI. Estratégia sustentada pela tripla alavancagem ..	43
Inovação	45
Qualidade	48
Exportações	49
VII. Integração nas cadeias de valor, nas grandes em- presas e multinacionais	53
Cadeia de valor das empresas a montante, jusante e globais	53

VIII. Pela produtividade, ser competitivo	57
IX. Competitividade nos mercados e a concorrência	61
X. Mercado interno, plataforma de crescimento	71
XI. Mercados externos	75
Mercados externos e suas abordagens	79
XII. Como estar nos mercados externos	87
Licenciamento	88
<i>Franchising</i>	89
Exportação	89
<i>Joint-venture</i>	93
Investimento empresarial	95
Cliente final	97
Internet	98
XIII. Actores das exportações	101
Pessoas	102
Produtos/Serviços/informação	106
Marca	110
Posicionamento para “vender para lá”	114
Contratos entre exportador e importador	121
Diferenças culturais e demográficas	122
Legislação local interferente	123
XIV. Mercados externos emergentes	125
XV. Da exportação para a internacionalização	129
Avaliar e dimensionar	133
Meios, recursos e suportes	137
Criação ou aquisição de uma empresa no exterior	147
Parceiros locais, sim ou não?	151
XVI. Internacionalização e o seu espaço	153
Plataforma de escala e suporte do projecto empresarial global	153
Plataforma pró-conhecimento	154
Plataforma de ajustamento para novos mercados	155

Plataforma selectiva de criação de valor	159
XVII. Riscos e determinação de vencer	161
Factores exógenos e endógenos no mercado de destino	161
Factores exógenos	161
Factores endógenos	162
Factores de risco.	164
Recurar para avançar	165
Determinação para vencer.	166
XVIII. Do Promontório de Sagres a Belém	169
Bibliografia	173
Depoimentos	175