

# IDEA BUSINESS POOL

## Project Sheet #6

# Consultoria em Internacionalização

PROMOTOR



CO-FINANCIAMENTO



# 1 Apresentação sucinta da ideia e conceito de negócio

A globalização económica representa não só um desafio mas, acima de tudo, uma oportunidade para as empresas nacionais explorarem as suas capacidades em novos destinos geográficos. Contudo, apesar de frequentemente apelativos em termos de dimensão do *target* de clientes, do poder económico e aquisitivo dos consumidores, das elevadas margens de rentabilidade, da maior valorização que alguns mercados dão aos fatores de diferenciação que detemos, da boa imagem que o “made in Portugal” já usufrui um pouco por todo mundo, etc., os mercados externos colocam também importantes desafios de competitividade ao nível p.ex. do conhecimento das realidades idiossincráticas, da distância “psicológica”, das barreiras legais e alfandegárias, do acesso às oportunidades comerciais, da maior exigência e rigor quer dos intermediários quer dos consumidores finais (especialmente em economias desenvolvidas), da elevada concorrência local e global em cada país, dos trâmites e processos logísticos no país de origem e de destino, etc.

Decorre daqui uma necessidade quanto a serviços especializados de consultoria internacional. Não se trata propriamente de uma consultoria genérica sobre estratégias, modelos ou processos de internacionalização, nem tão pouco da realização de estudos de mercado generalistas e estatísticos (onde a própria AICEP oferece gratuitamente o acesso a este tipo de informação).

De facto, as necessidades apresentadas pelas micro, pequenas e médias empresas correspondem a serviços personalizados que as ajudem a identificar oportunidades concretas num dado país/região; a converter essas *leads* em *prospects*; a acompanhar e mediar o processo negocial com os *prospects*; a cuidar dos trâmites e da proteção legal nos acordos comerciais; a tratar de todas as questões burocráticas, legais e logísticas de expedição desde Portugal até ao cliente; a apoiar os processos de análise de risco, de créditos documentários, e de seguros de créditos; a encontrar e firmar acordos com parceiros estratégicos, prescritores, *opinion markers* e parceiros comerciais (agentes, representantes, importadores, comissionistas, etc.); entre outras diversas atividades do foro operacional que as ajudem a passar das intenções à realidade de exportação, acordos internacionais e/ou IDE.

A mais-valia surge aqui associada ao conhecimento que o consultor possui de um ou mais países em concreto (preferencialmente associado a uma forte experiência num dado setor de atividade em particular), seja porque lá viveu como expatriado (numa empresa portuguesa ou multinacional); porque foi responsável comercial de exportação para esse país; porque viveu parte da sua vida nesse país; porque já foi responsável por uma unidade comercial, fabril ou armazém nesse país (localmente ou a partir de Portugal); porque possui largos anos de experiência como consultor nesse mercado específico; etc.

## 2 Fileira ou setor de atividade em que se insere

**Atividades de consultoria para a gestão.**

Em termos de áreas de Especialização Inteligente da RIS3 NORTE2020, apresenta alinhamento com o domínio de especialização do “Capital Humano e Serviços Especializados”.

## 3 Exemplos de produtos e serviços

Exemplos de serviços a oferecer:

- / Estudos de mercado especializados e personalizados;
- / Prospeção de mercados e clientes internacionais;
- / Assessoria comercial internacional: análise e identificação de oportunidades (exemplo concursos internacionais);
- / Agendamento e acompanhamento de visitas comerciais;
- / Planeamento e organização de missões empresariais e missões inversas;
- / Apoio à participação em feiras e certames internacionais;
- / Intermediação (agente, representante, comissionista, etc.) na comercialização de produtos ou serviços dos clientes;
- / Serviços de assessoria jurídica, fiscal e legal para os mercados externos;
- / Consultoria e apoio na gestão e tramitação da logística internacional;
- / Etc.

## 4 Janela de oportunidade: Necessidades de mercado a que responde

Muitas micro, pequenas e até médias empresas nacionais, além da vontade de exportação e/ou de internacionalização, apresentam ofertas de bens/serviços competitivos, diferenciados e com boas condições de sucesso noutros países (europeus e não só). Sentem todavia dificuldade em dar este passo devido a um conjunto diversos fatores como p.ex.: nula ou reduzida experiência em mercados externos; falta de competências internas; falta de quadros qualificados; desconhecimento dos mercados e das oportunidades aí existentes; ausência de redes de *networking* ou contactos comerciais além-fronteiras; percepção de elevada distância “psicológica” ou “cultural” aos mercados; etc. Como consequência, os processos de internacionalização ou não se concretizam ou avançam a ritmos muito lentos e experimentais, não sendo portanto compatíveis com o atual contexto concorrencial.

Surge daqui uma excelente oportunidade para empreendedores que desenvolveram uma carreira profissional em contexto internacional e que podem agora capitalizar as redes de *networking* que construíram e o conhecimento específico que acumularam num dado país (ao nível das questões culturais e sociais, dos hábitos e práticas de negócio, das infraestruturas logísticas e de *marketing*, das barreiras aduaneiras e alfandegárias, das questões legais e fiscais, do contexto político, do contexto demográfico, etc.) e colocá-lo ao serviço das empresas que se pretendem internacionalizar para esse país.

Uma vez que o fenómeno da globalização não amenizou as diferenças que existem entre cada país (e por vezes até dentro do próprio país) mesmo as empresas que já possuem atividade de exportação ou internacional, procuram frequentemente consultores que as ajudem a explorar oportunidades em novos destinos e a reforçar a presença naqueles onde já estão presentes.

## 5 Mercado(s) alvo

O mercado-alvo potencial é de facto elevado, abrangendo especialmente micro e pequenas empresas, mas também as médias empresas. Por setores de atividade, a diversidade é igualmente enorme, com destaque natural para os setores industriais onde o crescimento e potencial das exportações é elevado - caso da metalomecânica e mecânica de precisão (e serviços associados); mobiliário; calçado; têxtil; cortiça; indústria química; fabrico de máquinas de equipamentos; material elétrico e eletrónico; construção civil; etc. - e também para o turismo e serviços de apoio (neste caso focado na captação das preferências de deslocação de clientes internacionais).

## 6 Recursos aconselháveis

- / Domínio e conhecimento profundo dos mercados-alvo (incluindo naturalmente o idioma oficial do país);
- / Posse de uma interessante rede contactos e de *networking* nos países de especialização;
- / Disponibilidade para deslocações frequentes ao estrangeiro (de curta e média duração);
- / Aptidão comercial e capacidades de negociação.