

CONGRESSO DAS **EXPORTAÇÕES**



Promoção das Exportações Portuguesas numa Economia Global

A INDÚSTRIA PORTUGUESA DE MOLDES

Engineering and Tooling from Portugal

LEONEL COSTA

PRESIDENTE DA CEFAMOL

engineering & tooling

FROM PORTUGAL

Indústria Portuguesa de Engineering and Tooling

- 60 anos de experiência dinâmica.
- Afirmação como produtor mundial prestigiado.
- Exportação (367,3 M€ /2009) de cerca de 90 % da produção.
- Fornecedor de clientes prestigiados (OEM's e grandes companhias internacionais)

Distribuição Geográfica das Empresas

Oliveira de Azeméis (29%)

Marinha Grande (63%)

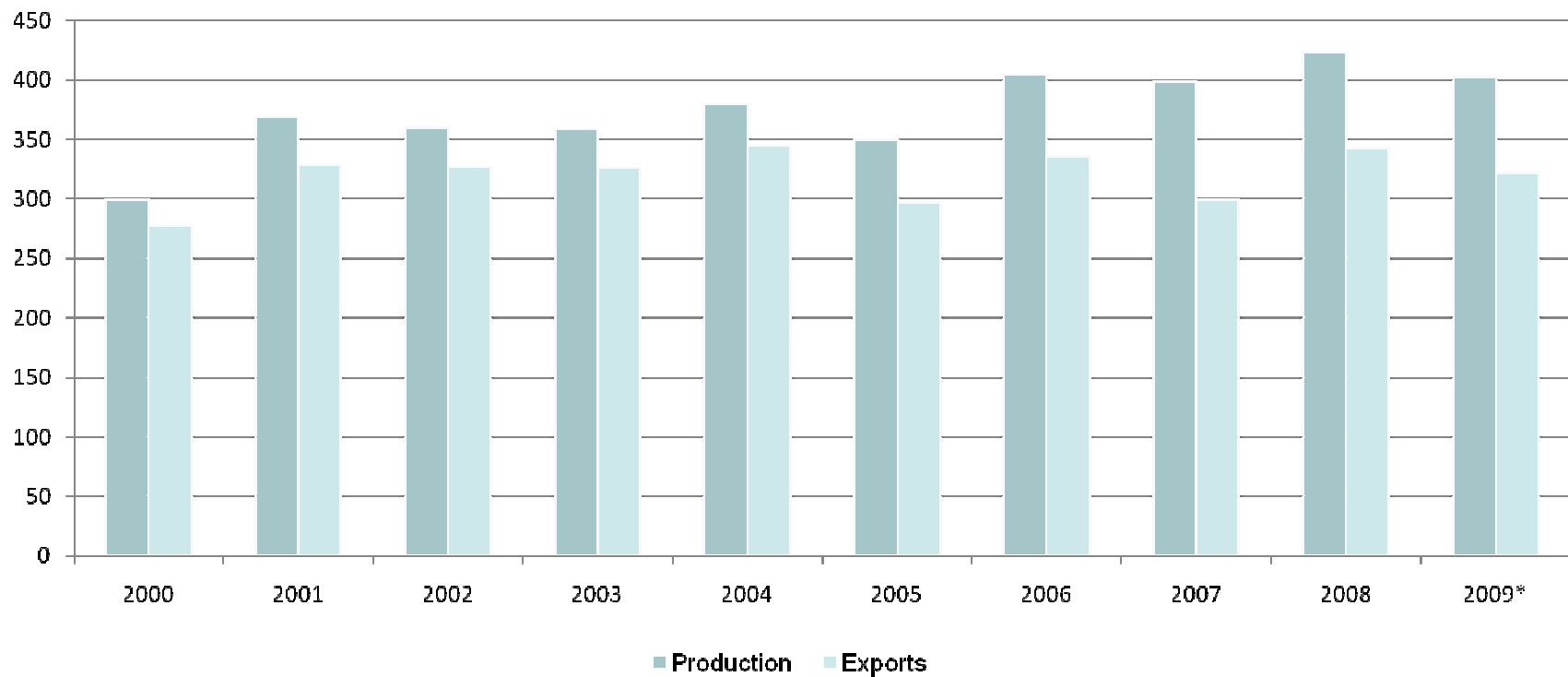
Valores totais

515 Empresas

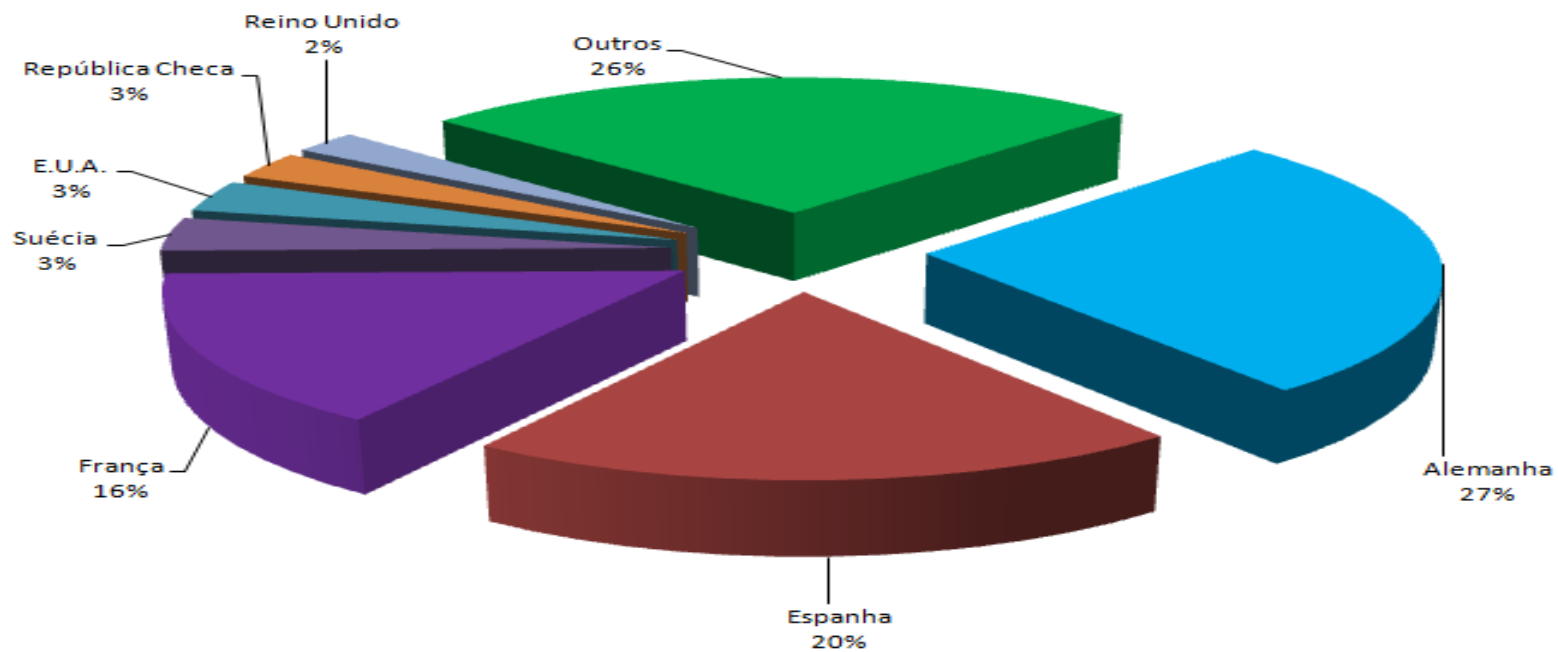
7.987 Trabalhadores

Produção vs Exportação

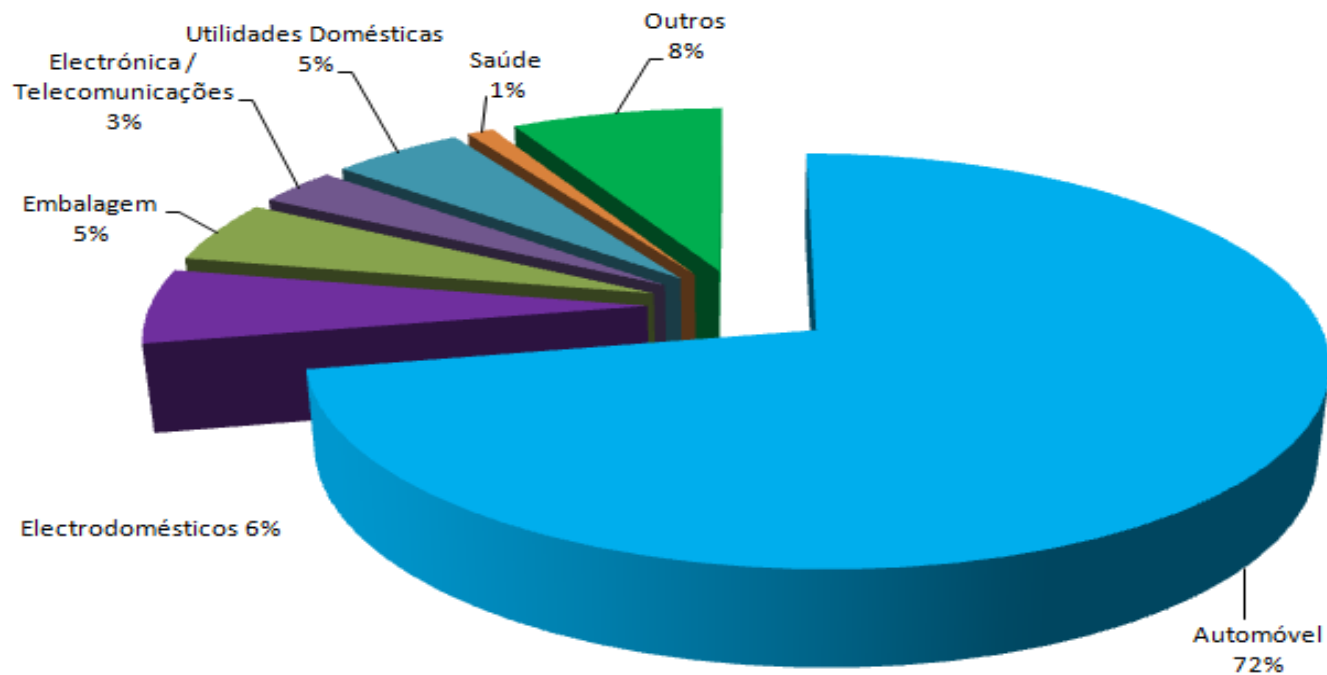
(Milhões Euros)



Principais Mercados 2009



Principais Industrias Clientes 2009



Principais Desafios

- Alteração do modelo de negócio.
- Acentuação da dependência de mercados tradicionais.
- Situação económica internacional.
- Deslocalização de clientes importantes.
- Aumento da concorrência internacional.

Principais Desafios

- Reajustamento contínuos nos planos:
 - Económico
 - Financeiro
 - Relacional
- Políticas cambiais adversas.
- Limitações no acesso ao crédito.

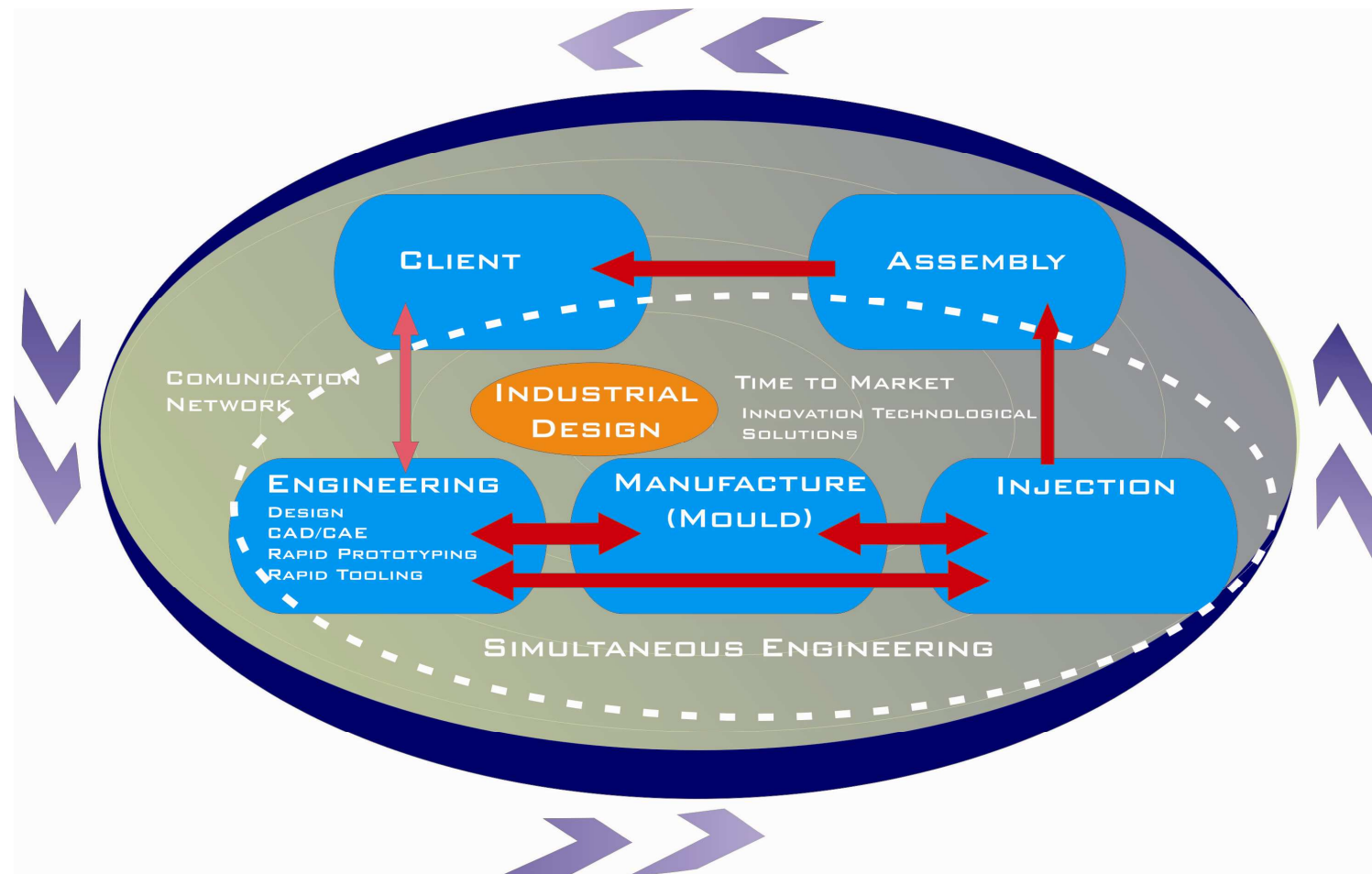
Principais Argumentos Competitivos

- Reconhecimento e imagem internacional.
- Competências, experiência e know-how.
- Potencial para diversificação de mercados alvo.
- Abertura para a cooperação e para o estabelecimento de parcerias estratégicas.

Principais Instrumentos de Actuação

- Melhorar a produtividade.
- Dinamizar novas abordagens ao mercado.
- Centrar a oferta como fornecedores de competências para resolução dos problemas dos clientes.
- Usar intensivamente o conhecimento - engenharia e soluções técnicas de produtividade acrescida.

Cadeia de Valor





Oferta integrada de serviços de alto valor acrescentado

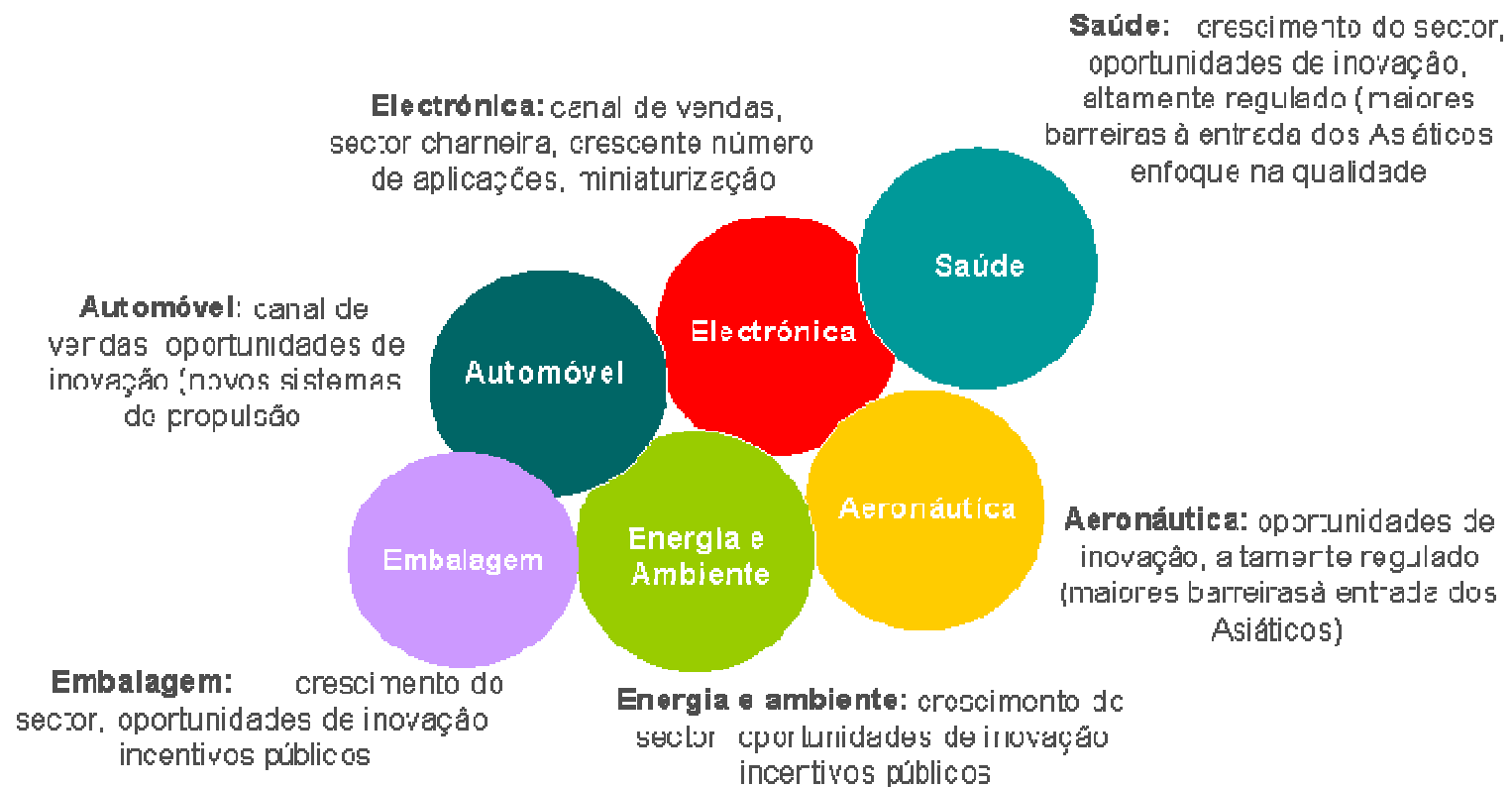
- Soluções inovadoras, sofisticadas, flexíveis, multidisciplinares e “customizadas”;
- Engenharia e desenvolvimento de novos produtos de alta complexidade tecnológica;
- Trabalho colaborativo com empresas clientes desde um estágio inicial de desenvolvimento de novos produtos;
- Ofertas competitivas (ferramentas de altos ciclos de produção com baixos custos de manutenção);

(Re) Posicionamento do Sector

- Consolidar posição em mercados tradicionais, nomeadamente na Europa.
- Re-conquistar posição de destaque nos mercados dos EUA e Brasil.
- Abordar novos mercados emergentes numa estratégia de diversificação.
- Penetrar em novas áreas industriais – ex: Aeronautica, Saúde ou Energia e Ambiente.
- Reforçar o conhecimento e informação sobre novos mercados e ou regiões.

Sectores e Mercados Alvo

Mercados alvo de actuação – sectores estratégicos



Dinamização de novas oportunidades

Novas oportunidades decorrem sobretudo da:

- Aparecimento de problemas novos.
- Reaparecimento de velhos problemas.
- Exigência de novas soluções.
- Nova abordagem ao mercado.
- Melhoria produtividade.

Promoção Internacional do Sector

Robustecer o conhecimento sobre as nossas potencialidades.

Promoção Internacional do Sector

Reforçar e difundir a imagem de qualidade e a origem de produto europeu.

Promoção Internacional do Sector

Dinamizar, reorientar e reforçar a nossa diplomacia económica tanto de forma autónoma como no quadro da União Europeia.

Marca Colectiva – Engineering and Tooling from Portugal



Design

Engineering

Prototyping

Mould
Production

Tooling

Production
Services