



# **As PME europeias nas Cadeias de Valor Globais**

**COMISSÃO EUROPEIA – CIP – AIDA**

**Aveiro, 24 de janeiro de 2017**

jose.vale@iapmei.pt

# Portugal 2020 – Cadeia de Valor



## Política Pública (Programa do Governo)

- Desafio da Inovação no tecido empresarial
- Dinâmica de diversificação das exportações e de produção de bens e serviços cada vez mais sofisticados e diferenciados, reforçando a competitividade das empresas.
- Maior incorporação de valor nacional nas exportações

## Portugal 2020 (RECI)

Elegíveis operações inseridas em todas as actividades económicas, com especial incidência para aquelas que visam a produção de bens e serviços transacionáveis e internacionalizáveis ou que contribuam para a cadeia de valor dos mesmos.

«Efeito de arrastamento em PME», impacto na cadeia de valor, avaliado pelo contributo do projeto para a criação de valor nas atividades a montante e a jusante e pela utilização e valorização de inputs, quando fornecidos por PME;

«Efeito de arrastamento na economia», impacto na cadeia de valor alvo do projeto, avaliado pelo contributo do projeto para a criação de valor nas atividades a montante e a jusante e pela utilização e valorização de inputs para PME;

## Referências (RECI)

No I&D - Ser “consórcios completos”, designadamente aqueles que incluam a participação de entidades empresariais nas fases críticas da cadeia de valor dos produtos ou processos alvo do projeto e que constituam condição necessária à valorização eficaz dos resultados dos projetos de I&D.

Na Internacionalização - ...desde que visem o reforço da capacitação das atividades económicas em matéria de definição de estratégias de internacionalização e abordagens de mercado visando o reforço da respectiva capacidade competitiva e progressão na cadeia de valor...

Nos SIAC - pode ser associada uma componente específica de formação, orientada para a criação de competências-chave diagnosticadas como falhas de mercado na cadeia de valor de clusters ou (...)

# Portugal 2020 – Cadeia de Valor



## Referência na RIS3 – Centro

A silvicultura e a exploração florestal na Região Centro representam quase metade do VAB setorial do país, mas é nos ramos industriais relacionados com esta cadeia de valor que melhor se identifica a importância da região, com a fabricação de pasta, de papel e de cartão e as indústrias da madeira e da cortiça a valerem quase 5% do VAB da Região Centro (quando pesam apenas 2% do total do país).

## Mérito do Projeto (MP)

Avaliação critério B - Impacto do projeto na competitividade da empresa

Avaliado em função da propensão e da orientação da lógica de negócio e do modelo organizacional para os mercados internacionais, do posicionamento na cadeia de valor, do nível de eficiência produtiva, bem como, para determinadas tipologias de investimento, do reforço da sua capacidade de I&D e inovação;

# Portugal 2020 – Cadeia de Valor



- Mérito do Projeto (MP)

## Subcritério B2. Propensão para a geração de valor

- Neste subcritério são aferidos os impactos do projeto para o aumento da eficiência produtiva da empresa e na sua capacidade de gerar valor em cada unidade produzida.

- Indicadores:

Nível de valor acrescentado;

Posicionamento na cadeia de valor alargada e vantagens competitivas.

- Posicionamento na cadeia de valor alargada e vantagens competitivas no pós-projeto:

**Fraco:** Presença na cadeia de valor limitada a um conjunto de atividades, pouco agregadoras de valor;

Ex: Empresas que produzem para terceiros, com estratégias baseadas em custos baixos.

**Médio:** Apresenta já uma estratégia de alargamento da cadeia de valor, iniciando a sua aproximação a um posicionamento valioso e distinto no mercado alvo, possuindo algumas vantagens competitivas sustentáveis, não chegando, no entanto, a um controlo dos elos cruciais da cadeia de valor;

Ex. de elos cruciais: distribuição (cliente final), design e marketing.



## Portugal 2020 – Cadeia de Valor

- Forte: A empresa tem uma presença importante ao longo de toda a cadeia de valor com um forte enfoque no controlo de elos situados a jusante da mesma. A empresa visa assim a consecução de vantagens competitivas sustentadas, ancoradas em produtos e/ou processos dificilmente replicáveis assente em elementos diferenciadores cuja expressão máxima será a criação de marcas em mercados fortemente competitivos.

Exemplos: Se tem marca própria reconhecida (ou vai criar) e controla os canais de distribuição (controlo da rede, parcerias estratégicas, distribuição própria ao cliente final ou franchising).

- Ericeira Surf Shop - Controla distribuição, apesar de vender produtos não exclusivamente de marca própria.
- Óleo Fula: Controla cliente final, através de marca reconhecida.

# Informações



## IAPMEI:

Centros de Apoio Empresarial

Linha Azul: 808 201 201

[info@iapmei.pt](mailto:info@iapmei.pt)

[www.iapmei.pt](http://www.iapmei.pt)



Para a presente apresentação foram selecionados os aspetos mais relevantes da regulamentação, pelo que não dispensa a consulta da regulamentação aplicável