



PRODU[T]TECH

PÓLO DAS TECNOLOGIAS DE PRODUÇÃO



APOSTAS DA INDÚSTRIA TRANSFORMADORA

- Novos produtos (materiais, design, etc.)
- Integração de produto + serviço (extended products)
- Customização

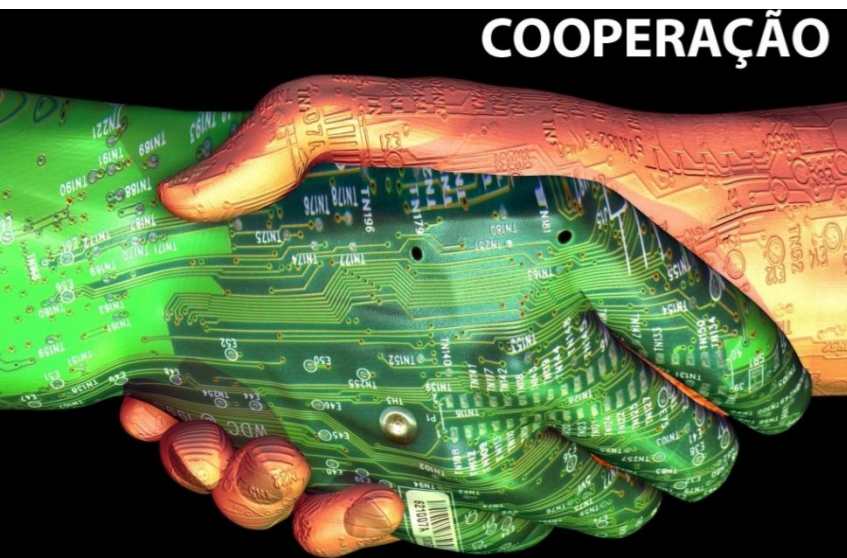
- Resposta rápida
- Flexibilidade
- Eficiência das operações (custos)
- Qualidade (abrangente)

- Impacto ambiental (reciclagem, rastreabilidade, etc.)
- Eficiência energética

(MANUFUTURE VISION 2020)

OPORTUNIDADES

- **Esta transformação exige alterações significativas nos modelos, métodos de gestão, processos, etc., e a utilização de novas ferramentas e tecnologias de suporte.** Algumas existem já no mercado, outras podem ser adaptadas de outros setores, várias têm ainda de ser desenvolvidas.
- Por outro lado, **muitas destas tecnologias são horizontais**, ou seja, aplicáveis a vários setores. Este facto permite e justifica que o seu desenvolvimento seja realizado num contexto transversal multi-sectorial).
- **Esta necessidade coloca-se a nível internacional**, não sendo uma especificidade portuguesa. Isto significa também que existe uma necessidade (e, portanto, um mercado) internacional considerável.



- Promover o desenvolvimento da fileira nacional de Tecnologias de Produção, em estreita cooperação com os setores utilizadores e com o sistema científico e tecnológico
- Fomentar a investigação, o desenvolvimento, a inovação e troca de constante de ideias, experiências e projetos nas empresas e setores envolvidos
- Promover a imagem e a valorização das empresas produtoras de tecnologias para a produção e dos respectivos setores, a nível nacional e internacional.

- **Desenvolvimento da fileira nacional de tecnologias para a produção**, através do desenvolvimento de novos produtos e serviços tecnologicamente avançados e com maior valor acrescentado.
- **Aumento da competitividade e do valor acrescentado das empresas dos sectores utilizadores**, através da utilização das tecnologias e soluções desenvolvidas.
- **Contribuição positiva para a balança de transacções externas**, através da diminuição de importações e o aumento das exportações de tecnologia.
- **Aumento do investimento privado em I&D e do seu impacto**, através de um maior volume de investimento mas também de uma maior capacidade das empresas para extrair valor desse investimento.

HORIZONTALIS	TEMÁTICOS
H1- PROSPETIVA, ESTRATÉGIA E VIGILÂNCIA	T1 - NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO
<u>H2 - MARKETING E PROMOÇÃO JUNTO DOS MERCADOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS</u>	T2 - SISTEMAS DE PRODUÇÃO INTELIGENTES
H3 - INFORMAÇÃO, DISSEMINAÇÃO E DEMONSTRAÇÃO DE NOVOS PRODUTOS, PROCESSOS, SERVIÇOS E TECNOLOGIAS	T3 - PERFORMANCE, FLEXIBILIDADE E EFICIÊNCIA DOS SISTEMAS DE PRODUÇÃO
H4 - PARTICIPAÇÃO EM REDES E ORGANISMOS INTERNACIONAIS	T4 - MODELIZAÇÃO E SIMULAÇÃO DE SISTEMAS DE PRODUÇÃO
H5 - CRIAÇÃO OU REFORÇO DA CAPACIDADE DE GESTÃO DE IDI	T5 - GESTÃO DAS OPERAÇÕES E LOGÍSTICA DE SISTEMAS DE PRODUÇÃO
H6 - APOIO AO EMPREENDEDORISMO	T6 - SISTEMAS DE PRODUÇÃO EM REDE
H7 - ADEQUAÇÃO DA OFERTA EDUCACIONAL E FORMATIVA	T7 - NOVAS TECNOLOGIAS E SISTEMAS DE PRODUÇÃO
H8 - GESTÃO E COORDENAÇÃO DA INICIATIVA	T8 - EFICIÊNCIA ENERGÉTICA E AMBIENTAL NOS SISTEMAS DE PRODUÇÃO
	T9 - FERRAMENTAS AVANÇADAS PARA O DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS E SISTEMAS
	T10 - SEGURANÇA DE SISTEMAS DE PRODUÇÃO



- Criação e consolidação do conceito de Fileira das Tecnologias de Produção e reconhecimento da sua importância estratégica para a indústria e para a economia
- Criação do Pólo e das respetivas estruturas (iniciativa inovadora, entidade nova, equipa de gestão nova, sistemas de informação, etc.)
- Mobilização conseguida, quer na fileira, quer dos setores utilizadores, quer ainda das ESTCN e das associações
- Dinamização da cooperação entre os membros do Pólo e primeiros resultados práticos
- Dinamização da cooperação com outros P&C
- Dinamização de novos investimentos em IDI significativos, a nível nacional e europeu
- Reconhecimento internacional da iniciativa

Exemplos de atividades já desenvolvidas:

- Acompanhamento das ações promovidas pelas Associações empresariais (AIMMAP, ANEMM, ANETIE, AEP, AIDA) e divulgação junto dos associados.
- Participação em missões e eventos organizados por entidades públicas (AICEP, IAPMEI, MNE, Presidência da República, etc.).
- Levantamento e análise das ações de internacionalização dos associados e busca de sinergias.
- Realização de estudos sobre o potencial de mercados específicos para a fileira das Tecnologias de Produção.
- Participação ativa nas iniciativas e nos programas europeus, relevantes, seja na área da promoção de empresas e produtos, seja na área do I&DT e da Inovação.

Especificidades desta fileira:

- Verticalização das feiras (feiras setoriais, que incluem as tecnologias de produção) – Cooperação entre os setores utilizadores e a fileira das tecnologias de produção.
- Custos significativos com a participação em feiras (não compatível com os limites definidos nos programas de financiamento).
- Necessidade de apresentar / oferecer soluções cada vez mais alargadas e integradas – cooperação e articulação entre grupos de empresas com produtos e competências complementares
- Os investimentos necessários aos processos de internacionalização e a dimensão das empresas justificam uma partilha de experiências, capacidades e competências.

Exemplo:

FEIRA MIDEST 2011 PARIS

- Portugal País em destaque
- Maior participação nacional de sempre (45 entidades)
- Duas empresas premiadas
- Participação dinamizada em articulação com as associações setoriais (AIMMAP e ANEMM) e a AICEP





**Rua dos Plátanos, 197
4100-414 Porto | PORTUGAL
T. +351 226 166 897
F. +351 226 166 899
geral@produtech.org**

www.produtech.org

GESTÃO DE OPERAÇÕES

CRIAÇÃO DE VALOR PELO AUMENTO DA PRODUTIVIDADE

GESTÃO DE OPERAÇÕES

REDUÇÃO DOS CUSTOS OPERACIONAIS SOBRE OS TANGÍVEIS E OS INTANGÍVEIS DAS EMPRESAS INDUSTRIAIS E SERVIÇOS

CRIAR VALOR PARA QUEM?

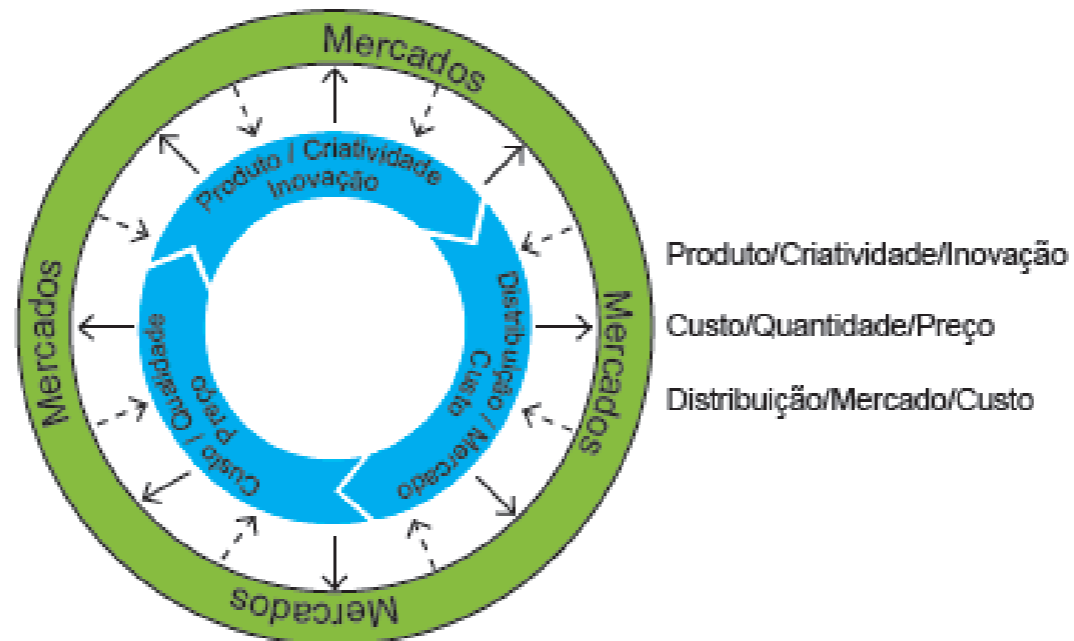
- PARA OS ACCIONISTAS
- SUSTENTAÇÃO DO PROJECTO EMPRESA
- CRIAÇÃO DE VALOR INTEGRADO PARA A SOCIEDADE

RENDABILIZAÇÃO DOS INVESTIMENTOS

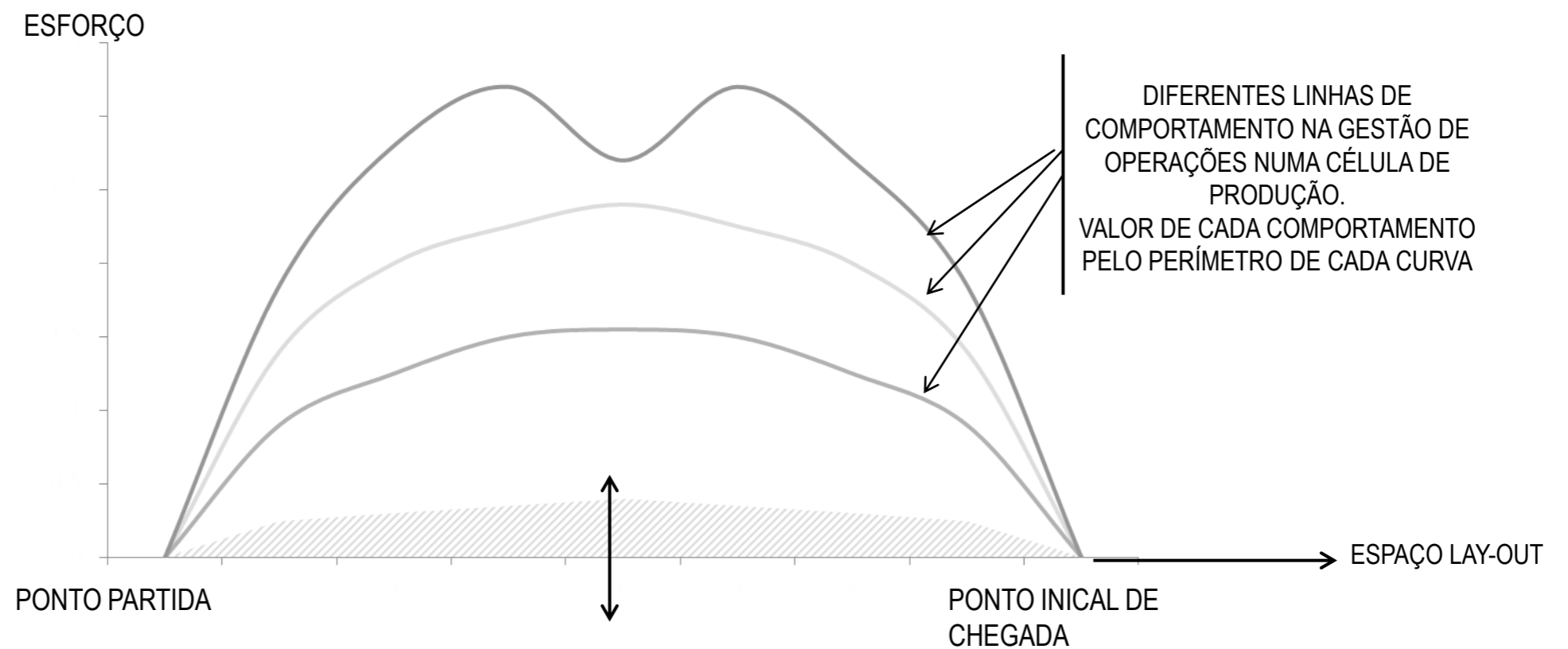
PELA TECNOLOGIA ADQUIRIDA
OU
DESENVOLVIDA
OU
MODIFICADA

SOBRE OS
PRODUTOS
E
PROCESSOS

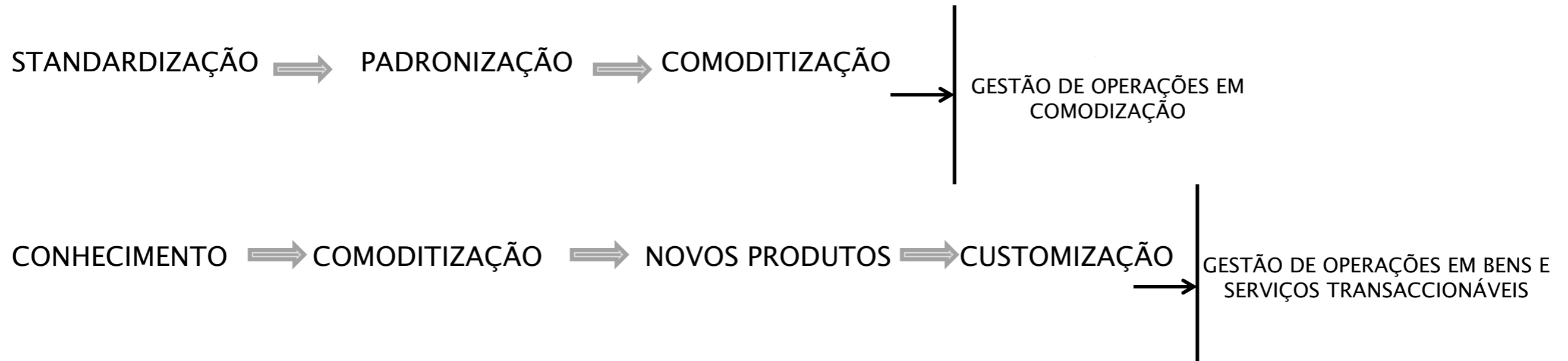
INVESTIMENTO E DIFERENCIAÇÃO



ESPECTRO DA ACÇÃO DO GESTOR DE OPERAÇÕES



PADRÕES DA CONCORRÊNCIA



IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA DA GESTÃO DE OPERAÇÕES NA INDÚSTRIA E SERVIÇOS

ANTIGAMENTE

EMPRESA INDUSTRIAL
95% IND./MANUF.
5% SERVIÇO

O MERCADO ÍA À EMPRESA
OFERTA REDUZIDA

EMPRESA SERVIÇOS
100% SERVIÇO E
INDEPENDENTE

ERA MAL VISTA

HOJE

EMPRESA INDUSTRIAL
40% INDUSTRIAL
20% VALOR INCORPORADO DE TERCEIROS
40% SERVIÇOS

EMPRESA SERVIÇOS
20% INCORPORAÇÃO DE HARDWARE INDUSTRIAL DE TERCEIROS
30% INCORPORAÇÃO DE SOFTWARE E CONHECIMENTO DE
TERCEIROS
50% CONHECIMENTO DA EMPRESA E INTERFACE PARA OS
MERCADOS

GESTÃO DE OPERAÇÕES / INDÚSTRIA E SERVIÇOS

- PRIMEIRO PULMÃO DA PRODUTIVIDADE
- É UM DESAFIO ESTRATÉGICO PARA AS ADMINISTRAÇÕES DAS EMPRESAS
- TRANSFORMA-SE FACILMENTE UMA ACTIVIDADE NUMA CULTURA DA PRODUTIVIDADE
- ANÁLISE DO VALOR DOS TANGÍVEIS E DOS INTANGÍVEIS NOS PROJECTOS

DESAFIOS NOVOS MAS VELHOS ÀS EMPRESAS INDUSTRIAIS E DE SERVIÇOS

- ULTIMAS DÉCADAS COM FORTE INVESTIMENTO INDUSTRIAL MAS SEM UMA GESTÃO DE OPERAÇÕES ADEQUADA
- ORGANIZAÇÃO DAS CÉLULAS DE PRODUÇÃO
- LAY-OUTS - INTELIGENTES
- NOVOS EDIFÍCIOS E INSTALAÇÕES INTERNAS AJUSTADAS A LAY-OUTS FLEXÍVEIS E MÓVEIS
- FÁBRICAS DE MULTIFÁBRICAS

CRESCER DE DENTRO PARA FORA

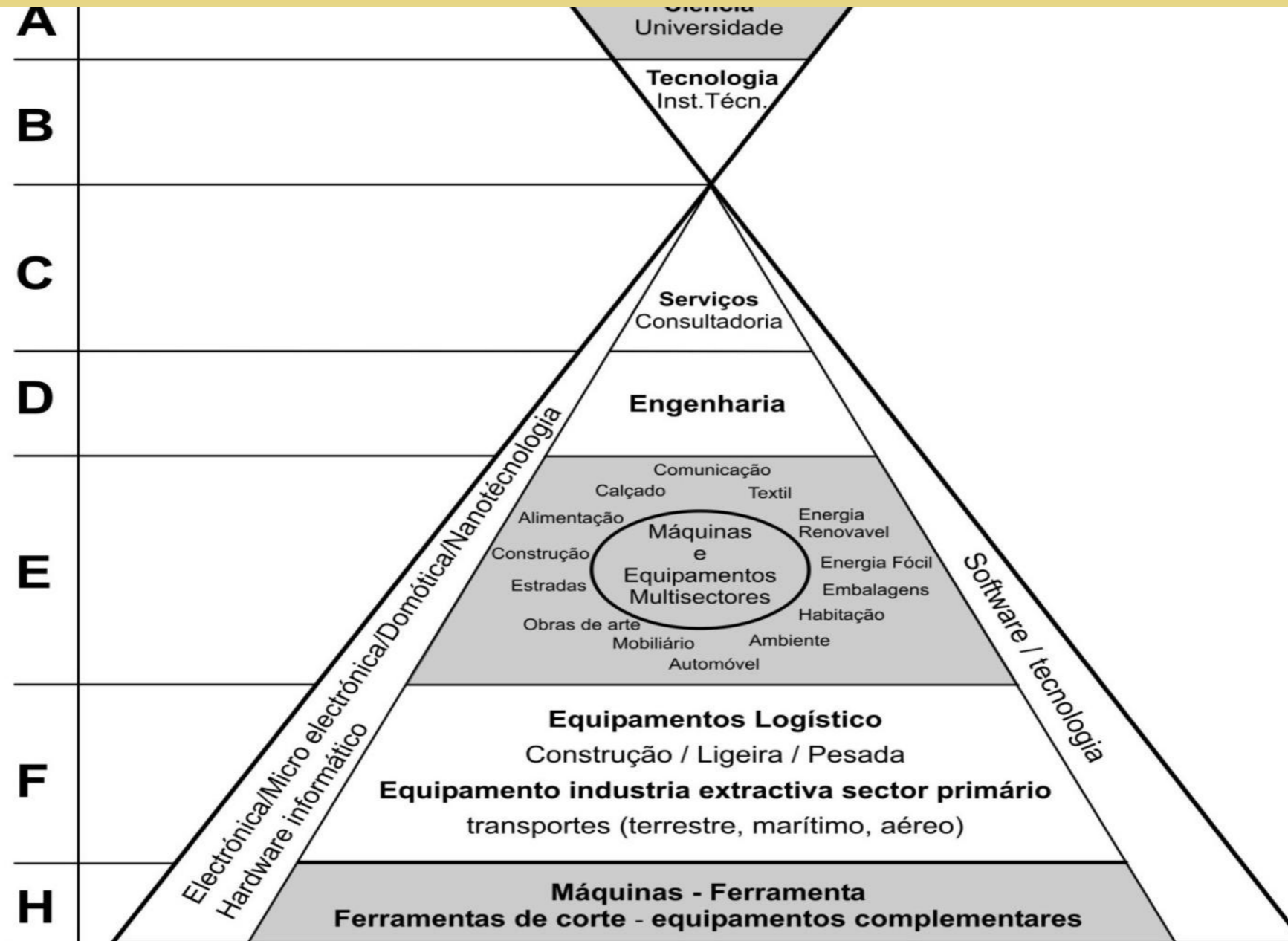
- GESTÃO DE OPERAÇÕES É MULTI-DISCIPLINAR
- GESTÃO DE OPERAÇÕES É A FONTE DE GANHOS SUBSTANCIAIS EM PRODUTIVIDADE QUE É GERADORA DE VALOR PARA A COMPETITIVIDADE.
- GANHOS EM TECNOLOGIA, GANHOS EM NOVAS COMPETÊNCIAS INFLUENCIAM A VIDA DA EMPRESA E COMPORTAMENTOS FUTUROS TANTO PARA NOVOS PRODUTOS COMO PARA NOVOS MERCADOS

GESTÃO DE OPERAÇÕES UM CIBER ESPAÇO DA PRODUTIVIDADE

A PRODUTIVIDADE É O FACHO DA CHAMA OLÍMPICA
EMPRESARIAL QUE SE TRANSPORTA PARA A PIRA DO
ESTÁDIO OLÍMPICO DA COMPETITIVIDADE

JMF (LIVRO – CAMINHOS DO EXPORTADOR)

OPORTUNIDADES E DESAFIOS NO SECTOR METALOMECÂNICO



Fonte: J.M.Fernandes

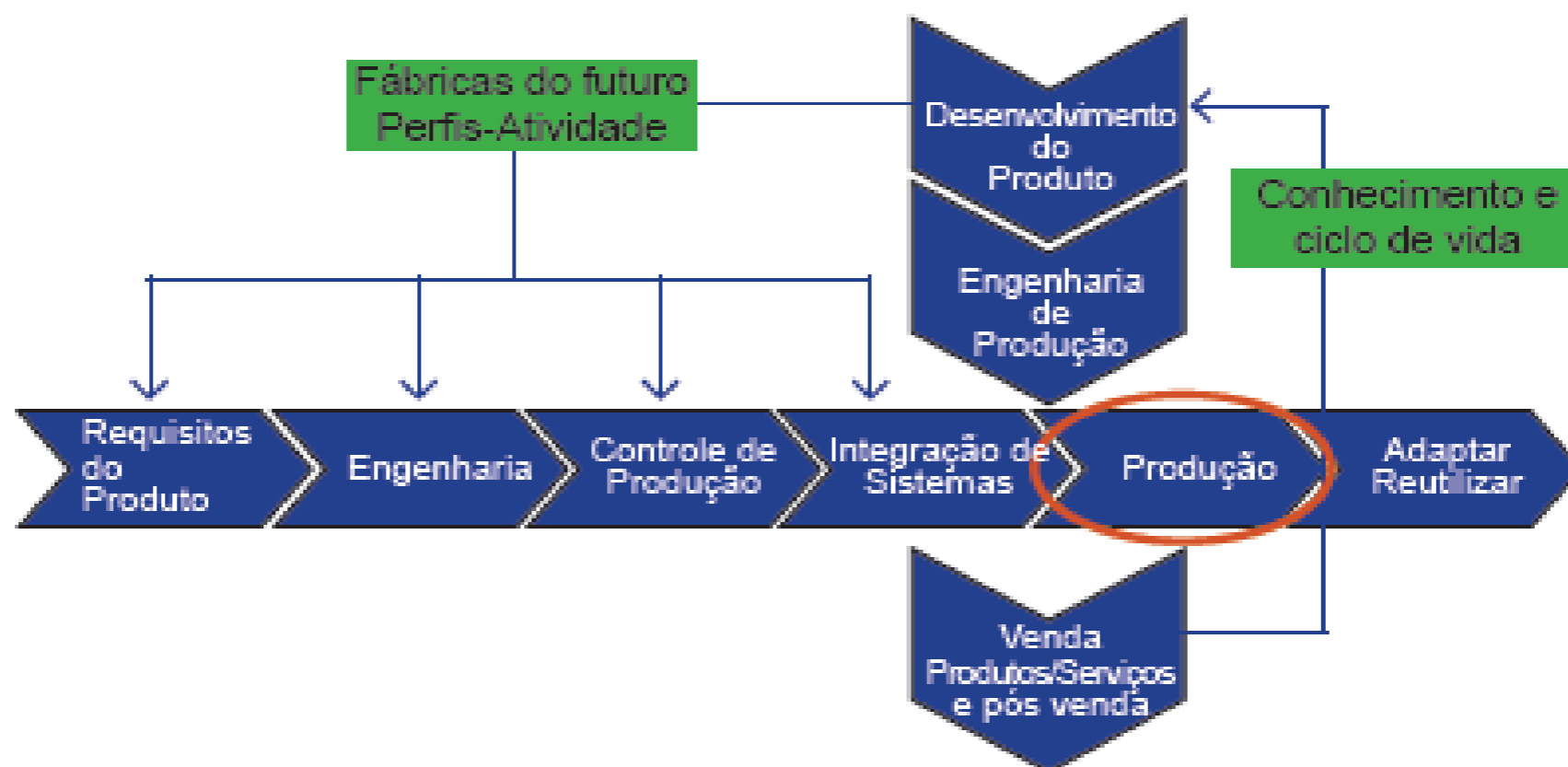


Desafios pela competitividade e sustentabilidade, por uma nova industrialização



Fonte: RMI e consense

Conhecimento + Manufatura + Serviços Chave para o valor acrescentado

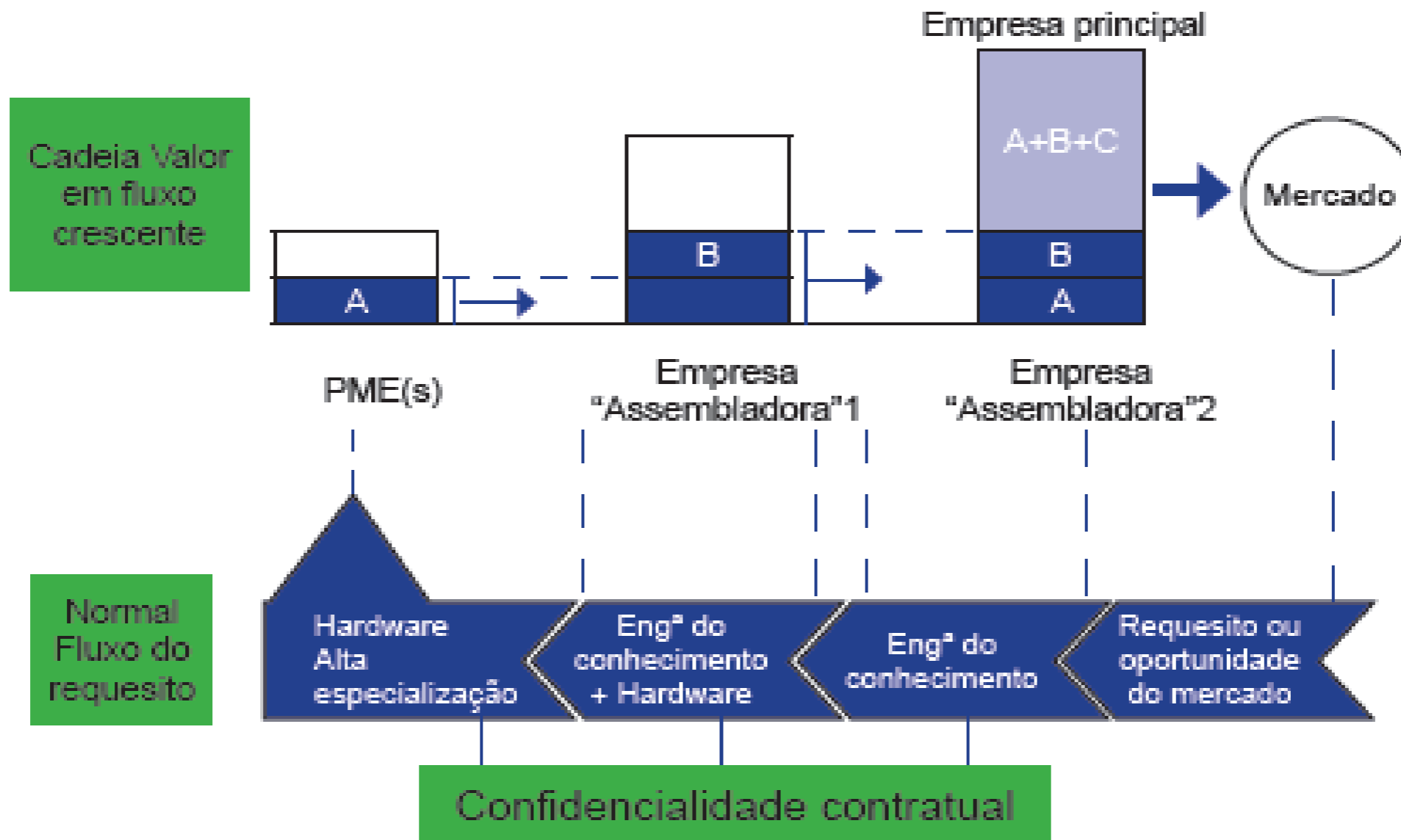


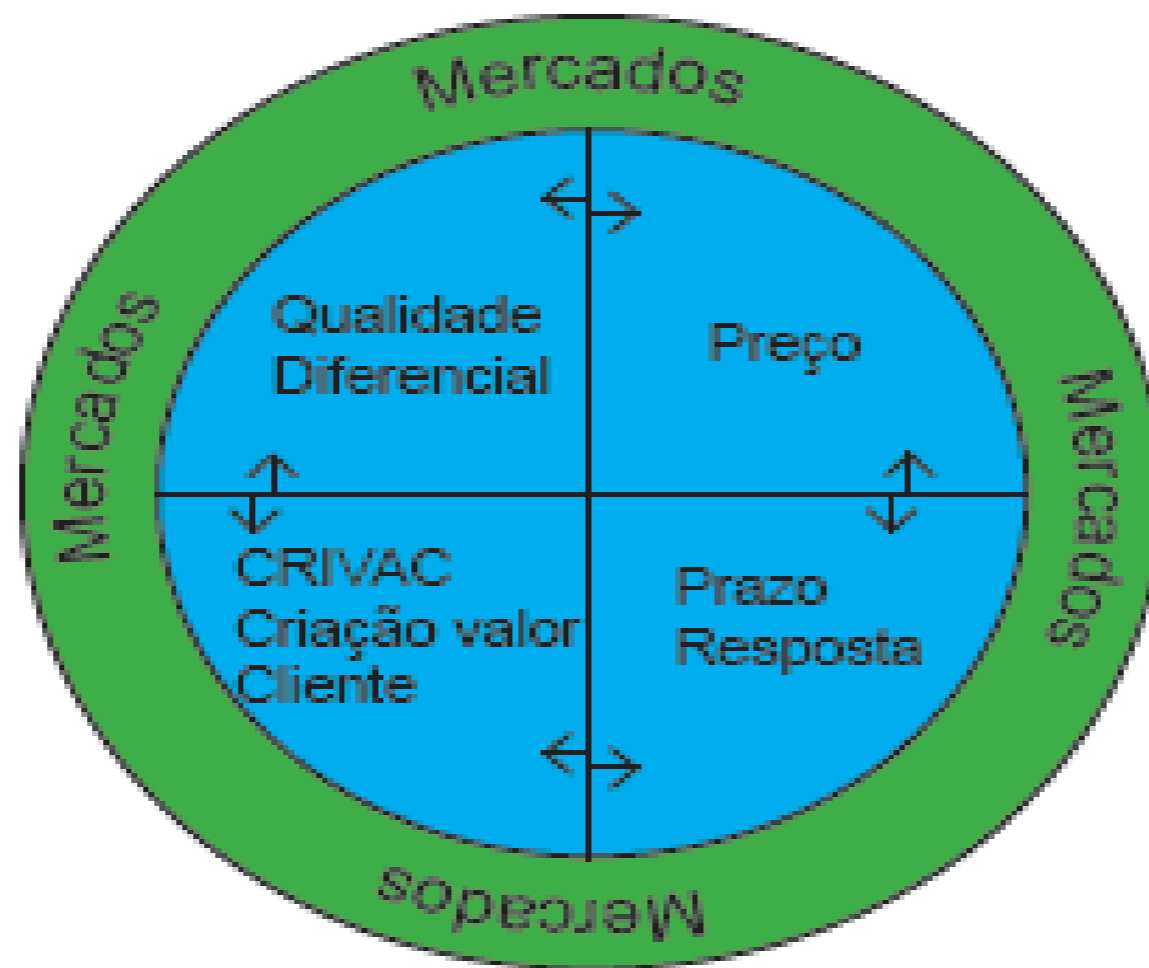
Fonte: Engelbert Westkämper
Fraunhofer IPA, Stuttgart

Vender para lá Estar lá



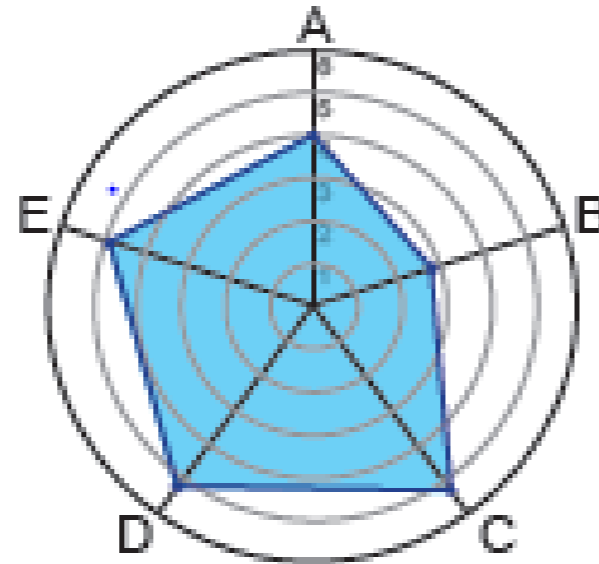






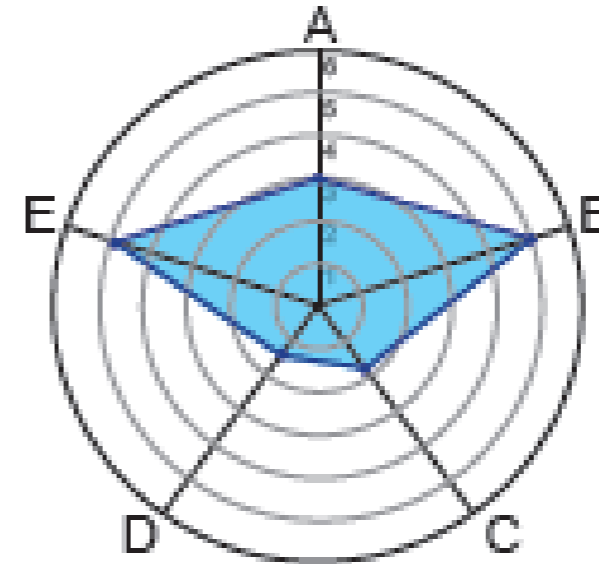
Empresa exportadora

Mercado I

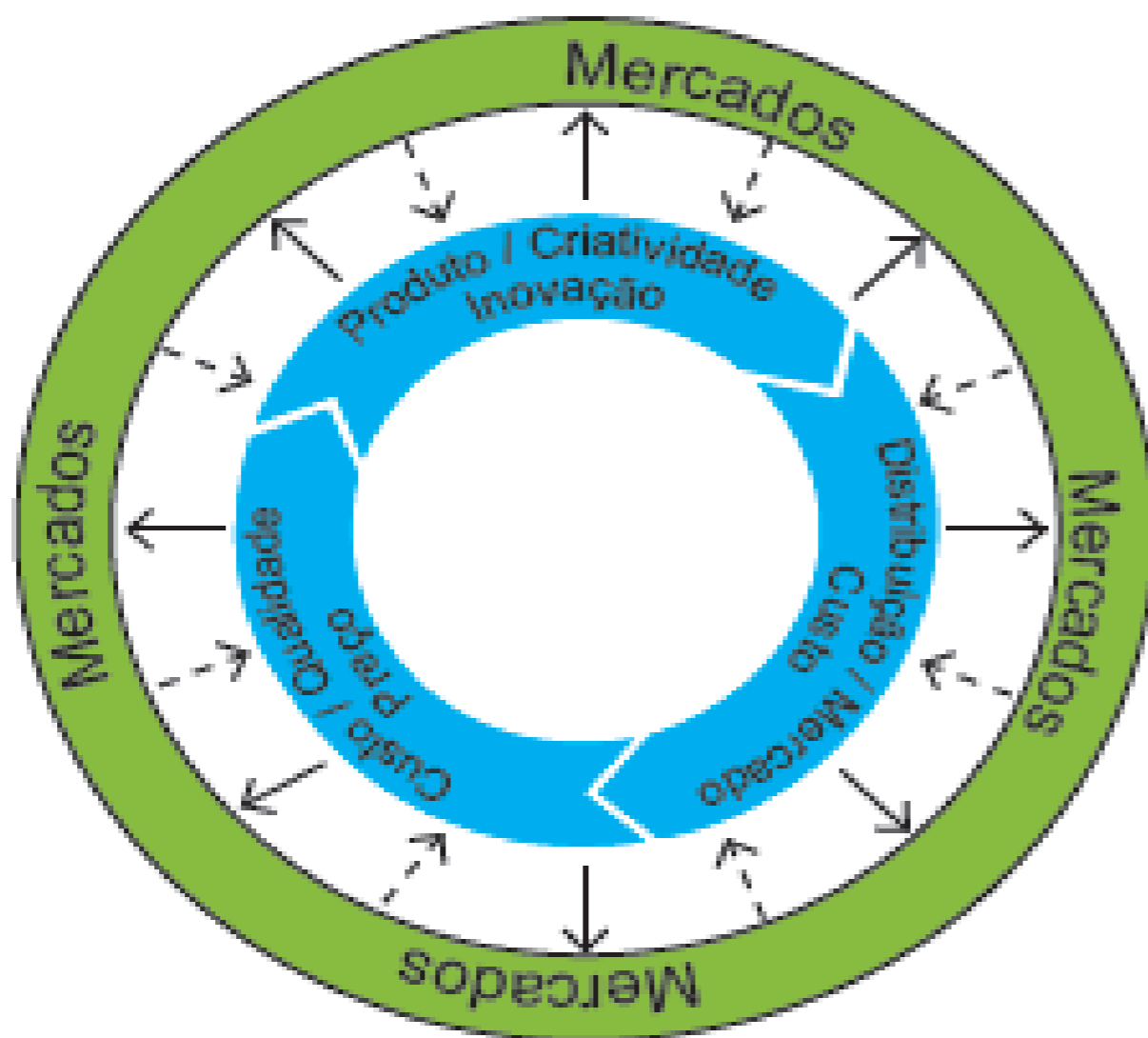


O prazo/resposta é a variável mais apreciada e o preço a mais inconsequente.

Mercado II



O preço é a variável mais apreciada e o CRIVAC é a mais inconsequente.



Produto/Criatividade/Inovação

Custo/Quantidade/Preço

Distribuição/Mercado/Custo

VENDER PARA LÁ

Estrutura necessária para exportar

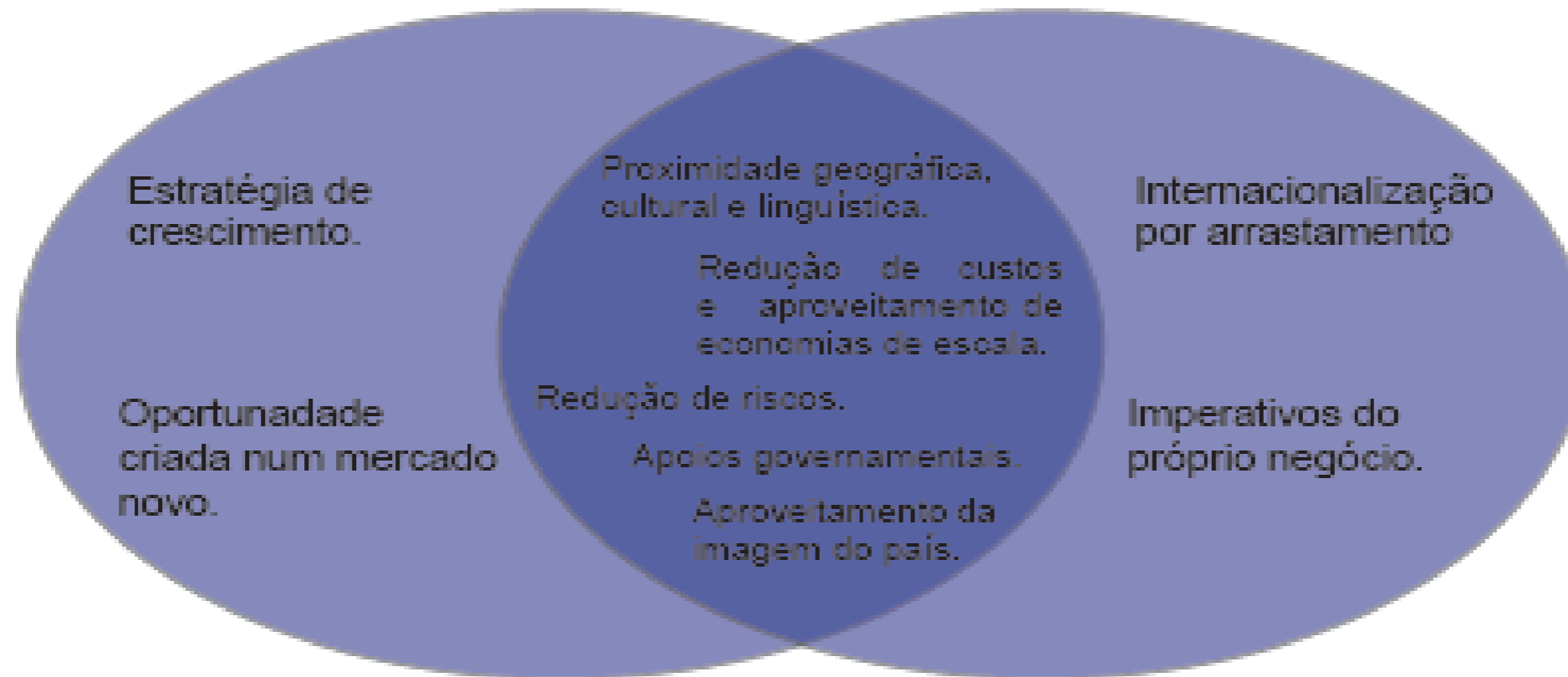
Representação / Mercados

Tendência da atividade econômica	Ambiente de crescimento	Ambiente de recessão	Probabilidade Defesa, Interesses
Representante independente			0,35
Representante bandeira (Dependente)			0,75
Agente			0,20
Revendedor			0,50
Distribuidor			0,40
Sucursal (Cap. minoritário)			0,80
Sucursal (Cap. maioritário)			0,95
Cliente direto			1,00

As motivações para a internacionalização

Motivações
Pro-activas

Motivações
Reativas

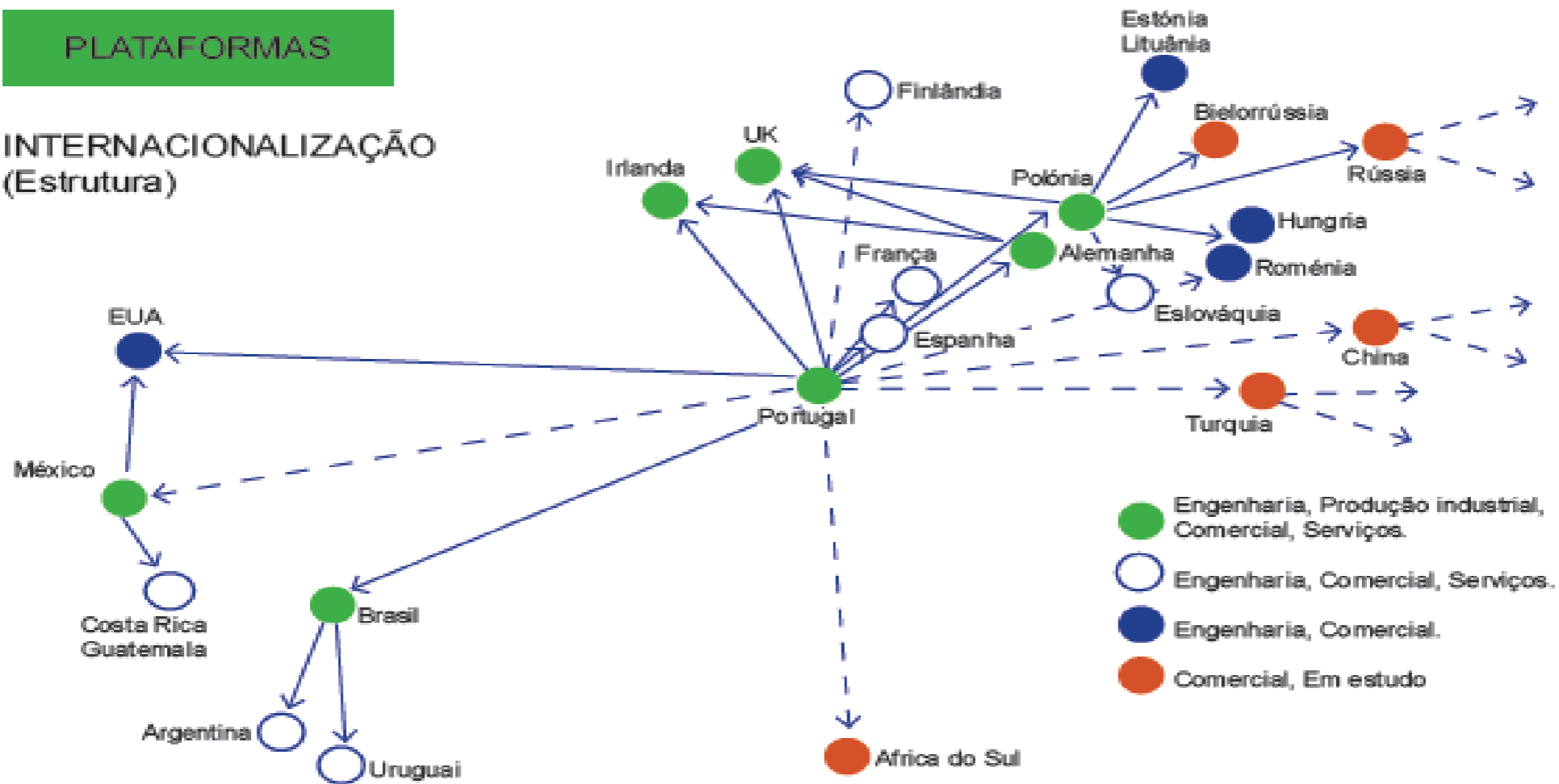


Adapt. Lorga, S.(2000), "O Marketing Internacional", In Os Horizontes do Marketing, Brito e Lencastre (coord.) Verbo, Lisboa.

Inovação - Exportação - Internacionalização

PLATAFORMAS

INTERNACIONALIZAÇÃO
(Estrutura)



Pg.189

Fig.11

Modelos empresariais em internacionalização

