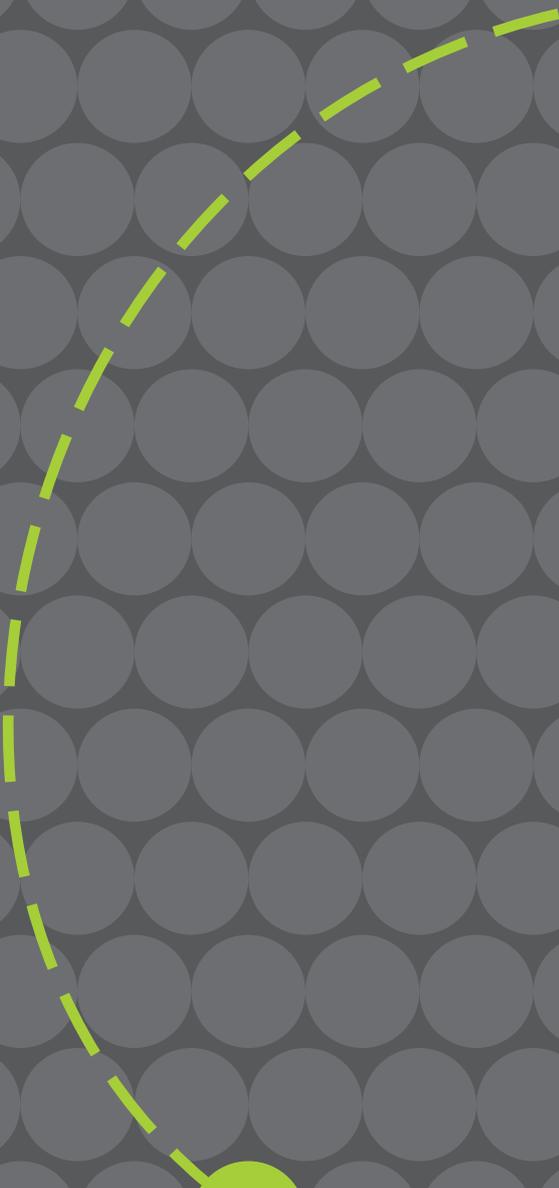
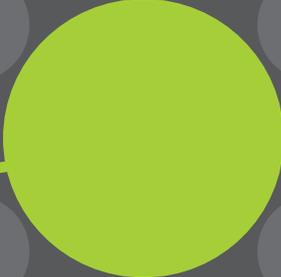
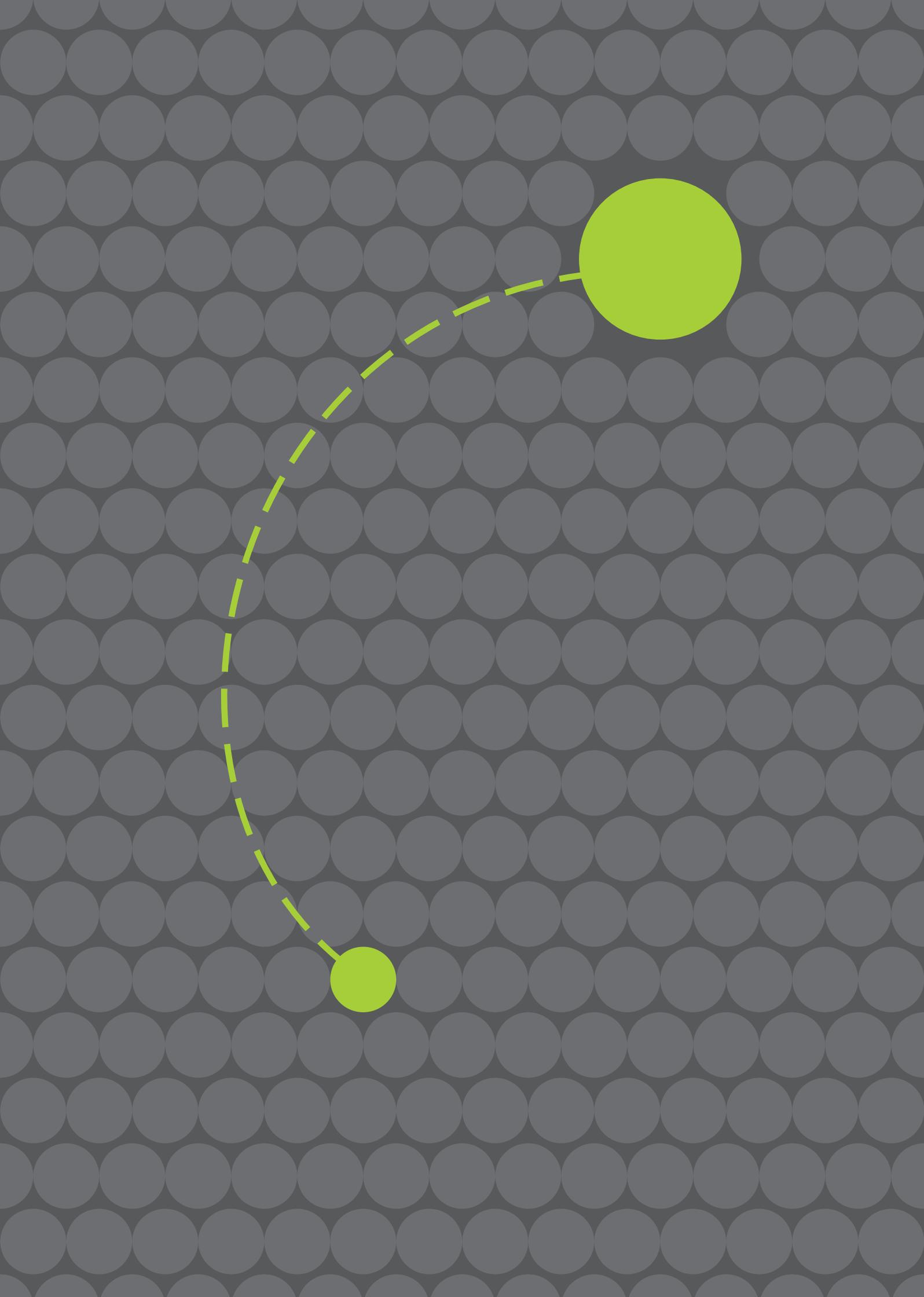


# mercado externo

10 chaves  
para o sucesso

A black circle containing the text "adso." in white lowercase letters.

**adso.**



**adso.**

# Ganhos sem fronteiras

Fazer crescer os nossos clientes é o que fazemos. Com saber, com convicção, com experiência e sem barreiras. Quando o mercado externo é o caminho a seguir, traçamos a rota, fazemos as malas e é para lá que vamos. Abrir caminho, preparar terreno, criar as condições para que as empresas se possam estabelecer com segurança e sair vencedoras.

## **Mais oportunidades, maior complexidade**

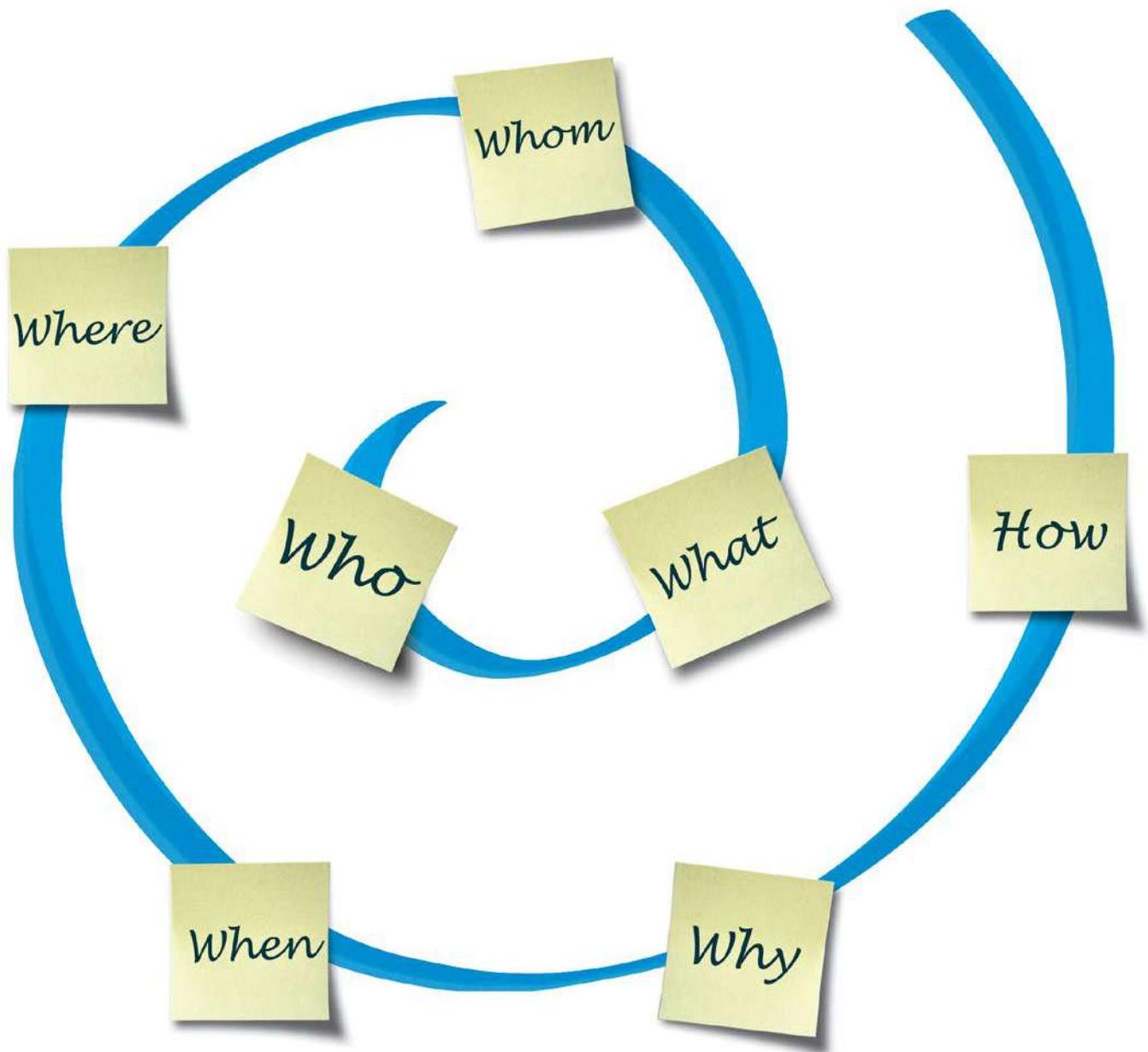
Embarcar num processo de internacionalização é um passo determinante na história de uma empresa. Envolve um conjunto infindável de ferramentas, métodos e técnicas e inúmeras variáveis a tomar em consideração.

É um outro patamar, com novas regras, exigências e características. Significa enfrentar novos desafios, dar resposta a novas exigências. Implica uma estrutura sólida, um posicionamento bem definido, uma estratégia coesa, uma imagem excelente, e isto só para começar.

## **Tem os seus desafios mas vale muito a pena.**

Neste dossiê abordamos 10 conceitos indispensáveis ao sucesso em internacionalização.

Senhoras e senhores, apertem os cintos, a viagem vai começar.



## Getting started

O que precisa para avançar?

- > conhecer o **ponto de situação** da empresa
- > identificar os **recursos disponíveis**
- > recolher **informação de mercado**
- > caracterizar o **país / mercado / sector**
- > avaliar **oportunidades e ameaças**
- > prospectar **contactos privilegiados**

## 01

# Proper prior planning prevents poor performance

**Pensar primeiro para fazer bem depois**

Esta é a ordem correcta de fazer as coisas, ou melhor, é a única forma se o que se procura são bons resultados. Se esta máxima se adequa perfeitamente a praticamente todos os aspectos do mundo dos negócios adquire uma especial destaque no que diz respeito ao processo de internacionalização.

Uma boa preparação é essencial, fundamental, INDISPENSÁVEL.

**Quem? O quê? Para Quem? Quando?**

**Onde? Porquê? Como?** São as respostas a estas perguntas (assim como a muitas outras) que permitem recolher as informações, conhecer as boas opções, distinguir uma boa de uma má decisão, escolher o caminho a seguir.

**Há mercados que são melhores que outros, há abordagens mais vantajosas que outras.**

Um bom planeamento, uma estratégia de benchmarking coesa e estar na posse de informação relevante é o que permite fazer a distinção, escolher a opção mais promissora, a solução que trará maior retorno para a empresa.



## 02

# Strategy is the core business

**A estratégia é a alma do negócio.** É o que faz a diferença, o que permite transformar uma solução razoável numa solução extraordinária, antecipar problemas e tomar boas decisões.

É método, pro-actividade, é agir em vez de reagir. É definir para onde ir e o melhor caminho para lá chegar, prever o que estará na recta da meta antes mesmo de se sair da linha de partida.

Com base em pesquisas efectuadas, informação recolhida e análises concretas, elaborar planos estruturados, definir metas, traçar objectivos, identificar oportunidades, transformar as fraquezas em forças e as ameaças em oportunidades.

Alcançar a eficiência, eficácia e a efectividade. Definir, programar e implementar a estratégia mais correcta que permitirá obter os melhores resultados.

Implica um grande nível de conhecimento, de percepção e de planeamento. Requer experiência, saber, profissionalismo, confiança.

**Estratégia é ter as ferramentas e o know-how para tirar o máximo partido dos recursos, gastar menos, ganhar mais.**

---

**O que fazer** > traçar objectivos > definir o posicionamento > segmentar públicos e mercados > avaliar viabilidade e rentabilidade > delinear a estratégia > elaborar planos de negócio > calendarizar acções > implementar e controlar

---



## 03

# Innovation as your middle name

Uma empresa de conservas aposta na criação de latas com abertura fácil, uma empresa de mobiliário opta pela versão self-service na loja, reduzindo custos com armazenamento e distribuição, uma empresa de distribuição estuda o design das embalagens de forma a evitar desperdícios de espaço no transporte, um hipermercado decide colocar expositores com snacks e revistas na linha das caixas... ISTO É INOVAÇÃO!

**Inovar é ser diferente, fazer diferente.**

É ver as coisas por outro prisma, abordar situações por outros ângulos, trabalhar processos de outra forma, ser melhor em algum aspecto.

É criar uma ou várias **vantagens competitivas**, algo em que a empresa se possa diferenciar. É ser um dos primeiros no mercado ou descobrir um mercado, segmento ou nicho onde possa ser um dos primeiros.

**Do processo de produção à relação com o cliente, da gestão de projectos à estratégia de marketing, qualquer factor pode ser fonte de inovação.**

Quais os seus pontos fortes? O que o distingue da concorrência? Inove, crie diferenciação. A inovação encontra-se directamente ligada ao aumento da competitividade. É factor essencial à sobrevivência nos negócios e à geração de valor.

---

**Tipos de inovação** > Produtos / Serviços > Comercialização > Processos (produção, distribuição, logística) > Empresarial > Organizacional > Marketing e Comunicação > Tecnológica > Relacionamento com clientes > Modelo de negócio

---

# As empresas portuguesas e a **internacionalização**

## PRÓS



- > lógica do desenrasca
- > excelentes executores
- > fácil adaptação tecnológica
- > produtividade
- > relação qualidade/preço
- > apoios ao investimento

## CONTRAS



- > lógica do desenrasca
- > baixa capacidade de liderança
- > capacidade financeira
- > organização interna
- > falta de notoriedade
- > pessimismo

## 04

# Think global, act local

Uma negociação é tanto mais fácil quanto melhor percebermos os códigos, os comportamentos, as formas de conduta, a realidade político-legal, económica, social e tecnológica.

**Factores culturais como condicionantes**

Como reagiria se numa reunião de negócios alguém lhe esfregasse o pé na cara em forma de cumprimento\*? Nos negócios internacionais conhecer os hábitos e costumes das pessoas com quem vai fazer negócio é extremamente importante.

Uma negociação é tanto mais fácil quanto melhor percebermos os códigos, os comportamentos, as formas de conduta, a realidade político-legal, económica, social e tecnológica. Já agora, faça uma análise PEST. Informe-se e saiba o que esperar, aja de acordo e ganhará a confiança ao mostrar que percebe do mercado.

Para melhor poder adequar os seus produtos, estratégia comercial, imagem e serviços, conheça a realidade social, especificidades locais, hábitos, tendências e estilos de vida de cada país, região onde pretende operar. Como pode ver, até um cumprimento pode fazer toda a diferença.

**Definir uma estratégia global, mas nunca perder de vista as especificidades locais**

Bom exemplo: McDonald's. Presente em mais de 100 países baseia-se numa estratégia comum mas tendo sempre em atenção as especificações dos países de origem: menus sem carne de vaca na Índia, de salmão na Noruega, de arroz na China, etc... Não é estereotipar, é adaptar às oportunidades, necessidades, nichos existentes.

Maus exemplos: o lançamento dos seguintes modelos automóveis em Espanha: Nova da Chrysler (literalmente "não anda") ou Pajero da Mitsubishi (nome demasiado feio para aqui ser traduzido). Estes nomes acabaram por ser alterados mas não antes de acarretarem prejuízos significativos não só em termos de custo mas também de credibilidade.

\*antiga forma de cumprimento de uma tribo nas filipinas



## 05

# A brand new world of opportunities. Aim higher

**Porquê abraçar o mercado externo?**

A globalização encolheu o mundo e os mercados locais são praticamente uma coisa do passado.

Não considerar a internacionalização é estar em desvantagem, é colocar, logo à partida, restrições ao desenvolvimento da empresa, à sua evolução, à sua sobrevivência a longo prazo.

**Quando todo o mercado evolui, aqueles que não acompanham a evolução são deixados para trás.**

**Uma atitude pró-activa em relação ao mercado, uma abertura à corrida global torna-se cada vez mais não uma opção, mas uma necessidade e acima de tudo, uma grande oportunidade.**

## 10 vantagens:

- 1 mais oportunidades de negócio
- 2 mais clientes potenciais
- 3 mais fornecedores
- 4 mais parceiros
- 5 redução de custos e maior rentabilidade
- 6 sinergias e economias de escala
- 7 dispersão/redução do risco
- 8 prolongamento do ciclo de vida dos produtos
- 9 maior visibilidade e reconhecimento
- 10 dimensão, sustentabilidade e competitividade

Chamar a  
**ATENÇÃO**

Despertar o  
**INTERESSE**

Criar o  
**DESEJO**

Levar à  
**ACÇÃO**

# Stay on target

Os bons negócios não acontecem de forma impulsiva e o reconhecimento não nasce de um dia para o outro.

**É preciso semear para colher, tem que haver um trabalho constante de comunicação para o mercado-alvo e há que garantir que a mensagem chega aos destinatários.**

**É necessário um posicionamento sólido e uma comunicação regular e direccionada.**

Saber exactamente o que se pretende transmitir e fazê-lo com eficácia. Chegar directamente a cada um dos contactos, ter em atenção a sua natureza e agir de acordo.

## O poder da confiança

Muitas empresas apostam na estratégia do "toca e foge". Estabelecem um primeiro contacto (através de uma feira ou evento particular), apostam em apenas meia dúzia de contactos, mas fazem-no à distância, desaparecem para nunca mais serem vistas.

**A entrada num novo mercado baseia-se na confiança. "Toca e foge" é tudo menos confiança.**

Estabelecer uma imagem positiva no mercado é essencial. Criar relacionamentos próximos, demonstrar empenho, gerar segurança e confiança. Depois de iniciada a relação é preciso fazê-la funcionar. Manter uma comunicação continuada, sistemática, apostar numa intervenção sólida e integrada.

# AIDA

Nope, não estamos a falar da ópera em quatro actos de Verdi (mas deixem que vos diga que é um conceito tão importante para comunicação como a ópera é para a música clássica). AIDA é a explicação de um processo em 4 etapas. Utiliza uma sequência de acções com o objectivo de preparar o potencial cliente e levá-lo a tomar a decisão de compra no momento certo.

Chamar a **ATENÇÃO**, Despertar o **INTERESSE**,  
Criar o **DESEJO**, Levar à **ACÇÃO**.

Inteligente não? Deve ser por isso que é das **técnicas de marketing mais eficazes**

Go for the best  
but have **SMART**  
objectives

**S**pecific  
**M**easurable  
**A**chievable  
**R**ealistic  
**T**imed



## The means to an end

Neste momento existem condições extraordinárias para a internacionalização. Há uma aposta muito grande a todos os níveis nesse sentido e um vasto conjunto de soluções que podem contribuir para fazer crescer o seu negócio de forma simples, rápida, prática e barata.

**O que é importante é saber escolher os ingredientes certos:**

Apoios financeiros e incentivos (no mercado doméstico assim como no mercado estrangeiro), contactos privilegiados, parcerias, redes de negócios,...

---

**O desconhecimento, o medo não pode ser desculpa para voltar costas às oportunidades. A estagnação, a morte lenta de nada fazer é muitíssimo mais grave e mais arriscada.**

---

Existem soluções e recursos que podem alavancar a internacionalização de qualquer empresa sendo que a especificidade, mais uma vez, dita as regras.

Aceder a estes recursos, recorrer a estas oportunidades é apenas o primeiro passo. A verdadeira vantagem reside no facto de as empresas saberem tirar partido destes benefícios, na sua boa aplicação e utilização.

---

**Boas Soluções de Comunicação e Marketing, de Planeamento e Estratégia, Soluções Comerciais e New Biz e Soluções Financeiras, aliadas ao know-how, conhecimento e boas práticas fizeram da internacionalização de muitas empresas nossas clientes, um passo seguro.**

# Don't hold back!

Dress to Impress. Se a festa é de gala vamos de smoking. Se tem hipótese de ganhar muito mais, também deve apostar em criar as melhores condições para tal.

Mais e maiores oportunidades exigem mais capacidade e qualidade. Prepare-se, valorize-se, invista no futuro. Quanto maior o investimento maior o retorno.

## 08

## Time is money

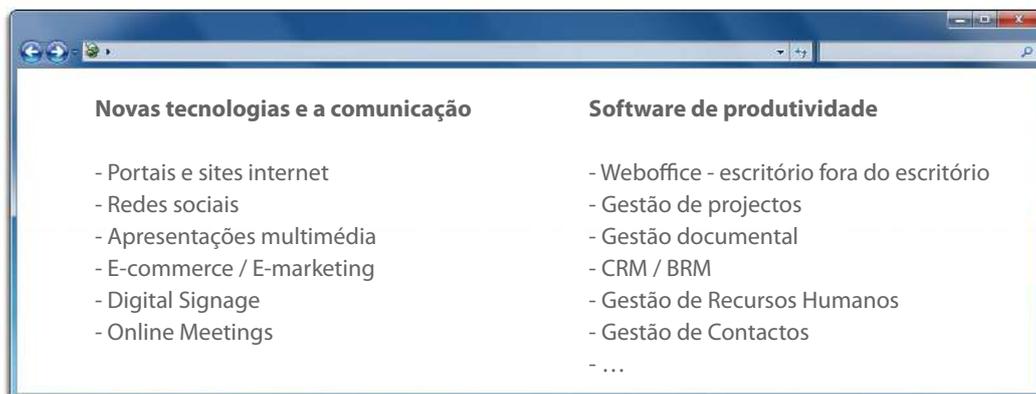
Actualmente as novas tecnologias constituem-se como factor diferenciador num mercado em constante evolução. Já importantes no mercado doméstico, adquirem um papel fundamental quando se efectuam negócios à distância.

Da comunicação à gestão de projectos, da partilha de informação ao relacionamento com o cliente as novas tecnologias apresentam inúmeras vantagens.

Ganhos significativos em termos de rapidez, economia, organização e controlo, a possibilidade de fazer mais com menos recursos, de aumentar a produtividade sem aumentar os custos.

Um conjunto infindável de recursos, de oportunidades e de proveitos. Um meio para chegar mais longe, para fazer melhor.

## TOOLBOX



<b>Novas tecnologias e a comunicação</b>	<b>Software de produtividade</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Portais e sites internet</li><li>- Redes sociais</li><li>- Apresentações multimédia</li><li>- E-commerce / E-marketing</li><li>- Digital Signage</li><li>- Online Meetings</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Weboffice - escritório fora do escritório</li><li>- Gestão de projectos</li><li>- Gestão documental</li><li>- CRM / BRM</li><li>- Gestão de Recursos Humanos</li><li>- Gestão de Contactos</li><li>- ...</li></ul>

# Set up for success

Num processo em que cada oportunidade é imprescindível e demasiado importante para ser desperdiçada, há questões de comunicação a ter em atenção para vencer no mercado internacional:

- 1 Comunicar é essencial!** Comunicar com qualidade, rigor, atitude, determinação, comunicar estrategicamente
- 2 Comunicar não é dizer, é fazer chegar a mensagem** aos destinatários, levá-los à acção. Há que ter argumentos, conteúdo, a capacidade de apresentar, com eficácia, eficiência e efectividade um conjunto de razões para que os
- 3** clientes o prefiram em detrimento da concorrência  
Quanto mais completa a comunicação, quanto mais diversificada a forma de **abordar um mercado**, melhores as hipóteses de vencer, de se colocar na linha da frente
- 4 A confiança e reconhecimento** do cliente é um dos melhores trunfos contra a concorrência. Mesmo um cliente que se conquista pelo preço deve ser **fidelizado** pela qualidade e serviço prestado



- 5** Relaxar não é opção: mesmo quando numa posição confortável uma empresa deve sempre **procurar novas oportunidades**, deixar as opções em aberto para estar resguardada perante qualquer imprevisto
- 6** Traduzir o seu website para outras línguas não é comunicar para o mercado internacional, pelo menos não eficazmente. O que vale para Portugal pode não valer para o estrangeiro. Para cada público uma **forma específica de comunicar**
- 7** Coloque a fasquia alta. Mesmo muito alta, no limiar do impossível. Lembre-se que **o sucesso é proporcional à dimensão da ambição**
- 8** Aposte nos **factores chave de sucesso** para o negócio. A imagem, o marketing e a comunicação podem fazer muito pelo crescimento e afirmação aquém e além fronteiras
- 9** Pare, **escute e olhe...** Veja os bons exemplos, oiça os especialistas e pense seriamente nas melhores soluções. **Com racionalidade, siga o seu instinto**
- 10** Seja positivo



# 10

## Solo travel is no fun, or smart

**A sorte favorece os audazes mas num processo de internacionalização é importante rodear-se de pessoas de confiança que o possam ajudar a cumprir as metas traçadas, que lhe facilitem o caminho e lhe permitam levar o seu projecto a bom porto.**

Seja na forma de um consultor, empresa, associação, organização ou instituição governamental, o conhecimento, no mercado de origem ou no mercado de destino, o know-how, a sabedoria que estas pessoas possuem, as sinergias criadas pelo trabalho em conjunto são factor diferenciador que lhe vão permitir partir na liderança.

Criar um negócio é fácil, o difícil é mantê-lo, fazê-lo crescer. Uma boa network de contactos, de parceiros pode constituir a diferença entre o reconhecimento e a indiferença, entre uma porta aberta e um beco sem saída, entre o sucesso e o insucesso.

### **Win-win situation**

Fazer parcerias é uma opção inteligente. Permite uma melhor organização dos recursos, um melhor aproveitamento das competências, permite focar mais nos objectivos e assim aumentar a qualidade dos resultados.

**Partilhe os seus conhecimentos, junte-se a empresas com objectivos semelhantes ou complementares, trabalhem em parceria.**

Juntem recursos e esforços, tire partido do que cada um tem para oferecer e do que cada um sabe fazer melhor.

No final, todos ficamos a ganhar.

● Você está aqui



Nas alturas boas e nas menos boas, sabemos como agir, o que fazer, o que funciona, o que realmente resulta

**Experiência e know-how**

A formação e know-how específico ao nível do marketing internacional; o conhecimento adquirido de várias estratégias de comunicação de empresas multinacionais; a intensa experiência de mercado que, no nosso caso, já se traduz em mais de 12 anos a trabalhar diariamente para empresas da aldeia global.

**Casos de sucesso**

Com orgulho associamos a nossa actividade profissional a alguns dos grandes grupos nacionais, contribuindo para o sucesso que obtiveram e continuam a obter na sua expansão e diversificação de negócios.

**Inovação**

Em cada duas palavras que nos vêm à cabeça, uma é inovação. Esse é o desiderato que norteia muita da actuação e do sucesso de quem quer vencer no mercado actual. Inovar no posicionamento, na comunicação, marketing e imagem, no modelo comercial, na utilização das novas tecnologias e a todas os níveis para conseguir fazer muito mais por muito menos. Ir mais além, com competitividade, diferenciação, optimização.

**Parcerias / Redes de contacto**

Temos acesso a uma rede de parceiros altamente qualificados, que nos fornecem o suporte extraordinário a nível nacional e internacional. Instituições governamentais, associações empresariais, grupos financeiros, profissionais experientes, empresas de renome, organismos nacionais e internacionais, etc. Trabalhando próxima e afincadamente com estas pessoas aprendemos as práticas e obtemos em primeira mão os conhecimentos que permitem alavancar negócios e acrescentar valor.

**Novas tecnologias**

Com a adopção das novas tecnologias qualquer empresa pode reduzir custos e maximizar a eficácia da sua infra-estrutura tecnológica de suporte à actividade. Se isto se verifica no mercado nacional, a nível internacional então nem se fala. Temos o conhecimento e as ferramentas para criar comunicação global a muito baixo custo.

**Orgulhamo-nos de ter como clientes algumas das mais dinâmicas, inovadoras e modernas empresas.**

**Colaborar com empresas e empresários como os nossos é um desafio que se transforma num trabalho que dá gosto e apresenta resultados extraordinários.**

A ADSO é uma agência de comunicação global. É detentora de uma excelente quota de mercado, tendo atingido este posicionamento graças à confiança, qualidade de trabalho e elevado grau de exigência no tratamento dos seus clientes.

**Ideias que geram resultados**

Nos imensos projectos desenvolvidos, adquirimos a experiência necessária para afirmar a nossa capacidade de transformar uma empresa ou instituição e posicioná-la entre os melhores da sua área.

Algumas empresas e instituições nasceram e cresceram connosco e são hoje reconhecidas, não apenas pela qualidade dos seus produtos ou serviços, mas também pela notoriedade e reconhecimento alcançados junto do público.

**Metodologia****Uma efectiva relação de parceria**

A ADSO trabalha em parceria com o cliente na definição dos objectivos a atingir e na elaboração das estratégias a seguir com vista à obtenção dos melhores resultados.

Funcionamos como um todo, analisando, planeando e executando os mais exigentes e complexos projectos não descurando o mais ínfimo pormenor. Desta forma conjugam-se competências e criam-se sinergias na prossecução de um objectivo específico.

Trabalhando de forma regular e contínua é possível maximizar resultados e reduzir custos. Assim, conseguem-se desenvolver projectos pensados, estruturados e ponderar todo o tipo de soluções, adequando os meios às possibilidades e as competências às necessidades.

MARKETING

DIGITAL

BRANDING  
ESTRATÉGIA

PUBLICIDADE

INTERNACIONALIZAÇÃO

Conte com o apoio e dedicação de uma equipe experiente e o know-how de como fazer bem as coisas.  
Ajudamo-lo a transformar as fraquezas em forças e as ameaças em oportunidades.

**International&NewBiz**

Projectos de Internacionalização  
Planos de Negócio  
Benchmarking  
Estudos de Mercado / Informação de Mercado  
Novos Negócios e Identificação de Oportunidades  
Expo Services (feiras, exposições, ...)  
Marketplaces / Redes de Negócio

**Consulting&Strategy**

Assessoria e Consultoria Estratégica  
Planeamento Estratégico  
Planos de Comunicação / Marketing  
Acções B2B/B2C; CRM, ...  
Comunicação Empresarial  
Project Management

**Design&Branding**

Naming e Verbal Branding  
Imagem de Marca / Identidade Corporativa  
Brand Strategy  
Design de Comunicação  
Sinalética / Merchandising / Packaging  
Produção Gráfica

**Marketing&Advertising**

Campanhas de Publicidade  
Marketing Promocional  
Marketing Directo / Relacional / Database  
Anúncios (imprensa, televisão, outdoor, ...)  
New Media Solutions  
Relações Públicas  
Desenvolvimento de Conteúdos

**Digital Media&Web**

Portais e Sites Internet  
Apresentações Multimédia  
Produção Audiovisual  
E-commerce / E-Marketing  
Corporate TV  
Soluções Web Based  
Sistemas e Tecnologias de Informação

# Cumplicidade

com o cliente, na alegria e na tristeza,  
nos sucessos e nos desafios,  
todos os dias da nossa vida.



**Port**  
**adso.**  
**fólio**  
**Internacionalização**

Ir mais além...



★ Credibilidade ★ Rigor ★ Profissionalismo ★ Dinamismo ★ Certificação



M. COUTO ALVES, SA  
CONSTRUTORES

geral@mcoutoalves.com.pt - www.mcoutoalves.pt  
R. DO XILOM 4300-100 2 - RIELLO & C. - CEIL - 4100-100 RIELLO - TEL. 201 204 900 - FAX 201 204 901

# adso.



## Case Study

# Um crescimento extraordinário



A M. Couto Alves, S.A. é uma das empresas de construção com maior crescimento.

Com o propósito de desenvolver projectos de qualidade superior alia a experiência e conhecimento a uma extraordinária capacidade de inovação e modernização.

A M. Couto Alves, S.A. assume-se como uma empresa adaptada às exigências do

mercado e capaz de dar resposta aos projectos mais arrojados. São empresários com visão e capacidade de trabalho que fazem crescer a economia do país.

Para A Cor do Dia colaborar com empresas de excelência permite-nos afirmar a nossa competência na execução dos mais complexos projectos.

## Resultados

- > crescimento exponencial e imediato da taxa de reconhecimento e notoriedade no mercado
- > a empresa ganhou condições óptimas para ter vantagens competitivas nos concursos.
- > de 2004 a 2007 foi a construtora que mais cresceu no mercado Angolano
- > obras em carteira no montante de várias centenas de milhões de dólares
- > fontes nacionais e internacionais citam hoje a empresa como uma das principais referências nas obras públicas



## Projectos Desenvolvidos

- Benchmarking
- Estudos de Mercado
- Identificação de Oportunidades
- Assessoria e Consultoria Estratégica
- Planeamento estratégico
- Projectos de Internacionalização
- Naming e Brand Strategy
- Dossiê de Apresentação
- Ações de Marketing
- Anúncios de imprensa
- Websites
- Corporate TV
- Assessoria de Imprensa





**ES-H**  
GROUP

# adso.

Case Study

## O "E" de uma Empresa de Excelência



A ENGIMAGNE trabalha com empresas, instituições e particulares na prestação de serviços nas áreas de Instalações Eléctricas, Energias Renováveis, Automação e Domótica, Segurança, Climatização, Telecomunicações, Canalização, Assistência e Manutenção.

O "E" de Engimagne é o elemento especial que serve de base a toda a imagem. Este é um E de Energia, E de Engenharia, E de Experiência, E de Inovação, E de Solidez, E de Credibilidade... e podíamos ficar aqui todo o dia.

### PME Excelência desde 2009

Ao longo dos últimos anos, a ENGIMAGNE tem sido continuamente distinguida com o Estatuto PME Excelência. A atribuição consecutiva deste prémio vem corroborar a solidez, dinamismo e inovação já amplamente reconhecidos pelos clientes e parceiros da empresa.

### Resultados

- > Maior proximidade com clientes e potenciais clientes
- > Reforço da componente comercial
- > Melhor percepção da empresa por parte dos seus públicos
- > Acesso a novos mercados

### Projectos Desenvolvidos

- Assessoria e Consultoria Estratégica
- Benchmarking
- Planeamento estratégico
- Design de Comunicação
- Desenvolvimento de Conteúdos
- Linha gráfica
- Merchandising
- Dossiê de Apresentação
- Website
- Internacionalização



# Internacional

Resultado do trabalho, capacidade e caráter inovador da ENERMETER a empresa tem vindo a assumir-se cada vez mais como um líder global no desenvolvimento de soluções inovadoras de medição e visão artificial.

**Infográfico** A ENERMETER iniciou o seu processo de internacionalização como a primeira empresa portuguesa a exportar sistemas automáticos de inspeção de componentes com base em tecnologia de visão artificial, para a indústria automóvel europeia. Hoje são vários os exemplos de sucesso espalhados um pouco por todo o mundo.

- > Portugal
- > Espanha
- > Alemanha
- > Angola
- > Malásia
- > China

O aumento da vertente internacional da empresa e a representação do percurso de qualidade trilhado até ao momento







**CJR**  
GRUPO



**CJR**  
GRUPO



**CJR**  
GRUPO

# adso.



Case Study

## Rumo à excelência



Solidez, trabalho e competência são alguns dos conceitos que alicerçam a visão do GRUPO CJR. Tanto a nível nacional, mas sobretudo internacional, estes são valores que fazem a diferença.

Ao longo de mais de 40 anos a CJR tem vindo a evoluir de forma sólida e estruturada. Hoje é um grupo coeso, com presença em vários países, e forte sucesso nos mais diversos mercados.

A experiência obtida ao longo dos anos permite à CJR obter o reconhecimento de grandes empresas e profissionais do sector a nível mundial. É uma empresa internacional que marca presença em diversos continentes, tendo presença física efectiva em países como a Espanha, França, Polónia, Roménia, Angola, Jamaica, Brasil e Chile.

### Resultados

- > Acesso a novos mercados
- > Crescente aumento da notoriedade
- > Posicionamento junto das instituições
- > Valorização da empresa na comunicação social
- > Melhor identificação dos atributos por parte de stakeholders

### Projectos Desenvolvidos

- Planeamento Estratégico
- Assessoria e Consultoria Estratégica
- Benchmarking
- Identidade corporativa
- Linha gráfica
- Brand Strategy
- Design de Comunicação
- Desenvolvimento de Conteúdos
- Anúncios de imprensa
- Material promocional
- Merchandising
- Comunicação Digital
- Expo Services





# Natas de Bacalhau

Pré-cozinhados | Produto de Portugal



PIES / CODFISH PIES / KABELJAU TÖRTCHEN

6  
unidades



# Natas de Bacalhau Pré-cozinhados

PIELETTES DE MORUE / CODFISH PIES / KABELJAU TÖRTCHEN

adso.

SOGUIMA

Case Study

## O melhor, e pronto



A Soguima é uma empresa com mais de 20 anos de experiência na indústria dos ultra-congelados. Com marcas próprias e um elevado reconhecimento no sector, é player de referência no mercado nacional e inter-nacional.

Através de uma extraordinária capacidade e uma aposta fortíssima no controlo de qualidade a empresa confere modernidade e inovação ao que é, muito provavelmente o mais tradicional dos produtos associados a Portugal – o bacalhau.

A nível internacional a actividade da empresa vai mais além, abrangendo outros mercados, sectores e oportunidades, procurando sempre aportar a qualidade e diferenciação que caracterizam a Soguima.

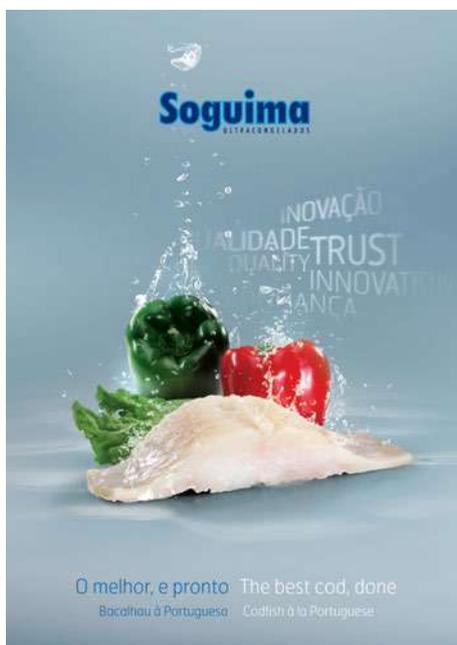
A Soguima aposta na melhoria contínua para prestar um serviço de excelência e apresentar os melhores produtos. Conta com o apoio d'A Cor do Dia para continuar a evoluir e alcançar novos sucessos.

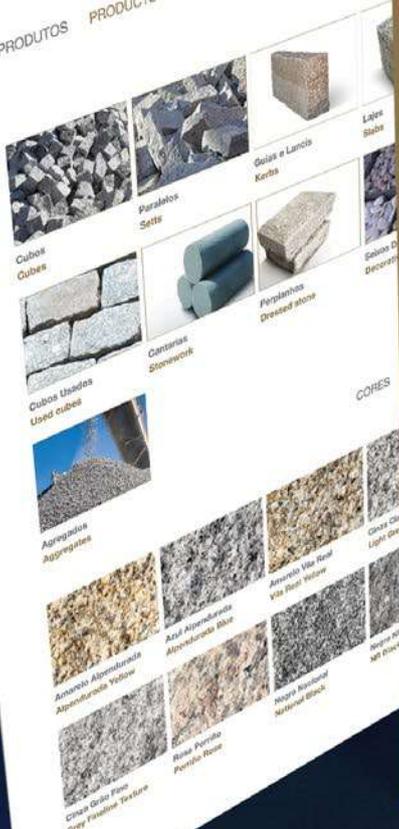
### Projectos Desenvolvidos

- Planeamento Estratégico
- Identificação de Oportunidades
- Assessoria e Consultoria
- Estratégia Empresarial
- Anúncio TV
- Naming
- Imagem de Marca
- Material Comercial

### Resultados

- > A maior referência de qualidade no mercado
- > Reforço da presença nos mercados actuais
- > Expansão de mercado
- > Solidificação do crescimento
- > Notoriedade acrescida das marcas da empresa





# FAFstone

## SOLIDEZ e CONFIANÇA

Na FAFstone visão, rigor e solidez são termos que conhecemos profundamente. No decorrer do nosso trabalho são estes os valores que nos permitem continuar a superar expectativas e a responder com qualidade às necessidades dos nossos clientes.

Com mais de 20 anos de atividade e experiência no setor da extração, transformação e comercialização de rochas ornamentais e produtos em granito, a empresa garante de um produto sólido marcado pela elevada qualidade. Ainda hoje continuamos a servir a cada trabalho com a seriedade e saber que nos distinguem e caracterizam.

Trabalhamos com profissionalismo, dinamismo e modernidade para a concretização do trabalho com qualidade e competência, procurando constantemente aperfeiçoar a capacidade de resposta ao mercado e exigências do cliente.

## TRUST and STRENGTH

At FAFstone, vision, rigor and solidity are terms that we know well. In everything we do, these are the foundations that allow us to continually exceed expectations and to respond, with quality answers, to our clients' needs.

With over 20 years of activity and experience in the business of extraction, transformation and commercialization of ornamental rocks and granite products, our company has built a solid legacy characterized by constant evolution. Today, we continue to strive each day with the competence and know-how that distinguishes and characterizes us.

We work with professionalism, dynamism and modernism in order to assure the completion of any job with top quality and competence. We constantly perfect the dimension and response capacity that adapts perfectly to the needs of the market and the requirements of the client.



www.fafstone.pt

SOLIDEZ e CONFIANÇA

TRUST and STRENGTH

FAFstone

# adso.



Case Study

## O mundo mais perto



Solidez é a melhor palavra para descrever a FAFStone, não só pela natureza dos seus produtos mas também pela estabilidade e crescimento contínuo que permitem à empresa dar cartas em Portugal e no estrangeiro.

Sabe como se diz Perpianhos em francês? E Cantaria em inglês? A FAFStone conta agora com um conjunto de ferramentas que lhe permite comunicar para todo o mundo, tête-à-tête, head-to-head, de forma dinâmica, atractiva e eficaz.



### Projectos desenvolvidos

- Benchmarking
- Branding
- Linha gráfica
- Desenvolvimento de Conteúdos
- Brochura de Apresentação
- Website multilingue
- Expo Services

### Resultados

- > Aumento da taxa de reconhecimento
- > Sistematização da oferta de produtos
- > Elevado aumento na procura externa
- > Valorização e credibilização da empresa



# FAÇA CRESCER O SEU NEGÓCIO, COM OS MELHORES



## Do que é que precisa?

Como parceiro tecnológico, a Eurotux procura soluções de valor orientadas para a redução de custos, melhoria da eficiência e da rentabilidade de todos os sistemas. Actuamos ao nível de: gestão de estruturas; integração de sistemas; comunicações unificadas; soluções end-to-end e outsourcing TI.

## Formação especializada

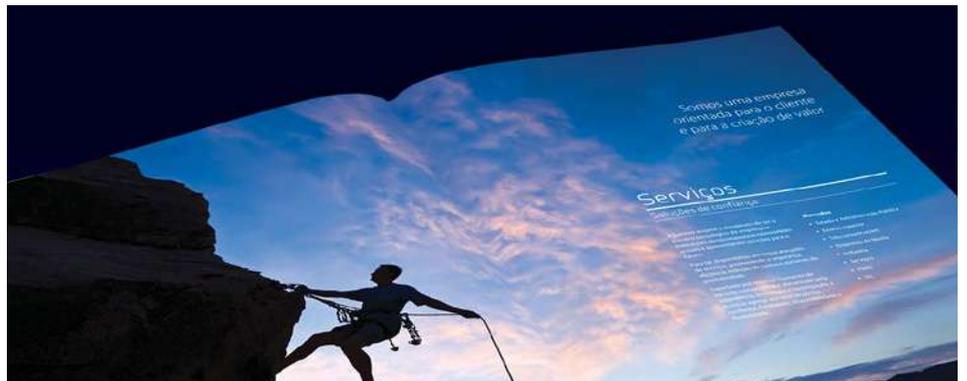
A Eurotux apresenta um conjunto de serviços de formação adaptados às necessidades de cada empresa e que permitem rentabilizar melhor as soluções implementadas. Distinguem-se pela formação e a formação em desenvolvimento de software aberta e utilizando tecnologias abertas.

# adso.



Case Study

## Empresa de excelência, soluções de confiança



Não é qualquer empresa que consegue rivalizar com os grandes gigantes do universo das tecnologias. Mas a Eurotux não é uma empresa qualquer.

Com competências ao nível do que de melhor se faz no mundo a empresa possui o know-how, conhecimento e capacidade tecnológica para continuar a trajectória de sucesso que tem vindo a manter até ao momento.

### Resultados destes não são para todos

Claramente reconhecida como fazendo parte do grupo de melhores especialistas nas áreas onde actua, a administração da empresa é composta por elementos com uma excelente visão de negócio sustentada por uma larga experiência, um profundo conhecimento e inúmeras provas dadas.

A superioridade da Eurotux materializa-se na sua excelente carteira de clientes. A empresa trabalha com as maiores empresas e instituições nacionais, do sector público e privado.

### Projectos desenvolvidos

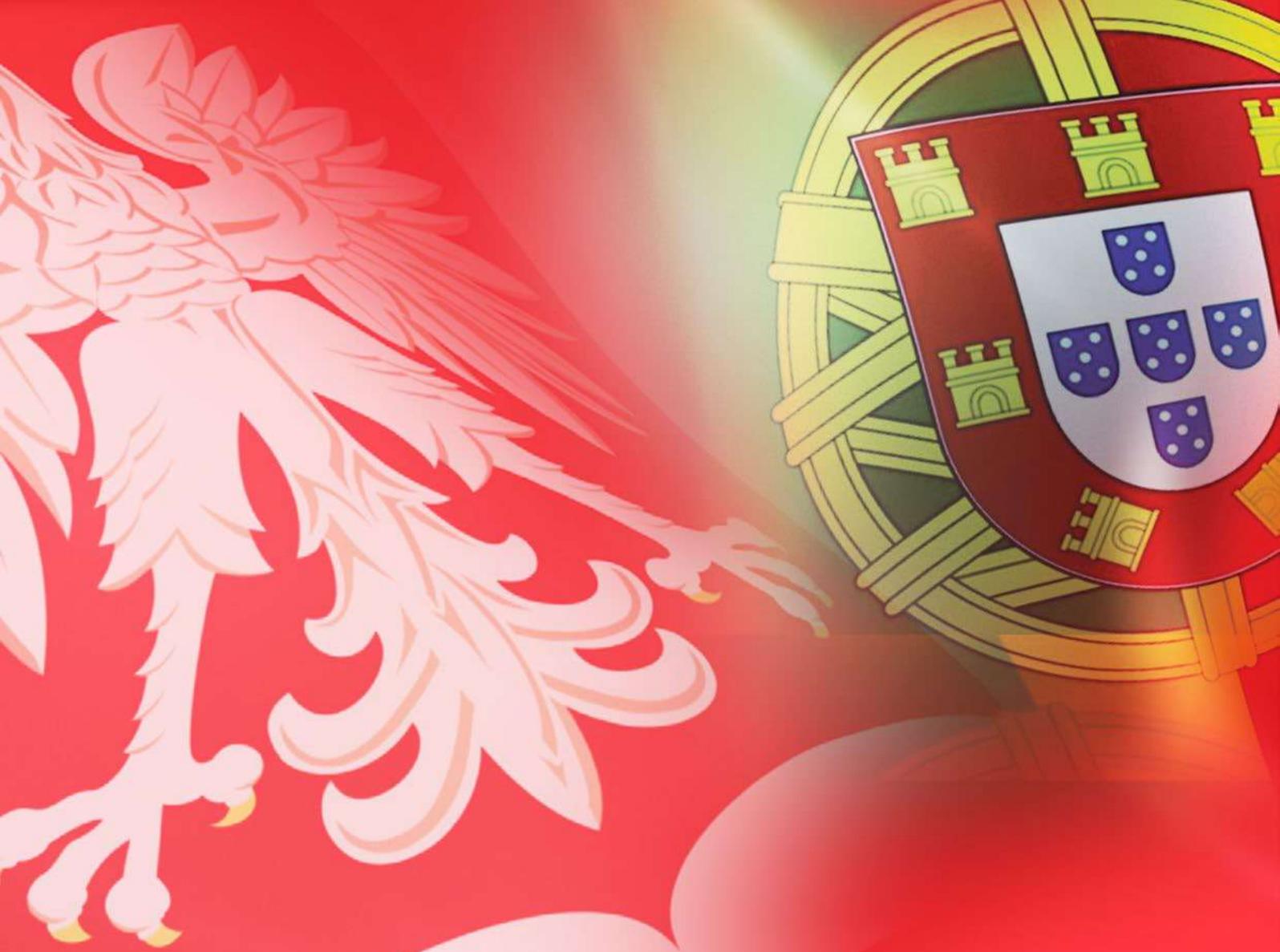
- Assessoria e Consultoria Estratégica
- Planeamento estratégico
- Identificação de Oportunidades
- Benchmarking
- Dossiê de Apresentação
- Relatório e Contas
- Comunicação digital
- Brochuras comerciais
- Relações Públicas
- Internet Solutions



### Resultados

- > Fontes nacionais e internacionais citam a empresa como referência no sector
- > Maior facilidade e eficácia no contacto com os públicos
- > Maior reconhecimento e valorização dos recursos e capacidades da empresa
- > Crescimento contínuo acima dos 2 dígitos
- > Provedor de soluções TI das maiores empresas nacionais





**PORTUGAL**  
o parceiro  
económico da

**POLÓNIA**

**adso.**



Embaixada da República da Polónia em Lisboa  
Departamento de Promoção do Comércio e do Investimento

## Case Study Negócios com a Polónia



Trabalhamos em estreita colaboração com o Departamento de Promoção do Comércio e do Investimento da Embaixada da Polónia no sentido de estimular as relações Portugal Polónia e gerar cada vez mais oportunidades de negócio para empresas exportadoras ou em processo de internacionalização.

O trabalho desenvolvido para o Departamento de Promoção do Comércio e do Investimento da Embaixada da Polónia em Lisboa é um excelente exemplo do alcance global da ADSO. O departamento apoia as missões comerciais e organiza os encontros entre empresas, investidores, câmaras comerciais e outras organizações comerciais locais.

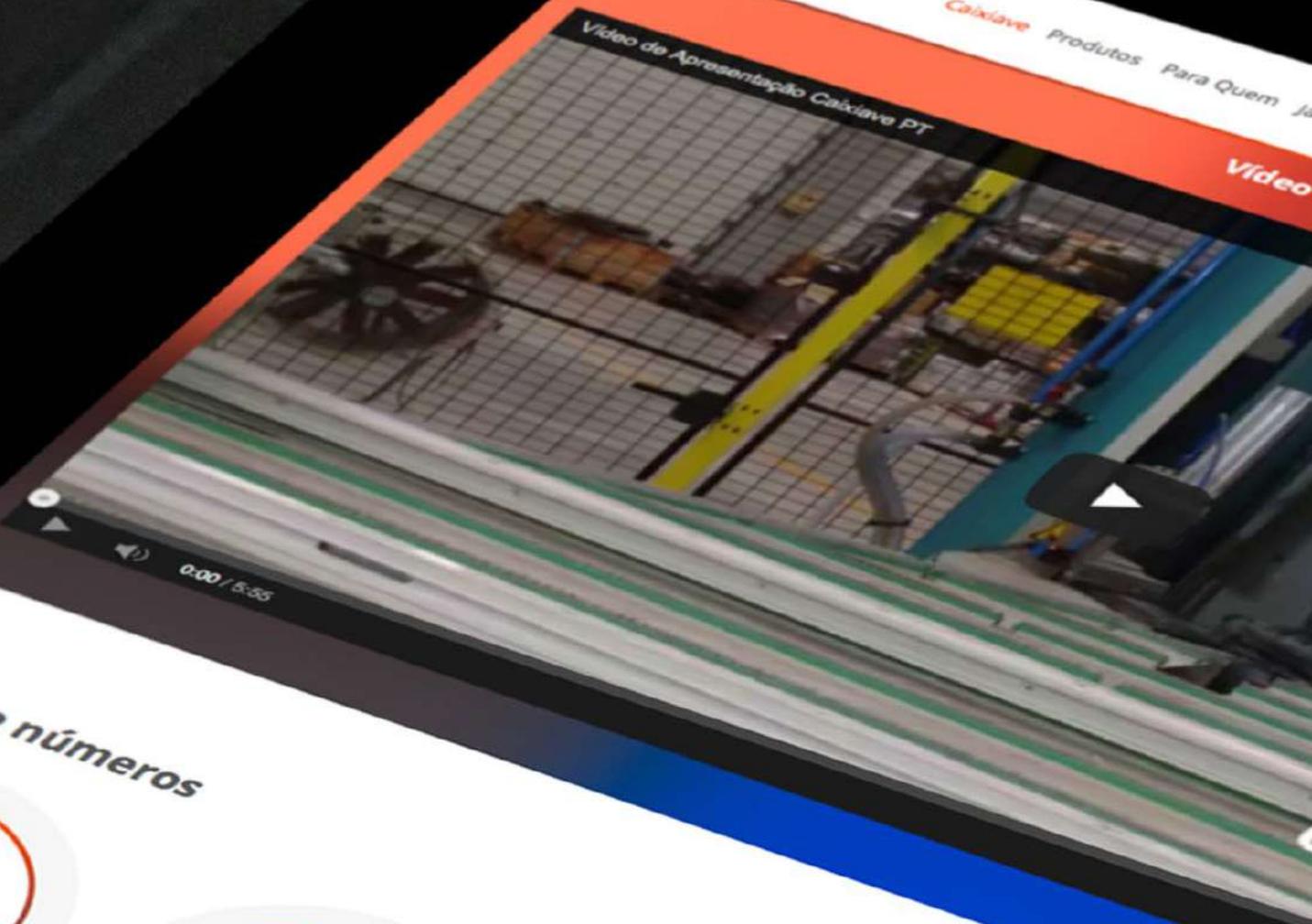
### Projectos desenvolvidos

Assessoria e Consultoria Estratégica  
Benchmarking  
Planeamento estratégico  
Design de Comunicação  
Desenvolvimento de Conteúdos  
Guia Destino: Polónia  
Material promocional  
Desenvolvimento de Conteúdos  
Comunicação Digital  
Expo-services

### Resultados

- > aumento das empresas interessadas em investir e desenvolver negócios bilaterais
- > aumento da notoriedade do Departamento de Promoção do Comércio e do Investimento da Embaixada da Polónia
- > maior facilidade e eficácia no contacto com potenciais investidores
- > melhor percepção das oportunidades existentes
- > criação de novas parcerias





## Factos e números

150

IL  
de de

1º

Líder no Mercado  
Ibérico

65%

Vendas para  
Exportação

15k

m<sup>2</sup>  
Área de  
Produção



**adso.**



Case Study

## Líder ibérico na produção de janelas e portas eficientes de PVC



A CAIXIAVE começou a operar em Junho de 1993, com um crescimento sustentado que permitiu tornar-se líder em Portugal e Espanha em caixilharias de PVC, tanto em unidades produzidas e como no nível tecnológico na sua produção.

Em 2013 o GRUPO CAIXIAVE atingiu uma facturação de 12 milhões de euros, com um crescimento de 10% em comparação com o ano anterior.

### Mercados

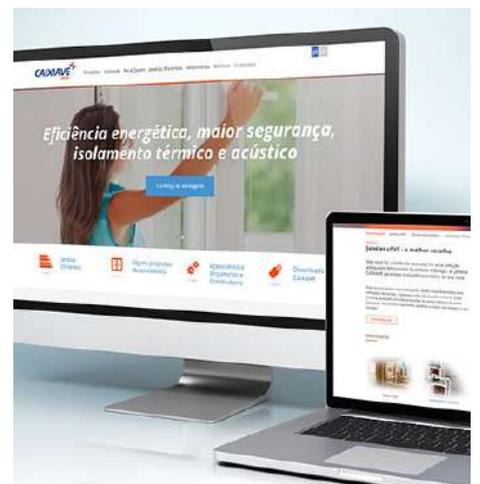
Ao longo dos anos, o projecto foi consolidado, crescendo para mercados tão diversos como exigentes como Alemanha, França, Angola, Moçambique ou Brasil.

### Projectos Desenvolvidos

- Planeamento Estratégico
- Benchmarking
- Design de Comunicação
- Website
- Social Media
- Vídeo

### Resultados

- > Maior proximidade com clientes e potenciais clientes
- > Reforço da componente comercial
- > Melhor percepção da empresa por parte dos seus públicos
- > Acesso a novos mercados



# Naturally

## from the Brazilian Amazon



**adso.**



Case Study

Caso sério de sucesso no **Brasil e fora dele**



A B+ é uma linha de bebidas funcionais elaborada com as mais saudáveis e saborosas frutas nativas brasileiras. É a primeira linha de bebidas 100% naturais lançada pela GREENFUSION, cujo corpo científico é composto por especialistas conceituados nas áreas de nutrologia, nutrição e engenharia de alimentos.

A marca está em processo de rápida internacionalização. Do Brasil, ruma directamente para o Médio Oriente. Depois de já ter conquistado o público, a imprensa e especialistas da área no Brasil, avança para o exigente mercado do Dubai.

**Projectos Desenvolvidos**

- Assessoria e Consultoria Estratégica
- Benchmarking
- Imagem de marca
- Brand Strategy
- Packaging
- Design de Comunicação
- Merchandising
- Dossiê de Apresentação
- Comunicação digital
- Expo-services
- Comunicação internacional

**Resultados**

- > aumento do reconhecimento e notoriedade da marca no mercado
- > implementação de uma comunicação eficiente, e de carácter regular
- > reforço do relacionamento com os públicos
- > acesso a novos mercados





**PORTUGAL - Braga**

R. Pe António Vieira, n.º 90  
4710-412 Braga - Portugal

(+351) 938 454 798

<http://adso.pt>  
[work@adso.pt](mailto:work@adso.pt)

ANGOLA - Luanda

BRASIL - São Paulo

POLÓNIA - Katowice