



ANIPB

Associação Nacional dos Industriais de Prefabricação em Betão

CIRCULAR N.º 020/2010

Assunto: **DIVULGAÇÃO: Carta Magna da Competitividade - Relatório da Competitividade 2009**

Caros Associados,

Vimos por este meio divulgar a **Carta Magna da Competitividade - Relatório da Competitividade 2009**.

" (...) **Visão estratégica:**

Fazer de Portugal, nos próximos dez anos, um dos dez países mais desenvolvidos e atractivos da União Europeia.

Em 2008, passados cinco anos sobre a apresentação da Carta Magna da Competitividade, foi necessário proceder-se a uma reflexão de fundo, que designámos por **opções estratégicas e projectos estruturantes para um crescimento sustentado**. Tornou-se evidente que a visão estratégica contida na Carta Magna só é possível ser atingida se o designio europeu for integrado num designio maior, o do euro-atlantismo. Os oceanos, o espaço e o centralismo atlântico, geográfico e logístico de Portugal, oferecem novas potencialidades à inteligência e à capacidade empreendedora dos portugueses.

A fachada atlântica da Europa, associando Portugal e a Galiza são mais valias de grande relevância nesta estratégia. O novo modelo de desenvolvimento impõe um forte investimento no **reforço e enriquecimento da carteira de actividades, produtos e serviços transaccionáveis com os quais Portugal se expõe perante a globalização**.

Em suma, **Exige-se um forte empenho da sociedade portuguesa na economia do conhecimento, baseado num crescimento sustentado, na qualidade e na inovação e orientado para aumentos significativos da produção de bens e serviços transaccionáveis**.

(...)

NOVAS ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS:

1. **Melhorar a relação de troca da economia portuguesa com o exterior, através da valorização dos recursos humanos, da pedagogia da responsabilidade, da ambição de excelência nas empresas e do relacionamento com parceiros e mercados exigentes.**
2. **O acesso à excelência e à competitividade empresariais, compreende não fazer hoje aquilo que as empresas europeias fizeram há vinte ou trinta anos, mas fazer aquilo que as empresas europeias ainda não fizeram.**
3. **Transformar atrasos e constrangimentos históricos em oportunidades para a competitividade, antecipando as inovações e as mudanças mais rapidamente do que os concorrentes, através da análise das necessidades das pessoas e dos movimentos das sociedades.**
4. **A internacionalização, como condição para a competitividade das empresas, compreende o crescimento exponencial dos fluxos comerciais entre Portugal e o exterior e depende da capacidade de orquestrar as maiores oportunidades e os melhores recursos, estejam onde estiverem.**
5. **É determinante subir na cadeia de valor, através da integração de competências, próprias ou alheias, em produtos finais, desejáveis nos mercados externos, com a melhor relação entre o investimento e o valor acrescentado por recurso a empresas, portuguesas e estrangeiras, integradoras das capacidades nacionais.**
6. **A competitividade das empresas dependerá, cada vez mais, da qualidade dos seus produtos, crescentemente mais individualizados, com forte componente de serviço, entregues em pequenas quantidades, ou até individualmente, com grande rapidez, nos mercados mais exigentes.**
7. **O sucesso comercial e o reconhecimento internacional das empresas, dos produtos e das marcas, é o resultado natural da forte diferenciação e da elevada percepção do valor dos produtos e do serviço correspondente; o**



ANIPB

Associação Nacional dos Industriais de Prefabricação em Betão

8. controle de canais de distribuição pode ser uma vantagem importante neste processo de afirmação de marcas e produtos nacionais.
9. Passar da fase de processo/produção para a fase da engenharia do produto/concepção.
10. Focalizar a atracção de IDE em empresas de média dimensão, ainda não presentes na Europa, e em particular, na Península Ibérica, detentoras de novos produtos, tecnologias, serviços ou mercados que, preferencialmente, aproveitem a capacidade nacional instalada.
11. Ultrapassar a fase de "arquipélago" que caracteriza a actuação das empresas no seu relacionamento e desenvolver verdadeiras redes de partilha de informação e de capacidades entre empresas e entre estas e outros parceiros (universidades, centros de investigação e tecnologia, etc.).

(...)"

Com os melhores cumprimentos,

A Secretária Técnica

(Ana Luísa Soares Pereira)

Lisboa, 04 de Fevereiro de 2010