

# 6ª Aula

## 2. Mercado Empregador

- ✓ Mercado Internacional
- ✓ Realidade Atual e Dimensão Futura
- ✓ Economias que Mais Vão Prosperar
- ✓ Factores Críticos de Sucesso dos Sectores e Empresas Centradas nos Clientes

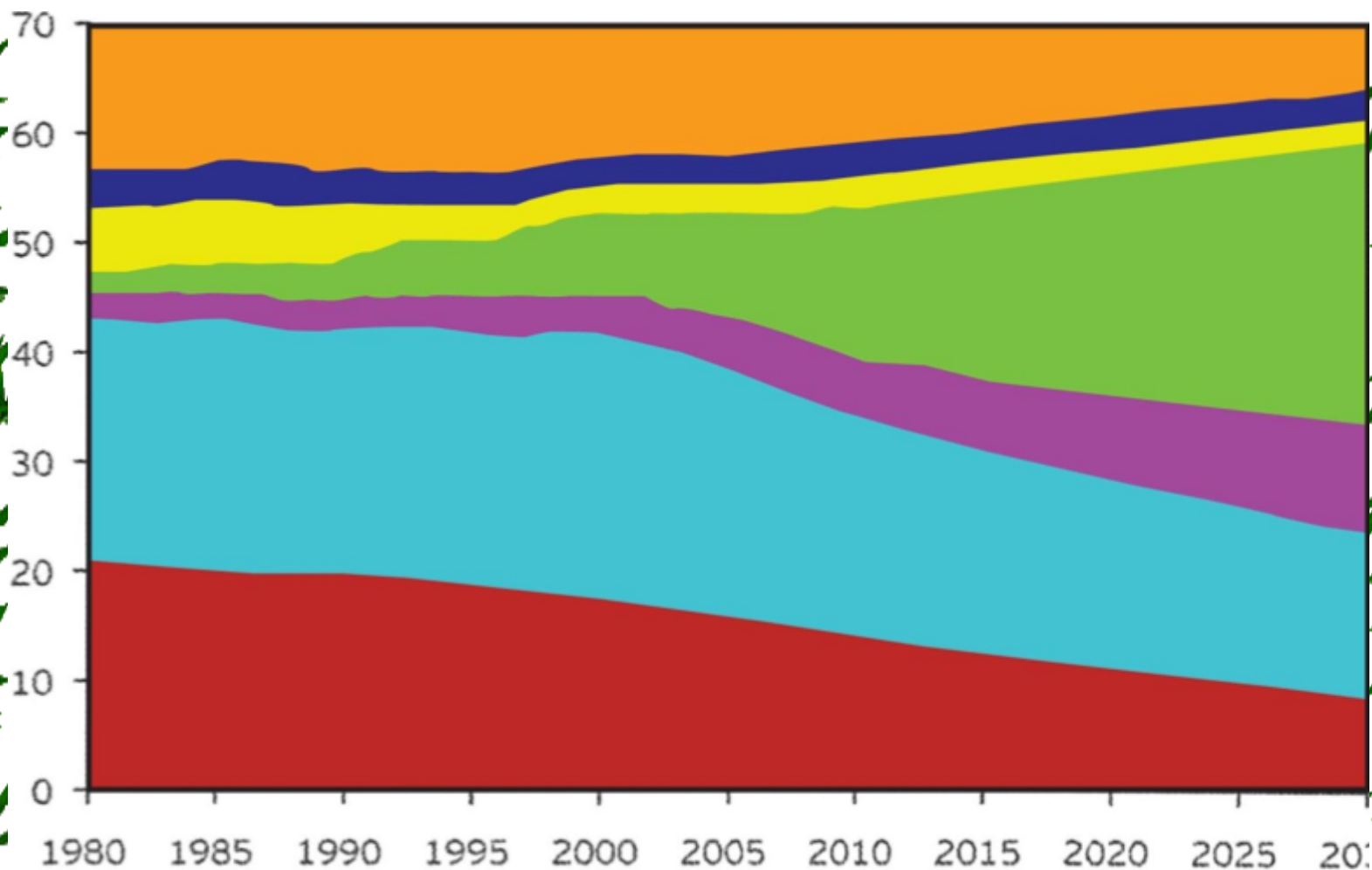
# Maiores Economias Mundiais

1990		2000		2005		2010		2015 <sup>a</sup>	
EEUU	5,800	EEUU	9,951	EEUU	12,638	EEUU	14,657	EEUU	17,993
Japón	3,058	Japón	4,667	Japón	4,552	China	5,878	China	10,061
Alemania	1,547	Aleman	1,905	Alemania	2,793	Japón	5,458	Japón	6,379
Francia	1,248	RU	1,480	RU	2,282	Alemania	3,315	Alemania	3,856
Italia	1,135	Francia	1,333	China	2,256	Francia	2,582	Francia	3,112
Reino Un.	1,017	China	1,198	Francia	2,147	RU	2,247	Brasil	3,103
Canadá	582	Italia	1,100	Italia	1,780	Brasil	2,090	RU	3,050
Espanña	520	Canadá	724	Canadá	1,133	Italia	2,055	Rusia	2,926
Brasil	507	México	642	Espanña	1,132	Canadá	1,574	India	2,516
China	390	Brasil	642	Brasil	890	India	1,537	Italia	2,424
Australia	327	Espanña	582	México	848	Rusia	1,465	Canadá	1,999
India	325	Corea	533	Corea	844	Espanña	1,409	Australia	1,662
Corea	270	India	479	India	809	Australia	1,235	Espanña	1,654
Portugal	78		117		191		229		251

Fonte: FMI 2012, PIB em biliões de US\$

<sup>a</sup>Projeções

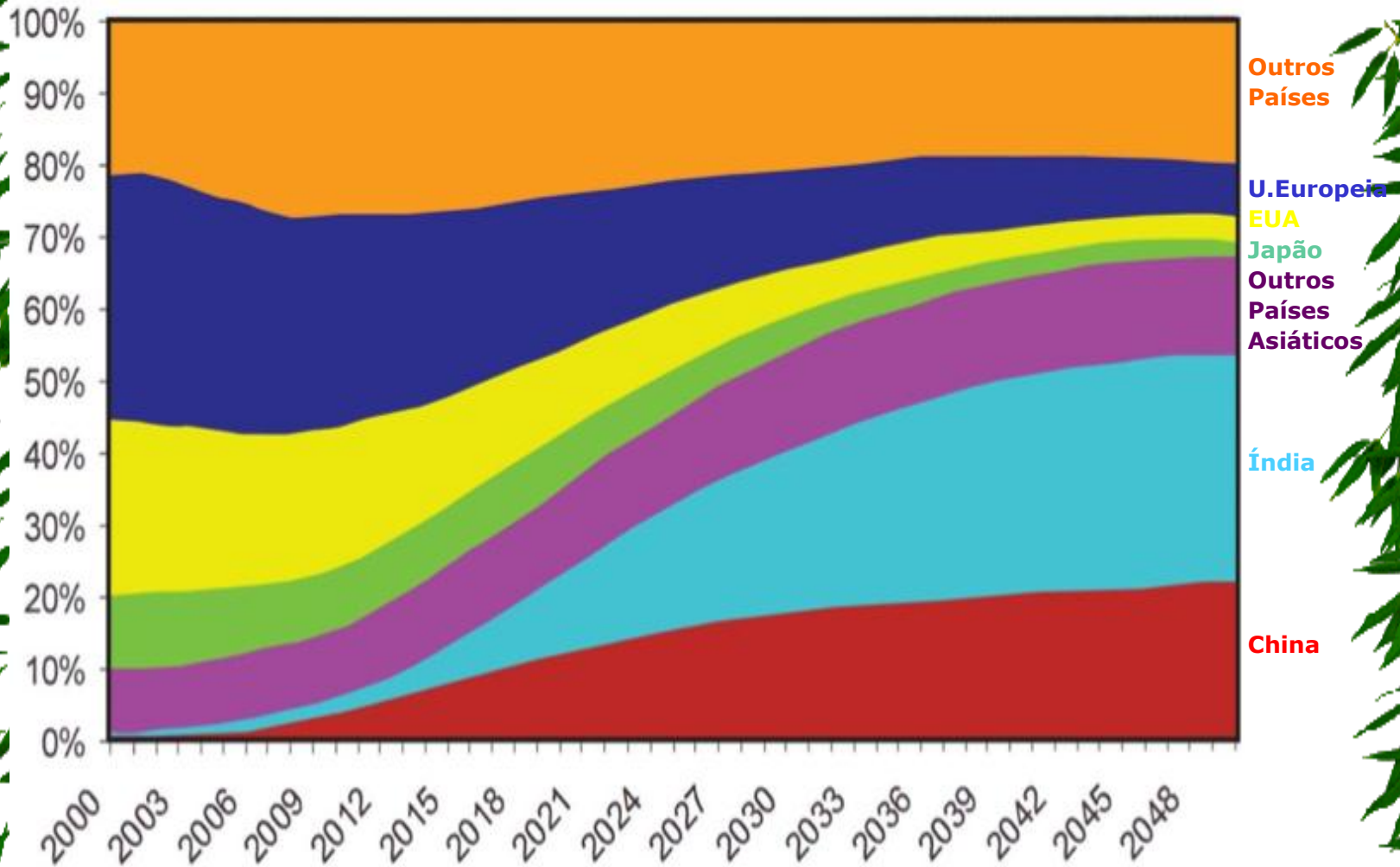
# PIB Mundial: Contribuições



Fonte:  
Oxford  
Economics  
2012



# Consumo da Classe Média



Fonte: OCDE 2012

# Economias Mundiais em 2050

1) China (+2)	11) Italy (-4)	21) Malaysia (+17)
2) U.S. (-1)	12) Turkey (+6)	22) Saudi Arabia (+1)
3) India (+5)	13) S. Korea (-2)	23) Thailand (+6)
4) Japan (-2)	14) Spain (-2)	24) Netherlands (-9)
5) Germany (-1)	15) Russia (+2)	25) Poland (-1)
6) UK (-1)	16) Philippines (+27)	26) Peru (+20)
7) Brazil (+2)	17) Indonesia (+4)	27) Iran (+7)
8) Mexico (+5)	18) Australia (-2)	28) Colombia (+12)
9) France (-3)	19) Argentina (2)	29) Switzerland (-9)
10) Canada (same)	20) Egypt (+15)	30) Pakistan (+14)

Fonte: HSBC, 2012

# Economias Mundiais em 2050

GDP at purchasing power parity (PPP) rankings

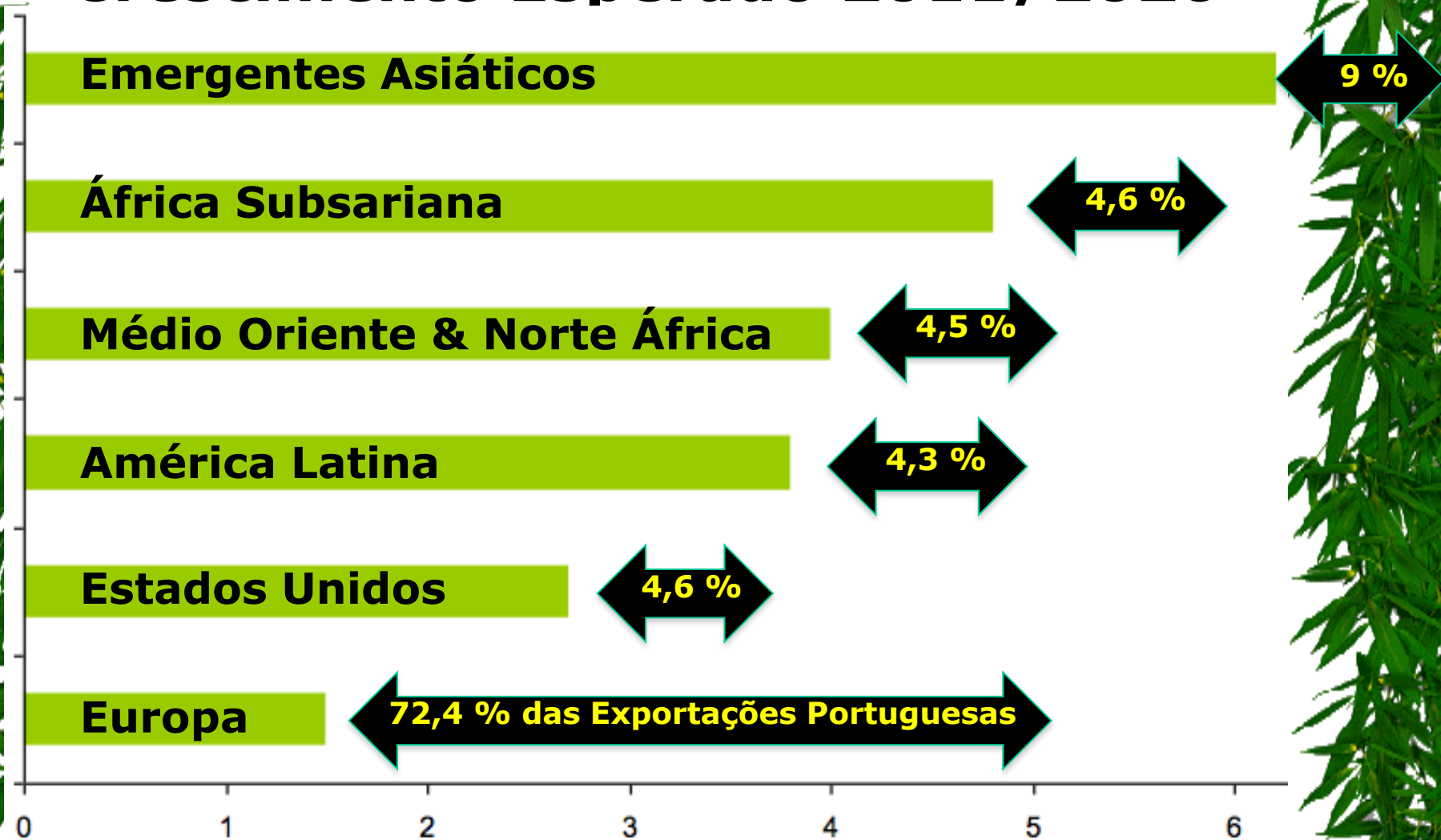
2009 rank		GDP at PPP*	2050 rank		Projected GDP at PPP*
1	US	\$14,256bn	1	China	\$59,475bn
2	China	\$8,888bn	2	India	\$43,180bn
3	Japan	\$4,138bn	3	US	\$37,876bn
4	India	\$3,752bn	4	Brazil	\$9,762bn
5	Germany	\$2,984bn	5	Japan	\$7,664bn
6	Russia	\$2,687bn	6	Russia	\$7,559bn
7	<b>UK</b>	<b>\$2,257bn</b>	7	Mexico	\$6,682bn
8	France	\$2,172bn	8	Indonesia	\$6,205bn
9	Brazil	\$2,020bn	9	Germany	\$5,707bn
10	Italy	\$1,922bn	10	<b>UK</b>	<b>\$5,628bn</b>
11	Mexico	\$1,540bn	11	France	\$5,344 bn
12	Spain	\$1,496bn	12	Turkey	\$5,298bn
13	South Korea	\$1,324bn	13	Nigeria	\$4,530bn
14	Canada	\$1,280bn	14	Vietnam	\$3,939bn
15	Turkey	\$1,040bn	15	Italy	\$3,798bn
16	Indonesia	\$967bn	16	Canada	\$3,322bn
17	Australia	\$858bn	17	South Korea	\$3,258bn
18	Saudi Arabia	\$595bn	18	Spain	\$3,195bn
19	Argentina	\$586bn	19	Saudi Arabia	\$3,039bn
20	South Africa	\$508bn	20	Argentina	\$2,549bn

Projected average annual real growth in GDP, 2009-2050

Vietnam	8.8%
India	8.1%
Nigeria	7.9%
China	5.9%
Indonesia	5.8%
Turkey	5.1%
SouthAfrica	5.0%
SaudiArabia	5.0%
Argentina	4.9%
Mexico	4.7%
Brazil	4.4%
Russia	4.0%
Korea	3.1%
Australia	2.4%
US	2.4%
<b>UK</b>	<b>2.3%</b>
Canada	2.2%
Spain	1.9%
France	1.7%
Italy	1.4%
Germany	1.3%
Japan	1.0%

Fonte: World Bank, 2009

# Crescimento Esperado 2011/2020



Fonte: Banco de Portugal, 2012

# Cadeia Valor Processo Internacionalização



Fonte: AICEP, 2012

# Rede Europa da AICEP



Fonte: AICEP, 2012

# Rede Fora da Europa da AICEP



Fonte: AICEP, 2012

# Língua Portuguesa como Recurso Económico – Triângulo Virtuoso



Fonte: AICEP, 2012

# Empresas Exportadoras

Volume de Exportação	Nº de Empresas					% do total das Exportações				
	2007	2008	2009	2010	2011	2007	2008	2009	2010	2011
> 50 Milhões euros	92	90	73	91	106	46%	44%	38%	45%	47%
Entre 25 e 50 Milhões euros	124	116	123	113	140	12%	12%	14%	12%	12%
Entre 1 e 25 Milhões euros	3.037	2.922	2.844	2.840	3.289	37%	38%	42%	38%	36%
Menos de 1 Milhão euros	21.176	21.124	14.683	14.755	16.500	6%	6%	6%	6%	5%
<b>Total de Empresas*</b>	<b>24.429</b>	<b>24.252</b>	<b>17.723</b>	<b>17.799</b>	<b>20.035</b>					

Fonte: AICEP, 2012

# 7 FCS da Empresa Orientada para o CLIENTE

1. Oferecem soluções com nível de excelência aos seus clientes
2. Dão mais importância ao cliente
3. Procuram surpreender os clientes
4. Inspiram nos empregados o espírito de cliente
5. Distinguem-se da concorrência
6. Investem no futuro
7. Tratam a relação como um ativo

# Exercício

Daqui a 3 meses, quando acabarem a licenciatura, qual a vossa opção, para iniciar no mercado de trabalho:

- ✓ Mercado
- ✓ Região
- ✓ Sector
- ✓ Cargo
- ✓ Obstáculos