

ASCENDUM

MAGAZINE

N.º07
Junho 2012

ASCENDUM MARCA
O RUMO DO FUTURO

P.03

MÉXICO - UMA APOSTA
A PARTIR DO ZERO

P.09



ASCENDUM

Índice

P.03 MENSAGEM DE ERNESTO G. VIEIRA

P.03 ASCENDUM MARCA O RUMO DO FUTURO

ENTREVISTA A RICARDO MIEIRO

P.06 GRUPO ASCENDUM NO MUNDO

P.08 O NOVO NOME

ENTREVISTA A ANGELA VIEIRA

P.09 MÉXICO - UMA APOSTA

A PARTIR DO ZERO

P.11 A IDENTIDADE MEXICANA

FACTOS E NÚMEROS

P.12 ASCENDUM GRUPO

Editorial



RICARDO MIEIRO
Presidente da Comissão
Executiva do Grupo ASCENDUM

Fomos capazes de cumprir, ao longo dos anos, um importante percurso sustentado de conquista de mercados internacionais e de diversificação do portefólio de produtos e serviços.

Com ambição permanente mas sem nunca dar um passo maior do que a perna, fomos ganhando as sucessivas apostas até atingirmos um posicionamento e uma dimensão que são hoje justo motivo de orgulho para todos os elementos da nossa equipa espalhada pelo Mundo.

Fiéis aos valores e princípios de ética e rigor herdados dos fundadores da nossa organização, soubemos ampliar e atualizar o conhecimento acumulado por três gerações, cativando desta forma a confiança crescente de clientes e parceiros que, de mãos dadas, nos têm permitido cumprir metas exigentes e aspirar a um ambicioso rumo ascensional.

Foi pois com os olhos postos nesse futuro de sucesso que decidimos alterar a nossa estrutura societária e criar uma nova identidade e um novo nome para o nosso Grupo de forma a melhor projetar a realidade da nossa ambição.

A MUDANÇA INEVITÁVEL

ASCENDUM é a marca que nos cumpre elevar até ao limite das nossas capacidades e que já está desde 1 de Março numa nova geografia, desta vez no México. É todo este processo de mudança que abordamos nesta edição especial da ASCENDUM Magazine, conscientes da importância de entenderem e viverem com entusiasmo e orgulho este momento tão exaltante para a nossa Empresa. Uma mudança inevitável, como compreenderão, mas que aumenta a responsabilidade de atingirmos o superior patamar de desempenho que o novo nome induz.

Com o otimismo e o positivismo que sempre soubemos colocar na resposta aos nossos desafios, por certo transformaremos este momento festivo no ponto de partida para mais uma caminhada de sucesso. Apostas não nos faltarão...

PS: Todos nós ao longo das nossas vidas já perdemos pessoas da nossa Família que nos eram muito queridas. Desta vez tocou-nos a nós essa horrível experiência. Esta hora de orgulho e exaltação fica dramaticamente manchada pelo trágico acidente que vitimou um dos melhores de nós. Quem teve o privilégio de privar com o Dr. António José Vieira Conde reconhece que ele corporizava os mais elevados valores de honestidade, verticalidade e competência e que também se tornaram património do nosso Grupo.

Para ti nosso Querido Irmão fica esta singela homenagem, cabendo-nos ser dignos do teu exemplo e de o saber transmitir aos vindouros.

Ernesto G. Vieira, Presidente do Conselho de Administração do Grupo ASCENDUM



ERNESTO G. VIEIRA
Presidente do Conselho
de Administração
do Grupo ASCENDUM

Quando em 1 de Abril de 1959 se fundou a nossa empresa e a denominamos de **"AUTO-SUECO (COIMBRA), Lda ASC"** não perspectivávamos esta **"ASCensão"** que nos transportou ao Grupo que hoje somos: **"ASCENDUM, SA"**.

Foi esse perfil de modéstia acompanhado de um forte empenho e vontade de vencer que ao longo de mais de 50 anos nos fez acreditar no sucesso e dar adequada resposta às nossas prestigiadas marcas representadas e stakeholders.

A **"Volvo"**, desde a nossa origem, marcou-nos muito pelos seus elevados conceitos como fabricante, pela

sua ética com as Comunidades, pelos seus valores de respeito ao ambiente e ao seu semelhante, pela procura da perfeição, pela seriedade com todos os seus parceiros de negócios e pela ambição de querer ser o melhor na área dos seus produtos.

Pela nossa parte continuamos, também, ainda hoje a manter a nossa base societária inicial porque há harmonia entre os Accionistas, sendo esse um dos nossos pontos fortes de coesão e identificação institucional.

Acresce a todo este conjunto dos nossos valores termos tido, em 1959, a alavancar a nossa Fundação uma pessoa impar, o Sócio Executivo e Fundador **"Ernesto Rodrigues Vieira"**.

Esta **"Personalidade"** com a sua visão e acção de global management conseguiu cumprir ambiciosos objectivos de negócios e criar riqueza para o desenvolvimento deste Grupo Empresarial. Transmitiu, ainda, às suas **"Gerações"** valores comportamentais e indicadores de perspectiva de carreira profissional

e empresarial, permitindo que toda a sua **"Sucessão"**, sem excepção, esteja envolvida em acção directa nas actividades deste Grupo.

Continuamos, assim, a subir uma "escada" cujo topo não é ainda visível, mas que a corrente humana que "step by step" a vai subindo é composta por Accionistas, CEO's, Líderes de Empresas do Grupo, Directores, Staffs, Técnicos, Comerciais e muitos outros Profissionais até atingirmos a **"Meta ASCENDUM"**.

Sendo eu um testemunho vivo destes 53 anos de toda esta evolução empresarial e com responsabilidades acrescidas para o alcance do desejado contínuo objectivo de crescimento sustentado, posso manifestar, em nome da Sociedade hoje denominada **"ASCENDUM, SA"** que acreditamos nas nossas lideranças executivas, superiormente lideradas pelo CEO do Grupo **"Ricardo Mieiro"**, que governam este Grupo Empresarial. Temos, também, muito orgulho nos cerca de mil colaboradores que conosco trabalham em todos os países onde o Grupo **"Ascendum"** está presente.

Ricardo Mieiro, Presidente da Comissão Executiva do Grupo ASCENDUM

ASCENDUM MARCA O RUMO DO FUTURO

RICARDO MIEIRO EXPLICA O PROCESSO DE MUDANÇA

Para o Presidente da Comissão Executiva da ASCENDUM, Ricardo Mieiro, a passagem à história da designação e do modelo organizacional da Auto Sueco (Coimbra) Lda.⁹ impôs-se, com naturalidade, pela necessidade de procurar uma resposta mais moderna e adequada à nova realidade e dimensão deste grupo empresarial português de cariz familiar. O próprio novo nome escolhido, conforme sublinha, transmite a ambição de aceder a um patamar superior de organização e desempenho com uma crescente componente internacional. Sem renegar a História e os valores herdados dos fundadores do Grupo, Ricardo Mieiro explica, na primeira pessoa, os caminhos do futuro...

PORQUÊ A MUDANÇA, NESTE MOMENTO, DA ORGANIZAÇÃO INTERNA, IMAGEM E NOME DE UM GRUPO EMPRESARIAL COM MAIS DE 50 ANOS DE SUCESSO?

Esta mudança foi determinada pelo facto de termos acabado de acordar uma transformação societária que institui um novo modelo de organização ao nível do topo do nosso grupo empresarial, permitindo-nos arrumar as empresas de uma forma mais simples e coerente com a realidade atual, portanto mais perceptível para todos os *stakeholders*.

EM SÍNTESE, QUE NOVO MODELO ORGANIZACIONAL É ESTE?

Criámos uma holding que gere, a partir de Lisboa, as diferentes cinco sub-holdings espalhadas pelo mundo (Portugal, Espanha, EUA, Turquia e agora o México) e as respetivas empresas participadas. Temos uma Casa-Mãe com as suas "filhas" e "netas" que, apesar de gozarem de autonomia, bebem os valores e as diretrizes estratégicas que emanam da holding, fiel depositária da herança legada pela empresa fun-

dadora do nosso Grupo, que se mantém com um forte cariz familiar.

Modernizar e clarificar são pois os objetivos primeiros prosseguidos com esta mudança tão ampla a vários níveis, pois é sabido que o nosso grupo empresarial – que já atingiu alguma grandiosidade e uma significativa dispersão geográfica – era muitas vezes confundido pela generalidade dos *stakeholders* com a empresa portuguesa que lhe esteve na génese, a Auto Sueco (Coimbra) Lda.⁹ – uma designação também ela já por demais redutora para um Grupo presente em tantas e tão diversas geografias.

De facto, a nova holding não deixará de ser Portuguesa, manter-se-á uma empresa de capitais privados nacionais com sede no centro de Lisboa, mas surgirá perante o mercado, pela sua nova orgânica e atrevida pelo seu novo nome e imagem, de uma forma mais apelativa e clarificadora, mais em consonância com

Ricardo Mieiro, Presidente da Comissão Executiva do Grupo ASCENDUM



a realidade de um grupo que tem hoje uma dependência estratégica muito grande do seu processo de internacionalização, pois é fora de Portugal que é gerada uma percentagem esmagadora do seu volume de negócios (85%).

TRATA-SE, PORTANTO, DE ADAPTAR MELHOR A ORGANIZAÇÃO AOS DIAS DE HOJE...

É isso. Quando me perguntam o porquê da mudança, ela tem a ver, em primeira instância, com a alteração societária para uma SA (Sociedade Anónima) e com o aproveitamento deste momento para vincar essa mudança com uma nova imagem e um novo nome de aspiração mais internacional, como é o caso de ASCENDUM, cujo processo de conceção se explica mais em pormenor noutra ponto desta revista.

Importa sublinhar, acima de tudo, que se impunha criar uma estrutura de gestão moderna com uma Holding dirigida por um Conselho de Administração com membros não executivos e uma Comissão Executiva de cinco elementos, à qual presido, que tem por missão desenvolver o negócio também através da participação direta dos seus membros nas Administrações das diferentes sub-holdings espalhadas pelo mundo, facilitando assim a transmissão da Cultura e do *know-how* da organização em todas as latitudes. É pois esta a nova arrumação que demos aos negó-

cios e que pensamos irá permitir, no futuro, alargar o nosso portefólio e ir replicando a nossa fórmula de sucesso. Uma fórmula desenvolvida a partir dos valores e do conhecimento herdados dos fundadores da Companhia, nos locais onde surjam oportunidades de investimento consideradas aliciantes.

APOSTA NA INTERNACIONALIZAÇÃO

DEPOIS DA RECENTE ENTRADA NO MÉXICO (QUE ABORDAMOS NOUTRO LOCAL DESTA MAGAZINE), O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO É PARA APROFUNDAR?

Temos essa perspetiva de desenvolvimento para novos mercados onde surjam boas oportunidades de investimento. E sabemos que contamos com o apoio incondicional da Volvo neste percurso, até porque, convém recordar, somos o maior e o mais internacionalizado cliente/distribuidor mundial da marca. Depois, será essa a única via capaz de nos conduzir à concretização do objetivo traçado por esta gestão de atingirmos, até 2015, um volume de negócios de mil milhões de euros.

Se é certo que atualmente andamos na casa dos €600 milhões, torna-se claro que vamos ter de avançar com muita coragem e empenho se quisermos chegar à meta traçada.

MAS O CRESCIMENTO SERÁ EXCLUSIVAMENTE EM PARCERIAS COM A VOLVO?

A nossa ligação à Volvo é – e queremos que continue a ser – privilegiadíssima. Mas, também é sabido que traçámos como objetivo estratégico para o grupo conseguir não depender mais do que 75% da marca Volvo no nosso volume de negócios. Logo, teremos que continuar a procurar também a diversificação das nossas intervenções, como aconteceu, por exemplo, com a aquisição da Air-Rail, em Espanha, permitindo-nos entrar no fornecimento de equipamentos e serviços para as infra-estruturas portuárias, ferroviárias e aeroportuárias.

QUAIS AS RAZÕES EM QUE ASSENTA A PREFERÊNCIA QUE É DADA PELA VOLVO?

São de várias ordens. Uma marca como a Volvo – uma das 60 mais reputadas em todo o Mundo – reclama de um *stakeholder* como nós três requisitos fundamentais: um conhecimento profundo do negócio e uma grande capacidade de adaptação e de gestão em geografias diversificadas sempre com as melhores práticas; uma situação financeira muito confortável, onde a alavancagem é um termo malvisto e os capitais próprios nunca são inferiores a 35% ou 40% do investimento; e um plano de sucessão ao nível da direção e da gestão da organização, ou seja, a garantia de confiança em quem vai gerir o negócio da distribuição da marca.

ASCENDUM GRUPO

Hoje, à frente da ASCENDUM está a terceira geração dos fundadores do Grupo e a Volvo quer garantias de que quem suceder será avalizado e formado por nós, no quadro dos valores éticos, de experiência e de conhecimento bebidos desde a génese da organização. É por isso que já estamos a preparar a quarta geração de liderança, que naturalmente será cada vez mais profissionalizada, com a felicidade de contarmos já com um conjunto de quadros superiores excecionais que parecem ter nascido também no nosso berço, tal a comunhão de valores e princípios revelada.

HONRAR O PASSADO E GANHAR O FUTURO

NÃO TEME, POR ISSO, QUE ESTA MUDANÇA POSSA SIGNIFICAR UMA RUTURA COM UM PASSADO TÃO VASTO E VALIOSO?

Admito que há uma rutura no nome e na imagem, mas a mudança que gizámos ao ritmo do futuro encerra um prolongamento do fator humano, que é uma parte fundamental das organizações, havendo aqui uma aposta muito forte na continuidade, na defesa da história e dos exemplos de quem nos antecedeu. É também por isso que temos sempre elementos da Comissão Executiva da Holding a integrem os con-

selhos de administração das diferentes plataformas geográficas. É esta presença que garante a transmissão da nossa Cultura e dos valores integrais aos nossos colaboradores e parceiros locais.

AS DIFERENTES PLATAFORMAS GEOGRÁFICAS TÊM SIDO RECEPTIVAS À EXPORTAÇÃO DA CULTURA DA EMPRESA E DOS SEUS PROCESSOS DE GESTÃO?

A realidade mostra-nos que sim. A nossa estratégia tem passado por adquirir a totalidade do capital das empresas locais e apenas no caso da Air-Rail nos ficámos pelos 50% e fizemos uma parceria com o anterior proprietário, mas também aqui as coisas têm corrido bem, pois o nosso sócio é especialista num negócio novo para o Grupo.

Não temos enfrentado choques culturais e penso que não é só devido ao facto de termos a maioria do capital das empresas. É também pela nossa maneira de ser e de estar, pela capacidade de adaptação, pela defesa dos valores da ética, do respeito e da qualidade que interiorizamos há mais de 50 anos. Isto para além de desenvolvermos um programa de recursos humanos de alto nível que tentamos adaptar a todas as geografias e que abre perspectivas aliciantes de carreiras profissionais com prémios sempre que o desempenho o justifique.

Tudo isto ajuda a quebrar eventuais barreiras entre as pessoas e é o resultado de uma gestão que pretendemos cada vez mais sofisticada, à luz da nova designação ASCENDUM. Uma designação que vai puxar ainda mais por nós, já que a ambição de ascender a um patamar superior acarreta novas responsabilidades, desde logo a de cumprirmos a promessa de tratar cada vez melhor as pessoas e de continuarmos a merecer o elevado grau de fidelização dos nossos colaboradores, que nas empresas mais antigas ultrapassa a média de 15 anos.

COMO PREVÊ A REAÇÃO DOS DIFERENTES STAKEHOLDERS À NOVA IMAGEM E AO NOVO NOME?

Sou otimista por natureza. Acho que vai ser uma pedrada no charco e um grande desafio para todos. Mudar de Auto Sueco Coimbra para ASCENDUM vai-nos obrigar a sermos melhores, a otimizar a organização e a satisfazer níveis de exigência cada vez mais altos. O desafio é nosso e não do mercado, para o qual interessará sobretudo saber se vamos ou não continuar a prestar um serviço de excelência. A ASCENDUM tem pois a obrigação de honrar e perpetuar a memória da Auto Sueco Coimbra e o importante será que as pessoas – colaboradores, clientes, fornecedores – recordem a Auto Sueco Coimbra com saudade, mas não tenham saudades da Auto Sueco Coimbra...

GRUPO ASCENDUM NO MUNDO

COM CERCA DE 1000 COLABORADORES, O GRUPO ASCENDUM OPERA DIRECTAMENTE EM PORTUGAL, ESPANHA, ESTADOS UNIDOS, TURQUIA E MÉXICO.



MÉXICO DESDE 2012

Área de negócio:
**Equipamentos de construção
e de infra-estruturas**
N.º de colaboradores: **60**
Unidades de Negócio: **3**
14 Unidades até 2014



EUA DESDE 2004

Área de negócio:
**Equipamentos de construção
e de infra-estruturas**
N.º de colaboradores: **231**
Unidades de Negócio: **16**

TURQUIA DESDE 2010

Área de negócio:
**Equipamentos de construção
 e de infra-estruturas**
 N.º de colaboradores: **156**
 Unidades de Negócio: **15**

- ASC Turk Makina
- Dealers



PORTUGAL

Área de negócio:
**Equipamentos de construção
 e de infra-estruturas,
 automóveis e camiões**
 N.º de colaboradores: **407**
 Unidades de Negócio: **10**



ESPAÑA DESDE 1999

Área de negócio:
**Equipamentos de construção
 e de infra-estruturas**
 N.º de colaboradores: **123**
 Unidades de Negócio: **17**

- Volmaquinaria
- Dealers

Angela Vieira, Comunicação e Imagem do Grupo ASCENDUM

ASCENDUM

**“A NOVA MARCA REFLETE MELHOR
A NOSSA REALIDADE”**

Foi pacífico o processo de mudança da identidade e do nome do Grupo Auto-Sueco Coimbra. Não só no que diz respeito à necessidade da alteração, ditada desde logo pela nova organização societária, mas também em relação ao próprio nome encontrado. “A proposta do termo ASCENDUM foi bem acolhida desde a primeira hora e registou-se um consenso alargado de que refletia bem melhor a nossa atual realidade”, sustenta a Administradora Executiva Angela Vieira, que seguiu de perto todo o processo, aqui por ela explicado mais em pormenor.

NÃO CUSTA UM POUCO MUDAR O NOME E A IDENTIDADE DE UM GRUPO EMPRESARIAL DE SUCESSO QUE JÁ ULTRAPASSOU OS 50 ANOS DE IDADE?

Não é uma decisão que se assuma de ânimo leve. No caso presente, no entanto, a partir do momento em que todos acordaram em alterar a estrutura societária para uma SA, fazia todo o sentido aproveitar o momento para avançar para a mudança do nome e a modernização da identidade, procurando que refletissem melhor a atual dimensão e dinâmica do Grupo, ou seja, a sua nova realidade.

QUER DIZER QUE O NOME ANTERIOR JÁ NÃO TRANSMITIA AO MERCADO O VERDADEIRO POSICIONAMENTO DO GRUPO?

Exatamente. Se decompssemos o nome Auto-Sueco Coimbra Ld.^a, verificamos logo que o termo “Auto” invoca uma ligação muito limitativa ao negócio dos automóveis – um negócio muito importante quando a empresa nasceu, mas que, hoje, representa menos de 5% do volume de vendas do Grupo, já que os equipamentos industriais, como se sabe, são a fatia dominante.

O termo “Sueco” poderia ainda fazer algum sentido, pois é verdade que continuamos a vender uma maioria de produtos suecos, porque ligados à Volvo, embora não seja menos verdade que muitos desses produtos há muito deixaram de ser fabricados na Suécia, pois a Volvo tem as suas fábricas espalhadas pelo mundo, da China ao Brasil. Daí que a referência nórdica seja já também muito redutora.



ANGELA VIEIRA

Quanto à localização “Coimbra” torna-se óbvia a sua desadequação aos dias de hoje, quando o nosso Grupo já se espalhou por vários continentes e tem sede no centro de Lisboa, isto para não falar do imperativo de mudança da designação comercial Ld.^a, agora que passámos a ser uma SA.

É certo que o nome antigo encerra uma referência valiosa a todo um passado de sucesso de que muito nos orgulhamos, que constitui a base daquilo que somos hoje e jamais será posto em causa. Mas também é verdade que já não traduzia a realidade atual do Grupo e até induzia alguma confusão em vários *stakeholders*.

E COMO É QUE SURTIU O NOME ASCENDUM?

De uma forma muito natural depois de termos dito à nossa agência de publicidade o que pretendíamos. Foi uma das primeiras propostas e percebemos logo que tinha tudo a ver connosco, com o nosso momento atual e com o que queremos ser no futuro.

QUER EXPLICAR MELHOR?

Diria que a marca ASCENDUM reflete um sentimento aspiracional que nos caracteriza desde a fundação, um desejo permanente de chegarmos mais alto e mais longe, de nos superarmos ao serviço daquilo em que acreditamos.

Por outro lado, a nova marca projeta ainda a atual dimensão das nossas empresas internacionalizadas e o empenho diário de todos os nossos colaboradores, bem como, o seu elevado sentido de responsabilidade.

A verdade é que o Grupo Auto-Sueco Coimbra mudou muito ao longo das décadas. Crescemos muito, melhorámos o nosso desempenho, ultrapassámos desafios e rasgámos fronteiras, mas sempre fiéis aos nossos valores originários, à nossa história de cariz familiar, verdadeiros suportes da ambição de atingir a competência nos serviços prestados para satisfação de clientes e parceiros que tornaram possível o nosso percurso.

COMO É QUE ACHA QUE O MERCADO VAI REAGIR A ESTA MUDANÇA?

Penso que a reação será positiva. Os primeiros sinais que nos chegam são encorajadores. O termo ASCENDUM, de origem latina, é entendido em vários idiomas e assume por isso um caráter internacional que se adequa à nossa realidade e ao nosso desejo de crescente internacionalização.

Mesmo em Portugal, onde a tradição do nome anterior é naturalmente mais marcante, sentimos que a mensagem passará com alguma facilidade, tanto mais que o novo nome, que mantém as três iniciais antigas – ASC –, reflete de uma forma muito mais rigorosa a nossa atividade atual, que continua focada nos equipamentos para infra-estruturas especializadas de construção, florestas, indústria transformadora, minas e para aeroportos, portos e ferrovias, além das tradicionais áreas dos automóveis e camiões.

México - Novo passo na Internacionalização

MÉXICO - UMA APOSTA A PARTIR DO ZERO



É a mais recente grande aposta do Grupo: desde o passado dia 1 de Março está em atividade a nova plataforma geográfica para o mercado mexicano. Uma aposta que rompe com a estratégia tradicional de internacionalização seguida até hoje, pois em vez de a operação arrancar com a aquisição de uma empresa local, como é costume, desta feita todo o negócio está a ser montado a partir do zero.

“A Volvo já fez três tentativas anteriores para se instalar no México mas todas fracassaram”, explica Ricardo Mieiro, Presidente da Comissão Executiva do Grupo ASCENDUM, sublinhando que este facto não foi suficiente para assustar o Grupo português a assumir a posição de distribuidor único da marca num mercado que se apresenta complicado, mas que

abre também claras oportunidades de sucesso. Para além do convite feito pela Volvo Construction Equipment representar mais uma indelével prova de confiança na capacidade da Companhia portuguesa, o desafio em terras mexicanas afigura-se “de grandes proporções”, desde logo porque se trata de montar um negócio de raiz num mercado com características muito particulares, a começar por um sistema financeiro complexo, e onde a Volvo nunca conseguiu ultrapassar os 4% de quota de mercado.

Nos termos do acordo firmado com a Volvo, a ASCENDUM terá de criar 14 Unidades de Negócio ao longo do país até 2014, o que faz prever que só então a operação atingirá alguma estabilidade.

Apesar da dimensão e da complexidade do desafio, Ricardo Mieiro revela-se confiante de que a sua equipa conseguirá fazer no México o mesmo que já concretizou em Espanha, nos EUA ou na Turquia, ou seja, aumentar a quota de mercado e a qualidade do serviço prestado pela Volvo nessas geografias.

Nos primeiros 30 dias de atividade foram contratados cerca de 50 colaboradores, adquiridos equipamentos e iniciada a construção de instalações, tudo sob a supervisão do CEO da nova empresa, Marco Liz, um mexicano com uma vincada cultura espanhola, assessorado por uma excelente equipa directiva.



INSTALAÇÕES CIDADE DO MÉXICO

UM DIAMANTE POR LAPIDAR

Ricardo Mieiro não tem dúvidas de que a equipa do México vai ter “um trabalho intenso pela frente e precisará de tempo para criar volume e massa crítica, nomeadamente na área do aluguer de equipamentos, sem dúvida a de primordial importância no mercado mexicano, à semelhança, aliás, do que também sucede nos EUA”.

Considerado por muitos como “um diamante em bruto, por lapidar”, o mercado mexicano poderá resultar numa oportunidade de sucesso se o “lapidador” for bom, embora os riscos sejam grandes e as histórias

desastrosas sejam muitas. Por isso mesmo, o Presidente da Comissão Executiva revela alguma cautela, mas também a confiança de que a equipa saberá, uma vez mais, revelar a persistência e a tenacidade necessárias para vencer.

“Vamos estudar com muita atenção as especificidades do mercado local para podermos fazer um bom processo de adaptação”, explica Ricardo Mieiro, que neste momento não sabe ainda se a estratégia de implantação no mercado mexicano passará pelo recurso a um parceiro local.

A IDENTIDADE MEXICANA

FACTOS E NÚMEROS

CIDADE DO MÉXICO

A República Federal do México tem uma área 21 vezes superior à de Portugal Continental e uma população de 108,6 milhões de habitantes, dos quais 17,8 milhões vivem na Cidade do México.

Em termos de PIB, o México é atualmente a 14ª economia mundial e a 2ª da América Latina. Com uma pirâmide etária invertida em relação aos padrões europeus, a sua população é essencialmente jovem, atingindo a chamada classe média cerca de 70 milhões de pessoas.

Com uma mão-de-obra pouco qualificada, a sociedade mexicana tem vindo a conhecer significativas melhorias, nos últimos anos, do ponto de vista da eficácia do sistema legal, administrativo e fiscal, embora persistam algumas dificuldades operacionais associadas à burocracia e à corrupção.

Apesar de tudo, a abertura da economia do país ao investimento estrangeiro é muito maior do que na generalidade dos países da América Latina, verificando-se um forte investimento das autoridades locais em infra-estruturas que permitam esbater as desigualdades regionais.

Apresentando uma forte dependência do mercado dos EUA quer enquanto fornecedor, quer enquanto cliente, a economia mexicana tem baixas taxas de inflação (4,4%) e de juro (5,3%), revelando a sua moeda – o Peso – uma tendência de desvalorização até 2015.

As reduzidas taxas de inflação e de juro representam pois uma mais-valia em termos de financiamento local perante as expectativas de subida da Euribor e atuais valores dos *spreads*.



Projeto Marca Atual* 1ª Fase

ASCENDUM Portugal	ASCENDUM España	ASCENDUM U.S.A.	ASCENDUM Türk	ASCENDUM México
ASC Veículos	VOLMAQUINARIA ASCENDUM GROUP	ASC Construction Equipment USA, INC.	ASC Türk Makina	ASCENDUM Maquinaria México
ASC Máquinas e Equipamentos Industriais	AIR-RAIL		TRP	
VOLRENT			AIR-RAIL Türk	
TRACTORRASTOS				
AIR-RAIL Portugal				

* Em Implementação

Projeto Marca 2ª Fase - Médio Prazo

ASCENDUM Portugal	ASCENDUM España	ASCENDUM U.S.A.	ASCENDUM Türk	ASCENDUM México
ASCENDUM Veículos	ASCENDUM Maquinaria	ASCENDUM Machinery	ASCENDUM Türk Makina	ASCENDUM Maquinaria México
ASCENDUM Máquinas	AIR-RAIL		TRP	
ASCENDUM Rental			AIR-RAIL Türk	
TRACTORRASTOS				
AIR-RAIL Portugal				