



MARKETING DIGITAL

Estratégias *low cost* para conhecer e comunicar com clientes e publico alvo

Miguel Cardoso
Abril 2013

Index



● O Grupo Frulact

● O nosso ADN

● O Marketing Digital no Grupo Frulact

- As novas tecnologias enquanto fonte inesgotável de informação e de comunicação a baixo custo

- A utilização das novas tecnologias para comunicar com clientes e com o público alvo num contexto de negócio para negócio (B2B)



Quem somos



- Criação em 1987, em Lavra, Matosinhos
- Desde 1992 na Zona Industrial Maia 1
 - Centro de IDI e Escritórios centrais
 - Unidade industrial para produtos de consumo
- Desde a criação, a gestão do Grupo Frulact baseia-se no **compromisso de ajudar os parceiros de negócio a atingir os seus objetivos**, na **responsabilidade corporativa** e no **desenvolvimento de atividades que acrescentem valor ao sector agroalimentar**.



Quem somos



● O Grupo Frulact dispõe de **modernas unidades industriais** equipadas com tecnologias e infraestruturas técnicas devidamente adequadas às necessidades do mercado, estando fortemente comprometido com a **Inovação**, a **Competitividade** e a **Internacionalização**.



O que fazemos – B2B



🍌 O negócio principal do Grupo Frulact é a produção de **preparados à base de fruta*** “*tailor made*” (feitos à medida) para a indústria alimentar, sendo uma das **5 principais** empresas Europeias do sector.

🍌 O portefólio de produtos inclui uma vasta gama de aplicações para **produtos Lácteos, Gelados, Sumos e Bebidas e Pastelaria industrial.**

*a Frulact também produz preparados que incorporam vegetais, cereais, chocolate, legumes, entre outros ingredientes.



Área de Negócio B2B: Preparados à base de Fruta para a Indústria Alimentar

O que fazemos – B2B

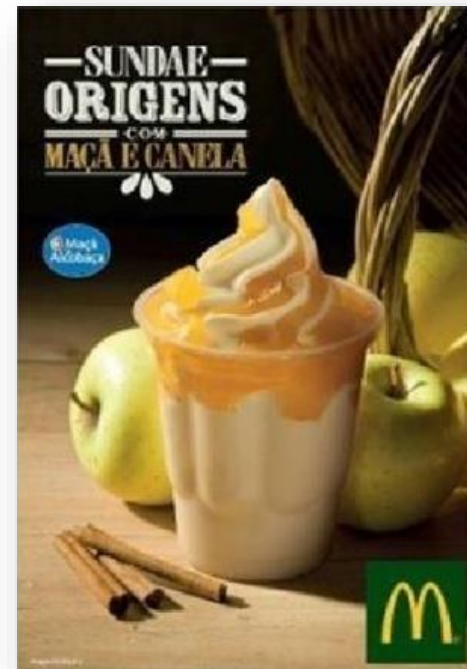


- Utilizamos **tecnologia avançada** mantendo a **Naturalidade** das preparações à base de fruta, vegetais, cereais, legumes, etc.

- Utilizamos pedaços de **fruta real** e **sem OGM**

- Todos os frutos são de produção **biológica**

- Podemos utilizar frutos **DOP** (denominação de origem protegida) e **IGP** (identificação geográfica protegida) como pera Rocha do Oeste, maçã de Alcobaça, pêssigo da Cova da Beira, Ananás dos Açores...



Frutos DOP: projeto com o McDonald's Portugal de toppings os Sundae

O que fazemos – B2B



- Produzimos **baby food** para algumas marcas de distribuição
- Associamos **emoções** aos ingredientes
- Produzimos preparados “**estéreis**”
- Podemos produzir **sem aditivos e com reduzido número de ingredientes**



Powerballs: esferas à base de fruta para aplicação em bebidas e em produtos alimentares



O que fazemos – B2C

🍌 O **Business-to-Consumer (B2C)** é uma realidade cuja visão consiste na implementação de uma estratégia diversificada e diferenciadora, permitindo o desenvolvimento de competências no **mercado de consumo**, beneficiando da experiência e conhecimento – e do efeito de economia de escala – adquirida ao nível do negócio industrial (B2B: business-to-business).



Smoothies



🍌 Framboesa | Manga | Maracujá | Morango-Banana

Doces Gourmet



🍌 Maçã, Mel e Canela | Cereja | Framboesa | Pera Rocha com Vinho do Porto
🍌 Abóbora, Laranja e Canela | Abóbora e Nozes | Morango | Alperce

Sumos Concentrados



🍌 SUMOS CONCENTRADOS Laranja | Frutos tropicais
🍌 ICED TEA CONCENTRADO (sem açúcar) Pêssego | Limão
🍌 ICED TEA CONCENTRADO Pêssego | Limão

Área de Negócio: Produtos de Consumo

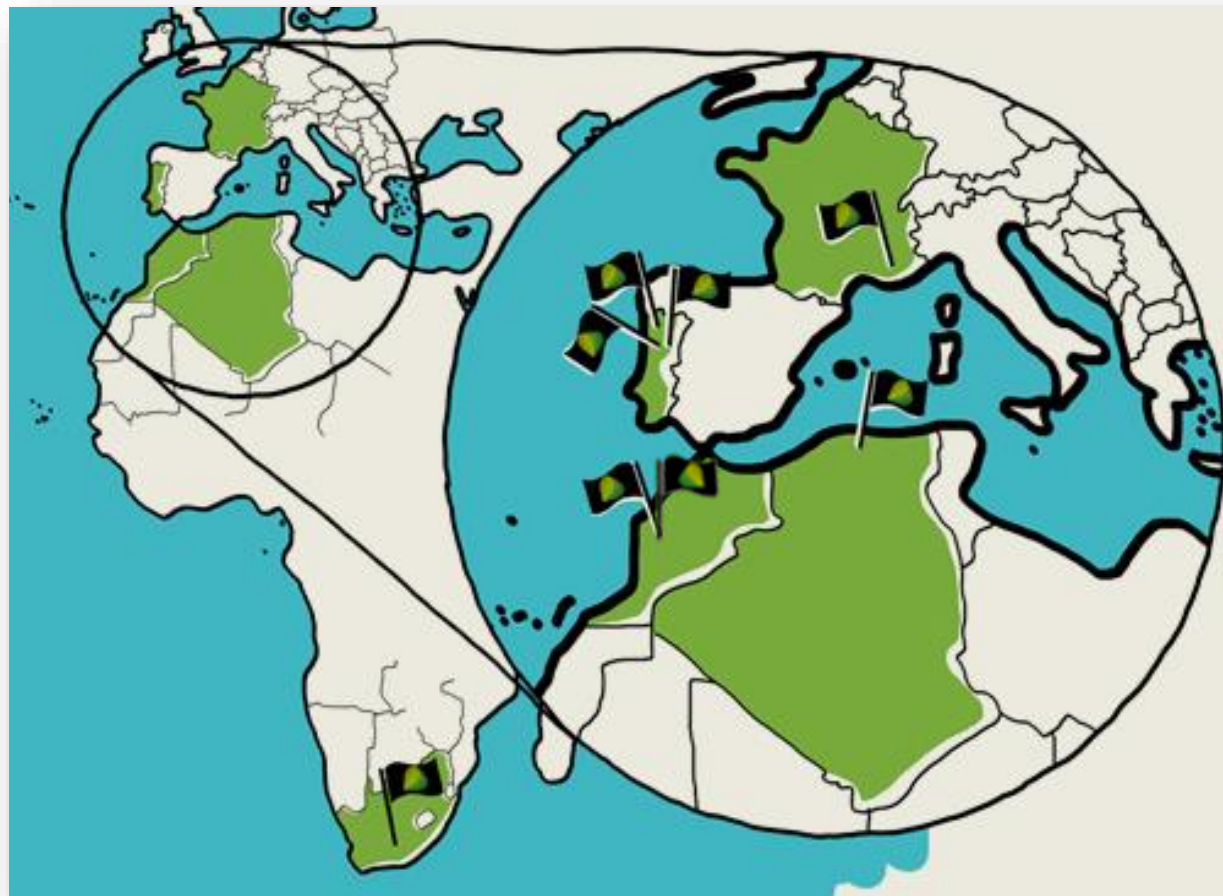
Onde estamos » unidades



● O Grupo Frulact tem **8 unidades industriais em cinco países**: Portugal, França, Argélia, Marrocos e África do Sul.

● **Proximidade dos clientes** para responder de forma mais rápida e eficiente aos seus pedidos.

● **Proximidade das áreas de cultivo de fruta**, garantindo um profundo conhecimento e acompanhamento da logística de abastecimento.



Onde estamos » mercados



EUROPA

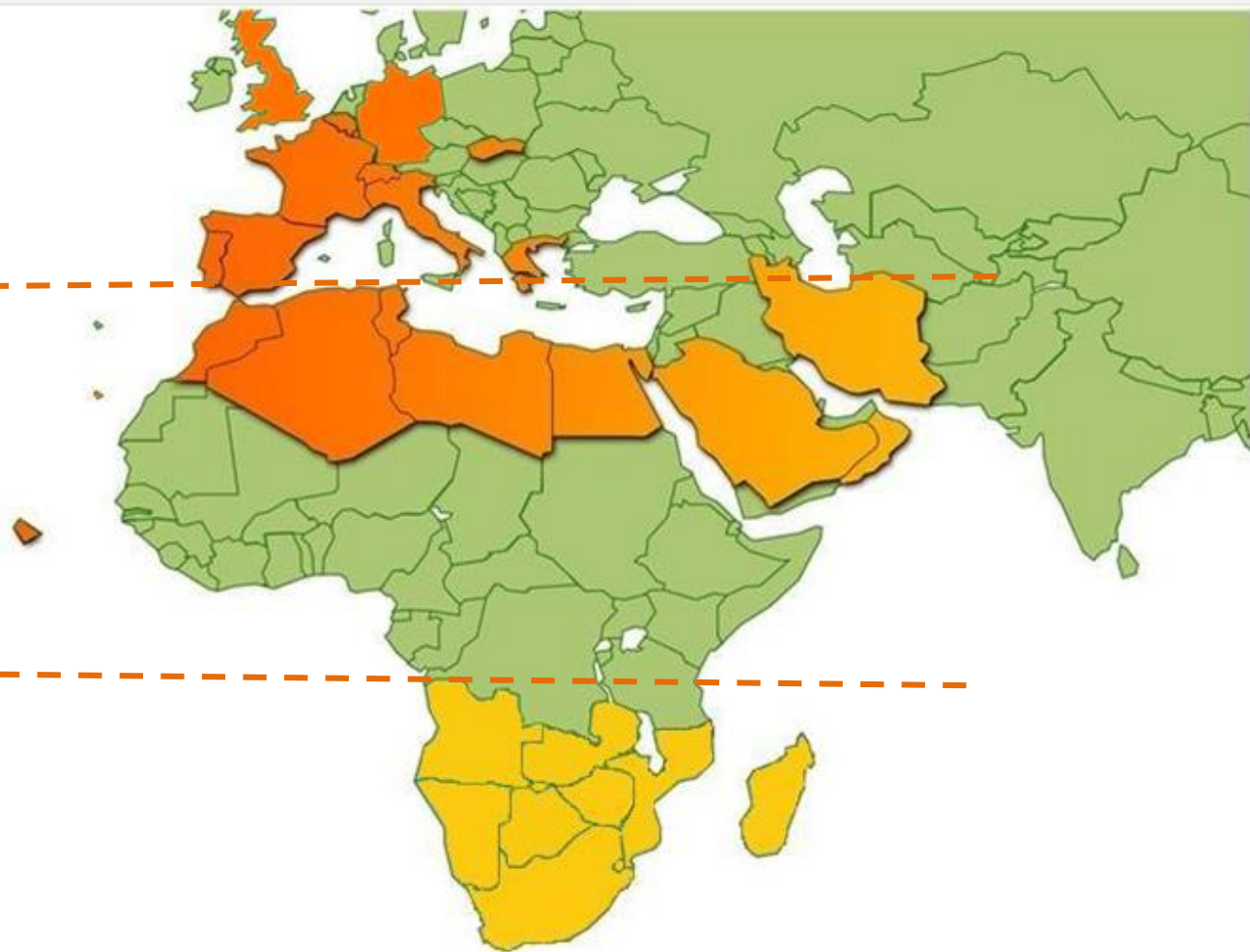
Portugal, Espanha, França,
Bélgica, Luxemburgo, Itália,
Suíça, Eslováquia, Grécia...

NORTE DE ÁFRICA & MÉDIO ORIENTE

...Marrocos, Argélia,
Tunísia, Egito, Irão,
Arábia Saudita, Líbia,
Emirados Árabes Unidos...

ÁFRICA DO SUL

...e zona de influência da
SADC (Southern African
Development Community)



Resultados do Grupo e por País

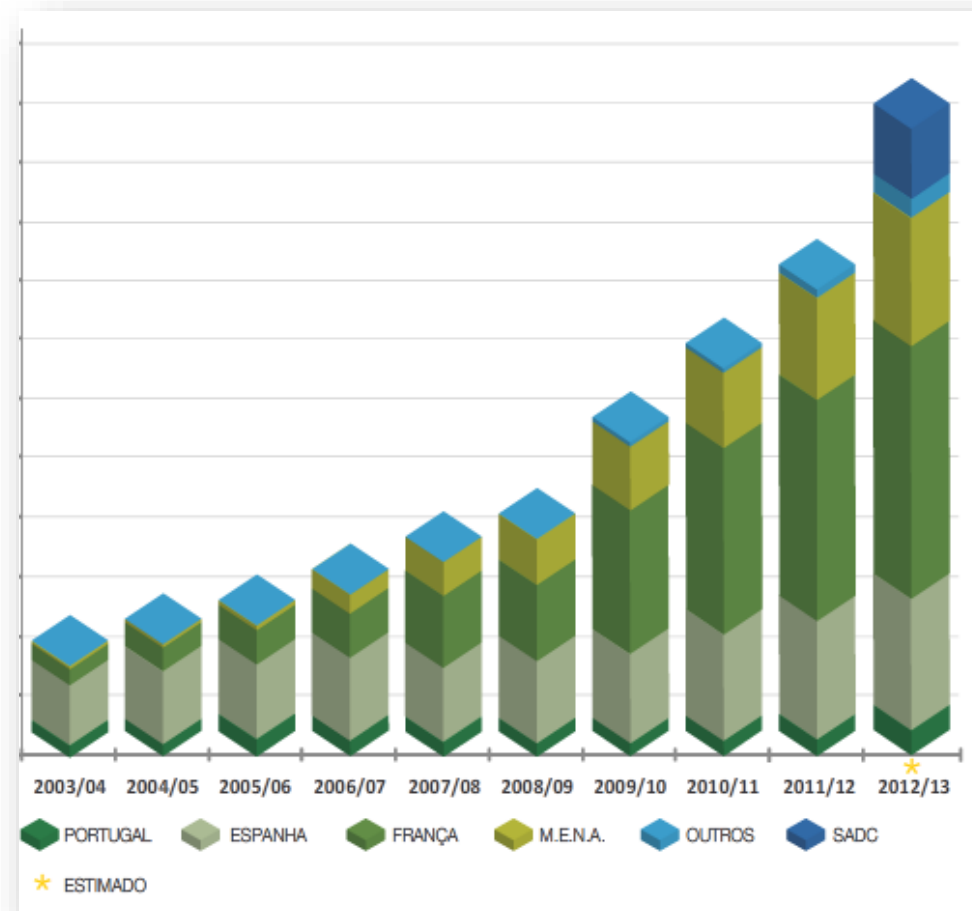


🍌 Volume de negócios:

🍌 + que quintuplicou em 5 anos

🍌 96% = exportação

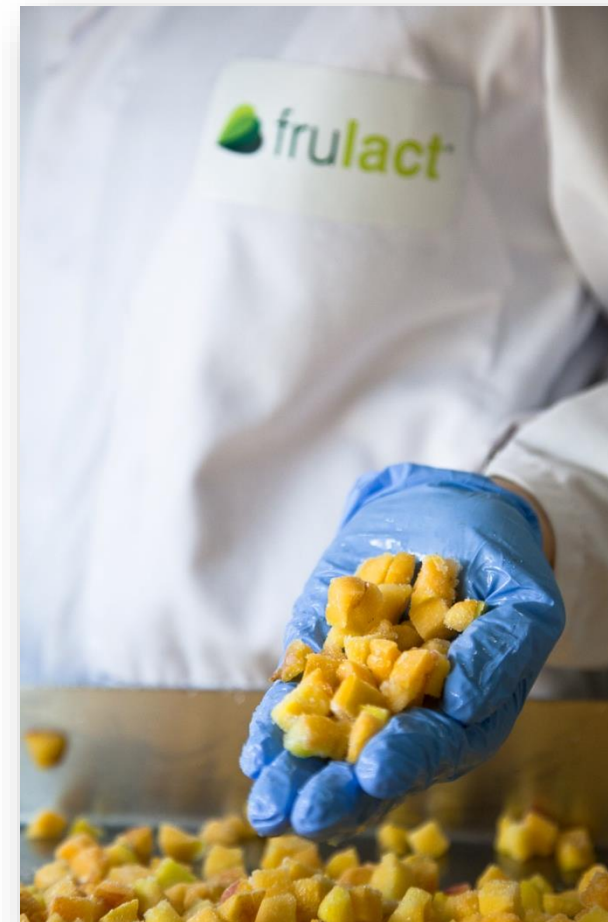
🍌 2012: + de 80 milhões de €



Index



- O Grupo Frulact
- O nosso ADN
- O Marketing Digital no Grupo Frulact
 - As novas tecnologias enquanto fonte inesgotável de informação e de comunicação a baixo custo
 - A utilização das novas tecnologias para comunicar com clientes e com o público alvo num contexto de negócio para negócio (B2B)



O nosso ADN



Capacidade de trabalhar em parceria com agricultores de todo o mundo
assegurando a total rastreabilidade da fruta desde a plantação ao preparado

Aprovisionamento

Operações & Tecnologia

Marketing one-to-one



Fornecedor/ Frulact
Rastreabilidade

1ª
Transformação

IDI &
QASA

2ª
Transformação

Produto feito
à medida

Observatório
do Mercado

O nosso ADN



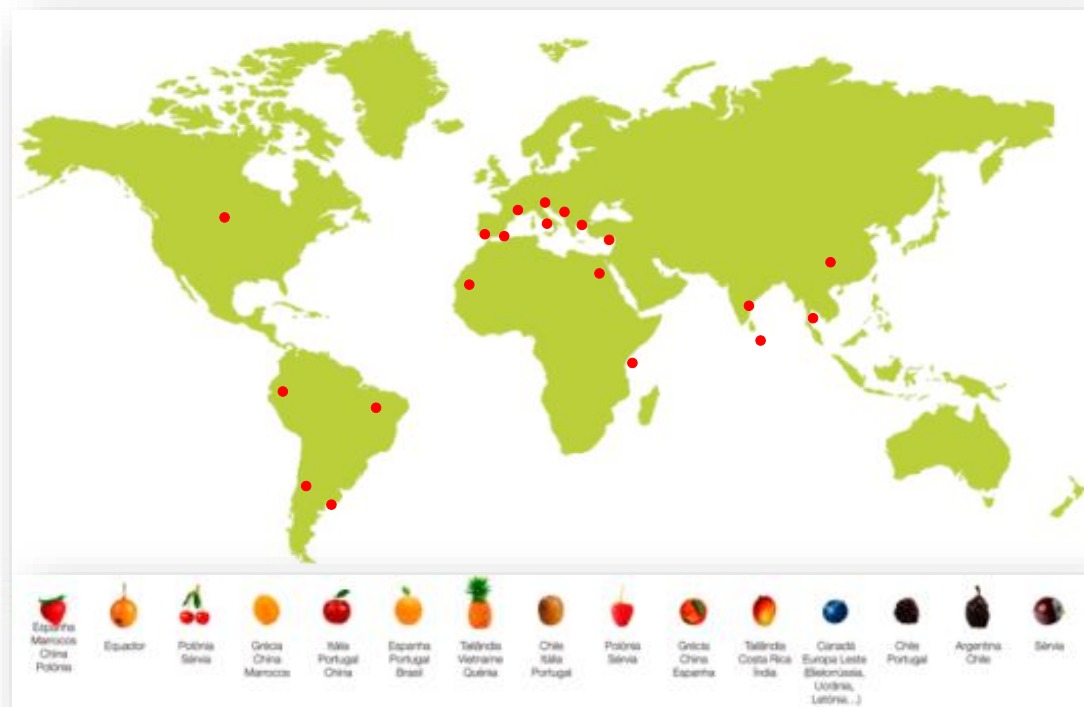
Aprovisionamento e logística de Abastecimento

🍌 + de 40 milhares de toneladas de matérias primas provenientes de mais 50 países

🍌 + 250 fornecedores

🍌 + 3 milhões de Kms percorridos por ano pelos serviços de logística subcontratados

🍌 + de 1.800 camiões por ano necessários para logística de abastecimento às nossas fábricas



O nosso ADN



Unidades de 1ª transformação

- Em Marrocos e em Portugal, próximo de áreas de cultivo de fruta
- Desenvolvimento de projetos “à medida” e com fruta de denominação de origem



O nosso ADN



IDI e Marketing

🍌 Uma equipa experiente e inovadora

🍌 Cerca de cinquenta colaboradores

🍌 Desenvolvimento de novos conceitos e produtos de acordo com as tendências de mercado

🍌 Objetivo: **acrescentar valor aos produtos finais comercializados pelos clientes da Frulact**



Certificação do Sistema de Gestão de Inovação
Norma: NP4457-2007 (IDI-0017)



O nosso ADN



2ª transformação de

- **Frutos “standard”** (comuns na Europa: morango, pêssgo, cereja, framboesa...)
- **Frutos tropicais e superfrutos** (manga, papaia, banana, goiaba, açaí, líchias...)
- **Frutos secos** (noz, avelã, coco, amêndoa, pistácio, pinhões, ameixa, figo...)
- **Cereais** (trigo, cevada, aveia...) e **Legumes** (cenoura, tomate, pimento, abóbora...)
- **Notas quentes** (chocolate, baunilha, caramelo, biscoito...)

Ratatui



Chocolate
e Menta




Morango
“light”



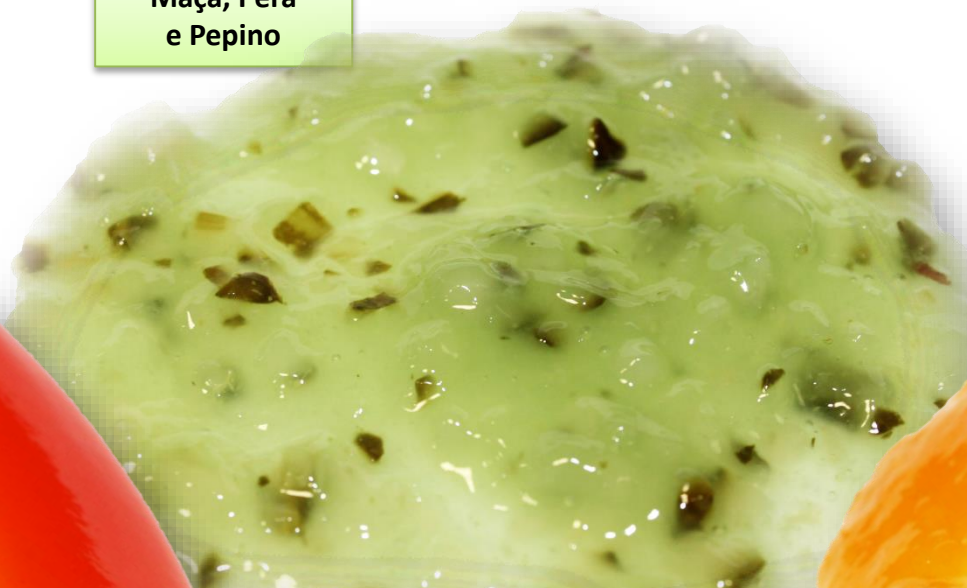
O nosso ADN




🍌 *E ainda...* possibilidade de misturar **doce com salgado, frutos com cereais, frutos com vegetais, frutos com cereais e vegetais...** que possam ser incorporados no produto final dos nossos clientes e que sejam **fruto da imaginação do cliente ou da nossa inovação e proatividade!**

A close-up, high-angle shot of a vibrant red bell pepper, showing its glossy skin and internal structure.

Papaia e Tomate

A close-up of a thick, light green puree, likely made from vegetables like cucumber and zucchini, garnished with small dark green herbs.

Maçã, Pera
e Pepino

A close-up of a bright orange slice, showing the juicy segments and the white pith.

Laranja
e Cenoura

O nosso ADN



Procura dos consumidores



Centro de Inovação



Fileira Agroalimentar



Mas, tudo
começa no:
**OBSERVATÓRIO
DE MERCADO!**

Index



- O Grupo Frulact

- O nosso ADN

- O Marketing Digital no Grupo Frulact

- As novas tecnologias enquanto fonte inesgotável de informação e de comunicação a baixo custo

- A utilização das novas tecnologias para comunicar com clientes e com o público alvo num contexto de negócio para negócio (B2B)



Observatório de mercado



Em que consiste

● Na utilização diária de fontes de informação e de comunicação que permitem **recolher, tratar e analisar dados de mercado, conhecer tendências**, novos produtos e serviços, clientes e concorrência de forma a apoiar a Força de Vendas e os técnicos de IDI, fornecendo-lhes informação útil e direcionada que podem utilizar como vantagem competitiva no relacionamento com clientes, bem como **usar proativamente no âmbito de novos desenvolvimentos de produto** de acordo com as tendências atuais de consumo e, inclusivamente, antecipando tendências a curto/médio prazo.



EUA: iogurte lançado em Março




Observatório de mercado




Algumas fontes de informação sem custo e disponíveis online


CIA World Factbook


AFRICA :: CHAD
PAGE LAST UPDATED ON MARCH 26, 2013

 (CONTAINS DESCRIPTION)



CLICK FLAG OR MAP TO ENLARGE

 << VIEW 2 PHOTOS OF CHAD



CLICK MAP TO ENLARGE

EXPAND ALL | COLLAPSE ALL

Introduction :: CHAD

Geography :: CHAD

People and Society :: CHAD

Government :: CHAD

Economy :: CHAD

Economy - overview:

Chad's agricultural economy will continue to be boosted by major foreign direct investment projects in the oil sector that began in 2000. Economic conditions have been positive in recent years, with real GDP growth reaching 13% in 2010 because of high international prices for oil and a strong local harvest. GDP growth for 2012 is estimated at 7.3%. However, Chad's investment climate remains challenging due to limited infrastructure, a lack of trained workers, extensive government bureaucracy, and corruption. At least 80% of Chad's population relies on subsistence farming and livestock raising for its livelihood. The government of Chad is determined to improve agricultural production through modernization and mechanization over the next three years, and hosted a national Rural Development Forum in 2012 to promote investment in agriculture. Chad's economy has long been handicapped by its landlocked position, high energy costs, and a history of instability. Chad relies on foreign assistance and foreign capital for most public and private sector investment projects. Remittances are also an important source of income. The Libyan conflict disrupted inflows of remittances to Chad's impoverished western region that relies on income from Chadians living in Libya. A consortium led by two US companies has been investing \$3.7 billion to develop oil reserves - estimated at 1.5 billion barrels - in southern Chad. Chinese companies are also expanding exploration efforts and have completed a 311-km pipeline and the country's first refinery. The nation's total oil reserves are estimated at 1.5 billion barrels. Oil production came on stream in late 2003. Chad began to export oil in 2004. Cotton, cattle, and gum arabic provide the bulk of Chad's non-oil export earnings.

Eurostat



51/2013 - 3 April 2013

Flash estimate - March 2013

Euro area annual inflation down to 1.7%

Euro area¹ annual inflation² is expected to be 1.7% in March 2013, down from 1.8% in February³, according to a flash estimate⁴ from Eurostat, the statistical office of the European Union.

Looking at the main components of euro area inflation, food, alcohol & tobacco is expected to have the highest annual rate in March (2.7%, stable compared with February), followed by services (1.9% compared with 1.5% in February), energy (1.7% compared with 3.9% in February) and non-energy industrial goods (1.0% compared with 0.8% in February).

Euro area annual inflation and its components, %

	Weight (%)	2013	Mar 2012	Oct 2012	Nov 2012	Dec 2012	Jan 2013	Feb 2013	Mar 2013
All-items HICP	1000.0	2.7	2.5	2.2	2.2	2.0	1.8p	1.7e	
Food, alcohol & tobacco	193.7	3.3	3.1	3.0	3.2	3.2	2.7p	2.7e	
Energy	109.6	8.5	8.0	5.7	5.2	3.9	3.9p	1.7e	
Non-energy industrial goods	273.6	1.4	1.1	1.1	1.0	0.8	0.8p	1.0e	
Services	423.0	1.8	1.7	1.6	1.8	1.6	1.5p	1.9e	

Source: Eurostat e = estimate p = provisional

1. The euro area consists of Belgium, Germany, Estonia, Ireland, Greece, Spain, France, Italy, Cyprus, Luxembourg, Malta, the Netherlands, Austria, Portugal, Slovenia, Slovakia and Finland.
2. Annual inflation is the change of the price level between the current month and the same month of the previous year. For further information on the euro area inflation flash estimate, see the Statistics Explained article on the Eurostat website: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/inflation_in_the_euro_area
3. See News Release 41/2013 of 15 March 2013.
4. The euro area inflation flash estimate is issued at the end of each reference month. The complete set of harmonised indices of consumer prices (HICP) for the euro area, EU and Member States is released around the middle of the month following the reference month. The next release with full data for March 2013 is scheduled for 16 April 2013.

BDs de importadores/feiras

PRODUCERS, EXPORTERS OF: GERMANY 1905 Companies

ELFERING EXPORT
DE
EZ 958
EG

ELFERING EXPORT GMBH
Enscheder Strasse 37
48683 Ahaus-Alstaette Germany
Tel: +49 7022-7182131 Fax: +49 7022-7182155
E-mail
Producer, exporter of: [Pork Meat](#), [Pork Offals](#), [Pork by Products](#), [Pork Ground Meat](#), [Pork Trimmings](#), [Beef Meat](#), [Beef Offals](#), [Beef by Products](#), [Beef Ground Meat](#)

ERZQUELL BRAUEREI BIELSTEIN HAAS & CO. KG
Bielsteiner Strasse 108
51674 Bielstein, Germany
Tel: 02262 82-0 Fax: 02262 82-106
E-mail
Producer, exporter of: Beer

Why Exhibit?
Who Visits?
Exhibitor List
Exhibitor Testimonials
Book Your Stand
Promo Opportunities
Exhibitor Kit
Expo Guide Warning
Exhibitor FAQ

Exhibitor List E & Ni 2013

<input type="checkbox"/> A J INTERNATIONAL CO., LTD.	91C01-15
<input type="checkbox"/> A/S Balticov	8N37
<input type="checkbox"/> A+S Biotech GmbH	8A18
<input type="checkbox"/> A2 Trading GmbH	91B63
<input type="checkbox"/> AarhusKarlshamn Sweden AB	8G28
<input type="checkbox"/> ABF Ingredients Group	8E39
<input type="checkbox"/> AC IC VE DIS TIC. LTD STI	91F52
<input type="checkbox"/> Activ International SAS	8B86
<input type="checkbox"/> Adflo N.V.	9F59A
<input type="checkbox"/> ADM International Srl	8J23
<input type="checkbox"/> Advanced Biotech	9C39-8
<input type="checkbox"/> Advanced Enzyme Technologies Ltd	91A57
<input type="checkbox"/> Advanced Lipids AB	91G41
<input type="checkbox"/> AGI	91D48
<input type="checkbox"/> AGRANA Beteiligungs-AG	8K23
<input type="checkbox"/> Agro Gums	91A60
<input type="checkbox"/> Alcacolor S.A.C.	8M46A

Observatório de mercado



Algumas fontes de informação sem custo e disponíveis online

International Trade Centre

TRADE MAP

Trade statistics for international business development.

Over 5300 products traded by over 220 countries and territories. Import & export values, volumes, growth rates, market shares, graphs...

In 2013, the tools will remain free to users in developing countries.
The validity of existing accounts has been automatically extended until the end of 2013.

Trade Map provides users with indicators on export performance, international demand, alternative markets and the role of Trade Map covers 220 countries and territories and 5300 products of the Harmonized System. Trade data is also available than 150 countries.

Trade Map now covers more than 80% of 2012 world trade reported by 76 countries on a monthly basis.

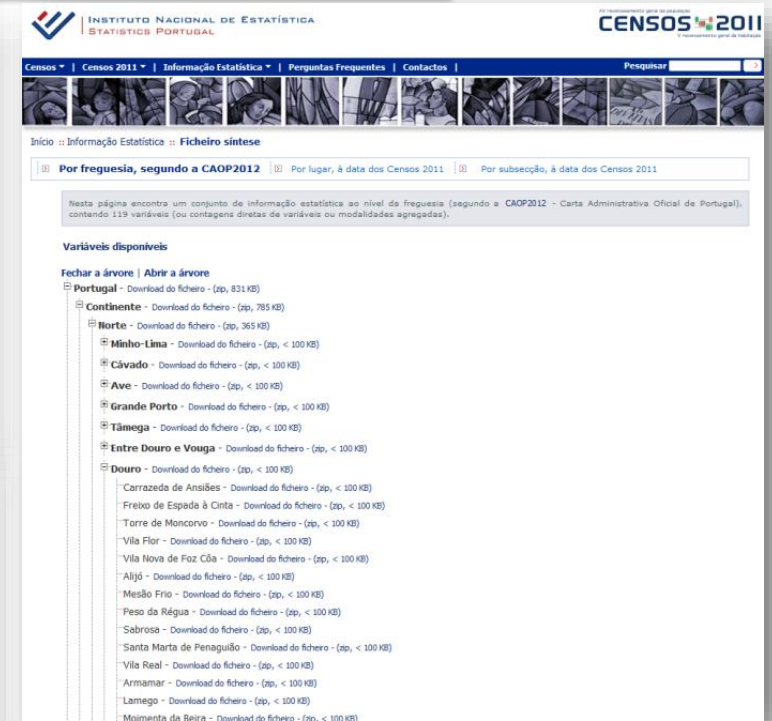
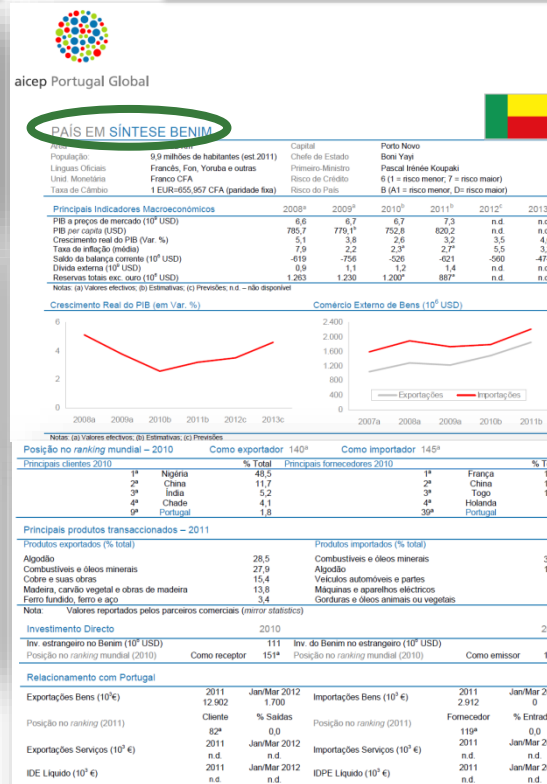
Latest trends available in Trade Map
Most important evolutions for Burundi's imports
between 2011 and 2012

Origin of products imported by Burundi*			
Italy	US\$ 179 millions	+1633%	
Rwanda	US\$ 28 millions	+352%	
Viet Nam	US\$ 1.8 millions	-72%	
Singapore	US\$ 1.5 millions	-63%	

Products imported by Burundi*			
Oil seed, oleagious fruits, grain, seed, fruit, etc, nes	US\$ 153 millions	+4397%	
Cereals	US\$ 54 millions	+267%	
Footwear, gaiters and the like, parts thereof	US\$ 2.4 millions	-63%	
Stone, plaster, cement, asbestos, mica, etc articles	US\$ 2.4 millions	-61%	

* Threshold value : US\$ 1 million

AICEP e INE – Dados sobre consumo



Observatório de mercado



Algumas fontes de informação sem custo e disponíveis online

Newsletters do setor

FOOD PROCESSING
Free E-Newsletters!

Stay ahead of the curve with free e-newsletters and alerts. They are delivered to your inbox on a regular basis and you may unsubscribe at any time. To view samples of each e-newsletter, visit our [examples page](#).

Available E-Newsletters [Add all](#)

To subscribe to an e-newsletter, click, hold and drag one to the right, then drop it in your "My Subscriptions" box.

- Food Processing Surveys and Special Alerts
- FoodProcessing.com E-news
- Agile Plant Insider
- FoodProcessing.com Updates
- The Friday Five
- Food Careers
- Flavors & Functional Ingredients
- White Paper Alerts
- Food Safety Update

My Subscriptions [Remove all](#)

To unsubscribe from an e-newsletter, click, hold and drag one to the left, then drop it in the "Available E-Newsletters" box.

DRAG TO SUBSCRIBE

DRAG TO UNSUBSCRIBE

First Name

Last Name

E-Mail

☐ FoodProcessing.com e-newsletters are delivered in HTML format. If you wish to receive them in plain text, please check this box.

Subscribe | No thanks

Site e Redes sociais dos potenciais clientes



Aprovisionamento e logística



Algumas fontes de informação sem custo e disponíveis online

Relatórios setoriais



MILK SOUTH AFRICA IS THE INSTRUMENT THROUGH WHICH ITS MEMBERS, THE MPO AND SAMPRO, DEAL WITH COMMON CHALLENGES.

VISION
To promote a healthy South African dairy community.

MISSION

- To promote the image and consumption of South African dairy products among consumers and the broader population; and
- To develop the dairy industry through rendering value-added services to industry participants, consumers and the broader South African population.

STRATEGIC DIRECTION

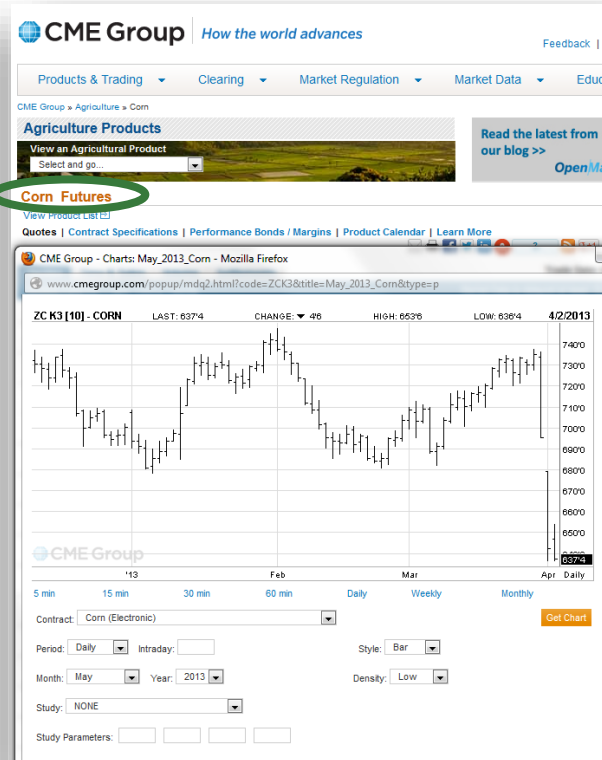
- Broaden the market for milk and other dairy products.
- Improve the international competitiveness of the dairy industry.
- Empower previously disadvantaged individuals.

STRATEGIC OBJECTIVES
The strategic direction of Milk SA resulted in strategies that are financed by the levies implemented in terms of regulations promulgated in terms of the Marketing of Agricultural Products Act, as well as other strategies that are not financed from levy income, which include:

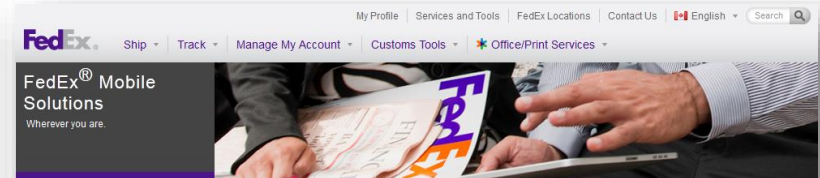
- consumer education,
- improvement of the quality of milk and other dairy products,
- empowerment of previously disadvantaged individuals, through actions that improve knowledge and skills,
- promotion/facilitation of research and development,
- collection and publication of industry information,
- promotion of South Africa's trade dispensation regarding milk and other dairy products,
- constructive cooperation with the industry role players and government.

www.milk.co.za or Tel +27 12 460 7312

Evolução previsível custo MPs



Rastreabilidade no momento



My Profile | Services and Tools | FedEx Locations | Contact Us | English | Search

FedEx Ship Track Manage My Account Customs Tools Office/Print Services

FedEx® Mobile Solutions
Wherever you are.

FedEx Mobile

- FedEx Mobile for BlackBerry
- FedEx Mobile for iPhone and iPad
- FedEx Mobile for Android
- Frequently Asked Questions

Wherever you are. FedEx® Mobile
Track while you travel. Get rates from the golf course. Find locations as you lounge.

Stay connected to your shipments, wherever you are. The power of FedEx is at your fingertips. FedEx Mobile provides solutions when you're on the go.

Go to m.fedex.ca using your mobile browser.

[View mobile version](#)

Features


Tracking
FedEx Mobile at fedex.ca lets you track your shipments, just as you would on fedex.ca; simply enter your tracking number, and click the track button. You can track any FedEx Express®, FedEx Ground®, or FedEx Freight® shipment while you are away from your desk.

Shipment Notifications
Let FedEx tell you when your package is delivered. Simply give us your e-mail address, and we'll send you a note when your shipment has been delivered or if an exception has occurred.

Locator
Enter a postal code, address or phone number and FedEx Mobile at fedex.ca will help you get to the nearest FedEx Office, FedEx World Service Center®, FedEx Authorized ShipCentre® locations or FedEx Express® Drop Box.

Rate and Transit Time Quotes
Get a quick quote, or log in to access your account to get accurate and reliable quotes and estimated delivery dates while you are on the road.

Schedule a Pickup
Schedule a courier pickup, even when you're away from the office.



Index



- O Grupo Frulact

- O nosso DNA

- **O Marketing Digital no Grupo Frulact**

- As novas tecnologias enquanto fonte inesgotável de informação e de comunicação a baixo custo

- **A utilização das novas tecnologias para comunicar com clientes e com o público alvo num contexto de negócio para negócio (B2B)**



A internet num contexto B2B



Otimização dos motores busca

Em 1º lugar, o site da empresa

Fonte de informação nº1 na internet

Plataforma de emprego

Localização

Rede profissional de contactos

Divulgação institucional

The screenshot shows a Google search for 'frulact'. The search bar is at the top with 'frulact' entered. Below the search bar, several results are listed:

- Frulact** (www.frulact.pt) - Translate this page. This result is circled in green. It includes links for 'Frulact home', 'Legal info', 'Group', 'Portugal', 'Home', and 'Careers'.
- Frulact - Wikipedia** - the free encyclopedia. This result is also circled in green. It provides a brief description of the company.
- Frulact** (jobs.frulact.com) - Translate this page. This result is circled in green.
- FRULACT-INGREDIENTES P/ A INDÚSTRIA ALIMENTAR, S.A.** - This result is circled in green. It includes a map of the location in Maia, Portugal, and contact information: Address: Rua do Outeiro 589, 4475-150 Gemunde - Maia; Phone: 229 287 910.
- Frulact** (LinkedIn) - This result is circled in green. It shows the company's LinkedIn profile.
- Frulact** (SAPO Vídeos) - This result is circled in green. It shows a video thumbnail and a brief description.

Green arrows point from the text boxes on the left to the corresponding search results on the right.

A página web da empresa



Simple e intuitiva para utilização universal



Possibilidade de descarregar o catálogo

Marketing 1 para 1



Informação personalizada

🍏 Relacionamento “1 para 1” implica a gestão e disponibilização de conteúdos personalizados à medida de cada cliente.

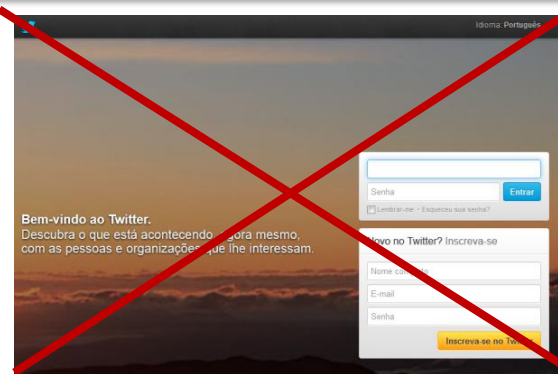
🍏 Inovações, propostas de novos desenvolvimentos de produto, informações sobre o mercado são exclusivas.

A screenshot of the frulact website. The header features the frulact logo and navigation links: "home | info legal | cliente" (with "cliente" circled in green) and "PT | FR | ES | EN". The main banner displays "selecção natural" over a background of apples. A left sidebar contains a menu with items: Grupo, Login|Logout, Produtos, Serviços, IDI, QASA, Sourcing, Prêmios, Embalagens, Contactos, and Carreiras. The "Acesso do utilizador" link is circled in green. The main content area prompts the user to "Digite aqui seu nome de utilizador e senha para entrar no site:" and includes input fields for "Utilizador:" and "Senha:", along with an "Acesso" button.

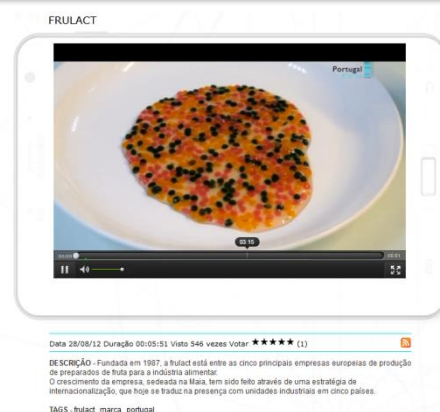
Redes sociais



Facebook, Twitter, LinkedIn – a última é uma rede social profissional



Youtube – sim, se a inserção de informação for gerida de forma apropriada



Gestão da informação na net



É impossível controlar, mas possível de gerir através da difusão direcionada de informação que acrescente valor à empresa e à marca

→ [Presidente da FruLact: 'É com os jovens que aprendo mais ...](http://sol.sapo.pt/inicio/Economia/Interior.aspx%3Fcontent_id%3D90411)
26 abr. 2012 ... Líder da FruLact, João Miranda conquistou o **Prémio Novas Tecnologias do Best Leader Awards**. Com vendas de 75 ... Siga o SOL no Facebook ...

[Selenis, Tintas Barbot, FruLact - TSF](http://www.tsf.pt/Programas/programa.aspx%3Fcontent_id%3D90411)
Com a recente compra de uma empresa concorrente em França, a FruLact duplicou a produção para 70 mil toneladas de preparados de fruta por ano.

→ [FruLact inova preparados de fruta para o mundo há 25 anos](http://diariodagrano.blogspot.com/2012/07/frulact-inova-preparados-de-fruta-para-o-mundo-ha-25-anos)
25 jul. 2012 ... João Miranda é o fundador e presidente do grupo FruLact. Torne-se nosso fã no facebook, siga-nos no twitter e receba notificações de ...

[FruLact - Indústria Agro-Alimentar, S.A](https://www.racius.com/frulact-industria-agro-alimentar...)
Consulte informações sobre a FruLact (NIF 501921591) como sócios, acionistas, participações, atos societários, empresas e gestores relacionados.

→ [FruLact obtém certificação do Sistema de Gestão de I+D+i](http://www.dn.pt/infonet/2012/12/08/frulact-obtem-certificacao-do-sistema-de-gestao-de-i-d-i)
8 dez. 2012 ... O Grupo FruLact obteve a certificação do Sistema de Gestão de Investigação, ... Partilhar. Facebook Twitter Google Bookmarks RSS Feed ...

[Icel/Bioalvo/FruLact - Best Of Portugal - Documentários - RTP](http://www.rtp.pt/programa/tv/p28948/e3)
Líder ibérica em preparados à base de fruta, a produção da FruLact destina-se à indústria alimentar. Conheça melhor esta empresa que aposta na antecipação ...

→ [FRULACT é "Campeã Nacional" no Concurso European Business...](http://agrotec.pt/%3Fp%3D3458)
27 dez. 2012 ... O Grupo FruLact recebeu este mês a distinção de "Campeão Nacional" no prestigiado concurso da European Business ... Share on Facebook ...

Comunicação LC* em tempo real



Novas tecnologias aplicadas transversalmente à empresa e à sua cadeia de valor

Skype e outras aplicações similares

Videoconferência – interação em tempo real

skype conhecer preços descarregamentos apoio ao cliente Iniciar uma sessão Aderir

Onde estiver, onde os seus amigos estiverem - o Skype mantém-vos juntos.

Aderir →

Pretende obter mais informações?
[Obter informações sobre o Skype](#)

Tire o máximo partido do Skype

Efectue a actualização para uma conta Premium e desfrute de videochamadas em grupo, chamadas ilimitadas para um país à sua escolha e ainda apoio ao cliente através de conversas em directo.

Explorar o Skype Premium

Chamadas ilimitadas para telefones fixos na América Latina

Experimente a nossa subscrição mais recente (no valor de 7.99 €) gratuitamente durante um mês.

[Iniciar a sua avaliação gratuita](#)

cisco Get Started Benefits Customers Products Services Try It Now

Video Conferencing | Worldwide | Partners | Support

TelePresence: In-Person Experiences for All

Video is the New Voice

Words convey meaning, a picture says a thousand words, and video does it all.

[Watch Video](#)

Let Us Help

[Contact Us](#)

[Email | Request a Price](#)

[Find a Local Reseller](#)

Call 1-866-428-9596
US/CA | Sam-Spm Pacific
Other Countries

Telepresence, Next-Generation Video Conferencing

The world is getting bigger, more complex, and moving faster—making collaboration a critical and strategic priority. How do you get everyone on the same page? Scale resources to be in more places at once? Maintain face-to-face relationships with a growing network of colleagues, customers, agencies, partners and advisors?

Telepresence Puts People at the Center of Collaboration

Cisco TelePresence places people at the center of the collaboration and video experience, empowering them to work together in new ways to transform business, accelerate innovation, and do more with less. Its next-generation video conferencing, where everyone, everywhere can be face-to-face and more effective through the most natural and lifelike communications experience available.

[Video Buying Guide](#)

**low cost*



Disclaimer

Cautionary Note Regarding Forward-Looking Statements

This presentation is for informational and educational purposes only. The information and materials contained in this presentation are provided 'as is' and FRULACT GROUP does not warrant the accuracy, adequacy or completeness of the information and materials and expressly disclaims liability for errors or omissions. None of the information contained in this presentation constitutes an offer, solicitation or recommendation to acquire or dispose of any business information, security or investment or to engage in any other transaction or to provide legal, tax, accounting or investment advice or services regarding the suitability or profitability of any security or investment.

FRULACT GROUP has not made any recommendations regarding the merit of any product, company, security or other financial product or investment identified in the presentation, made any recommendation regarding the purchase or sale of any such company, security, financial product or investment, or endorsed or sponsored any company identified in the presentation. This presentation is only for use of this particular session and it is not allowed to someone to take copies or to serve other uses unless expressed authorization of FRULACT GROUP.