

UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA

INSTITUTO SUPERIOR DE ECONOMIA E GESTÃO

MESTRADO EM ECONOMIA INTERNACIONAL E
ESTUDOS EUROPEUS

“INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS PORTUGUESAS:
PROCESSOS E DESTINOS”

ANA CARINA COSTA SIMÕES

Orientação: Professor Doutor Joaquim Alexandre dos Ramos Silva

Júri:

Presidente: Doutor António Francisco Espinho Romão, professor catedrático do Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa

Vogais: Doutor João Martins Ferreira do Amaral, professor catedrático do Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa;
Doutor Joaquim Alexandre dos Ramos Silva, professor associado com agregação do Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa.

Novembro de 2010

Agradecimentos

Ao Professor Doutor Joaquim Alexandre dos Ramos Silva, orientador, pelo inalterável apoio e incentivo na realização da dissertação e pela partilha de conhecimentos e valiosas contribuições para a realização deste trabalho.

Às associações, a saber:

- ACG - Associação do Comércio do Distrito da Guarda;
 - ACISAT - Associação Empresarial do Alto Tâmega;
 - ACISB - Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança;
 - ACISO - Associação Empresarial Ourém – Fátima;
 - ACL - Associação Comercial de Lisboa,
 - ACP - Associação Comercial do Porto - Câmara de Comércio e Indústria do Porto;
 - AERLIS - Associação Empresarial da Região de Lisboa
 - AIP-CE - Associação Industrial Portuguesa - Confederação Empresarial;
 - CCAH - Câmara do Comércio de Angra do Heroísmo;
 - NERA - Associação Empresarial da Região do Algarve;
 - NERSANT - Associação Empresarial da Região de Santarém;
 - PME PORTUGAL - Associação das Pequenas e Médias Empresas de Portugal;
 - SEMA - Associação Empresarial - Estarreja, Murtosa, Albergaria, Sever do Vouga,
- por apoiarem o inquérito, nomeadamente através da divulgação do mesmo aos seus associados.

Às empresas que participaram no inquérito, pelo tempo e interesse, sem as quais não teria sido possível a realização do estudo.

Aos meus pais, ao Ricardo e aos meus amigos, pelo apoio constante e motivação, sem esquecer, a compreensão pela minha dedicação a este projecto.

Resumo

A internacionalização das empresas é fundamental para o desenvolvimento da economia portuguesa mas, apesar de recorrentemente abordada, estamos aquém de concretizá-la com eficiência. Ainda que esta temática seja prioridade de Governos e Entidades, os resultados ficam aquém do esperado, em parte por causa da falta de continuidade e avaliação de resultados das medidas de apoio adoptadas. Actualmente, a internacionalização das empresas portuguesas encontra-se numa fase de expansão, porém, é desenvolvida de forma incipiente e com escassos conhecimentos, excepto no caso das grandes empresas. Revela-se essencial que haja coordenação entre as diversas entidades que apoiam as empresas neste processo através de programas sectoriais ou específicos para produtos seleccionados, promovendo sinergias que certamente contribuirão para o aumento das exportações. Nesta dissertação elaboramos um resumo teórico, analisamos os dados estatísticos do comércio e investimento internacional e as medidas de apoio à internacionalização e inquirimos as empresas sobre o seu processo de internacionalização.

Palavras-Chave: Internacionalização, Comércio Internacional, IDE, Medidas de Apoio, Inquérito.

Abstract

The internationalization of enterprises is fundamental to the development of the Portuguese economy but, despite being recurrently approached, we are still beyond achieving it efficiently. Although it is a priority to governments and entities the results are short of expected, mainly due to the lack in continuity and assessment of the results of adopted supporting measures. Nowadays, the internationalization of Portuguese enterprises is expanding, but it is still developed incipiently and with scarce knowledge, except for larger corporations. The coordination between enterprise supporting entities is essential, this may come from sector or product specific programs, promoting synergies that will certainly add to the increase of exportations. In this thesis we resume theories, analyze statistical trade and investment data and evaluate internationalization support measures, as well as, inquire enterprises about their concrete internationalization process.

JEL Classification: F13, F14, F23

Keywords: Trade and Investment Promotion, Firm`s Internationalization, Portuguese Internationalization.

Índice

Lista de Abreviaturas	5
Lista de Figuras	7
Lista de Tabelas	8
Capítulo 1 – Introdução	9
Capítulo 2 – A Internacionalização: Contexto e Teorias	11
2.1 – Teorias de Comércio Internacional	11
2.2 – Teorias de Investimento Directo Estrangeiro (IDE)	13
2.3 – Processos de Internacionalização	17
2.4 – Conclusões	19
Capítulo 3 – A Internacionalização das Empresas Portuguesas pela Via do Comércio e do Investimento: Breve Análise Estatística e Medidas de Apoio à Internacionalização	21
3.1 – Estatísticas de Comércio Internacional e Exportações Portuguesas	21
3.2 – Estatísticas de Investimento Internacional	30
3.3 – Medidas de Apoio à Internacionalização	36
3.3.1 – Medidas em vigor a partir de 1998	37
3.3.2 – Medidas em vigor	40
3.4 – Conclusões	45
Capítulo 4 – A Internacionalização das Empresas Portuguesas: Análise do Inquérito e Principais Conclusões	47
4.1 – Aspectos Metodológicos	47
4.1.1 – Elaboração e procedimento de inquirição	47
4.1.2 – Amostra do estudo	49
4.1.3 – Análise da informação	51
4.2 – Caracterização das Empresas Respondentes	52
4.3 – Caracterização do Perfil de Exportação	56
4.4 – Caracterização do Perfil de Investimento Internacional	62
4.5 – Caracterização do Processo de Internacionalização	69
4.6 – Conclusões	74
Capítulo 5 – Conclusões	75
Bibliografia	77
Anexos	79

Lista de Abreviaturas

ACP – Países da África, Caraíbas e Pacífico (African, Caribbean and Pacific Group of States)

AELC – Associação Europeia de Livre Comércio (European Free Trade Association)

AICEP – Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal

ALCA – Área de Livre Comércio das Américas (Free Trade Area of the Americas)

ANSA – Associação de Nações do Sudeste Asiático (Association of Southeast Asian Nations)

AO – Angola

APEC – Cooperação Económica da Ásia e do Pacífico (Asia-Pacific Economic Cooperation)

AT – Áustria

BE – Bélgica

BEI – Banco Europeu de Investimento

BR – Brasil

BE/LU – Bélgica/Luxemburgo

CA – Canadá

CDAA – Comunidade para o Desenvolvimento da África Austral (Southern Africa Development Community)

CEE – Comunidade Económica Europeia

CEEAC – Comunidade Económica dos Estados da África Central (Economic Community of Central African States)

CEGEA – Centro de Estudos de Gestão e Economia Aplicada

CISEP – ISEG/UTL – Centro de Investigação sobre Economia Portuguesa - Instituto Superior de Economia e Gestão / Universidade Técnica de Lisboa

CNUCED – Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento

CZ – República Checa

DE – Alemanha

DK – Dinamarca

EG – Egipto

EMN – Empresas Multinacionais

ES – Espanha

EUA – Estados Unidos da América

FR – França

GEPE – Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica do Ministério da Economia

GB – Reino Unido

GR – Grécia

IAPMEI – Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação

ICEP – Instituto de Comércio Externo de Portugal

IDE – Investimento Directo Estrangeiro

IDEP – Investimento Directo do Exterior em Portugal

IDPE – Investimento Directo de Portugal no Exterior

IE – Irlanda

INE – Instituto Nacional de Estatística

IT – Itália

LU – Luxemburgo

MA – Marrocos

MERCOSUL – Mercado Comum do Sul (Southern Common Market)

MidCap – Empresas de média capitalização

MZ – Moçambique

NAFTA – North American Free Trade Agreement

NL – Holanda

OMC – Organização Mundial do Comércio

PALOP – Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa

PECO – Países da Europa Central e Oriental

PIB – Produto Interno Bruto

PL – Polónia

PME – Pequena e Média Empresa

RO – Roménia

SE – Suécia

SG – Singapura

TR – Turquia

UE – União Europeia

US – Estados Unidos da América

USD – United States Dollar

Lista de Figuras

Figura 1 – Balança Comercial Portuguesa, 1980 a 2008	23
Figura 2 – Défice da Balança Comercial Portuguesa, 1980 a 2008	23
Figura 3 – Peso das Exportações Portuguesas de Bens e Serviços nas Exportações Mundiais ..	25
Figura 4 – IDE Mundial (Fluxos)	30
Figura 5 – Peso do IDEP no PIB (Fluxos)	32
Figura 6 – Peso do IDEP no IDE Mundial (Fluxos)	32
Figura 7 – Peso do IDPE no PIB (Fluxos)	33
Figura 8 – Peso do IDPE no IDE Mundial (Fluxos)	34
Figura 9 – Stock de IDPE, Países de Destino, 1996 a 2009	36
Figura 10 – Distritos e Regiões Autónomas da Amostra	50
Figura 11 – Distritos e Regiões Autónomas das Empresas Respondentes	53
Figura 12 – Ano de Constituição das Empresas Respondentes	54
Figura 13 – Número de Trabalhadores das Empresas Respondentes	55
Figura 14 – Actividade Internacional das Empresas Respondentes	55
Figura 15 – Ano de Constituição da Empresa – Exportação	56
Figura 16 – Início da Actividade Internacional da Empresa – Exportação	57
Figura 17 – Peso das Exportações na Facturação da Empresa	58
Figura 18 – Presença da Empresa nos Mercados de Destino	59
Figura 19 – Ano de Constituição da Empresa – IDE	62
Figura 20 – Início do Investimento Internacional	63
Figura 21 – Tipo de Investimento Internacional	63
Figura 22 – Parcerias no Investimento Internacional	64
Figura 23 – Peso dos Investimentos Realizados no Exterior na Facturação da Empresa	65
Figura 24 – Forma Preferencial de Abordagem aos Mercados	68
Figura 25 – Principais Motivos para a Internacionalização	70
Figura 26 – Principais Entraves à Internacionalização	71
Figura 27 – Entidades Contactadas	72
Figura 28 – Apoios no Processo de Internacionalização	73
Figura 29 – Avaliação da Experiência de Internacionalização	73

Lista de Tabelas

Tabela 1 – Exportações Mundiais e Portuguesas de Bens em valor e Índice	22
Tabela 2 – Exportações Portuguesas de Bens	26
Tabela 3 – Exportações Portuguesas de Serviços	27
Tabela 4 – Destino das Exportações Portuguesas de Bens por Grupo Regional	28
Tabela 5 – Ranking das Exportações Portuguesas de 1996 a 2008	29
Tabela 6 – Investimento Directo de Portugal no Exterior (IDPE) e Investimento Directo do Exterior em Portugal (IDEP)	31
Tabela 7 – Ranking do IDPE de 1996 a 2009	35
Tabela 8 – Lista das Actividades Económicas da Amostra	51
Tabela 9 – Actividade Económica das Empresas Respondentes	52
Tabela 10 – Principais Países de Destino das Exportações	60
Tabela 11 – Países Alvo para Desenvolvimento da Exportação	61
Tabela 12 – Países de Destino do Investimento	66
Tabela 13 – Países em que Detêm Mais Investimento	66
Tabela 14 – Países por Distribuição da Receita	67
Tabela 15 – Países para Investimento Futuro	67

Capítulo 1

Introdução

A dissertação “Internacionalização das Empresas Portuguesas: Processos e Destinos”, realiza-se num momento em que a temática da internacionalização assume um papel de destaque crescente revelando-se vital para o crescimento e sustentabilidade de muitas empresas portuguesas. Apesar das grandes empresas nacionais já terem iniciado a sua internacionalização e, na maioria dos casos, terem sido bem sucedidos só recentemente se atribuiu a esta temática a atenção necessária para que este processo se torne abrangente e viável para a maioria das empresas, independentemente da sua dimensão.

No entanto, e apesar da relevância do tema, são ainda insuficientes os estudos e a informação sobre a temática o que acarreta sérias dificuldades para os empresários, investigadores, consultores e entidades responsáveis pelo auxílio às empresas que se pretendem internacionalizar nas suas abordagens. Por exemplo, não será possível elaborar políticas eficazes de promoção da internacionalização sem proceder, previamente, ao real conhecimento das necessidades das empresas neste domínio na medida em que, nem sempre, estas últimas se resumem a incentivos financeiros passando muitas vezes por um desconhecimento dos procedimentos adequados ao vasto e complexo processo de internacionalização.

Pessoalmente, a escolha da temática prende-se com o meu interesse na área e o aprofundamento de conhecimentos adquiridos durante o mestrado, importantes para a actividade profissional que desempenho em entidade de apoio à internacionalização de empresas. Espera-se também com esta investigação obter conclusões relevantes e possíveis questões de interesse para futuros trabalhos de investigação.

Podemos considerar que o principal objectivo da dissertação consiste em traçar um perfil das empresas portuguesas face à internacionalização, dando relevo aos destinos e à forma como se internacionalizam. Para tal, propõe-se realizar uma abordagem das teorias de comércio e investimento internacional para podermos identificar qual ou quais as teorias mais aplicadas pelas empresas e uma breve análise das principais estatísticas destas áreas procurando traçar um quadro evolutivo do comércio e do investimento externo de e em Portugal. Considerou-se também relevante fazer um levantamento das principais medidas de apoio à internacionalização das entidades governamentais para avaliar a sua evolução e adequação à situação actual.

Por último, através da realização de um inquérito às empresas portuguesas, que teve uma participação acima das expectativas, caracterizamos o seu perfil avaliando questões tão pertinentes como: os motivos e entraves à internacionalização, as entidades a que as empresas recorreram para auxílio, o peso na facturação das exportações e do investimento e os seus destinos, mercados de interesse futuro e os apoios que consideram necessários para o efeito.

A dissertação será composta por cinco capítulos que, dado o limite imposto para a realização do trabalho, serão concisos e abordarão as questões mais pertinentes do ponto de vista de uma caracterização da internacionalização descrevendo os processos e os destinos preferenciais das empresas portuguesas. Assim, no segundo capítulo, enumeramos as teorias mais relevantes do comércio internacional e do investimento directo estrangeiro (IDE) de forma sucinta focando os seus aspectos essenciais. No terceiro capítulo, analisamos as estatísticas de comércio exterior dando especial atenção às exportações, por se tratar da análise do processo de internacionalização e caracterizaremos a evolução do comércio internacional português e os principais parceiros. Analisamos ainda a evolução do investimento português no exterior e os países de destino do investimento, actualmente, também um aspecto incontornável nos processos de internacionalização. Neste capítulo, enumeramos também as medidas governamentais que foram adoptadas, em particular, nos finais da década de noventa e as medidas mais recentes de apoio à internacionalização. Por sua vez, no quarto capítulo, comentamos as conclusões do inquérito realizado junto das empresas portuguesas onde serão apresentadas as características das empresas que participaram, o seu perfil internacional, procuramos ainda identificar o seu modo de internacionalização, bem como, as principais dificuldades que sentiram. Quando oportuno e possível comparamos os resultados desta investigação com o estudo "A Internacionalização das Empresas Portuguesas: Uma Perspectiva Genérica", realizado em 1999 pelo CISEP – ISEG/UTL e pelo CEGEA – Universidade Católica do Porto, por considerarmos que uma comparação entre os mesmos, datados de uma década de separação, será certamente relevante para estabelecermos um quadro evolutivo da internacionalização das empresas portuguesas e dos seus problemas nesta área. No quinto capítulo, apresentamos as conclusões da dissertação e enumeramos propostas para trabalhos futuros.

Ao longo do trabalho foi realizado um esforço para proceder a uma análise crítica e apresentar soluções para os principais problemas da internacionalização das empresas.

Capítulo 2

A Internacionalização: Contexto e Teorias

O processo de internacionalização representa um grande desafio para as empresas portuguesas, não só pela sua importância, mas também devido à sua complexidade e não pode ser encarado como uma mera ampliação de mercados. Vários factores devem ser tidos em conta: como iniciar o processo, a escolha; dimensão e estabilidade dos mercados, entre tantas outras condições, que poderão ditar o sucesso da internacionalização da empresa.

O conceito de internacionalização é definido tanto pela vertente macroeconómica como microeconómica, o que leva à existência de variados conceitos, neste trabalho adoptaremos a definição de Meyer que descreve a internacionalização como “o processo pelo qual uma empresa aumenta o nível das suas actividades de valor acrescentado fora do país de origem”, (citado de Simões, 1997b).

A fim de termos um conhecimento mais aprofundado dos motivos que levam as empresas a internacionalizar-se é necessário analisar as diferentes teorias relativas ao comércio internacional e ao investimento directo estrangeiro (IDE). Assim, propomos a enumeração das teorias mais importantes desta área, desde as desenvolvidas no século XVIII como as difundidas a partir da década de 60, altura em que se inicia de forma mais activa e concreta o estudo das teorias de IDE.

2.1 – Teorias de Comércio Internacional

As primeiras teorias sobre comércio internacional, foram formuladas no âmbito da teoria clássica e têm como pioneiros Adam Smith e David Ricardo. Smith (1776) desenvolveu a teoria da vantagem absoluta defendendo que as nações devem produzir bens em que possuem vantagem comparativa (baseada nos custos) promovendo a especialização produtiva das nações. Consequentemente haveria uma especialização ao nível do comércio internacional sendo que as nações trocariam as mercadorias de acordo com a sua especialização definida por vantagens comparativas absolutas. No entanto, esta teoria levantou alguns problemas especialmente no caso em que uma nação tivesse vantagem absoluta nos dois bens (supondo um modelo de 2x2: dois países e dois bens), pelo que não haveria lugar para o comércio, na medida em que aquela se especializaria em ambos.

David Ricardo (1817) aborda precisamente esta questão na sua teoria das vantagens comparativas em que defende que um país deverá especializar-se na produção do bem cujo custo relativo em autarcia seja inferior ao custo relativo em autarcia do correspondente bem no outro país. Isto permitia que dois países realizassem comércio, trocando os dois bens entre si, ainda que um deles tivesse vantagem absoluta na produção de ambos.

Estas teorias apresentam alguma debilidade e John Stuart Mill completa-as com a “lei da procura recíproca” afirmando que a relação de troca está dependente da força recíproca das procuras de cada país em cada produto, sendo que o país com mais tendência a consumir bens nacionais é o que tira maior vantagem da troca internacional. Mill aborda ainda a questão do ponto de vista da dimensão dos países e conclui que os países com menor dimensão tiram mais vantagem da troca internacional, pois embora prevaleça a relação de preços do país maior, obtêm mais escala na sua produção e podem tornar-se mais competitivos.

Posteriormente, foram elaboradas as teorias neoclássicas cujo principal contributo se prende com a explicação das vantagens comparativas e da especialização de um país tendo em conta a sua dotação factorial, para a qual contribuiu o teorema Hecksher-Ohlin, desenvolvido na primeira metade do século XX por E. Hecksher e B. Ohlin, que argumentam que é a abundância de um determinado factor de produção que origina a vantagem comparativa de um país, partindo, entre outras hipóteses, do pressuposto de funções de produção idênticas. Assim, a troca internacional teria vantagens para os países que se especializassem na abundância factorial relativa de que dispunham, no entanto, a especialização só seria completa em casos muito particulares em virtude do princípio dos custos de oportunidade crescentes. Por seu turno, o teorema Hecksher-Ohlin-Samuelson (HOS), responde ao problema da especialização incompleta e à igualização dos preços dos produtos (“teorema da igualização dos preços dos factores”) considerando que o livre comércio seria um substituto da mobilidade internacional dos factores.

Mais tarde, surgiram muitas outras teorias no sentido de imprimir mais dinamismo na explicação do comércio internacional. Uma delas, foi a teoria do ciclo de vida do produto de

Vernon (1966 e 1970), defendendo que a inovação tecnológica realizada num determinado país produz uma nova vantagem comparativa que permanece até a mesma ser difundida internacionalmente e aborda esta evolução através da análise das três fases principais de desenvolvimento e localização do produto. A fase de lançamento, em que surge o novo produto como resposta a um acréscimo do poder de compra no país de origem que tende a ser desenvolvido. Nesta fase inicial, o produto sofre alterações constantes quer pela pressão comercial quer pela pressão produtiva, daí a necessidade de proximidade mercado-produção.

Na segunda fase, denominada de fase de crescimento, o produto já encontrou um "design" eficiente e pode assumir um nível de standardização. A elasticidade da procura/preço aumenta, mas a produção pode localizar-se longe do mercado, nomeadamente em países em desenvolvimento. A exportação é vantajosa, também para aproveitar as economias de escala. Caso ocorra protecção ou diferenciais de custos de mão-de-obra o investimento directo poderá ser aconselhado.

Na fase de maturidade, o preço é a variável mais importante porque a tecnologia já se banalizou e o produto não tem segredos. Nesta fase, o investimento será canalizado para países dotados de recursos produtivos abundantes, mesmo quando o nível tecnológico respectivo não é muito evoluído. A tendência de deslocalização para países de baixo custo de factores produtivos aumenta à medida que o produto caminha para o declínio.

A título de exemplo no nosso contexto, a teoria do ciclo de vida do produto tem, entre outras, a vantagem de se basear numa especialização mais flexível e onde pode haver interacção entre comércio e investimento. Todavia, ela própria, como as outras teorias explicativas do comércio tem vindo a sofrer alterações significativas (e.g., na actualidade, muitos países em desenvolvimento mostram-se crescentemente inovadores no comércio internacional, pondo em causa um dos pressupostos desta teoria).

2.2 – Teorias de Investimento Directo Estrangeiro (IDE)

Como no caso anterior, apresentamos aqui de modo sucinto, algumas teorias relevantes de investimento internacional. Convirá sublinhar que relativamente ao comércio e tendo em conta o postulado clássico e neoclássico aceite pela generalidade dos autores da imobilidade internacional dos factores, o seu desenvolvimento teórico é bem mais recente. Este facto pode ser bem ilustrado pelas palavras de Ricardo: "sabemos, contudo, por experiência que o que dificulta a

emigração do capital é a sua insegurança imaginária ou real, quando não está sob o controlo imediato do seu possuidor, a par da natural relutância que os indivíduos têm em deixar o seu país natal e as suas relações e em irem confiar-se, já com os seus hábitos arreigados, a um governo estrangeiro e a novas leis. Estes sentimentos, que eu não gostaria de ver enfraquecidos, fazem com que a maior parte dos capitalistas se contentem com taxas de lucro pouco elevadas no seu próprio país, em vez de irem procurar uma aplicação mais rendosa no estrangeiro” (1817, pp. 152-3).

A teoria das imperfeições de mercado de Hymer e Kindleberger da década de sessenta, entre outros aspectos, destaca que “o IDE não envolve necessariamente movimentos substanciais de capital entre países (...), na medida em que as EMN frequentemente se financiam em mercados de capital estrangeiro” (Fontoura, 1997, p.42) e é realizado em ambos os sentidos dado que os países poderão funcionar como origem e destino do investimento. Os autores consideram ainda que o factor de atracção de IDE não estará tanto nas características dos países, mas sim nas especificidades das indústrias. Consideram que as vantagens das empresas poderão ser: a tecnologia, a capacidade financeira e de gestão, as economias de escala ou a integração vertical. Com estas vantagens as empresas têm a possibilidade de tirar partido delas sobre os concorrentes dada a estrutura imperfeita dos mercados.

De acordo com a teoria comportamentalista, desenvolvida por Aharoni (1966), as decisões de investimento são complexas e podem ser condicionadas por várias motivações das quais se destaca “a atracção de um gestor pelo exterior, o aparecimento de propostas externas dirigidas à empresa, o receio de perder uma oportunidade de mercado, um impulso de imitação de empresas rivais e forte concorrência do exterior” (Fontoura, 1997, pp. 45-46). Conclui-se que há a perda do princípio da racionalidade e são tomadas decisões sem a avaliação de hipóteses alternativas e estabelecimento de relações vantajosas tendendo a que o investimento seja promovido em países culturalmente e geograficamente próximos, em que os gestores têm conhecimento ou em que firmas concorrentes se instalaram com sucesso.

A escola nórdica, “cujo contributo teórico central foi formulado nos anos 1970, por autores que se basearam sobretudo na observação da internacionalização de empresas suecas”

(Silva, 2005, p. 107), encara a internacionalização como um processo em que a empresa aumenta de forma gradual o seu envolvimento no exterior, entrando continuamente em novos mercados, de acordo com o conceito de “distância psicológica”, que é organizada tendo em conta factores relevantes como a diferença ou semelhança na língua, cultura ou nos sistemas políticos. Assim, podemos considerar que as empresas terão uma tendência natural para iniciarem e, posteriormente, desenvolverem a sua internacionalização em países que crêem conhecer melhor e que poderão apresentar menor risco.

A teoria da reacção oligopolística de Knickerbocker (1973), resume-se a uma estratégia de defesa das empresas concorrentes da empresa que tomou uma iniciativa, ou seja, num determinado sector em que a empresa líder promove um investimento num país estrangeiro, os concorrentes locais são forçados a investir no país de origem desta empresa ou no país mais importante para a empresa, para prevenirem o desencadeamento de uma guerra de preços, como afirma Letto-Gillies (2005) “numa estrutura oligopolista a interdependência das empresas significa que o seu comportamento leva a um padrão de acção e reacção (...) como num jogo de xadrez. Cada empresa oligopolista combina movimentos para melhorar a sua posição movendo-se para compensar as políticas agressivas dos seus adversários”.

A teoria da internalização, que tem como suporte o trabalho de Coase (1937) que considerava que o papel das empresas era decisivo quando os custos de transacção eram superiores aos custos de coordenação das mesmas actividades no interior da empresa, pelo que as transacções de mercado seriam realizadas pela empresa, que as internaliza. Buckley & Casson (1976) aplicam o conceito de internalização à empresa multinacional afirmando que as mesmas optam pelo IDE quando concretizam que os “benefícios líquidos do controlo das actividades internas e no estrangeiro e das transacções que daí decorrem (...) excedem os que são proporcionados pelas relações comerciais externas” (Fontoura, 1997, p. 46).

Dunning (1981, 1988) desenvolve a teoria eclética ou paradigma OLI, com uma síntese das teorias desenvolvidas até à data. Esta teoria identificava três vantagens que poderiam condicionar a internacionalização da empresa, a vantagem de propriedade (O - ownership advantages), referente à concorrência imperfeita, consistindo na superioridade de vantagens de

know-how, comercial, financeira, de gestão, de recursos humanos qualificados, entre outras, da empresa promotora relativamente às empresas já instaladas nos mercados de destino. A segunda, vantagem de localização no estrangeiro (L - locational advantages), referente à vantagem comparativa no país de acolhimento, admite que a empresa tire partido da vantagem de propriedade no exterior em vez de o fazer na localização de origem. Neste caso, factores como os custos de produção, dimensão do mercado e integração em espaços económicos alargados são vantagens significativas que o país de destino deverá oferecer para ser suficientemente atractivo. No caso da vantagem de internalização (I - internalization advantages), relacionada com a organização da empresa e ligada à exploração de vantagens de propriedade utilizando os canais próprios da empresa (subsidiárias e associadas), em vez dos mecanismos de mercado, que obrigatoriamente funcionam com empresas independentes. A empresa adoptará a sua actividade internacional através da concretização das vantagens acima indicadas, sendo certo que só se verificará IDE caso reúna as três vantagens. Posteriormente, Dunning (1995) revisita o paradigma OLI considerando as novas formas de investimento internacional que o próprio caracterizava como capitalismo de alianças havendo uma cooperação com o mercado para reduzir ou suprimir as suas imperfeições. Assim, sugere a reformulação da teoria de forma a integrar as seguintes alterações: vantagem de propriedade, deverá ter em conta os benefícios intrínsecos às diversas estratégias de associação (alianças verticais, alianças horizontais e redes de empresas); a vantagem de localização, incorpora a existência de economias externas inerentes ao cluster e a vantagem de internalização, com a necessidade de alargamento deste conceito devido aos acordos inter-firmas que fomentam meios complementares para contornar ou reduzir as imperfeições dos mercados quando o IDE não é uma solução aplicável.

A teoria sintética desenvolve-se após a tendência registada a partir dos anos oitenta em que as empresas iniciam novas formas de investimento ao invés de fazê-lo preferencialmente através de filiais e participações maioritárias nas empresas. Dunning (1984) aponta estas novas formas de investimento como consequência da evolução recente das vantagens específicas das empresas das quais destacamos a globalização dos mercados com a consequente difusão do conhecimento enfraquecendo as vantagens específicas e melhorando a experiência dos países de acolhimento. O autor também considera que o desenvolvimento económico dos países de acolhimento permitiu uma melhoria da eficiência dos mercados com a consequente redução da

vantagem de internalização o que estimulou outras formas de investimento. Mucchielli (1987) completa a teoria quando considera que “o crescimento das estratégias de aliança e de cooperação internacional implica que seja dada a devida atenção ao sector do ponto de vista da estratégia global de cada empresa e da relação que as empresas estabelecem entre si” (Fontoura, 1997, pp. 50).

No seguimento da teoria sintética, Michael Porter dá o seu contributo com a vantagem competitiva ao nível da empresa podendo ter origem na redução dos custos de produção e na diferenciação do produto e na vantagem comparativa ao nível do país englobando os custos comparados em termos de dotações factoriais e de tecnologia global, sem esquecer as vantagens que resultam de características dinâmicas e estáticas da procura interna.

2.3 – Processos de Internacionalização

Após a breve abordagem das teorias de comércio e investimento internacional, importa agora descrever sucintamente os processos de internacionalização que poderão ser adoptados pelas empresas.

Tendo em conta que “a internacionalização corresponde frequentemente a um processo gradual em que o grau de empenhamento da empresa nas actividades além-fronteiras vai crescendo à medida que aumenta o seu conhecimento sobre os mercados externos, o seu domínio do mecanismo de coordenação e controlo das actividades internacionais e a sua consciência sobre as variáveis fundamentais do processo” (Simões, 1997a), daí que tendencialmente se avance para o processo com menor compromisso de recursos, a exportação, e para mercados próximos geográfica e culturalmente. Tradicionalmente, distinguem-se três processos de internacionalização, relevantes para a nossa investigação, a saber: exportação, formas contratuais e investimento directo.

A exportação implica o “movimento trans-fronteiriço de bens” (Simões, 1997a), que pode ser realizado por exportação indirecta, directa ou própria. No primeiro caso, a empresa produtora não é a principal responsável e exporta mediante um intermediário domiciliado no país de destino dos bens, desta forma a empresa simplifica o processo de exportação e poderá ser o ideal para

empresas pequenas e com uma atitude passiva não dispendo de condições para avançar para formas mais vinculativas por se encontrarem numa fase inicial do processo de internacionalização. Ainda assim, existem algumas desvantagens, das quais destacamos: dependência do intermediário e desconhecimento do mercado de destino dificultando, por exemplo, a adaptação dos produtos. Relativamente à exportação directa, a empresa exporta para um intermediário (agente, distribuidor ou importador) domiciliados no país de destino dos bens propiciando uma relação mais duradoura e um contacto próximo com o mercado possibilitando a diferenciação e adaptação do produto, bem como, um maior controlo sobre o plano de marketing internacional, embora esta forma exija mais recursos e a exposição a comportamentos desadequados por parte dos intermediários. Por último, na exportação própria a empresa está encarregue do processo realizando a promoção comercial, obtenção de clientes e distribuição dos produtos permitindo um maior conhecimento do mercado, acesso a informação e controlo do desenvolvimento do negócio podendo este ponto ser uma desvantagem dada a necessidade de recursos com a evolução do mesmo.

As formas contratuais presumem que se estabeleçam acordos duradouros entre empresas de países diferentes promovendo a transferência de conhecimentos, capacidades e formas de actuação alternativas à exportação e ao estabelecimento de filiais comerciais e produtivas. Apesar deste processo poder constituir-se em várias formas, abordaremos unicamente as licenças, o franchising e as alianças por serem as mais comuns. Assim, os contratos de licença implicam a transferência de um conjunto de conhecimentos tecnológicos, comerciais e, possivelmente até direitos de propriedade industrial mediante pagamento. Este tipo de contratos é mais frequente em empresas de menor dimensão e com poucos recursos humanos e financeiros para investimento directo no estrangeiro. Esta forma pode ser adoptada para reduzir o risco de entrada no mercado e proporcionar maior rapidez neste processo, no entanto, também apresenta riscos de o licenciador se tornar concorrente e custos relacionados com a transferência de conhecimentos e adaptação tecnológica às condições locais. Os contratos de franchising, têm semelhanças com o licenciamento mas envolvem uma componente comercial mais aprofundada, sendo reguladas por uma imagem da marca que será reconhecida internacionalmente e um conceito de negócio uniformizado permitindo uma rápida entrada no mercado e o aproveitamento dos procedimentos standardizados o que também poderá causar constrangimentos na

adaptação dos produtos a diferentes contextos culturais. Por sua vez, as alianças permitem a cooperação entre empresas através da aquisição de capital social e de uma actividade conjunta com associação de esforços e capacidades possibilitando uma aprendizagem mútua e obtenção de economias de escala, no entanto, esta forma contratual não se caracteriza unicamente pelo aproveitamento de sinergias dado que poderão existir problemas de coordenação e de oportunismos dos parceiros.

Relativamente às operações de investimento directo, implicam a participação no capital de empresas sedeadas noutro país, na tentativa de influência ou controlo na sua gestão, excepto no caso dos investimentos em carteira que não envolvem o controlo da gestão dado o seu cariz financeiro. O investimento pode ser realizado de raiz, situação em que é criada uma nova empresa ou a aquisição de uma empresa, em que é adquirida total ou parcialmente a posição de uma empresa existente. A segunda forma apresenta claras vantagens nomeadamente no facto da empresa já possuir experiência no mercado e certamente possuir competências vantajosas e uma imagem que é reconhecida no país. O investimento no exterior pode ainda ser realizado mediante uma joint-venture sendo o capital repartido por duas ou mais empresas independentes tendo poder de decisão partilhados. Com este tipo de investimento as empresas vêem assim diminuído o seu risco tendo maior facilidade de integração nas redes locais, em contrapartida, poderão apresentar-se problemas no controlo da empresa e na coordenação, bem como, o risco de difusão do conhecimento a terceiros.

Neste capítulo não desenvolveremos a abordagem das motivações e entraves à internacionalização, por se tratar de uma temática ampla que prejudicaria o nosso exercício de síntese e a mesma não acrescenta valor à questão principal deste trabalho.

2.4 – Conclusões

Importa referir que a evolução do comércio internacional levou a um desenvolvimento teórico mais complexo sobre a temática dos fundamentos da especialização e outras que lhe estão associadas, contribuindo para o aumento do interesse e procura de explicações mais profundas para os acontecimentos observados a este nível. No caso das teorias sobre investimento internacional o seu desenvolvimento é bem mais recente, mas também surgiram nas últimas décadas diferentes

explicações, baseadas em diversos factores e causas, que têm feito crescer o interesse sobre este tema ainda pouco explorado.

Outra questão que abordámos neste capítulo está relacionada com os modos de entrada das empresas nos mercados externos.

Capítulo 3

A Internacionalização das Empresas Portuguesas pela Via do Comércio e do Investimento: Breve Análise Estatística e Medidas de Apoio à Internacionalização

Na medida em que se torna necessário conhecer o quadro em que se movem as empresas portuguesas nos seus processos de internacionalização, neste capítulo analisamos os dados do comércio internacional e investimento estrangeiro. Para que possamos ter uma perspectiva histórica utilizaremos, sempre que possível, o período de referência de 1980 até ao último ano estatístico disponibilizado pela fonte seleccionada. O nosso objectivo foi o de caracterizar o comércio e o investimento internacional antes da adesão de Portugal à UE e estabelecer um padrão até à actualidade da evolução destes fenómenos. Esta informação estatística é essencial para a elaboração de políticas nesta área, não esquecendo que este instrumento permitirá avaliar, entre outros aspectos, a evolução do comércio e investimento, compreender comportamentos e examinar o desempenho de Portugal a nível internacional.

Após a análise destes indicadores, importa também conhecer as medidas de apoio à internacionalização actuais e da última década procurando conjecturar, na medida do possível, sobre a eficácia das mesmas.

3.1 – Estatísticas de Comércio Internacional e Exportações Portuguesas

Nesta secção, procuramos avaliar o desempenho do comércio nacional, para caracterizar o perfil do país e situando-o no contexto mundial. Dado tratar-se de uma dissertação sobre internacionalização, e por motivos de limitação de espaço, será dada primazia à análise das exportações, por consistir nesta fase, na principal forma de internacionalização das empresas portuguesas.

Ao analisarmos a evolução das exportações mundiais (tabela 1) constata-se que, à excepção dos anos de 1985 e 2009, em que se regista um decréscimo, todos os outros anos apresentam um aumento das exportações. Em termos de índice de base fixa (100 = 1995), verificamos que após 10 anos o comércio mundial aumentou 103% e intensificou-se dado que passados 3 anos, em 2008, aumentou 211% em relação ao período de referência. Podemos

assim considerar que o comércio internacional sofreu um grande impulso a partir da década de 90, decrescendo significativamente em 2009 devido à crise económica mundial. As exportações portuguesas apresentam o seu maior impulso no primeiro período em análise (1980 a 1995) e a partir de 1995, não progridem tanto como as exportações mundiais. Em 2009, também se registou um decréscimo acentuado, sendo a causa a mesma apontada anteriormente para as exportações mundiais.

Tabela 1

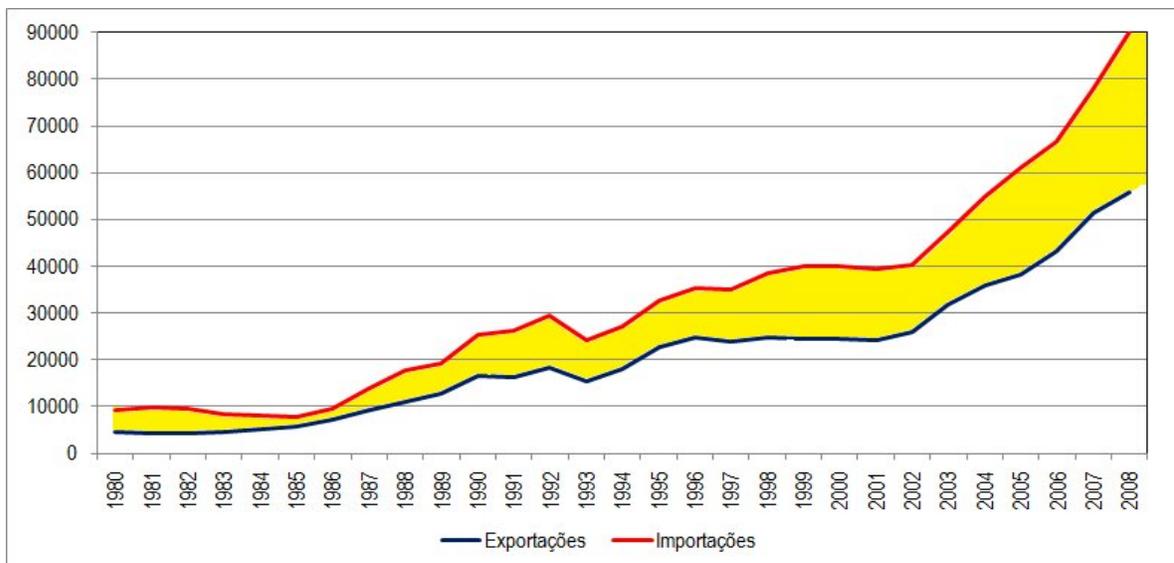
Exportações Mundiais e Portuguesas de Bens em Valor e Índice
(em milhares de milhões de USD a preços correntes / índice de base 100 em 1995)

Ano	Exportações Mundiais		Exportações Portuguesas	
	Valor	Índice	Valor	Índice
1980	2 034	39	4, 65	20
1985	1 954	38	5, 69	25
1990	3 449	67	16, 42	72
1995	5 164	100	22, 79	100
2000	6 456	125	24, 36	107
2005	10 489	203	38, 15	167
2008	16 070	311	55, 81	245
2009	12 461	241	43, 19	190

Fonte: OMC

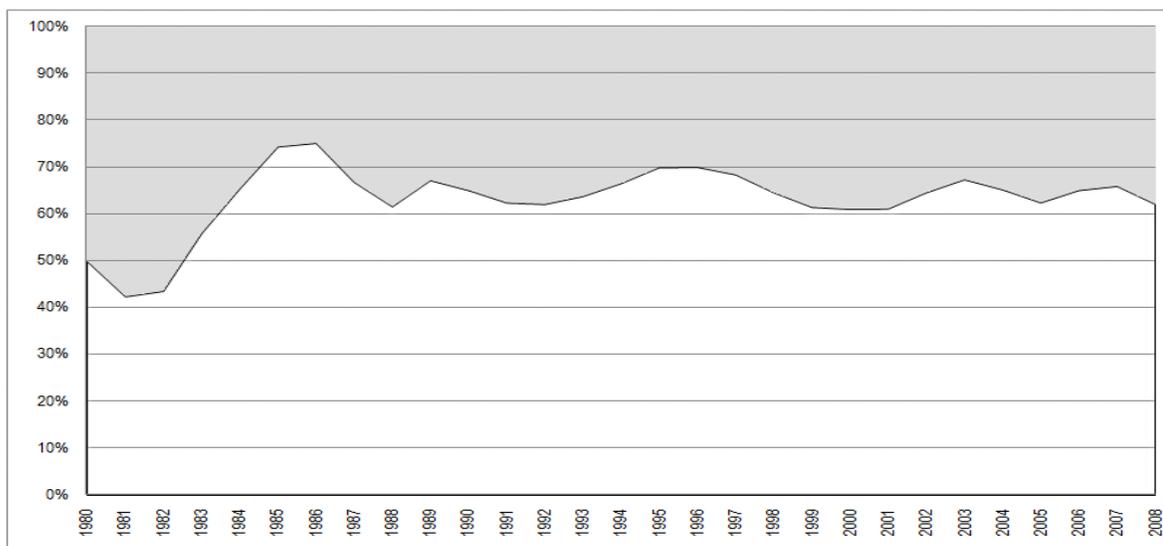
Outro aspecto que é importante sublinhar diz respeito ao comércio externo de Portugal, que é caracterizado por uma balança comercial deficitária (figura 1). Se analisarmos o défice da balança comercial (figura 2), verificamos que o pior desempenho remonta a 1981 atingindo o valor mais elevado em 1986, mantendo nos anos subsequentes um comportamento ligeiramente cíclico o que comprova a perda de importância das exportações revelando uma ineficácia das medidas adoptadas para a promoção das exportações portuguesas.

Figura 1
 Balança Comercial Portuguesa de Bens, 1980 a 2008
 (em Milhões de USD)



Fonte: OMC

Figura 2
 Déficit da Balança Comercial Portuguesa de Bens, 1980 a 2008
 (em %)



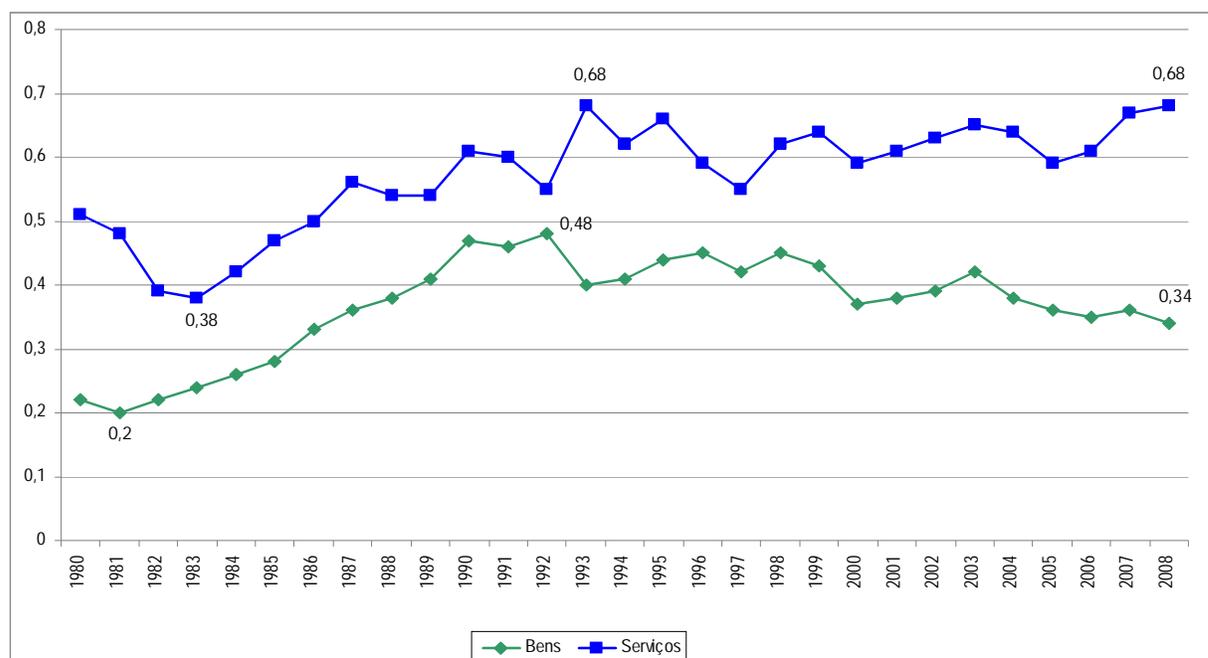
Fonte: OMC

Podemos considerar que a adesão de Portugal à UE propiciou um aumento significativo das exportações, no entanto, é nas importações que se regista a alteração mais significativa desde a adesão fruto da maior abertura do mercado, antes relativamente fechado. Portanto, concluímos que Portugal não conseguiu aproveitar os efeitos do mercado comum e da sua inserção num espaço económico alargado revelando uma incapacidade competitiva das empresas e dos produtos portugueses. De acordo com João Dias (2006), as exportações portuguesas não sofreram grandes alterações com a adesão porque com a descolonização houve uma quebra do comércio com os PALOP e “as exportações reorientaram-se então para outros destinos, sobretudo para os países da União Europeia (UE15), beneficiando da abertura da CEE como resultado dos acordos estabelecidos no início dos anos setenta” (p. 519) que já propiciavam as trocas comerciais com a CEE e a grande alteração das importações justifica-se com a abertura do mercado nacional outrora protegido.

Analisado o desempenho do comércio português, importa agora avaliar o seu peso no comércio internacional (figura 3) e compreender a sua dinâmica. Assim constatamos que o peso das exportações portuguesas de bens no mundo regista o menor valor em 1981 com 0,20% e por oposição o peso mais elevado em 1992 com 0,48% das exportações mundiais. Ao longo da década de 80 o peso das exportações duplicou e revelou alguma estabilidade durante a seguinte, no entanto desde 2003 que as exportações portuguesas têm perdido peso no comércio mundial e em 2008 registaram 0,34%, muito abaixo portanto do valor máximo de 1992.

Quanto à importância das exportações de serviços, que demonstram maior competitividade, registam o menor valor em 1983 com 0,38% e, posteriormente há uma consolidação gradual da posição, até ao ano de 1993 quando regista o valor máximo de 0,68%. Nos anos subsequentes o peso destas exportações oscila entre o mínimo de 0,55% (1997) e o máximo de 0,67% (2007), para em 2008 igualar o máximo de 1993, o que nos revela que em 15 anos Portugal não conseguiu aumentar a sua quota no mercado mundial de serviços.

Figura 3
 Peso das Exportações Portuguesas de Bens e Serviços nas Exportações Mundiais
 (em %)



Fonte: CNUCED

Importa ainda analisar os bens exportados pelas empresas portuguesas (tabela 2). Antes da adesão de Portugal à UE, em 1985, os produtos manufacturados e agrícolas ocupavam um papel de destaque nas exportações com 75,62% e 17,19%, respectivamente. A maioria dos produtos apresenta um aumento sucessivo da sua importância no conjunto das exportações, no entanto, os produtos agrícolas perdem gradualmente peso, decrescendo para 12,30%, em 2008, acompanhados da quebra dos têxteis (3,39%) e vestuário (5,99%) no mesmo ano. Após a adesão à UE a estrutura das exportações pouco se altera, excepto nos casos referidos anteriormente, e em 2008 tem novamente nos produtos manufacturados (74,48%) e nos produtos agrícolas (12,30%) os bens mais exportados. No caso dos produtos manufacturados, destacamos a categoria maquinarias e equipamentos de transporte que, apesar de na última década, perder alguma quota ainda regista 30,72%, no último ano em análise. Gostaríamos ainda de destacar o papel da indústria automóvel que aumenta significativamente a sua importância nas exportações (10,71% em 2008) e revela um aproveitamento e adaptação das empresas a um projecto de

investimento estrangeiro como foi o caso da Autoeuropa. Por sua vez, realçamos pela negativa o desempenho dos têxteis e do vestuário que perderam peso nas exportações portuguesas fruto do aumento das exportações chinesas (com produção standard e baseada em baixos salários) e da incapacidade das empresas se adaptarem e inovarem para garantirem a quota em mercados abertos à concorrência. Apontamos ainda o facto de em 2000 alguns produtos iniciarem uma recuperação, no entanto, esta em geral não atinge os valores dos anos oitenta.

Tabela 2
Exportações Portuguesas de Bens
(em %)

Bens	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2008
Produtos Agrícolas	21,14	17,19	13,45	11,77	10,31	10,50	12,30
Produtos Alimentares	11,88	9,43	7,15	7,08	6,84	8,34	10,12
Combustíveis e Minérios	7,07	5,51	6,55	2,99	4,44	6,96	9,12
Produtos Manufacturados	70,30	75,62	79,64	82,78	84,86	80,01	74,48
Ferro e Aço	---	---	0,77	0,81	1,42	2,19	2,65
Maquinaria e Equipamentos de Transporte	---	---	19,50	26,93	34,43	32,21	30,72
Produtos Automóveis	---	---	6,60	9,60	13,37	12,21	10,71
Têxteis	13,04	11,63	8,09	7,03	6,91	4,53	3,39
Vestuário	13,60	17,84	21,26	16,01	11,60	8,00	5,99
Outros	1,49	1,68	0,36	2,46	0,39	2,53	4,10
Total	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: OMC

No caso das exportações de serviços (tabela 3), constatamos que o turismo e viagens ocupa um lugar de destaque nas exportações de serviços antes da adesão à UE (60% em 1985) e, apesar do declínio ao longo dos anos, continua o serviço mais exportado, com 42% em 2008. Esta perda de importância é compensada pela categoria outros serviços comerciais que em 1985 detinha 22% das exportações e em 2008 aumenta para 31%. No caso da categoria transporte, os valores revelam-se instáveis variando ao longo dos anos, no entanto, se considerarmos os valores de 1980 com 25% das exportações de serviços e o valor de 27% em 2008, concluímos que apesar de alguma variação esta categoria manteve a sua dimensão nas exportações. As oscilações principais verificam-se portanto ao nível do item turismo e viagens e outros serviços comerciais. Esta menor dependência das exportações de serviços no turismo e viagem, que chegou a atingir 70% do total em 1990, deve ser vista como positiva e favorável a uma certa diversificação.

Tabela 3
Exportações Portuguesas de Serviços
(em %)

Serviços	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2008	2009 ¹
Serviços Comerciais (excl. serviços governamentais)	100	100	100	100	100	100	100	100
Transporte	25	18	16	19	16	21	27	26
Turismo e Viagem	61	60	70	59	59	51	42	43
Outros Serviços Comerciais	14	22	14	22	25	28	31	31

Fonte: OMC

Depois de avaliado o comportamento das exportações, importa agora compreender os destinos das mesmas e se Portugal está dependente de uma zona geográfica específica ou se pelo contrário ao longo das últimas décadas conseguiu diversificar significativamente os mercados alvo e de destino das exportações.

Assim, na tabela 4 avaliamos o destino das exportações por grupo económico e a primeira conclusão relevante é de que, mesmo antes da adesão à UE, as exportações já tinham este grupo como principal comprador com 69,44% em 1985, atingindo o valor máximo em 1995 quando absorvia 81,42% das exportações. Nos últimos anos, houve um decréscimo significativo das exportações para este grupo económico, mas ainda assim absorveu 70,73% em 2008.

Outro aspecto que importa destacar são os grupos em que Portugal perdeu quota de mercado ao longo dos anos sendo estes a AELC (ou EFTA) que detinha 6,84% em 1980 e decresceu significativamente para 1,09% em 2008 e o Mercosul que, apesar de não ter uma quota relevante em 1980 (1,37%), não conseguiu manter este registo e em 2008 totaliza apenas 0,94%.

Nos restantes grupos económicos as exportações têm um comportamento irregular e podemos realçar duas características distintas: a) os grupos em que as exportações portuguesas perderam gradualmente quota de mercado até 2000 e, recuperaram esta perda para valores acima dos registados em 1980, são os casos: ACP, ANSA, CDAA e CEEAC e b) grupos regionais que têm um comportamento irregular, perdendo e conquistando quota de mercado, sendo que em 2008 registam uma quota inferior à do ano de 1980, como é o caso da ALCA e NAFTA. Por último, a APEC, que com uma quebra em 1990 (7,88%) recupera desde então até atingir em 2008 (10,12%) um valor acima do registado em 1980.

Tabela 4

Destino das Exportações Portuguesas de Bens por Grupo Regional
(em %)¹

Grupos Regionais	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2008
ACP	7,46	5,12	4,01	3,16	3,33	4,10	8,09
AELC	6,84	4,57	3,33	2,97	2,44	1,16	1,09
ALCA	8,96	11,66	6,22	6,67	8,22	7,14	6,11
APEC	9,11	12,48	7,88	8,05	9,21	9,80	10,12
ANSA	0,57	0,23	0,29	0,69	0,55	1,63	3,36
CDA	5,37	3,51	3,07	2,03	2,11	3,08	6,39
CEEAC	4,26	3,08	2,61	1,59	1,60	2,78	6,10
MERCOSUL	1,37	0,91	0,31	1,06	0,98	0,70	0,94
NAFTA	6,72	10,23	5,64	5,12	6,74	6,12	4,63
UE	66,67	69,44	81,10	81,42	80,84	76,88	70,73

Fonte: CNUCED

Depois de verificarmos uma certa irregularidade na quota de mercado das exportações por grupos regionais, exceção feita no caso da UE, importa agora avaliar o ranking das exportações por país desde 1996 (tabela 5).

A avaliação do top 10 das exportações portuguesas revela que, ao longo de treze anos, doze países foram os principais clientes, nove dos quais pertencentes à UE o que corrobora a avaliação feita anteriormente através dos grupos económicos, pelo que a dependência das exportações na UE é notória em todos os níveis de desagregação. Os três principais clientes de Portugal têm-se mantido inalterados desde 1996, variando posições entre Alemanha, Espanha e França, que constituem cerca de 50% das exportações, o que demonstra uma forte dependência nas grandes economias da UE.

Relativamente aos países extra-comunitários, surge; sem surpresa, os EUA que na maioria dos anos ocupa a 5ª posição tendo o melhor desempenho em 2006 com 6,10% das exportações, Angola que entra para o ranking em 1997 (1,88%) e em 2001 (1,41%) inicia uma subida gradual até ocupar a 4ª posição com 5,96% da quota de exportações em 2008 e, por último, surge Singapura que desde 2005 ocupa a 10ª posição atingindo a quota máxima em 2008 com 2,30%.

¹ Devido à pertença múltipla de países destinatários a grupos regionais o somatório não é igual a 100%.

Podemos ainda assinalar a saída do ranking da Dinamarca em 1999, após registar 1,83% e 1,45%, em 1996 e 1999, respectivamente e da Suécia que ocupou a 9ª posição de 1996 a 2000 passando posteriormente para a 10ª posição até abandonar o ranking em 2004, sendo 1997 o ano em que deteve maior quota de mercado com 2,12%.

Dos restantes países, destacamos o Reino Unido que ocupou desde 1996 a 4ª posição ainda que a perder quota de mercado, sendo destronado por Angola em 2008 quando registava 5,48% muito aquém do seu máximo de 12,16% em 1997.

Tabela 5
Ranking das Exportações Portuguesas de 1996 a 2008
(em %)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1º	DE (21,08)	DE (19,83)	DE (20,33)	DE (19,75)	ES (19,28)	ES (19,32)	ES (20,94)	ES (23,80)	ES (25,83)	ES (27,01)	ES (27,41)	ES (28,32)	ES (27,22)
2º	ES (14,60)	ES (14,59)	ES (15,87)	ES (18,07)	DE (18,05)	DE (18,99)	DE (17,68)	DE (14,78)	FR (13,84)	FR (13,65)	DE (13,11)	DE (13,02)	DE (12,87)
3º	FR (14,35)	FR (14,13)	FR (14,18)	FR (13,94)	FR (12,67)	FR (12,72)	FR (13,53)	FR (13,18)	DE (13,29)	DE (12,11)	FR (12,37)	FR (12,62)	FR (11,69)
4º	GB (10,82)	GB (12,16)	GB (12,03)	GB (12,04)	GB (10,87)	GB (10,21)	GB (10,39)	GB (10,28)	GB (9,43)	GB (8,60)	GB (7,05)	GB (5,99)	AO (5,96)
5º	NL (4,91)	NL (4,97)	US (4,82)	US (4,95)	BE (5,94)	US (5,72)	US (5,73)	US (5,70)	US (5,85)	US (5,38)	US (6,10)	US (4,75)	GB (5,48)
6º	US (4,41)	US (4,67)	NL (4,79)	BE (4,72)	US (5,78)	BE (5,31)	IT (4,56)	IT (4,75)	IT (4,33)	IT (4,38)	IT (4,10)	AO (4,48)	IT (3,77)
7º	BE/LU (4,14)	BE/LU (4,44)	BE/LU (4,77)	NL (4,41)	NL (4,23)	IT (4,44)	BE (4,31)	BE (4,43)	BE (4,18)	NL (4,01)	NL (3,73)	IT (4,13)	US (3,53)
8º	IT (3,73)	IT (3,91)	IT (4,82)	IT (4,17)	IT (3,97)	NL (4,07)	NL (3,84)	NL (3,76)	NL (4,03)	BE (3,74)	AO (3,51)	NL (3,38)	NL (3,28)
9º	SE (2,08)	SE (2,12)	SE (1,93)	SE (1,81)	SE (1,66)	AO (1,87)	AO (2,08)	AO (2,32)	AO (2,25)	AO (2,61)	BE (3,14)	BE (2,57)	BE (2,47)
10º	DK (1,83)	AO (1,88)	AO (1,65)	DK (1,45)	AO (1,41)	SE (1,51)	SE (1,48)	SE (1,33)	SE (1,13)	SG (1,24)	SG (2,03)	SG (1,88)	SG (2,30)
Σ	81,95	82,70	85,19	85,31	83,86	84,16	84,54	84,33	84,16	82,73	82,55	81,14	78,57

Fonte: INE

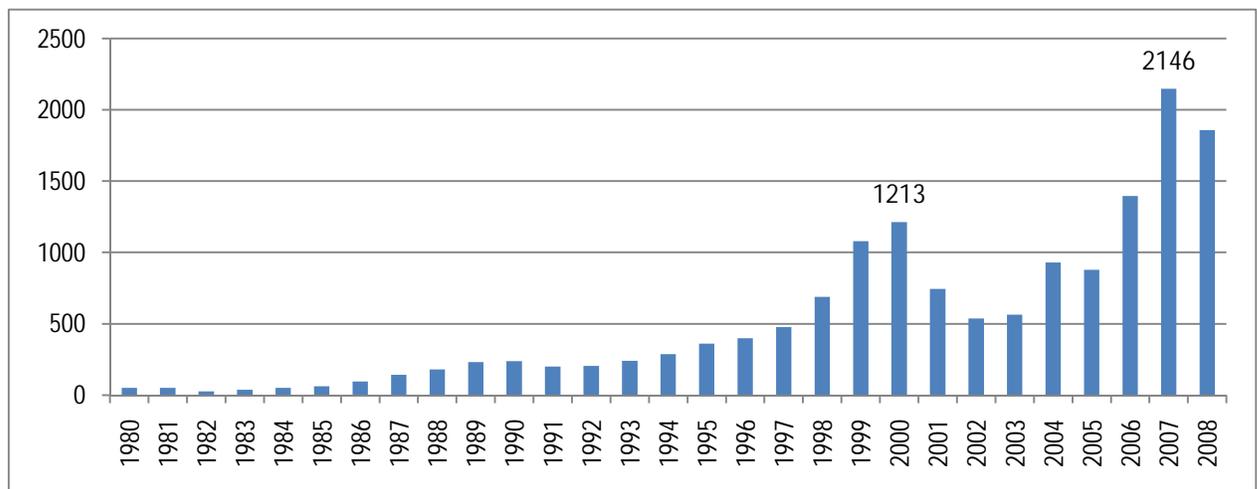
Não poderíamos concluir esta análise sem mencionar que o top 10 das exportações tem uma quota muito elevada, acima dos 80%, excepto no último ano em análise onde o valor decresce para 78,57%. Ainda assim, observa-se desde 2002 uma diminuição gradual da concentração das exportações nos dez principais destinos.

3.2 – Estatísticas de Investimento Internacional

Relativamente aos dados sobre investimento internacional, faremos a análise deste fluxo a nível mundial para posteriormente avaliarmos o investimento directo do exterior em Portugal (IDEP) e do investimento directo de Portugal no exterior (IDPE). Por fim, avaliamos a importância destes fluxos tanto no PIB como no investimento directo estrangeiro (IDE) a nível mundial, bem como, que países são receptores deste investimento.

Assim, ao analisarmos a evolução do IDE mundial (figura 4) constatamos que até à década de 90 o mesmo era simbólico não atingindo valores significativos, no entanto, os anos seguintes registam uma evolução gradual deste indicador e é em 2000 que o IDE atinge o seu primeiro máximo com 1 213 milhares de milhões, sendo este um ano chave para a expansão do IDE. Os anos subsequentes foram de quebra acentuada até 2004, quando se inicia um novo ciclo de crescimento do IDE mundial para um novo valor máximo atingido em 2007 com 2 146 milhares de milhões, praticamente o dobro do registado em 2000. O valor de 2008, tal como nos restantes indicadores já analisados, regista uma quebra.

Figura 4
IDE Mundial (Fluxos)
(em milhares de milhões de USD e taxa de câmbio corrente)



Fonte: CNUCED

No caso do IDEP (tabela 6), podemos considerar que denota um comportamento cíclico dado que na década de 90, regista um aumento muito significativo comparativamente à década anterior passando de 165 milhões em 1980 para 2 902 milhões em 1990. Nos anos seguintes regista-se um decréscimo deste indicador, para em 2000 o IDEP acompanhar a tendência mundial e registar 6 635 milhões, o mais elevado do período em análise, para posteriormente regressar a uma tendência de quebra.

Por sua vez, o IDPE consegue um aumento gradual depois de um início tímido de 12 milhões no começo da década de 80 passando para 8 132 milhões em 2000, sendo importante realçar que neste ano o IDPE foi superior ao IDEP o que proporcionou um saldo negativo mostrando que Portugal estava a passar de uma economia predominantemente receptora de investimento para uma etapa em que também é caracterizada como emissora. De registar que nos anos seguintes o IDPE sofreu uma contracção acentuada regredindo para 2 106 milhões em 2008.

Tabela 6

Investimento Directo de Portugal no Exterior (IDPE) e Investimento Directo do Exterior em Portugal (IDEP)
(Fluxos em Milhões de USD)

IDEP/IDPE	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2008
Investimento Directo de Portugal no Exterior	12	23	193	684	8132	2111	2106
Investimento Directo do Exterior em Portugal	165	294	2902	690	6635	3930	3532

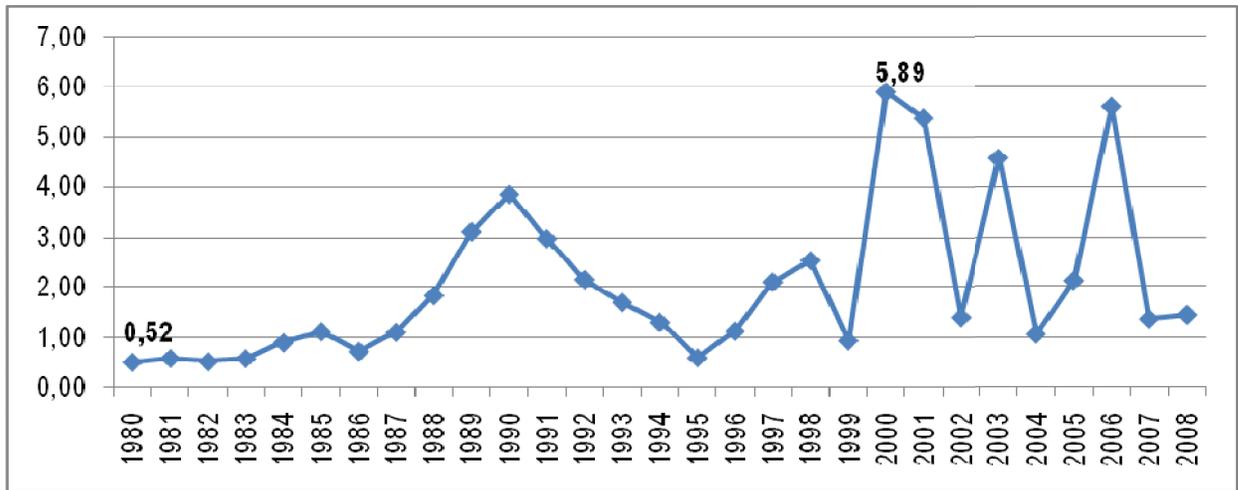
Fonte: CNUCED

Importa ainda analisar o peso destes fluxos no PIB e a sua importância a nível mundial. No caso do peso do IDEP no PIB (figura 5), verificamos que em 2000 regista o seu valor máximo com 5,89%, sendo que o seu valor mínimo dificilmente voltará a ser igualado e remonta a 1980 com 0,52%.

Por sua vez, o peso do IDEP no IDE mundial (figura 6), atinge o seu valor máximo em 1991 com 1,64%, sendo que nos anos subsequentes regista um comportamento cíclico só ultrapassando novamente a fasquia de 1% em 2003. Em 1999, este indicador regista o valor mais baixo com 0,11%. Gostaríamos de realçar a importância de Portugal ser um país receptor de investimento estrangeiro, não só para o desenvolvimento da economia nacional, como para que

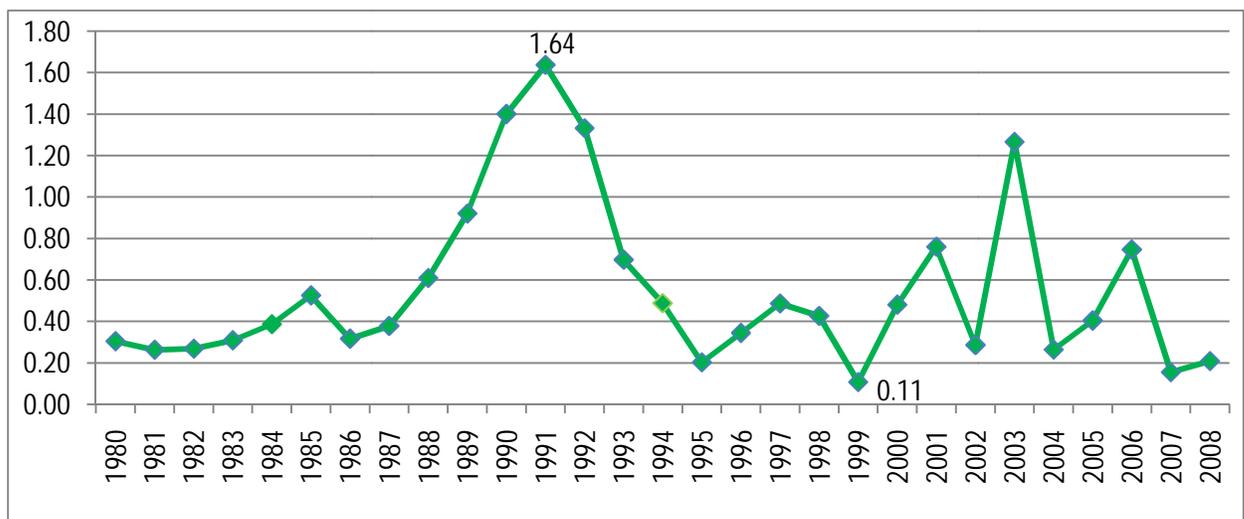
haja mais investimentos portugueses no exterior sendo certo que as economias receptoras de investimento posteriormente passarão também elas a emissoras do mesmo.

Figura 5
Peso do IDEP no PIB (Fluxos)
(em %)



FONTE: CNUCED

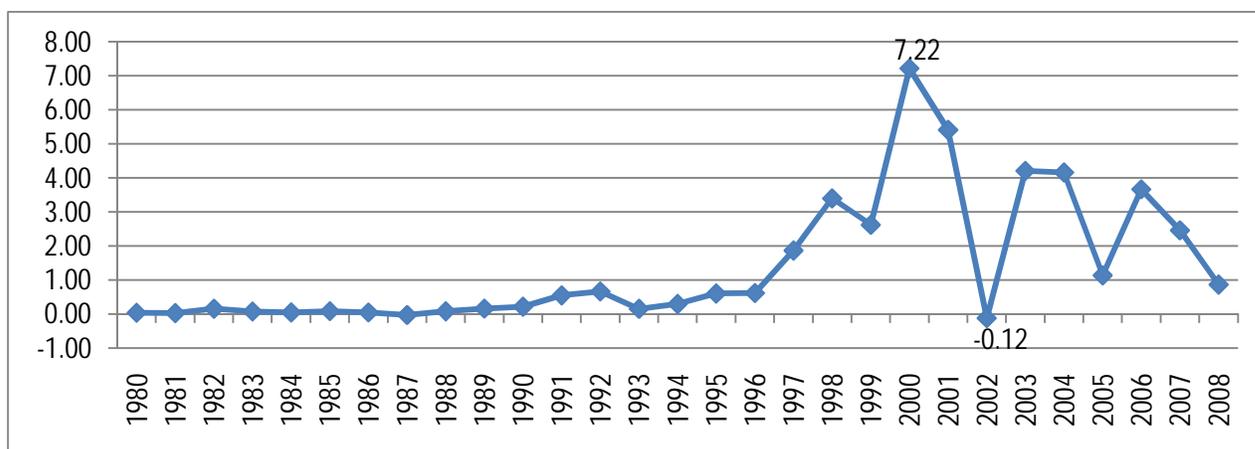
Figura 6
Peso do IDEP no IDE Mundial (Fluxos)
(em %)



FONTE: CNUCED

Convém também analisar o peso do IDPE no PIB (figura 7) e no IDE mundial. Relativamente ao primeiro aspecto, podemos constatar que até 1996 o valor do IDPE no PIB foi residual, mas a partir deste ano ocorre uma alteração levando a que em 2000 se atinja 7,22% do PIB corroborando os valores brutos que também registaram o seu máximo nesse ano. De salientar que em 2002, os valores passam a negativo e posteriormente regista-se um comportamento irregular. No último ano em análise os valores são similares aos registados em 1996 antes do crescimento do IDPE. Claramente, Portugal não acompanhou o forte aumento do IDE internacional das últimas décadas, sendo que a sua participação permaneceu modesta, descendo mesmo de 0,79% (média de 1986 a 1995) para 0,45% (média de 1996 a 2008).

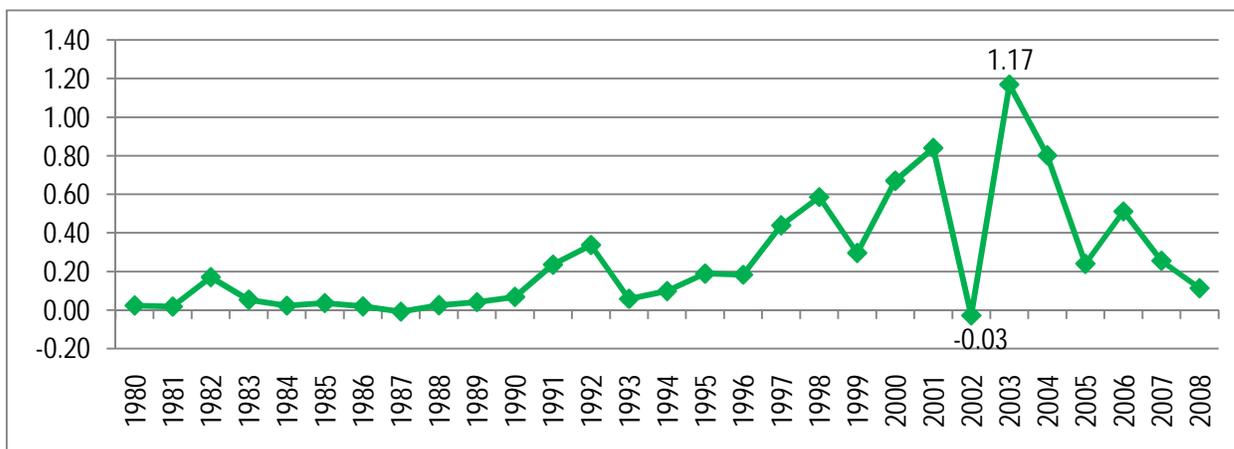
Figura 7
Peso do IDPE no PIB (Fluxos)
(em %)



FONTE: CNUCED

Relativamente ao peso do IDPE a nível mundial (figura 8), o comportamento também é irregular atingindo o valor máximo em 2003 com 1,17% do total mundial. Nos restantes anos o valor registado fica sempre aquém do valor máximo e em nenhum dos anos Portugal volta a ultrapassar a fasquia de 1%, o que denota que os investimentos portugueses não são significativos no conjunto mundial.

Figura 8
 Peso do IDPE no IDE Mundial (Fluxos)
 (em %)



Fonte: CNUCED

Por último, importa conhecer o destino do IDPE, como tal, elaborámos uma tabela com o top 10 dos países receptores de investimento português (tabela 7). Assim, o ranking de investimento é constituído por vinte e dois países (oito dos quais extra-comunitários), havendo maior diversidade que na tabela das exportações que tem menos dez países, sendo que no caso do investimento, os dez primeiros, atingem valores ainda mais elevados como ocorre em 2001 com uma concentração de 93,88% em contraste com o valor mínimo de 55,61% em 1999. Podemos considerar que Portugal tem uma forte ligação de investimento com três países, dado que os mesmo surgem em todos os anos analisados, sendo eles o Brasil, a Espanha e a Irlanda, ainda que esta tenha um peso muito menor. O Brasil ocupa a 1ª posição até 2000 (27,44%) passando os restantes anos a deambular pela 3ª e 4ª posição onde se instala a partir de 2008 (6,87%). A Espanha, que destrona o Brasil em 2001, não consegue manter a 1ª posição sendo que nos anos seguintes se instala na 2ª posição com quota máxima de 23,83% em 2000 e mínima de 11,03% em 2006. A Irlanda ocupa a 2ª posição em 1997 com 13,47% do IDPE e nos anos seguintes oscila não consolidando a sua posição registando, em 2007, o pior desempenho com 1,72% equivalendo à 10ª posição.

Convém ainda destacar o desempenho da Holanda, que ocupa a 1ª posição pela primeira vez em 2002 com 51,14% do IDPE e a partir de 2005 ocupa sempre a 1ª posição ainda que com

percentagens mais modestas (28,56% em 2009). No caso dos países extra-comunitários para além do Brasil, referido anteriormente, interessa avaliar o desempenho de Angola que se estreia em 1997 com 1,82%, equivalendo à 8ª posição e permanece mais dois anos no ranking. No entanto, é com a reentrada em 2005 (2,70%) que Angola se consolida como receptor de IDPE conquistando quota de investimento, o que leva a ocupar a 3ª posição em 2008 e 2009 com 6,81% e 7%, respectivamente. A título de curiosidade, gostaríamos apenas de mencionar que países como a República Checa, Canadá, Turquia e Roménia surgem uma única vez no ranking pelo que se constata que não houve tendência evolutiva do IDPE nestes países.

Tabela 7
Ranking do IDPE de 1996 a 2009
(em %)

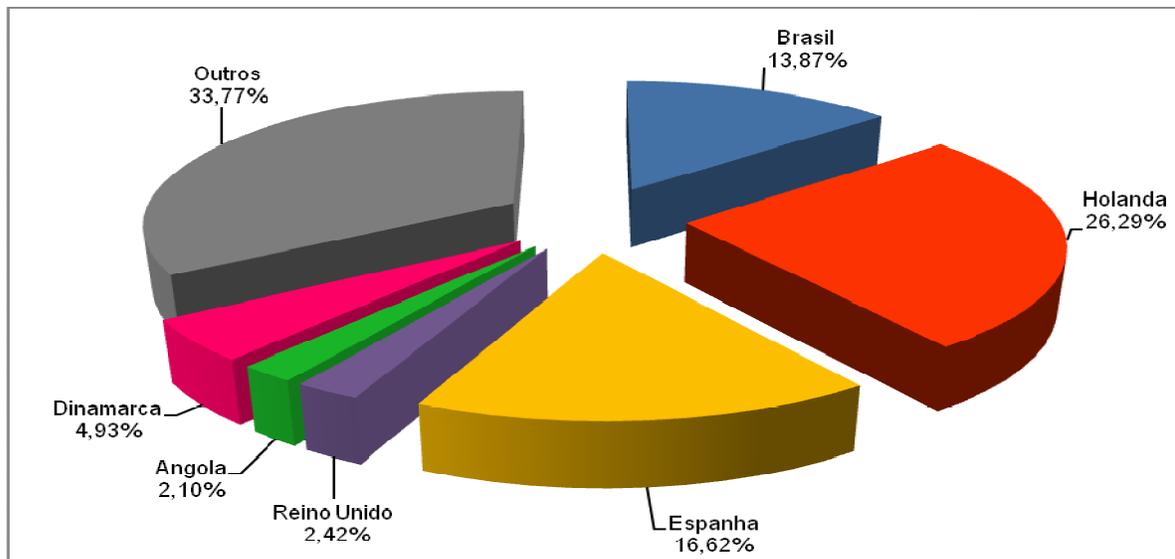
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1º	BR (30,41)	BR (27,59)	BR (45,71)	BR (33,48)	BR (27,44)	ES (31,46)	NL (51,14)	DK (25,60)	DK (22,95)	NL (25,81)	NL (37,50)	NL (38,69)	NL (32,20)	NL (28,56)
2º	ES 13,58	IE (13,47)	NL (7,83)	NL (8,02)	NL (26,08)	NL (23,96)	ES (23,83)	NL (11,18)	ES (22,52)	ES (17,72)	ES (11,03)	ES (13,08)	ES (19,62)	ES (15,69)
3º	BE/LU 8,98	ES (13,08)	ES (5,86)	ES (4,97)	ES (18,20)	BR (17,03)	BR (9,40)	ES (9,42)	NL (21,67)	IE (9,77)	BR (4,34)	BR (4,49)	AO (6,81)	AO (7,00)
4º	IE 8,76	NL (10,65)	BE/LU (2,65)	FR (2,67)	EG (3,60)	GR (4,27)	IE (1,77)	BR (1,92)	BR (4,27)	GR (3,86)	PL (3,95)	GB (3,95)	BR (4,74)	BR (6,87)
5º	MA 6,62	BE/LU (3,76)	IE (1,94)	GB (1,86)	GB (3,36)	IE (4,16)	US (1,76)	IE (1,76)	FR (4,16)	BR (3,59)	AO (2,79)	DK (3,04)	GB (4,44)	DK (5,14)
6º	GB 4,85	GB (2,55)	GB (1,89)	MA (1,73)	IE (2,73)	AT (3,71)	MA (1,18)	CZ (1,12)	US (2,58)	DK (3,55)	LU (2,78)	AO (3,04)	IE (3,94)	DE (4,06)
7º	US 4,29	US (2,26)	AO (0,59)	IE (1,20)	US (1,45)	PL (3,64)	AT (0,86)	LU (1,01)	IE (2,38)	CA (2,86)	GB (2,57)	LU (2,62)	FR (3,06)	US (2,19)
8º	FR 2,50	AO (1,82)	DE (0,59)	DE (0,98)	IT (1,23)	GB (2,83)	GB (0,83)	GB (0,78)	GB (2,30)	AO (2,70)	US (2,33)	US (2,51)	LU (2,72)	MZ (1,80)
9º	MZ (2,04)	MZ (0,97)	FR (0,56)	AO (0,91)	GR (1,08)	IT (2,01)	PL (0,60)	US (0,66)	DE (1,04)	US (2,00)	IE (1,88)	TR (1,90)	DE (1,93)	IE (1,66)
10º	DE (1,26)	FR (0,89)	US (0,54)	PL (0,77)	DE (0,90)	FR (0,81)	GR (0,44)	MA (0,58)	AT (0,89)	FR (1,45)	DK (1,19)	IE (1,72)	PL (1,58)	RO (1,64)
Σ	83,29	77,04	68,16	55,61	86,07	93,88	91,81	53,25	84,76	73,31	70,36	75,04	81,04	74,61

Fonte: Banco de Portugal

Se analisarmos o stock de IDPE (figura 9), através dos fluxos líquidos acumulados entre 1996 e 2009, destacam-se como os principais países receptores de investimento português, a

Holanda² que recebeu 26,29%, seguida da Espanha e Brasil com 16,62% e 13,87%, respectivamente e a Dinamarca arrecadou 4,93% do investimento. Importa realçar que Angola, apesar de não constar no top 10 todos os anos, regista 2,10% do investimento muito próximo do valor do Reino Unido (2,42%) que surge mais vezes no ranking dos países receptores de investimento, o que revela que na próxima década Angola poderá ocupar uma posição mais favorável e ultrapassar os valores do Reino Unido e da Dinamarca.

Figura 9
Stock de IDPE, Países de Destino, 1996 a 2009
(em %)



Fonte: Banco de Portugal

3.3 – Medidas de Apoio à Internacionalização

Após a análise das estatísticas de comércio e investimento internacional constata-se que existe uma concentração geográfica da actividade internacional das empresas, sendo o caso mais preocupante o das exportações que estão concentradas no espaço comunitário, denotando uma falta de estratégia de diversificação tanto pelas empresas, que não querem arriscar em novos

² Eventualmente não se trata apenas de investimentos dirigidos a este país, que muitas vezes é escolhido pelas empresas estrangeiras, e as portuguesas não são excepção, devido a facilidades diversas que apresenta, com o intuito de atingir numa fase ulterior outros países. Como referem Dunning e Lundan (2008) países " como a Holanda e o Luxemburgo são considerados paraísos fiscais para as empresas multinacionais" (p. 12). Assim, a significativa canalização de capitais por parte das empresas portuguesas para a Holanda é um assunto que merece melhor estudo no contexto da internacionalização.

mercados, como pelas entidades governamentais que, como responsáveis pela promoção da internacionalização, certamente estarão a desenvolver estratégias e incentivos desadequados à prossecução deste objectivo.

A fim de procedermos à avaliação da evolução das medidas de apoio à internacionalização decidiu-se recorrer ao livro “Informação de Apoio à Internacionalização das Empresas Portuguesas”, realizado pela Direcção-Geral das Relações Económicas Internacionais do Ministério da Economia em Outubro de 1998 e ao actual “Guia Prático – Apoios Financeiros à Internacionalização” da AICEP na sua versão de Fevereiro de 2010³. Optámos por apresentar um breve resumo das medidas mais relevantes para a internacionalização para podermos dispor de um quadro evolutivo e actual desta temática. Dado não se realizarem estudos de avaliação da aplicação e viabilidade das medidas (ou os mesmos não serem conhecidos do público) torna-se difícil analisar a eficácia das medidas, ainda assim, tentaremos elaborar uma crítica das medidas mediante as conclusões da análise estatística e do conhecimento da realidade empresarial.

3.3.1 – Medidas em vigor a partir de 1998

Nos finais da década de 90, os apoios à internacionalização estavam categorizados por mecanismos nacionais, mecanismos comunitários e iniciativas multilaterais de financiamento e cooperação, no entanto, só focaremos os dois primeiros por serem mais específicos do tema em discussão.

No âmbito dos mecanismos nacionais (anexo 1), agrupados em três fundos: a) Fundo para a Internacionalização das Empresas Portuguesas (FIEP), b) Fundos de Restruturação e Internacionalização Empresarial (FRIE) e c) Fundo para a Cooperação Económica (FCE) que era constituído por dois instrumentos (bonificação das taxas de juro e incentivos FCE) e, ainda, d) Apoio Oficial à Cobertura de Riscos de Crédito em Operações Externas, mediante seguro de crédito à exportação e seguro de IDPE.

Os projectos abrangidos visavam o reforço da competitividade da estrutura económica e a eficácia empresarial através do incentivo à aquisição de empresas ou suas partes sociais; tanto de empresas nacionais como estrangeiras; a modernização e expansão de estruturas produtivas existentes, a constituição ou desenvolvimento de sucursais e filiais e seguros à actividade internacional. Os apoios variavam e eram realizados através da aquisição temporária de uma

³ A versão mais actual à data da entrega da dissertação (31.08.2010).

parte social da empresa, bonificação nas taxas de juro, subsídios a fundo perdido e cobertura de risco das actividades internacionais consoante o mercado alvo⁴ e mercado de diversificação de oportunidades. Importa destacar que os países seleccionados não se tornaram os principais países de destino das exportações e nem todos foram casos de sucesso no aumento da quota de mercado, o que revela que as medidas tomadas poderão não ter surtido o efeito desejado.

Relativamente aos mecanismos comunitários (anexos 2 e 3), enquadrados no Quadro Comunitário de Apoio (QCA II – 1994-1999), constituídos por cinco programas: a) Programa Estratégico de Dinamização e Modernização da Indústria Portuguesa (PEDIP II), b) Programa de Apoio à Internacionalização das Empresas Portuguesas (PAIEP – NIDE), c) Programa Especial de Apoio ao Sector Exportador (PEASE), d) Programa de Apoio ao Desenvolvimento Internacional das Actividades de Comércio e Serviços (PAIEP II) e e) Programa para as Regiões Fortemente Dependentes das Indústrias Têxteis e Vestuário (RETEX) e ainda pelo Sistema de Incentivos à Modernização da Indústria Têxtil (SIMIT), Acordos de Cooperação ICEP/CDI, European Community Investment Partners (ECIP) e “Joint-Venture” Phare/Tacis Programme (JOPP).

Estes programas e suas medidas, eram enquadráveis em projectos que se baseavam na internacionalização das estruturas empresariais, acções de apoio à divulgação, prospecção e conhecimentos de mercados externos; investimentos no exterior que necessitassem de apoio ao nível do financiamento e penetração das empresas em mercados não tradicionais⁵ de exportação. O apoio era realizado através da bonificação das taxas de juro ou de subsídios reembolsáveis, excepto no caso das acções de apoio à divulgação e prospecção de mercado que poderiam atingir uma comparticipação total a fundo perdido. No caso do PAIEP II, que cremos ser o programa mais completo, dado que abrangia todos os sectores de actividade e as fases relevantes da internacionalização, poderá ser um bom exemplo do insucesso destas medidas dado que não se constatou uma alteração significativa nas exportações apesar deste programa contemplar a realização de estudos globais de diagnóstico da internacionalização e programas de divulgação nos mercados internacionais de produtos e adaptação dos mesmos ao mercado, através da

⁴ No âmbito dos mecanismos nacionais de apoio à internacionalização foram elaboradas as seguintes listas:
Mercado Alvo: Arábia Saudita, Irão, Argélia, Israel, Argentina, Namíbia, Austrália, Nova Zelândia, Cabo-Verde, República Checa, Chile, Rússia, Colômbia, Tailândia, Emiratos Árabes Unidos, Turquia, Eslovénia, Uruguai, Hungria, Venezuela, Índia, Zimbábue e Egipto.

Mercados de Diversificação de Oportunidades: África do Sul, Brasil, China, Marrocos, México, Polónia e Tunísia.

⁵ Mercados não tradicionais: Polónia, Hungria, República Checa, Marrocos, Brasil, África do Sul, Argentina, Chile, Venezuela, Israel e Turquia.

concessão de subsídios a fundo perdido sobre uma percentagem das despesas elegíveis. Este seria um programa importante para avaliar e conhecer a sua eficácia dada a sua abrangência e por ter subsídios a fundo perdido, que muitas vezes motivam as empresas a candidatar-se a estes apoios. No entanto, cremos que os subsídios a fundo perdido devem ser ponderados pois poderão propiciar alguma inércia nas empresas, algo que poderá ser evitado caso os subsídios tenham de ser reembolsáveis, pelo menos em parte.

Destacamos ainda as medidas (anexo 3) que promoviam o investimento em zonas geográficas específicas como era o caso dos Acordos de Cooperação ICEP/CDI que fomentavam a cooperação industrial das empresas portuguesas nos países ACP, o European Community Investment Partners (ECIP) que promovia a cooperação económica entre os Estados-Membros da UE e os países elegíveis⁶, especialmente sobre a forma de joint-venture e o “Joint-Venture” Phare/Tacis Programme (JOPP) que incentivava o investimento privado nos PECO e na Comunidade dos Estados Independentes (CEI).

Por último, mencionamos os apoios destinados à indústria têxtil e de vestuário que acreditamos não terem surtido o efeito desejado porque, como mencionado anteriormente, as exportações destes produtos sofreram uma grande contracção. Este sector foi promovido pelo Sistema de Incentivos à Modernização da Indústria Têxtil (SIMIT) (anexo 2) que geria os incentivos para os planos de modernização empresarial no sector e o Programa para as Regiões Fortemente Dependentes das Indústrias Têxteis e Vestuário (RETEX) (anexo 3). No SIMIT as empresas tinham apoios para a inovação, modernização e internacionalização das estruturas empresariais e no RETEX eram abrangidos projectos de marketing internacional específico para o mercado alvo, controlo de canais de distribuição, lançamento de marcas próprias, programas de conhecimento e diversificação de mercados, realização de missões empresariais e promoção externa destes produtos. Sabendo que as indústrias têxteis e de vestuário tinham uma quota significativa nas exportações foram criados estes mecanismos que permitiam o desenvolvimento das indústrias para resistir à ameaça chinesa, que já era conhecida, e a UE tentou retardar com acordos específicos para o sector. No entanto, e baseando-nos no desempenho das exportações do sector, cremos que estas medidas não foram aplicadas da forma mais adequada pelo que as entidades competentes deveriam ter zelado pela concretização mais eficaz das mesmas para que

⁶ Países em desenvolvimento da Ásia, América Latina, Mediterrâneo e África do Sul.

as indústrias se tornassem competitivas a nível internacional e a balança comercial não sofresse com a queda da exportação destes produtos.

3.3.2 – Medidas em vigor

As medidas de apoio à internacionalização actuais estão agrupadas por Quadro de Referência Estratégico Nacional 2007-2013 (QREN), protocolos de colaboração com bancos, linhas de crédito, PME Consolida – programa de apoio às PME, seguros de crédito, linha de apoio à internacionalização de patentes, benefícios fiscais à internacionalização, garantia mútua, capital de risco e apoios sectoriais (agrícola e vinícola).

No âmbito do QREN (anexo 4), equivalente ao QCA referido anteriormente, são disponibilizados sistemas de incentivo à qualificação e internacionalização das PME, à inovação e apoios a acções colectivas. Nos incentivos estão abrangidas medidas que contribuam para a promoção da competitividade das empresas e projectos de inovação produtiva no tecido empresarial sendo os apoios realizados mediante acções de prospecção e presença nos mercados através da participação em concursos e feiras, bem como, a concepção de material para marketing internacional. O apoio a acções colectivas visa potenciar os resultados das empresas com a criação ou melhoria das condições envolventes com o objectivo da obtenção de ganhos sociais e da indução de efeitos de arrastamento da economia, através da possibilidade de promoção e divulgação dos sectores relevantes para a economia nacional e a realização de estudos de mercado. Este apoio enquadra ainda a iniciativa “NETINVEST Portugal” que pretende fomentar parcerias de investimento com empresários das comunidades portuguesas, podendo ser uma ferramenta para o intercâmbio de oportunidades e como tal de expansão das empresas portuguesas para novos mercados.

Relativamente aos protocolos de colaboração com bancos, celebrados pela AICEP (anexo 5), enquadram o desenvolvimento de instrumentos que promovam a internacionalização das empresas; em particular na exportação de bens e serviços; o estímulo ao investimento empresarial e o reforço da competitividade e imagens das empresas nacionais nos mercados externos. As entidades bancárias comprometem-se a colaborar em áreas tão relevantes como: acções de promoção da imagem de Portugal e das suas marcas, desenvolvimento de produtos e serviços bancários de apoio ao comércio e investimento, sendo que consoante os bancos poderá haver características específicas de apoio. Estes protocolos estabelecidos com os bancos são de

extrema importância e uma excelente forma de beneficiar das sinergias desenvolvidas por estas entidades através dos seus departamentos internacionais, bem como, da sua rede nos mercados externos que poderão auxiliar e ser uma mais-valia para as empresas, como é o caso específico do Millennium Polónia que assiste as empresas no desenvolvimento da sua actividade neste mercado.

O apoio realizado através das linhas de crédito poderá adquirir a forma de crédito concessional, comercial, créditos ao importador ou crédito PME Investe. As linhas de crédito concessional (anexo 6), têm como objectivo o aprofundamento da cooperação bilateral entre Portugal e um determinado país através do “reforço de parcerias empresariais no desenvolvimento de projectos de interesse comum”, sendo enquadráveis essencialmente a exportação de bens e serviços, bem como, de equipamentos essenciais ao desenvolvimento de projectos de investimento em infra-estruturas e obras públicas. Estes créditos têm linhas específicas com Marrocos, Tunísia, China, Moçambique, Cabo Verde, Angola, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste, o que revela uma forte tendência para uma aproximação com os países de língua portuguesa e países em desenvolvimento.

As linhas de crédito comercial (anexo 7) visam o aprofundamento comercial entre Portugal e a Rússia, Moçambique e República Dominicana, sendo que só Moçambique enquadra projectos de investimento público em infra-estruturas e os restantes são exclusivamente para exportações. Nesta secção insere-se ainda o crédito CGD (Caixa Geral de Depósitos) e BEI/PME e outras oportunidades que visa a melhoria da competitividade empresarial e financia projectos de desenvolvimento da actividade das PME em território nacional e na UE desde que se enquadrem no domínio da indústria, do comércio, do turismo e serviços afins, da saúde e educação e da protecção ambiental. Por sua vez, a linha CGD e BEI/Midcap financia os projectos de desenvolvimento da actividade de empresas de média capitalização em Portugal e Espanha, sendo enquadráveis os sectores estratégicos para a economia portuguesa: educação, indústria, energias renováveis, saúde, investigação e desenvolvimento, bem como, inovação.

Destacamos ainda os créditos ao importador para apoio às exportações, gerido pela CGD (anexo 8), que promove as exportações de bens e serviços sendo os mercados-alvo os BRIC⁷, outros mercados emergentes e países em vias de desenvolvimento que têm de ser uma aposta das empresas portuguesas na sua estratégia de internacionalização e diversificação

⁷ BRIC, sigla para designar o Brasil, Rússia, Índia e China.

geográfica. A principal vantagem deste instrumento para as empresas consiste na garantia de que o seu crédito será pago, levando-as a exportar para países que inicialmente poderiam preferir por falta de confiança nesse mercado. As linhas de crédito ainda contemplam as PME Investe II/QREN, III/QREN e IV/QREN, visando a criação de condições para que as PME possam aceder a crédito bancário em condições mais favoráveis para apoio a projectos que contribuam para o desenvolvimento da actividade da empresa. As linhas III/QREN e IV/QREN prevêem ainda que, com estas condições favoráveis, as empresas consigam manter os postos de trabalho e cresçam economicamente para “fazer face ao agravamento da crise financeira internacional”. As linhas PME promovem os sectores do comércio, restauração e outros sectores elegíveis (II/QREN), exportadores (dotação específica para têxtil, vestuário e calçado), automóvel e turismo (III/QREN) e exportadores e micro e pequenas empresas (IV/QREN).

Os seguros de crédito (anexo 9), vigentes tanto para as exportações como para o investimento português no estrangeiro, pretendem diminuir o risco que as empresas correm aquando da internacionalização especialmente para países onde os seus activos poderão ficar mais expostos a factores de risco (políticos ou económicos) e cobrir riscos de incumprimento de pagamento no caso das exportações. cremos que estas medidas são essenciais para a diversificação geográfica das exportações e do investimento, pois assim as empresas são incentivadas a arriscar a entrada em mercados outrora descurados.

Existem ainda outras linhas de apoio (anexo 10) criadas para fins específicos como é o caso da PME Consolida – Programa de Apoio às PME, que tem como principal objectivo a promoção da capitalização e auxiliar a reestruturação das empresas e das suas condições de liquidez para que consigam aceder a instrumentos financeiros de reforço de capitais. A linha de apoio à internacionalização de patentes promove a expansão para novos mercados de tecnologias e patentes nacionais através do incentivo financeiro a pedidos de registo de patente pelas vias europeia e internacional. Existem ainda benefícios fiscais à internacionalização, que visam a concessão de benefícios contratuais “condicionados e temporários” a empresas que promovam projectos de internacionalização de IDPE (de natureza produtiva) que possam contribuir para o desenvolvimento estratégico da economia nacional sendo concedidas deduções do valor da colecta com possibilidade de reporte até 5 anos. A garantia mútua pretende facilitar o acesso a crédito e promover as melhorias das condições de financiamento através da prestação de garantias financeiras que facilitem a obtenção de crédito em condições adequadas às

necessidades das empresas e também prestar apoio de consultoria nas soluções de financiamento e na análise de situações de investimento.

Outras medidas de apoio centram-se no capital de risco (anexo 11), para financiar projectos de expansão, modernização, internacionalização e aquisição de negócios, bem como, de reestruturação e concentração de empresas vocacionadas para o mercado externo tendo em conta a sustentabilidade económica do país através do reforço da estrutura financeira das empresas mediante a participação temporária no capital da empresa. Também poderá ser enquadrada a realização de estudos técnico-económicos, no entanto a grande vantagem para as empresas em aceder a capital de risco será a possibilidade de sinalizar a credibilidade da empresa e aumentar a capacidade negocial junto de instituições financeiras.

Por último, resta-nos mencionar os apoios sectoriais (anexo 12) que neste caso são aplicáveis ao sector agrícola e vinícola. No primeiro caso, com medidas mais abrangentes, inserem-se os instrumentos de restituições à exportação (permite aos exportadores escoarem produtos comunitários para países terceiros tornando-os mais competitivos), acções de informação e promoção de produtos agrícolas (promover as vantagens dos produtos comunitários) e linha de crédito bonificado ao sector agrícola, pecuário, florestal e agro-indústrias (dinamizar a actividade para promover o reforço da sua competitividade e capacidade de exportação). Para o sector vinícola, desenvolveram os seguintes instrumentos: apoio à promoção do vinho e produtos vínicos no mercado interno e apoio à promoção de vinhos em mercados de países terceiros. No mercado interno, realizam-se acções de valorização da imagem e qualidade dos vinhos, bem como, publicidade ao produto, participações em eventos e feiras e promoção do consumo moderado de vinho. Para o mercado externo, pretende-se reforçar a presença dos vinhos portugueses em países terceiros e realizando estudos de mercado, acções de promoção e participações em feiras e eventos sendo os mercados-alvo bastante distintos e categorizados por: mercados actuais com forte potencial, mercados com potencial a explorar e mercados emergentes. De realçar que esta medida é desenvolvida pelo Instituto da Vinha e do Vinho.

Após a breve análise das medidas de internacionalização constatamos que no final da década de 90, as mesmas eram minimalistas e, na sua maioria, desajustadas à realidade nacional comprovada pela sua reduzida eficácia. Dado a internacionalização das empresas portuguesas ser fulcral para a economia portuguesa, consideramos que as medidas não se podem centrar unicamente em apoios financeiros, muito menos a fundo perdido que poderão levar a uma falta de

empenho das empresas. Presentemente, as medidas são mais abrangentes nas áreas de actuação mas, ao mesmo tempo, mais concretas nos objectivos traçados e nos programas específicos, especialmente os sectoriais que cremos serem os mais vantajosos para o desenvolvimento das exportações. Ao desenvolver programas sectoriais, como os mencionados e como o programa Pharma Portugal, existe a necessidade de analisar os produtos em concreto e fazer uma prospecção e promoção específica e adequada que será valorizada por uma parceria entre a associação ou instituto representativo do sector, a AICEP e eventualmente as Câmaras de Comércio dos mercados-alvo.

Para 2010 o Governo apresentou sete “novas medidas que concretizam a estratégia de internacionalização da economia portuguesa” (anexo 13), que visam a continuidade da estratégia de internacionalização da economia e do aumento das exportações para a recuperação económica. Na sua grande maioria as medidas já estão implementadas ou em fase de desenvolvimento estando já aprovado o fundo de 250 milhões de euros para apoiar operações de desenvolvimento das PME em mercados internacionais, foi criado o programa INOV-Export para apoiar a colocação de quadros especializados em comércio internacional nas PME, foram criadas Lojas da Exportação vocacionadas para facultar apoio técnico às empresas exportadoras ou com potencial exportador, foi criado o Conselho para a Promoção da Internacionalização (CPI) com capacidade para intermediar e promover processos exportadores consideráveis junto das empresas, foi criada a Estrutura Interministerial para a Internacionalização para executar estratégias e instrumentos adequados para a internacionalização da economia nacional tendo também a capacidade de articular a actuação dos principais organismos do Estado envolvidos na internacionalização. Encontram-se ainda por realizar a aprovação do Reforço do Sistema de Benefícios Fiscais ao investimento e à internacionalização e a Rede de Altos Quadros Portugueses de Empresas no Exterior.

Julgamos que as medidas criadas pelo Governo certamente auxiliam na promoção da internacionalização das empresas e também promovem o desenvolvimento das entidades responsáveis por este processo não podendo esquecer o esforço realizado para que haja coordenação entre as mesmas, bem como, uma entidade supervisora das medidas adoptadas.

Ainda assim, consideramos que os apoios à internacionalização permanecem negligentes em diversas áreas essenciais para o sucesso das empresas portuguesas além fronteiras, pelo que enumeramos algumas medidas que consideramos relevantes:

- desburocratização das medidas de apoio à internacionalização, que dificultam o acesso das empresas aos apoios;
- avaliação das medidas de apoio à internacionalização, mediante o acompanhamento das empresas beneficiárias para compreender a eficácia e importância das medidas, reiteramos que sem estes instrumentos será sempre difícil auferir a importância das estratégias de apoio desenvolvidas;
- divulgação activa das medidas de internacionalização em vários meios (Câmaras de Comércio, Associações Empresariais e/ou Regionais, etc.) para que as empresas tenham conhecimento efectivo das mesmas e saibam como se candidatar aos apoios;
- realização de estudos periódicos sobre a internacionalização, permitindo um conhecimento da necessidade das empresas e consequente adaptação das medidas de apoio;
- desenvolvimento e apoio a acções e formação, sendo necessário formar quadros especializados na temática da internacionalização e desenvolver acções específicas para as empresas terem conhecimentos sólidos sobre exportação e investimento;
- analisar estratégias desenvolvidas por outros países e avaliar o seu enquadramento e aplicabilidade à realidade nacional, sendo que uma medida a promover seria a ampliação da rede de escritórios da AICEP para centros de negócios nos mercados estratégicos, onde as empresas portuguesas poderiam promover os seus produtos num show-room e ter uma sala para início de actividade. Esta medida é desenvolvida pela APEX (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimento) e permitiu às empresas brasileiras penetrarem em mercados específicos com custos reduzidos e avaliar a aceitação do seu produto no mercado.

3.4 - Conclusões

Apuramos que após a adesão de Portugal à UE se registou um agravamento da balança comercial portuguesa fruto da incapacidade de conquista de mercados e, tanto da perda de quota de mercado de bens importantes na economia nacional como por alguma estagnação no tipo de bens exportados, não acompanhando as tendências e necessidades mundiais. Outro assunto preocupante nas exportações é a concentração geográfica das mesmas o que provoca uma

dependência arriscada em determinados países, sendo urgente dinamizar e diversificar as exportações para outros mercados. Apesar de no investimento esta concentração não ser tão acentuada existe uma clara tendência para investir em cinco países específicos, sendo que Angola começa a esboçar um lugar de relevo como destino do investimento português que cremos se deverá acentuar significativamente na próxima década. Dado este cenário as medidas de apoio à internacionalização revelam-se vitais para a alteração do quadro actual, no entanto, concluímos que as mesmas são demasiado segmentadas carecendo de uma visão futura que motive as empresas numa incursão internacional devidamente estruturada e planeada garantindo o sucesso e sustentabilidade do processo. Apesar de haver uma evolução nas medidas existentes, estas revelam-se, em muitos aspectos, desadequadas e desenquadradas da realidade e da necessidade nacional havendo ainda um longo caminho a percorrer neste âmbito. Para compreendermos alguns destes aspectos decidimos inquirir directamente as empresas sobre o seu processo de internacionalização apresentando os resultados de seguida.

Capítulo 4

A Internacionalização das Empresas Portuguesas: Análise do Inquérito e Principais Conclusões

Após a enumeração das principais teorias de internacionalização, da análise estatística do comércio internacional e IDE e da avaliação das medidas de apoio à internacionalização, importa agora percebermos as necessidades, dificuldades e opiniões dos empresários portugueses relativamente à internacionalização, sendo este o objectivo do capítulo.

Com este estudo, pretende-se caracterizar a actividade exportadora das empresas e os investimentos no estrangeiro, não esquecendo a sua opinião sobre as várias etapas do processo de internacionalização. Como observado anteriormente, as exportações portuguesas estão concentradas geograficamente e os investimentos no exterior não são significativos o que nos leva a interrogar sobre as causas do insucesso e o estado relativamente pouco desenvolvido, salvo raras excepções, da internacionalização das empresas portuguesas.

Como se referiu, sempre que possível, iremos comparar as conclusões com o estudo realizado em 1999, "A Internacionalização das Empresas Portuguesas: Uma Perspectiva Genérica"⁸, pelo CISEP – ISEG/UTL e pelo CEGEA – Universidade Católica do Porto e perceber se houve alterações significativas nos onze anos que decorreram entre os estudos. Assim, tomamos como ponto de partida a conclusão do estudo comparativo que comprovou que para a grande maioria das empresas portuguesas a actividade internacional correspondia à exportação, embora o investimento internacional ganhasse cada vez mais importância e propomo-nos a compreender se esta ainda é a realidade actual.

4.1 – Aspectos Metodológicos

4.1.1 - Elaboração e procedimento de inquirição

O questionário elaborado pretendeu avaliar a actividade exportadora e o investimento internacional, sem esquecer a caracterização do processo de internacionalização através da avaliação dos motivos, entraves, apoios e a apreciação da experiência de internacionalização.

⁸ Este estudo foi elaborado com base na resposta de 233 empresas, na sua maioria (77%) empresas independentes sem qualquer ligação a grupos empresariais e predominantemente Pequenas e Médias Empresas (PME), das indústrias transformadoras.

Para elaborar estas questões foram analisados inquéritos de várias instituições disponíveis on-line, procedendo às adaptações necessárias e criando questões de raiz que correspondessem aos objectivos pretendidos, de acordo com as regras estipuladas para estes estudos e consultadas na obra “Empirical Political Analysis Quantitative and Qualitative Research Methods” (Manheim et al., 2008). O ano escolhido como objecto de estudo foi 2007, por considerarmos que teríamos uma análise sem os efeitos da crise económica internacional, que começaram a ser sentidos no âmbito do comércio e investimento internacional de maneira mais significativa só após o final de 2008. Outro aspecto relevante, e tido em conta na elaboração do questionário, prendeu-se com a dimensão do mesmo e o tempo de resposta, para que através de um formato sucinto, mas com questões pertinentes e de fácil preenchimento, se conseguisse mais receptividade e, por conseguinte, um volume de respostas considerável. A estrutura do inquérito (anexo 14) foi dividida em quatro partes:

1. Identificação da empresa⁹, caracterizando a mesma pelo ano de constituição, CAE, distrito, número de trabalhadores e actividade internacional desenvolvida;
2. Caracterização do perfil de exportação, questionando há quanto tempo desenvolve actividade exportadora e qual o peso desta na facturação, o tipo de presença nos mercados, os três principais países de destino das exportações e estratégia futura;
3. Caracterização do perfil de investimento internacional, interrogando sobre o início da actividade, bem como, o tipo de investimento realizado e de que forma os mesmos foram efectuados, o peso na facturação e onde a empresa detinha mais investimento e pretendia investir no futuro e as formas preferenciais de abordagem ao mercado;
4. Caracterização do processo de internacionalização, pretendendo compreender quais os principais motivos e entraves no processo, sem esquecer as entidades que contactaram e os apoios que consideram necessários. Por fim, solicitou-se que avaliassem a sua experiência de internacionalização.

Relativamente ao processo de inquirição, o questionário foi colocado on-line (<http://internacionalizacao.limequery.org/index.php?sid=61773&lang=pt>) com as instruções de preenchimento necessárias e divulgado por e-mail. O primeiro contacto com as empresas

⁹ As empresas foram questionadas relativamente ao capital, no entanto, este aspecto não será tido em conta na análise do inquérito por falta de consistência nas respostas e impossibilidade de validação das mesmas.

decorreu entre os dias 1 e 25 de Junho de 2009. Posteriormente, foi realizada uma recordat6ria entre 26 de Outubro e 14 de Novembro de 2009.

4.1.2 – Amostra do estudo

Para constituir a amostra, elaborou-se uma base de dados com informa76o de duas fontes: a base de dados das empresas exportadoras da AICEP¹⁰ e empresas facultadas por associa76es¹¹ que divulgaram o estudo junto dos seus associados. Assim, a amostra 6 de 4425 empresas.

Importa referir que a amostra utilizada destina-se 6 materializa76o dos objectivos principais desta disserta76o, com vista a determinar os processos e destinos e conhecer os principais problemas de internacionaliza76o das empresas portuguesas, devendo ser considerada como um primeiro passo para um estudo aprofundado do tema. Apesar dos recursos limitados para a realiza76o do inquerito, cremos que foi poss6vel adquirir experi6ncia para futuros trabalhos, dominar a metodologia e ter uma percep76o mais clara da realidade tem6tica.

Relativamente 6 distribui76o geogr6fica (figura 10), a amostra 6 constitu6da maioritariamente por empresas do distrito do Porto (23,3%), Lisboa (17,7%), Aveiro (16,8%) e Braga (13,1%). Importa real76ar que, apesar de n6o haver equidade na distribui76o da amostra, o principal objectivo era que todos os distritos e as regi6es aut6nomas estivessem representados. Relativamente 6 actividade econ6mica (tabela 8), encontramos mais representatividade nas ind6strias transformadoras (68,93%), seguido do com6rcio por grosso e a retalho; repara76o de ve6culos autom6veis e motocicletos (24,09%). De forma a sintetizar a informa76o, este ser6 o n6vel de desagrega76o utilizado na apresenta76o dos resultados, no entanto, elabor6mos uma listagem com a descri76o pormenorizada das actividades econ6micas da amostra (anexo 15).

¹⁰ A base de dados inclui empresas com actividade exportadora e empresas que ainda n6o iniciaram esta actividade, no entanto a maioria das empresas da base de dados tem uma actividade internacional.

¹¹ Para evitar o enviesamento das respostas por parte de determinados sectores ou caracter6sticas de internacionaliza76o para determinados pa6ses, s6 foram contactadas associa76es regionais das quais decidiram participar as seguintes: ACG - Associa76o do Com6rcio do Distrito da Guarda; ACISAT - Associa76o Empresarial do Alto T6mega; ACISB - Associa76o Comercial, Industrial e Servi76os de Bragan76a; ACISO - Associa76o Empresarial Our6m – F6tima; ACL - Associa76o Comercial de Lisboa, ACP - Associa76o Comercial do Porto - C6mara de Com6rcio e Ind6stria do Porto; AERLIS - Associa76o Empresarial da Regi6o de Lisboa; AIP-CE - Associa76o Industrial Portuguesa - Confedera76o Empresarial; CCAH - C6mara do Com6rcio de Angra do Hero6smo; NERA - Associa76o Empresarial da Regi6o do Algarve; NERSANT - Associa76o Empresarial da Regi6o de Santar6m; PME PORTUGAL - Associa76o das Pequenas e M6dias Empresas de Portugal; SEMA - Associa76o Empresarial - Estarreja, Murtosa, Albergaria, Sever do Vouga.

Figura 10
Distritos e Regiões Autónomas da Amostra
(em % e Frequência)

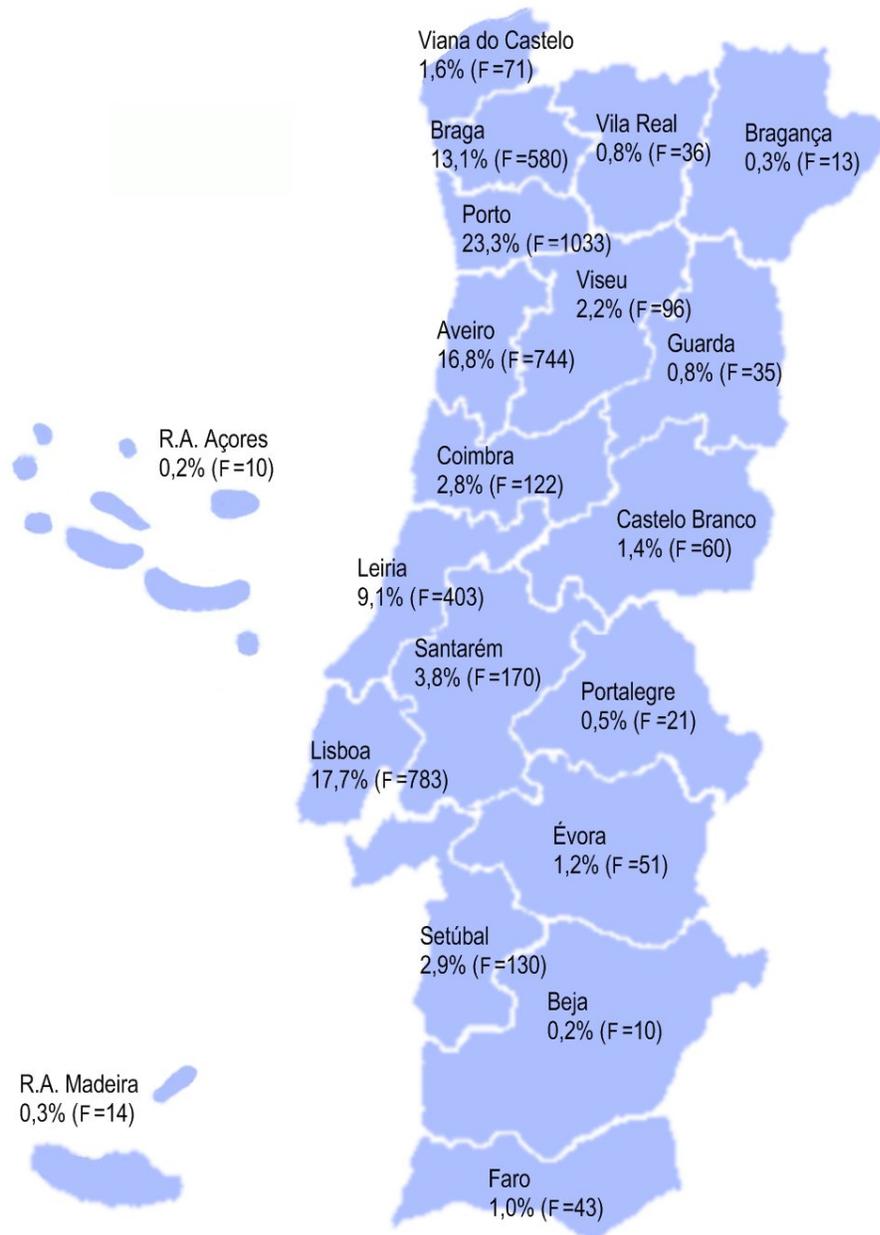


Tabela 8

Lista de Actividades Económicas da Amostra

CAE	Percentagem	Frequência
Agricultura, produção animal, caça, florestas e pesca	1,53	68
Indústrias extractivas	0,81	36
Indústrias transformadoras	68,93	3050
Electricidade, gás, vapor, água quente e fria e ar frio	0,02	1
Captação, tratamento e distribuição de água; saneamento, gestão de resíduos e despoluição	0,45	20
Construção	0,75	33
Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos	24,09	1066
Transportes e armazenagem	0,11	5
Alojamento, restauração e similares	0,05	2
Actividades de informação e de comunicação	1,29	57
Actividades financeiras e de seguros	0,25	11
Actividades imobiliárias	0,18	8
Actividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	0,95	42
Actividades administrativas e dos serviços de apoio	0,40	18
Educação	0,05	2
Actividades de saúde humana e apoio social	0,02	1
Actividades artísticas, de espectáculos, desportivas e recreativas	0,07	3
Outras actividades de serviços	0,05	2
TOTAL	100	4425

4.1.3 – Análise da informação

Para procedermos à análise da informação recorreremos ao programa estatístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), realizando a investigação mediante a análise descritiva de frequências¹². Importa realçar de novo que este estudo foi elaborado com escassos recursos e pretende complementar a informação presente na dissertação do ponto de vista das empresas conhecendo as suas opiniões e necessidades relativamente ao processo de internacionalização, bem como, avaliar se houve alterações significativas na última década através da comparação com o estudo “ A Internacionalização das Empresas Portuguesas: Perspectiva Genérica”.

Será possível realizar outro tipo de análises das respostas obtidas, no entanto, apresentamos as que considerámos mais relevantes para complementar a dissertação.

¹² As frequências permitem contabilizar o número de casos em cada variável para descrição das mesmas.

4.2 – Caracterização das Empresas Respondentes

No estudo participaram 234 empresas, das quais validámos 217 e anulámos 17¹³. Importa caracterizar as empresas respondentes¹⁴ de acordo com a sua actividade económica, distribuição geográfica, ano de constituição, número de trabalhadores e actividade internacional.

No que respeita à actividade económica (tabela 9), tal como na amostra, as actividades com maior representatividade permanecem as indústrias transformadoras (63,59%) e o comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos (22,58%).

Tabela 9

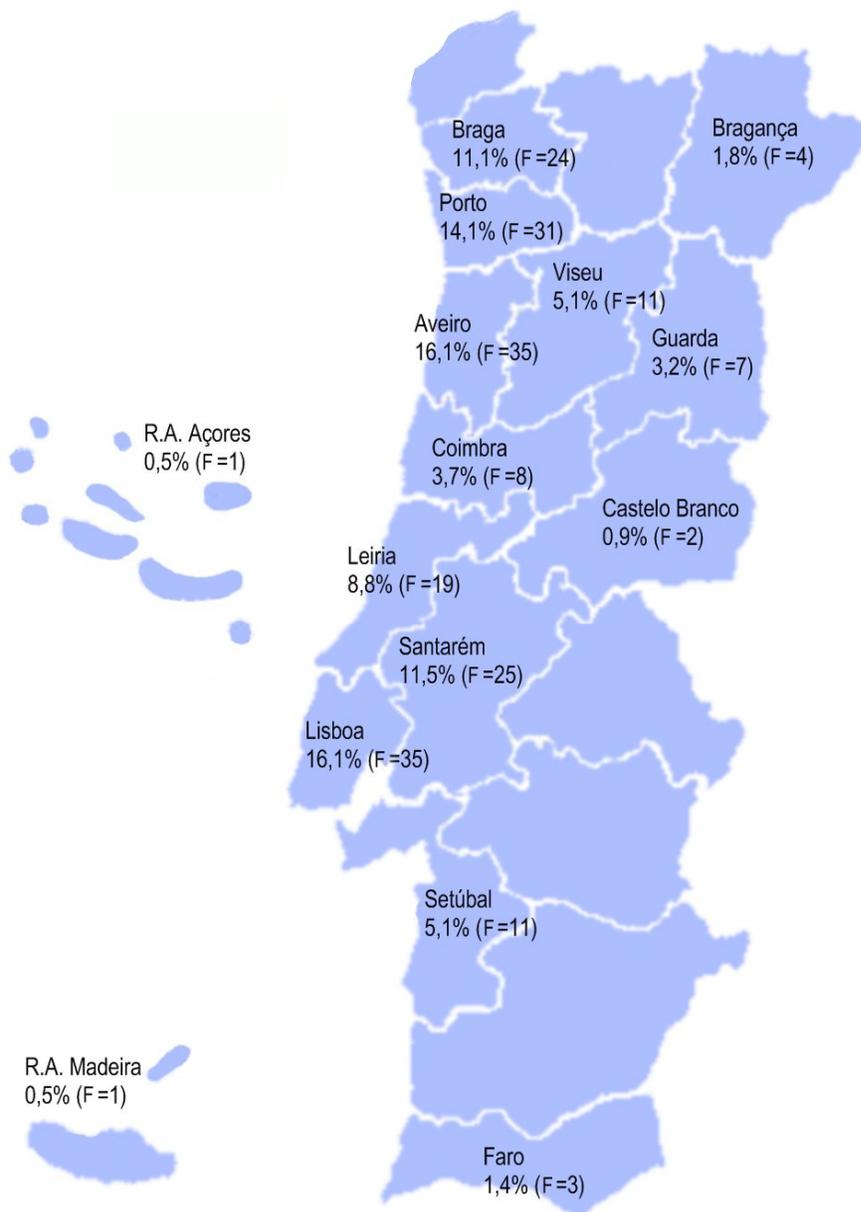
Actividade Económica das Empresas Respondentes

CAE	Percentagem	Frequência
Agricultura, produção animal, caça, florestas e pesca	1,39	3
Indústrias transformadoras	63,59	138
Captação, tratamento e distribuição de água; saneamento, gestão de resíduos e despoluição	0,46	1
Construção	3,69	8
Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos	22,58	49
Transportes e armazenagem	0,46	1
Alojamento, restauração e similares	0,46	1
Actividades de informação e de comunicação	1,84	4
Actividades financeiras e de seguros	1,39	3
Actividades imobiliárias	0,46	1
Actividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	2,30	5
Actividades administrativas e dos serviços de apoio	0,46	1
Educação	0,46	1
Actividades artísticas, de espectáculos, desportivas e recreativas	0,46	1
TOTAL	100	217

¹³ Os motivos para anulação basearam-se na falta de coerência nas respostas e empresa constituída depois do ano em análise no estudo (2007).

¹⁴ Relativamente ao cargo do responsável pelo preenchimento do inquérito foi maioritariamente imputado aos Administradores, Gerentes ou Directores Financeiros. De realçar que 13 das empresas respondentes dispõem de Departamento de Exportação, sendo os seus membros responsáveis pelo preenchimento do inquérito.

Figura 11
Distritos e Regiões Autónomas das Empresas Respondentes
(em % e Frequência)

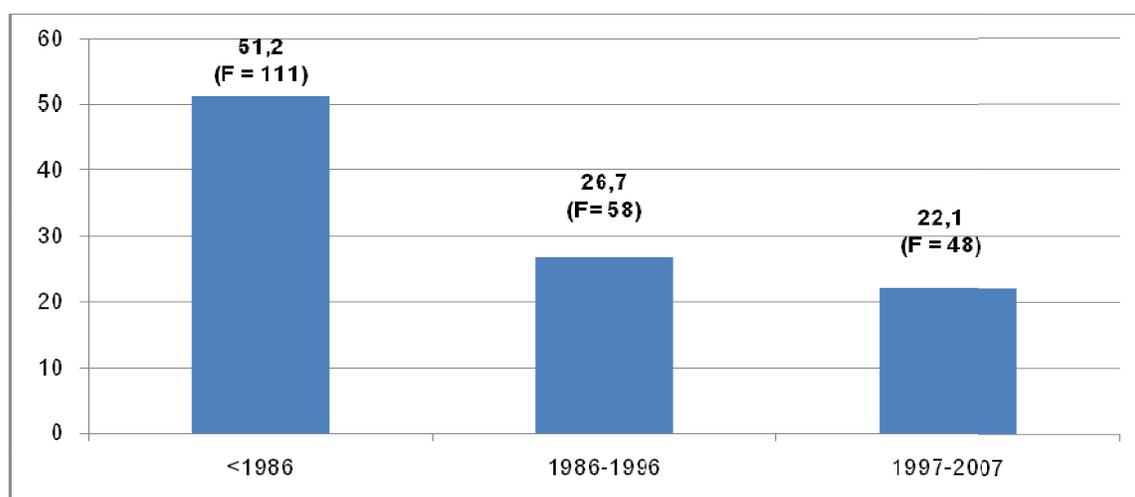


Relativamente à distribuição geográfica das empresas respondentes (figura 11), constatamos que Aveiro e Lisboa detêm a mesma quota de respostas com 16,1%, seguidas do distrito do Porto (14,3%), Santarém (11,5%), Braga (11,1%) e Leiria (8,8%). Os restantes distritos tiveram uma quota de respostas mais modesta por parte das empresas, e em cinco não foram obtidas quaisquer respostas¹⁵. Apesar da baixa taxa de respostas, é de destacar que existe uma semelhança importante entre a amostra do estudo e as empresas respondentes.

Quanto ao ano de constituição¹⁶ (figura 12), 51,2% das respondentes foi constituída antes de 1986, ou seja antes da adesão de Portugal à UE, seguidas de 26,7% criadas entre 1986 e 1996 e 22,1% entre 1997 e 2007.

Figura 12

Ano de Constituição das Empresas Respondentes
(em % e Frequência)



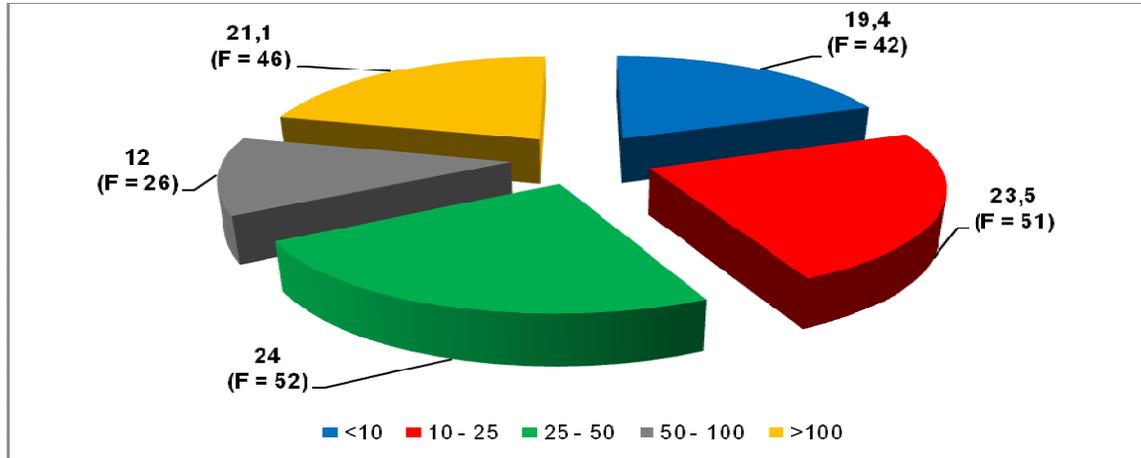
A dimensão das empresas foi analisada através do número de trabalhadores (figura 13), sendo o escalão de 25 a 50 trabalhadores o que tem mais representatividade com 24%. Este indicador apresenta alguma equidade, dado que os restantes escalões apresentam valores idênticos, a saber: <10 com 19,4%; de 10 a 25 com 23,5%; de 50 a 100 com 12% e >100 com 21,1%.

¹⁵ Não se obteve respostas de empresas sedeadas nos seguintes distritos: Beja, Évora, Portalegre, Viana do Castelo e Vila Real.

¹⁶ A variável "ano de constituição" foi dividida em três escalões para facilitar a análise e estabelecer uma relação entre a antiguidade da empresa e o seu processo de internacionalização.

Figura 13

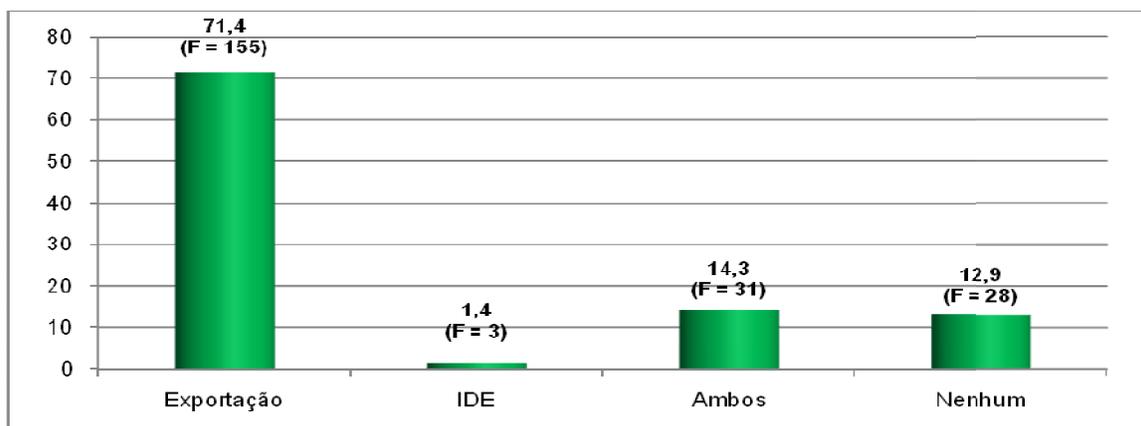
Número de Trabalhadores das Empresas Respondentes
(em % e Frequência)



Por último, importa referir que das 217 respondentes 12,9% ainda não iniciaram a sua actividade internacional e 87,1% afirmaram estar internacionalizadas. Relativamente ao tipo de actividade internacional (figura 14), 71,4% das respondentes declara que a actividade internacional é feita pela via da exportação contrastando claramente com 1,4% que admite ter no IDE a sua actividade internacional. De notar, que 14,3% das empresas atesta ter uma actividade internacional baseada em ambas as vias mencionadas anteriormente.

Figura 14

Actividade Internacional das Empresas Respondentes
(em % e Frequência)

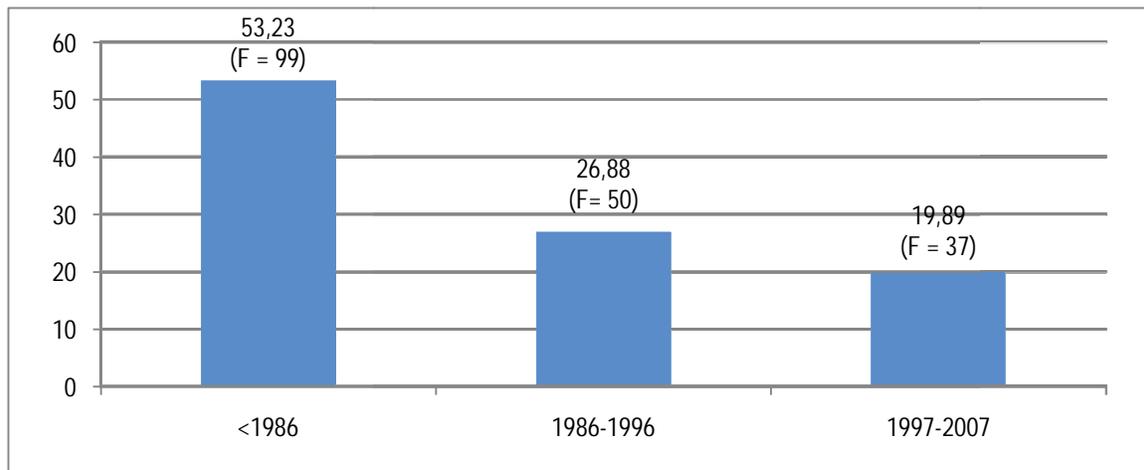


4.3 – Caracterização do Perfil de Exportação

Depois de caracterizadas as empresas respondentes, importa agora enunciar o seu perfil exportador, sendo esta secção importante dado que como analisamos anteriormente esta é a forma privilegiada de actuação das empresas estando em concordância com o estudo do GEPE. De lembrar que nesta secção iremos apresentar os resultados de 186 empresas que afirmaram ter a exportação como actividade internacional.

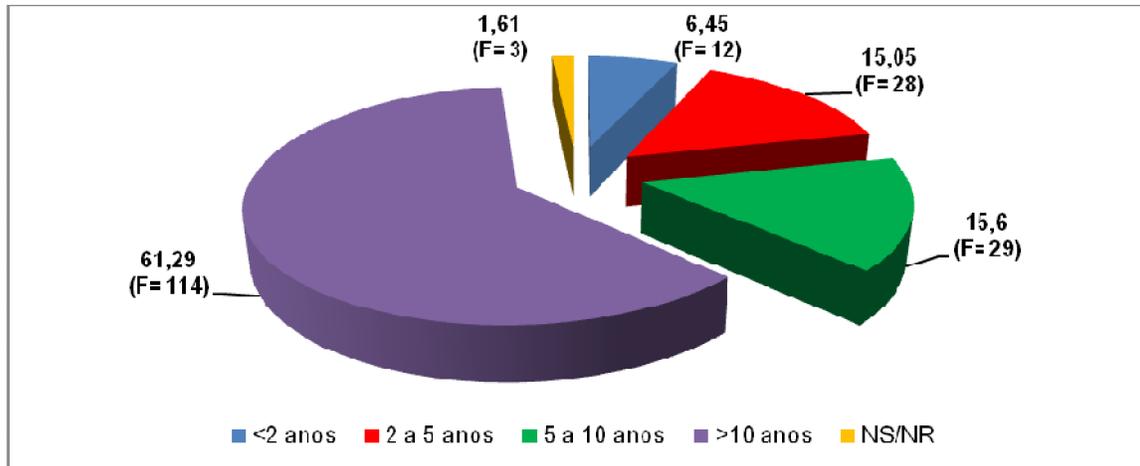
Quanto ao ano de constituição (figura 15), denotamos que maioritariamente as empresas foram fundadas antes de 1986 com 53,23%, seguidas das empresas criadas entre 1986 e 1996 com 26,88% e as empresas mais recentes, constituídas entre 1997 e 2007, com 19,89%.

Figura 15
Ano de Constituição - Exportação
(em % e Frequência)



Relativamente ao início da actividade internacional (figura 16), verificamos que 61,29% das respondentes principiou a actividade há mais de 10 anos, o que nos fornece uma boa base para analisar questões relacionadas com o processo de internacionalização. As restantes empresas enquadram-se nas variáveis de 5 a 10 anos com 15,6%; de 2 a 5 anos com 15,05% e actividade internacional há menos de 2 anos com 6,45%.

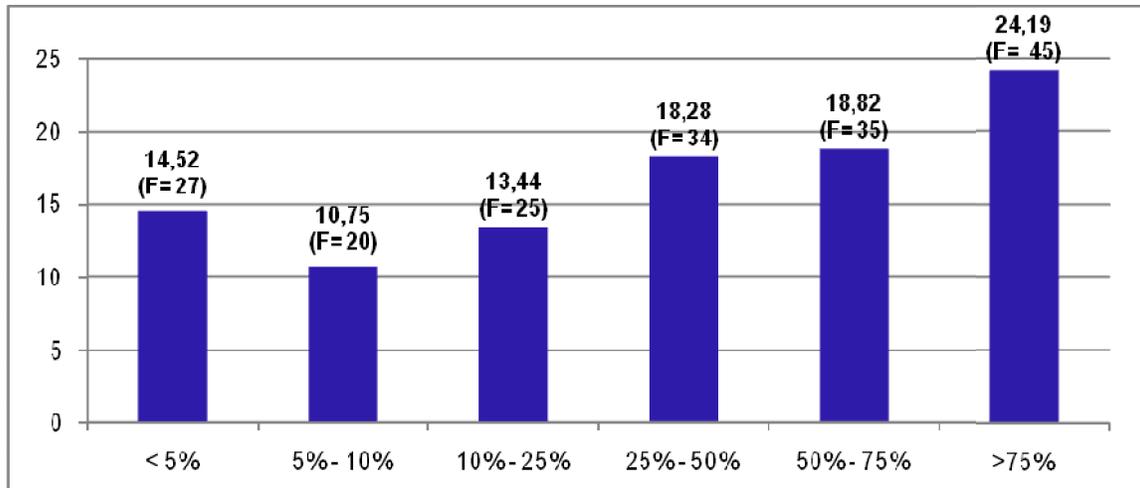
Figura 16
 Início da Actividade Internacional – Exportação
 (em % e Frequência)



Outro aspecto relevante nesta temática é o peso das exportações na facturação da empresa (figura 17). Assim constatamos que para 24,19% das empresas deste estudo esse valor está acima dos 75%. De seguida, surgem as empresas cujo peso da exportação se situa entre os 50 – 75% com 18,82% e os 25 – 50% com 18,28%. Nos restantes escalões, a saber, <5%; 5 – 10% e 10 – 25%, registaram valores de 14,52%; 10,75% e 13,44%, respectivamente. Apesar de haver alguma amplitude entre o valor máximo e mínimo, consideramos que estes resultados poderão indicar que as empresas se encontram em diferentes fases do seu processo de internacionalização. No estudo do GEPE, foi analisado “o peso dos negócios internacionais no volume de negócios”, que apesar de não fazer a distinção igual à apresentada anteriormente (unicamente exportação), gostaríamos de referir que os resultados demonstram que 61% das empresas com actividade internacional confirmaram que mais de metade do volume de negócio provinha desta actividade, seguido de 14% para o escalão até 5%, 11% para 25 a 50% e os restantes escalões 5% - 10% e 10% - 25% ambos com 7%. Portanto, concluímos que comparativamente o escalão <5% manteve valores idênticos. No caso do escalão 25% - 50% registamos um aumento de aproximadamente 7% em oposição à perda nos últimos escalões em que contabilizamos o somatório de 43% contra os 60% do estudo do GEPE.

Figura 17

Peso das Exportações na Facturação da Empresa
(em % e Frequência)



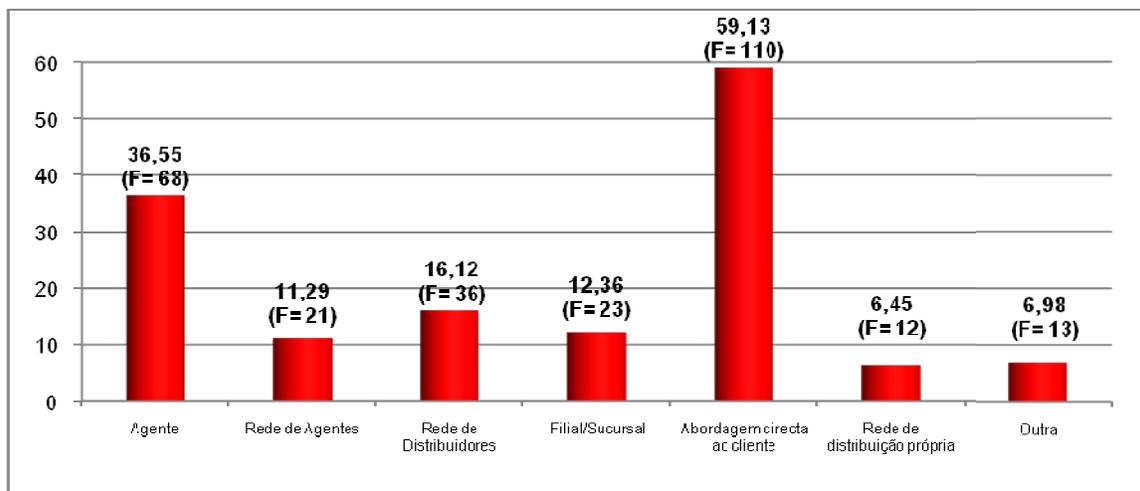
As empresas foram questionadas sobre a sua presença nos mercados de destino das exportações¹⁷ (figura 18) e registamos valores díspares, sendo a abordagem directa ao mercado a mais representativa com 59,13% das respondentes a utilizar este método, que não representa uma forma de presença no mercado mas ainda assim decidimos contemplar como opção por termos conhecimento que esta é uma forma de actuação preferencial para as empresas e algumas cingem-se mesmo unicamente a este método. Nos restantes escalões, 36,55% das respondentes revela estar representada por um agente contrastando com 11,29% que detêm uma rede de agentes, o que revela que não permitem a representação exclusiva dos seus produtos. As outras formas de presença nos mercados adoptadas pelas empresas são para 16,12% a rede de distribuidores, para 12,36% a filial/sucursal e para 6,45% a rede de distribuição própria.

Numa primeira análise podemos considerar que as empresas portuguesas ainda estão numa fase inicial da exportação, no entanto, tem em conta que cerca de 53% das respondentes com actividade exportadora foram constituídas antes de 1986 concluímos que as empresas ainda não evoluíram da sua fase inicial de exportação que geralmente é iniciada pelo contacto directo com possíveis clientes ou por clientes com interesse no produto.

¹⁷ As empresas poderiam assinalar mais de uma opção.

No estudo do GEPE, observamos que a abordagem directa ao cliente denominada de “exportação para clientes directos por iniciativa da empresa” também era o método mais relevante com 32% seguida da “exportação para clientes directos por iniciativa destes” com 26% e “exportação para agentes seleccionados pela empresa” com 20%. De notar que a “actividade de filial comercial no estrangeiro” e “actividade de filial produtiva no estrangeiro” registaram 3% e 1%, respectivamente, o que revela ter havido alguma evolução neste tipo de presença no exterior.

Figura 18
Presença da Empresa nos Mercados de Destino
(em % e Frequência)



No estudo também contemplamos os países de destino (tabela 10), sendo que as empresas deveriam mencionar quais os três principais países para onde exportam. Os dados revelados pelas empresas corroboram a análise estatística do capítulo três desta dissertação. Assim, 26,34% das empresas apontaram Espanha como o principal parceiro comercial, seguido de Angola com 15,05% que como afirmamos anteriormente; ganha peso nas exportações portuguesas, seguida da França com 13,44% e o Reino Unido com 12,29%, estando estes resultados similares aos dados estatísticos.

Nas restantes posições, também não há grandes alterações nos países de exportação das empresas excepção feita para Moçambique que surge com 4,30% e 3,22%, para a segunda e terceira posições de destino, respectivamente e para Marrocos com 3,22% no grupo da terceira posição de exportação.

De realçar que no grupo da segunda posição, 14 empresas revelam não saber ou não responder (NS/NR) à pergunta e este valor aumenta no grupo da terceira posição para 21 empresas, pelo que podemos concluir que estas empresas só exportam para um ou dois países o que revela uma grande dependência num único ou dois mercados, sendo sempre aconselhável que as empresas diversifiquem os mercados de exportação.

Tabela 10

Principais Países de Destino das Exportações

1º Posição		2º Posição		3º Posição	
País	% (N)	País	%	País	%
Espanha	26,34 (49)	França	15,05 (28)	França	12,36 (23)
Angola	15,05 (28)	Espanha	12,36 (23)	Espanha	12,36 (23)
França	13,44 (25)	Cabo Verde	6,45 (12)	Reino Unido	8,06 (15)
Reino Unido	11,29 (21)	Angola	5,91 (11)	EUA	5,91 (11)
Alemanha	6,45 (12)	EUA	5,91 (11)	Alemanha	5,91 (11)
Holanda	4,83 (9)	Reino Unido	4,83 (9)	Cabo Verde	4,83 (9)
EUA	3,76 (7)	Alemanha	4,30 (8)	Angola	4,83 (9)
Itália	2,68 (5)	Moçambique	4,30 (8)	Marrocos	3,22 (6)
Brasil	1,61 (3)	Bélgica	4,30 (8)	Itália	3,22 (6)
Cabo Verde	1,61 (3)	Canadá	3,22 (6)	Moçambique	3,22 (6)
Canadá	1,61 (3)				
NS/NR	0 (0)	NS/NR	7,52 (14)	NS/NR	11,29 (21)

As empresas também foram questionadas sobre os países alvo para desenvolvimento das exportações (tabela 11), no entanto, os resultados são desanimadores dado que são raros os novos países que surgem e não foram mencionados anteriormente como principais destinos, como é o caso da Rússia (1ª posição – 3,22%), China (1ª posição – 2,68%) e Argélia (2ª posição – 3,76%). Na 1ª posição três respondentes não indicaram qualquer país como alvo das exportações, e na 2ª e 3ª posição a ausência de resposta aumenta para 11 e 16 respondentes, respectivamente.

Tabela 11

Países Alvo para Desenvolvimento da Exportação

1º Posição		2º Posição		3º Posição	
País	% (N)	País	%	País	%
Espanha	15,05 (28)	Angola	10,21 (19)	Espanha	6,45 (12)
Angola	13,44 (25)	França	8,60 (16)	Angola	6,45 (12)
França	8,06 (15)	Reino Unido	7,52 (14)	França	5,91 (11)
Alemanha	7,52 (14)	EUA	6,98 (13)	Reino Unido	4,83 (9)
Reino Unido	6,98 (13)	Espanha	5,91 (11)	Alemanha	4,30 (8)
Marrocos	4,83 (9)	Moçambique	3,76 (7)	Cabo Verde	3,76 (7)
EUA	4,30 (8)	Argélia	3,76 (7)	Brasil	3,22 (6)
Rússia	3,22 (6)	Cabo Verde	3,22 (6)	Moçambique	3,22 (6)
Brasil	3,22 (6)	Bélgica	3,22 (6)	EUA	3,22 (6)
China	2,68 (5)				
NS/NR	1,61 (3)	NS/NR	5,91 (11)	NS/NR	8,60 (16)

No caso do estudo do GEPE, as respostas das empresas sobre os países com os quais pretendiam desenvolver o negócio demonstrava uma acentuação da “especialização geográfica do comércio externo português”, sendo que os países comunitários como a Espanha (F = 43), outros da UE (F = 75), Alemanha (F = 69), Reino Unido (F= 69), França (F = 66) eram os principais e, tal como nos principais clientes, o primeiro país extra-comunitário era os EUA (F = 58). À data da realização do estudo, a Europa Central e de Leste (F= 27), a África do Norte (F = 20) e a China (F = 22) não se mostravam apelativos para as empresas portuguesas.

Assim, podemos concluir que existe uma lacuna no planeamento das exportações por parte das empresas sendo essa uma das causas da estagnação dos países de destino das exportações portuguesas. Para a falta de estratégia poderá contribuir o desconhecimento dos mercados, bem como, uma ausência de estudos de viabilidade e aceitação dos produtos nos mercados causada pela falta de iniciativa das empresas, dificuldade de aquisição de conhecimentos para desenvolver a estratégia e carência de departamentos ou técnicos especializados que desenvolvam planos e estratégias de internacionalização sustentadas e viáveis para as empresas.

Fica comprovada a forte concentração geográfica nos países comunitários e que se mantêm há algum tempo dado que tanto nos dados estatísticos como no estudo do GEPE, constata-se uma clara tendência de actividade internacional para países comunitários sendo os

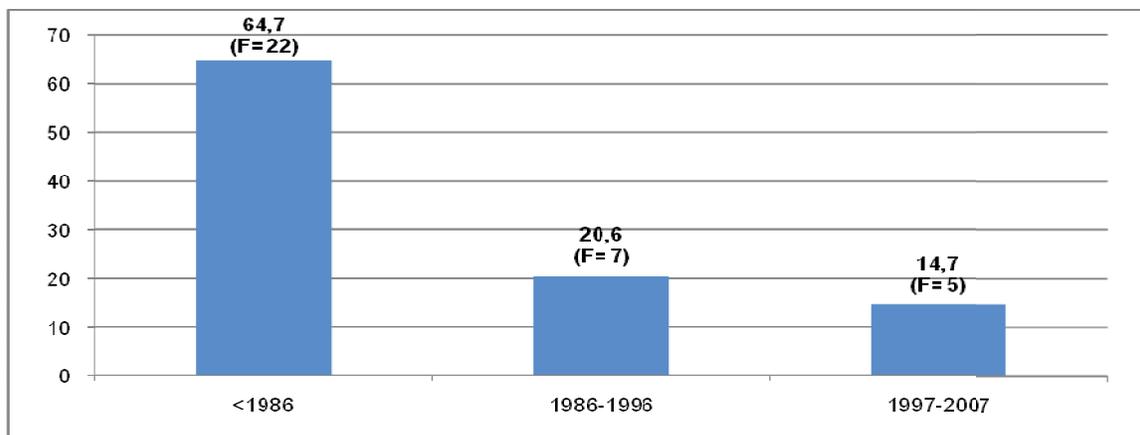
principais a Espanha, a Alemanha, a França e o Reino Unido e o país extra-comunitário com mais relevo era os EUA.

4.4 – Caracterização do Perfil de Investimento Internacional

Nesta secção analisamos os resultados de 34 empresas que declararam ter realizado investimentos no estrangeiro.

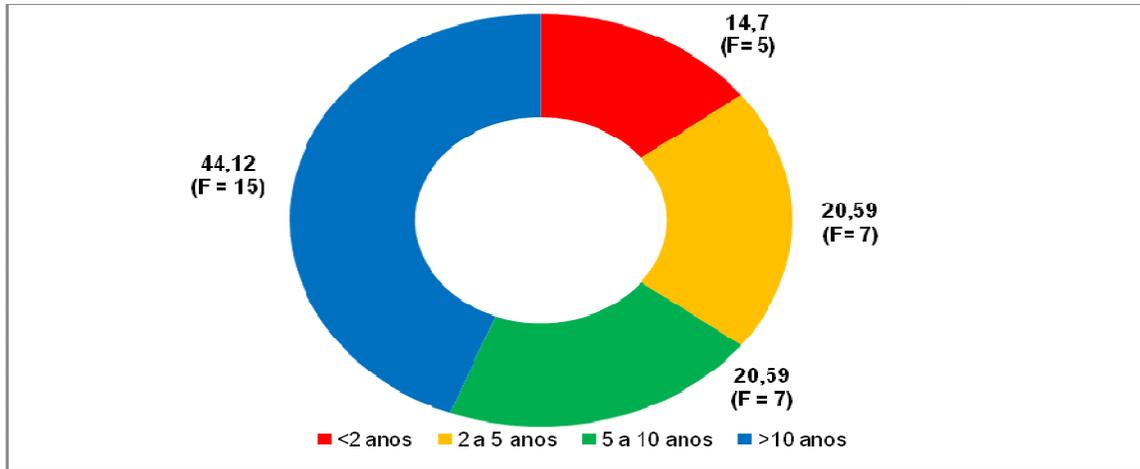
Relativamente ao ano de constituição (figura 19), constatamos que 64,70% das respondentes com investimento internacional foram estabelecidas antes de 1986, 20,60% entre 1986 e 1996 e 14,70% entre 1997 e 2007. Desde já podemos constatar uma tendência para as empresas constituídas há mais tempo serem mais propensas ao investimento no exterior fruto da sua evolução na actividade internacional.

Figura 19
Ano de Constituição da Empresa - IDE
(em % e Frequência)



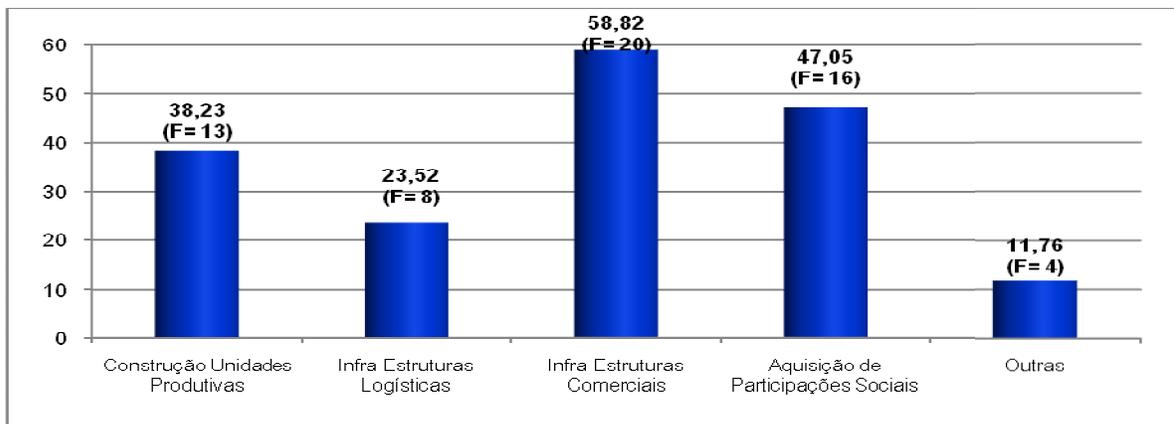
No que respeita ao início dos investimentos no exterior (figura 20), verificamos que 44,12% das respondentes declara ter começado esta actividade há mais de 10 anos, tal como ocorreu para o caso das exportações. As restantes dividem-se pelas remanescentes variáveis, sendo que entre 2 a 5 anos e 5 a 10 anos registam ambas 20,59% e; por último; realização de investimento internacional há menos de 2 anos com 14,70%.

Figura 20
 Início do Investimento Internacional
 (em % e Frequência)



Quanto ao tipo de investimento realizado¹⁸ (figura 21), constatamos que na sua maioria se destinou à realização de infra-estruturas comerciais acumulando 58,82%. Destacam-se ainda os investimentos realizados para aquisição de partes sociais de empresas (47,05%) e construção de unidades produtivas (38,23%). Este tipo de investimentos denota uma intenção de permanência e evolução nos países de destino de investimento o que revela que as empresas investem com intenções concretas e de médio e longo prazo.

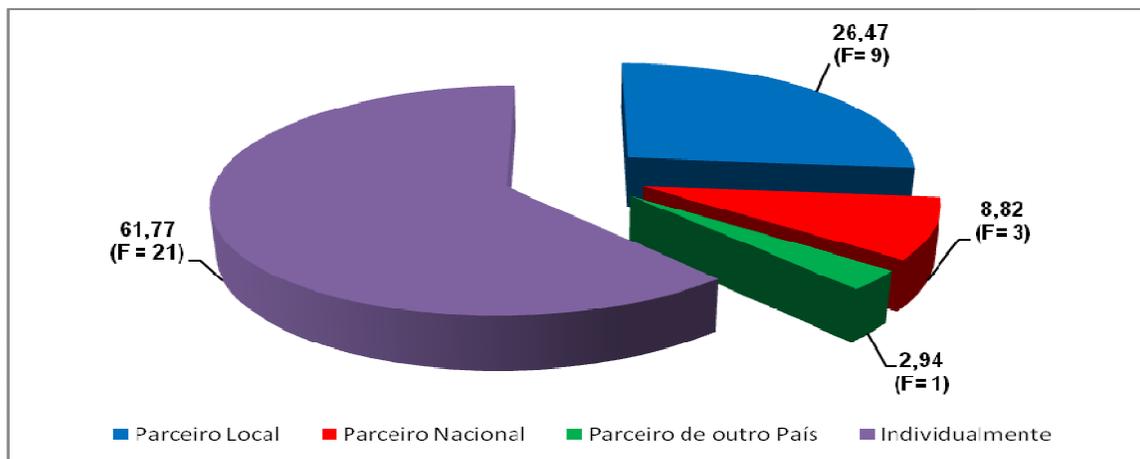
Figura 21
 Tipo de Investimento Internacional
 (em % e Frequência)



¹⁸ As empresas poderiam assinalar mais de uma opção.

Outro aspecto relevante relativamente ao investimento internacional, é compreender se as empresas realizam esta actividade mediante parcerias ou a título individual (figura 22). Neste estudo, as respondentes revelaram ter realizado os investimentos individualmente (61,77%) o que comprova que as empresas portuguesas tendem a realizar os investimentos sozinhas sem recorrer a joint-venture como muitas das vezes seria aconselhável dada a falta de know-how ou capital para o projecto. Ainda assim, algumas empresas compreendem a necessidade de ter um parceiro local e 26,47% das respondentes recorreu a este tipo de parceria e 8,82% realizaram investimentos mas com um parceiro nacional.

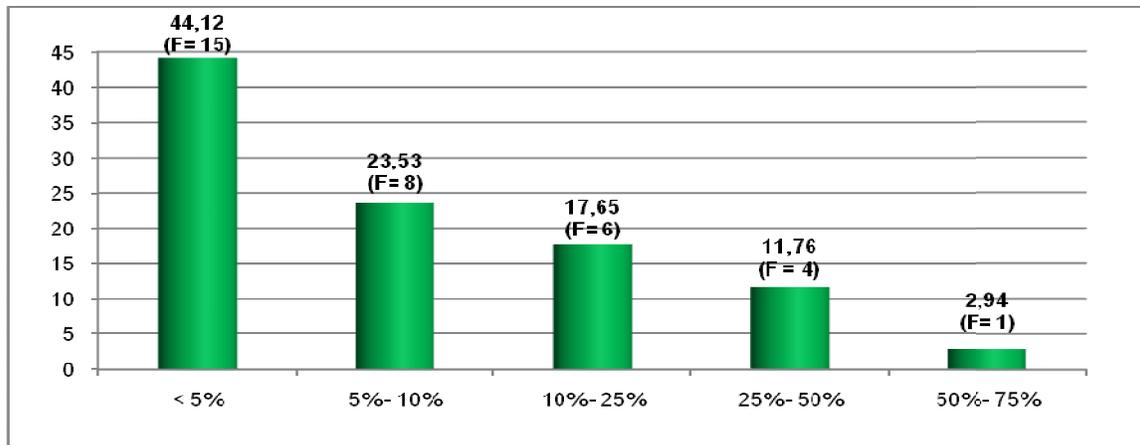
Figura 22
Parcerias no Investimento Internacional
(em % e Frequência)



Analisando o peso dos investimentos na facturação da empresa (figura 23), constata-se que os mesmos ainda não são significativos pois 44,12% das respondentes revela que menos de 5% da sua facturação provém dos investimentos realizados no exterior. De realçar que à medida que o peso do investimento na facturação aumenta a percentagem de empresas diminui, iniciando com 23,53% que facturam entre 5% a 10% e 2,94% que têm entre 50% a 75%. Ao contrário das exportações, não há nenhuma empresa que facture mais de 75% proveniente do investimento realizado no exterior.

Figura 23

Peso dos Investimentos Realizados no Exterior na Facturação da Empresa
(em % e Frequência)



Importa conhecer os países de destino dos investimentos das empresas portuguesas (tabela 12), destacando o papel de Angola com 32,25% na 1ª posição, seguida de Espanha com 17,64% e Brasil com 8,82%. Como segunda escolha para investimento surgem os EUA e França ambos com 14,70% e Itália com 5,88%, sendo que na terceira posição surgem França, Espanha e Alemanha com 8,82% cada. Em consequência da percentagem de resposta NS/NR, importa referir que 7 empresas só realizam investimento num único país e 11 empresas detêm investimento em dois países o que poderá revelar que para a maioria das respondentes o processo de investimento no exterior ainda está numa fase inicial ou, em alguns casos, também poderá revelar alguma concentração do investimento.

Tabela 12

Países de Destino do Investimento

1º Posição		2º Posição		3º Posição	
País	% (N)	País	%	País	%
Angola	32,35 (11)	EUA	14,70 (5)	França	8,82 (3)
Espanha	17,64 (6)	França	14,70 (5)	Espanha	8,82 (3)
Brasil	8,82 (3)	Itália	5,88 (2)	Alemanha	8,82 (3)
Itália	5,88 (2)	Brasil	5,88 (2)	Angola	5,88 (2)
Índia	5,88 (2)	Marrocos	5,88 (2)		
EUA	5,88 (2)	Espanha	5,88 (2)		
França	5,88 (2)	Angola	5,88 (2)		
Reino Unido	5,88 (2)	Reino Unido	5,88 (2)		
NS/NR	0 (0)	NS/NR	20,58 (7)	NS/NR	32,35 (11)

Também questionámos as empresas sobre os países em que detêm investimento (tabela 13) e aqueles que mais contribuem para a receita (tabela 14), e os resultados corroboram os dados apresentados relativamente aos países de destino. É importante realçar que as empresas portuguesas têm uma clara tendência para investir em países comunitários e nos PALOP, o que revela que as empresas seguem uma tendência de proximidade geográfica e afinidade cultural ficando patente a necessidade de segurança de que as empresas carecem para realizar investimentos no exterior. Curiosamente, nenhuma empresa menciona a Holanda como destino preferencial; no entanto, como vimos antes, o principal destino de IDPE, tal como registado pelo Banco de Portugal.

Tabela 13

Países em que detêm mais Investimento

1º Posição		2º Posição		3º Posição	
País	% (N)	País	%	País	%
Angola	29,41 (10)	EUA	14,70 (5)	Espanha	8,82 (3)
Espanha	20,58 (7)	França	14,70 (5)	Alemanha	8,82 (3)
Brasil	11,76 (4)	Angola	11,76 (4)	Itália	5,88 (2)
França	8,82 (3)	Reino Unido	8,82 (3)	França	5,88 (2)
EUA	5,88 (2)	Cabo Verde	5,88 (2)		
		Espanha	5,88 (2)		
NS/NR	0 (0)	NS/NR	20,58 (7)	NS/NR	32,35 (11)

Tabela 14

Países por Distribuição da Receita

1º Posição		2º Posição		3º Posição	
País	% (N)	País	%	País	%
Angola	29,41 (10)	EUA	17,64 (6)	Brasil	11,76 (4)
Espanha	20,58 (7)	França	17,64 (6)	França	8,82 (3)
França	11,76 (4)	Espanha	11,76 (4)	Angola	8,82 (3)
Brasil	5,88 (2)	Reino Unido	8,82 (3)	Espanha	5,88 (2)
EUA	5,88 (2)	Angola	5,88 (2)		
NS/IR	0 (0)	NS/IR	20,58 (7)	NS/IR	32,35 (11)

Relativamente aos países para investimento futuro (tabela 15), as empresas seguirão as tendências enumeradas, excepção feita para o caso de Marrocos e dos EUA, que não se enquadram nas mesmas. De realçar que as estratégias de futuro das empresas não nos parecem passar por investimentos em novos países, mas sim o reforço nos países onde presentemente já detêm activos. Também no caso dos investimentos se registam empresas que não possuem estratégia definida como revela o número de resposta não sabe/não responde.

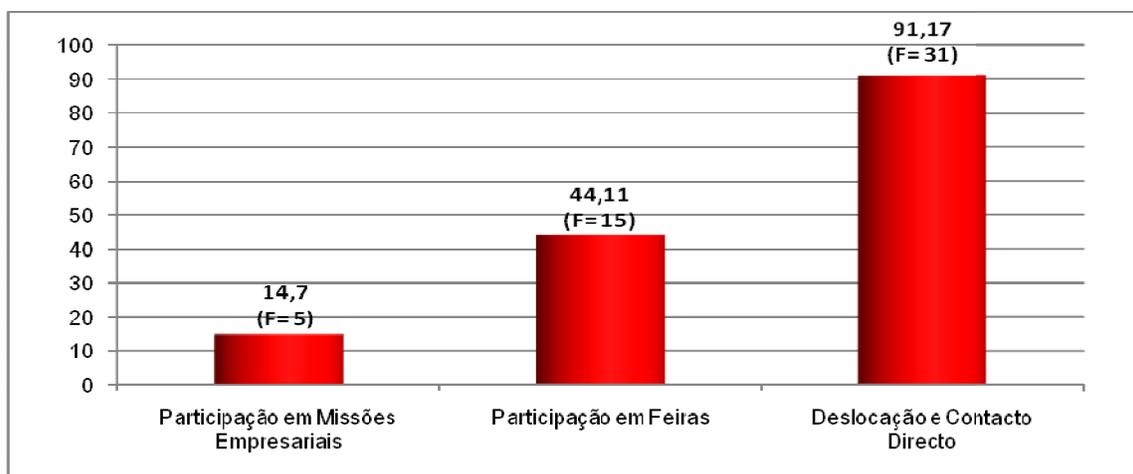
Tabela 15

Países para investimento no futuro

1º Posição		2º Posição		3º Posição	
País	% (N)	País	%	País	%
Angola	32,35 (11)	Angola	20,58 (7)	Brasil	11,76 (4)
EUA	14,70 (5)	Espanha	8,82 (3)	Polónia	8,82 (3)
Brasil	8,82 (3)	Índia	8,82 (3)	Moçambique	8,82 (3)
Marrocos	8,82 (3)	Brasil	5,88 (2)	EUA	5,88 (2)
França	5,88 (2)	França	5,88 (2)	Cabo Verde	5,88 (2)
Espanha	5,88 (2)			França	5,88 (2)
				Espanha	5,88 (2)
NS/IR	2,94 (1)	NS/IR	14,70 (5)	NS/IR	20,58 (7)

Por último, avaliamos a forma preferencial de abordagem ao mercado das empresas (figura 23)¹⁹, em que destacamos o facto de 91% das respondentes optar pela deslocação ao mercado e contacto directo, seguido de 44% que também considera relevante a participação em feiras, no entanto, é o escalão participação em missões empresariais que revela menor importância com 14% das respondentes a escolher esta forma de abordagem. Este resultado deverá ser avaliado cuidadosamente dada a actual tendência para organização de missões empresariais por parte de diversas entidades e pelo facto de estas terem vários apoios governamentais. Importa compreender os motivos dos empresários para não considerarem as missões como relevantes, dado o conhecimento que dispomos destas missões, poderemos apontar o facto das mesmas serem generalistas sem estarem direccionadas para um sector específico, pelo que seria importante realizar missões empresariais estruturadas sectorialmente a países em que as empresas portuguesas pudessem ter vantagens comparativas.

Figura 24
Forma Preferencial de Abordagem aos Mercados
(em % e Frequência)



¹⁹ As empresas poderiam assinalar mais de uma opção.

4.5 – Caracterização do Processo de Internacionalização

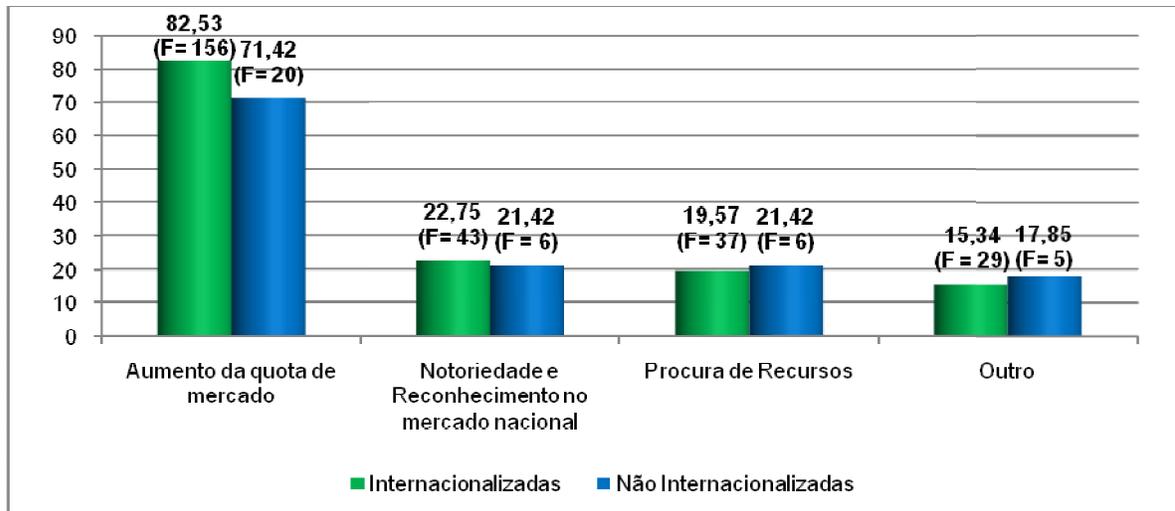
Para finalizarmos a apresentação do estudo, analisámos o processo de internacionalização²⁰ das respondentes, com vista a identificar motivos e dificuldades, bem como, os apoios que, tanto as empresas internacionalizadas como as não internacionalizadas, necessitam. Importa relembrar que a amostra é constituída por 189 empresas internacionalizadas e 28 empresas que ainda não iniciaram actividade internacional.

No que respeita aos principais motivos para as empresas respondentes se internacionalizarem (figura 25), constatamos que 82,53% das empresas internacionalizadas consideram o aumento da quota de mercado como o principal motivo, seguindo-se a notoriedade e reconhecimento no mercado internacional com 22,75% e, surpreendentemente, a procura de recursos constitui o principal motivo de unicamente 19,57% das respondentes. Importa ainda avaliar a variável “outros”, em que as empresas internacionalizadas apontaram como motivos primordiais a falta de procura interna, aproveitamento de capacidades instaladas, diversificação de mercados e aumento da facturação. No caso das empresas que ainda não iniciaram o seu processo de internacionalização os valores são idênticos apontando essencialmente a falta de procura interna na variável “outros” como motivo primário para a internacionalização.

No estudo do GEPE, as empresas sem actividade internacional apresentam como principais motivos para a ausência desta actividade o “facto de o mercado interno absorver a totalidade da sua produção”, sendo encarado como uma “consequência natural”, e apontam também o sentimento de que os mercados externos apresentam dificuldades com as quais não estarão habilitadas a lidar.

²⁰ Neste grupo de questões as respondentes poderiam escolher mais de uma opção excepto na última resposta relacionada com a avaliação da experiência de internacionalização.

Figura 25
Principais Motivos para a Internacionalização
(em % e Frequência)

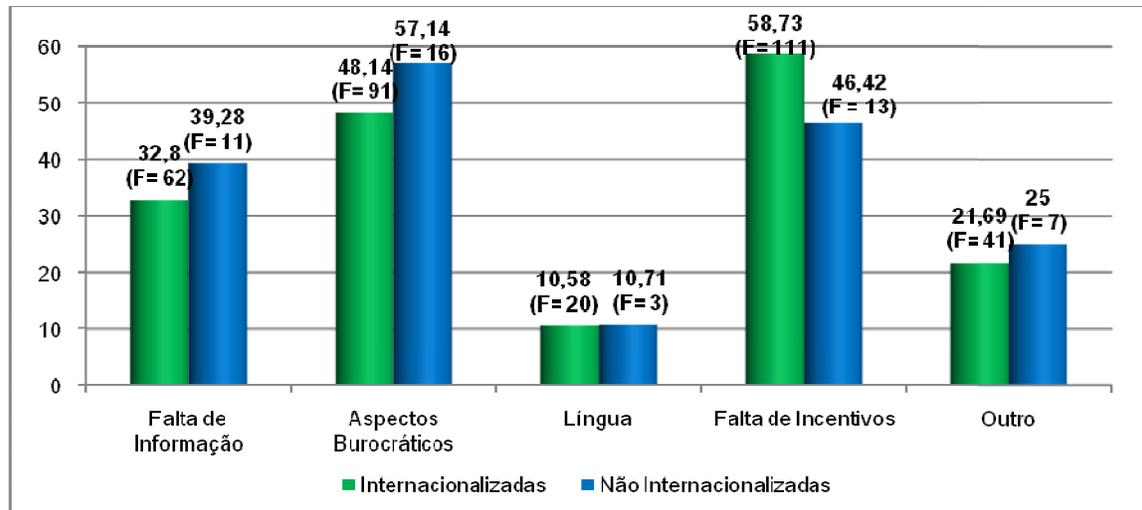


Quanto aos principais entraves (figura 26) sentidos pelas empresas, denota-se diferença nos mesmos relativamente à posição de actividade internacional. Assim para as empresas internacionalizadas, a falta de incentivos surge como o principal entrave com 58,73%; seguida dos aspectos burocráticos inerentes ao processo com 48,14% e a falta de informação com 32,80%. Na variável "outros" as empresas revelaram que os aspectos financeiros e recursos humanos são enormes entraves, sem esquecer a influência da dimensão interna e organização como aspectos internos à empresa. Relativamente a aspectos externos apontaram a necessidade de apoio comercial, a falta de notoriedade de Portugal e a forte concorrência no comércio internacional. No caso das empresas não internacionalizadas os aspectos burocráticos apresentam-se como o principal entrave com 57,14%; seguido da falta de incentivos com 46,42% e da falta de informação com 39,28%. No caso da variável "outros" a falta de competitividade é o principal entrave. Importa referir que a língua apresenta valores idênticos para ambas as categorias.

O estudo do GEPE, conclui que os principais entraves se centram na concorrência muito forte nos mercados de destino (F=109), insuficiência dos apoios à exportação (F=89), insuficiência dos apoios ao investimento estrangeiro (F=75), dificuldade no estabelecimento de canais de distribuição no destino (F=72), dificuldade na identificação de parceiros locais (F=55) e falta de informação sobre oportunidades de negócio no estrangeiro (F=53). Como os autores referem, as

empresas tendem a justificar as dificuldades com factores externos que não controlam para se desculparem.

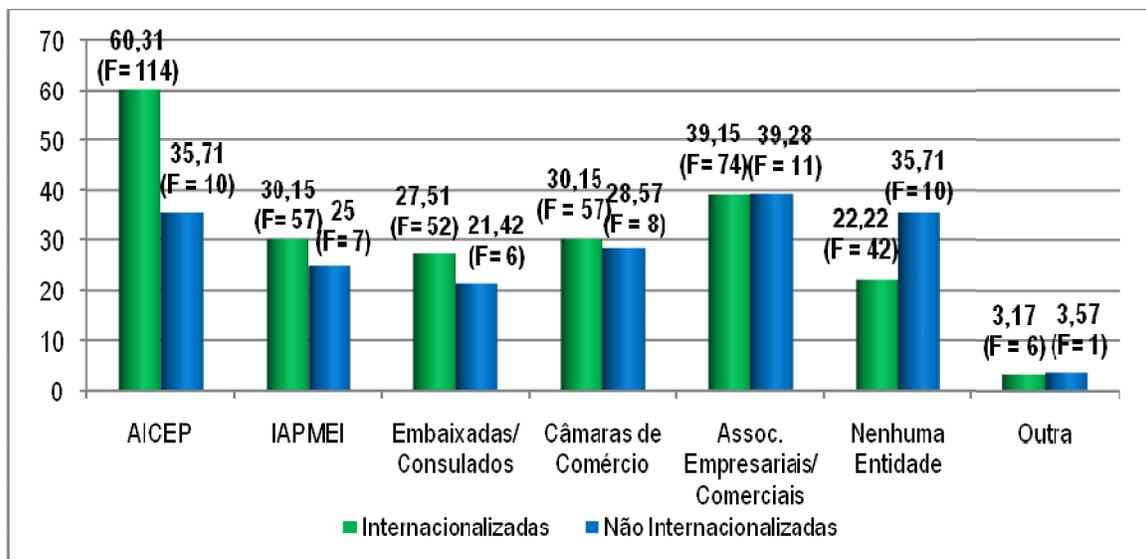
Figura 26
Principais Entraves à Internacionalização
(em % e Frequência)



Relativamente às entidades contactadas para apoio (figura 27), claramente a AICEP é a entidade a quem as empresas recorrem preferencialmente dado que registou 60,31% para as internacionalizadas e 35,71% para as não internacionalizadas. As restantes entidades mencionadas também se revelam essenciais para as duas categorias de empresas apresentando valores similares. Importa ainda referir que 22% das empresas internacionalizadas revelou nunca ter contacto entidades de apoio à internacionalização, por oposição, a 35% das empresas sem actividade internacional.

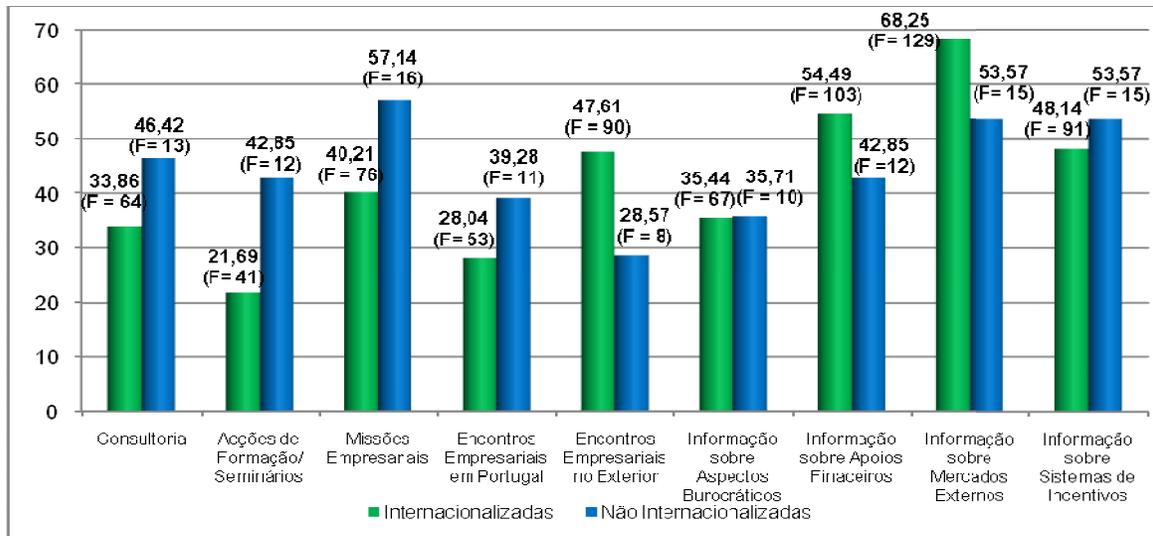
No estudo do GEPE, as empresas também foram questionadas sobre as instituições a que recorreram sendo que os resultados corroboram os deste estudo dado que também foi a AICEP (à data ICEP) que recebeu 67% das respondentes, seguida das Associações Sectoriais com 45%, IAPMEI com 37% e Associações Regionais com 16%.

Figura 27
Entidades Contactadas
(em % e Frequência)



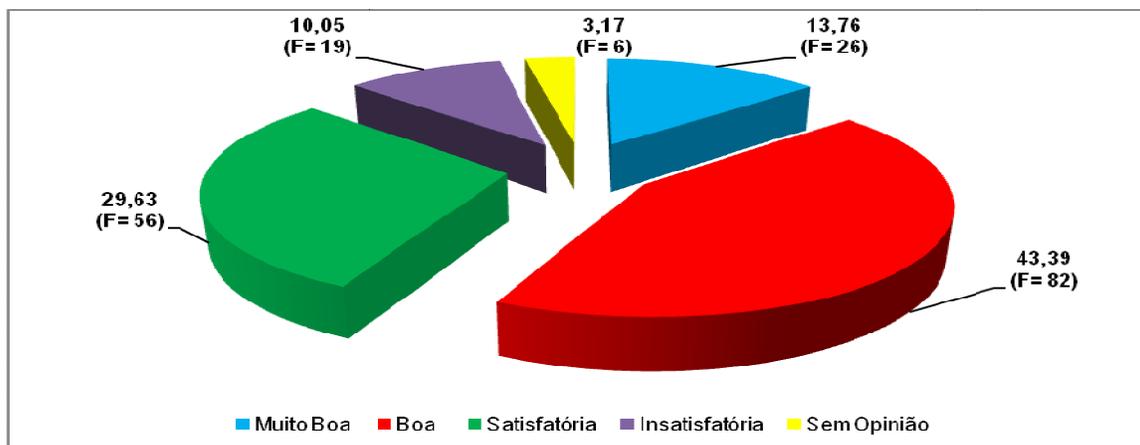
No caso dos apoios no processo de internacionalização (figura 28), à excepção da informação sobre aspectos burocráticos, que registou 35% para ambas as categorias de empresas, os apoios considerados relevantes divergem consoante o envolvimento na actividade internacional. Assim, para as empresas internacionalizadas destaca-se a necessidade de apoios vocacionados para a informação sobre mercados externos (68,25%), informação sobre apoios financeiros (54,49%), informação sobre sistemas de incentivos (48,14%) e encontros empresariais no exterior (47,61%). No caso das empresas sem actividade internacional, todos os apoios (excepto encontros empresariais no exterior) apresentam valores acima dos 30% o que seria de esperar dado estas empresas estarem a iniciar a sua actividade internacional.

Figura 28
 Apoios no Processo de Internacionalização
 (em % e Frequência)



Por último, analisamos os dados da experiência de internacionalização (figura 29) das 189 empresas com actividade internacional. A maioria das respostas é positiva, sendo que só 10% das empresas consideram a sua experiência insatisfatória contra 29,63% que considera satisfatória, 13,76% que estimou como muito boa e a avaliação de boa que predominou com o resultado de 43,39%.

Figura 29
 Avaliação da Experiência de Internacionalização
 (em % e Frequência)



4.6 – Conclusões

A primeira conclusão que retiramos deste estudo é, sem dúvida, a confirmação de que a internacionalização das empresas portuguesas permanece baseada na exportação e o investimento no exterior, apesar de mais aprofundado, continua a não corresponder aos parâmetros desejados para a economia portuguesa e que são comuns na União Europeia. Facilmente as nossas conclusões poderiam ser retiradas de estudos anteriores, devido à estagnação dos aspectos essenciais da internacionalização.

Relativamente à exportação constatamos que as empresas constituídas há mais tempo têm maior tendência para esta actividade internacional o que se revela num acréscimo considerável na facturação. Em comum, as empresas apresentam a propensão para a exportação através da abordagem directa ao cliente, o que revela uma actividade débil e pouco estruturada. Outro aspecto preocupante é a tendência para a exportação condicionada pela proximidade geográfica e cultural, raramente arriscando fora do conforto do mercado único europeu o que propicia uma concentração geográfica desaconselhável.

No que respeita ao investimento internacional, apesar de ter registado uma tendência crescente, ainda é realizado apenas por um escasso número de empresas, essencialmente em infra-estruturas comerciais e aquisições de participações sociais. Neste âmbito, preocupa-nos o facto das empresas investirem individualmente, o que não é o método mais adequado.

Neste estudo também ficou patente a falta de estratégia e de visão internacional das empresas, o que revela que ainda há um longo caminho a percorrer no campo do planeamento estratégico, bem como, na divulgação e promoção de novos mercados que levem as empresas a diversificar os seus parceiros comerciais.

Capítulo 5

Conclusões

Avaliando o tema e objectivos desta dissertação, podemos concluir tanto, pelos dados estatísticos como empíricos, que as empresas portuguesas concretizam a sua internacionalização primordialmente pelo processo de exportação, sendo os destinos preferenciais os países comunitários. Estas conclusões remetem-nos para uma avaliação negativa dos progressos de internacionalização das empresas portuguesas, dada a sua permanência numa actividade internacional baseada na exportação e realizada na sua forma mais básica, podendo-se mesmo considerar passiva na grande maioria dos casos e sem estratégias estruturadas e devidamente fundamentadas para o desenvolvimento desta actividade, salvo raras excepções.

Importa avaliar as causas desta inércia da maioria das empresas, que espelha uma falta de visão internacional dos empresários e pouca capacidade para lidar com as dificuldades inerentes à actividade internacional, nomeadamente adaptação constante a mudanças, prospecção de mercados e envolvimento activo na internacionalização.

No que respeita às entidades públicas e privadas de apoio à internacionalização, apesar de uma notória melhoria nos serviços, verificamos que os mesmos ainda não estão completamente adequados às necessidades e certamente a falta de colaboração entre as várias entidades promove este facto, sendo vital uma coordenação não só ao nível da divulgação como da realização das medidas de apoio, dos projectos e dos possíveis trabalhos de investigação e prospecção de mercados. Reiteramos a importância do desenvolvimento de acções específicas para determinados sectores ou produtos, com a intervenção da AICEP, da associação sectorial, das Câmaras de Comércio cujos países revelaram ser um mercado preferencial para o sector e, possivelmente, as entidades bancárias que poderiam auxiliar na parte financeira e, a médio prazo, serão certamente importantes para as empresas no que respeita ao apoio no processo de internacionalização.

Urge dar a devida importância a esta temática, e tal deve acontecer em todas as vertentes da sociedade: os empresários, devem partilhar os seus conhecimentos e ser uma voz activa na transmissão de experiências e na participação em investigações sobre o tema, as entidades governamentais devem implementar formas concretas de divulgação do conhecimento que possuem e promover boas práticas de recolha da informação, processamento e divulgação da

mesma, por fim, as universidades deverão investigar e acompanhar este processo criando núcleos dedicados e especializados na abordagem da temática para que o seu contributo teórico e empírico seja divulgado, completando assim o leque das várias vertentes de conhecimento sobre a temática.

No âmbito do estudo da internacionalização das empresas portuguesas, consideramos que ainda poderão ser desenvolvidos diversos trabalhos sendo que alguns deveriam mesmo ter um carácter anual para acompanhar as dificuldades sentidas, bem como, as tendências da actividade internacional e proceder ao ajustamento necessário nos apoios e medidas para esta temática. No decorrer deste trabalho deparámo-nos com algumas lacunas graves que poderão ser exploradas, nomeadamente, no conhecimento do efeito das medidas de apoio à internacionalização, sendo interessante realizar um trabalho de investigação sobre os efeitos destes apoios na evolução da actividade internacional da empresa. Outra vertente que carece de informação é o marketing internacional e a avaliação concreta entre a sua aplicação e o sucesso da actividade internacional, crendo que os resultados poderiam motivar as empresas portuguesas a investir mais nesta área. Consideramos que também seria vantajoso realizar uma investigação sobre a importância das empresas terem departamentos ou quadros técnicos especializados nesta área, algo que infelizmente ainda não é comum nas empresas portuguesas, mas a apreciação da sua importância poderia alterar a mentalidade e a organização empresarial. Por último, gostaríamos de desenvolver o trabalho apresentado tanto ao nível do aprofundamento teórico como da realização de um estudo mais abrangente da internacionalização das empresas portuguesas.

BIBLIOGRAFIA

- aicep Portugal Global (2010), Guia Prático Apoios Financeiros à Internacionalização, <http://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/GuiaPraticoApoiosFinanceirosInternacionalizacao/Paginas/GuiaPraticodeApoiosFinanceirosàInternacionalização.aspx>.
- Aharoni, Y. (1966), *The Foreign Investment Process Decision*, Boston, Harvard University Press.
- Buckley, J. e Casson, M. (1976), *The Future of the Multinational Enterprise*, Macmillan, Londres.
- Dias, J. (2006), O comércio externo português e a integração europeia: alterações estruturais, conteúdo tecnológico e competitividade, in A. Romão, Org., *A Economia Portuguesa 20 Anos após a Adesão*, 1ª edição, Almedina, Lisboa, pp. 519-549.
- Direcção-Geral das Relações Económicas Internacionais - DGREI (1998), *Informação de Apoio à Internacionalização das Empresas Portuguesas*, DGREI, Lisboa.
- Dunning, J. (1981), *International Production and the Multinational Enterprise*, George Allen & Unwin, Londres.
- Dunning, J. (1984), Non-Equity Forms of Foreign Economic Involvement and the Theory of International Production, in R.W. Moxon, T.W. Roehl, J. F. Truitt (eds), *Research in International Business and Finance*, Vol. 4, pp. 29-61.
- Dunning, J. (1988), *Explaining International Production*, Unwin Hyman, Londres.
- Dunning, J. (1995), "Reappraising the Eclectic Paradigm in an Age of Alliance Capitalism", *Journal of International Business Studies*, Third Quarter, pp. 27-50.
- Dunning, J., e Lundan, S. M. (2008), *Multinational Enterprises and The Global Economy*, 2ª edição, Edward Elgar, Cheltenham.
- Fontoura, M. P. (1997), Aspectos Teóricos do Investimento Internacional, in A. Romão., Coord., *Comércio e Investimento Internacional*, ICEP, Lisboa, pp. 37 – 60.
- letto-Gillies, G. (2005), *Transnational Corporations and International Production – Concepts, Theories and Effects*, 1ª edição, Edward Elgar, Cheltenham.
- Knickerbocker, F. (1973), *Oligopolistic Reaction and the Multinational Enterprise*, Boston, MA, Harvard University Press.
- Manheim, J.B., Rich, R.C., Willnat, L. e Brians, C.L. (2008), *Empirical Political Analysis Quantitative and Qualitative Research Methods*, 7ª edição, Longman, London.
- Mucchielli, J-L. (1987), *Multinational Enterprises, International Investments and Transfer of Technology: the Elements of an Integrated Approach*, in A.E. Safarian e G.Y. Bertin,

- Multinationals, Governments and International Technology Transfer, Croom Helm, Londres, pp. 11-32.
- Ricardo, D. (1817), *Princípios de Economia Política e Tributação*, Fundação Calouste Gulbenkian, 2ª edição, Lisboa.
- Silva, J.R. (2005), "A Internacionalização das Empresas Portuguesas: A Experiência Brasileira", *RAE – Edição Especial Minas Gerais*, 45, 102-115.
- Simões, V.C. (1997a), *Estratégias de Internacionalização das Empresas Portuguesas*, in A. Romão, Coord., *Comércio e Investimento Internacional*, ICEP, Lisboa, pp. 377 – 415.
- Simões, V.C. (1997b), *Cooperação e Alianças Estratégicas nos Processos de Internacionalização*, AIP, Lisboa.
- Simões, V.C. e Castro, A. (2000), *A Internacionalização das Empresas Portuguesas: Uma Perspectiva Genérica*, Seminário Económico e GEPE – Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica do Ministério da Economia, Lisboa.
- Vernon, R. (1966), "International Investment and International Trade in the Product Cycle", *Quarterly Journal of Economics*, 80, pp. 190-207.

ANEXOS

Índice de Anexos

Anexo 1 – Mecanismos Nacionais de Apoio à Internacionalização (1998)	81
Anexo 2 – Mecanismos Comunitários de Apoio à Internacionalização no Âmbito do Quadro Comunitário de Apoio (QCA II – 1994-1999) (1998)	83
Anexo 3 – Mecanismos Comunitários de Apoio à Internacionalização – Outras Medidas de Apoio Comunitárias (1998)	87
Anexo 4 – Apoios Financeiros à Internacionalização – Quadro de Referência Estratégico Nacional 2007-2013 (QREN)	89
Anexo 5 – Apoios Financeiros à Internacionalização – Protocolos de Colaboração com Bancos celebrados pela AICEP	91
Anexo 6 – Apoios Financeiros à Internacionalização – Linhas de Crédito: Concessional	93
Anexo 7 – Apoios Financeiros à Internacionalização – Linhas de Crédito: Comercial	95
Anexo 8 – Apoios Financeiros à Internacionalização – Linhas de Crédito Várias	97
Anexo 9 – Apoios Financeiros à Internacionalização – Seguros de Crédito	99
Anexo 10 – Apoios Financeiros à Internacionalização – Apoios Vários	101
Anexo 11 – Apoios Financeiros à Internacionalização – Capital de Risco	103
Anexo 12 – Apoios Financeiros à Internacionalização – Apoio Sectorial	105
Anexo 13 – Novas Medidas que Concretizam a Estratégia de Internacionalização da Economia Portuguesa (2010)	107
Anexo 14 – Inquérito: Internacionalização de Empresas	108
Anexo 15 – Lista Detalhada das Actividades Económicas da Amostra	110

Anexo 1

Mecanismos Nacionais de Apoio à Internacionalização (1998)

Fundos	Fundo para a Internacionalização das Empresas Portuguesas (FIEP)	Fundos de Reestruturação e Internacionalização Empresarial (FRIE)	Fundo para a Cooperação Económica (FCE)		Apoio Oficial à Cobertura de Riscos de Crédito em Operações Externas	
			Bonificação das Taxas de Juro	Incentivos FCE	Seguro de Crédito à Exportação	Seguro de IDPE
Tipos de Projectos	Investimentos promovidos por empresas portuguesas com significativas quotas no mercado interno em indústrias multi-domésticas e com estratégias de crescimento multinacional.	- Concretização de IDE para elevar o valor acrescentado nacional das actividades exportadoras ou instalar estabelecimentos no exterior; - Reforço da competitividade da estrutura económica nacional e da eficiência empresarial: novas empresas e modernização e expansão de unidades produtivas já existentes.	- Constituição de empresas ou subscrição de partes sociais; - Aquisição de empresa ou partes sociais de sociedade estrangeira; - Constituição ou desenvolvimento de actividade sucursal, filial ou agência.	- Acções para favorecer a cooperação económica e empresarial ¹ (estudos, elaboração e divulgação de informação económica e formação profissional).	Operações decorrentes da exportação de bens e serviços, maioritariamente de origem nacional.	- Aplicação de valores (numerário, bens ou serviços) que se destinem a criar ou adquirir empresas ou partes sociais, constituir ou desenvolver actividade de filial, sucursal ou agência; - Rendimentos do investimento a repatriar ou a reinvestir.
Sectores de Actividade	Todos, excepto o financeiro.	Todos.	Todos.	Todos.	Todos.	Todos.
Destinatários	Empresas nacionais e/ou parcerias entre empresas portuguesas e estrangeiras dentro de território nacional.	Empresas portuguesas e/ou as suas filiais no exterior.	Entidades nacionais (pessoas singulares ou colectivas), actuando individualmente ou em conjunto.	Entidades nacionais (pessoas singulares ou colectivas), actuando individualmente ou em conjunto.	Empresas estabelecidas em Portugal e respectivas filiais no estrangeiro.	Investidores portugueses: pessoas singulares ou colectivas.

¹ Países ACP e países elegíveis para os critérios de ajuda ligada, no âmbito do CONSENSUS, da OCDE.

Limites de Investimento/ Cobertura	- Projectos tipo A: Equity Loan - investimento superior a 250 mil contos e inferior a 1 milhão de contos; - Projectos tipo B: Equity Investment – investimento igual ou superior a 1 milhão de contos.	Não apresenta.	Não apresenta.	Não apresenta.	Cobertura normal de 90%, podendo atingir limites mais elevados para grupo seleccionado de países (Mercados-Alvo ² e Mercados de Diversificação de Oportunidades ³).	- Cobertura normal de 95%. - Risco de transferência varia de acordo com a classificação do risco do país (entre 75% e 95%).
Formas de Apoio	- Ambos os projectos: aquisição de uma participação social, com possível acordo de recompra; - Projectos tipo A: bonificação total ou parcial das taxas de juro aplicáveis a parte do financiamento; - Projectos tipo B: aquisição de uma participação social, alienada posteriormente aos accionistas ou outros investidores, em função da sua evolução e do seu valor de mercado.	Intervenção através da aquisição ou reforço de participações temporárias no capital social da empresa.	Bonificação das taxas de juro de financiamento bancário (20% até 60% do valor total de financiamento).	Subsídio a fundo perdido, determinado em função do mérito das iniciativas e dos recursos disponíveis (25 000 contos por acção/ projecto, nem ultrapassar 50% do seu custo total).	Cobertura de riscos de natureza extraordinária e políticos (nacionalização, guerra e motim), catastróficos e de natureza económico/financeira (suspensão ou dificuldade de transferência de divisas).	Cobertura de diversos tipos de risco político, que ameaçam a recuperação do valor do investimento efectuado ou dos lucros entretanto gerados.

FONTE: “Informação de Apoio à Internacionalização das Empresas Portuguesas”, Direcção-Geral das Relações Económicas Internacionais do Ministério da Economia (1998)

² Mercados-Alvo: Arábia Saudita, Irão, Argélia, Israel, Argentina, Namíbia, Austrália, Nova Zelândia, Cabo-Verde, República Checa, Chile, Rússia, Colômbia, Tailândia, Emiratos Árabes Unidos, Turquia, Eslovénia, Uruguai, Hungria, Venezuela, Índia, Zimbabue e Egipto.

³ Mercados de Diversificação de Oportunidades: África do Sul, Brasil, China, Marrocos, México, Polónia e Tunísia.

Anexo 2

Mecanismos Comunitários de Apoio à Internacionalização no Âmbito do Quadro Comunitário de Apoio (QCA II – 1994-1999) (1998)

Fundos	Programa Estratégico de Dinamização e Modernização da Indústria Portuguesa (PEDIP II)				Programa de Apoio à Internacionalização das Empresas Portuguesas (PAIEP – NIDE ⁴)	Programa Especial de Apoio ao Sector Exportador (PEASE)
	Medida 3.3 – Projectos de Inovação e Internacionalização das Estruturas Empresariais	Medida 3.6 – Projectos Estratégicos de Regime Contratual		Medida 4.3 – Internacionalização das Estratégias Empresariais		
		Acção A – Projectos Estratégicos Promovidos por Grandes Empresas	Acção B – Projectos Estratégicos Promovidos por PME			
Tipos de Projectos	Projectos de inovação e internacionalização das estruturas empresariais.	Projectos de inovação e internacionalização com dimensão de elevado montante e que justifiquem um tratamento particular no seu impacto no sistema e nos objectivos da política industrial.	Projectos de inovação e internacionalização com dimensão de elevado montante e que justifiquem um tratamento particular no seu impacto no sistema e nos objectivos da política industrial.	Acções de apoio à divulgação, prospecção e conhecimento de mercados externos.	Projectos de investimento no exterior que necessitem de apoio ao nível de financiamento de capitais próprios e alheios.	Projectos para a penetração das empresas portuguesas em mercados não tradicionais ⁵ , promoção dos produtos em mercados específicos e apoio às empresas especialmente afectadas pela instabilidade cambial e pela crise da ex-URSS.
Sectores de Actividade	Indústrias (CAE 10 a 37).	Indústria (CAE 10 a 37).	Indústria (CAE 10 a 37).	Sectores industriais (CAE 10 a 37).	Todos.	Todos.

⁴ Nide: Novo instrumento de desenvolvimento das exportações portuguesas.

⁵ Mercados não tradicionais: Polónia, Hungria, República Checa, Marrocos, Brasil, África do Sul, Argentina, Chile, Venezuela, Israel e Turquia.

Destinatários	Empresas dos sectores mencionados acima e outras empresas que desenvolvam actividade industrial relevante com projectos no âmbito das CAE 10 a 37.	Grandes Empresas, com um mínimo de 250 trabalhadores e uma facturação anual superior a 40.000.000 ECU, do sector industrial ou que desenvolvam actividade industrial relevante com projectos no âmbito daquelas CAE.	Empresas com menos de 250 trabalhadores e facturação anual máxima de 40.000.000 ECU, do sector industrial ou que desenvolvam actividade industrial relevante com projectos no âmbito daquelas CAE.	Essencialmente, Administração Pública e estruturas associativas em regime de parceria com a Administração Pública.	Empresas ou grupos de empresas nacionais.	Empresas ou grupos de empresas nacionais.
Limites de Investimento/ Cobertura	Mínimo de 100 mil contos e máximo 2.5 milhões de contos, em capital fixo.	Mínimo de 2.500.000 contos em capital fixo.	Mínimo de 2.500.000 contos em capital fixo.	Não estão definidos.	Não apresenta.	Não apresenta.
Formas de Apoio	Bonificação da taxa de juro (até ao máximo de 55%) e atribuição de subsídios a fundo perdido (entre 35% e 45%), calculados em função da Valia Industrial.	Subsídio reembolsável a taxa de juro zero e a fundo perdido, calculado em função da Valia Industrial, cujas taxas máximas são de 80% e 65%, respectivamente, sobre as correspondentes despesas elegíveis, tendo em conta as respectivas normas orientadoras.	Subsídio reembolsável a taxa de juro zero e a fundo perdido, calculado em função da Valia Industrial, taxas máximas de 80% e 65%, respectivamente, sobre as correspondentes despesas elegíveis, de acordo com as respectivas normas orientadoras.	Comparticipação a fundo perdido que poderá atingir os 75% ou 100% das aplicações relevantes, conforme o tipo de projecto e a natureza do destinatário/promotor.	Empréstimo reembolsável à taxa de juro, até ao limite 1/3 das necessidades de capital alheio (as quais poderão assumir, no máximo, 75% do total do investimento).	Linhas de crédito com garantia parcial do Estado. Os seguros de crédito emitidos pela COSEC para estas linhas cobrem 95% do capital e dos juros. As percentagens de financiamento podem ir até aos 100%.

FONTE: "Informação de Apoio à Internacionalização das Empresas Portuguesas", Direcção-Geral das Relações Económicas Internacionais do Ministério da Economia (1998)

Anexo 2 (continuação)

Mecanismos Comunitários de Apoio à Internacionalização no Âmbito do Quadro Comunitário de Apoio (QCA II – 1994-1999) (1998)

Fundos	Programa de Apoio ao Desenvolvimento Internacional das Actividades de Comércio e Serviços (PAIEP II)						Sistema de Incentivos à Modernização da Indústria Têxtil (SIMIT)
	Acção A – Programa de Apoio ao Desenvolvimento Internacional das Actividades de Comércio e Serviços	Acção B – Apoio à Execução de Programas de Marketing Internacional e de Abertura de Escritórios de Representação	Acção C – Apoio a Projectos de Internacionalização	Acção D – Desenvolvimento de Sistemas de Informação	Acção E – Acesso aos Mercados	Acção F – Projectos Integrados de Promoção	Medida 2.2 – Regime de Incentivo a Planos de Modernização Empresarial
Tipos de Projectos	Realização de estudos globais, de auditorias ou de diagnóstico e de estratégia de internacionalização empresarial que sustentem a definição de um plano estratégico integrado e permitam às promotoras adoptar posturas activas na dinamização dos seus negócios, fundamentando as suas decisões de internacionalização.	- Programas anuais de promoção / divulgação dos mercados internacionais e de lançamento de colecções /marcas próprias, acções de adaptação do produto ao mercado (nos domínios do design e da certificação e homologação do produto), - Abertura e arranque de escritórios de representação.	- Constituição de empresas no estrangeiro ou desenvolvimento da sua actividade (estabelecendo “joint-ventures” com parceiros locais); - Lançamento de marcas próprias pelas empresas portuguesas, com base na melhoria do saber fazer nos domínios da qualidade, do design ou da gestão internacional.	Projectos de divulgação da oferta portuguesa nos mercados externos, a divulgação de informação sobre condições e oportunidades de mercados e sobre técnicas de gestão internacional..	Projectos de prospecção ou aprofundamento dos mercados, promoção no exterior de bens e serviços, o reforço da cooperação institucional e o apoio em consultadoria internacional e formas de presença permanente nos mercados.	Projectos de promoção de Portugal, abrangendo as seguintes iniciativas: estudos de mercado/sondagens de opinião, preparação e divulgação de informação, a oferta portuguesa, acções de publicidade, acções de promoção e relações públicas e organização de acções paralelas de natureza cultural ou social.	Projectos de inovação, modernização, internacionalização e racionalização, numa óptica integrada, das estruturas empresariais.
Sectores de Actividade	Todos.	Todos.	Todos.	Todos.	Todos.	Todos.	Indústria têxtil e de confecção, (inseridas nas CAE 17, 181 e 182).

Destinatários	Empresas ou grupos de empresas nacionais.	Empresas ou grupos de empresas nacionais.	Empresas ou grupos de empresas nacionais.	Empresas ou grupos de empresas nacionais, cabendo ao ICEP a iniciativa na formulação e execução dos projectos.	Empresas ou grupos de empresas nacionais, cabendo ao ICEP a iniciativa na formulação e execução dos projectos.	Empresas ou grupos de empresas nacionais, cabendo ao ICEP a iniciativa na formulação e execução dos projectos.	Empresas já constituídas em 01.07.94 (ou criadas depois, desde que o capital seja detido pelas primeiras), inseridas nas CAE referidas acima.
Limites de Investimento/ Cobertura	Não apresenta.	Valor global das empresas igual ou superior a 5.000 contos.	Valor global das empresas igual ou superior a 50.000 contos.	Não apresenta.	Não apresenta.	Não apresenta.	Mínimo de 100.000 contos em capital fixo.
Formas de Apoio	Subsídio a fundo perdido, determinado pela aplicação da taxa de juro de 70% ou 80% sobre o custo inerente à contratação de estudos de diagnóstico e de estratégias de internacionalização elaborados por empresas de consultadoria ou consultores individuais, consoante se trate de candidaturas individuais ou apresentadas por grupos de empresas, até ao limite de 10.000 contos por projecto.	Subsídio a fundo perdido, determinado pela aplicação da taxa de 40% ou 50% sobre o montante das despesas elegíveis, consoante se trate de candidaturas individuais ou apresentadas por grupos de empresas, respectivamente 30.000 ou 40.000 contos em acções de Marketing Internacional e 45.000 ou 55.000 contos para a promoção+escritório de representação (sendo 15.000 contos para os escritórios de representação).	- Empréstimo reembolsável a taxa de juro zero no caso de candidaturas individuais, de montante equivalente a 40% do financiamento em capitais alheios, com um limite máximo de 20.000 contos. Os restantes 60% serão financiados por uma das instituições de crédito integrantes do sistema com um prazo até 6 anos. - Para grupo de empresas, o empréstimo a conceder ascende a 50% do financiamento global até ao limite máximo de 240.000 contos por projecto.	A comparticipação no âmbito das acções de natureza institucional constará de contrato próprio, que fixará as condições e os limites de apoio financeiro a conceder, bem como as iniciativas e despesas elegíveis.	A comparticipação no âmbito das acções de natureza institucional constará de contrato próprio, que fixará as condições e os limites de apoio financeiro a conceder, bem como as iniciativas e despesas elegíveis.	A comparticipação no âmbito das acções de natureza institucional constará de contrato próprio, que fixará as condições e os limites de apoio financeiro a conceder, bem como as iniciativas e despesas elegíveis.	- Somatório do subsídio reembolsável a taxa de juro zero, subsídio a fundo perdido e eventuais bonificações da taxa de juro de empréstimos bancários, não ultrapassando respectivamente 500.000 contos, 250.000 contos e 100.000 contos.

FONTE: "Informação de Apoio à Internacionalização das Empresas Portuguesas", Direcção-Geral das Relações Económicas Internacionais do Ministério da Economia (1998).

Anexo 3

Mecanismos Comunitários de Apoio à Internacionalização – Outras Medidas de Apoio Comunitárias (1998)

Fundos	Programa para as Regiões Fortemente Dependentes das Indústrias Têxteis e Vestuário (RETEX)					Acordos de Cooperação ICEP/CDI	European Community Investment Partners (ECIP)	"Joint-Venture" Phare/Tacis Programme (JOPP)
	Subprograma A – Acesso aos Capitais		Subprograma B – Internacionalização e Promoção da Imagem					
	Medida A1 – Acesso aos Fundos de Reestruturação e Internacionalização Empresarial (FRIE)	Medida A2 – Acesso aos Financiamentos	Medida B1 – Apoio a Programas de Marketing e Design	Medida B2 – Apoio a Projectos de Internacionalização	Medida B3 – Acções Colectivas de Conhecimento de Mercados e Promoção da Imagem			
Tipos de Projectos	Promovam a melhoria da competitividade de empresas industriais, incluindo as integradas nas indústrias têxteis e do vestuário, com actuação coerente nas diversas áreas funcionais.	Promovam a expansão comercial nos mercados externos e adaptação da estratégia de marketing ao mercado alvo, o controlo dos canais de distribuição (constituição de sociedades comerciais no estrangeiro) e o lançamento de marcas próprias.	- Programas anuais de conhecimento e diversificação dos mercados e lançamento de colecções e marcas próprias destinadas aos mesmos; - Reforço da cooperação entre as empresas no programa acima referidos.	Expansão comercial sustentada nos mercados externos e adaptação da estratégia de marketing ao mercado alvo, através: da constituição de sociedades comerciais no estrangeiro, do lançamento de marcas próprias, com base na melhoria do know-how nos domínios da qualidade, do design, do marketing ou da gestão internacional.	Acções colectivas: - melhorar conhecimento dos mercados, através da realização de missões empresariais, - promoção externa de produtos das regiões RETEX (feiras internacionais de comércio, etc.).	Promovam a cooperação industrial das empresas portuguesas nos países ACP (constituição de empresas de capital misto ou de acordos de colaboração, para a transferência de parte produtiva da mão de obra intensiva e equipamento).	Promovam a cooperação económica e financeira dos Estados-Membros da UE com os países elegíveis ⁶ , particularmente sobre a forma de joint-ventures.	Promovam a investimento privado nos PECO e na CEI (Comunidade dos Estados Independentes), através da criação de joint-ventures entre PME'S europeias e parceiros locais no âmbito do programa Phare, ou ainda projectos de investimento directo.
Sectores de Actividade	Todos.	Indústria.	Todos.	Todos.	Todos.	Indústria.	Todos	Todos

⁶ Países em desenvolvimento da Ásia, América Latina, Mediterrâneo e África do Sul.

Território Abrangido	Regiões fortemente dependentes da indústria têxtil e do vestuário.	Regiões fortemente dependentes da indústria têxtil e do vestuário.	Regiões fortemente dependentes da Indústria têxtil e do vestuário.	Regiões fortemente dependentes da indústria têxtil e do vestuário.	Regiões fortemente dependentes da indústria têxtil e do vestuário.	n/a	n/a	n/a
Destinatário	Empresas industriais.	Empresas ou grupos de empresas.	Empresas ou grupos de empresas.	Empresas ou grupos de empresas.	Grupos de empresas, estruturas associativas ou entidades sem fins lucrativos.	Pessoas singulares, empresas ou agrupamentos de empresas individuais.	n/a	PME'S, Câmaras de Comércio, Associações Comerciais e Promotoras de Investimento.
Limites de Investimento	Não apresenta.	Superior a 1.500 contos, em activo fixo.	Não apresenta.	Não apresenta.	Não apresenta.	Não apresenta.	Não apresenta.	Não apresenta.
Apoio	Realização de participações sociais temporárias no capital da sociedade.	Empréstimo reembolsável à taxa de juro zero, de montante igual a um terço do valor do empréstimo total assegurado por instituições de crédito integrantes do sistema, até ao limite máximo de 150.000 contos por projectos e no caso de grupos de empresas com limite de 180.000 contos.	Subsídio a fundo perdido, com participação máxima de 40%, até ao limite de 30.000 contos por projecto para as candidaturas individuais, podendo atingir uma taxa máxima de 50% e um limite de 40.000 contos para as candidaturas apresentadas por um grupo de empresas.	Empréstimo reembolsável à taxa de juro zero, de montante até ao equivalente a 40% do valor do financiamento global necessário, assegurado por instituições de crédito integrantes do sistema, até ao limite máximo de 150.000 contos por projectos e no caso de grupos de empresas com limite de 180.000 contos.	Subsídio a fundo perdido, taxa máxima de 70% sobre as despesas elegíveis para candidaturas apresentadas por grupos de empresas, ascendendo a 75% quando o forem por estruturas associativas ou outras entidades sem fins lucrativos.	- Participação a fundo perdido até 50% das despesas elegíveis, sem limite máximo fixado à partida, - Montante acumulado do total das contribuições para um mesmo projecto/empresa não poderá exceder ECU 300 mil e terá de ser inferior a 20% do investimento total, excepto casos de projectos-piloto.	- Participação a fundo perdido até 50% das despesas elegíveis, com o limite de ECU 250 mil por projecto, - Adiamento sem juros, - Participação no capital joint-venture ou empréstimos a médio prazo ("quase capital"), participação correspondente a 20% do capital da joint-venture, no máximo de ECU 1 milhão.	Comparticipação a fundo perdido até 50% das despesas elegíveis, com o limite de ECU 250 mil, por projecto, - Adiamento sem juros, - Participação no capital joint-venture ou concessão de empréstimos a médio prazo ("quase capital"), sendo a participação correspondente a 20% do capital, no máximo de ECU 2 milhões.

FONTE: "Informação de Apoio à Internacionalização das Empresas Portuguesas", Direcção-Geral das Relações Económicas Internacionais do Ministério da Economia (1998).

Anexo 4

Apoios Financeiros à Internacionalização – Quadro de Referência Estratégico Nacional 2007-2013 (QREN)

Produto	Sistemas de Incentivos		Sistemas de Apoio a Acções Colectivas
	Sistemas de Incentivo à Qualificação e Internacionalização das PME	Sistemas de Incentivos à Inovação	
Objectivo	Projectos de investimento que contribuam para a promoção da competitividade das empresas através do aumento da produtividade, da flexibilidade e da capacidade de resposta e presença activa das PME no mercado global.	Projectos de investimento e inovação produtiva, que contribuam para promover a inovação no tecido empresarial, pelas vias da produção de novos bens, serviços e processos; da internacionalização; da introdução de melhorias tecnológicas; da criação de unidades de produção; do empreendedorismo qualificado e de investimento estruturante em novas áreas com potencial de crescimento.	Complementar sistemas de incentivos orientados para as empresas, visa potenciar os seus resultados com a criação ou melhoria das condições envolventes (associadas aos factores imateriais da competitividade de natureza colectiva), que se materializem na disponibilização de bens públicos, com o objectivo da obtenção de ganhos sociais e da indução de efeitos de arrastamento na economia.
Beneficiários	Empresas, Associações Empresariais, Entidades Públicas e Entidades do Sistema Científico e Tecnológico (SCT).	Empresas portuguesas.	Entidades Públicas (competências específicas em políticas públicas no domínio empresarial), Associações que com aquelas entidades tenham estabelecido parcerias para a prossecução de políticas públicas, Associações Empresariais e Centros Tecnológicos e outras Entidades do Sistema Científico e Tecnológico (SCT).
Descrição	No domínio da promoção internacional: - acções de prospecção e presença em mercados externos (prospecção de mercados, participação em concursos internacionais, em certames internacionais nos mercados externos e acções de promoção e contacto directo com a procura internacional); - acções de promoção e marketing internacional (concepção e elaboração de material promocional e informativo e execução de	No domínio da promoção internacional: - acções de prospecção e presença em mercados externos (prospecção de mercados, participação em concursos internacionais, em certames internacionais nos mercados externos e acções de promoção e contacto directo com a procura internacional); - acções de promoção e marketing internacional (concepção e elaboração de material promocional e informativo e execução de programas de marketing	Tipologias de projecto elegíveis: i) Actividades de promoção, divulgação e imagem internacionais dos sectores, regiões e actividades com relevância para a economia nacional. ii) Informação, observação e vigilância prospectiva e estratégica, incluindo ferramentas de diagnóstico e de avaliação de empresas. iii) Criação e dinamização de redes de suporte às empresas e aos empreendedores. iv) Estudos de novos mercados, tecnologias e

<p>Descrição (cont.)</p>	<p>programas de marketing internacional).</p> <p>Despesa mínima elegível por projecto: € 25.000.</p> <p>Limites de incentivo: a) projectos individuais e de cooperação: €400.000 por projecto. b) projecto conjunto: aplicação da fórmula €180.000 x nº empresas. c) projecto simplificado de inovação: €25.000 por projecto.</p> <p>O apoio traduz-se em incentivos financeiros não reembolsáveis, correspondente a uma taxa base máxima de 40% das despesas elegíveis, a qual poderá ser acrescida de majorações previstas.</p>	<p>internacional).</p> <p>Despesa mínima elegível por projecto: €150.000.</p> <p>Taxa base máxima de incentivo de aplicação às despesas elegíveis: 45%.</p> <p>O apoio traduz-se num incentivo financeiro reembolsável (excepto investimento em formação), sem pagamento de juros ou contra encargos, com um prazo de 6 anos (3 anos de carência) e amortizações em prestações semestrais, iguais ou sucessivas.</p>	<p>oportunidades de inovação.</p> <p>O apoio traduz-se num financiamento não reembolsável, sobre as despesas elegíveis entre os 40% e os 75% (em casos excepcionais e devidamente fundamentados, poderá ser de 85%).</p> <p>Está em curso a implementação da iniciativa “NETINVEST Portugal” (parceria para o investimento e para os mercados com os empresários das Comunidades Portuguesas, objectivos: i) Atração de Investimento Directo das Comunidades Empresariais Portuguesas no mundo para Portugal. ii) Internacionalização e penetração em mercados internacionais, através do fomento e concretização de parcerias com os empresários das Comunidades Empresariais Portuguesas no estrangeiro. iii) Fomento e diversificação das exportações. iv) Criação de uma rede operativa, alicerçada na informação, cooperação empresarial e diplomacia económica/comercial (entrosamento dos empresários das Comunidades Portuguesas no mundo com os empresários residentes em Portugal).</p>
------------------------------	--	--	---

FONTE: Guia Prático: Apoios Financeiros à Internacionalização, AICEP (Fevereiro de 2010).

Anexo 5

Apoios Financeiros à Internacionalização – Protocolos de Colaboração com Bancos celebrados pela AICEP

Produto	Aicep Capital Global / Bank Millennium - Polónia	Banco Popular de Portugal	Banco Santander Totta	Barclays Bank (Portugal)	BES	BPI	BPI / Millennium bcp / Efisa / BES / BANIF / CGD - BERD	CGD	Millennium bcp
Objectivo	Prestação de serviços coordenados às empresas portuguesas que se venham a estabelecer na Polónia, facilitando o desenvolvimento das suas estratégias de internacionalização	Desenvolvimento e concretização de iniciativas e instrumentos que contribuam para a crescente internacionalização das empresas portuguesas, em particular para o aumento das exportações de bens e serviços, para o fomento do investimento empresarial e para o reforço da competitividade e da imagem das empresas nacionais nos mercados externos.	Desenvolvimento de iniciativas e instrumentos que contribuam para a crescente internacionalização das empresas portuguesas, em particular para o aumento das exportações de bens e serviços, para o fomento do investimento empresarial e para o reforço da competitividade e da imagem das empresas nacionais nos mercados externos.	Desenvolvimento e concretização de iniciativas e instrumentos que contribuam para a crescente internacionalização das empresas portuguesas, em particular para o aumento das exportações de bens e serviços, para o fomento do investimento empresarial e para o reforço da competitividade e da imagem das empresas nacionais nos mercados externos.	Desenvolvimento e concretização de iniciativas e instrumentos que contribuam para a crescente internacionalização das empresas portuguesas, em particular para o aumento das exportações de bens e serviços, para o fomento do investimento empresarial e para o reforço da competitividade e da imagem das empresas nacionais nos mercados externos.	Desenvolvimento de iniciativas que dinamizem as exportações e o apoio às empresas exportadoras portuguesas em condições mais favoráveis.	Promoção e realização de sessões de trabalho visando a divulgação de oportunidades de negócios nas áreas geográficas cobertas pelo âmbito de actuação do BERD (Banco Europeu para a Reconstrução e o Desenvolvimento) e das respectivas condições de financiamento de projectos de investimento.	Desenvolvimento e concretização de iniciativas e instrumentos que contribuam para a crescente internacionalização das empresas portuguesas, em particular para o aumento das exportações de bens e serviços, para o fomento do investimento empresarial e para o reforço da competitividade e da imagem das empresas nacionais nos mercados externos.	Desenvolvimento de iniciativas que dinamizem as exportações e o apoio às empresas exportadoras portuguesas em condições mais favoráveis.
Beneficiários	Empresas Portuguesas Potencialmente Investidoras na Polónia.	Empresas Portuguesas Exportadoras e Investidoras.	Empresas Portuguesas Exportadoras e Investidoras.	Empresas Portuguesas Exportadoras e Investidoras.	Empresas Portuguesas Exportadoras e Investidoras.	Empresas Portuguesas Exportadoras.	Empresas Portuguesas.	Empresas Portuguesas Exportadoras e Investidoras.	Empresas Portuguesas Exportadoras.

<p>Descrição</p>	<p>Áreas de Colaboração: 1 – Informação: troca sistemática de informação sobre o mercado da Polónia e países vizinhos, colaboração e/ou realização de acções de sensibilização e formação; 2 – Financeira: i) Possibilidade de concessão de financiamento reembolsável de médio / longo prazo, até ao limite máximo de 80% do valor total do investimento. ii) Abertura de linhas de crédito para suprir necessidades de curto prazo e acesso a serviços e produtos financeiros disponibilizados pelo Bank Millennium.</p>	<p>Áreas de Colaboração: 1 – Acções de Capacitação Empresarial e Informação às Empresas; 2 – Acções de Promoção da Imagem de Portugal e das Marcas, Bens e Serviços nos Mercados Externos; 3 – Acções de Extroversão e Mobilização das Empresas Portuguesas; 4 – Instrumentos Financeiros e Serviços Bancários de Apoio ao Comércio Externo, Investimento e à Internacionalização das Empresas exportadoras e/ou com projectos de investimento aprovados pela aicep Portugal Global, no âmbito do QREN.</p>	<p>Áreas de Colaboração: 1 – Acções de Capacitação Empresarial e Informação às Empresas; 2 – Acções de Promoção da Imagem de Portugal e das Marcas, Bens e Serviços Portugueses nos Mercados Externos; 3 – Acções de Extroversão e Mobilização das Empresas Portuguesas; 4 – Instrumentos Financeiros e Produtos/Serviços Bancários de Apoio ao Negócio Internacional para Empresas Exportadoras e/ou com Projectos de Investimento Aprovados pela aicep Portugal Global, no âmbito do QREN.</p>	<p>Áreas de Colaboração: 1 – Acções de Capacitação Empresarial e Informação às Empresas; 2 – Acções de Promoção da Imagem de Portugal, das Marcas, Bens e Serviços Portugueses nos Mercados Externos; 3 – Acções de Extroversão e Mobilização das Empresas Portuguesas; 4 – Desenvolvimento de Instrumentos Financeiros e Produtos/Serviços Bancários de Apoio ao Comércio Externo, ao Investimento e à Internacionalização das Empresas.</p>	<p>Áreas de Colaboração: 1 – Acções de Capacitação Empresarial e Informação às Empresas; 2 – Acções de Promoção da Imagem de Portugal, das Marcas, Bens e Serviços Portugueses nos Mercados Externos; 3 – Acções de Extroversão e Mobilização das Empresas Portuguesas; 4 – Instrumentos Financeiros e Produtos/Serviços Bancários às Empresas.</p>	<p>BPI Exportação produtos e serviços criados para responder às necessidades das empresas exportadoras: 1 -Linha de Financiamento de Médio Prazo a PME Exportadoras; 2 - Lançamento de um prémio anual que distingue as melhores exportadoras; 3 - Realização de acções promocionais nos mercados prioritários; 4 – Financiamientos para apoio à exportação, acções de promoção comercial no exterior; 5 – Linha Angola Express: exportações para Angola.</p>	<p>1 - Sessões de Trabalho: divulgação de oportunidades de negócio; 2 – Bancos envolvidos apoiam na facilitação de obtenção de financiamento junto dos parceiros do BERD em Portugal (bancos), em condições mais vantajosas; 3 - as empresas têm à disposição um canal privilegiado de acesso a informações sobre oportunidades de negócio na área geográfica de intervenção do BERD.</p>	<p>Áreas de Colaboração: 1 – Parcerias em Iniciativas Dirigidas às Empresas Portuguesas, ligadas ao comércio externo e ao investimento; 2 – Intercâmbio e Divulgação de Informação; 3 – Colaboração entre as Redes da CGD e da aicep Portugal Global nos Mercados Externos; 4 – Desenv. de Instrumentos Financeiros de Apoio ao Comércio Externo, ao Investimento e à Internacionalização de Empresas. remessas e cartas de crédito.</p>	<p>Centro de Competências Especializado – o “Millennium Trade Solutions”: 1 – Gestão de Pagamentos e Recebimentos; 2 – Gestão Financeira; 3 – Gestão do Risco; 4 – Oferta Multi-doméstica; 5 - “Plataforma Internacional de Negócios (PIN)”: serviço de apoio às empresas em processo de internacionalização em países onde o Banco está presente.</p>
------------------	--	---	--	---	---	---	---	--	--

FONTE: Guia Prático: Apoios Financeiros à Internacionalização, AICEP (Fevereiro de 2010).

Anexo 6

Apóios Financeiros à Internacionalização – Linhas de Crédito: Concessional

Produto	Marrocos – 400 Milhões de EUR	Tunísia – 100 Milhões de EUR	China – 300 Milhões de EUR	Moçambique – 200 Milhões de EUR	Cabo Verde – 200 Milhões de EUR	Cabo Verde – 100 Milhões de EUR	Angola – 100 Milhões de EUR	São Tomé e Príncipe – 50 Milhões de EUR	Timor-Leste – 100 Milhões de EUR
Objectivo	Aprofundar a cooperação bilateral, entre Portugal e o Reino de Marrocos, através do reforço das parcerias empresariais no desenvolvimento de projectos de interesse comum.	Aprofundar a cooperação bilateral, entre Portugal e a República da Tunísia, através do reforço das parcerias empresariais no desenvolvimento de projectos de interesse comum.	Aprofundar a cooperação bilateral, entre Portugal e a República Popular da China, através do reforço das parcerias empresariais no desenvolvimento de projectos de interesse comum.	Aprofundar a cooperação bilateral, entre Portugal e a República de Moçambique, através do reforço das parcerias empresariais no desenvolvimento de projectos de interesse comum.	Aprofundar a cooperação bilateral, entre Portugal e a República de Cabo Verde, através do reforço das parcerias empresariais no desenvolvimento de projectos de interesse comum.	Aprofundar a cooperação pelo reforço de parcerias empresariais no desenvolvimento de projectos de investimento nas áreas das energias renováveis, conservação do ambiente e mobilização de água.	Aprofundar a cooperação bilateral, entre Portugal e a República de Angola, através do reforço das parcerias empresariais no desenvolvimento de projectos de interesse comum.	Aprofundar a cooperação bilateral, entre Portugal e a República Democrática de São Tomé e Príncipe, através do reforço das parcerias empresariais no desenvolvimento de projectos de interesse comum.	Reforçar laços históricos e aprofundar a cooperação bilateral entre os dois países, através do reforço das parcerias empresariais na concretização de projectos de interesse comum.
Beneficiários	Empresas Portuguesas (beneficiários finais Empresas Públicas Marroquinas, Sector Público Marroquino e Empresas Privadas Marroquinas ou Luso-marroquinas)	Empresas Portuguesas (beneficiários finais: Entidades Privadas Tunisinas ou Luso-tunisinas, Empresas Públicas Tunisinas Sector Público Administrativo Tunisino).	Empresas Portuguesas (beneficiários finais: Entidades Chinesas que irão contratar fornecedores portugueses, com garantia do Estado Chinês).	Empresas Portuguesas (beneficiários finais: Entidades Moçambicanas que irão contratar fornecedores portugueses, com garantia do Estado Português).	Empresas Portuguesas (beneficiários finais: Entidades Cabo-verdianas que irão contratar fornecedores portugueses, com garantia do Estado Português) .	Empresas Portuguesas (beneficiários finais: Entidades Cabo-verdianas que irão contratar fornecedores portugueses, com garantia do Estado Português).	Empresas Portuguesas (beneficiários finais: Entidades Angolanas que irão contratar fornecedores portugueses, com garantia do Estado Português).	Empresas Portuguesas (beneficiários finais: Entidades São-tomenses que irão contratar fornecedores portugueses, com garantia do Estado Português).	Empresas Portuguesas (beneficiários finais: Entidades Timorenses que irão contratar fornecedores portugueses, com garantia do Estado Português).

<p>Descrição</p>	<p>São enquadráveis: - exportação de serviços, ou simultaneamente, de bens e serviços; - exportação de bens de equipamento e intermédios considerados necessários ao desenvolvimento dos projectos de interesse comum e despesas locais relativas às operações referidas, até um máximo de 20% do valor do contrato entre o exportador e o importador.</p>	<p>São enquadráveis: - exportação de bens de equipamento e intermédios considerados necessários ao desenvolvimento de projectos de interesse comum; - operações de exportação de serviços, ou simultaneamente, de bens e serviços até um máximo de 15% do valor do contrato entre o exportador e o importador.</p>	<p>São enquadráveis: - exportação de bens de equipamento e intermédios considerados necessários ao desenvolvimento de projectos de interesse comum, - exportação de serviços, ou simultaneamente, de bens e serviços, até um máximo de 30% do valor do contrato entre o exportador e o importador.</p>	<p>São enquadráveis: - exportação de bens de equipamento e serviços, incluindo seguros e outro tipo de serviços (se incluídos no preço contratual), indispensáveis à execução dos projectos de investimento em infra-estruturas e obras públicas, - Sectores prioritários: infra-estruturas, transportes e comunicações, saúde; educação e formação de capital humano.</p>	<p>São enquadráveis: - exportação de bens de equipamento e serviços indispensáveis à execução dos projectos de investimento em infra-estruturas e obras públicas.</p>	<p>São enquadráveis: - exportação de bens e serviços (designadamente materiais, bens de equipamento, seguros e transferência de "know-how", desde que incluídos no preço contratual) indispensáveis à execução dos projectos.</p>	<p>São enquadráveis: - exportação de bens de equipamento e serviços indispensáveis à execução dos projectos de investimento em infra-estruturas e obras públicas.</p>	<p>São enquadráveis: - exportação de bens e serviços indispensáveis à execução dos projectos de investimento integrados no Programa de Investimento Público de São Tomé e Príncipe e enquadráveis na Linha (que tem um prazo de 30 anos).</p>	<p>São enquadráveis: - exportação de bens e serviços ou a participação de empresas portuguesas (sem prejuízo da componente local associada), indispensáveis à execução dos projectos de investimento integrados no Programa de Investimentos Públicos de Timor-Leste e enquadráveis na Linha (que deverá ter um prazo bastante alargado, provavelmente idêntico ou similar ao das Linhas em vigor para os PALOP).</p>
------------------	--	--	--	--	---	---	---	---	---

FONTE: Guia Prático: Apoios Financeiros à Internacionalização, AICEP (Fevereiro de 2010).

Anexo 7

Apoios Financeiros à Internacionalização – Linhas de Crédito: Comercial

Produto	Rússia – 200 Milhões EUR	Moçambique – 300 Milhões de EUR	República Dominicana – 100 Milhões EUR	CGD e BEI / PME e Outras Oportunidades – 175 Milhões EUR	CGD e BEI / Midcap – 100 Milhões EUR
Objectivo	Aprofundar o relacionamento comercial entre Portugal e a Federação Russa, através do reforço das exportações portuguesas destinadas a este mercado.	Aprofundar o relacionamento comercial entre Portugal e a República de Moçambique, através da criação de uma Linha de Crédito Comercial destinada a financiar projectos de investimento público em infra-estruturas em Moçambique, com a participação de empresas portuguesas.	Aprofundar o relacionamento comercial entre Portugal e a República Dominicana, através do reforço das exportações portuguesas destinadas a este mercado.	Contribuir para a melhoria da competitividade empresarial, através da criação de uma Linha de Crédito especial, concebida em parceria com o Banco Europeu de Investimento (BEI) para financiamento de projectos de desenvolvimento da actividade das PME, em Portugal e na União Europeia e de outras entidades com projectos em Portugal.	Contribuir para a melhoria da competitividade empresarial, através da criação de uma Linha de Crédito especial, concebida em parceria com o Banco Europeu de Investimento (BEI) e visando o financiamento de projectos de desenvolvimento da actividade de empresas de média capitalização, em Portugal e Espanha.
Beneficiários	Empresas Exportadoras Portuguesas, sendo os beneficiários finais importadores Russos que irão contratar fornecedores portugueses e concretizarão as operações a financiar ao abrigo da Linha.	Empresas Portuguesas, sendo os beneficiários finais o Estado Moçambicano ou Entidades Públicas por ele indicadas (Ministérios, Institutos Públicos ou Empresas Públicas) que irão contratar fornecedores portugueses e concretizarão os projectos a financiar ao abrigo da Linha.	Empresas Exportadoras Portuguesas, sendo os beneficiários finais os importadores da Rep. Dominicana que irão contratar fornecedores portugueses e concretizarão as operações a financiar ao abrigo da Linha.	PME Portuguesas (conceito – até 250 empregados). Outras Entidades, incluindo Municípios.	Empresas Portuguesas “Midcap” (de média capitalização) com um máximo de 3.000 empregados
Descrição	São enquadráveis: - exportação de bens de capital, equipamentos industriais ou de transporte, máquinas, construção de infra-estruturas e obras públicas, bem como serviços e projectos de engenharia associados, ou bens intermédios e/ou bens de consumo corrente como materiais de construção,	São enquadráveis: - exportação de materiais, equipamentos e serviços (sem prejuízo da componente local associada), incluindo seguros e outro tipo de serviços (se incluídos no preço contratual), indispensáveis à execução dos projectos de investimento público em infra-estruturas em Moçambique, priorizados e seleccionados pelo Estado Moçambicano	São enquadráveis: - de exportação de bens de capital, equipamentos industriais ou de transporte, máquinas, construção de infraestruturas e obras públicas, bem como serviços e projectos de engenharia associados, ou bens intermédios e/ou bens de consumo corrente como	São enquadráveis: - os projectos de investimento de PME, em Portugal ou noutros países da UE que necessitem de financiamento bancário de médio e longo prazo, para a modernização, inovação, desenvolvimento, expansão e internacionalização das suas actividades (envolvendo	São enquadráveis: - os projectos de investimento de empresas “Midcap”, em Portugal e em Espanha que necessitem de financiamento bancário de médio e longo prazo, para o desenvolvimento das suas actividades em áreas / sectores estratégicos da economia portuguesa. - investimentos enquadráveis

<p>Descrição (cont.)</p>	<p>bens alimentares, calçado ou têxteis (sendo possível a incorporação de até 40% de componente estrangeira).</p> <p>i) Bens Intermédios e de Consumo: até 100% do valor do contrato comercial entre o exportador português e o importador russo, num mínimo de 30.000 Euros (ou o seu contravalor em USD).</p> <p>ii) Bens de Capital e/ou Serviços: até 85% do valor de cada contrato comercial, a formalizar entre o exportador e o importador, num mínimo de 100.000 Euros (ou o seu contravalor em USD).</p> <p>- Prazo dos Financiamentos: até 2 anos, para bens de consumo e intermédios e até 10 anos, para bens de capital e/ou serviços.</p> <p>- Utilização: até 14 de Abril de 2013.</p>	<p>para efeitos de enquadramento na Linha.</p> <p>- Projectos Elegíveis:</p> <p>- investimento público com intervenção de empresas portuguesas, nas seguintes áreas: construção e reabilitação de estradas e pontes; de infra-estruturas sociais (nomeadamente nas áreas da Saúde e Educação); de infra-estruturas ferroviárias, portuárias e aeroportuárias; produção, transporte e distribuição de energia e águas; fornecimento de equipamentos; novas tecnologias de informação e comunicação; inovação e investigação científica e tecnológica e formação de capital humano.</p> <p>- Validade e Vigência da Linha: o prazo de imputação de projectos na Linha será de 2 anos a contar da data da sua entrada em vigor (8 de Setembro de 2009), podendo ser renovado por acordo escritos entre as partes.</p> <p>- Período de Utilização: até 3 anos, para cada operação de financiamento, contados desde a data da entrada em vigor do respectivo contrato.</p>	<p>materiais de construção, bens alimentares, calçado ou têxteis, de origem portuguesa (sendo possível a incorporação de até 40% de componente estrangeira).</p> <p>i) Bens Intermédios e de Consumo: até 100% do valor do contrato comercial entre o exportador português e o importador local, num mínimo de 100.000 Euros (ou o seu contravalor em USD).</p> <p>ii) Bens de Capital e/ou Serviços: até 85% do valor de cada contrato comercial, a formalizar entre o exportador português e o importador local, num mínimo de 500.000 Euros (ou o seu contravalor em USD).</p> <p>- Prazo dos Financiamentos: até 2 anos, para bens de consumo e intermédios e até 10 anos, para bens de capital e/ou serviços.</p> <p>- Utilização: a definir.</p>	<p>investimento em activo fixo corpóreo, I&D, desenvolvimento de redes de distribuição nos mercados nacionais e estrangeiros na UE).</p> <p>- projectos promovidos por Outras Entidades, que tenham em vista a economia de energia, protecção do ambiente, energias renováveis, ou I&D ou inovação, bem como projectos promovidos por autarquias locais, empresas municipais ou empresas concessionárias de serviços e obras municipais.</p> <p>Principais Condições da Linha:</p> <p>- Localização dos Investimentos/Projectos: Portugal e países da União Europeia.</p> <p>- Áreas dos Investimentos/Projectos: no domínio da indústria, do comércio, do turismo e dos serviços afins, da saúde, da educação, da protecção do ambiente e da economia de energia.</p> <p>- Período de Imputação à Linha: por regra, até 7 anos.</p> <p>- Montante Máximo do Investimento: 25 Milhões de Euros.</p>	<p>envolvem a componente internacionalização, a qual, pressupõe, sempre, investimento em activo fixo corpóreo e, eventualmente, algum incorpóreo (ex. patentes), em Espanha.</p> <p>Principais Condições da Linha:</p> <p>- Localização dos Investimentos /Projectos: Portugal e Espanha.</p> <p>- Áreas dos Investimentos/ Sectores: educação, indústria, energias renováveis, saúde, investigação e desenvolvimento e inovação.</p> <p>- Natureza dos Projectos: investigação, desenvolvimento e inovação; investimentos inovadores a jusante (produtos e processos); criação e divulgação de tecnologias de informação e comunicação (TIC); educação e formação; saúde; melhoria da sustentabilidade ambiental.</p> <p>- Período de Imputação à Linha: por regra, até 14 anos.</p> <p>- Montante Mínimo do Investimento: 40 Mil Euros (em geral, superior a 25 Milhões de Euros).</p> <p>- Montante Máximo do Investimento: 50 Milhões de Euros.</p>
------------------------------	--	---	--	---	---

FONTE: Guia Prático: Apoios Financeiros à Internacionalização, AICEP (Fevereiro de 2010).

Anexo 8
Apoios Financeiros à Internacionalização – Linhas de Crédito Várias

Produto	Créditos ao Importador para o Apoio à Exportação Portuguesa / CGD	Linha PME Investe II / QREN – 1.000 Milhões de EUR	Linha PME Investe III / QREN – 2.000 Milhões de EUR	Linha PME Investe IV / QREN – 1.000 Milhões de EUR
Objectivo	Aumentar as exportações portuguesas de bens de equipamento e/ou serviços para mercados emergentes e para países em vias de desenvolvimento, através do financiamento via modalidade “Crédito ao Importador”.	Criar condições para que as PME possam aceder a crédito bancário em condições mais favoráveis, dinamizando o apoio a projectos de investimento que contribuam para o desenvolvimento da sua actividade, através da definição de um instrumento designado por “Linha de Crédito PME Investe II / QREN”, o qual envolve Bancos e o Sistema Nacional de Garantia Mútua.	Criar condições para que as empresas, em particular as PME, possam aceder a crédito bancário em condições mais favoráveis e, desta forma, promover a manutenção de empregos, o crescimento económico pela via do investimento e da exportação e fazer face ao agravamento da crise financeira internacional.	Criar condições para que as empresas, em particular as PME, possam aceder a crédito bancário em condições mais favoráveis e, desta forma, promover a manutenção de empregos, o crescimento económico pela via do investimento e da exportação e fazer face ao agravamento da crise financeira internacional.
Beneficiários	Empresas Portuguesas Exportadoras de determinados sectores.	PME: - Noção da Recomendação 2003/361CE da Comissão Europeia. - Certificadas pela Declaração Electrónica do IAPMEI. - Localizadas nas Regiões do Continente. - Sem dívidas à Administração Fiscal ou à Segurança Social. - Que não tenham beneficiado de financiamento ao abrigo da anterior Linha de Crédito PME Investe / QREN (750 Milhões de Euros).	Empresas localizadas nas Regiões do Continente (excepto no caso do Turismo) que desenvolvam actividades da lista de CAE's definida pela Entidade Gestora da Linha, com situação regularizada junto da banca, da Administração Fiscal e da Segurança Social, do IAPMEI, do Turismo de Portugal, do IEFP e das SGM e que cumpram as condicionantes estipuladas por Linha Específica.	Empresas localizadas nas Regiões do Continente que desenvolvam actividades da lista de CAE's a definir pela Entidade Gestora da Linha, com situação regularizada junto da banca, da Administração Fiscal e da Segurança Social, bem como de qualquer das partes protocoladas (IAPMEI, PME Investimentos, FINOVA e SGM) e que cumpram as condicionantes estipuladas por Linha Específica, não podendo apresentar mais que uma candidatura a esta Linha.
Descrição	São enquadráveis: - exportação de bens de equipamento e/ou serviços, sendo concedidos financiamentos de médio / longo prazo aos importadores locais. Principais Características deste	Do montante global da Linha de Crédito, são criadas três Linhas de Crédito Específicas: - Sector do Comércio: 200 Milhões €. - Sector da Restauração: 50 Milhões €. - Outros Sectores Elegíveis: 750 Milhões €.	Do montante global da Linha de Crédito, são criadas quatro Linhas de Crédito Específicas para: - Sectores Exportadores – até 500 Milhões €. - Sector Automóvel (incl. componentes e moldes) – até 200 Milhões €.	Do montante global da Linha de Crédito originalmente de 400 Milhões de Euros, foram criadas duas Linhas de Crédito Específicas: Sectores Exportadores – até 200 Milhões €. Micro e Pequenas Empresas – até 200

<p>Descrição (cont.)</p>	<p>“Produto”/Condições de Financiamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bens de Equipamento/Serviços Cobertos: máquinas e equipamentos; construção e reparação naval e aeronáutica; empreitadas de construção civil e obras públicas; empreendimentos na modalidade “chave na mão”; estudos e projectos e assistência técnica. - Mercados-Alvo: BRIC’s (Brasil, Rússia, Índia e China); outros mercados emergentes e países em vias de desenvolvimento (a analisar casuisticamente). - Montante de Financiamento: até 85% do valor do contrato comercial a celebrar entre o exportador (empresa portuguesa) e o importador + 100% do valor do prémio de seguro da COSEC (Companhia de Seguro de Créditos, S.A.). - Utilização: os fundos são disponibilizados directamente ao exportador português e creditados na sua conta na CGD, contra entrega ao Mutuante dos documentos previstos para este efeito, nomeadamente facturas emitidas pelo exportador e visadas pelo Mutuário, acompanhadas do respectivo pedido de utilização do financiamento. - Prazo: poderá ir até aos 10 anos (analisado casuisticamente). 	<p>Principais Características da Linha/Condições de Financiamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prazo de Vigência: até 6 meses após abertura da Linha, extensível por mais 6 meses, caso a mesma não se esgote nesse prazo. - Operações Elegíveis: empréstimos de médio e longo prazo – financiamento do investimento novo em activos fixos (corpóreos e/ou incorpóreos) e aumento de fundo de maneio associado ao incremento da actividade, limitado a 30% do valor total da operação (35% no Sector do Comércio). São excluídos os financiamentos para aquisição de terrenos, imóveis, viaturas e bens em estado de uso. - Investimento Elegível em Internacionalização – Projectos de: <ul style="list-style-type: none"> ☐ Marketing Internacional. ☐ Investimento Directo Português no Exterior (de natureza Produtiva). - Financiamento Máximo por Empresa: <ul style="list-style-type: none"> ☐ Comércio – 300.000 €, para empresas com estatuto de PME Líder e 250.000 €, para as outras PME. ☐ Restauração – 200.000 €. ☐ Outros Sectores de Actividade Elegíveis – 1.000.000 €, para empresas com estatuto de PME Líder e 750.000 €, para as outras PME. - Prazos das Operações (a contar da data do contrato): até 5 anos para empresas PME Líder e até 4 anos, para as outras PME. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sector do Turismo – até 500 Milhões €. Micro e Pequenas Empresas – até 800 Milhões € (400 M€ + 200 M€ - 1º reforço + 200 M€ - 2º reforço). <p>Quanto às Condições Gerais da Linha, para além das comuns à Linha de Crédito PME Investe II, destacam-se:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) Operações Elegíveis: financiamento para investimento novo em activos fixos corpóreos/incorpóreos ou reforço do fundo de maneio/capitais permanentes, de acordo com as condições definidas para cada Linha. ii) Operações Não Elegíveis: de reestruturação financeira e/ou consolidação de crédito vivo; de substituição directa ou indirecta e ainda que em condições diversas, de créditos anteriores; de aquisição de activos financeiros, terrenos, imóveis, viaturas e bens em estado de uso e operações financeiras destinadas a actividades relacionadas com a exportação para países terceiros e Estados-Membros, nomeadamente a criação/funcionamento de redes de distribuição. <p>Sectores Exportadores – até 500 Milhões € (dotação específica para o Têxtil, Vestuário e Calçado – 100 Milhões €)</p> <p>Sector Automóvel (incluindo componentes e moldes) – até 200 Milhões €</p> <p>Sector do Turismo – até 500 Milhões €</p>	<p>Milhões €.</p> <p>O reforço de 600 Milhões de Euros ao montante global desta Linha, decidido em Setembro de 2009, será aplicado de acordo com o grau de utilização de cada uma das duas Linhas Específicas. O valor global da Linha PME Investe IV é, actualmente, de 1.000 Milhões de Euros. Condições Gerais da Linha, para além das comuns à Linha de Crédito PME Investe III (por sua vez, idênticas às da PME Investe II), destacam-se:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) Prazo de Vigência: até 6 meses após a abertura da Linha, sendo este prazo extensível por mais 6 meses, caso a mesma não se esgote no primeiro prazo. ii) Operações Elegíveis: investimento novo em activos fixos corpóreos/incorpóreos ou ao reforço do fundo de maneio ou dos capitais permanentes, de acordo com as condições especificadas para cada Linha. iii) Operações Não Elegíveis: reestruturação financeira e/ou consolidação de crédito vivo; aquisição de activos financeiros, terrenos, imóveis, viaturas e bens em estado de uso e operações que se destinem a actividades relacionadas com a exportação para países terceiros e Estados-Membros, nomeadamente a criação e o funcionamento de redes de distribuição.
--------------------------	---	--	---	--

FONTE: Guia Prático: Apoios Financeiros à Internacionalização, AICEP (Fevereiro de 2010).

Anexo 9

Apoios Financeiros à Internacionalização – Seguros de Crédito

Produto	COSEC			Convenção Portugal-Angola - 1.000 Milhões de EUR	Seguros de Crédito – Protocolos CGD com Entidades Multilaterais	Linha de Apoio ao Crédito Comercial das Empresas		
	Seguros de Crédito à Exportação	Seguros de Crédito à Exportação com Garantia do Estado	Seguro de Investimento Português no Estrangeiro			Seguro de Créditos à Exportação para Países da OCDE com Garantia do Estado – 1.000 Milhões EUR	Seguro de Créditos à Exportação para Países OCDE com Garantia do Estado / Facilidade OCDE II - 1.000 Milhões EUR	Seguro de Créditos à Exportação para Países Fora da OCDE, Turquia e México, com Garantia do Estado - 1.000 Milhões EUR
Objectivos	Modalidade de seguro que tem por finalidade cobrir os riscos de não pagamento nas vendas a crédito de bens e / ou na prestação de serviços, efectuadas no estrangeiro.	Soluções para a cobertura de riscos políticos e extraordinários (actos do Governo do país do importador, dificuldades de transferência, guerras, revoluções, anexações e eventos catastróficos).	Instrumento da política de internacionalização concedido pela COSEC (garantia do Estado Português) para cobrir os prejuízos causados por riscos a que os investimentos no estrangeiro estão expostos.	Desenvolvimento e reforço das relações de cooperação económica com a República de Angola, através da cobertura de riscos de crédito à exportação de bens de equipamento.	Modalidade de seguro com a finalidade de cobrir riscos de não pagamento nas vendas a crédito de bens e serviços, efectuadas no estrangeiro.	Dinamizar as exportações portuguesas para países da OCDE, minimizando os efeitos da crise financeira e económica internacional.	Dinamizar as exportações portuguesas para países da OCDE, minimizando os efeitos da crise financeira e económica internacional.	Dinamizar as exportações para mercados emergentes que têm registado maior crescimento nos últimos anos, minimizando os efeitos da crise internacional.
Beneficiários	Empresas que vendem a crédito nos mercados externos.	Empresas Exportadoras, Instituições de Crédito financiadoras de operações de exportação de bens e serviços nacionais, Importadores, Instituições de Crédito Internacionais.	Pessoas Colectivas; Pessoas Singulares de nacionalidade portuguesa, desde que associadas a pessoas colectivas com investimentos seguros e Instituições de Crédito com sede em Portugal.	Empresas Portuguesas Exportadoras.	Instituições de Crédito financiadoras de operações de exportação de bens e serviços nacionais e Empresas Exportadoras Portuguesas.	Empresas Exportadoras (em especial PME certificadas pelo IAPMEI), tomadoras de apólices de seguro de créditos, sem dívidas perante o Estado.	Empresas Portuguesas (em especial PME certificadas pelo IAPMEI), tomadoras de apólices de seguro de créditos, sem dívidas perante o Estado.	Empresas Portuguesas Exportadoras que necessitem de cobertura de crédito e não tenham dívidas perante a Administração Fiscal e a Segurança Social.

<p>Descrição</p>	<p>O apoio traduz-se: - emissão de apólice de seguro de créditos mediante a qual, o exportador poderá cobrir os riscos associados à empresa importadora (riscos comerciais) ou ao país de importação (riscos políticos), quer ocorram na fase de preparação da encomenda, quer após a sua expedição. - percentagem de cobertura pode ir até 90% do crédito garantido no mercado externo. - seguro oferece outras vantagens/ serviços adicionais: apoio ao crescimento pelo estudo de novos clientes/mercados externos, alavanca para aumentar o volume de vendas, etc.</p>	<p>Seguro de Créditos à Exportação: em operação individualizada de exportação de bens/serviços, cobre os riscos de incumprimento do importador estabelecido num país considerado de risco político. A % de cobertura para mercados prioritários (definidos pelo Governo – África do Sul, Brasil, China, Marrocos, México, Polónia, Tunísia e Rússia) e operações a C/ prazo é de 98%; para M/L prazos é de 99% e para os outros mercados, em operações de C/M/L prazos é de 95%. Seguro de Créditos Financeiros: destina-se a instituições de crédito que financiam a exportação de bens e serviços nacionais.</p>	<p>O apoio traduz-se: - emissão de um seguro que cobre riscos políticos associados a investimentos no exterior: 1 – Cobertura Geográfica: todos os mercados (preferencialmente, fora da área da OCDE). 2 – Objectivo do Investimento Seguro: constituição de empresa; aquisição total ou parcial de empresa já criada; abertura de sucursal, agência, escritório de representação ou estabelecimento. 3 – Tipo de Investimento Seguro: capital investido, rendimentos a reinvestir e/ou a repatriar decorrentes do investimento, 4 – Requisitos do Investimento Seguro: ser novo e ter carácter de continuidade.</p>	<p>São enquadráveis: - operações de exportação de bens de equipamento e serviços de M/L prazo, com cobertura da COSEC, S.A. Montante máximo é de 1.000 Milhões de Euros. São elegíveis Bens de Equipamento e Serviços: máquinas e equipamentos, construção e reparações naval e aeronáutica, empreitadas de construção civil e obras públicas, , estudos, consultoria de projectos e assistência técnica.</p>	<p>O apoio traduz-se: - emissão de seguro que cobre riscos políticos e extraordinários, associados a operações de comércio internacional, em mercados de elevado risco-país. A CGD tem Protocolos celebrados com Entidades Multilaterais de Financiamento para o apoio a operações de comércio internacional, tendo em vista a cobertura do risco-país. Instrumentos Garantia: cobertura do risco político e de crédito dos bancos ordenadores.</p>	<p>Linha de Seguro de Créditos para cobertura de riscos comerciais de operações de exportação com um período de crédito até 2 anos, abrangendo todos os países da OCDE (excepto Portugal). Condições de acesso: - Operações Elegíveis: i) Cobertura de transacções comerciais a crédito para clientes noutros países da OCDE envolvendo a exportação de bens e serviços, com incorporação nacional. ii) Período de crédito até 2 anos. - Prazo: até 31 de Dezembro de 2010 ou até ao esgotamento da Linha.</p>	<p>Linha de Seguro de Créditos com cobertura de riscos comerciais de exportações para um período de crédito até 180 dias, para países da OCDE, cuja cobertura tenha sido recusada pelas Seguradoras, por razões de risco. Condições de acesso: - Operações Elegíveis: i) Cobertura de transacções comerciais a crédito para clientes noutros países da OCDE para os quais tenha sido atribuída garantia nula, excluindo os que estejam em situação de falência. - Prazo da Linha: até 31 de Dezembro de 2010. - Duração: desde a data da emissão das Garantias e até 31 de Dezembro de 2009, prorrogável por 1 ano, por acordo das Partes.</p>	<p>Linha de Seguro de Créditos à Exportação para a cobertura de riscos de crédito de natureza comercial e política de operações de exportação de bens e serviços, com incorporação nacional, abrangendo todos os países fora da OCDE, bem como a Turquia e o México. Condições de acesso: - Operações Elegíveis: i) Exportação de bens e serviços, com incorporação nacional. ii) Período de crédito até 2 anos. iii) Montante mínimo de cada operação de exportação – 20.000€. - Condições de Cobertura pelo Seguro: i) Percentagem de cobertura – 98% do crédito facturado.</p>
------------------	--	--	--	---	---	--	--	---

FONTE: Guia Prático: Apoios Financeiros à Internacionalização, AICEP (Fevereiro de 2010).

Anexo 10
Apoios Financeiros à Internacionalização – Apoios Vários

Produto	PME Consolida – Programa de Apoio às PME – 400 Milhões EUR	Linha de Apoio à Internacionalização de Patentes - 500 Milhões de EUR	Benefícios Fiscais à Internacionalização	Garantia Mútua
Objectivo	Mobilizar recursos para promover a capitalização e facilitar a reestruturação / redimensionamento das empresas e das suas condições de liquidez, melhorando o acesso a instrumentos de financiamento para reforço da estrutura de capitais, em particular das PME.	Visa apoiar as estratégias de internacionalização e de expansão para novos mercados das tecnologias nacionais e de patentes criadas em Portugal, em particular por PME, através do incentivo financeiro aos pedidos de registo de patentes pelas vias europeia e internacional.	Visa a concessão de benefícios fiscais contratuais, condicionados e temporários a empresas portuguesas que promovam projectos de internacionalização: de investimento directo português no estrangeiro (de natureza produtiva), susceptíveis de contribuir positivamente para os resultados das promotoras e para o desenvolvimento estratégico da economia nacional.	Este sistema privado, de cariz mutualista, de apoio às PME visa facilitar o seu acesso ao crédito e promover a melhoria das suas condições de financiamento, traduzindo-se na prestação de garantias financeiras que facilitam a obtenção de crédito em condições adequadas às respectivas necessidades de investimento e ao seu ciclo de actividade, podendo, em simultâneo, prestar às empresas um apoio de “consultoria” na escolha das soluções de financiamento e até na análise de situações de investimento.
Beneficiários	Empresas Portuguesas, especialmente PME (definição comunitária).	Empresas, Instituições Sem Fins Lucrativos (que desenvolvam actividades de investigação) e Inventores Individuais.	Empresas Portuguesas com projectos de internacionalização envolvendo um investimento em aplicações relevantes (despesas elegíveis de montante igual ou superior a 250.000 Euros e realizados até 31 de Dezembro de 2020).	PME (definição Comissão Europeia), incluindo Empresários em Nome Individual e Micro-Empresas, cuja CAE pertença aos seguintes sectores: Indústria, Comércio, Serviços, Construção, Turismo e Transportes.
Descrição	Programa tem 3 instrumentos de apoio ao reforço do financiamento: i) <u>Fundo Autónomo de Apoio à Concentração e Consolidação de Empresas (FACCE)</u> -175 Milhões €, visa incentivar o redimensionamento de PME, através de mecanismos de fusão e aquisição, em Portugal e no estrangeiro – co-financiamento de operações de reestruturação, concentração e consolidação de empresas, associações em participação ou outras formas de	Abrange os seguintes tipos de pedidos de patente: i) Pedidos de Patente Europeia apresentados no INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial). ii) Pedidos de Patente Europeia apresentados no Instituto Europeu de Patentes, reivindicando a prioridade de um pedido de patente portuguesa. iii) Pedidos de Patente Internacionais (PCT) apresentados no INPI. iv) Pedidos de Patente Internacionais (PCT) apresentados na Organização	Benefícios fiscais consistem num crédito de imposto, correspondente a 10% (taxa base do incentivo) das aplicações relevantes do projecto relacionadas com: i) Criação de sucursais ou outros estabelecimentos estáveis no estrangeiro. ii) Aquisição de participações em sociedades não residentes ou criação de sociedades no estrangeiro, desde que a participação directa seja, no mínimo, de 25% do capital social. iii) Campanhas plurianuais de promoção em mercados externos, tais como as de lançamento ou promoção de bens, serviços ou marcas,	O apoio traduz-se na emissão de garantias e na prestação de serviços conexos que permitem contornar o obstáculo da dimensão das PME na sua expansão e no acesso ao crédito junto do sistema financeiro e do mercado de capitais: 1 – Garantias a Empréstimos de C/M/L prazo, de acordo com as necessidades específicas de cada empresa. 2 – Garantias Financeiras de bom cumprimento a fornecedores (ex. em contratos de leasing, factoring e similares). 3 – Garantias Técnicas no âmbito do bom cumprimento contratual e da boa execução

<p>Descrição (cont.)</p>	<p>parcerias industriais e comerciais estáveis. O co-financiamento dos projectos pelo Fundo não pode ultrapassar o menor dos seguintes limites: - montante correspondente a 40% das necessidades de financiamento da operação ou do projecto de investimento e; - máximo de 10 Milhões de Euros.</p> <p><u>ii) Fundo Imobiliário Especial de Apoio às Empresas (FIEAE)-100 Milhões €</u>, visa promover o acesso à liquidez por parte de PME economicamente viáveis, mas com problemas de natureza financeira, alienando parte dos seus activos imobiliários ao novo Fundo, ficando como arrendatários e recebendo recursos financeiros para a sua exploração e desenvolvimento das respectivas actividades.</p> <p><u>iii) Reforço do Capital de Risco-125 Milhões €</u>, pretende-se reforçar o financiamento dos capitais próprios das empresas exportadoras e de base tecnológica, bem como das empresas do sector do turismo que necessitam de financiamento para expansão da sua actividade e modernização ou lançamento de novas unidades.</p>	<p>Mundial da Propriedade Intelectual, reivindicando prioridade de um pedido de patente portuguesa. Montante dos Apoios: i) Empresas com Estatuto de PME – 80% das despesas elegíveis. ii) Empresas sem Estatuto de PME: 50% das despesas elegíveis. iii) Instituições Sem Fins Lucrativos (que desenvolvam tarefas de investigação): 75% das despesas elegíveis. iv) Inventores Individuais: 70% das despesas elegíveis.</p> <p>Limite Máximo de Incentivo por Candidatura: € 8.000.</p> <p>Prazo de Apresentação de Candidaturas à LAIP: de 11 de Setembro a 11 de Dezembro de 2009, podendo terminar em data anterior se for atingido o limite da dotação orçamental da LAIP (€ 500.000, susceptível de reforço) para 2009.</p> <p>O apoio traduz-se em incentivo financeiro não reembolsável, correspondente a uma taxa base sobre as despesas elegíveis variável por tipo de entidade beneficiária, a qual poderá ser acrescida das majorações previstas.</p>	<p>incluindo as realizadas com feiras, exposições e outras manifestações análogas com carácter internacional (previsão de concessão automática da dedução do crédito de imposto).</p> <p>Concessão do Benefício: por via contratual, com período de vigência até 5 anos a contar da data da conclusão do projecto de investimento.</p> <p>Limite Anual do Apoio: dedução até 25% do valor da colecta não podendo ultrapassar, em relação a cada sociedade e por cada exercício, o limite de 25% da colecta da empresa que realizou as despesas de investimento, com o limite de € 1.000.000. Possibilidade de reporte até 5 anos.</p>	<p>técnica (ex. concursos públicos). 4 – Garantias ao Estado de bom cumprimento exigidas pela Administração Pública central ou local. 5 – Garantias a Sistemas de Incentivos requeridas no âmbito dos programas públicos, nomeadamente que beneficiam de ajudas comunitárias como o QREN. 6 – Garantias a Operações Especiais de Crédito, nomeadamente empréstimos obrigacionistas. 7 – Apoio Especializado na escolha de soluções financeiras e na montagem e contratação de operações.</p> <p>Montantes Garantidos: em regra, até ao máximo de 75% do financiamento, sendo o mais frequente, 50% do valor das operações. Nas garantias técnicas, pode chegar aos 100%.</p> <p>Vantagens para a Empresa: dispor de um mecanismo que lhe permite obter, rapidamente, as garantias solicitadas, aceder a financiamentos por prazos mais adequados às suas necessidades e a custos mais reduzidos, evitar alocar partes do seu património (ou dos sócios) à garantia de financiamentos bancários aumentando a sua capacidade de endividamento e dispor de apoio especializado no estudo das soluções ideais de financiamento.</p>
------------------------------	---	--	---	---

FONTE: Guia Prático: Apoios Financeiros à Internacionalização, AICEP (Fevereiro de 2010).

Anexo 11

Apóios Financeiros à Internacionalização – Capital de Risco

Produto	Capital de Risco			Financiamentos, Garantias e Capital de Risco - SOFID
	Capital de Risco / SRC	aicep Capital Global	Inovcapital	
Objectivos	Financiar projectos de arranque, expansão, modernização, inovação, internacionalização, aquisição de um negócio e reestruturação/reforço da capitalização das empresas e de desenvolvimento, através da gestão de Fundos de Capital de Risco.	Promoção de investimentos de consolidação do tecido económico, nomeadamente projectos sustentáveis de expansão e operações de reestruturação e concentração de empresas vocacionadas para o mercado externo, com especial destaque para as PME.	Inovcapital é vocacionada para o apoio às PME e aos empreendedores e visa o desenvolvimento e cumprimento dos objectivos do Plano Tecnológico e para o crescimento sustentado da economia nacional, através da promoção do empreendedorismo e da participação proactiva no capital das empresas inovadoras, em particular "start-ups".	Contribuir para o progresso sustentável de países em desenvolvimento, em articulação com os objectivos e a estratégia do Estado Português em matéria de economia, cooperação e ajuda pública ao desenvolvimento, através da prática de operações financeiras diversificadas.
Beneficiários	Empresas Nacionais.	Empresas (actividade com dimensão de internacionalização por via da exportação de bens e serviços e/ou da concretização de operações de IDE). São também consideradas as oportunidades de investimento de empresas nacionais ou em território nacional que tenham projectos considerados estruturantes ou intensivos em inovação tecnológica e conhecimento.	PME e Empreendedores Nacionais.	Empresas Privadas e do Sector Público, desde que geridas numa óptica comercial (Empresas Locais e Internacionais + Grandes Empresas + PME), com projectos de investimento em Países em Vias de Desenvolvimento, nomeadamente os que são beneficiários da Ajuda Pública ao Desenvolvimento (APD) portuguesa.
Descrição	O apoio traduz-se: - reforço da estrutura financeira das empresas através da participação temporária (no caso de start-ups pode chegar a 80% ou 90% do respectivo capital) de uma Sociedade de Capital de Risco (SCR) ou de um dos Fundos de Capital de Risco por ela geridos (FCR), no capital das empresas, via subscrição	Ao contrário de outras formas de financiamento esta pretende adequar-se às necessidades de cada projecto/ empresa, podendo prever a estruturação de operações combinadas, nomeadamente de subscrição de capital e prestação de suprimentos ou subscrição de obrigações.	O apoio traduz-se: - reforço da estrutura financeira das empresas através da participação temporária no capital das empresas, via subscrição de um aumento de capital e/ou aquisição de participação, tornando-se a SCR sócia ou accionista das financiadas e participando de modo directo nos riscos do negócio.	Instituição Financeira de Crédito (IFIC) vocacionada para a promoção do desenvolvimento, através do apoio a projectos de investimento directo português em PVD's. O apoio traduz-se: - disponibilização de um conjunto de produtos e serviços que proporcionam um apoio financeiro e de consultoria especializada, em regime de sindicância, através de:

<p>Descrição (cont.)</p>	<p>de um aumento de capital e / ou aquisição de participação, tornando-se, conseqüentemente, sócia ou accionista das financiadas e participando de modo directo nos riscos do negócio. A SCR presta assistência: - na gestão financeira, técnica, administrativa e comercial das participadas. - pode realizar estudos técnico-económicos de viabilidade de empresas ou de novos projectos de investimento, das condições e modalidades de financiamento, etc. Destacam-se 2 formas de intervenção do CR: participação no capital social de empresas e intervenção ao nível dos suprimentos. Via de regra, a % de participação, no caso de PME, situa-se no limiar do controlo (49% ou 50%) e tem uma duração média de 5 anos. Para os projectos capturem o interesse das SCR o retorno do investimento (participação no capital / suprimentos) deve rondar os 15% ao ano. Vantagens do Capital de Risco para as PME: aceder a capitais permanentes ajustados às suas necessidades, reforçar a sua estrutura financeira, sinalizar a credibilidade da empresa e aumentar a sua força negocial junto de instituições financeiras e outras, equilibrar os capitais próprios “versus” capitais alheios.</p>	<p>Por outro lado e a título indicativo, a participação da aicep Capital Global, S.A. poderá assumir um prazo entre 3 a 7 anos, sendo que no final do mesmo, procurará desinvestir nas melhores condições e no sentido da obtenção de uma mais valia, a qual dependerá em grande medida do sucesso da empresa a médio prazo.</p>	<p>Posicionamento: um parceiro activo de negócios para a promoção da inovação e internacionalização das PME. Visão: ser reconhecida como uma SCR inovadora e com um papel relevante para a economia portuguesa com um nível de resposta e de apoio que ultrapasse as melhores expectativas das empresas que a procuram. Prioridades de Actuação: a Inovcapital e os fundos por si geridos vão investir o seu património em sociedades com elevado potencial de crescimento e valorização, em especial “start-ups” inovadoras ou projectos que visem estratégias empresariais competitivas em mercados globalizados, contribuindo assim, para o cumprimento dos objectivos do Plano Tecnológico. Área de Negócio: desenvolvida de forma abrangente mas estruturada em torno de 3 áreas: “start-ups” de cariz inovador, projectos de expansão em mercados globalizados e Programa FINICIA (www.fincia.pt), com o apoio a “start-ups” universitárias e a micro-operações de capital de risco (em articulação com os Gabinetes do Plano Tecnológico). Política de Investimentos (Sectores): Tecnologias de Informação e de Comunicação, Biotecnologia, Aquacultura, Electrónica e em empresas dos sectores tradicionais que apresentem características inovadoras.</p>	<p>1 – Concessão de Empréstimos/Operações de Crédito. 2 – Prestação de Garantias Bancárias. 3 – Acesso a Linhas de Crédito. 4 – Participações Sociais (Capital de Risco) e Equity Loan. 5 – Project Finance. 6 – Outros Instrumentos Financeiros Tailor Made. Vocação: assumir um papel, perante as empresas, catalizador de esforços, informações, fontes de financiamento, de minimização de risco e, ainda, de know-how especializado na montagem de operações, dentro de uma lógica de complementaridade. Sectores: relevantes para o desenvolvimento sustentado, estruturantes das economias de destino e que correspondam aos interesses da economia e empresas portuguesas e enquadrados no âmbito das iniciativas do Milénio, NEPAD (“New Partnership for Africa’s Development”) e “Clusters” da Cooperação Portuguesa. Projectos: são elegíveis os projectos que contribuam para o desenvolvimento sustentado e que sejam: economicamente viáveis, socialmente equilibrados, ambientalmente amistosos e financeiramente rentáveis. Países Privilegiados: os lusófonos beneficiários da Ajuda Pública ao Desenvolvimento (Angola, C. Verde, Guiné Bissau, Moçambique, S. Tomé e Príncipe e Timor Leste), os países do Magrebe (Argélia, Líbia, Marrocos e Tunísia) e ainda, o Brasil, a China, a Índia e a África do Sul.</p>
--------------------------	--	--	---	---

FONTE: Guia Prático: Apoios Financeiros à Internacionalização, AICEP (Fevereiro de 2010).

Anexo 12

Apoios Financeiros à Internacionalização – Apoio Sectorial

Produto	Apoio ao Sector Agrícola				Apoio à Promoção Externa de Vinhos - IVV	
	Restituições à Exportação	Acções de Informação e Promoção de Produtos Agrícolas	Linha de Crédito Bonificada ao Sector Agrícola, Pecuário, Florestal e Agro-Indústrias – 150 Milhões EUR	Linha de Crédito Bonificada ao Sector Agrícola e Pecuário – 50 Milhões de EUR	Apoio à Promoção do Vinho e Produtos Vínicos no Mercado Interno	Apoio à Promoção de Vinhos em Mercados de Países Terceiros
Objectivo	Mecanismo de compensação financeira para permitir aos Exportadores comunitários escoar determinados produtos agrícolas e agrícolas transformados para países terceiros, tornando-os mais competitivos no mercado mundial e assegurando a competitividade externa da produção comunitária.	Promover as vantagens dos Produtos Comunitários em termos de qualidade, higiene, segurança dos géneros alimentícios, nutrição, rotulagem, etiquetagem, bem estar dos animais e respeito pelo ambiente e promover a imagem destes produtos junto dos consumidores no Mercado Interno e em Países Terceiros e proporcionar o reforço ou a abertura de novos mercados.	Dinamizar a actividade económica das PME do sector agrícola, pecuário e do sector florestal e das agro-indústrias, com vista à promoção do reforço da sua competitividade e da sua capacidade de exportação, criando condições para que possam aceder a crédito bancário em condições mais favoráveis, através de uma Linha de Crédito Bonificada.	Dinamizar a actividade económica das PME do sector agrícola e pecuário, para promoção do reforço da sua competitividade e da sua capacidade de exportação, criando condições para que possam aceder a crédito bancário em condições mais favoráveis, através de uma Linha de Crédito Bonificada, no âmbito do quadro comunitário temporário relativo às medidas de apoio estatal.	Apoiar a competitividade do sector vitivinícola nacional, em especial a promoção do vinho e produtos vínicos no Mercado Interno, através da realização de acções de valorização da imagem e da qualidade dos vinhos e produtos vínicos obtidos no território nacional e de informação e educação sobre o consumo de bebidas alcoólicas do sector vitivinícola.	Melhorar a competitividade dos vinhos portugueses em Países Terceiros visando reforçar a sua presença e penetração nestes mercados e incrementar o valor acrescentado gerado pelas exportações, posicionando-as em segmentos de preço médio, médio/alto e alto.
Beneficiários	Agentes Económicos que na “Declaração de Exportação” (DU / Documento Único), ou no “Certificado de Exportação”, constem como Exportadores.	Organizações Profissionais ou Interprofissionais Representativas do Sector ou Sectores em causa.	PME que: - Operem num dos sectores referidos. - Registadas e licenciadas para o exercício das actividades. - Não tenham dívidas perante a Administração Fiscal ou a Segurança Social.	PME que: - Operem no sector agrícola e/ou pecuário. - Registadas para o exercício das actividades. - Não tenham dívidas perante a Administração Fiscal ou a Segurança Social.	Organizações Interprofissionais e Profissionais do Sector do Vinho.	Empresas e Organizações de Produtores (reconhecidas na OCM do Vinho); Associações e Organizações Profissionais e Interprofissionais do Sector; Organismos Públicos (directamente relacionados com o sector do Vinho).

<p>Descrição</p>	<p>As "Taxas de Restituição" relativas a cada sector são fixadas, em Euros, pela Comissão e publicadas no Jornal Oficial das Comunidades Europeias tal como os produtos que dela beneficiam. O benefício para os exportadores traduz-se numa "restituição" de determinados montantes que visam compensar o exportador da diferença entre os preços comunitários (em geral mais elevados) e os preços do mercado mundial, no âmbito das suas operações de exportação, de modo a tornar os produtos agrícolas mais concorrenciais e, cujo valor, é calculado casuisticamente.</p>	<p>Apoio a Acções de Informação e Promoção dos Produtos Agrícolas da UE no Mercado Interno e Acções de Informação e Promoção dos Produtos Agrícolas Comunitários Fora da UE (Países Terceiros elegíveis são: África do Sul; Antiga República Jugoslava da Macedónia; Austrália e Nova Zelândia; Bósnia-Herzegovina; Bulgária; China; Coreia do Sul; Croácia; Índia; Japão; Noruega; Roménia; Rússia; Sérvia e Montenegro, Suíça; Turquia; Ucrânia; Norte de África; América do Norte; América Latina; Sudoeste Asiático e Próximo e Médio Oriente. Acções Elegíveis: relações públicas, promoção e publicidade; participação em feiras/exposições internacionais e acções de informação.</p>	<p>O montante global da Linha de Crédito tem a seguinte repartição: Sector Agrícola e Pecuário: 25 Milhões €. Sector Florestal e Agro-Indústrias: 125 Milhões €.</p> <p>- Operações Elegíveis: financiamento de operações para a realização de investimento em activos fixos corpóreos ou incorpóreos e reforço do fundo de maneio necessário ao desenvolvimento da actividade e liquidar dívidas junto da banca, ou de fornecedores de factores de produção, incluindo bens de investimento, que tenham sido contraídas no exercício da actividade.</p> <p>- Montante Máximo do Crédito por Empresa:</p> <p>i) Sector Agrícola e Pecuário: até € 200.000,00.</p> <p>ii) Sector Florestal e Agro-Indústrias: até € 1.500.000,00.</p> <p>- Forma do Apoio: bonificação de juros das operações de crédito enquadradas.</p>	<p>- Operações Elegíveis: financiamento de operações para a realização de investimento em activos fixos corpóreos ou incorpóreos e reforço do fundo de maneio necessário ao desenvolvimento da actividade e liquidar dívidas junto da banca, ou de fornecedores de factores de produção, incluindo bens de investimento, que tenham sido contraídas no exercício</p> <p>- Forma do Apoio: bonificação de juros das operações de crédito enquadradas.</p> <p>- Montante Individual do Auxílio por PME: expresso em termos de equivalente subvenção bruto, durante qualquer período de 3 exercícios financeiros, não pode ultrapassar o limite de € 15.000, fixados no regime de minimis no quadro comunitário temporário relativo às medidas de apoio estatal.</p>	<p>Apoio às seguintes tipologias de acções em dois Eixos:</p> <p>Eixo n.º 1 – "Promoção Genérica" a vinhos e produtos vînicos de origem nacional:</p> <p>i) Relações públicas, promoção ou publicidade</p> <p>ii) Participação em eventos, feiras ou exposições.</p> <p>iii) Estudos de mercado e de informação,</p> <p>iv) Formação sobre a apresentação de vinhos, técnicas de comercialização e novas formas de consumo.</p> <p>Eixo n.º 2 – "Informação / Educação" sobre vinhos e produtos vînicos independentemente da sua origem e cobre acções de:</p> <p>i) Informação e educação que promovam o consumo moderado de bebidas do sector vitivinícola.</p> <p>ii) Divulgação da estratégia comunitária para a redução dos malefícios relacionados com o consumo de álcool.</p> <p>Duração Máxima dos Programas: 3 anos para 2010 mas por regra, 1 ano.</p> <p>O apoio traduz-se num incentivo financeiro não reembolsável.</p>	<p>Apoio às seguintes medidas:</p> <p>i) Estudos de mercado e de avaliação dos resultados das acções de promoção.</p> <p>ii) Acções de relações públicas, promoção ou publicidade,</p> <p>iii) Participação em eventos, feiras ou exposições de relevância internacional.</p> <p>Duração Máxima dos Projectos: 3 anos (a contar da data da 1ª despesa elegível).</p> <p>Mercados-Alvo Prioritários:</p> <p>- Mercados actuais com forte potencial (Grupo I): EUA, Canadá e Brasil.</p> <p>- Mercados com potencial a explorar (Grupo II): Angola e Suíça.</p> <p>- Mercados emergentes (Grupo III): China, Japão, Rússia, México e Nova Zelândia (os dois últimos mercados, apenas para vinhos com a Denominação de Origem «Porto»).</p> <p>Despesas Elegíveis: todas as directamente relacionadas com a execução das medidas.</p> <p>O apoio traduz-se num incentivo financeiro não reembolsável.</p>
------------------	---	--	--	---	---	--

FONTE: Guia Prático: Apoios Financeiros à Internacionalização, AICEP (Fevereiro de 2010).

Anexo 13

Novas Medidas que Concretizam a Estratégia de Internacionalização da Economia Portuguesa (2010)

Produto	Novas Medidas que Concretizam a Estratégia de Internacionalização da Economia (2010)
Objectivo	Definir uma estratégia de recuperação económica sustentada visando estimular o aumento da competitividade e da capacidade produtiva nacional, incentivando o crescimento económico no médio prazo, promovendo a renovação da base produtiva e reduzindo o défice externo, através do crescimento da actividade exportadora, do aumento das exportações de maior valor acrescentado e da conquista de novos mercados externos.
Beneficiários	Empresas Portuguesas Exportadoras e Investidoras (em Portugal e/ou no Estrangeiro).
Descrição	<p>O Governo identificou 7 Medidas (em vias de implementação) que concretizam a estratégia prosseguida de internacionalização da economia e de aumento das exportações, bem como de captação de investimento estrangeiro modernizador tendo em vista a recuperação económica:</p> <p>1 – Criar, durante o 1.º trimestre de 2010, um novo Fundo, no montante de 250 Milhões de Euros, para Apoiar Operações de Desenvolvimento das PME Portuguesas em Mercados Internacionais, nomeadamente operações de capital.</p> <p>2 – Criar, durante o 1.º trimestre de 2010, o Programa INOV-Export, para Apoiar a Inserção (numa primeira fase, 500) de Jovens Quadros Profissionais Especializados em Comércio Internacional em PME Nacionais Exportadoras ou Potencialmente Exportadoras, designadamente através de estágios profissionais remunerados dirigidos a jovens licenciados e do apoio à contratação de jovens licenciados e de desempregados qualificados.</p> <p>3 – Criar, durante o 1.º trimestre de 2010, 14 Lojas de Exportação em Portugal, enquadradas na rede de agências do IAPMEI (Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação) e em articulação com a Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E.P.E. (AICEP), especialmente vocacionadas para fornecer apoio técnico às empresas exportadoras ou potencialmente exportadoras.</p> <p>4 – Criar o Conselho para a Promoção da Internacionalização, composto por representantes das associações empresariais, capaz de intermediar, dinamizar e promover processos exportadores significativos junto das empresas nacionais e alicerçados no conhecimento, no reforço da cadeia de valor das empresas, no redimensionamento empresarial, na qualificação e na inovação.</p> <p>Este Conselho já se encontra em funções, tendo ficado definidas, por Resolução do Conselho de Ministros n.º 3/2010, de 19 de Janeiro, as respectivas competências e composição.</p> <p>5 – Criar uma Estrutura Interministerial para a Internacionalização que execute as prioridades estratégicas para a internacionalização da economia nacional, bem como os adequados instrumentos de implementação e que articule a actuação dos principais organismos do Estado envolvidos na internacionalização.</p> <p>6 – Promover, em sede de Proposta de Lei que Aprova o Orçamento do Estado para 2010, a Submeter à Assembleia da República, o Reforço do Sistema de Benefícios Fiscais ao Investimento e à Internacionalização.</p> <p>7 – Criar uma Rede de Altos Quadros Portugueses de Empresas no Exterior, articulando-a com a diplomacia económica e a AICEP, tendo em vista detectar, criar e apoiar a concretização de oportunidades de investimento em Portugal ou de internacionalização de empresas portuguesas.</p> <p>Candidaturas – junto de entidades a identificar oportunamente, em relação a cada Medida e sempre que se justifique (para efeitos de financiamento).</p>

FONTE: Guia Prático: Apoios Financeiros à Internacionalização, AICEP (Fevereiro de 2010).

Anexo 14 - Inquérito – Internacionalização de Empresas

Identificação e Caracterização da Empresa

Empresa: _____ Ano de Constituição: _____

CAE: _____ Sector: _____ Capital Social (€): _____

Distrito: _____ Responsável pelo preenchimento do inquérito: _____

Cargo: _____ E-mail: _____

Quantos trabalhadores possui actualmente a empresa?

- <10 10-25 25-50 50-100 >100

Em que consiste a actividade internacional da empresa?

- Exportação Investimento Directo Ambos Outras

Caracterização do Perfil de Exportação

(Responda a este grupo, se a actividade internacional da empresa abrange a exportação. Senão avance para o grupo "Caracterização do Perfil de Investimento Internacional")

Há quanto tempo a empresa desenvolve actividade exportadora?

- <2 anos 2 a 5 anos 5 a 10 anos >10 anos Não sabe/Não responde

Caracterize a actividade exportadora da empresa?

- Exporta regularmente, com peso significativo nas receitas da empresa;
 Exporta ocasionalmente, sem peso significativo nas receitas da empresa.

Em 2007, qual o peso das exportações na facturação da empresa:

- <5% 5%-10% 10%-25% 25%-50% 50%-75% >75%

Actualmente, que tipo de presença tem a empresa nos mercados para onde exporta?

- Agente Rede de Agentes Rede de distribuidores Filial/Secursal
 Abordagem directa ao cliente Rede de distribuição própria Outra: _____

Indique os 3 principais países para onde exporta actualmente?

- 1º _____
2º _____
3º _____

De futuro, quais serão os 3 principais países para implementar a actividade exportadora da empresa?

- 1º _____
2º _____
3º _____

Caracterização do Perfil de Investimento Internacional

(Responda a este grupo se a actividade internacional da empresa inclui investimento directo no exterior (IDE). Senão avance para o grupo "Caracterização do Processo de Internacionalização")

Há quanto tempo iniciou o investimento directo no exterior?

- <2 anos 2 a 5 anos 5 a 10 anos >10 anos Não sabe/Não responde

Que tipo de investimento directo no exterior efectua a empresa? (Pode assinalar mais de uma opção)

- Construção de unidades produtivas Infra-Estruturas logísticas Infra-Estruturas comerciais
 Aquisição de participações sociais Outra: _____

Os investimentos foram realizados com:

- Parceiro local Parceiro nacional Parceiro de outro país Individualmente

Em 2007, qual o peso dos investimentos realizados no exterior na facturação da empresa:

- <5% 5%-10% 10%-25% 25%-50% 50%-75% >75% Não sabe

Indique os 3 principais países onde a empresa investe actualmente?

- 1º _____
2º _____
3º _____

Indique os 3 países onde a empresa detém mais activos?

- 1º _____
2º _____
3º _____

Indique os países por distribuição de receita?

- 1º _____
2º _____
3º _____

De futuro, quais serão os 3 países-alvo para a empresa a nível de investimento?

- 1º _____
2º _____
3º _____

Formas preferenciais de abordagem aos países-alvo:

- Participação em missões empresariais Participação em feiras Deslocação e contacto directo

Caracterização do Processo de Internacionalização

Principais motivos para a internacionalização:

- Aumento de quota de mercado Notoriedade e reconhecimento no mercado nacional
 Procura de recursos Outro: _____

Principais entraves ao processo de internacionalização:

- Falta de informação Aspectos burocráticos Língua Falta de incentivos Outro: _____

No decorrer da actividade internacional com que entidades teve interacção, nos últimos dois anos?

- AICEP IAPMEI Embaixadas/Consulados Câmaras de Comércio
 Associações Empresariais/Comerciais Nenhuma entidade Outra: _____

Apoios que considera importantes no processo de internacionalização:

- Consultadoria Acções de formação/Seminários Missões empresariais
 Encontros empresariais em Portugal Encontros empresariais no exterior
 Informação sobre aspectos burocráticos Informação sobre apoios financeiros
 Informação sobre mercados Externos Informação sobre sistemas de incentivos

Como avalia a sua experiência de internacionalização?

- Muito Boa Boa Satisfatória Insatisfatória Sem opinião

Deseja receber as conclusões deste estudo?

- Sim Não

Obrigado pela sua colaboração!

Anexo 15
Lista Detalhada das Actividades Económicas da Amostra

CAE	Percentagem	Frequência
Agricultura, produção animal, caça, florestas e pesca	1,5	68
Agricultura, produção animal, caça e actividades dos serviços relacionados	1,4	60
Silvicultura e exploração florestal	0	2
Pesca e aquicultura	0,1	6
Indústrias extractivas	0,8	36
Extracção e preparação de minérios metálicos	0	2
Outras indústrias extractivas	0,8	34
Indústrias transformadoras	68,9	3050
Indústrias alimentares	4,1	183
Indústria das bebidas	3,3	148
Indústria do tabaco	0	2
Fabricação de têxteis	5,9	259
Indústria do vestuário	9,3	411
Indústria do couro e dos produtos do couro	4,4	196
Indústria da madeira e cortiça (excepto mobiliário)	3,8	167
Fabricação de pasta, de papel, de cartão e seus artigos	0,8	34
Impressão e reprodução de suportes gravados	0,9	38
Fabricação de coque, produtos petrolíferos refinados e aglomerados de combustíveis	0	1
Fabricação de produtos químicos e de fibras sintéticas ou artificiais, excepto produtos farmacêuticos	2	87
Fabricação de produtos farmacêuticos de base e de preparações farmacêuticas	0,6	28
Fabricação de artigos de borracha e de matérias plásticas	3,4	152
Fabrico de produtos minerais não metálicos	6,1	268
Indústrias metalúrgicas de base	1,1	47
Fabricação de produtos metálicos, excepto máquinas e equipamentos	8,2	362
Fabricação de equipamentos informáticos, equipamentos para comunicações e produtos electrónicos e ópticos	0,8	37
Fabricação de equipamento eléctrico	1,8	79
Fabricação de máquinas e de equipamentos, n.e.	3,9	173
Fabricação de veículos automóveis, reboques, semi-reboques e componentes para veículos automóveis	1,5	66
Fabricação de equipamentos de transporte	0,7	29
Fabrico de mobiliário e de colchões	4	179
Outras indústrias transformadoras	2,1	94
Reparação, manutenção e instalação de máquinas e equipamentos	0,2	10
Electricidade, gás, vapor, água quente e fria e ar frio	0	1
Electricidade, gás, vapor, água quente e fria e ar frio	0	1
Captação, tratamento e distribuição de água; saneamento, gestão de resíduos e despoluição	0,40	20
Captação, tratamento e distribuição de águas	0	2
Recolha, tratamento e eliminação de resíduos; valorização de materiais	0,4	18
Construção	0,80	33
Promoção imobiliária (desenvolvimento de projectos de edifícios);	0,2	7

construção de edifícios		
Engenharia civil	0,2	7
Actividades especializadas de construção	0,4	19
Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos	24,1	1066
Comércio, manutenção e reparação, de veículos automóveis e motociclos	0,8	37
Comércio por grosso (inclui agentes), excepto veículos automóveis e motociclos	20,5	909
Comércio a retalho, excepto veículos automóveis e motociclos	2,7	120
Transportes e armazenagem	0,1	5
Transportes terrestres e transportes por oleodutos ou gasodutos	0,1	3
Armazenagem e actividades auxiliares de transportes (inclui manuseamento)	0	1
Actividades postais e de courier	0	1
Alojamento, restauração e similares	0	2
Alojamento	0	1
Restauração e similares	0	1
Actividades de informação e de comunicação	1,3	57
Actividades de edição	0,7	29
Actividades cinematográficas, de vídeo, de produção de programas de televisão, de gravação de som e de edição de música	0,1	4
Consultoria e programação informática e actividades relacionadas	0,5	22
Actividades de serviços de informação	0	2
Actividades financeiras e de seguros	0,2	11
Actividades de serviços financeiros, excepto seguros e fundos de pensões	0,2	11
Actividades imobiliárias	0,2	8
Actividades imobiliárias	0,2	8
Actividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	0,9	42
Actividades jurídicas e de contabilidade	0	2
Actividades de sedes sociais e de consultoria para a gestão	0,3	12
Actividades de arquitectura, de engenharia e técnicas afins; actividades de ensaios e de análises técnicas	0,3	15
Actividades de investigação científica e de desenvolvimento	0,1	4
Publicidade, estudos de mercado e sondagens de opinião	0	1
Outras actividades de consultoria, científicas, técnicas e similares	0,2	8
Actividades administrativas e dos serviços de apoio	0,4	18
Actividades de aluguer	0	1
Actividades de investigação e segurança	0	1
Actividades relacionadas com edifícios, plantação e manutenção de jardins	0	1
Actividades de serviços administrativos e de apoio prestado às empresas	0,3	15
Educação	0	2
Educação	0	2
Actividades de saúde humana e apoio social	0	1
Actividades de apoio social sem alojamento	0	1
Actividades artísticas, de espectáculos, desportivas e recreativas	0,1	3
Actividades de teatro, de música, de dança e outras actividades artísticas e literárias	0	1

Lotarias e outros jogos de apostas	0	1
Actividades desportivas, de diversão e recreativas	0	1
Outras actividades de serviços	0	2
Actividades de organizações associativas	0	1
Reparação de computadores e de bens de uso pessoal e doméstico	0	1