

# TESTEMUNHO DA INTERVENÇÃO

## I PAINEL - TENDÊNCIAS E DESAFIOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO

### Os Novos Desafios para a Internacionalização

António Silva



*“Relativamente às tendências e previsões prevê-se uma continuação no crescimento do comércio mundial, prevendo-se em 2017 um aumento de 4%. Um aspeto fundamental a reter é a importância das plataformas digitais como instrumentos essenciais do comércio mundial. Para terem ideia, há 5 anos atrás, entre as 5 maiores empresas mundiais apenas havia 1 da área da tecnologia: a Apple. Hoje, as 5 maiores empresas mundiais, são tecnológicas. Desapareceu a ideia da grande fábrica e hoje tudo tem por base o conhecimento e o intangível.”*

“Srs. Dirigentes da Associação Industrial do Distrito de Aveiro, Srs. Empresários, Srs. Convidados, minhas Senhoras e meus Senhores,

Antes de mais, permitiam-me uma nota pessoal que tem a ver com o facto de já trabalhar na AICEP há 40 anos. Das atividades que desenvolvi tive que estar fora, vários anos, em trabalho por locais como Cabo Verde, Londres, Bruxelas ou Paris, onde sempre tive um excelente relacionamento com a AIDA. Trabalhámos e desenvolvemos muitas ações em conjunto e por isso queria transmitir o gosto que tenho em estar aqui, hoje nas funções de administrador da AICEP, sendo esta uma casa com quem a AICEP sempre trabalhou, num espírito de cooperação que se deve realçar.

Pediram-me para falar sobre desafios da internacionalização e se pensarmos na evolução da economia mundial nos últimos anos, damos conta que os últimos dez anos foram complicados para a economia mundial.

Todos sabemos o que se passou: a crise de 2007. Quando pensámos que íamos começar a recuperar dessa crise, veio outra crise que se iniciou entre 2010 e 2011, e o que estava pensado como uma rápida recuperação em cerca de quatro anos, levou praticamente 10 anos a recuperar.

Agora em 2017, aparecem os primeiros sinais claros de alguma recuperação e que apontam para uma taxa de crescimento da economia global a rondar os 2,7%, ou seja depois de dez anos de recessão de crescimento estamos agora numa fase de crescimento, que se prevê que dure pelo menos até 2019.

São apenas previsões, porque uma das coisas que gostaria de sublinhar nesta intervenção, é que prever o futuro sempre foi complicado, mas hoje ainda mais. Tudo o que nos rodeia influencia e a mudança é permanente.



SESSÃO DE ABERTURA  
José Ribau Esteves



SESSÃO DE ABERTURA  
Fernando Castro



SESSÃO DE ABERTURA  
José Carlos Caldeira



I PAINEL  
Os Novos Desafios para  
a Internacionalização  
António Silva



II PAINEL  
As oportunidades de  
negócio no mercado  
da Alemanha  
Simeon Ries



II PAINEL  
As oportunidades de  
negócio no mercado  
dos E.U.A.  
Graça Didier

# TESTEMUNHO DA INTERVENÇÃO



## I PAINEL - TENDÊNCIAS E DESAFIOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO

### Os Novos Desafios para a Internacionalização

António Silva

Essa é uma das ideias que gostaria de vos deixar aqui: a capacidade de mudança deve acompanhar a nossa vida, a nível empresarial, económico e político. Adaptarmo-nos à mudança e garantir a capacidade de adaptação são questões prementes na internacionalização das empresas e perceberemos de seguida os motivos.

Uma das coisas importante a reter neste crescimento económico global, registado em 2017 e que se prevê continuado até 2019 é o “desequilíbrio” entre o crescimento das economias desenvolvidas - União Europeia, Estados Unidos da América e Japão - que têm contribuído bastante menos para o crescimento da economia do que as economias dos países emergentes, ou seja, hoje o crescimento da economia mundial é mais baseado nas economias de países emergentes - os países novos que até então chamávamos de subdesenvolvidos e que hoje têm o papel de motores da economia mundial.

Aqui destacam-se a China e a Índia, que nos últimos dez anos deram o contributo positivo para o PIB mundial, enquanto os outros [U.E., E.U.A. e Japão] contribuíram negativamente, dada a recessão vivida.

As questões que fulminam a economia mundial nos últimos anos têm a ver com a desaceleração do investimento mundial e o preço das *commodities*, que contribuíram para que a inflação se mantivesse baixa, bem como pelos preços baixos, embora seja previsível que no novo arranque da economia mundial os preços das grandes matérias primas voltem a subir, havendo também um retrocesso em termos de investimento na área da inovação e uma desaceleração do ritmo de transferências entre empresas e países.

Hoje, estamos numa fase em que o otimismo é permitido. Um otimismo moderado e cauteloso, mas com riscos. A economia mundial está a crescer, mas com riscos relacionados com medidas protecionistas. Há um ambiente protecionista, nomeadamente por parte dos E.U.A., que a concretizar-se, dada a importância da economia americana, terá efeitos que se repercutirão na economia de todos os países. Esta é a primeira ameaça.

Há também a possibilidade de desvalorização do dólar para tornar a economia americana mais competitiva. É outra ameaça. O processo do BREXIT, o desempenho económico da China e eventuais conflitos militares, que mesmo em escala regional podem implicar fortes retrocessos na evolução da economia mundial, são outras ameaças. Uma guerra na Coreia é longíssimo, de Portugal, mas certamente terá repercussões na nossa economia. Hoje o mundo é ainda mais pequeno do que era.

As exportações e importações foram o principal fator de crescimento da economia mundial. O ritmo de crescimento do comércio mundial foi sempre superior ao do PIB, apenas com exceção nos anos 2001 e 2009, tendo neste último quarto de século o comércio mundial de bens registado um aumento real de sete vezes, em comparação com o ano de 1981, ou seja, entre 1981 e 2016 as trocas mundiais cresceram sete vezes. O crescimento do comércio tem sido impulsionado pelas transações de bens intermédios e de bens com maior incorporação tecnológica. Os países emergentes têm vindo a reforçar o seu papel nestes fluxos. Estas são algumas das características dos últimos anos.

Relativamente às tendências e previsões prevê-se uma continuação no crescimento do comércio mundial, prevendo-se em 2017 um aumento de 4%.

Um aspeto fundamental a reter é a importância das plataformas digitais como instrumentos essenciais do comércio mundial. Para terem ideia, há 5 anos atrás, entre as 5 maiores empresas mundiais apenas uma era da área da tecnologia: a Apple. Hoje, as 5 maiores empresas mundiais, são tecnológicas. Desapareceu a



I PAINEL  
As oportunidades de  
negócio no mercado  
da França  
Géraldine Dussaubat



I PAINEL  
Testemunho do  
Empresário  
Jorge Santiago



II PAINEL  
A Economia Portuguesa:  
Passado e Futuro  
Rui Rio



II PAINEL  
Fernando Alfaiate



II PAINEL  
Jorge Marques dos  
Santos



II PAINEL  
Jorge Portugal



SESSÃO DE  
ENCERRAMENTO  
Fernando Castro



SESSÃO DE  
ENCERRAMENTO  
José Ribau Esteves



SESSÃO DE  
ENCERRAMENTO  
Eurico Brilhante Dias



CONCLUSÕES

# TESTEMUNHO DA INTERVENÇÃO



## I PAINEL - TENDÊNCIAS E DESAFIOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO

### Os Novos Desafios para a Internacionalização

António Silva

ideia da grande fábrica e hoje tudo tem por base o conhecimento e o intangível.

Quando falo em internacionalização e já trabalhando eu na AICEP há alguns anos, são várias as pessoas que me perguntam sobre como podem ter sucesso na exportação. De facto, não existe uma receita para o sucesso na internacionalização, mas existem algumas regras a ter em conta e outras a não fazer.

A internacionalização traz sempre algumas regras para as empresas, mas depois existem fatores inerentes à própria empresa. Há regras que devem ser transmitidas, mas não esqueçamos que há fatores estritamente individuais para a empresa no processo de internacionalização.

Podemos dizer que as empresas internacionalizam principalmente porque o mercado interno baixa.

Em França tive a noção dos efeitos da crise na economia portuguesa. Quando fui para Paris, em 2010, haviam 2500 empresas portuguesas a exportar para França. Em 2016, antes de me vir embora, já eram 5500. Falava com as empresas que nos procuravam e consegui perceber que eram empresas que inicialmente estavam bem nos mercados internos e no mercado espanhol, mas com a crise portuguesa e depois com a espanhola, entraram numa situação complicada e pensaram na França como um mercado próximo.

Fico realmente admirado com a capacidade de adaptação das nossas empresas, pois nós conseguimos ter uma posição em França que aumenta consecutivamente nos últimos 7 anos.

Também há outras razões para as empresas se internacionalizarem, para além das aflições no mercado interno, que podem passar pela questão das economias de escala, o acesso à inovação, o acesso a bens e serviços a custos mais baixos, ou ainda o acompanhamento de grandes clientes; que acontece principalmente no setor automóvel e aeronáutica, garantindo a proximidade com os clientes

Para além de identificar as respostas às questões “O quê?”, “Onde?” e “Como?”, no processo de internacionalização, as empresas devem ainda considerar a consistência de outras dimensões internas. Como por exemplo, os recursos financeiros, pois se não houver recursos alocados à internacionalização e investimentos neste sentido, não será possível a empresa internacionalizar-se; ou ainda a capacidade e estrutura organizacional para trabalhar no estrangeiro, como o conhecimento de línguas ou da legislação local.

Quando falamos da internacionalização das empresas portuguesas e analisamos a economia nacional, vemos que nos últimos 10 anos foram as exportações que suportaram a economia. A contribuição das exportações em 2016 para o crescimento do PIB foi de 1,9%, enquanto que o consumo interno contribuiu 1,6%. De 2007 a 2016, exportámos pouco, com poucas empresas exportadoras. De facto, nos últimos anos e fruto das circunstâncias, entre 2007 e 2016 as exportações cresceram 40%, um crescimento ímpar. Hoje exportamos mais 40% do que em 2007. Em 2016, em relação ao ano anterior, registou-se um crescimento de cerca de 11%. A nossa economia está a ter um comportamento notável, no que ao crescimento das exportações diz respeito. E aqui o mérito é das empresas.

A balança comercial portuguesa, que era tradicionalmente negativa, uma vez que comprávamos mais do que vendíamos, sofreu grandes alterações e desde 2012 que a tendência se prende por uma balança de bens e serviços positiva. O turismo tem assumido um papel relevante, representando entre 14% e 15% das exportações nacionais. O setor da maquinaria representa 11%. Não são apenas os serviços que

# TESTEMUNHO DA INTERVENÇÃO



## I PAINEL - TENDÊNCIAS E DESAFIOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO

### Os Novos Desafios para a Internacionalização

António Silva

movimentam as nossas exportações, os setores de bens e produtos, com milhares de empresas em atividade, têm dado um contributo notável para este resultado.

A concentração é grande, 75% das exportações são destinadas à U.E. Devemos estar atentos a oportunidades noutras áreas, para diversificar e tentar quebrar a concentração, mas não devemos ficar aterrorizados com a ideia da concentração em alguns mercados, pois é normal que os principais clientes e mercados dos países sejam os seus países vizinhos.

O nosso principal mercado, para onde exportamos cerca de 23%, é a Espanha. A Espanha tem aumentado nos últimos três a quatro anos as importações a Portugal, entre 700 a 1000 milhões de euros por ano, mas uma situação delicada em Espanha, pode ter efeitos em Portugal. A ideia da integração e globalização também passa por aí.

A Espanha é o nosso primeiro mercado, seguindo-se a França que tem também uma performance em ascensão, passando de 3º para 2º lugar, a Alemanha, e depois o Reino Unido. Estes 4 países compram 55,7% das exportações das empresas portuguesas. Esta grande concentração deixa-nos numa situação débil no caso de existir uma nova crise na Europa.

Por isso, temos que trabalhar em conjunto, com associações, empresas e agentes públicos, para diversificar os nossos esforços.

Em 2016, 65% das nossas exportações foram bens e produtos e 35% serviços, com um peso importante no setor do turismo. Em relação às exportações dos últimos anos, ganhámos quota nos mercados internacionais. É evidente a concentração na União Europeia, mas se analisarmos os 25 mercados de Portugal, verificamos que estamos a crescer em todos; reparando ainda que as economias de vinte e dois desses mercados, estão em crescimento.

Estamos a exportar mais para todos os nossos clientes e estamos a exportar mais de tudo. Em termos de produtos, as empresas exportam desde maquinarias a produtos alimentares, estando o crescimento a acontecer em todas as áreas.

Podemos então concluir que devemos apostar na diversificação: diversificação de mercados, de produtos, diversificação para o aumento da rede das empresas exportadoras.

No ano de 2016, foram mais de 20 mil empresas nacionais que exportaram, sendo que mais de 50% das exportações totais, foram garantidas por 1,5% dessas empresas correspondendo a cerca de 300 empresas. Também aqui encontramos concentração nas grandes empresas e no papel que elas têm nas exportações. Ainda assim, não se pode deixar de ter em conta o papel das PME, pois quando vos referia as empresas portuguesas que começaram a exportar para França, eram todas PME.

Os grupos de produtos com maiores empresas exportadoras foram o das máquinas e aparelhos, metais comuns, plásticos e borracha.

Ao nível da atração de investimento, Portugal tem vindo a ganhar um maior número de projetos de investimento estrangeiro. Todo o processo da atração de investimento é difícil e moroso, pois estamos a competir com o mundo. O mundo todo está a atrair investimento. Ainda assim, não deixa de ser animador perceber que no ano passado captámos cerca de 2,5 mil milhões de euros em investimento estrangeiro, o que nos deixa quase ao nível do melhor ano que já tivemos nessa área, que foi em 2010.

# TESTEMUNHO DA INTERVENÇÃO

## I PAINEL - TENDÊNCIAS E DESAFIOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO

### Os Novos Desafios para a Internacionalização

António Silva

E o distrito de Aveiro?

Aveiro é o 4º distrito em Portugal em termos de dimensão do tecido exportador de bens, representando cerca de 11% do total nacional - cerca de 2300 empresas exportadoras de bens.

Dessas empresas 70% exportam, o que corresponde a cerca de 1600 empresas - exporta menos de 1 milhão de euros por ano, representando 4,7 % do total exportado pelo distrito. 526 empresas - 23,4% - representam 25% do total exportado e somente 23 empresas do distrito de Aveiro, são responsáveis por 40% do total exportado. Este é o mesmo fenómeno que já referi, sobre a concentração da exportação, que é um fenómeno normal.

A balança comercial do distrito em termos de exportações/importações é positiva. As exportações têm crescido nos últimos 5 anos, em média 3,5%. Em 2016, as exportações de bens no distrito de Aveiro corresponderam a cerca de 13% do total do país, relevando o papel fundamental que as empresas de Aveiro têm no desenvolvimento da economia nacional.

A AICEP dispõe de uma equipa de 300 pessoas em Portugal e 44 delegações em todo o mundo, dando apoio a empresas em tudo o que se relacione com os processos de internacionalização, como a informação sobre mercados ou o apoio legal aos mesmos. Os empresários que trabalham connosco têm avaliado a experiência positivamente e temos tido cada vez mais trabalho. Em 2010 tivemos 730 empresas portuguesas a solicitar o nosso apoio na delegação de Paris. Em 2016 aumentou para 1600. Os pedidos que variam desde informação sobre um setor até pedidos de entrevistas ou marcação de programas de contactos. A atuação varia, porque as circunstâncias são diferentes. Por exemplo, em Paris o trabalho estava facilitado, porque se trata de um país e de uma economia dinâmica, com acesso a informação e base de dados. Mas em Cabo Verde e Cuba nem sequer existem listas de informação de nada.

Gostava de ressaltar que a vontade e projeto desta nova administração é a aproximação da AICEP às empresas, nos trabalhos com e para as empresas.

Pretendemos trabalhar ainda mais de perto, por isso temos que reforçar a rede em Portugal. Temos 7 antenas regionais, mas temos que aumentar o número e reforçar o seu papel, pois a proximidade é a chave.

O ambiente digital também será uma forte aposta da associação, porque a AICEP é recetora de muita informação, que deve trabalhar e transferi-la em conhecimento para as empresas.”