

Import EXPORT



Mário Proença/Bloomberg

GALP ENERGIA

Em 2010, exportou mais de 1,9 mil milhões de euros, mas também foi a empresa que mais importou.



Paulo Alexandre Coelho

AUTOEUROPA

É a segunda maior exportadora nacional. Entre Janeiro e Junho, vendeu mais de 51 mil carros para a Europa.



Paulo Figueiredo

SOPORCEL E PORTUCEL

Estão na terceira e na nona posição do top 10 das maiores exportadoras de 2010.



Guido Krzikowski/Bloomberg

CONTINENTAL MABOR

Tem mais de 1.500 trabalhadores em Portugal e continua a dar lucros. É a quarta maior exportadora nacional.

Conheça as maiores exportadoras portuguesas

- ▶ Diplomacia económica está a ser analisada por um grupo de trabalho
- ▶ Os mercados mundiais com mais potencial para as empresas
- ▶ Quem são as maiores exportadoras portuguesas

IMPORT/EXPORT



A AEP JÁ ESTÁ A PREPARAR mais uma candidatura ao QREN com o intuito de apoiar a internacionalização das empresas portuguesas através de acções em mercados estratégicos internacionais. Propõe-se dinamizar o projecto "Business On the Way 2012", ao qual pretende associar um conjunto de empresas numa candidatura a implementar a partir do segundo semestre de 2011 e ao longo do ano de 2012.

Exportações são o único balão de oxigénio nos próximos dois anos

Com a procura interna dizimada pela austeridade, serão as vendas ao exterior a puxar pelo PIB, à custa de empresas como a Petogral, a Autoeuropa e a Soporcel.

LUÍS REIS PIRES
luis.pires@economico.pt

As exportações parecem ser a única componente do PIB capaz de fintar a crise. Nos próximos dois anos, pelo menos, Portugal verá a procura interna dizimada pela austeridade a que está obrigado, tendo como único balão de oxigénio as vendas ao exterior. Depois de uma recuperação muito significativa no ano passado, as exportações vão desacelerar em 2011 e 2012, mas continuarão ainda assim na rota do crescimento, ajudando também a reduzir um dos grandes problemas da economia: o défice externo.

Na semana passada, o Governo actualizou ontem as previsões macroeconómicas para o país, face ao que está inscrito no programa da 'troika'. Mas o caminho vai dar ao mesmo: dois anos de recessão, quebra sem precedentes no consumo e investimento, mais desemprego e balões de oxigénio apenas no que toca às exportações. E no meio de um cenário negro, só houve uma notícia positiva: as exportações vão continuar a recuperar da crise internacional de 2009 e, apesar de estarem em desaceleração, vão dar o único contributo positivo para o PIB. As vendas ao exterior vão crescer, segundo as previsões do Executivo, 6,7% este ano e abrandar o ritmo para 5,6% em 2012.

Já as importações vão recuar nos dois anos – com muito menor ritmo no próximo ano –, permitindo à procura externa líquida acrescentar 3,9 pontos percentuais ao PIB já este ano. Ao apresentar o novo cenário macro do Governo, o ministro das Finanças, Vítor Gaspar, não fez projecções para o valor do défice externo (que valia 14,6% do PIB no final do ano passado), mas frisou que a quebra das importações "irá contribuir para a gradual correcção dos actuais desequilíbrios macroeconómicos externos".

A par do Governo, também o Banco de Portugal (BdP) acredita num bom desempenho das vendas ao exterior. Nas suas previsões de Verão, o supervisor até é mais optimista que o Executivo, apontando para subidas nas exportações de 7,7% em 2011 e 6,6% em 2012. Ainda assim, também aqui os dados traduzem uma desaceleração, comparando com os dados de 2010 (8,8%). "As exportações foram revistas em alta, reflectindo a actualização das hipóteses relativas à procura externa dirigida à economia portuguesa, bem como o impacto da

Os sectores que mais cresceram

Entre Maio de 2010 e 2011 exportou-se mais 31,2% de material para automóveis, mais 30,7% de minérios e metais e mais 28,7% de material do sector químico, no qual se destacam os químicos orgânicos, com um crescimento de mais de 85,4%. A análise, feita pela Espírito Santo Research com base nos dados do Instituto Nacional de Estatística, revela ainda que as exportações de borracha aumentaram 22,2%. Também as vendas de produtos farmacêuticos cresceram (19,5%), assim como os plásticos (18,9%). O estudo destaca também as exportações do sector florestal, que apresentam um crescimento de 15,8%. De sublinhar será a componente de exportação de serviços, que tem vindo a ganhar peso. Entre Abril de 2010 e 2011, os serviços financeiros cresceram 41,4%, os serviços de construção 34,1%, os de informação e informática 30,3%, os seguros 30,1% e os de transporte 14%. I.M.

informação mais recente que se revelou mais favorável do que o antecipado", frisou o Banco em comunicado.

Entre Janeiro e Maio deste ano, as exportações somaram 24.809 milhões de euros, mais 10,6% do que em igual período de 2010. A boa performance no que toca ao comércio externo fica a dever-se aos suspeitos do costume. É que empresas como a Petogral, a Autoeuropa e a Soporcel lideram há já alguns anos o 'ranking' das maiores exportadoras nacionais. E no que já vai decorrido deste ano, estas três empresas mantêm-se firmes no topo da lista.

Economia reduz desequilíbrios externos

O sinuoso caminho da consolidação vai acabar por dar frutos não só em termos de défice orçamental e dívida pública. A concretizarem-se as previsões do BdP e do Governo, o bom desempenho das exportações nos próximos dois anos, aliado a quebras anuais de 4% e 1,2% das importações, vai permitir à economia reduzir o défice externo de forma significativa.

E se o Executivo não arriscou avançar valores para a redução das necessidades de financiamento da economia, a autoridade supervisora sim: "As actuais projecções contemplam uma redução das necessidades de financiamento da economia, medidas pelo saldo conjunto das balanças corrente e de capital, de 8,8% do PIB em 2010, para 6,4 e 4,4% do PIB em 2011 e 2012, respectivamente" pode ler-se no relatório de Verão, que frisa ainda o contributo significativo do saldo da balança de bens e serviços para o efeito.

Mas para que tal aconteça, é preciso que as maiores economias da Europa fujam à crise soberana e mantenham o ritmo da sua recuperação. É que um dos maiores problemas do comércio externo português diz respeito ao facto dos principais parceiros comerciais do país estarem todos na União Europeia: Espanha, Alemanha, França, Itália e Reino Unido absorvem mais de 70% das exportações nacionais. E a diversificação dos mercados de destino está a dar frutos muito lentamente, apesar de se notarem já algumas evoluções nesse sentido, de que é exemplo o facto de Angola ser o sexto maior parceiro comercial de Portugal. A economia angolana chegou a suplantar o Reino Unido na quinta posição, mas a troca acabou por não ser duradoura. ■

Espanha

Alemanha

5.341,8

IMPORTAÇÕES

PORTUGAL MANTÉM BALANCA COMERCIAL EM NEGATIVO

Portugal importa mais 1.650 milhões de euros do que exporta. Espanha e Alemanha são os principais 'culpados'. De facto, são estes os dois países a quem mais compramos, apesar de serem também os países a quem mais vendemos.

Valores de Maio de 2011, em milhões de euros, excepto quando indicado.



- OPEP 76%
- EFTA 31%
- PALOP 1,5%

França
Alemanha

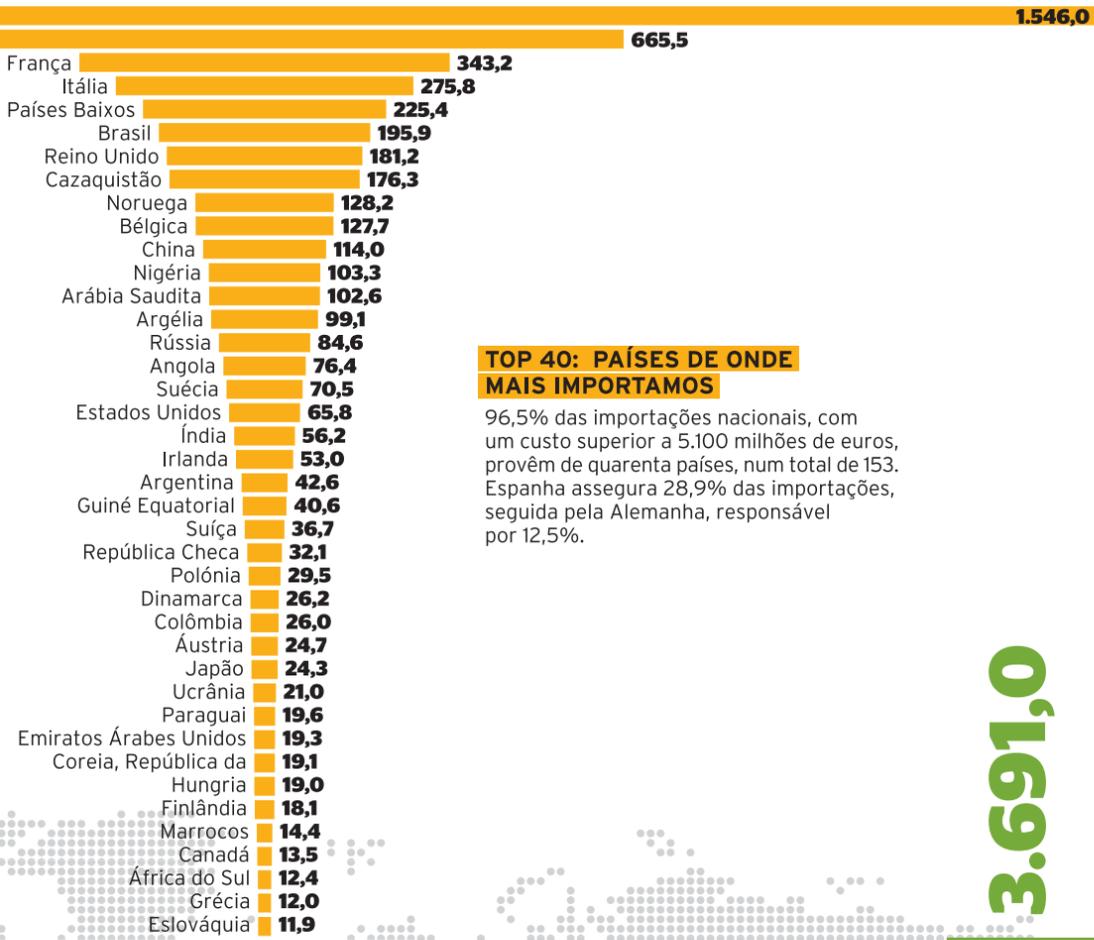
Espanha
Fonte: INE



NOS PRIMEIROS CINCO MESES DO ANO, as exportações de calçado português aumentaram mais de 19,5% - sensivelmente o dobro das importações, revelou a APICAPPS. Nesse período, o calçado voltou a assumir-se como o produto que mais positivamente contribui para abalança comercial portuguesa, com um saldo positivo anual na ordem dos 800 milhões de euros, disse o presidente, Fortunato Frederico.

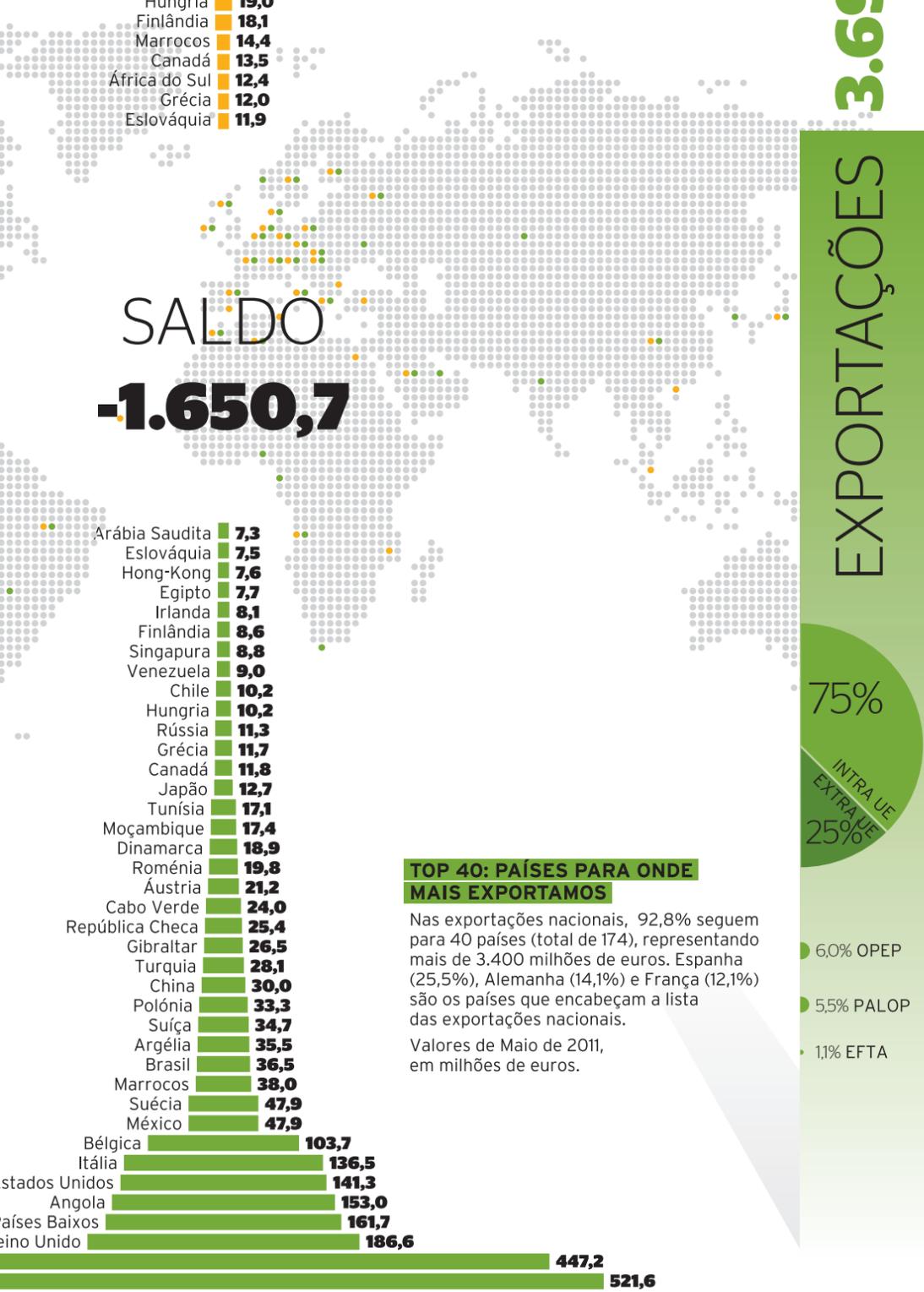


AS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS para Angola subiram 41,9% em Junho, face ao mês anterior, e atingiram quase 99 milhões de dólares, segundo dados do Ministério do Comércio Exterior do Brasil citado pela agência Lusa. Em comparação com o primeiro semestre de 2010, as exportações brasileiras para Angola subiram 3,2%. Já as importações tiveram uma queda de 47,7%.



TOP 40: PAÍSES DE ONDE MAIS IMPORTAMOS

96,5% das importações nacionais, com um custo superior a 5.100 milhões de euros, provêm de quarenta países, num total de 153. Espanha assegura 28,9% das importações, seguida pela Alemanha, responsável por 12,5%.



TOP 40: PAÍSES PARA ONDE MAIS EXPORTAMOS

Nas exportações nacionais, 92,8% seguem para 40 países (total de 174), representando mais de 3.400 milhões de euros. Espanha (25,5%), Alemanha (14,1%) e França (12,1%) são os países que encabeçam a lista das exportações nacionais.

Valores de Maio de 2011, em milhões de euros.

Uma diplomacia económica mais eficiente

Jorge Braga de Macedo vai coordenar o grupo de trabalho a que pertence também Campos e Cunha.

Um grupo constituído por dois antigos ministros das Finanças - um ligado ao PSD e outro ao PS irá analisar e contribuir para a reestruturação da diplomacia económica em Portugal. Trata-se de Jorge Braga de Macedo, responsável pela sua coordenação, e Luís Campos e Cunha. Do grupo fará ainda parte o embaixador António Monteiro e, de acordo com o Público, Nuno Fernandez Thomaz, Carlos Moreira da Silva e Francisco Zea Mantero também o integrarão. O propósito é apresentar um relatório de atividades no prazo de 45 dias. O despacho de criação será emitido pelo primeiro-ministro Pedro Passos Coelho na próxima semana.

O objetivo do Governo é reestruturar os serviços e organismos públicos envolvidos na promoção e captação de investimento estrangeiro, na internacionalização da economia portuguesa e na cooperação para o desenvolvimento. A intenção é estabelecer um novo modelo de coordenação de áreas que habitualmente eram tuteladas pelos ministérios da Economia e dos Negócios Estrangeiros. Fortalecer a economia económica e tornar as políticas de internacionalização mais eficientes também é o objectivo.

Uma das primeiras medidas anunciadas pelo Governo PSD-CDS/PP foi a passagem da tutela da AICEP (Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal) do Ministério da Economia para a Presidência do Conselho de Ministros. Isto apesar de se saber do interesse do ministro dos Negócios Estrangeiros, Paulo Portas. A AICEP ainda continua, entretanto, sem presidente, desde que Basílio Horta a deixou. Horta, desde sempre ligado ao CDS/PP, surgiu nas últimas eleições como candidato independente pelo Partido Socialista, tendo aliás sido eleito deputado.

Até agora são estas as duas maiores novidades de iniciativas relacionadas como o tema das exportações e da internacionalização promovidas pelo executivo laranja. O ministro da Economia Álvaro Santos Pereira tem defendido em público que as empresas portuguesas têm de exportar cada vez mais. "Temos de fazer tão bem como os países de dimensão semelhante à de Portugal", afirmou, na altura, aos jornalistas presentes na visita à fábrica da marca Renova, considerada um case-study de sucesso pelo ministério. Também o Presidente da República destacou a importância das exportações com valor acrescentado. "O domínio em que nós precisamos de surpreender as instituições internacionais e os mercados é no domínio dos desequilíbrios externos, reduzindo significativamente o desequilíbrio entre aquilo que nós importamos e aquilo que exportamos. Portugal precisa de exportar muito mais e importar menos", afirmou, num evento na semana passada. Cavaco Silva destacou a importância de aumentar o "conteúdo tecnológico" do que é produzido por Portugal. Ou seja, "produzir produtos e serviços com maior valor acrescentado". ■ I.M.

O eterno ex-ministro das Finanças

Jorge Braga de Macedo é economista. Professor na universidade Nova de Lisboa e presidente do Instituto de Medicina Tropical. Apesar do seu longo percurso em várias instituições, como a Universidade de Yale, a Comissão Europeia ou mesmo o Banco Mundial, Braga de Macedo ficou conhecido do público depois de ter sido ministro das Finanças do Governo de Cavaco Silva entre 1991 e 1993.

OPINIÃO

Aposta na procura interna e na inovação

Os representantes de vários sectores escrevem sobre o que contribuiria para o equilíbrio da balança comercial.



JOSÉ EDUARDO CARVALHO
presidente da Direcção da Associação Industrial Portuguesa - Câmara de Comércio e Indústria

Peso das exportações terá de subir para 40%

Na última década, os saldos da balança de bens variaram entre -9.4% do PIB em 2003 e -13.4% em 2008. Há que tomar medidas com efeitos rápidos, que levem a uma redução da procura interna com impacto nas importações e que fazem parte do acordo com a 'troika'. Defendemos investimento na carteira de actividades, bens e serviços transaccionáveis com que nos afirmamos no mercado externo e interno. Significa que temos que reforçar a competitividade no mercado doméstico e, acima de tudo, que o peso das nossas exportações do PIB suba dos actuais cerca de 30% para valores acima dos 40% do PIB, à semelhança do que sucede com as pequenas economias abertas desenvolvidas. Diversificação das exportações a nível dos mercados intra e extra-europeus; clusterização da economia em estreita ligação com as políticas de inovação e de internacionalização; uma rede de inteligência competitiva para os mercados externos com um maior envolvimento das PME; uma diplomacia económica mais ágil e proactiva; maior investimento na qualificação e na tecnologia; valorização competitiva do território, conferindo-lhe funcionalidades internacionais como 'hub' logístico e plataforma de serviços; o investimento nas energias renováveis para reduzir o elevado valor da factura petrolífera; a aposta na agricultura de especialidades e na fileira florestal são alguns dos ingredientes para reforçar a cadeia de valor da economia e contribuir para o reequilíbrio da balança comercial. ■



JOAQUIM CUNHA
Presidente do Conselho PME



Os 10 mandamentos para exportar

1. Os produtos portugueses têm uma excelente relação qualidade/preço. Mas o valor não se mede pela qualidade. Portugal faz bem, mas vende mal.
2. Marca País ou promoção das marcas do país? Não podemos entrar nessa guerra. Itália, França, Reino Unido ou Espanha tornaram-se modas mundiais por serem berços culturais, pelas imagens da TV. Figo, Mourinho e Ronaldo fizeram mais pela imagem do que todas as campanhas.
3. A diplomacia económica é praticada pelos maiores, com décadas de 'expertise' e empenho. Britânicos, americanos, franceses, espanhóis, japoneses, e claro, chineses, dedicam-lhe toda a atenção.
4. Potências com classes médias ávidas de ocidente, como China e Brasil, representam menos de 2% das exportações. Na América do Sul e Ásia, Portugal tem uma imagem fortíssima, sem anti-corpos.
5. A promoção do potencial exportador das PME é o único caminho para a recuperação.
6. Investimento nos canais de distribuição. Muitas das exportações explicam-se pelos canais. Em Angola, as exportações devem-se ao investimento. Quotas de mercado ridículas em potências como EUA, Brasil ou China implicam não vender.
7. A (in)cultura internacional. Temos industriais e gestores, mas não uma geração com cultura e vivência internacional. Precisamos de gente que viaje e conheça mercados emergentes!
8. A falta de orgulho e confiança nas coisas boas do país. Um povo que não conhece a sua História não tem futuro. No novo mundo, não somos PIGS, somos KINGS. Mas quem não aparece, esquece e não é lembrado.
9. Havendo QREN por executar, impõe-se seus recursos para a exportação, mercados-alvo os do novo mundo. Investir na criação de cultura internacional dos nossos gestores, criação de 'tradings' locais nos mercados, e missões comerciais.
10. PME Global. A nossa rede informação e de agentes. No portal pmeportugal.pt, encontra informação sobre mercados, bem como oportunidades de negócio. ■



JOAQUIM LIMA
director-geral da Associação Portuguesa de Cortiça



Cortiça aposta forte no mercado internacional

O sector da cortiça tem um papel de relevo nas exportações portuguesas. E é nessa vertente que pretende manter e, até, aumentar a sua importância na economia nacional. Apesar da crise, a indústria está numa clara trajectória ascendente nas vendas de produtos para os mercados internacionais. A rolha de cortiça é o grande cartaz da fileira e a sua reconquista de quota do mercado mundial é já uma realidade. Com destaque para a retoma verificada nos EUA - o maior mercado vinícola do mundo - após uma disputa acesa com os vedantes artificiais de plástico e metal. A Itália, a França, o Reino Unido e a Alemanha também merecem a atenção da InterCork - Promoção Internacional da Cortiça. Procura-se cativar as novas gerações para o uso da rolha como mística cultural e ligada ao consumo de vinho. Nos próximos anos, o aumento das exportações será impulsionado pela for-

te aposta que também está a ser feita na promoção de outras aplicações em cortiça, nomeadamente para produtos utilizados na construção, decoração e design. E aí, as empresas portuguesas assumem a sua competitividade global, centrando esforços em países como a China e a Rússia, mercados gigantescos e com "apetite" por produtos novos e de qualidade.

Por isso, se em certas áreas os esforços deverão ir no sentido de cortar nas importações, no sector a aposta deverá passar por potenciar, cada vez mais, os instrumentos postos ao dispor das empresas e demais agentes do ramo, de forma a que possam expandir ainda mais a marca 'made in' Portugal. O apoio à investigação, aos inovadores e à formação nunca será demais. Com a certeza de que terá retorno inevitável na altura de contabilizar o "deve" e o "haver" da balança de transacções. ■



BES EXPRESS BILL **HÁ CADA VEZ MAIS EMPRESAS** **A PAGAR E A RECEBER A TEMPO E HORAS**

O BES Express Bill é um serviço facilitador de negócios que garante pagamentos e antecipa recebimentos.

Por esta e outras razões mais de 5000 empresas pagam e recebem a tempo e horas e **beneficiam de mais de 1.400 milhões de euros de linhas de crédito aprovadas.**

BES EXPRESS BILL,
QUEM DIZ QUE PAGA, PAGA.
QUEM ESPERA RECEBER, RECEBE.

Saiba mais em www.bes.pt/empresas

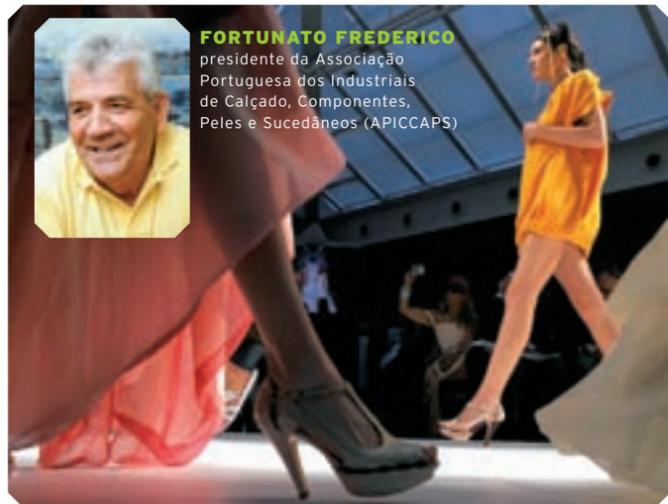
BES@xpressBill



BANCO
ESPIRITO
SANTO

IMPORT/EXPORT

OPINIÃO



FORTUNATO FREDERICO
presidente da Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Peles e Sucedâneos (APICCAPS)

Empresas que operam no mercado doméstico devem exportar

Em 20 anos, o sector do calçado em Portugal transformou-se. De sector tradicional, de mão-de-obra intensiva, evoluiu para uma indústria moderna, sexy, voltada para o exterior e altamente competitiva.

Mas ainda que a indústria portuguesa de calçado exporte para mais de 130 países, reforçar a aposta em novos mercados é uma das principais premissas estratégicas. Nesse sentido, em 2011, a APICCAPS, em parceria com a AICEP e o apoio do Programa Compete, tem em curso a mais extensa campanha promocional de sempre, que se traduz em cerca de 150 empresas em mais de 70 dos mais importantes certames internacionais da especialidade. Para o sector português de calçado, que coloca no exterior 95% das suas vendas, em especial da União Europeia - o equivalente a 1.300 milhões de euros anuais - a procura de novos mercados é fundamental.

O sector deverá ainda alargar a base exportadora a novas empresas que, tradicionalmente, operam apenas no mercado doméstico. Para tal, a aposta em produtos altamente inovadores, de nicho e com valor acrescentado poderá ser decisivo.

Do ponto de vista tecnológico, estão já radicadas em Portugal algumas das unidades mais evoluídas do mundo. A indústria portuguesa de calçado especializou-se na resposta rápida e a pequenas séries, sendo esse um elemento distintivo à escala mundial.

Com efeito, o sector do calçado procurou ajustar-se aos mercados internacionais, inovando. De facto, as empresas definiram como objectivo prioritário exportar com o máximo de valor acrescentado, através da valorização dos seus produtos e assente numa capacidade de resposta ultra-rápida às solicitações do mercado.

Os investimentos concretizados, um forte dinamismo empresarial e uma actividade promocional externa muito extensa são razões para que o sector do calçado encare o ano de 2011 com franco optimismo. ■



JOÃO COSTA
presidente da Associação de Têxteis e Vestuário de Portugal (ATP)



PEDRO CASTRO HENRIQUES
Presidente da Portic - Think Tank for Portuguese Internationalization



Empresas devem estar preparadas para competição

A Portic - "think tank for Portuguese Internationalization" é uma entidade que se dedica a pensar, repensar, incentivar e apoiar a internacionalização das empresas portuguesas de base tecnológica. É necessário, acima de tudo, uma mudança de mentalidade. As empresas tecnológicas têm facilidade em angariar investidores, mas precisam de mostrar os seus produtos no mercado mundial - em missões empresariais, dar-se a conhecer além-fronteiras, exportar produtos e serviços especializados e em massa, lançar âncoras, parcerias e encontrar clientes com forte poder compra.

As empresas têm de estar preparadas para enfrentar a competição feroz nacional e a entrada de 'players' internacionais habituados a competir em mercados altamente concorrenciais. As margens em Portugal são muito apertadas, mas o passo sólido para novos mercados é vital para que as empresas possam ir para países em crescimento em sectores onde podem fazer a diferença como fornecedores.

As políticas governamentais devem promover a qualificação e formação dos líderes das empresas TIC para áreas essenciais à exportação, como no marketing internacional, estratégia de internacionalização, certificação de empresas. Esta devem ser empresas competitivas, baseadas no conhecimento, com valor acrescentado para os seus clientes. O objectivo é que algumas dessas empresas vinguem lá fora e se tornem empresas exportadoras, internacionais, capazes de serem líderes mundiais em nichos - contribuindo positivamente para a balança do défice. ■



MANUEL ÉVORA
Presidente da Portugal Fresh, Associação para a Promoção das Frutas, Legumes e Flores

Caminho também passa pelo mercado nacional

As frutas, os legumes, as flores e as plantas ornamentais têm ganho nos últimos anos uma dimensão que começa a corresponder às inegáveis potencialidades que o País tem neste sector. Esta dimensão radica no crescente aumento das áreas agrícolas dedicadas a estas culturas, mas sobretudo nas tecnologias inovadoras, nas elevadas competências humanas, na permanente inovação nos produtos e nas infraestruturas e logística. Esta dimensão deve-se à moderna gestão das empresas que o sector soube implementar.

O volume de negócios das frutas, legumes, flores e plantas ornamentais é hoje de cerca de três mil milhões de euros, exportando mais de 41% de todas as exportações do sector agrícola. No entanto, Portugal continua a ser um grande importador.

Esta é a realidade que ditou a missão do Portugal Fresh e que motiva os seus associados e os agricultores em geral: a participação na estratégia colectiva de fazermos um Portugal vencedor. Estamos a percorrer o caminho do reforço da organização das empresas e da sua internacionalização, a promover os produtos



nos melhores certames internacionais. E estamos muito atentos aos mercados emergentes, como a Sérvia e Marrocos, e também América Latina e Médio Oriente. Temos, Estado e empresas, de ultrapassar barreiras alfandegárias e um deficiente conhecimento do comércio internacional. Apesar da exportação ser considerada decisiva, a promoção dos nossos produtos em Portugal é muito importante.

O mercado nacional é muito apetecível. Esta será também uma oportunidade e equilibrar a balança comercial: produzirs mais para importar menos.

Os agricultores estão atentos, são sensíveis aos desafios um reforço do retorno à "terra", mas estão também muito preocupados com quem compra, se compra a preço justo e compra nacional.

Este é também o caminho da afirmação do País da sua economia da sua agricultura! ■

Campanhas para consumir mais têxteis portugueses

O sector têxtil e vestuário português é uma das poucas actividades económicas que apresenta um saldo comercial positivo. Em 2010, vendeu ao exterior mais de 3,7 mil milhões de euros e teve um saldo líquido que superou os 473 milhões de euros. Foi bastante inferior ao que tradicionalmente é atingido. De facto, o saldo do têxtil e vestuário com o exterior tem vindo a reduzir-se desde 2001, ano em que foi de 1,7 mil milhões de euros, para um total de exportações de mais de 5 mil milhões de euros.

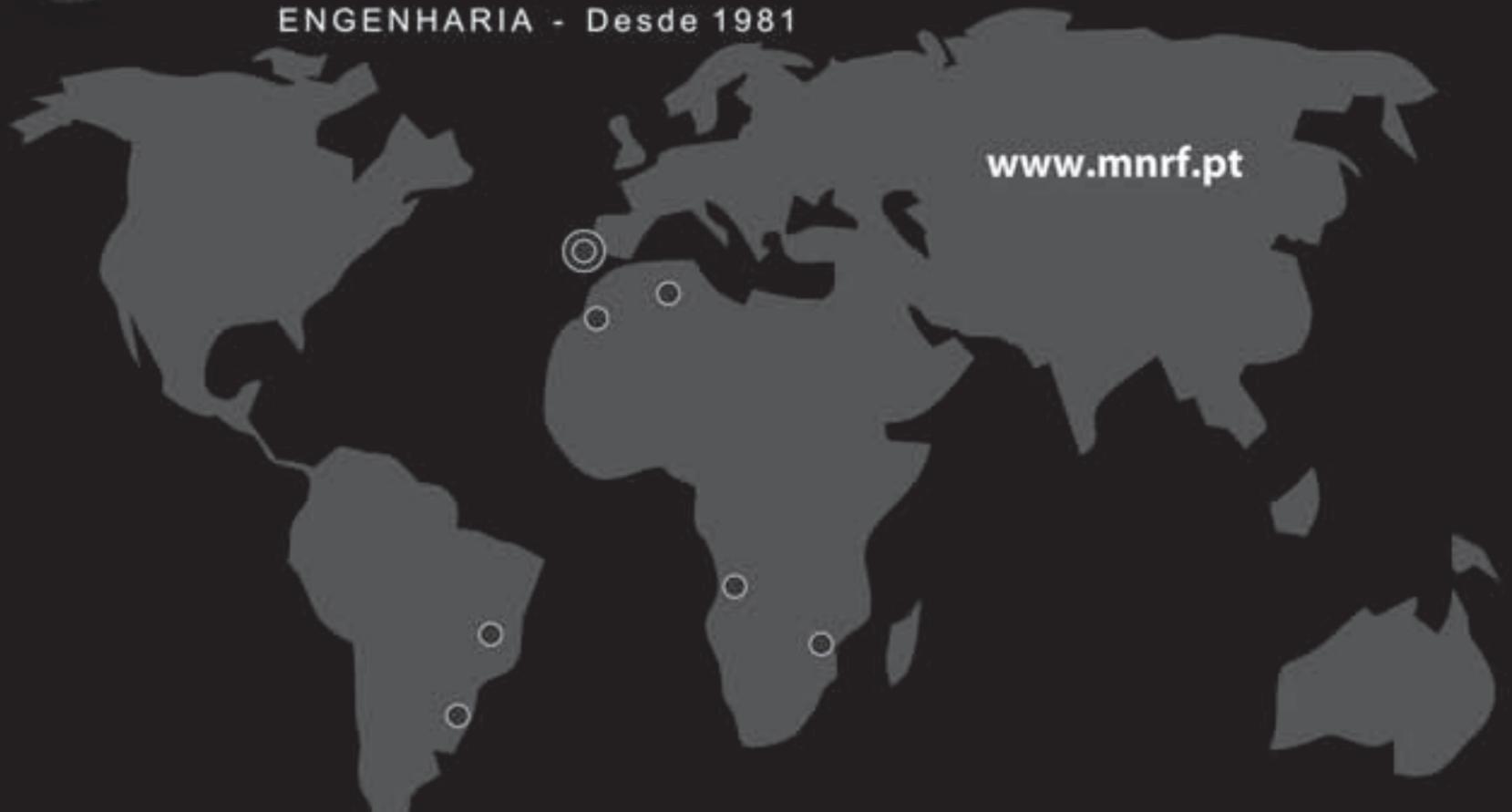
Embora seja uma das principais actividades exportadoras do país, o têxtil e vestuário tem feito um continuado esforço para se afirmar nos mercados à escala global. Muitas das suas empresas participam em feiras e missões, não apenas nos países de destino mais tradicionais, mas também emergentes. Esta é a melhor forma de, com o apoio estruturado de organizações associativas, conseguir assegurar e expandir quotas de mercado, sendo por isso um dos vectores estratégicos em que se continuará a apostar no futuro.

Sobre as importações, há que distinguir entre o que é têxtil e matérias-primas, e que é essencial para a produção - até porque Portugal não produz algodão -, do que são os produtos têxteis acabados e o vestuário. No caso da roupa, é importante realizar campanhas de sensibilização dos consumidores para que prefiram os produtos nacionais, que são de excelente qualidade, de modo a podermos promover a substituição de importações. ■



Ramos Ferreira

ENGENHARIA - Desde 1981



www.mnrf.pt

AVAC . Instalações Eléctricas . GTC e Telecomunicações . Segurança



IMPORT/EXPORT



AS SETE CERVEJEIRAS NACIONAIS, cujo mercado é dominado pela Sociedade Central de Cervejas e pela Unicer, produziram, no ano passado, 831 milhões de litros de cerveja dos quais 590 milhões foram consumidos em Portugal e 248 milhões de litros exportados, sobretudo para Angola, Cabo Verde, Guiné e, na Europa, para França, Suíça e Luxemburgo. Só os angolanos beberam mais 60 milhões de litros de cerveja portuguesa.

Hoje em dia ainda há muitas PME com reduzidos volumes de produção, que não dominam as técnicas de exportação e que são comercialmente pouco agressivas.



DICAS

Guia para ser bem sucedido no estrangeiro

Se quer dominar as técnicas de exportação, em qualquer mercado há condições que tem de assumir como obrigatórias

ANA CUNHA ALMEIDA

ana.c.almeida@economico.pt

Não interessa se trabalha num sector tecnológico mais avançado ou num sector tradicional como o calçado ou agro-alimentar. Se a sua empresa já tem uma dimensão considerável ou se é ainda uma pequena empresa. O que interessa quando se fala de exportação é saber reagir aos diferentes mercados numa lógica de competição internacional. E exemplos não faltam em Portugal de Pequenas e Médias Empresas (PME) que ganharam dimensão e posição de destaque nos mercados internacionais e que em muito têm contribuído para o crescimento sustentado das exportações nacionais.

Também é verdade que existem ainda hoje muitas PME com reduzidos volumes de produção que não dominam as técnicas de exportação e são comercialmente pouco agressivas. Com sistemas de informação por vezes deficientes, são empresas que estão numa situação económico-financeira comprometedor, depois de anos e anos de subsidiodependência, como refere a Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP). Mas para aquelas que estão bem estruturadas,

Além de factores de competitividade como marketing, qualidade, design, inovação, também precisa de reunir as condições de viabilidade estratégica, económica, financeira e técnica para ter sucesso na exportação.

e que querem iniciar a exportação para algum mercado, pode encontrar no site da Aicep - www.portugalglobal.pt - todos os procedimentos que deve seguir. Além dos factores de competitividade mais importantes, como o marketing, a qualidade, o design, a inovação, a marca e a imagem, não se esqueça que antes de avançar com um processo de exportação tem de reunir todas as condições de viabilidade estratégica, económica, financeira e técnica. Aqui ficam algumas dicas dos cuidados que deve ter para ser bem sucedido na exportação do seu produto ou serviço.

1 Factores críticos de sucesso

Em qualquer negócio tem de se saber quais as áreas onde a excelência é condição mais que obrigatória, já que são essas que irão determinar a decisão final de compra de um produto ou serviço. Chama-se a isto identificar os factores críticos de sucesso.

2 Vantagens competitivas

É preciso saber e ter vantagens competitivas face à concorrência. Quais são os seus pontos fortes? Esta é uma resposta que tem de saber responder com exactidão e na ponta da língua. Caso tenha hesitado, não é bom sinal.

3 Fazer diferente

É preciso desenvolver capacidades de fazer e de produzir diferente. Desta forma, não só transmite valor acrescentado aos clientes como passa uma imagem corporativa de excelência do seu negócio.

4 Informação estratégica

É preciso potenciar a informação estratégica relevante disponível e fidedigna que permita não só o conhecimento dos mercados, mas também das oportunidades de negócio que existem ou que facilmente podem ser geradas nesses mesmos mercados.

5 Pessoas

Não pode fazer nada sem uma boa equipa de recursos humanos. Precisa de recrutar quadros superiores e intermédios especializados, motivados e com formação em internacionalização, técnicos e financeiros.

6 Gestão

Deter capacidades de gestão interactiva e de organização nem que sejam mínimas mas desde que sejam as adequadas e suficientes à maior complexidade dos processos de exportação.



CERCA DE 65% DAS EMPRESAS inquiridas no âmbito do estudo "Fazer Negócio com Mercados Emergentes", elaborado pela Crédito y Caución, afirmam que vão adoptar as mesmas práticas nas relações com os mercados emergentes e com os mercados maduros face aos riscos comerciais. O estudo inquiriu empresas de nove países da União Europeia.



A COMISSÃO VITIVINÍCOLA REGIONAL DO TEJO quer triplicar as exportações para o Brasil em 2011, superando a barreira dos 400 mil litros de vinhos do Tejo vendidos para este mercado. Em 2010 exportou-se para o Brasil mais de 150 mil litros de vinho do Tejo, o triplo do volume de 2009. Para promover a região, a CVR Tejo, com oito produtores, estará em São Paulo e no Rio de Janeiro entre 25 e 27 de Julho.



Paulo Alexandre Coelho

ngeiro

ias.

7 Marketing

Tem de ter uma pequena estrutura para o des-
envolvimento de todas as acções relacionadas
com o marketing.

8 Responsabilidade

Seja responsável nas suas decisões e gestos.
Seja prudente e tenha sempre presente que é
melhor ir crescendo de forma gradual. Não dê
um passo maior que a perna. E é bom não fugir
da realidade da empresa. ■

PUB

OS DESTINOS DE EXPORTAÇÃO COM MAIS CRESCIMENTO

41,2%

MARROCOS

país extra-comunitário que teve uma boa 'performance' em 2010, no peso das exportações de bens portugueses.



49,7%

BRASIL

é um dos mercados extra-comunitários onde se verificou uma evolução em termos de exportação de 2009 para 2010. Portugal exportou para o mercado brasileiro 440,8 milhões de euros.

Angola, China e América Latina

São os mercados onde Portugal deverá continuar a apostar em termos de diversificação de mercados de exportação para países extra-comunitários. De acordo com o Espírito Santo Research de Abril 2011, estes mercados apresentam interessantes ritmos de crescimento económico. Também apresentam programas de investimentos, como na área das infra-estruturas, que podem ser oportunidades de negócio para as empresas portuguesas.



13,1%

ESPAÑA

O país vizinho continua a ser o país da zona euro (16) para onde Portugal mais exporta. Em 2010, o volume de exportações correspondeu a mais de nove mil milhões de euros, o que representa mais 13,1% face a 2009.

2.700

empresas portuguesas

CABO VERDE

Um mercado dos PALOP que se tem revelado um parceiro comercial de Portugal. Cerca de 42,2% das importações de Cabo Verde são originárias de Portugal.

99,2%

MÉXICO

No conjunto dos mercados da América Latina, o México foi o que registou o maior crescimento das exportações portuguesas, com um volume de 405,6 milhões de euros em 2010.



Fonte: Espírito Santo Research

Milhares de PME substituíram já os seus softwares ERP/CRM por soluções **Gestix** certificadas.

Um ganho real na produtividade foi uma boa surpresa para quem escolheu **Gestix** apenas para reduzir custos.

demo online
implementação rápida

fale connosco

Gestix
business management software

21 347 7410
info@gestix.com - www.gestix.com

Gestão de Contactos e Oportunidades * CRM * Faturação Multi-Moeda * Multi-Língua * Fiscalidade Multi-Nacional
Importação Fácil de Dados Iniciais * Faturação Mensal
Inventário * Serial Numbers * Códigos de Barras * POS
Faturação de Lojas Online * Gestão de Produção * RMA
Picking Lists CTT - DHL - Chronopost * Mais de 50
Módulos Funcionais * Tecnologia Web Open Source
Certificado DGCI * Apto para CPLP/INTL * 6 Idiomas
Licenças Anuais Online
Licenças Vitalícias Mac, Windows, Linux
Licenças Vitalícias Alojadas Online
Licenças Modulares e Aplicações Verticais
Assistência Personalizada e
Upgrades Fiscais a partir de 60€/ano+IVA
Porque o Gestix é fácil, robusto e não dá problemas.

Visite-nos nas novas instalações, a partir de Agosto:
Rua do Corpo Santo, 10 - Piso 1
1200-130 LISBOA (ao C. Sodré)

IMPORT/EXPORT



O PRESIDENTE DA REPÚBLICA visitou recentemente o maior produtor português de uvas de mesa, em Ferreira do Alentejo. A Herdade Vale da Rosa vende no mercado interno 85% da sua produção, na qual se destacam as uvas sem grainha. O restante é exportados para países como Inglaterra, Espanha, Angola, Polónia, Luxemburgo, Noruega, França e Finlândia.



» MAIS RESTRIÇÕES NO CRÉDITO

Os bancos afirmam que o crédito a empresas tem registado um bom ritmo, mas dados recentes do Banco de Portugal revelam que os bancos estão a limitar o crédito e prevêem mais restrições já no segundo semestre de 2011. De acordo com as conclusões do Inquérito aos Bancos sobre o Mercado de Crédito, prevê-se um aumento dos 'spreads' e de comissões, tanto a empresas como a particulares. Um aumento que já se sentiu no primeiro semestre, e que foi intenso no caso das grandes empresas e dos empréstimos a longo prazo. Na imagem, os líderes dos cinco principais bancos.

Banca em

Bancos nacionais têm equipas

RAQUEL CARVALHO

raquel.carvalho@economico.pt

Não falta apoio às exportações das empresas por parte da banca. Além das linhas PME Investe, são muitos os produtos e serviços disponibilizados pelos cinco maiores bancos nacionais que, em comum, têm o facto de terem criado equipas especializadas para apoiar as empresas no processo de internacionalização.

1 Caixa Geral de Depósitos

A CGD criou um gabinete de apoio ao Comércio Externo, que actua em estreita colaboração com a Rede Caixa, e que é composto por especialistas. Nos primeiros três meses de 2011, o crédito concedido pela CGD a empresas foi de 23,5 mil milhões de euros, valor que representou um acréscimo de 6,4% face ao período homólogo do ano anterior.

Fonte oficial do banco afirma que o volume de negócios do segmento Empresas (ENI) de 41.515 milhões de euros já registou “no final do 1º trimestre de 2011 um crescimento homólogo de 5,8%”.

A CGD quer que a sua quota no segmento empresas cresça e, como tal, vai prosseguir “com a consolidação do modelo de serviço Caixa Empresas, tendo subjacente um conceito de serviço de gestão personalizado prestado aos clientes ENI, pequenas e micro empresas clientes da CGD, que materializa no Gestor de Cliente a vertente de relacionamento através duma abordagem integrada às necessidades empresariais e particulares dos seus clientes”, explica a mesma fonte oficial. A 31 de Março deste ano “estavam abrangidos por este modelo de serviço 21.891 clientes, com um volume de negócios de 3.620 milhões de euros”.

2 Santander Totta

Também o Santander Totta tem uma equipa de profissionais especializados que, “além do apoio directo a clientes, têm a missão de formar os gestores de empresas, por forma a dominarem os produtos adequando-os às necessidades dos clientes, em cada momento para cada cliente”, diz fonte do banco que destaca a criação recente do International Desk “destinado a apoiar as empresas que iniciam o seu processo de internacionalização”.

O banco tem uma quota de 18% nas linhas Investe, e no final de Março de 2011, o crédito concedido às PME totalizou 10,2 mil milhões de euros, o que corresponde a um aumento de 1,3% relativamente ao período homólogo.

O Santander garante que dá “apoio a todos os projectos viáveis e empresas sólidas que, actuando onde têm maiores mais-valias a ofere-



A MARCA PORTUGUESA DE AZEITES, dirigida por Pedro Cruz (na foto), produz por ano cerca de 30 mil toneladas, das quais 70% são para exportação. Os produtos com a assinatura Gallo são vendidos em 47 países, sendo o Brasil o destino mais importante em termos de volume de exportação. Seguem-se a Venezuela, Angola e China, mercados prioritários em termos estratégicos para a empresa.



CERCA DE 20% DO AZEITE fabricado de forma artesanal na Casa Zé Bairrão, de Vale das Mós, Abrantes, é exportado para mercados como o Brasil. E em breve, a pequena empresa ribatejana vai entrar na Áustria. A produção de olivais tradicionais com mais de 70 anos e englobam uma área de 80 hectares, atingiu as 60 toneladas de azeite na última campanha, revelou a agência Lusa.

força no apoio a empresas

especializadas em negócio internacional para apoio às exportações das empresas.

cer aos seus clientes, necessitam do nosso suporte". O Santander Totta destaca ainda que "fruto da sua presença em Angola, o banco tem vindo a apoiar as empresas exportadoras, através da atribuição de linhas de créditos específicas" para este mercado.

3 Banco Espírito Santo

A Unidade International Premium (UIP) é a unidade de apoio à internacionalização das empresas constituída pelo BES, e que tem como objectivo "fomentar o aumento das exportações nacionais, assim como o alargamento dos mercados alvo destas exportações e o apoio aos projectos de investimento nacionais no estrangeiro", afirma fonte oficial do banco. É a equipa de gestores de negócio internacional especializados geograficamente que acompanha "pró-activamente as operações dos clientes desde a sua génese e origem geográfica até ao destino e à fase de maturidade do projecto", acrescenta a mesma fonte.

A actividade internacional do grupo BES representou, em 2010, 48% do seu resultado líquido consolidado e recorrente, sendo que a quota de mercado do banco nas PME é de 24,9%. O BES adianta que "73% do crédito concedido pelo BES é a empresas e que três em quatro PME Líder são clientes BES". A mesma fonte diz que "o Trade Finance registou um crescimento homólogo de 75,5% e representa uma quota de mercado de 27,2%".

4 Millenniumbcp

O Millenniumbcp dispõe de um centro de competências, criado em 2006, para apoio à exportações e internacionalização das empresas portuguesas "que inclui todas as vertentes do negócio internacional, desde soluções de gestão de tesouraria a soluções de trade finance", afirma fonte do banco. Este centro "é composto por especialistas com eleva-

Onde os bancos podem ajudar

Assessoria e aconselhamento na hora de escolher para que mercados exportar, quais os melhores parceiros e quais os melhores instrumentos financeiros a utilizar. Estes são os serviços mais comuns e disponibilizados por todos os bancos. Ainda dispõem de serviços como créditos e remessas bancárias, garantias bancárias, factoring de exportação, transferências internacionais e 'cash-management'.

O objectivo da banca é minimizar o risco do negócio, quer nas operações de exportação, quer nas operações de internacionalização. Os cinco maiores bancos nacionais financiam projectos de internacionalização através das linhas PME Investe e, em particular as exportações, a partir da linha de crédito Export Investe, uma linha PME Investe que apoia as empresas exportadoras nas suas necessidades de financiamento.

dos conhecimentos técnicos em negócio internacional que asseguram atendimento personalizado".

O Millennium Trade Solutions em Portugal é composto por onze colaboradores fisicamente instalados em Lisboa e Porto, sendo esta uma equipa que tem como missão "fazer a ponte com os gestores de relações comerciais em cada sucursal em Portugal e com colaboradores dedicados em cada um dos países onde o banco marca presença, nomeadamente Angola, Moçambique, Polónia, Roménia e Macau", destaca a instituição bancária. De referir que o Millenniumbcp tem uma quota de mercado de 26% no apoio à exportação.

5 Banco Português de Investimento

O BPI tem uma quota de 19% na colocação de operações na Linha PME Investe, tendo também um lugar de destaque na colocação das linhas de seguro de crédito de apoio à exportação com apoio do Estado. Quem o garante é fonte oficial do banco que destaca igualmente o serviço Net Empresas, a ferramenta de Corporate Internet Banking do BPI, "que procura agilizar a gestão das operações e transacções internacionais".

Além do financiamento através da Linha de Crédito PME Investe, o apoio passa ainda pelas dotações de capital específicas para as empresas exportadoras e que o BPI disponibiliza na sua oferta a Linha de Crédito Export Invest. De destacar que o BPI dispõe de uma vasta rede comercial de Centros de Empresas e Balcões e de equipas especializadas e com grande experiência como a Unidade de Trade Finance, "que com um contacto próximo, ajuda na identificação dos produtos mais adequados à actividade de uma dada empresa, esclarece as empresas sobre os produtos de comércio internacional e acompanha as empresas neste tema", diz fonte do banco. ■

NÚMEROS



30.000

CRÉDITO DA CGD A PME AUMENTA

No final de 2010, e através de um incremento do relacionamento comercial com as empresas e empresários de maior valor, o serviço Caixa Empresas tinha sob gestão mais de 30.000 clientes.

700

BES EM MISSÕES EMPRESARIAIS

O BES acompanha cerca de 700 empresas no seu processo de internacionalização. Desde 2009 que o banco já recebeu cerca de 2.900 pedidos de clientes. Desde 2006 o BES já levou 350 empresas a missões empresariais no estrangeiro.

46%

BPI COM FORTE APOIO A PME

O BPI apoia 46% das PME exportadoras. Esta percentagem aumenta para 54% se considerarmos o universo de todas as empresas, cujas exportações representam, pelo menos 10% do volume de negócios.

PUB

Especial Comércio Internacional

Gestix Business ERP/CRM Special Edition

Solução Web em licença anual, otimizada para expediente internacional. Cotações, pro-formas e faturação no idioma do cliente, contas na moeda do cliente, gestão de contactos e tarefas, inventário, fornecedores, gestão de encomendas, entre outros.

Certificado DGCI * Multi-utilizador * Importação de dados por folha de cálculo
Fatura personalizada com logótipo * Apoio telefónico * Atualizações automáticas

promoção **[até 31 Agosto] 390,00€/ano**

demo online
implementação rápida

fale connosco

Gestix
business management software

21 347 7410
info@gestix.com - www.gestix.com

A licença anual Gestix Online é disponibilizada de um dia para outro. Pode evoluir facilmente para licença vitalícia Gestix, sem perda de informação. Gestix é uma ferramenta de gestão que proporciona mobilidade, tanto online como na instalação direta em computador portátil ou não.

Assistência técnica prestada diretamente por técnicos do Desenvolvimento de Software Gestix.

Porque o Gestix é fácil, robusto e não dá problemas.

Visite-nos nas novas instalações, a partir de Agosto:
Rua do Corpo Santo, 10 - Piso 1
1200-130 LISBOA (ao C. Sodré)

IMPORT/EXPORT

As 10 maiores PME importadoras

- 1 **About The Future:** Empresa produtora de papel
- 2 **Seat Portugal, Unipessoal LDA:** Produção e comercialização de automóveis
- 3 **SDT - Electrónica, SA:** Fabricante de soluções integradas electrónicas
- 4 **Defaerloc:** Locação de Aeronaves Militares
- 5 **Tetra Park Portugal:** Sistemas de embalagem e tratamento para alimentos
- 6 **Acembex - Comércio de Serviços:** Operador nacional de cereais e derivados
- 7 **Nissan Iberia S.A - Sucursal em Portugal:** Produção e comercialização de automóveis
- 8 **Metro do Porto:** Empresa de transportes
- 9 **Benteler:** Indústria de Componentes para automóveis
- 10 **Carbopego:** Abastecimento de combustíveis, SA

1 Polopique

A Polopique facturou 67 milhões de euros em 2010. A líder das PME exportadoras em Portugal cresceu 19% em relação a 2009. Dedicada à produção de vestuário feminino, 99% da produção é para exportações, sendo o grupo espanhol Inditex, detentor de marcas como a Zara, o seu principal cliente. No primeiro semestre deste ano, a empresa já registou um crescimento de 15%, face ao período homólogo de 2010. Segundo Teresa Portilha, directora-geral da empresa, "a Polopique produziu cerca de 20 milhões de peças de vestuário, contra os 17 milhões produzidos em 2009, o que corresponde a um crescimento entre os 12% a 15%". Sobre a estratégia da empresa, diz ser "centrada em parcerias, o que permite ter um ciclo de produção entre três a quatro semanas". Além disso, "todas as fases do processo de produção são feitas em regime de 'outsourcing', permitindo dar trabalho a duas mil pessoas da região, além dos 70 trabalhadores directos em 2010". Este ano, a empresa "incorporou uma unidade de fição com 48 novos trabalhadores, e está a investir numa segunda unidade que criará 40 novos postos de trabalho", explicou Teresa Portilha. A criação de estúdios de desenho em Espanha e Portugal, para produção própria, é responsável por 30% da facturação.



Markel Redondo/Bloomberg

2 HEMPEL

A HEMPEL opera no segmento de tintas para navios e diferencia-se pela forte aposta na inovação, o que se reflecte no facto de reinvestir em pesquisa e desenvolvimento a maior parte dos lucros gerados. Com este objectivo, o grupo estabeleceu três grandes laboratórios centrais para pesquisa e desenvolvimento na Dinamarca, em Espanha e em Singapura. Em 2009, a empresa teve uma quebra no volume de vendas de 10%, atingindo 826 milhões de euros. Mas o resultado operativo aumentou 3%, fixando-se em 92 milhões de euros e o lucro líquido cresceu 23%, atingindo os 44 milhões de euros.



Simon Dawson/Bloomberg

5

maiores PME exportadoras

Saiba quem mais exporta no País

RAQUEL CARVALHO
raquel.carvalho@economico.pt

Os dados mais recentes das maiores PME exportadoras em Portugal são de 2009 e foram compilados pelo INE, colocando a Polopique na liderança, seguida da Hempel, da Eda, do Grupo Antolin Lusitânia e da Comdipunt. O ranking das dez maiores inclui ainda a Pralisa, a Robert Bosch Travões, a Italgro, a Koutadly e a Clover. Segundo o estudo do INE, 'O perfil exportador das PME em Portugal', existiam 348.552 PME em 2009, representando 99,7% do tecido empresarial do País e cerca de 59% do volume de negócios gerado. Destas, cerca de 10% eram exportadoras, contribuindo com 40% para o volume de negócios total. O mesmo estudo concluiu também que Espanha é o destino para onde as PME mais exportam, com 30,6%, seguida da França com um peso de 14,8% e de Angola com 10,2%. ■

4 Antolin Lusitânia

O grupo Antolin Lusitânia pertence ao grupo Antolin, uma multinacional espanhola, que actua no ramo dos componentes automóveis, empregando 12 mil pessoas em 23 países, incluindo Portugal. O grupo prima por uma aposta forte em Inovação e Desenvolvimento (I&D), tendo gasto em 2010 45,66 milhões de euros em novos projectos. Nos últimos anos, a empresa apresentou mais de 290 patentes e liderou mais de 45 projectos em I&D. Cresceu 33% em 2010, o que corresponde a 385 milhões de euros, tendo o Ebitda atingido os 184 milhões. O negócio internacional do grupo representa 78% do total da facturação, com o Continente Europeu a ser responsável por 39,1% das exportações. A América do Norte representa 21,6% das vendas e o mercado espanhol 20,5%. O grupo Volkswagen é responsável por 24,5% das encomendas, logo seguido da Ford, 18,1% e do grupo Renault Nissan, com 15,1% e da Peugeot Citroën, com 15%.

5 Comdipunt Agente Têxtil

A Comdipunt - Agente Têxtil, Unipessoal tem sede em Lordelo, Braga, e é a quinta maior exportadora nacional. Pertence ao grupo espanhol Comdipunt, antiga divisão da multinacional espanhola Inditex. Detentora da marca Friday's Project, com lojas em Portugal, lançou o ano passado a marca de baixo custo Shana em Portugal e Espanha. Com colecções novas todos as semanas, e atingindo uma facturação de 30 milhões de euros na Península Ibérica, a empresa pretende dobrar as vendas da marca Shana este ano. O grupo facturou 150 milhões em 2010.

3 EDA - Estofagem de Assentos

Dos mais de 60 milhões de euros de volume de negócio atingidos em 2010 pela EDA - Estofagem de Assentos, 73% provêm das exportações, sendo a PSA Peugeot Citroën e a Renault os principais clientes e Espanha e França os principais mercados. Esta PME, que pertence ao Grupo Faurecia, registou em 2010, um ligeiro crescimento tanto no volume de vendas como de exportações em comparação a 2009 e tem como estratégia de crescimento progredir na sua 'performance' operacional e tecnológica.

UM PARCEIRO PARA O SEU PROJECTO



Wayner Automóvels Cimentas

Restaurantes McDonald's - Estocolmo, Suécia

Centro de Registos - Vilnius, Lituânia

Aeroporto de Vnukovo - Moscovo, Rússia

Kitano Clube "Sola" - Kobe, Japão

Stand da Bentley e Rolls Royce - Leicester, Inglaterra

Edifício de Metro "Plaza Elíptica" - Madrid, Espanha

A aposta na diferenciação, através do desenvolvimento de projectos personalizados e exclusivos, em parceria com os profissionais é, para nós, um desafio...

revigres[®]
DESIGN EM CERÂMICA

REVESTIMENTOS CERÁMICOS VIDRADOS • REVESTIMENTOS E PAVIMENTOS EM GRÉS PORCELÂNICO

LISBOA: Pç. José Fontana 26 A-C • 1050-129 LISBOA • Portugal Tel. +351 213 170 280 Fax +351 213 170 182

ÁGUEDA: Apartado 1 • 3754-001 BARRÓ (Águeda) • Portugal Tel. +351 234 660 100 Fax +351 234 666 555

Showroom (Lisboa e Águeda): 2ª a 6ª feira; 9.00-19.30h (Águeda: 19.00h); sábado: 9.30-13.30h

revigres@revigres.pt www.revigres.com



on-line

www.revigres.com

IMPORT/EXPORT



O SECTOR DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO, Comunicação e Electrónica (TICE) representa 8% das exportações, 2% do emprego nacional e 6% do investimento, segundo o estudo desenvolvido pela sociedade de consultores Augusto Mateus & Associados. O segmento mais relevante no mercado total das TICE é o dos serviços de telecomunicações (37%), seguindo-se o da electrónica de consumo (18%), dos serviços TI (16%) e do equipamento TI (14%).

1 Galp Energia

A Galp Energia é a empresa que lidera o ranking das exportações e este é já um lugar cativo há alguns anos. Em 2010, a petrolífera exportou 1,9 mil milhões de euros em produtos como gasolina e fuelóleo, mais 56% que em 2009. A Galp Energia exporta, hoje, para 55 países, com EUA, México, Holanda e Grã-Bretanha entre os mercados mais significativos de exportação. Fonte oficial da empresa explicou ao Diário Económico que, em 2012, a Galp Energia está em condições de contribuir ainda mais para o equilíbrio da balança comercial, uma vez que está a terminar, este ano, o projecto de investimento de 1,4 mil milhões de euros na conversão das duas refinarias (Porto e Sines), tornando, assim, o País auto-suficiente na produção de gasóleo.



Mario Proenca/Bloomberg

4 Continental Mabor

Com fábrica em Famalicão, a Continental Mabor é a quarta maior exportadora nacional, tendo encerrado o ano de 2010 com lucros de 147 milhões de euros e um volume de vendas à volta dos 600 milhões. A subsidiária portuguesa da gigante mundial emprega 1.533 trabalhadores e foi graças aos bons resultados na produção de pneus que decidiu distribuir cerca de um milhão de euros de lucros, de forma equitativa, aos seus colaboradores. Cerca de 97% da produção de pneus e câmaras de ar visam a exportação para mercados como a Alemanha, Espanha, Benelux, Áustria, Reino Unido, Itália. Sem esquecer os Esta dos Unidos, França e República Checa, embora estes países tenham um contributo bem menor para o volume de vendas da empresa.

5 Repsol Polímeros

A empresa a operar no complexo petroquímico integrado de Sines é o único produtor de poliolefinas em Portugal e é a quinta maior exportadora nacional. Com sede em Sines, a Repsol Polímeros garante emprego a 437 trabalhadores e é naquela complexo que é feita a produção de olefinas e poliolefinas que têm como destino a exportação. A Repsol Polímeros, em 2010 exportou cerca de 84% da sua produção sendo que 72% se destinou a mercados europeus e 12% a outros mercados. O valor total de vendas correspondeu a 648 milhões de euros.



Paulo Alexandre Coelho

10
Maiores exportadoras nacionais

Sector automóvel e petrolífero dominam.

ANA CUNHA ALMEIDA
ana.c.almeida@economico.pt

Todos os anos, o Instituto Nacional de Estatística (INE) actualiza o ranking das maiores exportadoras nacionais, mas nos últimos anos não se têm verificado grandes alterações. O sector petrolífero e o automóvel continuam a liderar esta listagem, com a Galp Energia a assumir posição de liderança, ao exportar 1,9 mil milhões de gasolina e fuelóleo. Um volume de exportações que representou mais 56% que em 2009. A Autoeuropa surge logo em segundo lugar no ranking. No ano passado, a empresa que fabrica carros das marcas Volkswagen e Seat exportou a totalidade da sua produção, equivalente a 68.042 veículos. E o grupo Portucel Soporcel assume outro lugar destaque, sendo já uma referência a nível europeu e também mundial enquanto produtor de pasta e papel. ■

2 Volkswagen Autoeuropa

A Autoeuropa, fabricante de automóveis das marcas Volkswagen e Seat, localizada em Palmela foi o segundo maior exportador nacional em 2010. Entre Janeiro e Junho deste ano, a empresa já exportou para os 27 países membros da Europa 51.125 veículos, correspondendo a 75,1% do total de automóveis produzidos em Portugal destinados à exportação. Se consideramos todos os mercados, a Autoeuropa exportou 68.042 veículos, o que equivale à totalidade da sua produção em 2010. A Alemanha é o destino mais importante desta vertente de exportação, representando 20,8%.

7 Somincor

A Somincor, empresa do grupo Lundin Mining, detentora das minas de Neves Corvo centra a sua actividade no sector primário, com a exploração do cobre e zinco. E é com estes minérios já tratados, que exporta para alguns países, como por exemplo para o Brasil, sobretudo concentrado de cobre. Neste ranking do INE, a Somincor é a sétima maior exportadora nacional. As minas de Neves Corvo, localizadas em Castro Verde, Alentejo, garantem emprego a 910 trabalhadores.

6 Bosch Car Multimedia Portugal

A Bosch Car Multimedia Portugal é um dos maiores empregadores da área de Braga e surge, segundo dados do INE, como o sexto maior exportador nacional em 2010. A fábrica, onde trabalham 2.300 colaboradores, produz produtos electrónicos, sobretudo sistemas de navegação e auto-rádios para a indústria automóvel. Nesta área dos auto-rádios, a empresa assume-se ainda como um centro de competências para o mercado europeu. Com um volume de vendas de 587 milhões de euros em 2010, mais 44% face aos 408 milhões alcançados em 2009, a Bosch Car Multimedia Portugal exporta cerca de 95% dos produtos produzidos na empresa, sobretudo para a Europa. O crescimento global do volume de vendas é directamente influenciado por estes produtos. Em 2010 os números estiveram cerca de 40% acima de 2009, tendo atingido os 587 milhões de euros.



José Manuel Ribeiro/Reuters



SÃO 180 EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA que vão instalar-se nos pólos de Bragança e Vila Real do Parque de Ciência e Tecnologia de Trás-os-Montes. Este projecto, que envolveu um investimento de 19,3 milhões de euros, vai criar mil postos de trabalho em dez anos. O prazo de execução é de 36 meses. O contrato de financiamento Parque de Ciência e Tecnologia foi assinado, a semana passada, em Vila Real.



A DINAMIZAÇÃO DO TURISMO entre Portugal e a China poderá abrir novas perspectivas que levem à concretização de negócios noutras áreas. A afirmação é de Teresa Ribeiro, administradora do Aicep, depois de, na semana passada, ter estado reunida com uma delegação da Associação Chinesa de Empresas de Hong Kong, liderada pelo vice-ministro Guo Li.

3

9

Soporcel e Portucel

O grupo liderado por Pedro Queiroz Pereira está entre os três maiores exportadores. É um dos grupos que gera maior valor acrescentado nacional, a representar mais de 3% das exportações nacionais. As vendas do grupo espalham-se por mais de 100 países em cinco continentes, com destaque para a Europa e os EUA. O grupo posiciona-se como líder europeu na produção de papéis finos e de impressão e escrita não revestidos e o sexto a nível mundial. Tal significa que Portugal passou a fazer parte do ranking europeu dos países produtores deste tipo de papéis. Nos primeiros seis meses do ano, o mercado europeu de papel UWF sofreu uma forte quebra em termos de procura, de cerca de 5%. Uma quebra que não foi compensada pelos mercados de exportação cuja evolução "foi fortemente afectada pela degradação dos preços em USD e pela evolução cambial USD/EUR", pode ler-se no relatório do primeiro semestre. A Portucel Soporcel é já também o maior produtor europeu e um dos maiores a nível mundial de pasta branqueada de eucalipto BEKP (Bleached Eucalyptus Kraft Pulp). As vendas de pasta BEKP, no primeiro semestre deste ano, situaram-se em mais de 2% acima do correspondente valor no semestre homólogo de 2010. Os mercados europeus foram os que receberam a quase totalidade do volume de pasta, uma vez que é nestes destinos que estão os produtores de papéis.



Chris Ratcliffe/Bloomberg

8

Peugeot Citroën

A fabricante de automóveis das marcas Peugeot e Citroën produziu, entre Janeiro a Junho deste ano, um total de 28.037 veículos em Portugal, mais 18,5% do que no período homólogo de 2010. A totalidade desta produção teve como destino a exportação apenas para um país da Europa: França, mercado de origem da empresa. Aliás, grande parte da produção total de veículos automóveis assegurada em Portugal, nos primeiros seis meses do ano, destinou-se a França que absorveu 33,6% do total das exportações. A Alemanha surge em segundo lugar, com 21,8% e o Reino Unido, em terceira posição, com 9,4%.



Antoine Artonio/Bloomberg

10

CACIA Renault

É na fábrica instalada na vila de Cacia, perto de Aveiro, que são produzidos componentes mecânicos que se destinam às fábricas de montagem do grupo Renault espalhadas pela Europa (Espanha, França, Roménia, Turquia) mas também uma parte para a Nissan. A fábrica que garante emprego a 1.100 pessoas, tendo gerado 100 novos empregos no decorrer de 2010, registou uma facturação de 252 milhões de euros no ano passado. A maior parte desta facturação vem do fabrico de caixas de velocidade, como explicou Ricardo Oliveira, director de comunicação e imagem da Renault Portugal. Para 2011, a fábrica de CACIA deverá ter um incremento na sua actividade, com o mesmo objectivo: o de exportar a totalidade da produção.

Janeiro a Maio de 2011

O ano ainda não acabou, mas o INE já apurou o ranking das maiores exportadoras nacionais nos primeiros cinco meses.

- 1 Galp Energia (Petrogal)
- 2 Volkswagen Autoeuropa
- 3 Portucel Soporcel Fine Paper
- 4 Repsol Polímeros
- 5 Continental Mabor
- 6 Bosch Car Multimedia
- 7 Somincor
- 8 Peugeot Citroën
- 9 SN Seixal Siderurgia Nacional
- 10 Faurécia - Sistemas de Escape Portugal

10 principais empresas importadoras em 2010

- 1 Galp Energia (Petrogal)
Com o investimento que a Galp Energia fez nas refinarias de Porto e Sines, Portugal deixou de importar um terço do gasóleo que consome - como hoje acontece -, já que estas refinarias estarão em condições de processar petróleos mais pesados.
- 2 Galp Gás Natural
É a empresa do universo Galp Energia que comercializa gás natural no mercado regulado para os clientes residenciais e empresariais.
- 3 Volkswagen Autoeuropa
A conhecida fábrica de Palmela fabricante de carros das marcas Volkswagen e Seat importa peças e componentes automóveis sobretudo da Alemanha.
- 4 SIVA - Sociedade de Importação de Veículos Automóveis
A empresa importa veículos. No mercado de ligeiros de passageiros está presente com cinco marcas - Volkswagen, Audi, Bentley, Lamborghini e Skoda -, a SIVA comercializou 14.177 automóveis em 2010.
- 5 Pingo Doce - Distribuição Alimentar
A cadeia de supermercados do grupo Jerónimo Martins importa bens alimentares de países como a Polónia.
- 6 Renault Portugal
A empresa de origem francesa importa da casa-mãe os veículos automóveis da mesma marca. E trabalha em paralelo com a fábrica de Cacia (Aveiro) que são produzidos componentes automóveis que se destinam à Europa.
- 7 BP Portugal
A empresa petrolífera que conta com uma rede de 350 postos de abastecimento importa e comercializa petróleos seus derivados.
- 8 Mercedes Benz Portugal
A empresa dedica-se à importação de carros sob a mesma marca, de origem alemã.
- 9 Lidl & Companhia
Grande parte dos artigos vendidos nos supermercados da rede de lojas Lidl vêm da casa-mãe alemã com o mesmo nome.
- 10 Peugeot Citroën Automobiles
Fabrica e importa veículos da empresa francesa com o mesmo nome, bem como produtos ou peças para automóveis.

Exporte connosco.

- Crédito e apoio especializados
- Cobertura de riscos
- Rede internacional

Para as empresas que pretendem exportar ou internacionalizar a sua actividade é importante escolher os parceiros certos. O BPI está presente nos principais mercados internacionais, com equipas experientes e especializadas, para apoiar a expansão das empresas portuguesas. Colocamos à disposição uma oferta global e muito competitiva, para além de soluções específicas para mercados estratégicos.

Visite-nos nos Centros de Empresas e Balcões BPI, consulte www.bancobpi.pt/empresas ou ligue 808 285 285 (atendimento personalizado, 24h por dia).

As taxas de juro a aplicar são passíveis de negociação de acordo com o Regulamento Geral de Crédito do Grupo BPI. Euribor a 3, 6 e 12 meses. Taxa de juro arredondada à milésima.

