

**INTERVENÇÃO DO PRESIDENTE DA AEP - ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE PORTUGAL, JOSÉ ANTÓNIO DE BARROS, NA SESSÃO PLENÁRIA DE ABERTURA DO DIA DA INTERNACIONALIZAÇÃO, INTEGRADO NA 1ª SEMANA EUROPEIA DAS PME09, PORTO, EDIFÍCIO DA ALFÂNDEGA, 7 DE MAIO DE 2009**

Desde há muitos anos que oiço caracterizar Portugal como uma pequena economia aberta. Gostaria de começar por desfazer (ou pelo menos relativizar) este lugar-comum.

Na verdade, entre os países da União Europeia de dimensão comparável com a nossa, somos, a seguir à Grécia, a economia onde o peso das exportações no PIB é mais baixo. Mais grave, desde a nossa adesão à então CEE, a parcela da nossa produção que é exportada aumentou uns meros 3,3 pontos percentuais (de 31,3% para 33,6%). Entre 1995 e 2008, as exportações austríacas passaram de 35% para 60% do PIB. Podemos pois concluir que, para a nossa dimensão, **somos uma pequena economia demasiadamente fechada** e que, ao contrário de tantos outros países, não temos sido capazes de aproveitar em nosso proveito as oportunidades que a integração europeia e, em geral, a globalização, nos abriram e nos abrem.

Outro facto que nos deveria preocupar é a excessiva concentração das nossas exportações num número reduzido de empresas. Em 2006, existiam em Portugal cerca de 28 000 empresas exportadoras, num total de cerca de 350 000, mas as 20 maiores representavam mais de 30% do total das nossas exportações.

Estes factos são demonstrativos do caminho que temos ainda de percorrer no sentido de uma maior internacionalização das nossas empresas. Caminho incontornável, se pensarmos que, tendo em conta o actual nível de endividamento dos agentes económicos e os desequilíbrios macroeconómicos, o aumento das exportações é imprescindível para ultrapassarmos não só a presente crise, mas sobretudo os graves problemas estruturais que afectam a economia portuguesa.

De facto, o desequilíbrio das nossas contas com o exterior tem conduzido a acréscimos anuais da dívida externa líquida do nosso País de cerca de 10% do PIB. Em 2009, o valor dessa dívida ultrapassará já, com toda a certeza, os 100% do PIB. Esta evolução, conjugada com o agravamento dos custos do seu financiamento externo, tem-se traduzido num crescente défice da balança de rendimentos, que já chegou (em 2008) a 4,7% do PIB. Significa isto que quase metade do desequilíbrio externo português é já devida aos rendimentos líquidos pagos ao exterior, que correspondem, na sua esmagadora parte, a rendimentos de capital.

Só melhorando o saldo comercial será possível contrariar esta tendência insustentável.

Essa melhoria pode (e deve) passar pela substituição de importações por produção nacional competitiva. Seria bom, seria mesmo indispensável que a necessária selectividade em matéria de decisões quanto a projectos de investimento públicos passasse, precisamente, pela aferição da componente importada desses projectos e da sua contribuição, no futuro, para a redução do défice externo. Apesar de tudo, a

margem de manobra nestas duas vertentes não é de modo algum comparável com o potencial de aumento das exportações, quer em volume, quer em termos do seu valor unitário.

Para tal, as nossas empresas produtoras de bens e serviços transaccionáveis terão de conquistar elevados ganhos de produtividade, que possibilitem, num contexto de moderação salarial **reduzir os custos laborais unitários** relativamente aos nossos concorrentes e assim **aumentar a competitividade** e conquistar quotas de mercado. Numa palavra, terão de **produzir eficientemente**.

Mas não basta produzir eficientemente, é preciso **vender eficazmente**. Para isso terão de **alargar as suas cadeias de valor** e adquirir as competências e conhecimentos necessários para conceberem de forma inovadora **produtos desejados e reconhecidos pelos mercados**, e constantemente adequados, e colocarem-nos nesses mercados de forma a valorizá-los o mais possível. O valor “perdido” pelas empresas que se limitam a fabricar bem produtos de alta qualidade, mas que são concebidos e comercializados por empresas estrangeiras é enorme. A retenção dessa parcela de valor passa por **formas mais exigentes de internacionalização** das nossas empresas, que implicam um melhor conhecimento dos mercados, um acompanhamento e uma presença mais consistentes e um maior controlo dos canais de distribuição, até ao cliente final. Não nos podemos limitar a vender **ao** estrangeiro, temos de vender **no** estrangeiro.

Outra via a seguir deverá ser a **diversificação dos mercados**. A presente crise económica mundial mostra-nos de forma eloquente a importância de reduzirmos a nossa dependência face a um único bloco económico – a União Europeia – dependência essa que chegou a superar os 80%.

Em 2008, as exportações portuguesas para Angola, Singapura, Brasil e Rússia, tiveram crescimentos da ordem dos 20 e 30 por cento, contribuindo para compensar, em parte, os decréscimos observados na maior parte dos nossos mercados tradicionais. Se a base de crescimento das nossas vendas para esses mercados emergentes fosse já mais significativa, estaríamos decerto numa situação muito mais confortável.

O caminho a seguir deve por isso ser o da diversificação, sobretudo para mercados onde temos maiores facilidades de penetração devido a laços históricos, à língua, à proximidade geográfica ou cultural, que nos proporcionam vantagens comparativas face a outros concorrentes. Há aqui uma vastidão de oportunidades de negócio que não podem permanecer inexploradas.

Concretamente, estou a falar de mercados como os PALOP, o Brasil, a África do Sul, os países árabes (muito particularmente o Magreb, de Marrocos à Líbia), o Irão, de onde regressei há dias, numa missão comercial e diplomática, de dúzia e meia de empresas, todas elas líderes nos seus diversos sectores de actividade, acompanhada pelo Secretário de Estado do Comércio, Serviços e Defesa do Consumidor, de onde trazemos uma impressão extremamente positiva e onde regressaremos, em força, ainda este ano.

Finalmente, **importa que mais empresas portuguesas exportem**, contrariando a grande concentração das nossas exportações no número reduzido de empresas que há

pouco referi. Talvez devesse ter dito antes: **importa que mais empresas portuguesas adquiram as competências necessárias para exportar.**

No entanto, para desenvolver e comportar essas competências, é necessária a aquisição por parte das empresas de dimensão crítica. Esta é uma condição prévia para o sucesso da sua internacionalização. A dimensão das empresas não pode ser a mesma quando passamos de um mercado mais pequeno, e por vezes mais protegido, para um mercado à escala global e sem quaisquer tipos de restrições. Por isso o tema do redimensionamento das PME se coloca hoje com acrescida relevância.

Mais de 95% do tecido empresarial português é constituído por microempresas e apenas 0,1% do número total são grandes empresas. Situação que, aliás, não diverge muito do que se passa, por exemplo, em Espanha, onde a presença de PME é, também, muito relevante. Mas, a dimensão média das nossas PME é menor do que a dimensão média das PME espanholas.

Com uma dimensão média das PME inferior à portuguesa só encontramos a Grécia, economia que, como já vimos, revela um grau de internacionalização ainda inferior ao português, situação a que esta limitação não será certamente alheia.

Para responder aos desafios que procurei enunciar, a AEP tem seguido, no âmbito dos serviços prestados às empresas, uma estratégia assente em **dois vectores fundamentais: apoio ao esforço de diversificação de mercados e ao redimensionamento empresarial.**

Relativamente ao primeiro vector, organizamos já este ano seis acções (missões empresariais e participação em feiras internacionais) em mercados emergentes onde detectamos oportunidades de negócio para as nossas empresas: Venezuela, Brasil, Polónia, Rússia, Emirados Árabes Unidos e Irão. Até ao final de 2009, estão previstas mais 20 iniciativas, insistindo em alguns destes mercados (Brasil, Emirados, Rússia e Irão) e dirigidas a outros (Angola, Moçambique e África do Sul, Líbia, Argentina, Índia, China, Ucrânia, Arábia Saudita). Por razões circunstanciais, de todos conhecidas, tivemos, infelizmente que adiar a missão que estava prevista este mês para o México. Ainda com o mesmo objectivo, a **AEP assinou este ano dois protocolos**, um com a Feira Internacional de Luanda e outro com a ZAO Expocentre, gestora do maior centro de feiras e congressos da Rússia, em Moscovo, **com vista à organização conjunta de feiras** nestas duas cidades, através da Exponor. Ainda este ano, a parceria com a Feira Internacional de Luanda terá tradução prática com a realização dos dois primeiros certames, de âmbito sectorial, estando já previstos mais cinco para 2010. Internacionalizando a actividade da nossa EXPONOR, estamos também a apoiar a internacionalização das empresas portuguesas nestes dois importantes mercados.

Quanto à segunda vertente, a AEP lançou em Abril, o **Programa Dimensão**, visando contribuir para a criação de condições favoráveis a movimentos de concentração, fusão e aquisição, de forma a proporcionar às empresas os ganhos de escala indispensáveis à sua internacionalização.

Sabemos que não estamos isolados nos nossos esforços. Por isso, procuramos **colaborar com entidades, públicas e privadas, que prosseguem os mesmos objectivos.**

Na concretização do Programa Dimensão, que envolve um orçamento de cerca de um milhão de euros, a AEP irá trabalhar em **parceria com o IAPMEI**, e com o seu Programa Fintrans, articulando as respectivas actuações com vista a racionalizar meios e potenciar resultados.

Também no apoio à internacionalização das empresas **é nosso objectivo articular as nossas iniciativas e colaborar activamente, nomeadamente com a AIP e com a AICEP**, como ficou bem claro na reunião que, por iniciativa desta, que saudamos na pessoa do seu Presidente, Sr. Dr. Basílio Horta, as Comissões Executivas das duas Instituições tiveram, na passada semana, na nossa Sede, no Porto.

Poderemos, deste modo, evitar a duplicação de esforços e, mais do que isso, utilizar em comum recursos e competências para reforçar mutuamente a eficácia e os resultados das nossas acções.

Muito Obrigado