

**INTERVENÇÃO DO PRESIDENTE DA AEP - ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE PORTUGAL, JOSÉ ANTÓNIO BARROS, NA «VI CONFERÊNCIA RISCO PAÍS 2011 – PANORAMA MUNDIAL RISCO PAÍS», SOB O TEMA «INTERNACIONALIZAÇÃO E RISCO», REALIZADA PELA COFACE EM COLABORAÇÃO COM A AEP, NO CENTRO DE CONGRESSOS DA EXPONOR, NO DIA 8 DE JUNHO DE 2011**

Sabemos todos, hoje mais do que nunca, que a recuperação da economia portuguesa, a curto prazo, e a superação do grave problema que constitui o crescente endividamento externo, a médio e longo prazo, terão de assentar, necessariamente, na internacionalização das empresas, designadamente no incremento das exportações.

O bom desempenho das exportações portuguesas concorre para um duplo objectivo:

- de carácter conjuntural – como resposta à contracção<sup>1</sup> da actividade económica no nosso país, particularmente marcada por uma forte redução da procura interna (generalizada a todas as suas componentes);
- de carácter estrutural - no sentido de elevar o peso das exportações de bens e serviços no PIB, actualmente em torno de 30%, para um patamar acima de 40%, isto é, próximo da média registada ao nível dos países desenvolvidos, essencial para o reequilíbrio da dívida externa da República.

Estes dois propósitos, sobretudo este último desígnio, mais ambicioso e, por isso, mais difícil de alcançar a mais breve prazo, reclamam exigências em vários domínios. Desde logo, uma orientação das estratégias empresariais e, também, das políticas públicas, em favor dos bens e serviços transaccionáveis.

No domínio das políticas públicas, considero como essencial o apoio ao investimento em bens de equipamento, no sentido de melhorar e modernizar o parque produtivo nacional, reforçando as exportações, o aumento do valor acrescentado dos produtos e a substituição de importações. A dedução à matéria colectável dos lucros retidos nas empresas e reinvestidos neste tipo de activos seria um instrumento muito interessante na concretização desse apoio que, desde há muito, vem sendo defendido pela AEP.

---

<sup>1</sup> *Nas Previsões de Primavera da Comissão Europeia, de 13 de Maio, as projecções relativas a Portugal, incorporando já o efeito esperado do programa de ajustamento económico e financeiro, apontam para uma variação real do PIB de -2.2% em 2011 e -1.8% em 2012, que compara com previsões de 1.8% e 1.9% para a UE 27, respectivamente, ano em que será o único país da UE 27 em recessão. Estas quebras acentuadas do PIB nacional resultam de uma forte descida da procura interna (com quedas previstas de 4.4% e 3.8% no consumo privado, as mais fortes desde 1975, e de 9.9% e 7.4% no investimento em FBCF).*

Destaco, ainda, a necessidade de um esforço acrescido na melhoria da envolvente empresarial, no sentido da eliminação de custos de contexto que ainda persistem, um imperativo para o incremento da produtividade e competitividade. Trata-se, aliás de uma orientação a nível europeu. Saliento a este propósito um documento da Comissão Europeia<sup>2</sup> assinalando que, na parte relativa a Portugal, apesar do lançamento de várias iniciativas que visam a simplificação administrativa, a redução de encargos e a melhoria da qualidade legislativa (de que são exemplos os Programas “Simplex” e “Legislar Melhor”, o “Governo Digital” e a “Empresa na Hora”), Portugal poderia ir mais longe, no sentido de reduzir os estrangulamentos que ainda subsistem ao nível da envolvente empresarial. O enquadramento administrativo e legislativo é apontado como o principal problema.

Mais recentemente, no passado mês de Fevereiro, a revisão do *Small Business Act* para a Europa propõe uma intensificação de esforços em áreas prioritárias, com o objectivo de melhorar continuamente o enquadramento empresarial para as pequenas e médias empresas, de modo a responder aos mais recentes desenvolvimentos económicos, em linha com as prioridades da estratégia Europa 2020.

No âmbito do esforço de modernização administrativa destaco, porém, o recém-criado “Simplex Exportações”, inserido na “Iniciativa para a Competitividade e o Emprego”, que prevê a redução dos encargos administrativos para as empresas exportadoras, incluindo medidas para aumentar a competitividade dos portos e aeroportos nacionais, acelerar os procedimentos relativos ao pedido de isenção de pagamento de IVA para as empresas exportadoras e simplificar os procedimentos associados às exportações indirectas.

Do lado das empresas, o objectivo de atingir um rácio acima dos 40% exige uma intensificação das vendas para o mercado externo por parte das que já exportam mas requer, também, que as empresas que ainda não deram início ao seu processo de internacionalização passem a fazê-lo, sem esquecer a necessidade de uma orientação para o incremento da cadeia de valor e do grau de incorporação nacional.

Em suma, importa que mais empresas portuguesas exportem, contrariando a elevada concentração das nossas exportações num número reduzido de empresas.

Cabe, naturalmente, à empresa a definição do tipo de estratégia na sua abordagem aos mercados internacionais, por exemplo: consolidação de posição, reposicionamento em segmentos de maior valor acrescentado ou prospecção/entrada em novos mercados.

Contudo, há inequívocos sinais para os quais as empresas devem estar atentas e que não devem descurar na definição da sua estratégia de internacionalização – refiro-me designadamente aos mercados de destino das suas exportações.

---

<sup>2</sup> Comunicação da CE ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social e ao Comité das Regiões, designada “*An integrated Industrial Policy for the Globalisation Era, Putting Competitiveness and Sustainability at Front Stage*”, 28.10.2010.

É já sobejamente conhecido o excessivo grau de concentração das exportações portuguesas no mercado da União Europeia (75%, em 2010), em particular num número muito reduzido de países. Os quatro principais países clientes (Espanha, Alemanha, França e Reino Unido) absorvem mais de metade das exportações portuguesas (56,8%, em 2010 e 58,1% no primeiro trimestre de 2011).

Por serem economias maduras, os países mais desenvolvidos, em particular os da Zona Euro, que integra os nossos principais parceiros comerciais, evidenciam, por isso, um menor potencial de crescimento face a outros mercados. O Fundo Monetário Internacional, no seu *World Economic Outlook* do passado mês de Abril, apresenta uma previsão de crescimento de 6,5%, em 2011 e 2012, para as economias de mercados emergentes ou em desenvolvimento, contra 2,4% e 2,6%, respectivamente, para as economias mais desenvolvidas. Por outro lado, as previsões apontam para uma maior dinâmica das importações das economias emergentes ou em desenvolvimento, com taxas de crescimento de 10,2% e 9,4%, respectivamente, para 2011 e 2012, contra 5,8% e 5,5% para as economias mais avançadas.

Assim, para além de reforçar posições nos mercados para onde já exportam<sup>3</sup>, ganhando quota de mercado, as empresas portuguesas devem procurar atingir mercados para onde ainda não exportam ou exportam pouco, mas que revelam um elevado potencial de crescimento. Em suma, devem diversificar os seus mercados de exportação.

Há sinais evidentes de que muitas empresas compreenderam já que este é um caminho promissor a seguir. Estamos a assistir a uma profunda alteração na estrutura geográfica das exportações portuguesas: entre 2005 e 2010 registou-se um reforço, em cinco pontos percentuais, da importância do mercado extracomunitário como destino das exportações portuguesas de bens (passou de 20% para 25%).

O esforço de diversificação e de intensificação das exportações para mercados extracomunitários é bem visível no acréscimo significativo das exportações portuguesas quer para mercados onde temos maiores facilidades de penetração, devido, entre outros factores, aos laços históricos e linguísticos, que nos proporcionam vantagens comparativas face a outros concorrentes, mas, também, para outros mercados, que vão do Extremo Oriente, do Sudeste Asiático, à América Latina, que se revelam particularmente dinâmicos e que encerram uma vastidão de oportunidades de negócio.

---

<sup>3</sup> Saliento, aqui, o caso particular de Espanha, principal mercado de destino das exportações portuguesas (e, também, fornecedor), que deve ser olhado como um prolongamento natural do nosso mercado doméstico, onde o relacionamento transfronteiriço assume particular relevância (o peso das exportações para a Galiza representou 4,8% no total das exportações portuguesas, ou seja superior ao que exportamos para os Países Baixos, Itália, Estados Unidos e Bélgica (que ocupavam, respectivamente, a 6<sup>a</sup>, 7<sup>a</sup>, 8<sup>a</sup> e 9<sup>a</sup> posições no ranking das exportações portuguesas por país de destino, em 2009). Face à limitação do mercado nacional, para muitas empresas portuguesas o mercado ibérico é visto como “mercado base”, isto é, a primeira etapa de um processo de alargamento progressivo do âmbito de internacionalização.

Em 2010, a taxa de crescimento das exportações para fora da União Europeia foi de 17,7%, contra 15,4% intra União Europeia. No *ranking* dos 30 principais clientes (que concentravam 90,5% das exportações totais) registou-se um aumento das exportações em 29 mercados – a excepção foi Angola. Se considerarmos o *ranking* dos 50 principais países de destino (que absorviam 94,8% das exportações), registou-se um acréscimo das exportações em 45 mercados.

Destaco, aqui, o forte crescimento para alguns destinos: México (+98,8%), Brasil (+49,5%), (o valor das exportações portuguesas para qualquer destes dois países é o dobro do da China!), Marrocos (+40,4%), Turquia (+32%) e Rússia (+25,4%). Estes cinco mercados, apesar do peso reduzido no total das exportações nacionais (4,2%, em 2010) contribuíram com 1,7 pontos percentuais para o acréscimo das nossas exportações totais. Se a base de crescimento das nossas vendas para esses mercados emergentes fosse já mais significativa, estaríamos decerto numa situação muito mais confortável.

Podia, ainda, salientar outros mercados: Moçambique (+24,9%), Japão (+47,8%), África do Sul (+40,3%), Índia (+48,4%) e Argentina (+73%).

Os dados relativos ao comércio internacional português no primeiro trimestre de 2011, com as exportações de mercadorias a manterem um elevado dinamismo (taxa de variação homóloga de 17%), voltam a constituir um claro sinal da capacidade das nossas empresas em aproveitar o aumento da procura internacional e a recuperação económica dos nossos principais parceiros.

Tenho consciência de que o pleno aproveitamento das oportunidades de negócio que se vislumbram exige, naturalmente, da parte das empresas, competências e recursos que muitas vezes não possuem, em particular as de menor dimensão. Se atendermos a que 95,5% do tecido empresarial português é constituído por microempresas e que apenas 0,1% são grandes empresas, a questão do redimensionamento empresarial assume particular relevância.

A este nível, reconhece-se a necessidade de mecanismos de apoio à concentração empresarial, através de operações de aquisição e fusão ou de formas menos radicais, associações, acordos complementares de empresas, mas que levem a uma efectiva conjugação de esforços e de recursos.

Mas, a internacionalização, independentemente da forma que assume - investimento directo ou exportação - consome recursos financeiros, actualmente escassos, quer na própria promoção, quer no aumento do crédito a clientes, e tem, inevitavelmente, um risco associado, ou, antes, vários riscos.

Todos os negócios envolvem algum grau de risco. Porém, quando se trata de um negócio internacional - além-fronteiras, há alguns riscos adicionais, que não estão presentes nas operações internas e que poderão ter implicações em termos do retorno esperado.

Deste modo, é essencial um prévio, e rigoroso, conhecimento por parte das empresas sobre os novos mercados que pretendem explorar, ou onde se desejam estabelecer, para a orientação do seu negócio internacional e, como tal, para a minimização do risco. A aproximação a novos mercados, a economias emergentes, fora da União Europeia e da OCDE vem, naturalmente, aumentar aquele risco. A disponibilização de informação por parte de entidades especializadas, de que é exemplo a análise de “Risco-país” da COFACE, assume aqui um importante papel.

Desejavelmente, em alguns casos, a diminuição do risco no desenvolvimento de uma estratégia de internacionalização poderá passar pelo estabelecimento de parcerias, quer com empresas nacionais já experientes, quer nos mercados locais.

Enquanto as parcerias com empresas nacionais podem constituir uma via para aumentar a dimensão crítica ou para possibilitar a oferta de um conjunto alargado de bens e serviços complementares, na óptica do cliente, proporcionando sinergias importantes, as parcerias nos mercados locais são frequentemente um meio privilegiado para facilitar a penetração em mercados mais difíceis e para conseguir o mais depressa possível que a empresa seja vista nos mercados em que se estabelece como empresa local e não como empresa estrangeira. Mas, num ambiente de negócios, marcado por uma complexidade crescente e em constante mudança, o risco associado ao negócio internacional é, cada vez mais, uma variável não controlada.

Riscos associados à instabilidade geopolítica (corrupção, terrorismo, crime organizado, comércio ilícito) e ao diferente enquadramento económico, jurídico (em particular, a imprevisibilidade legal), risco cambial, cultural, político e, mesmo, ambiental, só para citar alguns exemplos, colocam-se com maior acuidade e são especialmente notórios quando estão em causa mercados emergentes, podendo comprometer o êxito da experiência de internacionalização.

Face à deslocação nítida das exportações portuguesas, dos mercados tradicionais para novos mercados emergentes, há assim novos factores que importa preservar.

As linhas de seguro de créditos apresentam-se como um importante mecanismo de protecção das empresas, quer para as que já exportam, quer, em especial, para as que estão a iniciar a sua actividade no mercado internacional.

Recordo que há pouco mais de dois anos (em 24/4/2009) foi criado, o “Programa PME Segura”, com vista a *reforçar os mecanismos de seguro de créditos através do apoio ao nível das garantias, disponibilizadas pelo sistema nacional de Garantia Mútua ou directamente pelo Estado, permitindo às empresas aceder em condições mais favoráveis aos instrumentos de seguro de crédito disponibilizados pelas empresas seguradoras nacionais.*

Não tenho dúvidas da importância destas medidas. Considero, porém, que, apesar da delicada situação das finanças públicas, é preciso estimular ainda mais todo o esforço e entusiasmo com que as empresas portuguesas estão a apostar em novos mercados e atrair novas empresas para este desígnio.

Como tal, defendo que deve ser fomentada a criação de linhas de seguro de crédito que não se restrinjam fundamentalmente à cobertura de operações de crédito para clientes em países da OCDE e a situações tipificadas de cobertura, como sejam a insolvência ou a mora do devedor.

É por isso que, no âmbito de uma das Linhas de Acção para o mandato 2011-2013, “Estimular o crescimento da economia e das empresas”, a AEP pretende sensibilizar o Governo da República para o *“apoio e desenvolvimento dos seguros de crédito, indispensáveis à internacionalização das empresas, em especial quando se visam novos mercados”*.

Da nossa parte, continuaremos a encetar esforços para apoiar as empresas nas suas estratégias de internacionalização. Ao abrigo do projecto *Business on the Way*, que conta com o apoio do QREN, levámos já um conjunto alargado de empresas a missões ou a feiras internacionais em cerca de três dezenas de mercados diferentes. Para além da promoção de negócios, pretendemos, também, estimular a instalação de empresas portuguesas nesses mercados.

Insisto em afirmar que estamos seguramente num domínio em que a actuação conjunta apresenta vantagens evidentes face à actuação individual e descoordenada de cada empresa, em termos de eficácia, eficiência na utilização de recursos, sinergias na partilha de conhecimentos e experiências, visibilidade na presença nos mercados abordados e possibilidade de disseminação de boas práticas.

Por último, ainda no domínio da internacionalização da nossa economia, não posso deixar de referir as oportunidades no novo horizonte do comércio mundial, que podem resultar da nossa posição geoestratégica privilegiada - no cruzamento da América, da África e da Europa, e que não devem ser negligenciadas.

*Continuo a acreditar na capacidade de resistência e de resiliência dos portugueses em geral, e dos empresários em particular, para mudar as situações.* Estou certo que a comunidade empresarial não deixará de aproveitar tais oportunidades.

O estímulo ao reforço das exportações, acompanhado de uma estratégia de apoio à minimização do risco do negócio internacional, é, pois, uma prioridade.

Por tudo isto, dou a maior importância à realização desta Conferência, agradecendo à Coface a sua iniciativa na promoção deste evento, e ao Professor Manuel Vitorino de Queiroz, meu Velho Amigo, toda a colaboração e entusiasmo emprestados ao mesmo e à sua preparação.

Muito Obrigado!