

ESPECIAL

PORTUGAL EXPORTADOR



Cristina Bernardo

Agilizar é palavra de ordem na nova estratégia das exportações

SÓNIA BEXIGA

sbexiga@jornaleconomico.pt

“O envolvimento dos vários stakeholders da cadeia de internacionalização faz com que as empresas aumentem a sua quota no mercado externo e o sucesso passa por agilizar processos, mais do que reduzir custos ou outros aspetos que se mantêm relevantes”, afirmou Jorge Rocha de Matos, presidente da Fundação AIP, na abertura da maratona de 10 horas de intenso trabalho, cumpridas em mais uma edição, a décima terceira, do Portugal Exportador.

Nesta edição, a antiga FIL, em Lisboa, recebeu uma participação superior à registada em 2017, com mais de 1500 participantes, 34 embaixadas, 16 empresas prestadoras de serviços, oito gabinetes de consultoria, 15 câmaras de comércio bilaterais e portuguesas no exte-

rior, 16 workshops, 32 cafés temáticos, tendo também ultrapassado a centena de oradores nacionais e internacionais.

Uma participação variada que, sublinha Rocha de Matos, permite uma partilha de ideias e experiências, no fundo, informações das quais “muito depende o aumento da atividade empresarial pelo mundo fora já que contribuem para a definição das destratégias que visam atingir o objetivo geral do país, pequeno mas de grandes ambições”.

Defendendo que o futuro, no que concerne às exportações nacionais e ao processo de internacionalização das empresas portuguesas, passa por uma interação cada vez maior e por uma “frente única” de trabalho, o comendador aponta dois grandes desafios que importa identificar e para os quais todos os intervenientes da cadeia têm de estar preparados.

Por um lado, a necessidade de mo-

dernização dos chamados setores tradicionais, ainda que considerem que estes já não existem e deram lugar a um conjunto de empresas, essas sim tradicionais, mas que têm de apostar na sua modernização.

Um outro desafio prende-se com a tecnologia e mais precisamente com as soluções que as startups, devidamente apoiadas, podem encontrar de forma a agilizar e acelerar a atividade exportadora em Portugal.

Certo de que, nos dias que correm, em Portugal, não existem muitos eventos que decorram há 13 anos, e sem interrupções, Luís Castro Henriques, presidente da aicep Portugal, um dos três fundadores do Portugal Exportador, sublinhou a relevância deste evento na capacidade de “identificar oportunidades e encontrar formas de ir mais longe”.

Defendendo que o que explica o insucesso das empresas que não conseguem internacionalizar-se é

a falta de informação e de capacitação, alerta para os apoios ao alcance de todas as empresas que existem e que a aicep também disponibiliza.

Devidamente munidas, as empresas estraão então melhor preparadas para responder às duas principais metas a atingir: a diversificação de mercados e a redução do risco, sendo que “as empresas que exportam para mais destinos são as que têm maior risco” mas são também as que terão melhores resultados. É, por isso, “hora dos empresários decidirem voar mais alto”, conclui o responsável.

O terceiro parceiro na promoção deste evento, é o Novo Banco, entidade que, a cada ano, reafirma “o especial” gosto e satisfação com que participa. “Se podemos constatar que nos últimos anos já fizemos um bom trabalho ao aumentar a base exportadora nacional e ao exportar cada vez mais bens com maior valor acrescentado, também

temos que reconhecer que esse esforço tem que continuar porque 24% das exportações nacionais estão concentradas nas 20 maiores empresas exportadoras nacionais e 67% das nossas empresas exportadoras ainda só exporta para um mercado”, afirmou António Ramalho, presidente do Novo Banco.

O que quer dizer que “ainda temos, todos, muito trabalho pela frente”, acrescenta.

Apesar do Portugal Exportador já ser considerado o maior evento de promoção das exportações e da internacionalização realizado em Portugal, António Ramalho garantiu que há mais ambição: “queremos que seja reconhecido como um evento onde, para além das empresas acederem a informação sobre mercados, possam interagir com parceiros nacionais e internacionais, através de reuniões B2B e que possam no curto prazo traduzir-se em negócios concretizados”. ●

ANÁLISE

Clusters em alta abrem novos caminhos nas exportações

Este ano, e pela primeira vez no Portugal Exportador, evento promovido pela Fundação AIP, Novo Banco e aicep Portugal Global, foi possível ver reunidos num mesmo espaço diferentes players de quatro clusters que assumem particular relevância na economia portuguesa: o setor agroalimentar, o automóvel, a construção e o tecnológico, mais precisamente o comércio eletrónico (e-commerce).

AGROALIMENTAR: 6,6 MIL MILHÕES EM VENDAS AO ESTRANGEIRO

As exportações do setor agroalimentar português deverão ter ascendido a cerca de 6,6 mil milhões de euros no ano passado, segundo declarações recentes do secretário de Estado da Agricultura, Luís Medeiros Vieira. Marcando presença em dois salões internacionais de grande envergadura para esta fileira a nível global – o SIAL – Salon International de l’Alimentation, em Paris, de 21 a 25 de outubro; e a Fruit Fresh, em Madrid, de 23 a 25 de outubro – Luís Medeiros Vieira acrescentou que as exportações do setor agroalimentar nacional tem vindo a crescer a uma razão média de 6%, 7% ao ano nos últimos anos. “O setor agroalimentar é um setor que mostra uma grande dinâmica e que se tem afirmado nos últimos anos, com taxas de crescimento de exportações à volta de 8% em 2017”, sublinhou este responsável. O objetivo dos últimos governos portugueses, incluindo o presente, é equilibrar a balança comercial neste setor, tradicionalmente deficitária para o nosso país. E, para isso, é imprescindível que este setor creça acima da economia nacional, como tem ocorrido. “Ainda temos um défice no agroalimentar na ordem dos três mil milhões de euros, mas temos vindo a reduzir esse défice ao longo das últimas décadas”, lembrou Luís Medeiros Vieira na segunda quinzena de outubro. E o que é que Portugal está a conseguir exportar cada vez mais no setor agroalimentar? Frutas (incluindo o tomate) e legumes. Mas também azeite e vinho. E frutos secos, beneficiando do impacto do regadio proporcionado pela barragem do Alqueva. E carnes e derivados. Para continuar neste ritmo de crescimento das exportações, os produtores e intervenientes principais desta fileira pretendem que o Governo português continue a abrir portas em mercados externos. O mercado da UE continua a ser o grande destino, mas há novos e promissores horizontes a descobrir. Há cerca de duas semanas, o gigantesco mercado da Índia autorizou a entrada de frutas e legumes portugueses. O México está aberto à generalidade dos produtos agroalimentares nacionais desde há pouco tempo. Agora, o objetivo é que se abram as portas a outros produtos na Índia. E que se consiga desbloquear as fechaduras de um dos maiores mercados mundiais, a China. *NMS*

CONSTRUÇÃO: SETOR APOSTA EM ÁFRICA E NA AMÉRICA LATINA

O setor nacional da construção tem vivido altos e baixos nos últimos anos no que respeita a exportações. Segundo os últimos dados, fornecidos pela CPCI - Confederação Portuguesa da construção e do Imobiliário, a que o Jornal Económico teve acesso, ainda antes do eclodir da crise interna, com uma grande retração de obras públicas, as empresas nacionais do setor voltaram-se para os mercados externos. Em 2016, as exportações da construção portuguesa cresceram 58,9%. Mais um grande pulo em 2007, 45,3%, seguido de nova progressão nas frentes externas em 2008, com uma subida de exportações de 49,2%. Depois disso, registaram-se quebras em 2009 (ligeira, de 1,3%), e em 2010 (maior, de 12,2%). Em 2011, regressa um novo ciclo de recuperação, com uma subida de 11,7%. Os anos de 2012 (mais 20,4%), de 2013 (mais 7%) e de 2014 (mais 6%) confirmaram essa tendência positiva. Mas as quebras de exportações da construção nacional voltaram a ocorrer em 2015 (menos 7,4%) e em 2016 (menos de 13,9%). De lá para cá, ainda não existem dados públicos e consolidados sobre este tema. A retração do mercado angolano pode ser uma explicação para última tendência descendente. Assim, como a grave crise que vive a Venezuela. De acordo com os mesmos dados da Fepicop, o peso dos novos contratos de construtores portugueses em mercados exteriores revela que Angola valeu 33% do valor de adjudicações, ou seja, um terço do total das exportações do setor. Aliás, África e América Latina, são os grandes ‘drivers’ desta realidade económica e empresarial. Senão, vejamos: em África, Argélia contou com 17% das exportações da construção lusa; Moçambique respondeu por 6%, Malawi angariou 5% e a África do Sul mais 2%. Na América Latina, o Brasil foi responsável por 8% das exportações portuguesas de construção no período em análise, seguido da Colômbia (7%), Venezuela (3%) e Peru (3%). O único grande país destino das nossas exportações do setor da construção nos últimos anos fora destes dois continentes é a Polónia, com uma carteira de contratos que valeu 4% do total. *NMS*

AUTOMÓVEL: ATINGIDOS MÁXIMOS NA PRODUÇÃO E NOS COMPONENTES

2018 é um ano de máximos na indústria automóvel. A produção de carros vai atingir as 310 mil unidades, um recorde absoluto. Até 2020, as projeções indicam que será atingido as 350 unidades produzidas, ou seja, o máximo que a capacidade instalada permite. Daqui para a frente só com novas fábricas será possível bater este número. Os números são da ACAP e compilados pelo cluster Mobinov. A realidade futura com a condução autónoma pode ditar grandes alterações na indústria no médio prazo. Mais de 98% da produção de quatro grandes fábricas (Autoeuropa, Mitsubishi Fuso, PSA e Toyota Caetano) destinam-se à exportação. O objetivo de 2020 duplica a produção de 2017 e que foi de 175 mil unidades, frisou ao JE o secretário-geral do Mobinov, Fernando Machado. A nível de mão-de-obra os números também são impressionantes com mais de 8200 postos de trabalhos novos gerados nos últimos cinco anos e até 2020, a fileira deve vir a precisar de mais 7800 colaboradores especializados, avançou o cluster Mobinov citado pela imprensa. Mas a indústria vai fechar o ano ainda com outros máximos. A indústria dos componentes chegou aos 10 mil milhões de euros (2017, Mobinov), sendo que 8,5 mil milhões de euros são exportações. Um estudo da Deloitte releva aos quase 6% do PIB. Este setor significa cerca de 14% das exportações nacionais em bens transacionáveis até agosto. Os dados são da AFIA – Associação dos Fabricantes para a Indústria Automóvel. A indústria portuguesa está a ganhar quota de mercado com crescimento em termos homólogos de 8% em agosto e com um volume de exportações de 5.459 milhões de euros. Na média dos países europeus o crescimento dos componentes auto é de 2,5%. Em Portugal os componentes envolve indústrias tão díspares como os moldes, plásticos, metalomecânica, ferramentas, têxtil ou tecnologia elétrica e eletrónica. O setor emprega cerca de 55 mil pessoas. Ainda nos componentes o mercado problemático é o Reino Unido que vale 12% das vendas e caiu 11,9% (agosto). O efeito Brexit está a sentir-se mas os industriais estão confortáveis com o crescimento de 13% da Alemanha, para os 1152 milhões de euros e a subida das compras por Espanha com mais 9,8%, ou seja, uma faturação de 1372 milhões de euros. *VN*

E-COMMERCE: IDENTIFICADO O TOP5 DE MERCADOS COM MAIOR POTENCIAL

O Estudo “Top 20 Principais Economias na área do comércio eletrónico e de maior potencial de adesão aos produtos nacionais”, realizado no âmbito do Projeto Norte Digital da ACEPI – Associação da Economia Digital, feito em conjunto com a especialista em estudos de mercado IDC, revela que o Reino Unido, os EUA, a França, a China, a Espanha e a Alemanha são os países que se destacam no top 20 como os cinco principais mercados alvo e com maior potencial de adesão aos produtos nacionais através do digital. Os restantes destinos são a Alemanha, Austrália, Bélgica, Brasil, Canadá, Holanda, Índia, Itália, Japão, Marrocos, Polónia, Suécia, Suíça, Turquia e Rússia, sendo que, no total, os vinte países representam cerca de 80% do PIB e 55% da população mundiais. Atendendo a que a exportação de bens (excluídos os serviços) em Portugal ultrapassou os 50 mil milhões de euros, o equivalente a 26% do PIB, o estudo pretende aferir o estado da economia digital global, com especial atenção para os mercados que sejam mais relevantes ou tenham maior potencial para as Pequenas e Médias Empresas (PME) portuguesas, bem como ser um instrumento de apoio às empresas que pretendam apostar na economia digital, selecionar, desde logo, os principais mercados alvo. São ainda identificadas as tipologias de produtos, em particular aqueles associados à indústria de produtos transacionáveis, que vão desde o vestuário, calçado e acessórios, têxteis, mobiliário e decoração, aos produtos alimentares, e que são os produtos mais vendidos online e cujas receitas representam mais de 15,9 mil milhões de euros (32% do total de exportações de bens). Nesta análise são tidos em conta domínios como a utilização da internet, o nível de compras online, os meios de pagamento mais utilizados, as condições de distribuição e serviços postais, a utilização de tecnologias nas empresas, a legislação e regulação, a fiscalidade, a maturidade da economia digital, e ainda a exportação de produtos a partir de Portugal. *SB*

FINANCIAMENTO

Factoring quer fazer a diferença na hora de exportar

A internacionalização é um passo de extrema importância no percurso de uma empresa, independentemente do setor, dimensão ou objetivos. Apesar de ser um sinal positivo, é um processo que acarreta riscos e incertezas”, afirma Rui Esteves, diretor geral da Eurofactor Portugal, ao Jornal Económico, alertando para a necessidade de uma avaliação pormenorizada de tudo o que envolve o projeto para evitar encargos financeiros negativos.

Esta envolvimento vai desde o mercado às normas legais, passando pelos clientes, os concorrentes, os mecanismos de crédito e os instrumentos disponíveis para financiamento. E neste último campo, o factoring de exportação pretende fazer a diferença na hora de colocar produtos e serviços em mercados externos.

“Em linguagem matemática, se juntarmos as exportações com o instrumento de factoring, o resultado é uma combinação segura”, afirma Rui Esteves. Nesta equação, temos a internacionalização, “fundamental para o desenvolvimento da economia de um país, mas que traz desafios para as empresas”, e do outro lado, temos uma fonte de financiamento “credível, segura, resiliente às crises e que permite dar um suporte estratégico às empresas portuguesas”, garante.

Através de um apoio “à medida”, acrescenta, a Eurofactor identifica riscos e antecipa problemas no que diz respeito às transações comerciais, num apoio customizado, que vai de encontro às reais necessidades de cada cliente. Ao principal objetivo é que as exportadoras “consegam vingar além-fronteiras e alcançar o sucesso”, conclui. ●



RUI ESTEVES
Diretor Geral
da Eurofactor Portugal

portugal
EXPORTADOR 2018

NOVO BANCO^l
Patrocinador oficial

Abrimos portas a quem exporta.

No NOVO BANCO os clientes sabem que podem contar com o conhecimento e a competência de uma equipa de gestores dedicados a levar a sua empresa ainda mais longe. Por reconhecer a importância do seu contributo no apoio às exportações nacionais, o NOVO BANCO associa-se, anualmente, à Fundação AIP e à AICEP, na organização do maior evento dedicado às PME exportadoras, o Portugal Exportador. Fale connosco e descubra um mundo de oportunidades para o seu negócio.

Para mais informações, contacte a nossa rede de agências ou:

NBnetwork^l

707 200 300
Horário de atendimento personalizado:
7 dias por semana das 8h às 24h
Do estrangeiro: +351 218 557 753
MEO: 965 999 910
Vodafone: 912 200 560
NOS: 935 500 010

www.novobanco.pt/empresas
empresas@novobanco.pt

NOVO BANCO^l
EMPRESAS

ENTREVISTA ANTÓNIO RAMALHO presidente do Novo Banco

“A maior dificuldade é a diversificação de mercados”

Depois de 13 anos na sua organização, para o Novo Banco, o Portugal Exportador “faz mais sentido do que nunca”. Considerando o apoio às PME exportadoras como o seu desígnio, o banco garante que este trabalho, atento e de proximidade, vai continuar.

SÓNIA BEXIGA

sbexiga@jornaleconomico.pt

Para o presidente do Novo Banco, o Portugal Exportador, já na 13ª edição, mantém uma grande atualidade e importância para as PME. Em seu entender, “continua a ser estratégico para o país aumentar o número de empresas exportadoras, diversificar os mercados de exportação e incorporar cada vez mais valor nos produtos exportados”.

Da experiência ao lado das exportadoras, que problemas persistem e para que questões mais solicitam a ajuda do banco?

Antes de mais, e para que se tenha uma ideia da importância que o banco tem neste setor, apoiar as exportações, os processos de internacionalização, é a nossa função normal porquanto 60% das empresas exportadoras são nossas clientes. Quanto às dificuldades, é difícil dar um enquadramento geral porque depende muito dos mercados de destino, da tipologia de produtos e do setor de clusterização onde se insere a empresa. Neste momento, depois de uma experiência mais generalizada e mais distribuída de exportadores, verifica-se um aumento de empresas exportadoras, na ordem dos 40% nos últimos dez anos. E a dificuldade maior, hoje, é a diversificação de mercados. Essa diversificação passa por questões financeiras, onde o banco pode apoiar e naturalmente prende-se com garantias e trade finance, sobretudo quando estamos a falar de fora da Europa, mas passa também, e esta é talvez uma das características fundamentais da atividade de exportação, por informação. Ou seja, aquilo que se pede ao banco não é apenas a sua capacidade financeira mas é também a sua capacidade de ajudar informativamente as empresas. Para darmos resposta, temos feito um conjunto de parcerias significativas que nos permitem, tanto na área dos seguros como na da informação e perceção de risco, ter uma resposta informativa sobre a escolha quer de produtos, quer de



Cristina Bernardo

“

Nos últimos anos, todas as empresas portuguesas conseguem operar em mercados mais sofisticados, mesmo quando parecia que estávamos destinados a trabalhar em mercados mais ligados às nossas características históricas, mais atlânticas e menos europeias

oportunidade de negócios, ou até mesmo na forma de exportar. Essa tem sido a nossa grande aposta. É curioso dizer mas a chave do sucesso bancário não está no dinheiro mas sim na informação prestada.

Atualmente, que mercados emergem como sendo as grandes oportunidades para as empresas portuguesas?

É inegável que nos últimos anos, o registo mais positivo foi o do crescimento nos mercados sofisticados da Europa. O que na nossa balança significou passar a ter comportamentos positivos não só nos países terceiros, onde já acontecia, mas também no mercado europeu. Todo o resto depende muito da tipologia de setores e produtos. Enquanto o setor dos moldes trabalha basicamente, e naturalmente, para o mercado europeu sofisticado, há setores, nomeadamente o setor dos vinhos, que começam a alargar-se a mercados fora da zona euro. E temos o caso da metalurgia ou da construção que trabalham sobretudo mercados fora da Europa e particularmente

com mercados da América Latina e de África. Mas importa ainda chamar a atenção para o facto de o crescimento das exportações de serviços ter sido ainda maior do que o das exportações de bens, o que significa que devemos apontar para mercados a uma outra distância. Como é o caso dos EUA, que poderiam ser um mercado mais difícil mas que se torna muito mais interessante quando falamos de exportações de serviços. Porque nesta área, conseguimos fazê-lo com muita qualidade, sobretudo em serviços e componentes tecnológicos que são de facto de valor acrescentado. O que é mais interessante verificar é que, nos últimos anos, todas as empresas portuguesas conseguem operar em mercados mais sofisticados, mesmo quando parecia que estávamos destinados a trabalhar em mercados mais ligados às nossas características históricas, mais atlânticas e menos europeias. Não só conseguimos fazê-lo simultaneamente como o fazem com níveis de rentabilidade superiores aos que tinham no seu mercado interno. Conseguimos estar com margens lí-

quidas, porque este é talvez o melhor dos exemplos, 15% melhores nas empresas que exportam do que nas empresas que vendem apenas internamente. O que dá ideia de que, o português, quando tem mercados mais exigentes, quer seja pela capacidade de gestão, logística ou de contacto, acaba por ser muito mais eficiente na gestão, e muito mais produtivo.

Diante desta evolução das exportadoras, o Novo Banco tem ajustado os apoios?

Podem esperar-se novidades?
Temos apostado na gestão desta visão que tem o enfoque naquilo a que se chama o mercado da informação. Haverá, depois das iniciativas do novo sistema de pagamentos, preocupações específicas em relação à transacionabilidade e aos pagamentos internacionais. Também queremos apostar fortemente na digitalização nas exportações, ou seja, na capacidade de criar um ecossistema digital que permita uma capacidade de exportação muito mais rápida. ●



Eurofactor Portugal

O SEU PARCEIRO AO SERVIÇO DA ECONOMIA REAL

- Financiamento das vendas
- Cobertura risco de crédito
- Serviço profissional de cobranças
- Exportações com segurança

Sede : Edifício Omni - Av. Duque de Avila, 141 3º Dtº - 1050-081 Lisboa - Portugal - tel + 351 213 190 010

Delegação do Porto: Rua Brigadeiro Nunes da Ponte 114, Piso 0 - 4150-036 Porto - Portugal - tel +351 226 054 152

PORTUGAL

Aposta nas exportações para fora da União Europeia compensa

Exportações portuguesas cresceram 10% em 2017 face ao período homólogo. União Europeia lidera destinos de recepção, nomeadamente Espanha, mas mercado extra-UE cresce.

ÂNIA ATAÍDE

aataide@jornaleconomico.pt

As exportações portuguesas têm como principal destino a União Europeia (UE), nomeadamente o mercado espanhol. O principal cliente de bens portugueses é Espanha, mas o país aposta numa diversificação dos destinos de vendas, nomeadamente os Estados Unidos.

Em 2017, as exportações de bens aumentaram 10% em termos nominais, face ao ano anterior, totalizando com 55 029 milhões de euros, à boleia do comércio intra-UE, ainda que se tenham registado aumentos nas transações com países extra-UE, segundo as estatísticas do comércio internacional de 2017. No entanto, num olhar mais detalhado verificou-se que o peso dos países Intra-UE reduziu-se no total das exportações, atingindo 74,1%.

Segundo o organismo de estatística português, a balança comercial de bens atingiu um saldo negativo de 14 460 milhões de euros, o que corresponde a um aumento do défice em 3 075 milhões de euros face ao ano anterior, do qual 2 127 milhões de euros provenientes do comércio Intra-UE e 948 milhões de euros do comércio Extra-UE.

Espanha é o principal mercado
Espanha manteve-se como o principal parceiro de Portugal, tendo sido o mercado que mais contribuiu para o aumento global em ambos os fluxos. Em 2017, representou 25,2% das exportações portuguesas, o que representou um aumento de 5,6% face a 2013. A tendência manteve-se nos primeiros sete meses deste ano, com um aumento de 8,1%, passando de 8.195,6 milhões de euros para 8.863 milhões. À semelhança do ocorrido nos dois anos anteriores, em 2017 Espanha foi o país que mais contribuiu para o aumento global das exportações, com um

aumento de 7,2%, ou seja, 931 milhões de euros, sobretudo devido aos metais comuns, produtos agrícolas e veículos e outro material de transporte. Contrariamente ao verificado em 2016, o défice bilateral com Espanha aumentou em 1 176 milhões de euros, correspondendo ao maior agravamento do saldo entre os parceiros comerciais de Portugal, permanecendo assim, destacadamente, como o mais elevado, atingindo um saldo negativo de 8 592 milhões de euros. Portugal posiciona-se assim no mercado espanhol como o oitavo país fornecedor de bens e serviços, mantendo-se a tendência dos últimos cinco anos.

Exportações para EUA recuperam em 2017

As exportações portuguesas para os EUA voltaram a aumentar em 2017, após o decréscimo verificado em 2016, com um crescimento de 15,4%. Com um acréscimo de 379 milhões de euros, as exportações para este destino foram impulsionadas pelo crescimento nos combustíveis minerais, metais comuns e aparelhos. No total em 2017, as exportações de bens para os EUA corresponderam a 2.844 milhões de euros, representando 5,17% das exportações totais portuguesas de bens. Em 2017, o saldo da balança comercial português de bens com os EUA foi positivo em 1.849 milhões de euros, correspondendo a um coeficiente de cobertura das importações pelas exportações de 286%, segundo dados recolhidos pela AICEP. Neste sentido, o número de empresas portuguesas exportadoras de bens para os EUA ultrapassou as 3 mil e 200 empresas. Segundo a AICEP, em termos globais, as empresas que exportaram para os EUA, em 2017, representaram 15,1% do tecido empresarial nacional exportador de bens, constituindo por 21.241 empresas. Nos primeiros sete meses a tendência de crescimento do ano anterior manteve-se. Com uma ex-

pansão de 5,1% face ao período homólogo de 2017, passando de 1.682,6 milhões de euros para 1.768,6 milhões de euros.

Angola fixa-se como oitavo destino

As exportações portuguesas para Angola totalizaram 1.789 milhões de euros em 2017, representando 3,2% das exportações totais portuguesas. As exportações de bens para o mercado angolano regista-

ram, assim, um aumento de 19,1% face a 2016, fixando Angola como pelo segundo ano consecutivo como o oitavo cliente de Portugal. Segundo análise de exposição a mercados externos, realizada pela AICEP, o saldo da balança comercial portuguesa de bens com Angola foi positiva em 1.511 milhões de euros, “equivalente a um coeficiente de cobertura das importações pelas exportações de 643%”. O mercado angolano comprou principalmente a Portugal, produtos agro-alimentares, com um peso de 26,7% nas exportações totais, com destaque para a exportação de óleo de soja e medicamentos, com um peso de 5% e 4,3%. Em termos globais as empresas portuguesas exportadoras de bens para Angola representaram 26,8% do tecido empresarial nacional exportador de bens, com 21 mil 762 empresas. Já nos primeiros seis meses deste ano, a tendência inverteu e caíram 16,4% face ao período homólogo de 2017, para 874,3 milhões de euros, que compara com os 1.045,6 milhões de euros.

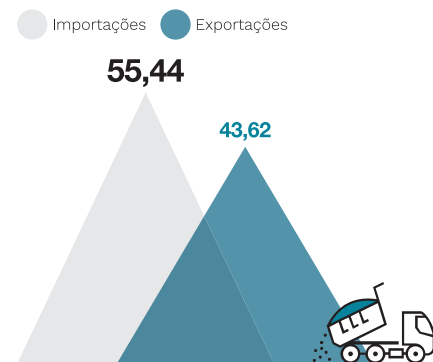
Exportações para a China desaceleram em 2018

O mercado chinês foi pelo segundo ano consecutivo o décimo primeiro cliente de Portugal, com exportações no valor de 841,7 milhões de euros em 2017. Este valor representa um aumento de 8,2% face a 2016, com 34,2% dos veículos e outros materiais de transporte a representar o maior contributo de vendas para a China. No entanto, nos primeiros sete meses de 2018, segundo dados do INE, verificou-se um decréscimo de 17% em comparação com o período homólogo de 2017. Até setembro as exportações portuguesas fixaram-se em 512,7 milhões de euros. O saldo da balança comercial entre ambos os países é negativo, tendência que se manteve em 2017, com - 934,6 milhões de euros, e entre janeiro e setembro deste ano, com - 1.224,7 milhões de euros. ●

Espanha, EUA, Angola e China, em evidência na 13ª edição do Portugal Exportador, são apostas para as exportações portuguesas

BALANÇA COMERCIAL

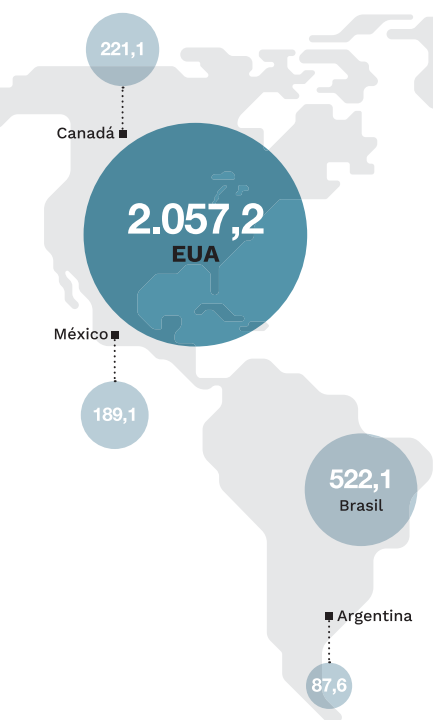
Valores de janeiro a setembro de 2018, em milhares de milhões de euros



PRINCIPAIS ALVOS DAS EXPORTAÇÕES NACIONAIS

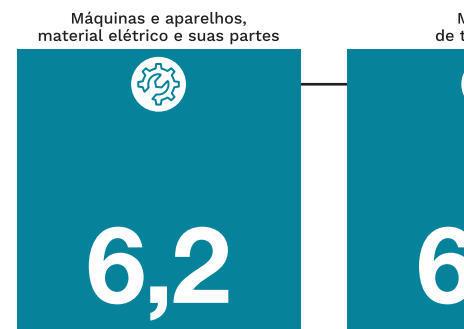
Valores de janeiro a agosto de 2018, em milhares de euros

Menos de mil milhões (círculo claro) | mil milhões ou mais (círculo escuro)



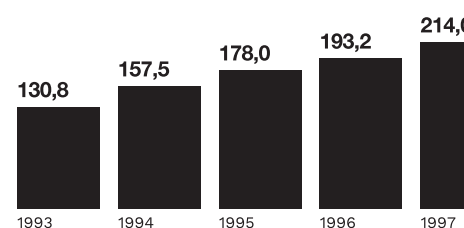
EXPORTAÇÕES NACIONAIS POR TIPO DE BENS

Valores de janeiro a setembro de 2018, em milhares de euros



EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES DE BENS PORTUGUESES

Valores em milhões de euros



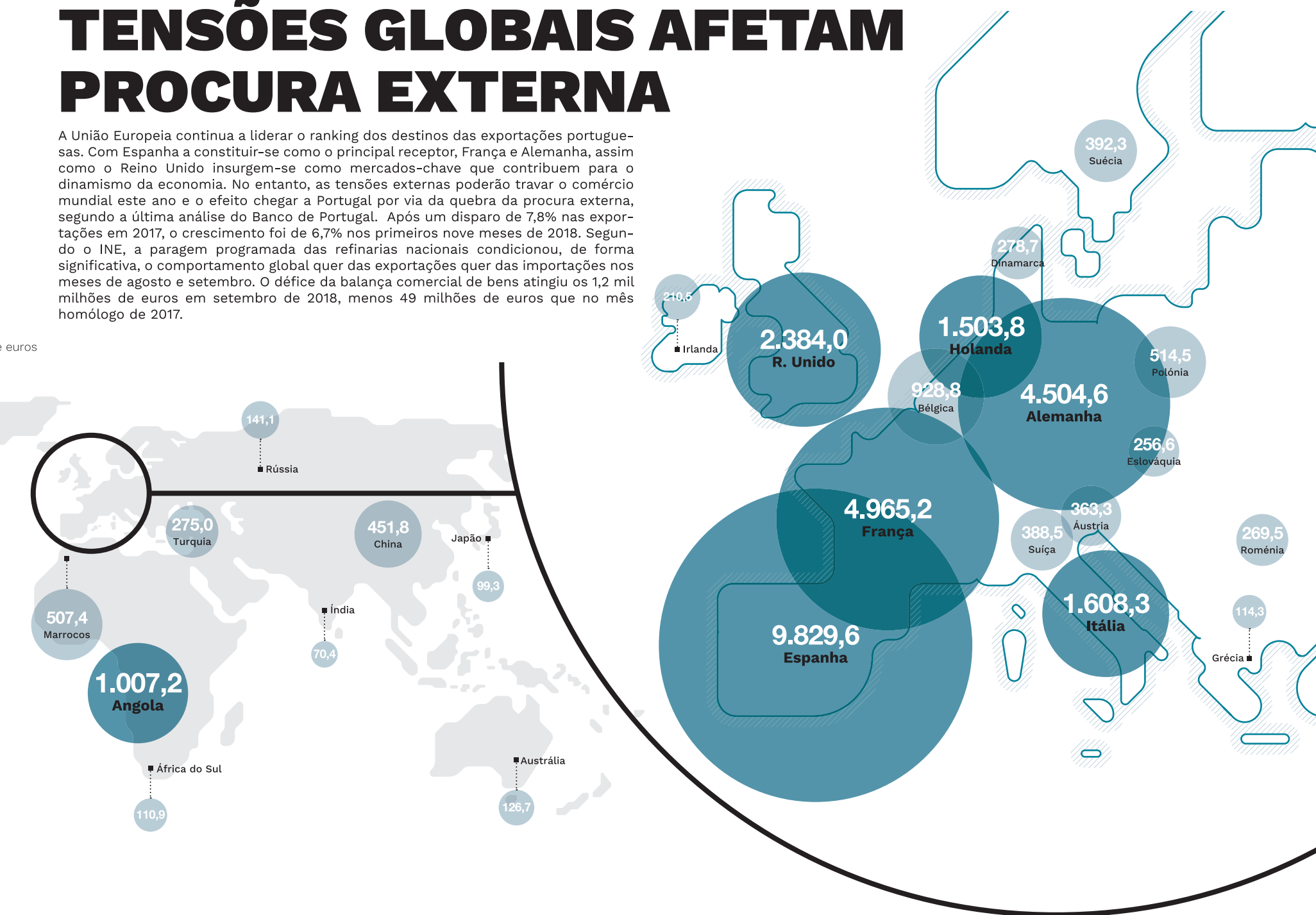
Fonte: Instituto Nacional de Estatística

EXPORTAÇÕES

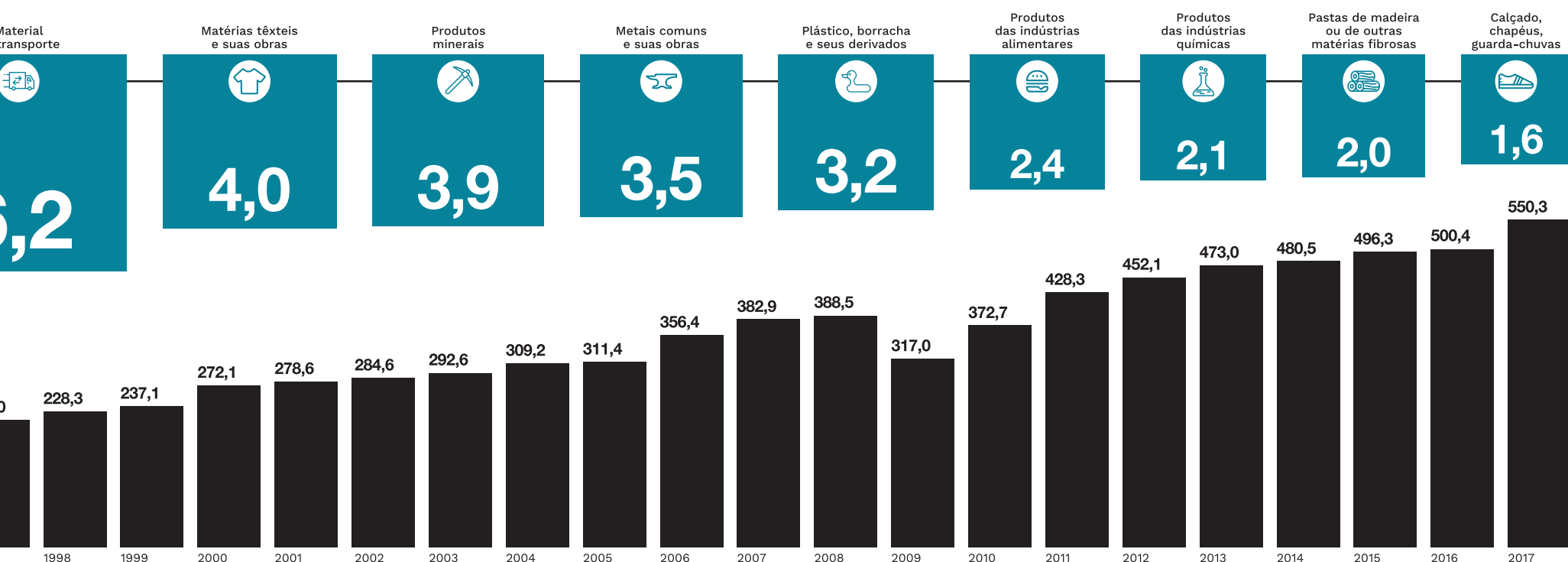
TENSÕES GLOBAIS AFETAM PROCURA EXTERNA

A União Europeia continua a liderar o ranking dos destinos das exportações portuguesas. Com Espanha a constituir-se como o principal receptor, França e Alemanha, assim como o Reino Unido insurgem-se como mercados-chave que contribuem para o dinamismo da economia. No entanto, as tensões externas poderão travar o comércio mundial este ano e o efeito chegar a Portugal por via da quebra da procura externa, segundo a última análise do Banco de Portugal. Após um disparo de 7,8% nas exportações em 2017, o crescimento foi de 6,7% nos primeiros nove meses de 2018. Segundo o INE, a paragem programada das refinarias nacionais condicionou, de forma significativa, o comportamento global quer das exportações quer das importações nos meses de agosto e setembro. O défice da balança comercial de bens atingiu os 1,2 mil milhões de euros em setembro de 2018, menos 49 milhões de euros que no mês homólogo de 2017.

em euros



em milhões de euros



BANKINTER
BANCA DE EMPRESAS

Bons negócios começam com B de Bankinter.

Temos soluções competitivas para apoiar o crescimento das Empresas:

- Negócio Internacional, através de Especialistas e Plataforma Digital.
- Investimento, através de Linhas de Crédito Específicas e Leasing.
- Crédito Especializado de apoio à tesouraria, através de Factoring e Pagamento a Fornecedores.



Pode ser pela nossa experiência de mais de 50 anos a trabalhar com empresas em todo o mundo, pode ser pela alargada gama de produtos e serviços que temos para oferecer. Pode ser pelo apoio constante dos nossos profissionais altamente especializados em Negócio Internacional, pode ser pelas boas condições de crédito que as empresas têm junto de nós, pode ser pela nossa vontade em apostar nas empresas nacionais. A verdade é que cada vez mais, em Portugal, os **bons negócios começam com B de Bankinter.**

Saiba mais pelo Banco Telefónico Empresas **707 50 50 50** ou em bankinter.pt