



ESPECIAL

# portugal

EXPORTADOR 2019



## DIVERSIFICAR MERCADOS, ACRESCENTAR VALOR: PME REFORÇAM FÓRMULA DE SUCESSO

A estratégia de internacionalização adotada hoje pelas pequenas e médias empresas portuguesas traduz um apurado trabalho de casa. Se, por um lado, a diversificação de mercados é hoje um imperativo, por outro, a apresentação de um produto ou serviço que acrescente valor não é menos relevante. E tudo isto num processo cada vez mais alicerçado nas ferramentas digitais. A par das ferramentas financeiras. Leia-se linhas de apoio, fundamentais para a implementação de um plano de expansão.

### ENTREVISTA

**Eurico Brilhante Dias**

Secretário de Estado da Internacionalização

**“Pela primeira vez, a estratégia de internacionalização será preparada para uma década”** ● II



### EXPORTAÇÕES

**Dos produtos ‘gourmet’ ao software de gestão de dados** ● IV

### FÓRUM

**De Portugal para o mundo: aumento das exportações é receita para crescer** ● VIII



ENTREVISTA **EURICO BRILHANTE DIAS** Secretário de Estado da Internacionalização

# “Pela primeira vez, a estratégia de internacionalização será preparada para uma década”

Assumindo o compromisso de colocar em prática medidas “mais eficazes e orientadas”, o Governo continuará focado em novos instrumentos de informação e de financiamento para as empresas.

**SÓNIA BEXIGA**

sbexiga@jornaleconomico.pt

Com a 14.ª edição do Portugal Exportador como pano de fundo, o Jornal Económico conversou com o secretário de Estado da Internacionalização, Eurico Brilhante Dias, sobre o peso das Pequenas e Médias Empresas (PME) na estratégia do Governo para esta legislatura. Assegurando que os ensinamentos do que correu bem e menos bem na legislatura anterior serão refletidos em novas medidas, garante ainda que os custos de contexto na internacionalização merecerão especial atenção por parte do Executivo.

**O Portugal Exportador volta a ser um palco privilegiado para as PME portuguesas que estão a dar os primeiros passos na internacionalização dos seus negócios. Que mensagem levou o Governo a estes empresários?**

O Portugal Exportador, que conta já com 14 edições, reúne, num só dia, alguns dos principais agentes públicos e privados de relevo na internacionalização, desde a AICEP - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, à Fundação AIP, AIP - Associação Industrial Portuguesa, Novo Banco, ou CIP - Confederação Empresarial de Portugal. É uma iniciativa que estimula a internacionalização das empresas nacionais e quem merecido particular atenção da parte das PME.

Tanto para o Governo que cesou funções como para o que foi empossado, a internacionalização continua a ser uma prioridade estratégica para o desenvolvimento

“

“Encontramo-nos por isso no bom caminho para o cumprimento da meta do Governo de alcançar, até meados da próxima década, um valor de exportações superior a 50% do PIB”

do país. O XXII Governo pretende desenvolver políticas que contribuam para o aumento das exportações nacionais, do número de exportadores, da diversificação de mercados e do aumento do valor acrescentado das exportações (subindo na cadeia de valor), e ainda captar mais investimento direto estrangeiro.

Para atingirmos estas metas procuraremos dar continuidade ao Programa Internacionalizar, estabelecendo um conjunto de medidas num horizonte temporal até 2030.

Pela primeira vez, a estratégia de internacionalização será preparada para uma década e, conforme ocorreu no programa anterior, será alvo de discussão devendo as suas medidas ser consensualizadas com os principais agentes públicos e privados. Mais uma vez, queremos uma estratégia articulada, que seja de todos e para todos.

**O apoio às PME exportadoras vai ser reforçado nesta legislatura?**

Vamos procurar implementar medidas que sejam mais eficazes e orientadas, aprendendo com o que correu bem e menos bem na legislatura anterior (isto é, no Programa Internacionalizar 2017-2019). As PME são o principal indutor das nossas exportações e com elas poderemos alcançar os objetivos a que nos propusemos. Continuaremos focados em novos instrumentos de informação e de financiamento, acompanhando com especial atenção os custos de contexto à internacionalização.

**Que instrumentos financeiros estão a ser mais**







Cristina Bernardo

### utilizados pelas exportadoras?

Do ponto de vista financeiro, o principal instrumento continua a ser o Portugal 2020, em particular os sistemas de incentivos à internacionalização.

Só em termos de dinamização e apoio à Internacionalização, o COMPETE já apoiou mais de seis mil empresas (dados a 30 de setembro) - praticamente o dobro do número de empresas apoiadas no anterior quadro comunitário (QREN).

Foram, no entanto, criados na anterior legislatura novos instrumentos financeiros para potenciar as exportações: o Fundo dos Fundos para a Internacionalização; a Linha de Seguro de Crédito à Exportação de Curto Prazo; a linha de seguros de crédito ao importador; a linha de seguros de créditos à exportação de médio e longo prazo para o setor metalúrgico; a linha de seguro de caução e adiantamento para obras no exterior; a linha de apoio às empresas com exposição ao Brexit, no valor de 50 milhões de euros; e ainda, em fase de conclusão, a linha de seguros de crédito para o apoio às exportações para Cuba.

Existe ainda outra área onde temos verificado um aumento significativo de procura por parte de empresas nacionais: os financiamentos multilaterais.

### Numa altura em que, apesar da trajetória ascendente, as exportações de bens desaceleraram em 2018, o que tem de mudar na estratégia para recuperar o ritmo?

Apesar do abrandamento que se tem vindo a verificar, as exportações nacionais de bens e serviços crescem de forma contínua desde 2005 - ano em que representaram 27,1% do Produto Interno Bruto (PIB).

Em 2015, o peso das exportações no PIB situava-se nos 40%, sendo expectável que no final deste ano possa ainda atingir os 44%.

É importante realçar que a taxa de crescimento das exportações portuguesas é, desde 2015, sempre superior à taxa de crescimento da Zona Euro (19), da União Europeia (28) e da média mundial, o que significa que Portugal está a reforçar a sua quota no comércio internacional.

Encontramo-nos por isso no bom caminho para o cumprimento da meta do Governo de alcançar, até meados da próxima década, um valor de exportações superior a 50% do PIB. As nossas exportações estão naturalmente expostas às mais variadas vicissitudes. A tendência de abrandamento do ritmo de crescimento nos nossos principais mercados-alvo, as tensões comerciais entre os principais blocos económicos e o contexto Brexit são apenas alguns dos

desafios no horizonte. Mas sabemos para onde devemos orientar os nossos esforços e recursos: para uma aposta forte na digitalização e no acesso a canais de comércio eletrónicos, para medidas de diversificação de mercados e produtos; e, claro, para uma política de internacionalização ainda mais coordenada entre entidades públicas, rede diplomática e AICEP, Turismo de Portugal, organizações da diáspora, associações empresariais e câmaras de comércio.

### Espanha, Alemanha e Angola estiveram em destaque nesta edição do Portugal Exportador. Como podem ainda crescer as exportações para Espanha?

A Espanha é e será sempre um importante mercado para Portugal desde logo pela proximidade das duas economias. As empresas que iniciam o seu processo de exportação fazem-no muitas vezes no mercado de proximidade. Espanha é um mercado exigente, de elevada qualidade e diferenciação. É através da aposta nestes fatores de competitividade que poderemos crescer.

### Como pode o abrandamento da economia alemã afetar as relações comerciais com Portugal? O que falta potenciar neste mercado?

A Alemanha, tanto ao nível de destino das exportações nacionais como de investidor em Portugal, é igualmente um importante parceiro, e, mesmo com os sinais de abrandamento de que vai dando mostra, é sempre uma das mais importantes economias mundiais, onde podemos crescer inserindo-nos mais ainda nas suas cadeias de valor.

### E que peso assume Angola neste contexto?

Angola pelas razões de proximidade cultural e linguística é igualmente um importante parceiro escolhido pelo tecido exportador nacional tanto pelas oportunidades que oferece, como enquanto plataforma para abordar outras geografias do continente africano. Estas economias encontram-se entre os cinco principais parceiros económicos (como clientes e como fornecedores) em que a integração da economia portuguesa com os três é muito forte. Quando o grau de integração dos mercados é elevado, qualquer abrandamento sentir-se-á internamente, ou seja, evidencia-se numa redução das nossas exportações. Para isso, um dos nossos objetivos fundamentais da política de internacionalização é apostar em elos mais elevados da cadeia de valor e diversificar mercado para que as empresas não estejam tão expostas a fatores externos. ●



Your Financial Advisor!

AUDIT. TAX. ADVISORY

Lisboa • Porto • Leiria

CELEBRATING 10 YEARS

www.bakertilly.pt







Foto cedida

## EXPORTAÇÕES

# Dos produtos gourmet ao software de gestão de dados

IntellCorp, My Data Manager, Gourmet Da Vila ou Gold Nutrition são algumas das empresas portuguesas que apostam forte numa estratégia de internacionalização para vender os seus produtos em vários mercados mundiais.

**ANTÓNIO SARMENTO**  
asarmento@jornaleconomico.pt

Ruben Ribeiro é o CEO da IntellCorp, uma empresa que fornece serviços no âmbito das informações - *intelligence* e segurança de bens e ativos para empresas e indivíduos. “Nós temos um grupo bastante grande de colaboradores com um alcance geográfico extenso. Utilizamos esses colaboradores que vêm da vertente diplomática, segurança, defesa, ou académicos”, explica ao *Jornal Económico*. A IntellCorp foi uma das muitas empresas presentes no Portugal Exportador 2019, o maior evento nacional dedicado à internacionalização empresarial e que decorreu nesta quarta-feira no Centro de Congressos de Lis-

boa. No caso da IntellCorp, estes colaboradores prestam aos clientes um serviço de análise, pesquisa económica, política ou social, bem como segurança. “Mesmo em teatro de guerra ou em conflitos bastantes intensos”, acrescenta Ruben Ribeiro.

Os principais clientes desta companhia, cujo projeto começou em 2014, são internacionais (americanos, asiáticos e africanos fazem parte da lista). “Verificamos se os investimentos que vão fazer são adequados à conjuntura que se vive e é feita uma análise de risco. Vamos dar ao cliente um apoio à decisão”, acrescenta. Sobre os próximos passos dedicados à internacionalização, o fundador quer apostar nos países da CPLP. “Vamos agora iniciar representação exclusiva para a CPLP de tudo

o que é tecnologias de ponta. Não só no que se aplica à vertente civil, como à segurança aérea, terrestre ou marítima”.

O certame do Portugal Exportador colocou no mesmo espaço empresas, consultoras e empresários que pretendem iniciar o seu processo de internacionalização. Esta é uma iniciativa da Fundação AIP, em parceria com a AICEP Portugal Global e o Novo Banco. “Criámos esta parceria e, no fundo, o que visa é assegurar fazer parte do ecossistema que leva ao desenvolvimento das exportações. Quando iniciámos esta parceria as exportações representavam 27% do PIB. Atualmente, representam 44%. Estamos muito satisfeitos pela evolução que se verificou e pela parcela que diz respeito ao Novo Banco no qua-

dro do Portugal Exportador”, disse António Ramalho, presidente do Novo Banco, ao *Jornal Económico*.

“O grande desafio de hoje é como exportar no comércio digital”, afirmou também Augusto Santos Silva, ministro de Estado e dos Negócios Estrangeiros - a sessão de abertura contou ainda com a presença de Jorge Rocha de Matos, presidente da Fundação AIP, António Silva, administrador da AICEP Portugal Global e Eurico Brilhante Dias, secretário de Estado da Internacionalização.

Além dos já habituais *workshops* e cafés temáticos, a edição deste ano do Portugal Exportador conta com uma nova iniciativa: o espaço *Meet the Leaders*, onde empresários com negócios de sucesso nos mercados espanhol, angolano e ale-

**O mercado da CPLP é uma forte aposta de algumas empresas que marcaram presença no Portugal Exportador**



# ONE DELIVERS YOUR EVERYDAY

De coisas que sempre se usa, a algo especial.  
Nós movemos mais do que apenas um contentor.  
Nós movemos o seu dia a dia.



**Ocean Network Express Pte. Ltd.**

7 Straits View, #16-01 Marina One East Tower, Singapore 018936

[www.one-line.com](http://www.one-line.com)



## ESPECIAL PORTUGAL EXPORTADOR

mão se irão reunir com as empresas que queiram aconselhar-se quanto às melhores estratégias de abordagem destes mercados.

As atenções estiveram viradas para três áreas de atividade: agroalimentar, *e-commerce* e metalomecânica, setores em que os portugueses se destacam ou estão em franco crescimento. As exportações no setor agroalimentar aumentaram 56% de 2010 para 2018, sendo o fator de diversificação dos países de destino fundamental para estes resultados.

Outro dos focos passa pelas exportações no setor da metalomecânica que, em 2018, atingiram um recorde ao aumentarem 11,3%, para 18.334 milhões de euros, face a igual período transato, segundo a Associação dos Industriais Metalúrgicos, Metalomecânicos e Afins de Portugal.

Este ano, o Portugal Exportador (PE) voltou a destacar alguns mercados de maior potencial e os escolhidos foram Angola, Espanha e Alemanha, sobre os quais decorreram *workshops* relacionados com a economia, oportunidades e estratégias de negócio para entrar de forma segura e sustentada nesses mercados. A escolha teve por base a facilidade de acesso, balança comercial, número de empresas portuguesas a exportar para lá e o histórico de boas relações comerciais.

A participação da Representação da Comissão Europeia em Portugal na 14.ª Edição do Portugal Exportador realçou também a importância da política comercial, nomeadamente dos acordos comerciais para dinamizar o setor exportador. A UE tem hoje 41 acordos comerciais com 72 países - a maior rede comercial a nível mundial, oferecendo às empresas europeias oportunidades e um ambiente de trabalho equitativo e previsível em todos os continentes. Os acordos comerciais são também um meio de defender e promover os valores europeus. Cada novo acordo comercial da UE inclui compromissos juridicamente vinculativos em matéria de direitos dos trabalhadores e do ambiente. Estes acordos têm mecanismos de verificação do seu efetivo cumprimento.

### Do Gourmet aos produtos desportivos

Daniel Rocha é o fundador da Gourmet Da Vila, plataforma online que pretende ser o maior *marketplace* de produtos portugueses. “A maior ambição é ser a sua loja preferida quando procura os melhores produtos portugueses de grande qualidade. A nossa ideia tem na sua origem e ideologia a seleção de produtos de todas as vilas portuguesas para dar a conhecer o que de bom fazemos, procu-



ramos o artesanato, os produtos manufaturados onde são realmente produzidos para fazer chegar aos nossos clientes esses produtos no conforto das suas casas evitando viagens e tempo na pesquisa”, afirmou o fundador ao *Jornal Económico*. Nesta plataforma estão mais de seis mil produtos divididos por garrafeira, mercearia, cabazes, *club corporate* e eventos.

A Gourmet Da Vila está também a apostar na área da distribuição, sendo que 60% da faturação registada chega dos mercados internacionais enquanto o restante valor é do mercado português. “Os clientes encontram-nos online e entre três a cinco dias têm o produto em casa. Queremos cres-

**O certame do Portugal Exportador colocou no mesmo espaço empresas, consultoras e empresários**

cer em alguns mercados onde achamos que os produtos portugueses são diferenciadores, sobretudo nos mercados do Norte da Europa”, acrescenta Daniel Rocha, dando os exemplos do vinho e do azeite.

Aproximar-se do mercado da CPLP é outro dos objetivos desta empresa. “Temos clientes desses mercados. Compram em Portugal os produtos e fazem o envio. São pessoas que têm uma ligação muito forte à comunidade portuguesa e pode ser interessante”, confessa o empresário.

Custódio César é o fundador da marca Gold Nutrition, uma marca dedicada à nutrição desportiva e alimentação saudável. A empresa

nasceu em 2003 e surgiu no mercado em 2004. “Na altura percebemos que existiam no mercado apenas marcas norte-americanas e que toda a sua comunicação era direcionada para o nicho do *body building* e do culturismo. Decidimos desenvolver uma linha de nutrição desportiva para atletas de *fitness*, de fundo, de *outdoor*, e para quem não era atleta mas queria ficar melhor com o seu corpo”, lembra ao *Jornal Económico*.

Entre os principais mercados exportadores da Gold Nutrition encontram-se Espanha, Roménia, Itália, República Checa ou Eslovénia. A companhia portuguesa conta também com distribuidores na Holanda, Lituânia e Irlanda. Tem ainda contactos no Médio Oriente e estão presentes em Angola. “O setor nacional representa mais de 50% do nosso mercado. Durante o próximo ano deverá estar equilibrado. O ano passado a nossa faturação consolidada foi de sete milhões de euros”, sublinha Custódio César.

### Software para RGPD

My Data Manager é um *software* criado em Portugal e que foi pensado para as empresas que querem estar em conformidade com o Regulamento Geral da Proteção de Dados (RGPD) – sobretudo as que ainda não estão. O programa pretende tornar mais simples a gestão de dados pessoais nas empresas.

Samuel Portugal e Mário Peixinho são dois dos fundadores. “Temos este software que é disponibilizado às empresas e aos Data Protection Officer (DPO) - oficial de proteção de dados em português - não só em Portugal mas também no estrangeiro”, contam ao *Jornal Económico*.

A empresa está atualmente a preparar a entrada no mercado brasileiro, mas já está presente no Reino Unido e nos países bálticos.

“Fizemos uma parceria com uma sociedade de advogados local que nos ajudou a exportar para Lituânia, Estónia e Letónia”, reforçam.

Em Portugal trabalham para entidades como a Mota-Engil e a Universidade Católica. “O que nós pretendemos foi tirar a papelada da vida das empresas e tentar automatizar tudo com um software intuitivo. Ambos já éramos empresários e, a partir do momento em que identificámos que o RGPD ia ser uma oportunidade de negócio, pensámos em como podíamos aproveitar a oportunidade”.

Em relação à Marca Portugal, os empresários não têm dúvidas. “É mais fácil exportar agora do que há quatro ou cinco anos. O mercado português não é só o mercado dos sapatos, é também de desenvolvimento tecnológico”, concluem. ●



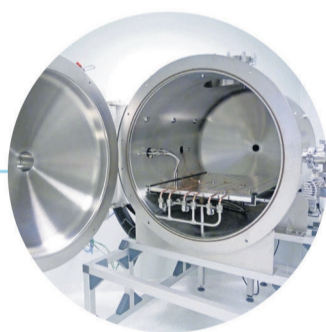


# TESTES DE VIBRAÇÃO E TÉRMICOS LABORATÓRIO DE ENSAIOS AMBIENTAIS



Oferecemos um leque diversificado de ensaios e análises, em equipamentos e componentes de indústrias que necessitam de assegurar o cumprimento dos requisitos mais exigentes de qualidade e segurança nos seus produtos.

No nosso laboratório, aplicamos métodos internacionalmente reconhecidos (como DIN EN 60068-2-6, RTCA/DO-160 ou ECSS-E-ST-10-04C) oferecendo as melhores soluções técnicas e garantindo a competência e idoneidade dos ensaios baseados na nossa larga experiência em projectos espaciais.



Câmara de ciclos térmicos para ensaios: ciclos, fadiga e vácuo. Ambiente controlado e ISO 8.



Mesa de vibração de alta performance para ensaios em equipamento: vibrações, fadiga e choque. Ambiente ISO 5.



Sala Limpa ISO 7 para ensaios e montagem de componentes em ambiente controlado. Equipada com módulo laminar Telstar ISO 4.





# DE PORTUGAL PARA O MUNDO: AUMENTO DAS EXPORTAÇÕES É RECEITA PARA CRESCER

Perspectiva de crescimento da economia dá força para a internacionalização das empresas nacionais, que exportam serviços e produtos para os quatro cantos do mundo.

## 1 QUAL É A PRIORIDADE DA SUA EMPRESA PARA 2020?



**RUI ALMEIDA**  
CEO da Moneris

### FOCO NO DIGITAL E NO CLIENTE

Nos últimos três anos a Moneris tem observado um crescimento orgânico e sustentado, assente numa crescente multidisciplinaridade e consequente diversificação de serviços e soluções que apresenta ao mercado. Hoje a Moneris

posiciona-se claramente como uma consultora de largo espectro, em que o aconselhamento e a consultoria, nas diferentes vertentes como sejam a estratégica, financeira, fiscal ou de gestão, têm um papel preponderante. Podemos reconhecer que temos vivenciado momentos de crescimento económico generalizado, no panorama nacional e europeu, pelo que estes tempos de algum modo nos arrastaram para esta evolução positiva, que soubemos aproveitar. Certo é que hoje a nossa organização está mais preparada para ser ela a arrastar o mercado, em tempos futuros que se anteveem de menor crescimento e que, apesar de nos mantermos moderadamente otimistas, se deverão pautar por algum arrefecimento económico. As nossas prioridades para 2020 serão, como tal, a de consolidar o nosso foco numa agenda de transformação digital, que vimos prossequindo nos últimos anos, e a de focar os nossos profissionais em atividades de consultoria e em serviços e soluções de valor acrescentado, em que o aconselhamento ao cliente seja o

fator preponderante. No que ao primeiro eixo se refere, é certo que a tecnologia está a impulsionar a mudança na profissão. A inteligência artificial, o 'machine learning' e a robótica estão a permitir uma crescente comoditização dos serviços de conformidade, declarativos e repetitivos ou rotineiros. A este respeito, a Moneris tem prossequido uma agenda de transformação digital que lhe permite estar hoje na vanguarda das soluções de automação que lhe permitem otimizar processos e, como tal, assegurar uma maior produtividade e tempestividade no serviço ao cliente. A inovação e a tecnologia estão no coração da nossa estratégia corporativa e são condição essencial para podermos acrescentar valor aos clientes, que já não valorizam a simples componente de conformidade contabilística, fiscal ou regulatória. Hoje o que antes era fator distintivo é considerado "higiénico" e algo tomado por adquirido. O nosso designio digital coloca-se não apenas ao nível das atividades operacionais, mas também na forma como

comunicamos com os nossos clientes, alterando a sua experiência de serviço prestado pela Moneris. A primeira prioridade é essencial e permite o desenvolvimento do nosso segundo eixo de atuação: o foco nas atividades de consultoria. Nos dias de hoje os contabilistas e consultores financeiros, de recursos humanos, de gestão e demais profissionais na área do 'advisory' têm de recentrar a sua atenção. Deixar as atividades de conformidade serem executadas, tanto quanto possível, pelas ferramentas de automação, focando a sua atenção e tempo em atividades que envolvam julgamento, que exijam proatividade, que permitam uma postura preditiva e prescritiva e que apoie os clientes no seu processo de decisão. A tecnologia não nos irá tirar trabalho, mas irá alterá-lo de forma indelével, pelo que a visão de gestão plena e integrada, holística e multidisciplinar, devem estar no epicentro do 'ethos' do consultor moderno. É este hoje o designio da Moneris; é esta a nossa visão do amanhã; é este o futuro que estamos, não a antecipar, mas a construir!



**ISABEL AZEREDO**  
Country Head da One Portugal

### OBJETIVO 2020: CONSOLIDAÇÃO E CRESCIMENTO

O ano de 2020 será um ano desafiante para a economia em geral e naturalmente para as empresas em particular. Se olharmos para alguns dos títulos da



revista “The World in 2020” da “The Economist”, entendemos as mudanças/estímulos a que a economia estará sujeita. Brexit, Donald Trump, taxas de juro negativas, o poder da China e a sua posição dominante no comércio mundial e no desenvolvimento tecnológico, a questão da sustentabilidade e da biodiversidade e a importância do desenvolvimento de um capitalismo sustentável. A este respeito, e já no início do ano 2020, a indústria do ‘shipping’ onde a ONE – Ocean Network Express está inserida, estará sujeita às novas regras relativas à emissão de enxofre. A International Maritime Organization (IMO), agência das Nações Unidas responsável pela segurança do transporte tem tido uma política pró-ativa e intransigente na definição de novos padrões e metas que vão ao encontro das preocupações ambientais e da sustentabilidade do planeta. Neste sentido, esta organização estabeleceu um regulamento que limita o teor de enxofre no combustível para menos de 0,5%, a ter efeito já a partir de 1 janeiro de 2020. A diferença de custo deste tipo de combustível LSGO (Low Sulphur Gas Oil) é de cerca de 150-200 dólares norte-americanos por tonelada, diferença esta que será ainda mais acentuada no início do ano. Ora esta medida tem impacto nos custos de empresas como a nossa e, naturalmente, este aumento de custos terá impacto no valor dos fretes marítimos e, em última medida, nos produtos finais. A consolidação no setor marítimo-portuário continua e as alianças neste setor também. A entrada em abril de 2020 da Hyundai Merchant Marine (HMM) como quarto membro da aliança onde a ONE está inserida terá impacto na nossa empresa. A empresa sul-coreana trará consigo navios de 23.000 TEU que serão implantados no nosso serviço de Ásia-Europa, fortalecendo assim o nosso portefólio de serviços. O ano de 2020 será para a ONE em Portugal um ano de consolidação e de crescimento. A consolidação de processos e procedimentos e a reestruturação das equipas é uma necessidade, por forma a capacitar a empresa de uma estrutura sólida capaz de responder a um constante aumento da procura. Por outro lado, é entusiasmante ver o interesse de investimento desta companhia japonesa multinacional no mercado português e há que saber responder com assertividade. Mais do que nunca é necessário a nível marítimo-portuário garantir a paz social nos portos portugueses, dando sinais de estabilidade em matéria de mão-de-obra portuária. Esta estabilidade captará investimento que trará riqueza não só para os portos como para a economia em geral.



**PAULO ANDRÉ**  
Managing Partner da Baker Tilly

## EXPANDIR SEM SAIR DE PORTUGAL, COM TECNOLOGIA

Para 2020 a Baker Tilly tem planos ambiciosos no âmbito da exportação. Não exportamos bens, mas sim serviços. Exportamos conhecimento. Tal só pode ser massificado sem incorrer nos custos e riscos que a deslocação física de recursos implica, através do uso das novas tecnologias. O mercado dos PALOP é importante para a Baker Tilly, em particular Angola e Moçambique. Temos escritórios nestas geografias, com equipas nacionais residentes em Luanda e Maputo. Espanha está aqui ao lado e é a economia com a qual as nossas empresas estão mais integradas. Aproveitando as oportunidades que as novas tecnologias permitem explorar, a Baker Tilly aumentará significativamente os seus serviços e capacidade na área de ‘outsourcing’ financeiro (‘accounting & payroll’), melhorando significativamente a sua resposta em termos de volume, rapidez e nível de detalhe da informação disponibilizada aos nossos clientes. Tal só é possível com a implementação de uma ferramenta preconizada pela Baker Tilly, em parceria com uma ‘software house’ experiente na área de serviços profissionais, que permite o ‘digital web-based accounting’, automatizando os processos de recolha de informação (faturas, contratos, extratos bancários, etc.), a sua análise e conferência, o seu posterior reflexo contabilístico na base dos princípios aplicáveis em cada geografia, terminando com a validação dos registos contabilísticos através do uso de tecnologias e metodologias de ‘Data Analytics’ (efetuando correlações automáticas entre rubrica, entre saldos, entre movimentos, incluindo a sua reconciliação com diversa informação de natureza operacional e fiscal). Este serviço permite gerir o processo à distância, tendo sido desenvolvido um centro de excelência em Portugal que assiste e suporta os serviços de ‘outsourcing’ financeiro a clientes localizados em Portugal, mas essencialmente nos PALOP. Nestas geografias teremos essencialmente colaboradores séniores que farão o ‘interface’ e comunicação direta com os clientes. Desta forma, teremos a possibilidade de, ainda que mantendo recursos humanos e

tecnologia baseada em Portugal, faturar (exportar) serviços de valor acrescentado para aquelas geografias. A Baker Tilly Espanha integra desde meados de 2019 uma das maiores firmas de auditoria e consultoria de origem espanhola, com cerca de 15 escritórios e mais de 25 milhões de euros de faturação. Com o objetivo de potenciar as sinergias que podem resultar de um trabalho conjunto entre esta nova equipa a equipa anterior da Baker Tilly Espanha e a Baker Tilly Portugal, foram criadas equipas de especialização e ‘taskforces’, em determinadas áreas, para abordagem conjunta ao mercado e assim melhor responder

às suas necessidades, sendo diversas delas lideradas por equipas portuguesas, nomeadamente nas áreas de Corporate Finance (Valuation & Business Models), Transfer Pricing, International Tax, Financial Outsourcing e por fim Governance, Risk & Controls. As equipas portuguesas estarão também em Espanha visitando os nossos clientes para a revisão detalhada e adequada dos temas em análise, acompanhados obviamente por colegas da Baker Tilly Espanha, mas parte significativa do trabalho destes projetos será efetuado a partir dos nossos escritórios em Portugal. De facto estes serviços envolvem

sempre muita análise de ‘backoffice’ invisível (análise de documentação financeira e operacional, consulta de legislação comercial, fiscal e de bases de dados nacionais e internacionais, processamento de informação, preparação de ‘reportings’, armazenamento de dados, entre outros). Finalmente, as metodologias de ‘webconsulting’ e ‘digitalconsulting’ começam a facilitar a exportação de serviços profissionais. A Baker Tilly já está neste comboio e os mercados dos PALOP e de Espanha, serão os primeiros para onde passaremos a exportar o nosso conhecimento. Outros mercados por certo virão a seguir.

PUB



## Coloque os seus Investimentos em boas mãos

“Holdings” e “Tradings” • “Shipping” • lates • TICs e “e-Business”

• Produção e Montagem • Indústria Electrónica

O **Centro Internacional de Negócios da Madeira** é uma praça dinâmica e competitiva que constitui um dos principais instrumentos de internacionalização para as empresas portuguesas.

- **Praça de negócios credível e reconhecida internacionalmente**
- **Regime fiscal atractivo e disponível para empresas nacionais**
- **Regime aduaneiro excepcional no espaço comunitário**
- **Conjunto amplo de serviços, modernos e eficazes, para o estabelecimento de operações empresariais**

**SDM**

**S.D.M. - Sociedade de Desenvolvimento da Madeira, S.A.**

visite-nos em [www.abc-madeira.com](http://www.abc-madeira.com)



## ESPECIAL PORTUGAL EXPORTADOR



**RUI COSTA**  
Diretor da banca de empresas,  
BBVA Portugal

### LADO A LADO COM AS EMPRESAS NOS MERCADOS EXTERNOS

A prioridade do BBVA em Portugal para 2020 é continuar a apoiar as empresas portuguesas, sobretudo incentivando-as e ajudando-as a crescer. Um crescimento que acreditamos passar pela internacionalização. O processo de internacionalização de uma empresa é um grande desafio porque se é verdade que vivemos num mundo cada vez mais globalizado, também é verdade que cada mercado tem as suas especificidades e que são, em muitos casos, muito diferentes do ecossistema das empresas portuguesas. Mas o caminho da internacionalização é indubitavelmente o caminho para crescimento das empresas portuguesas, e com ele, da nossa economia. Não é um caminho fácil e apresenta diversos obstáculos, nomeadamente: superar o desconhecimento do funcionamento dos mercados de destino, é imperativo antes de iniciar relações fazer uma prospeção dos mesmos nas suas vertentes económicas, políticas e sociológicas. Ter disponibilidade para investir, para assumir riscos; estar conscientes das variações cambiais em mercados de moedas distintas, gerir as barreiras alfandegárias e não alfandegárias; atender à logística e transporte para mercados longínquos; estar preparadas para certificações específicas, nomeadamente no setor dos bens alimentares e, obviamente, atender à capacidade de produção face à dimensão dos mercados de destino. Para além das questões mais logísticas é obviamente fundamental dominar fluentemente a língua e conhecer a cultura de negócios. É fundamental foco no mercado externo, independente do mercado interno; ter capacidade de desenvolvimento de um produto ou serviço competitivos e assegurar um planeamento detalhado e ter capacidade para o executar, para tal é imprescindível ter capital humano exclusivamente formado para mercados externos e capacidade de resiliência e de aprendizagem rápida perante os diversos desafios que vão surgindo. O Grupo BBVA, através da sua rede comercial global dispõe de umas competências 'cross-border' que, pelas vantagens

comparativas, permitem diminuir de forma muito significativa estes obstáculos, permitindo que cada cliente possa ir aprendendo e consolidando cada ação e mercado para o qual exporta. As boas perspectivas de crescimento para 2020 de 1,7%, de acordo com a nossa equipa de analistas do BBVA Research, devem animar as empresas portuguesas a apostar no seu crescimento, que para além da internacionalização passa claramente por continuarem a sua transformação digital, a aposta em capital humano e a inclusão de princípios de sustentabilidade. A nossa prioridade: ajudar as empresas portuguesas a crescer pela via da internacionalização.



**JOSÉ LUÍS VEIGA**  
Diretor da banca de empresas  
e membro da comissão executiva  
do Bankinter Portugal

### REFORÇAR A INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

Em 2020, o Bankinter Portugal, através da sua área de Banca de Empresas, continuará a apoiar a jornada de internacionalização das empresas portuguesas. Para isso, o Bankinter vai dar seguimento à sua estratégia de proximidade com os clientes, procurando antecipar as necessidades do tecido empresarial, de forma a desenvolver soluções ágeis e com capacidade para responder às constantes mudanças de contexto do negócio internacional. O Bankinter tem conseguido inovar ao nível de produtos e serviços financeiros e na respetiva distribuição multicanal, colocando essa inovação ao serviço dos seus clientes. A Plataforma Trade, uma ferramenta online que facilita o apoio na gestão financeira diária das empresas, permitindo aos nossos clientes acompanhar os fluxos internacionais de uma forma simples e eficaz, é um exemplo disso mesmo, tal como o portfólio de produtos Bankinter especificamente desenhados para o negócio internacional, entre os quais se destacam as soluções de Cartas de Crédito, Financiamentos à Importação e Exportação, Adiantamentos a Fornecedores Internacionais através das operações de Trade, Remessas Diretas. Tudo permanentemente disponível e à distância de um clique através da Plataforma Trade. Para o financiamento à economia, o Bankinter lançou este ano o Crédito Multilinha, um produto que permite às empresas o acesso a diversas soluções de financiamento com um



**NUNO RANGEL**  
CEO e Vice-presidente da Rangel  
Logistics Solutions

### DE OLHO EM NOVAS OPORTUNIDADES PARA AJUDAR AS EMPRESAS

Nas últimas décadas, a economia mundial tem-se caracterizado por um forte crescimento das trocas internacionais. De uma forma crescente, os mercados nacionais cedem lugar a um mercado global. A internacionalização é uma das respostas empresariais ao desafio da globalização. As exportações têm

sido o maior motor da recuperação económica de Portugal, sendo que nos últimos dez anos o peso no PIB aumentou de cerca de 30% para 43.7% (primeiro semestre de 2019). Acredito que a aposta nos mercados externos é uma realidade com tendência de crescimento. Na Rangel Logistics Solutions temos acompanhado este crescimento. Operamos à escala global, desde o transporte para os nossos vizinhos espanhóis, aos mercados maduros como a Alemanha, França, Estados Unidos e China, até aos países mais longínquos e menos conhecidos como Burquina Faso, Chade e Burundi em África, ou Tajiquistão, Micronésia e Guam na Ásia. Em 2019 já transportámos mercadorias para 204 diferentes países e territórios. Ao longo dos últimos 39 anos, a Rangel tem trabalhado para gerar valor para os nossos clientes, sendo o braço logístico de apoio ao transporte das mercadorias pelo mundo. Continuaremos atentos ao mercado, aos novos desafios e novas oportunidades, sempre com o objetivo de ajudar as empresas portuguesas que se querem afirmar no mercado global. Temos como prioridade o fortalecimento e a eficiência de todos os processos de apoio às exportações dos nossos clientes.



# activeONE

Veículos de transporte automatizado para a Indústria 4.0  
LOGÍSTICA SIMPLIFICADA, MAIOR PRODUTIVIDADE!



ECONOMIA DE CUSTOS  
COM MOVIMENTAÇÃO AUTOMATIZADA DE CARGAS

Os AGV ActiveONE são veículos automatizados para transporte de materiais e mercadorias em instalações de fabrico e armazenamento. Com elevada capacidade de carga e rentabilidade são facilmente adaptáveis às infraestruturas e sistemas de gestão de diferentes sectores de actividade, apoiando integralmente operações de alta cadência 24h/7.



Configurações base de AGVs: ActiveONE com elevação hidráulica ou pino rebocador, ActiveONE com Transportador de Rolos e ActiveONE XL.



BANKINTER BANCA DE EMPRESAS

**Se é para  
exportar,  
é para  
exportar.**

**Uma  
Plataforma  
completa  
de apoio à  
exportação.**



Se ambiciona conquistar o mundo, precisa de um banco que o ajude a chegar mais além. A partir da sua experiência com empresas exportadoras em todo o mundo, o Bankinter criou uma Plataforma completa de apoio ao negócio internacional, com suporte digital, telefónico e o conhecimento de profissionais especializados.

**Porque, se é para exportar, é para exportar. Fale já com o Bankinter.**