

ESPECIAL

# PORTUGAL EXPORTADOR

## Ferramentas para exportar em atualização

O evento “Portugal Exportador” tem como principal foco construir pontes entre todos os players, bem como capacitar as empresas portuguesas para terem o seu espaço, com dinâmicas próprias, potenciando a capacidade inovadora que as caracteriza.

| PII

**Presidente da CIP alerta para a necessidade de uma maior cooperação** | PIV/V

**Câmaras de Comércio no exterior partilham dicas para o sucesso em mercados específicos** | PVI





12ª EDIÇÃO DO PORTUGAL EXPORTADOR

# Atualizar as ferramentas da internacionalização

O Centro de Congressos de Lisboa, no próximo dia 22, será palco de um aprofundado debate sobre o rumo das exportações portuguesas.

**SÓNIA BEXIGA**

sbexiga@jornaleconomico.pt

Nesta 12ª edição, sob a organização da Fundação AIP, Novo Banco e aicep Portugal Global, o Portugal exportador são esperados 10 Gabinetes de Consultoria e B2B, 34 embaixadas, 15 Câmaras de Comércio bilaterais, 13 associações empresariais representadas nos mais de 80 expositores. São mais de 100 oradores que abordarão as várias temáticas ligadas à exportação e internacionalização das empresas portuguesas, nos 16 workshops e 32 cafés temáticos.

A sessão de abertura vai contar com o ministro da Economia, Manuel Caldeira Cabral, e o encerramento será feito pelo Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa e pelo Presidente da República de Cabo Verde, José Carlos Fonseca.

Uma vez mais exclusivamente dedicado às exportações, o Portugal Exportador dará especial atenção aos novos setores e produtos que nascem e se posicionam nas esferas da internacionalização fazendo alavancar o índice de exportações do país, como é o caso do Desporto que hoje em dia se traduz, também, em negócios.

O vice-presidente da Confederação do Desporto em Portugal, Ilídio Trindade, o diretor de Marketing do Comité Olímpico de Portugal, Pedro Sequeira Ribeiro, e Alexandre Andrade, da Deloitte, marcarão presença no workshop “Desporto: um negócio exportador”, com testemunhos de empresários deste cluster. “Programas de Financiamento e apoio ao Desenvolvimento da Indústria do Desporto”, “Indústria do Desporto: Desafios para Portugal”, “Desporto e Imagem de Portugal nos Mercados Internacionais” apoiarão os participantes a interiorizar este setor emergente, nas suas mais variadas vertentes, que, segundo dados do INE no âmbito da Conta Satélite do Desporto, representou 1,2% do VAB e 1,4% do emprego no triénio - 2010 - 2012.

Outro dos pontos altos deste evento será o workshop “Geoes-tratégia – As Grandes Questões”, que visa dar a conhecer, essencialmente às PME, novas ferramentas, contribuindo para capacitar e re-

forçar as suas competências, num mundo em permanente mudança. Neste encontro, entre os vários oradores, estarão Luís Marques Mendes e Luís Amado.

As mudanças políticas na Europa (Catalincha e Brexit) serão alvo de debate neste evento, mas também a América Latina, destino em que os empresários portugueses têm apostado em força e que também vive algumas mudanças. Países como a Argentina, Chile, México, trazem ao Portugal Exportador visões muito específicas, culturais e político-económicas, sobre os seus mercados, apoiando pessoalmente, quem está interessado em continuar ou iniciar o processo de internacionalização nestes países.

Outro dos temas será a abordagem, diferenças e passos a dar para a exportação em economias como a Ásia, com a China ou a América do Norte, com os EUA ou o Canadá. Também África não podia ficar de fora da conjuntura económica global, com oportunidades favoráveis aos empresários que arrisquem, num continente tão vasto e diverso. ●

ENTREVISTA **JORGE ROCHA DE MATOS** Presidente da Fundação AIP

## Exportações precisam de “mais densidade e abrangência”

O apoio prestado aos empresários no “Portugal Exportador” tornou-se uma “missão” para a organização.

**Quais as expectativas para a edição do Portugal Exportador deste ano?**

Para nós, Fundação AIP, as expectativas são, acima de tudo, que o Portugal Exportador continue a ser um bom veículo de informação e um espaço de interação com todas as partes interessadas no incremento das exportações. Estamos certo que as múltiplas atividades e particularmente a informação sobre os mercados que aqui vão ser analisados e debatidos, serão um importante apoio às empresas portuguesas e que, acima de tudo, os empresários possam conseguir perspetivar novas oportunidades para fazer crescer os seus negócios, reforçando o posicionamento nos mercados em que já operam ou que pretendem investir. O trabalho que tem sido desenvolvido para que as empresas saiam daqui com conhecimento, parcerias e contactos, de forma a fazer crescer os seus negócios, não são uma expectativa para a Fundação AIP, mas uma missão.

**Com 12 anos de existência, como evoluiu e para onde caminha?**

O Portugal Exportador tem vindo a crescer continuamente e a reforçar a sua atratividade, afirmando-se hoje como o grande evento e marca de referência em matéria de iniciativas de sucesso no domínio da internacionalização. Aliás, está associado a um ciclo de crescimento quase permanente das exportações que passaram dos cerca de 30% para uma fasquia ligeiramente acima dos 40% do PIB neste período. Tem exigido um esforço muito grande por parte das empresas, sendo certo que também houve o contributo das políticas públicas. O Portugal Exportador tem sido um elemento catalisador de uma nova cultura que vê na competitividade das exportações a prioridade para a economia portuguesa.

**Que leitura faz do atual cenário das exportações?**

**Como prevê a sua evolução?**  
As exportações continuam a registar uma boa dinâmica mas é necessário conferir-lhe mais densidade e abrangência. E, isso é naturalmente um trabalho coletivo que exige inteligência económica e estratégica, envolvendo a comunidade empresarial, mas também as universidades e outros centros de saber, exigindo igualmente a continuação de boas políti-

cas públicas em matéria de internacionalização. Exportar e atrair investimento direto estrangeiro terão que ser duas faces da mesma moeda. A economia e em particular as PME apresentam um portefólio de bens e serviços com muita variedade e diferenciação, mas é necessário atrair grandes empresas e multinacionais estrangeiras que dominam as cadeias globais de valor, para alargar a escala e o potencial de exportação da economia portuguesa. Significa também que temos que aumentar significativamente o número de exportadoras que, apesar da dinâmica atual ser positiva, ainda é restrito. E, isso passa também por uma política de diversificação de mercados tanto a nível intraeuropeu como extraeuropeu. As exportações estão ainda muito concentradas num número reduzido de mercados europeus, essencialmente quatro. Os fortes investimentos que têm sido feitos ao longo das últimas décadas em educação, formação, ciência e tecnologia e, conseqüentemente, em inovação, começam a repercutir-se no tecido empresarial e naturalmente na cadeia de valor da economia, enriquecendo o portefólio de bens e serviços com que Portugal se expõe perante a globalização. Temos que reforçar esse foco, porque reside aí a competitividade das exportações e da economia portuguesa. ● SB



“

Em termos de futuro, o tecido empresarial terá que ser proativo em relação aos desafios da indústria 4.0, isto é, a digitalização generalizada da economia”

**NOVO BANCO<sup>1</sup>**  
**EMPRESAS**

# 12ª Edição Portugal Exportador. Leve as suas exportações a bom porto.

Se as PME são uma referência para as exportações nacionais, o NOVO BANCO é uma referência para as PME portuguesas. Assim, e na qualidade de principal patrocinador do Portugal Exportador, convidamo-lo a participar em mais uma edição do mais importante evento dedicado a todos aqueles que querem levar a sua empresa mais longe no competitivo mercado global. Venha conhecer as ferramentas disponíveis de apoio à internacionalização e tudo o que há a saber sobre os mercados estratégicos.

Dia 22 de novembro no Centro de Congressos de Lisboa.

Inscriva-se já em [portugalexportador.pt](http://portugalexportador.pt)

**portugal**  
EXPORTADOR 2017

Com o alto Patrocínio de Sua Excelência:



*Presidência da República*

Uma iniciativa:

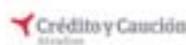


**NOVO BANCO<sup>1</sup>**



AICEP Portugal Global

Patrocinadores:



Technology Partners:



Media Partners:



Com o apoio:



Com o apoio institucional:



## ECONOMIA

# Vendas ao exterior puxam de novo pelo PIB

No terceiro trimestre, o contributo da procura externa líquida para a variação em cadeia do PIB passou de negativo a positivo.

**JOÃO MADEIRA**

[jmadeira@jornaleconomico.pt](mailto:jmadeira@jornaleconomico.pt)

O crescimento homólogo de 2,5% do Produto Interno Bruto (PIB) no terceiro trimestre deste ano, revelado esta terça-feira pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), representa uma desaceleração face ao desempenho dos trimestres anteriores. Contudo, os analistas contactados pelo Jornal Económico desvalorizam este abrandamento, tendo em conta os sinais positivos revelados na evolução em cadeia, sobretudo das exportações.

Se a análise das contas nacionais for feita tendo em a evolução em cadeia, e não a homóloga, o quadro é risonho para as vendas ao exterior. Em comparação com o segundo trimestre de 2017, o PIB aumentou 0,5%, mais 0,2

**“O aumento sucessivo das exportações é uma condição essencial para a redução do endividamento da economia portuguesa”, destaca Rui Bernardes Serra, economista-chefe do Montepio**

pontos percentuais do que no trimestre anterior. “O contributo da procura externa líquida para a variação em cadeia do PIB passou de negativo a positivo, observando-se um aumento das Exportações de Bens e Serviços superior ao das Importações de Bens e Serviços”, indicou o INE.

Os analistas contactados pelo jornal Económico vêem sinais encorajadores nos dados trimestrais do PIB, em particular da componente externa. “É positivo que as exportações líquidas tenham regressado aos contributos positivos para o crescimento do PIB, constituindo o aumento sucessivo das exportações uma condição essencial para a redução do endividamento da economia portuguesa”, considera Rui Bernardes Serra, economista-chefe do Montepio.

Paula Gonçalves Carvalho, directora da Unidade Estudos Económicos e Financeiros do BPI, frisa também a evolução positiva em cadeia. “Pela positiva, e apesar da falta do detalhe mais completo, destaco a performance continuamente robusta das exportações e também o bom desempenho do consumo privado, em recuperação moderada beneficiando da melhoria observada no mercado de trabalho”.

O economista-chefe do Millennium BCP, José Maria Brandão de Brito, considera “extremamente positivo ver a economia portuguesa a consolidar a sua recuperação, ainda para mais de uma forma virtuosa: mais investimento e exportações e consumo sólido, mas em linha com a evolução muito positiva do mercado de trabalho”. ●



ENTREVISTA **ANTÓNIO SARAIVA** Presidente da CIP

## “É preciso concentração e cooperação empresarial para ter maior competitividade”

António Saraiva diz que é preciso acautelar o futuro, para que seja possível manter o bom momento que vivem as exportações portuguesas.

**RICARDO SANTOS FERREIRA**  
[rsferreira@jornaleconomico.pt](mailto:rsferreira@jornaleconomico.pt)

O aumento das exportações tem sido o motor do crescimento da economia portuguesa, nos últimos anos. E não estamos só a falar de turismo, mas também de mercadorias. A agência de notação Standard & Poor's apontou que o desempenho das exportações portuguesas ultrapassou o dos países vizinhos e ganhou terreno a economias tradicionalmente exportado-

ras, como a alemã ou a espanhola. Poderá este momento perpetuar-se? Em entrevista ao Jornal Económico, o presidente da CIP – Confederação Empresarial de Portugal, António Saraiva, diz que o momento é positivo: o peso das exportações no produto interno bruto (PIB) tem aumentado, vendemos a mais países de regiões geográficas diversas, temos ganho quota de mercado e temos conseguido ser competitivos mesmo com a valorização da moeda europeia. Mas António Saraiva tam-

bém diz que estamos a beneficiar de uma conjuntura muito favorável. Por isso, alerta, é preciso acautelar riscos e preparar o futuro. A começar pela necessidade de as empresas se capitalizarem para prosseguirem processos de internacionalização. “Um dos principais problemas das empresas portuguesas é a dificuldade que têm no acesso ao financiamento, dificuldade que, por sua vez, está relacionada com o facto de uma proporção significativa delas apresentarem estruturas financeiras dese-

por uma maior e melhor afirmação nos mercados internacionais. É certo que, para um país com uma dimensão como Portugal, este rácio deveria ser maior, mas a evolução é significativa.

Em segundo lugar, salientaria a diversificação geográfica das nossas exportações, que também tem evoluído favoravelmente. É importante para evitarmos a excessiva dependência de um reduzido número de economias e para aproveitarmos as oportunidades que existem em mercados onde a nossa presença é ainda reduzida.

Em terceiro lugar, há que destacar a tendência de ganhos de quota de mercado a que se tem vindo a assistir desde 2016. Isto significa que não vamos apenas a reboque de uma evolução externa mais favorável, mas que mostramos sinais de capacidade para nos batermos com os nossos concorrentes nos mercados globais.

Finalmente, é muito positivo que o bom desempenho das exportações se tenha mantido, mesmo no quadro da apreciação cambial que se tem feito sentir desde o início deste ano. É sinal da importância dos fatores de competitividade não-preço no dinamismo das exportações portuguesas.

#### Quais são, atualmente, os principais entraves ao desenvolvimento das empresas exportadoras?

Muitas empresas confrontam-se com dificuldades decorrentes da sua reduzida dimensão.

A grande fragmentação do tecido empresarial representa um handicap, quando pensamos na dimensão crítica necessária para que uma empresa possa dispor dos recursos indispensáveis à internacionalização. Há, de facto, necessidade de ganhos de escala para reduzir custos e aumentar a competitividade nos mercados internacionais.

Daí a importância do crescimento e da concentração e cooperação empresarial para atingir maiores níveis de competitividade, sobretudo tendo em conta as condições exigentes que se colocam à internacionalização das empresas.

Além disso, para aprofundarmos a sua internacionalização, para inovarem em termos de produtos e processos, para aumentarem a sua competitividade e a sua capacidade produtiva, as empresas precisam de investir.

Ora, para investirem, as empresas precisam de financiamento.

Precisamente, um dos principais problemas das empresas portuguesas é a dificuldade que têm no acesso ao financiamento, dificuldade que, por sua vez, está relacionada com o facto de uma proporção significativa delas apresentarem estruturas financeiras desequilibradas, com elevados níveis de endividamento e uma excessiva dependência de crédito

bancário de curto prazo.

É esta a razão da minha insistência na necessidade de medidas que favoreçam a recapitalização das empresas.

#### Como antevê a evolução das exportações? Quais são os principais riscos para o desenvolvimento das exportações portuguesas?

É preciso ter em conta que a evolução positiva a que assistimos tem beneficiado de uma envolvente económica particularmente favorável, havendo sinais de que esta não se manterá indefinidamente. Para além, evidentemente, dos riscos político-económicos que ameaçam a economia europeia e mundial, vejo com preocupação a evolução cambial do euro, com uma apreciação face ao dólar que se cifra já, desde o início do ano, em mais de 12%.

Além disso, a previsível redução dos estímulos monetários do BCE poderá refletir-se, num prazo não muito distante, numa intensificação da apreciação do euro, penalizando inevitavelmente a competitividade da economia portuguesa. É certo que esta tendência ainda não se refletiu visivelmente no desempenho das exportações, mas

“

É muito positivo que o bom desempenho das exportações se tenha mantido, mesmo no quadro da apreciação cambial que se tem feito sentir desde o início deste ano. É sinal da importância dos fatores de competitividade não-preço no dinamismo das exportações portuguesas

pergunto-me se, a persistir, será possível que o setor exportador continue a contrariar o impacto desfavorável da apreciação do euro.

Há alguns sinais indiciam que a recente evolução positiva das exportações terá sido, em parte, conseguida através de uma redução excessiva das margens, situação que importa reverter, pois compromete uma presença sustentável nos mercados exteriores e a própria capacidade de investimento da empresa.

Esta situação chama-nos a atenção para a necessidade de acautelar o risco de um aumento dos custos superior ao aumento da produtividade minar a rentabilidade das empresas exportadoras e a nossa competitividade externa, com impactos negativos nas exportações.

#### Considera possível chegar a um peso das exportações de 50% do PIB, em 2021, como está previsto no PEC?

É possível. Bastaria que o PIB e as exportações evoluíssem, em termos nominais, ao mesmo ritmo dos últimos 12 meses para que atingíssemos esse objetivo no final de 2020. Mas o futuro não está escrito, é preciso construí-lo. ●

equilibradas, com elevados níveis de endividamento e uma excessiva dependência de crédito bancário de curto prazo”, refere.

#### Como avalia o atual momento das exportações portuguesas?

Avalio muito positivamente. É certo que, a partir de meados deste ano o ritmo de crescimento das exportações de mercadorias abandonou um pouco relativamente aos meses anteriores, mas esta desaceleração deve-se, em grande parte, a efeitos temporários que empolaram os resultados dos primeiros meses do ano.

#### Como analisa o crescimento das exportações nos últimos anos, tendo em conta o turismo e além deste?

De facto, tem sido destacado, com justiça, o grande contributo do turismo para o bom desempenho das exportações, sobretudo ao longo deste ano. Mas o crescimento das exportações de mercadorias também se tem mostrado robusto.

Há quatro aspetos que me parece importante referir:

Primeiro, o aumento o peso das exportações na economia: há dez anos estavam em 31%, presenteemente estão em 42,5%. Esta evolução é importante porque a reduzida dimensão do mercado nacional faz com que o caminho do crescimento tenha sempre que passar

## Madeira – O veículo de excelência para a internacionalização da sua empresa

- Constituição e administração de sociedades no CINM
- Consultadoria
- Serviços de contabilidade

Contacte-nos

 MadeiraManagement

Rua dos Murças, nº 15, 1º andar, Funchal, Madeira, Portugal  
T: +351 291 201700 E: info@mmcl.pt www.madeira-management.com

Membro da Odra Worldwide

# EXPORTADORAS TÊM DE PREPARAR ABORDAGENS AO PORMENOR

As empresas exportadoras portuguesas contam com diversas entidades instaladas nos potenciais mercados recetores dos seus produtos, ou serviços, para as guiar no terreno. Reconhecendo que o tecido empresarial nacional reúne todas as condições para vencer no mais competitivo dos mercados, deixam alertas para questões cruciais do ponto de vista estratégico e de gestão, mas também de foro cultural e que, se foram negligenciadas, podem ditar o fracasso das suas operações.

**Atualmente, o que condiciona o sucesso das empresas portuguesas nos mercados internacionais?**



**WOJCIECH BACZYŃSKI**  
Diretor Geral  
Polish-Portuguese Chamber  
of Commerce (PPCC)

## ESCRITÓRIOS E GESTÃO LOCAL PODEM FAZER A DIFERENÇA

A Polónia é um mercado grande e complexo, caracterizado pela forte concorrência, grande sensibilidade ao preço e descentralização empresarial. Quem pretende dar os primeiros passos na Polónia, cedo perceberá que são necessárias várias, e regulares, visitas a este país para atingir as primeiras vendas. A condição necessária para ter sucesso consiste em possuir um produto diferenciado, mas a maior diferença será atingida via “client centering”. Segundo a PPCC, a melhor estratégia para os primeiros passos consiste em tornar-se membro de associações setoriais e da nossa Câmara para ter acesso ao suporte local. Sempre que possível, recomendamos às empresas portuguesas que trabalhem com os escritórios polacos dos seus clientes internacionais. Consideramos que a estrutura local deverá ser gerida, desde o início, por um manager polaco que, certamente, possuirá, e entenderá bem, a cultura empresarial portuguesa. A partir daí, a estrutura local deve ser gradualmente nacionalizada, bem como ser fluente em polaco. Os melhores exemplos de sucesso, são os casos de sucesso da Biedronka e do Bank Millennium, que se tornaram negócios tão locais que poucas pessoas se lembram que são empresas portuguesas.



**CARLOS VINHAS PEREIRA**  
Presidente da Câmara  
de Comércio Franco-Portuguesa  
(CCIFP)

## DA RELAÇÃO QUALIDADE/PREÇO À VOCAÇÃO INATÁ

As empresas portuguesas apresentam pontos fortes que fazem a diferença nestes mercados: a excelente relação qualidade/preço dos produtos, uma vocação exportadora quase inata, uma capacidade das empresas em falar línguas estrangeiras, uma ótima capacidade de resposta técnica às normas e exigências dos consumidores locais, uma forte flexibilidade produtiva, um ensino superior de qualidade e grande qualificação, reconhecido a nível mundial e uma propensão natural ao desenvolvimento tecnológico das nossas estruturas. Hoje em dia, o preenchimento dos padrões de qualidade internacionalmente aceites já não constitui um obstáculo para estas PME. O “made in Portugal” já não significa baixa qualidade, muito pelo contrário, alta qualidade de fabrico é atualmente o ‘leitmotivo’ das empresas portuguesas confrontadas à concorrência europeia e mundial. Podemos também acrescentar os fortes investimentos na área da inovação, nas capacidades de organização, no controlo dos canais de distribuição, no know how na criação e exploração de marcas próprias e no franchising. O grande esforço realizado em marketing e design permite também conquistar os mercados alvos. Do ponto de vista da CCIFP, são estes pontos fortes constatados que estão a favorecer as numerosas adjudicações vencidas por estas PME portuguesas em França, segundo país importador de produtos portugueses. Ao nível mundial, pensamos que esta dinâmica vai continuar e permitirá realçar ainda mais a produção e os serviços portugueses.



**MARINA PRÉVOST-MÜRRIER**  
Presidente da Câmara de Comércio,  
de Indústria e de Serviços  
Suíça-Portugal - CISSP

## O PESO DOS OBSTÁCULOS CULTURAIS

O sucesso da internacionalização depende de muitos fatores, mas direcio o meu enfoque para os obstáculos de natureza cultural, pouco abordados, porém, de acordo com a minha experiência como presidente de uma Câmara de Comércio, não menos relevantes para uma abordagem comercial bem-sucedida. Pretendo assim esclarecer algumas idiosincrasias do empresário suíço em particular, e do povo suíço em geral. Um primeiro exemplo é o do não cumprimento de todos os termos assinados no contrato. Por vezes, o empresário português não cumpre as datas de entrega acordadas (nem que seja um atraso de 24 horas). Esta situação é geradora de desconfiança em relação ao profissionalismo e boa vontade levando à probabilidade de cancelamento de contratos. Um segundo exemplo é o da ausência de resposta a propostas ou pedidos feitos por e-mail. Esta situação é frequente. Muitas vezes a solicitação é feita em alemão, francês ou inglês e, por falta de colaboradores bilingues, não há feedback. Um terceiro exemplo é o da abordagem profissional/pessoal. Para um empresário suíço a simplicidade no trato não é falta de consideração mas sim de aproximação. Deve admitir-se que o contrário não é verdade, já que a maioria dos empresários portugueses espera uma certa vénia seguida de uma lista de títulos, que francamente não é desejável numa abordagem que se quer profícua. Dou ainda o exemplo da brevidade da resposta aquando da apresentação de um orçamento português. O empresário suíço dá sempre feedback de receção, no entanto, há um tempo de análise e tomada de decisão que exige o seu tempo. Muitas vezes, este

espaço de tempo é interpretado pelo empresário português como recusa e, por isso, envia novo orçamento, mas agora, com valores mais baixos. Ora, por questões culturais, baixar o preço para um suíço é o mesmo que baixar a qualidade. Desconhecer factos como este pode levar à mortalidade de negócios. Como ultimo exemplo gostaria de salientar o valor crucial que um contrato que respeita o código laboral e inclui preocupações ecológicas tem na hora de escolher o novo parceiro/fornecedor. Tanto que agora muitas empresas suíças estão de volta à Europa porque, como sabemos, a Ásia (China) não é exemplar nestes critérios. Queria ainda destacar que o mercado suíço é protecionista, ou seja, em primeiro lugar virá sempre o produto suíço, mas isto não deve ser um motivo de desmotivação. A Suíça será sempre um mercado atraente, de eleição para aqueles que gostam de trabalhar com exigência e qualidade, e de ser compensados.



**ALBERTO CARVALHO NETO**  
Presidente da Associação  
de Jovens Empresários Portugal -  
China (AJEPC)

## SUCESSO ASSENTE NA LIÇÃO ESTUDADA E AUTENTICIDADE

O sucesso das empresas portuguesas passa por ter muita persistência nas visitas ao mercado, espírito de parceria e rigor, fazer um bom trabalho de casa, com preparação e compreensão dos vários fatores envolvidos (logística, taxas, embargos, entre outros). Temos de acreditar, ser-se autêntico, ser-se português. Portanto, importa juntar todas as mais-valias, de forma a atravessar-se o oceano e a conseguir “não morrer na praia...” por falta de preparação. Outro dos aspetos fundamentais é dar seguimento aos contatos rapidamente, sendo que no caso particular da China é crucial trocar e fazer logo ‘scan wechat’, assim como, convidá-los a visitar a nossa realidade e conhecer o bom que se faz em Portugal.

ENTREVISTA LUÍSA VAL DE RÃ  
Sales & Marketing Manager EUROFACTOR Portugal

# EUROFACTOR Portugal, a aliada da economia portuguesa



## O factoring pode ser visto como um dos principais pilares do sucesso da internacionalização das empresas portuguesas?

Sem dúvida que sim. A internacionalização de uma empresa vai muito mais além das exportações e a capacidade de apoiar as empresas a vingarem em mercados desconhecidos, com leis muito próprias, é extremamente importante.

Sou uma profunda otimista no que toca ao futuro das empresas portuguesas, e acredito que irão existir cada vez mais multinacionais nacionais a diferenciarem-se neste mercado global tão competitivo. No entanto, o desconhecimento das leis dos diferentes mercados é, muitas vezes, um entrave a que se abram mais portas fora de Portugal. E é completamente natural! Neste “partir pedra” dos novos mercados, a EUROFACTOR pretende ser a rede por baixo do trapézio para que as empresas continuem a fazer o que melhor sabem fazer, que é vender.

O facto de estarmos inseridos na maior rede europeia de Factoring integrado permite-nos ter uma oferta de soluções de factoring em inúmeros países do mundo. Com um papel de liderança no factoring de exportação, a EUROFACTOR está a evoluir para a criação de valor acrescentado ao nível da internacionalização, ou seja, temos a capacidade de apoiar a internacionalização das empresas portuguesas em diversos países da Europa, através da uniformização e simplificação de processos. O apoio à internacionalização das empresas, sempre com um serviço especializado que espelhe as verdadeiras necessidades das empresas, tem sido o nosso foco estratégico.

## Como se consegue um apoio personalizado e uma simplificação de processos de créditos em empresas que se encontram em mercados tão distintos?

A EUROFACTOR oferece um serviço único no mercado de factoring, o **European Pass**, que atua exatamente nesta área. Através do **European Pass**, a EUROFACTOR consegue, com apenas um

e único contrato de factoring, centralizar os processos de tesouraria no país de origem (sede da empresa), dando resposta às especificidades individuais de cada país onde a empresa tem presença (filiais). Este produto, através de um financiamento global e centralizado para todo o Grupo, confere uma cobertura de risco de crédito e uma eficiência administrativa, financeira e de recursos, passando a haver apenas um interlocutor dedicado ao grupo, independentemente dos mercados europeus onde a empresa está presente.

Numa ótica de economia de escala, a concentração das operações permite a otimização de recursos e um “atalho” nos processos, alicerçada pelo know how e experiência da EUROFACTOR nos diversos mercados europeus. No fundo, conseguimos oferecer um “cash pooling” ao nível do Factoring.

As empresas recorrem ao factoring pela simplificação e segurança das operações de gestão de créditos. Ora, uma empresa portuguesa com filiais em mais do que um mercado europeu, em vez de ter contratos de factoring distintos e particulares para cada uma das suas filiais, consegue, com o **European Pass**, uma simplificação e agilização de processos e de custos, através de um único contrato, um único interlocutor e a partir de um só território, Portugal. Um só contrato permite analisar as diferentes operações de uma forma global, sem nunca esquecer as especificidades locais de cada mercado.

## Portugal é cada vez mais reconhecido como um bom país para viver. Este reconhecimento internacional traz vantagens competitivas também ao nível das exportações?

Portugal é o melhor país do mundo para viver! Estamos hoje nas bocas do mundo, mas as nossas condições naturais, a nossa cultura e a nossa costa, sempre estiveram cá. Temos muito boa matéria-prima e não nos podemos esquecer que, felizmente, temos PME's que exportam há já bastante tempo e que também contribuíram para que Portugal seja hoje mais reconhecido

mundialmente. Hoje, são cada vez mais as empresas capazes de se promover fora de portas e as exportações continuam a ser um dos motores da economia nacional.

Há cada vez mais startups e empresas nacionais que nascem em Portugal já com olhos postos no mercado estrangeiro, aproveitando a boa reputação de Portugal para poderem levar os seus produtos e serviços além-fronteiras.

Como tal, o factoring de exportação continua a apresentar-se como um dos maiores projetos da EUROFACTOR Portugal. Por outro lado, o **European Pass** tem tido uma procura cada vez maior por parte das empresas, o que significa um aumento crescente e uma consolidação das multinacionais na internacionalização.

## Como está a correr o ano de 2017 para a EUROFACTOR?

Encerrámos o exercício de 2016 com um crescimento nos resultados líquidos de 12,9%, que representou 5,232 milhões de euros, com uma rentabilidade dos capitais próprios (ROE) próxima dos 16%. O factoring de exportação representou 69,3% dos créditos tomados no ano passado, o equivalente a uma quota de mercado próxima dos 50%. O mesmo é dizer que, para além de consolidar a nossa posição de liderança, a nossa posição de parceiro da economia real é reconhecida e um fator motivador para continuar a apoiar as empresas portuguesas nos seus processos de internacionalização.

2017 tem sido um ano muito positivo para a EUROFACTOR Portugal. Celebrámos o nosso 25º aniversário e continuamos a crescer a dois dígitos (18%) em créditos tomados e prevê-se que este ritmo de crescimento se man-

tenha até ao final do ano. Neste ano de aniversário, asseguramos, com grande entusiasmo, a nossa posição de liderança do mercado.

É neste sentido que reconhecemos, com grande veemência, que a EUROFACTOR tem tudo o que é necessário para continuar a apoiar as empresas portuguesas no seu esforço de internacionalização, com um serviço totalmente personalizado e à medida.

## Em termos futuros, qual o papel do factoring e quais os desafios que podem surgir?

O Factoring já é reconhecido como uma fonte de financiamento muito credível, resiliente às crises e como uma boa alternativa a outras fontes de financiamento mais tradicionais.

Num ambiente em constante mutação, é obrigatório acompanhar a mudança e estar apto para os novos desafios e necessidades das empresas, nomeadamente quando decidem entrar em novos mercados. Como tal, teremos a responsabilidade de continuar a proporcionar vantagem competitiva aos nossos clientes através do apoio à internacionalização, com uma abordagem cirúrgica e totalmente especializada e com serviços cada vez mais simplificados e que permitam que as empresas se apoiem em parceiros especialistas que consigam acompanhar o crescimento do seu negócio.



# Foreign markets demystified.\*

\* Mercados estrangeiros, desmitificados.

**No mundo de hoje, o negócio não tem fronteiras.**

Quer esteja a explorar novos mercados ou a expandir a sua presença nos atuais, a sua empresa necessita de uma seguradora global que conheça os mercados locais em pormenor.

Com escritórios por todo o mundo, o alcance global da AIG estende-se virtualmente a todos os locais onde os seus clientes desenvolvem negócio.

Para nos conhecer melhor, visite [www.AIG.com.pt](http://www.AIG.com.pt)



**Bring on tomorrow**

Todos os produtos são comercializados por sucursais ou filiais do Grupo AIG, Inc. Alguns dos nossos produtos poderão não estar disponíveis em todos os países ou jurisdições onde atuamos, e estão sujeitos aos termos e condições locais. Para mais informações, visite o nosso sítio [www.aig.com.pt](http://www.aig.com.pt). Não dispensa a consulta da informação pré-contratual e contratual legalmente exigida. As Apólices de Seguro são comercializadas pela AIG Europe Limited - Sucursal em Portugal, com sede na Av. Da Liberdade, n.º 131 3º, 1250-140 Lisboa. Informações e detalhes disponíveis em [www.isp.pt](http://www.isp.pt).