

Conferência da Primavera – Pequena e Médias Empresas
Comissão Parlamentar de Assuntos Económicos, Inovação e Energia

Breve Enquadramento

A conclusão da Ronda do Uruguai, em 1994, trouxe ao comércio internacional um novo enquadramento que tem vindo a favorecer a mundialização dos negócios, e, em particular, a ‘revelação’ de recursos e mercados, provocando uma alteração da relação comercial entre os grandes blocos económicos, sobressaindo com particular destaque um desequilíbrio, ou um novo equilíbrio, da balança de bens entre os países da OCDE, em particular da União Europeia, e os países emergentes, da Ásia e da América Latina (por exemplo, de forma ilustrativa, o Brasil). Aproximadamente, um quinto (1/5) dos contentores que circulam mundialmente, no modo de transporte marítimo, têm origem/destino na República Popular da China, e as grandes rotas Este/Oeste registam desequilíbrios que são consequência da procura de novas fontes de recursos (ex. matérias-primas, mão-de-obra manufactureira, entre outros) e do aumento de IDE em mercados como a Índia, a Indonésia, o Vietname, o Brasil, entre outros.

A economia portuguesa, parte integrante da União Europeia, face a este novo enquadramento tem vindo a sofrer um conjunto de ajustamentos. Primeiro, pelo aumento progressivo do peso das exportações na economia portuguesa (72%, a preços correntes, na exportação de bens entre 2000 e 2008¹), e segundo, pela alteração do padrão de valor dos produtos colocados nos mercados externos, onde se regista uma diminuição nominal das vendas ao exterior dos sectores do Vestuário, Matérias Têxteis e Calçado, compensado largamente pelo crescimento de outros sectores como é o caso das Máquinas e Aparelhos, dos Produtos Alimentares ou dos Plásticos e Borracha.

Contudo, o défice da balança de bens e serviços – em particular pelo resultado da balança energética – continua num valor equivalente a 10% do PIB.

Políticas Públicas de Promoção da Internacionalização, as PME’s e os Produtos/Serviços da AICEP Portugal Global

No quadro da Lei Orgânica do MEID – Ministério da Economia, Inovação e Desenvolvimento, cumpre à AICEP o desenvolvimento de políticas de públicas de promoção da internacionalização da economia portuguesa. A AICEP procura servir Portugal, servindo as empresas portuguesas, tendo em atenção que serve um universo empresarial diferenciado em dimensão, recursos e competências, e que a prioridade dada à internacionalização da

¹ Considerou-se pertinente utilizar os valores de 2008. Em 2009 o aumento de exportações, a preços correntes, face ao ano 2000, foi de 41%. Face a 2008 registou-se uma diminuição de, aproximadamente, 8 Mil Milhões de euros (apenas exportação de bens). Em linha com a forte diminuição do comércio internacional.

economia portuguesa, se deve consubstanciar pela concretização de três objectivos: 1) aumentar a base exportadora nacional, incorporando novas empresas no *portfolio* de empresas exportadoras; 2) aumentar o número de mercados com presença de produtos portugueses, prosseguindo uma estratégia de diversificação de mercados; e, 3) contribuir para o incremento do padrão de valor das exportações portuguesas, como resultado de um novo posicionamento de valor da economia portuguesa no espectro competitivo internacional.

Independentemente dos resultados já alcançados, é importante prosseguir estes objectivos reconhecendo que o potencial exportador reside essencialmente, mas não só, nas PME's, e que estas, pela sua ligação às regiões, são a 'chave' para a densificação económica do território e para o aumento da sua competitividade. Assim, a AICEP tem vindo a promover, e procurará aprofundar no futuro próximo, o *portfolio* de produtos/serviços que disponibiliza às PME's, garantindo os canais adequados à colocação desses mesmos produtos/serviços.

O conjunto de produtos/serviços, para cumprir os objectivos enunciados, independentemente do papel relevante doutras entidades públicas e privadas, obedece a uma lógica do ciclo de internacionalização/exportação:

- 1) Capacitação**, onde mercados e temáticas de comércio internacional são abordados junto das empresas, em particular as PME's, disseminando conhecimento acumulado pela agência e por outras entidades públicas e privadas;
- 2) Informação**, onde em estreita ligação com a rede externa da AICEP, se procura dar a conhecer mercados, em particular compradores/importadores particulares, suportando processos de prospecção e análise da procura em mercados externos;
- 3) Promoção em Mercados Externos**, apoiando empresas em missões a mercados externos, quer de sua iniciativa, quer aquelas que a diplomacia económica tem vindo a desenvolver, levando empresas portuguesas, e muitas delas PME's, para novos mercados;
- 4) Financiamento**, onde enquanto organismo técnico, no âmbito do POFC, e em particular para os projectos de internacionalização, procuramos que os apoios financeiros no quadro do QREN cheguem de forma eficaz às empresas, alavancando a iniciativa privada (no SI para Qualificação e Internacionalização de PME's). Neste âmbito do financiamento a AICEP também tem vindo a estabelecer protocolos com um conjunto de entidades bancárias procurando, no estrito âmbito das suas competências, criar um quadro de apoio complementar ao esforço público (desenvolvido no âmbito do IAPMEI).

Este conjunto de produtos, orientados para as PME's, procura responder, na prática, aos objectivos definidos, alinhando a sua disponibilização aos segmentos-alvo, definidos em função do grau ou nível de experiência internacional das empresas, colocando os produtos através dos gestores de cliente PME's da AICEP, que acompanham mais de 6000 empresas, e



procurando alargar este espectro acompanhando a iniciativa das Lojas de Exportação, fazendo destas uma parte da equipa comercial PME's da agência.